

4  
2EJ



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA  
DE MEXICO**

**FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION**

**GUIA TECNICA PARA LA CONSTITUCION DE UNA  
EMPRESA DE SERVICIOS DEL RAMO DE  
ESPECTACULOS.**

**SEMINARIO DE INVESTIGACION  
ADMINISTRATIVA**

**QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

**P R E S E N T A**

**JOSE ALBERTO AVALOS RODRIGUEZ**

**JORGE CALDERON GONZALEZ**

**Asesor del Seminario**

**L. A. Alfonso Suárez Rebollo**



**MEXICO, D. F.**

**1995**

**FALLA DE ORIGEN**

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**



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.

Queremos agradecer :

A **Dios**: Por darnos vida, salud y guiarnos con fe en este camino como profesionistas para el servicio de la sociedad.

A nuestros **Padres**: Por todos los consejos a lo largo de nuestra vida, así como el apoyo incondicional y la paciencia que tuvieron con nosotros para hacernos hombres de bien. "lo que digamos es poco"

A nuestros **Hermanos**: por que en la sangre existen raíces profundas que nunca se rompen por ello somos familia, ya que estamos para ayudarnos siempre. Queremos agradecer especialmente a ti **Alejandra** por brindarnos la oportunidad de trabajar y aprender contigo de éste campo laboral tan maravilloso y por permitimos crecer a tu lado.

A la **U.N.A.M**: Por abrírnos sus puertas, darnos las bases del conocimiento de manera incondicional, permitimos madurar y crecer intelectualmente, ya que vivimos 5 años nuestro segundo hogar.

A nuestros **Maestros**: Por que son profesionistas que incondicionalmente nos proporcionaron su tiempo, paciencia y dedicación para hacernos cada día mejores brindándonos sus conocimientos en las diversas materias que cada uno domina. "Gracias"

A ti **Alfonso**: por guiarnos y alentarnos en este trabajo en el cual compartimos juntos nuevas experiencias. "te estamos infinitamente agradecidos".

A nuestros **Compañeros y Amigos**: Por compartir con nosotros tantas cosas desvelos, alegrías, triunfos así como tristezas. "Ustedes saben quienes son"

**Alberto y Jorge.**

# INDICE

Introducción	1
Antecedentes Empresariales	11
Antecedentes Doctrinales	13
Constitución de una Empresa	21
Diagnóstico de la Organización	25
Propuesta de Reorganización	27
Marco Legal	30
Organización de la Empresa	37
Organigrama Propuesto	40
Descripción de Puestos	41
Conclusiones Generales	61
Recomendaciones	65
Anexo I (Especificaciones Técnicas)	67
Anexo II ( Formato de Contratos)	86
Bibliografía	107

## INTRODUCCION

El presente trabajo se realizó con la idea primordial de satisfacer la necesidad de brindar los servicios profesionales de la administración a un área que la mayoría de las veces se ha desarrollado de manera intuitiva, es decir, por medio de la experiencia, dando como resultado que el medio artístico, y en especial el musical, se encuentre prácticamente olvidado por los Licenciados en Administración, quienes tienen como objetivo trabajar en empresas tales como: Ford Motor Co., Procter and Gamble, Anderson Clayton, y todas aquellas empresas transnacionales o nacionales que se encuentran en el mercado, y que hoy tienen completa su plantilla laboral; además que ese mercado laboral se encuentra saturado no sólo por los Lic. en Administración egresados de la U.N.A.M., sino también por los egresados de las diferentes universidades privadas. Por tal motivo, consideramos que el campo laboral de la Administración en una empresa de espectáculos está sin competencia real, pues la competencia estaría con los managers (administradores de los artistas y cantantes) que han administrado por medio de su experiencia y cuyos conocimientos técnicos se refieren a la administración están fundados en las actividades que realizaron en pasadas ocasiones.

Además en este medio se han suscitado varias situaciones en las que los managers no piensan realmente en el artista, no lo administran correctamente y varios de ellos sólo buscan la manera de enriquecerse, es decir, actúan sin la ética profesional que ofrece el estudio de una licenciatura.

En México, los espectáculos han sido parte de la cultura popular desde tiempos inmemorables, así podemos citar a varios de los artistas que están muy arraigados en el recuerdo de la gente, además de que ellos han contribuido a la difusión de eventos sociales, sin contar que la imagen proyectada por los artistas influye no solo en la moda sino además en la ideología de sus seguidores.

Ahora considerando que el artista no solo es una persona, sino que se considera para los fines administrativos como un producto de consumo, se debe planear y culpar su carrera, pues también tiene un ciclo de vida, como cualquier producto, en el cual se debe aprovechar el momento de la cúspide para conservar un lugar en el medio artístico; para ello se requiere tener la infraestructura administrativa necesaria para brindar el apoyo al artista. Así dentro del medio artístico se manejan varias categorías o jerarquías de los artistas.

Partiendo del concepto que se puede tener de un artista, muchos de ellos desean llegar a sobresalir de los demás y son los que se tienen que administrar de una manera más profesional.

ARTISTA : "Persona que tiene talento, cualidades y habilidades para manifestar su arte".<sup>1</sup> Para efectos del presente trabajo, al artista lo denominaremos proveedor dado que no está dentro de la estructura organizativa de la empresa.

También dentro del medio artístico hay sistemas para lanzar y proyectar a los artistas: Star System:

1. Buscar a la futura estrella
2. Convencerlo de que sea estrella
3. Prepararlo
4. Lanzarlo
5. Promocionarlo
6. Consolidarlo como artista reconocido
7. Conservar la imagen

En Los Angeles, California, Estados Unidos, se aplicaba en 1979 un curso para fabricar artistas denominado Star Maker, en donde se manejaban los siguientes puntos.<sup>2</sup>

El artista es un producto, de consumo popular que se tiene que vender al mejor precio.

La envoltura, es proporcionarle una imagen al artista, preparándola por medio de los estudios, tales como canto, dicción, baile, coreografías, actuación, expresión corporal; considerando que lo primero que se percibe es esa imagen del artista.

Lo interior, el contenido, es decir, el talento o valores del artista como persona, demostrando que es un ser humano, y que nos permitirá mantenerlo como producto en el mercado.

Mientras todo eso sucede, el administrador debe preparar el medio idóneo para cuando el artista sea presentado al público.

---

<sup>1</sup> Aviña Ruben, Como se hace una Estrella, Editorial Grijalvo, México 1994, pág.24.

<sup>2</sup> Idem, pág 110.

Una forma de crear, mantener y concretar la vigencia de éste producto en el mercado, es la actividad profesional del licenciado en administración y dentro de ese campo se nos presenta un espacio laboral y un gran reto profesional el cual pretendemos presentar de la siguiente forma:

Como se puede observar, el medio artístico musical es un medio que necesita la ayuda de profesionales de la administración con conocimientos en diversas áreas, para crear una estructura organizacional (empresa) la cual debe contar con diferentes departamentos para poder apoyar a los artistas en sus diferentes necesidades y brindarle un mejor servicio a los clientes, por ejemplo:

**Producción:** Esta área comprende el montaje y realización completa de los eventos así como la logística de los mismos.

**Mercadotecnia :** Esta se encarga de dar a conocer a través de los diferentes medios de difusión al artista que se esté manejando, así como la venta del espectáculo y las relaciones públicas necesarias para la promoción del artista.

**Finanzas :** Esta área se encarga de la facturación y cobro de los eventos, pago a proveedores, y en general a la revisión y control de las cuentas bancarias y gastos de la empresa, además del presupuesto, pagos fiscales, etc.

**Personal :** Esta área se encarga de todos los asuntos relacionados con el personal tanto de base como el requerido para cada evento.

**Contabilidad :** Esta área abarca todo lo relacionado con el aspecto fiscal y contable de la empresa.

**Administración:** Esta área a través del proceso administrativo busca lograr los objetivos de la empresa.

De esta suerte concluimos que nuestra investigación deberá versar sobre:

La formación y organización total de una empresa comercializadora de servicios en el área de espectáculos musicales. Se seleccionó porque se requiere de profesionales de la administración con ética profesional y los conocimientos necesarios para dirigir a una empresa que ofrece los servicios antes mencionados, además por que contamos con el acceso a la información, ya que laboramos en una empresa de este tipo y nos gusta mucho el ambiente artístico.

Consideramos variables tales como:

- Estructuración organizativa
- Descripción de los puestos
- Reglamento interno de trabajo
- Contratos laborales, contratos de servicios profesionales
- Nóminas
- Contratos de eventos
- Especificaciones técnicas
- Competencia (Otros proveedores, Otras compañías de espectáculos)
- Cotización directa( Empresas) e indirecta (Intermediarios)
- Proveedores (renta de equipo necesario de Audio, Iluminación, Mudanzas, Planta de luz, escenario, transportación del personal, etc.)
- Compañías discográficas
- Diferentes medios de difusión (Radio, Cine, Televisión, Prensa)

Y en razón a todo lo anterior, atacamos la investigación basada en las siguientes hipótesis:

**De Trabajo.-** “La organización de una empresa basada en un sistema administrativo denominado “excelencia administrativa”, permitirá el incremento en la eficiencia proporcionando un servicio más atractivo y de mejor calidad, logrando la satisfacción total del cliente, del proveedor y consecuentemente, el desarrollo de la empresa.”

**Alternativa.-** Mejorando la organización empírica de la empresa de espectáculos ya implantada en México, se logrará el incremento en la eficiencia proporcionando un servicio más atractivo y de mejor calidad, logrando la satisfacción total del cliente y del proveedor.

**Nula -** No es necesaria la organización de una empresa de espectáculos para incrementar la eficiencia y la satisfacción total del cliente y del proveedor.

El objetivo de nuestra investigación es ofrecer a la empresa de espectáculos, una forma de administrarse de tal manera, que obtenga la excelencia administrativa que requiere para estar a la altura de la competencia.



Así, el estudio se realizará dentro de una empresa de espectáculos artísticos musicales, buscando lograr los objetivos de la misma por medio de la implantación de la nueva administración, para ello pretendemos tomar en cuenta no sólo a la organización en sí, sino a todo el ambiente social, político, cultural y económico, en donde se desarrolla la misma, resaltando que dentro de ella queremos controlar los elementos esenciales de toda organización con el enfoque administrativo elegido.

El tipo de investigación que realizamos es mixta por tener que basarse en la investigación documental (libros, revistas, documentos, etc.) y de campo dado que tenemos que investigar a la competencia y a la empresa en el momento en que ocurren los eventos.

Por tal motivo iniciaremos dando un concepto propio sobre lo que es una empresa.

**EMPRESA.-** Es una entidad económica social en la que se conjugan los recursos humanos, materiales, técnicos y financieros los cuales se orientan a la conservación y logro de los objetivos para los cuales fue creada, a través del proceso administrativo.

#### SU ACTIVIDAD O GIRO.

1.- **Industriales:** La actividad primordial de este tipo de empresas es la producción de bienes mediante la transformación y/o extracción de materias primas, las industriales a su vez son susceptibles de dividirse en :

- A) **Extractivas:** Se dedican a la explotación de recursos materiales (sin vida) que son indispensables para la subsistencia del hombre
- B) **Manufacturera :** Son empresas que transforman las materias en productos terminados o semiterminados.
- C) **Agropecuarias :** Su función es la explotación de la agricultura, la ganadería y la silvicultura.

2.- **COMERCIALES:** Son intermediarios entre productor y consumidor - Subdistribuidor- su función primordial es la compraventa de productos terminados; y pueden clasificarse en :

- A) **Mayoristas:** Cuando efectúan la compraventa en gran escala a otras empresas (distribuidores).
- B) **Minoristas.-** Las que venden productos al menudeo o en cantidades pequeñas al consumidor directo (subdistribuidores)

C) Comisionistas.- Se dedican a vender mercancías que los productores les dan a consignación, percibiendo por ésta función una ganancia o comisión.

3.- SERVICIOS : Son aquellos que desempeñan funciones o satisfacen con ciertas necesidades de la comunidad y pueden tener o no fines lucrativos.

**SERVICIO.-** Son actividades identificables por separado y esencialmente intangibles que satisfacen las necesidades y que no están necesariamente vinculadas a la venta de un producto o servicio. Para producir un servicio puede requerirse o no al uso de productos tangibles. Sin embargo, cuando se requieren no hay transferencia de los derechos ( propiedad permanente) de esos bienes tangibles.<sup>3</sup>

Las organizaciones de servicios son aquellas que no tienen como objeto principal generar productos tangibles que los compradores poseerán en forma permanente.

### CLASIFICACION DE LOS SERVICIOS

Se dividen en :

Vivienda (incluye la renta de hoteles, moteles, departamentos y casas.)  
Operaciones familiares (servicios públicos, reparaciones de casa y equipo.)

**Recreación y diversión** (abarca la renta y reparación de equipo para actividades de recreo y esparcimiento, **también la admisión a espectáculos de diversión, recreo y esparcimiento**).

Cuidado personal (incluye lavado de ropa, tintorerías y cuidado físico).  
Atención médica y de salud ( comprende todos los servicios médicos).

Educación privada

Servicios profesionales y de negocios (abarca a todas las asesorías).

Seguros y financiamiento (abarca los seguros, servicio de crédito, préstamos, servicio bancario, etc.)

Transporte (abarca el servicio de transportación terrestre, aérea y marítima de cualquier clase).

Comunicaciones (incluye todos los servicios de comunicación)<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Stanton, William Fundamentos de mercadotecnia. Mc Graw Hill pág. 546

<sup>4</sup> Stanton, William Fundamentos de mercadotecnia Mc Graw Hill pág. 547

## CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS

**Intangibilidad.-** Los servicios son esencialmente intangibles, por lo cual a los clientes les resulta imposible obtener una muestra (probar, sentir, ver, oír, u oler) de los servicios antes de comprarlos.

**Indivisibilidad.-** Significa que a menudo la venta directa es el único canal posible de distribución, y los servicios de un vendedor no pueden venderse en demasiados mercados. Una excepción de esta característica es que el servicio puede ser vendido por un representante.

**Heterogeneidad.-** Es imposible que una empresa de servicios estandarice su producción total, dado que no todos los servicios prestados por la empresa puedan salir con la misma calidad.

**Caducidad y fluctuación de la demanda.-** Los servicios no se pueden almacenar por tal motivo muestran gran caducidad. Además, el mercado de los servicios oscila por temporadas, por días de la semana y horas del día”.<sup>5</sup>

Así, con base en todo lo anterior podemos dar un concepto sobre la empresa de espectáculos y más concretamente sobre la empresa de espectáculos musicales, la cual va dirigida la presente investigación.

**EMPRESA DE ESPECTACULOS.-** Una empresa de la rama de servicios vinculada a la satisfacción de las necesidades de diversión, recreación y esparcimiento por medio de presentación de espectáculos artísticos.

**EMPRESA DE ESPECTACULOS MUSICALES.-** Una empresa de la rama de servicios vinculada a la satisfacción de las necesidades de diversión, recreación y esparcimiento por medio de la presentación de espectáculos artísticos musicales.

**CALIDAD.-** “Cuando nos referimos a calidad, pensamos que se trata de algo especial, de alto grado de perfección quizá difícil de lograr pues pensamos que se da después de un largo proceso de control, ya sea de un producto o de un servicio”<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Idem pág. 519

<sup>6</sup> Desarrollo, organización e implementación de una empresa de servicio automotriz... Villena Romero Raúl Tesis UNAM 1992.

"Es lógico entender el concepto de esta manera pues anteriormente la filosofía de la calidad era el control, es decir, el control de la calidad. Pero ahora la situación ha cambiado *la calidad en productos o servicios no se controla, se hace*. La calidad forma parte integral de todos y cada uno de los participantes de la empresa, puesto que la calidad es una filosofía de la vida, es una filosofía de producir y de servir y será hasta entonces cuando las empresas puedan llegar a tener éxito, no sólo económico sino al producir o servir con calidad"<sup>7</sup>.

Un proceso de cambio de calidad será entonces un proceso de cambios de estructura en la esencia de los principios de la empresa; por lo que ahí es en donde nos damos cuenta que hablar de servicio y calidad total están estrechamente relacionadas, que estamos hablando de un mismo y único proceso. La calidad lleva consigo algo intangible e inexplicable.

"Existen 4 principios absolutos de calidad que nos comenta Philip B. Crosby:

- 1) La calidad se define como el cumplimiento con los requisitos, no como algo bueno.
- 2) La calidad se logra a través de la prevención, no de la evaluación.
- 3) La norma de realización de la calidad es cero defectos, no niveles aceptable de calidad.
- 4) La calidad se mide por el precio del incumplimiento, no por índices."<sup>8</sup>

Así mismo Crosby detalla los siguientes pasos que denomina "FANATICO" para alcanzar calidad:

**Formule una estrategia de cero defectos.** (Esto implica que la dirección acepta totalmente la idea de que hacer las cosas libres de defectos, puede convertirse en una forma de ser y de que va a hacer todo lo que necesario para lograr que así sea).

**Anuncie una política de calidad clara y específica** (Hemos de entregar a tiempo a nuestros clientes, tanto internos como externos, productos y servicios libres de defectos).

---

<sup>7</sup> Idem

<sup>8</sup> Phillip B. Crosby, *Hablemos de Calidad* (96 preguntas que siempre deseó usted plantear a Phil Crosby) Mc Graw Hill 1990 México, pag 58-59.

Norme el compromiso de la Dirección por medio de acciones. (Ser testigo no quiere decir mantenerse de pie ante los demás en plan de predicador).

Asegúrese de que todos reciban educación en calidad (Todas y cada una de las personas de la organización deben comprender su papel personal dentro del esfuerzo global para lograr que la calidad se convierta en realidad).

Termine por eliminar cualquier amenaza al cumplimiento. (Identifique los procedimientos que establecen como deben calcularse los límites de variación y las desviaciones, y rómpalos).

Insiste en que todos sus proveedores hagan lo mismo.

Convenza a todos de que dependen unos de otros. (Estar conscientes de la necesidad de la calidad es algo que no puede presuponerse: todo el mundo debe saber cómo les afecta en lo personal).

Obtendrá la satisfacción del cliente primero, después y siempre. (Nadie puede sobresalir en lo que hace hasta el grado de no necesitar a los clientes. Para poder sobresalir hace falta escuchar a los clientes y al resto del mercado).

**"CONTROL TOTAL DE CALIDAD.-** Según Feigenbaum el control total de calidad puede definirse como un sistema eficaz para integrar los esfuerzos en materia de desarrollo de calidad, mantenimiento de calidad y mejoramiento de calidad realizados por los diversos grupos en una organización, de modo que sea posible producir bienes y servicios a los niveles más económicos y que sean compatibles con la plena satisfacción de los clientes. El CTC exige la participación de todas las divisiones, incluyendo las de mercadeo, diseño, manufactura, inspección y despachos." <sup>9</sup>

**LA CALIDAD EN EL SERVICIO.-** "El cliente espera llegar a satisfacer una necesidad por lo tanto él espera cubrir una necesidad específica o deseada.

---

<sup>9</sup> Ishicawa, "Que es el control total de calidad", la modalidad Japonesa versión en español, Editorial Norma 1991 México pag 84.

Así calidad en el servicio es lograr la satisfacción o realización plena de una necesidad específica obtenida por un producto o servicio de calidad"<sup>10</sup>

Nuestro universo a estudiar es micro-social ya que estudiamos y partimos de una empresa y su entorno, considerándola como muestra de estudio.

Para entrar en materia, comenzaremos dando una semblanza sobre como se encontraba a la empresa antes de hacer esta propuesta.

---

<sup>10</sup> Desarrollo, organización e implementación de una empresa de servicio automotriz... Villena Romero Raúl  
Tesis UNAM 1992

## ANTECEDENTES EMPRESARIALES

Durante nuestros estudios, vimos que la mayoría de los ejemplos, problemas e ideologías estaban enfocados hacia empresas transnacionales, industrias, etc., donde en realidad si nosotros vamos a esas empresas estaríamos como empleados de un nivel inferior, pero que si se crea una empresa propia seríamos los ejecutivos para lo cual nos preparamos y deseamos ser. Así, durante el estudio en la facultad, se nos presentó la oportunidad de trabajar en una empresa de espectáculos artísticos musicales, dándonos cuenta que ese ramo es de nuestro agrado y viendo que la misma tenía muchas deficiencias en casi todas las áreas al grado de encontrar vicios y fallas por parte de sus administradores.

En la empresa donde tenemos la oportunidad de trabajar, se originó en 1988, en los primeros años se tuvieron varios administradores, quienes se beneficiaron de la empresa, sin tomar en cuenta el crecimiento de la misma. A partir de entonces, se buscaba un administrador que tuviera ética profesional para administrar la empresa de manera honesta y reestructurarla. Al conocer todo ello, se empezó a trabajar en la misma, tratando de mejorar tanto la administración de ésta como buscando la asesoría de técnicos para encontrar el material óptimo para cada evento; realizando varios controles tanto de personal como del material a utilizar en cada uno de los eventos realizados.

Durante la vida de la empresa, se ha logrado impulsar la carrera de una artista no solo como cantante, sino que además se le ha impulsado como actriz en varias telenovelas, obras de teatro musicales. En el ámbito musical se han realizado tres LP's (discos de larga duración) de los cuales ha tenido varios éxitos en la radio, y realizando eventos para varias empresas privadas, tales como: Ford Motor Co., Philips de México, Mercedes Bens, Avon Cosmetics, Procter and Gamble, entre otras.

Por todo ello nosotros visualizamos que este medio nos presenta una gran posibilidad de trabajo y de futuro desarrollo profesional, además de proporcionarnos la experiencia necesaria para la futura expansión de la empresa, lo que aumentará no solo al mercado de trabajo, sino que beneficiará a los artistas que buscan ser administrados con el profesionalismo requerido.

Para darnos una idea sobre las diferentes corrientes de la administración, y poder dar una base que sustente nuestra postura sobre la corriente administrativa elegida ( calidad Total ), en el siguiente capítulo desarrollaremos una breve semblanza histórica de las diferentes corrientes Ideológicas de la administración.



## ANTECEDENTES DOCTRINALES DE LA ADMINISTRACION

Durante el transcurso de los años, el ser humano ha tenido que realizar trabajos conjuntamente para poder subsistir, de tal modo ha tenido que asociarse, organizarse y dividirse el trabajo para lograr de manera efectiva el objetivo trazado. Así, el hombre ha venido desarrollando desde su aparición, un grado de administración; pero es hasta la Revolución Industrial en que la administración toma el carácter de ciencia. De esa manera surgen varias corrientes que intentan darle un enfoque diferente a la administración; las cuales de manera general se describen a continuación.

### Administración Científica.<sup>11</sup>

Los creadores de esta escuela son: Frederick Winslow Taylor, los esposos Gilbreth y Henry L. Gantt. Se le llama administración científica por la racionalización que hace de los métodos de ingeniería aplicados a la administración debido a que desarrolla investigaciones experimentales orientadas hacia el rendimiento obrero.

La contribución fundamental de esta escuela es la aplicación del método científico a la administración y el surgimiento de ésta como una rama específica del conocimiento. No es un grupo de técnicas de eficiencia o incentivos, sino una filosofía en virtud de la cual la gerencia reconoce que su objetivo es buscar científicamente los mejores métodos de trabajo, a través del entrenamiento y de los tiempos y movimientos.

“Esta constituye en el primer intento de la teoría de la administración. Creo la especialización de las tareas, la única motivación para el trabajador era el salario ( Hombre económico ), con todo ello buscaba la eficiencia en todos los niveles”.<sup>12</sup>

### Administración Empírica.<sup>13</sup>

Esta corriente postula que las tareas administrativas deben ser ejecutadas y consideradas en la forma sugerida por el pasado reciente la costumbre o la tradición. Su objetivo es evitar errores basándose en situaciones pasadas. Sus principales representantes son:

<sup>11</sup> Münch Galindo, García Martínez, fundamentos de Administración, Editorial Trillas, 3a. Edición, México 1985.

<sup>12</sup> Chiavenato Idalberto, Introducción a la Teoría General de la Administración, Editorial Mc Graw-Hill, 3a. Edición, México 1994.

<sup>13</sup> Münch Galindo, García Martínez, fundamentos de Administración, Editorial Trillas, 3a. Edición, México 1985.

Peter F. Drucker, Ernest Dale y Lawrence Appley, quienes realizaron estudios basados en experiencias prácticas en los que descartaron casi todos los fundamentos teóricos.

La principal desventaja es que los resultados que se obtienen, en ocasiones son mediocres, ya que lo que es conveniente para una empresa no siempre lo es para otra, y la aplicación y comparación de eventos pasados es dudosa. Además, se permanece al margen de todos los avances de la administración y de las ciencias auxiliares de la misma.

#### Escuela Ambiental.<sup>14</sup>

Esta corriente fue emitida por psicólogos experimentales (Elton Mayo). Se basa en la idea de que el ser humano se desempeñará mejor si las condiciones ambientales que le rodean ( luz, sonido, calor, humedad, etc. ) están en armonía con su organismo. Se intenta tener una mayor productividad, proporcionando al trabajador condiciones de trabajo más agradables.

#### Escuela de Comportamiento Humano<sup>15</sup>

Las reacciones negativas de los trabajadores frente al taylorismo y los resultados mediocres en su aplicación, así como los principios para la selección científica de los trabajadores, generaron el desarrollo de la psicología industrial. Nació así la escuela del comportamiento humano, conocida también como la escuela de las relaciones humanas, misma que otorga mayor importancia al hombre, al hacer de la conducta de éste el punto focal de la acción administrativa. Los principales representantes son: Elton Mayo y Robert Owen. De los estudios realizados se obtuvieron los siguientes resultados:

Los factores que influyen para elevar la moral de los trabajadores son aspectos de tipo afectivo y social, tales como el reconocimiento, el ser escuchados por la gerencia, etc.

Este enfoque trata de desarrollar un concepto más humano de la naturaleza de la administración. Su aportación a la administración es muy grande, pues las demás corrientes administrativas se basan en esta escuela.

---

<sup>14</sup> Idem.

<sup>15</sup> Ibidem.

“Esta teoría analiza la organización desde el punto de vista dinámico de su comportamiento y está profundamente preocupada por el individuo como tal. Se sustenta en nuevas proposiciones de la motivación humana ( escala de motivaciones ). Propone varios estilos como lo son: la Teoría X y la Teoría Y ; y proponen el concepto del hombre administrativo, quién se comporta buscando soluciones satisfactorias y no soluciones óptimas”.<sup>16</sup>

Escuela del Sistema Social.<sup>17</sup>

Su enfoque primordial es el reconocimiento de la importancia de la organización informal de los niveles, status y símbolos de sus integrantes, y su efecto en el funcionamiento de la organización formal.

La administración se enfoca desde el punto de vista del sistema social o de las relaciones interculturales. Trata de combinar, por una parte, la estructura formal con el aspecto humano y, por otra parte, la organización empresarial con el sistema social; esto origina la sociología de la organización, en la que se analiza a la empresa a través de sus diferentes relaciones.

A través del método experimental de Durkheim y Watson se intenta construir una sociedad científicamente organizada y una ciencia de la dirección de personal en que la administración incluiría las relaciones entre:

- a) La organización
- b) Los ambientes externos e internos
- c) Las fuerzas que producen los cambios y ajustes

Escuela de la Administración de Sistemas.<sup>18</sup>

En esta corriente los sistemas son un punto fundamental en el que se basa la administración. El sistema es el conjunto formado por partes, de tal modo asociadas, que forman un todo coherente, o unidad.

Este tipo de administración aporta conocimientos importantes sobre todo para el manejo de grandes organizaciones, aunque es demasiado especializada y descuida el factor humano. Algunos de los autores más connotados son: Norbert Wiener, March y Simon Murdick.

---

<sup>16</sup> Chiavenato Idalberto, Introducción a la Teoría General de la Administración, Editorial Mc Graw-Hill, 3a. Edición, México 1994.

<sup>17</sup> Münch Galindo, García Martínez, fundamentos de Administración, Editorial Trillas, 3a. Edición, México 1985.

<sup>18</sup> Idem.

### Escuela de la Teoría de las Decisiones.<sup>19</sup>

Esta teoría postula que el hombre no es algo que pueda manipularse, sino que es un ente capaz de adaptarse y evaluar diferentes grupos de circunstancias.

En esta escuela los factores económicos, sociales, técnicos, etc., influyen grandemente en la conducta y productividad del hombre, de ahí la importancia de desarrollar modelos experimentales que permitan simular la conducta potencial del ser humano ante diversas situaciones, ya que el proceso de decidir es la esencia de la administración.

Considera a la empresa como una unidad tomadora de decisiones. Algunos de los autores que han contribuido más a este enfoque son: Von Newman, Bowman, Hut Chinson.

### Neo-Humano Relacionismo.<sup>20</sup>

Se inicia en 1940; considera que la administración debe adaptarse a las necesidades de los individuos que integran la empresa y que este enfoque no puede ser casual, sino que debe fundamentarse en estudios psicológicos del individuo, sus motivaciones y necesidades, ya que el factor humano es determinante para la empresa. Sus principales exponentes son: Abraham Maslow, Herzberg, Douglas Mc gregor, Rensis Likert.

### Administración por Objetivos.<sup>21</sup>

Su representante es Douglas Mc gregor, quien a partir de un análisis comparativo de las formas tradicionales de dirección de empresas, llega a la conclusión de la importancia que tienen el hombre, sus aspiraciones y necesidades dentro de la organización; interpreta estas necesidades y las correlaciona con las de la empresa a través de la participación activa del trabajador en la fijación de los objetivos concretos de la organización.

"Sus características principales son: establecimiento conjunto de los objetivos para cada departamento; interrelación de objetivos departamentales; elaboración de planes tácticos y planes operacionales; con énfasis en la medición y control, sistema continuo de evaluación,

---

<sup>19</sup> Ibidem.

<sup>20</sup> Ibidem.

<sup>21</sup> Ibidem.

revisión y reciclaje; participación actuante de la dirección; apoyo intenso del staff principalmente durante los primeros periodos".<sup>22</sup>

#### Desarrollo Organizacional:<sup>23</sup>

Uno de los enfoques más recientes de la administración es esta corriente que surge como una respuesta a las características de continuo cambio de las organizaciones en la actualidad. El D.O. es una estrategia que implica la reestructuración de los sistemas tradicionales de la organización y que lleva implícita la idea de participación y desarrollo de los recursos humanos en las empresas. Esto implica una relación de colaboración entre los agentes de cambio (profesionales altamente preparados) y la empresa.

#### Administración Japonesa (Teoría " Z ").<sup>24</sup>

La teoría Z forma parte de un grupo de teorías gerenciales, las cuales se originan como resultado de la concepción que sobre sus subordinados tienen los gerentes en el Japón. Esta teoría plantea que se consigue una mayor productividad al implicar a los trabajadores en el proceso de la empresa. Los fundamentos en los que se basa son: La confianza, la sutileza y la colaboración en equipo. La teoría Z implica un conjunto de valores humanizados, entre los cuales pueden citarse los empleos a largo plazo, la participación total en las decisiones y las relaciones personales estrechas. Su principal exponente es William G. Ouchi.

#### Círculos de calidad.<sup>25</sup>

Es un estilo de dirección que hace participar a los trabajadores tanto en la toma de decisiones, como en el mejoramiento de la calidad. Un círculo de calidad es un grupo de trabajadores que tiene un área de responsabilidad de trabajo, en la cuál ellos estudian y analizan los problemas que surgen para ayudar a resolverlos, generando además la información de control necesaria para ello. Su principal exponente es el doctor Ishikawa.

<sup>22</sup> Chiavenato Idalberto, Introducción a la Teoría General de la Administración, Editorial Mc Graw-Hill, 3a. Edición, México 1994.

<sup>23</sup> Münch Galindo, Grefa Martínez, Fundamentos de Administración, Editorial Trillas, 3a. Edición, México 1985.

<sup>24</sup> Idem.

<sup>25</sup> Heyel Carl, Enciclopedia de Gestión y Administración de Empresas MANAGEMENT, Editorial Grijalbo, 3a. Edición, Tomo Dos.

## LA ADMINISTRACION EN MEXICO. <sup>26</sup>

En México la administración se ha dado como un fenómeno cultural como muchos otros, ajenos realmente a la estructura y a las necesidades mismas del país; se introduce artificialmente para cumplir con los objetivos y con las necesidades de las grandes empresas transnacionales que actúan en países como el nuestro, donde no se le dedica un análisis y desarrollo de técnicas y herramientas administrativas adecuadas a las organizaciones nacionales, cuyas características y problemas son muy diferentes a las de éstas empresas.

Los principales exponentes y autores de obras reconocidas han sido:

### FRANCISCO LARIS CASILLAS

Su principal obra es " Administración Integral " y propone el proceso administrativo de la siguiente manera:

**Planeación:** Determinación de lo que va a hacerse, incluyendo decisiones de importancia.

**Organización:** Es el agrupamiento de las actividades necesarias para realizar los planes a través de unidades administrativas.

**Integración:** Consiste en la obtención para uso de la empresa del capital, del personal ejecutivo, terrenos, y demás elementos materiales y humanos para llevar a cabo los planes.

**Dirección:** Es la expedición de instrucciones, indicación de los planes a los responsables de efectuarlos, establecimiento de la relación personal diaria entre jefe y subordinado.

**Control:** Consiste en medir la operación para que resulte conforme a los planes o lo más cerca posible de ellos.

Define los atributos generales de la administración como son:

---

<sup>26</sup> Ríos Szalay Adalberto, Paniagua Aduna Andrés, Orígenes y Perspectivas de la Administración. Editorial Trillas, 2a Edición, México 1990

- a) Autoridad.- Es poder sobre otros o para dirigir a otros para que realicen determinadas actividades.
- b) Responsabilidad.- Es la obligatoriedad aplicable a la realización de una actividad.
- c) División del trabajo.- Desglose de tareas y actividades para la realización de un trabajo.
- d) Especialización.- Grado de perfeccionamiento de un trabajo.
- e) Estandarización.- Aplicación de estándares de desempeño para medir la productividad.
- f) Centralización y Descentralización.- Concentración de la autoridad y responsabilidad en un solo puesto  
 Coordinación <sup>27</sup>.- Sincronización de esfuerzos para el logro de un objetivo común.

#### AGUSTIN REYES PONCE

Sus títulos principales son: Administración de empresas, Análisis de puestos, Administración de personal y Administración por objetivos.

Nos describe las características de la administración :

Universalidad.- Se da donde quiera que exista un organismo social

Especificidad.- La administración es específica y distinta de los que la acompañan.

Unidad temporal.- El proceso administrativo es único y por lo mismo en todo momento de la vida de una empresa se está dando en mayor o menor grado todos o la mayor parte de sus elementos.

Unidad jerárquica.- Todos cuantos tienen carácter de jefes en un organismo social, participan en distintos grados y modalidades de la misma organización.

Su proceso administrativo lo propone de la siguiente manera:

- a) Previsión.- Implica la idea de anticipar en cuanto a los acontecimientos y situaciones.
- b) Planeación.- Consiste en fijar el curso concreto de acción.
- c) Organización.- Es la estructuración técnica entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos.
- d) Integración.- Consiste en obtener y articular los elementos materiales y humanos para el adecuado funcionamiento del organismo social.
- e) Dirección.- El elemento de la realización efectiva de todo lo planeado.
- f) Control.- Es la medición de los resultados actuales y pasados con relación con los pasados.

---

<sup>27</sup> Idem., págs. 161, 166.

JOSE ANTONIO FERNANDEZ ARENA

Los libros de mayor interés que realizó son: El proceso administrativo y la introducción a la administración.

El proceso administrativo que él propone consta de 3 grandes etapas:

Planeación- Implementación- Control.

Sin duda su esquema del proceso administrativo cumple con una tarea importante: Reduce a la expresión más simple el proceso racional del trabajo; pensar algo ( Planeación), hacerlo (Implementación) y evaluar los resultados, a fin de hacerlo cada vez mejor (Control).

Conocidos los rasgos más importantes de la historia de la administración y su desarrollo en nuestro país, pasaremos a un punto que consideramos importante por tener que ver con la vida misma de la empresa, lo que es la constitución de la misma, la cual puede ser de diferentes maneras, además de los diferentes requisitos que necesita cubrir para estar jurídicamente establecida y así poder laborar sin ningún contratiempo que afecte las actividades propias de la empresa.



## CONSTITUCION DE UNA EMPRESA.

Para que una empresa pueda desempeñar sus funciones sin tener ningún problema jurídico, además de asegurar tanto el patrimonio de la misma como de los socios, es recomendable que esta sociedad esté formalizada conforme a la Ley y tenga una personalidad distinta a la de las personas que la forman, lo que además de ser una garantía, es la mejor forma de evitar contratiempos posteriores que afecten a los socios y a la empresa.

De acuerdo con nuestro derecho, la sociedad nace o surge a la vida jurídica como consecuencia de un contrato. La sociedad mercantil es el resultado de una declaración contractual.

El Lic. de Pina Vara señala: " opino pues, que la sociedad mercantil- en el estado actual de nuestra legislación- encuentra su origen en un contrato, nace de un contrato"<sup>28</sup>

La forma ideal de constitución de una empresa dependerá :

1. De los objetivos que persiga
2. De la capacidad económica
3. Asesoría adecuada

Los tipos de sociedades tratándose de personas morales son:

- ◊ Sociedad en Nombre Colectivo
- ◊ Sociedad en Comandita Simple
- ◊ Sociedad en Comandita por Acciones
- ◊ Sociedad en Responsabilidad Limitada
- ◊ Sociedad en Anónima
- ◊ Sociedad Cooperativa

## SOCIEDAD EN NOMBRE COLECTIVO

"Es aquélla que existe bajo una razón social en la que todos los socios responden de modo subsidiario (que se da accesorialmente para ayudar a otra cosa), ilimitada y solidariamente de las obligaciones sociales",<sup>29</sup>

<sup>28</sup> De Pina Vara. Rafael, "Derecho Mercantil Mexicano", Editorial Porrúa, Edición 23, 1992, México.

<sup>29</sup> Art. 25 Ley General de Sociedades Mercantiles

En este caso la razón social queda formada con el nombre de uno o varios socios y se le añadirán las palabras "y compañía" u otras equivalentes, además en el contrato podrá pactarse que a la muerte de los socios la sociedad continúe con sus herederos.<sup>30</sup>

#### SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE

Esta sociedad, es la que existe bajo una razón social y se compone de uno o varios socios comanditados que responden de manera subsidiaria, ilimitada y solidariamente de las obligaciones sociales y de uno o varios socios comanditarios que únicamente están obligados al pago de sus aportaciones.<sup>31</sup>

La razón social queda formada con los nombres de uno o varios comanditados seguidos de la palabra "y compañía" u otras equivalentes, cuando en ella no figuren el de todos, invariablemente se agregarán a la razón social, las palabras "en Sociedad en Comandita" o las siglas "S. en C".

#### SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Es la que se constituye entre socios que solamente están obligados al pago de sus aportaciones, sin que las partes sociales puedan estar representadas por títulos negociables (acciones) a la orden o al portador, pues sólo serán cedibles en los casos y con los requisitos que establezca la Ley General de Sociedades Mercantiles.

Este tipo de sociedad existe bajo una denominación o razón que se forma con el nombre de uno o más socios y con las abreviaturas "S. de R.L."

Las características de este tipo de sociedad son:

- ◊ No tendrán más de 25 socios
- ◊ El capital no debe ser inferior a N\$ 5,000.00
- ◊ El aumento de capital nunca se podrá llevar a cabo mediante suscripción pública.

---

<sup>30</sup> Art. 32 Idem

<sup>31</sup> Art 51 Idem

## SOCIEDAD ANONIMA

Es la que existe bajo una denominación y se compone exclusivamente de socios cuya obligación se limita al pago de sus acciones. La denominación se forma libremente, pero diferente a la de cualquier otra sociedad y que al momento de emplearse, debe ir seguida de las palabras Sociedad Anónima o de las abreviaturas "S.A."<sup>32</sup>

Los requisitos para formar este tipo de sociedad se establecen en el artículo 89 de la L.G.S.M. :

- ◊ Que haya 2 socios como mínimo y que cada uno suscriba por lo menos una acción.
- ◊ Que el capital social no sea menor de NS 50,000.00 y que esté íntegramente suscrito.<sup>33</sup>
- ◊ Que se exhiba el dinero 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 con bienes distintos del monetario.

La Sociedad Anónima se puede constituir por la comparecencia ante un notario o por suscripción pública, el acta constitutiva deberá contener:

- I. Nombres, nacionalidad y domicilio de las personas físicas o morales que constituyan la sociedad.
- II. El objeto de la sociedad
- III. Su razón social o denominación
- IV. Su duración.
- V. El importe del capital social.
- VI. La expresión de lo que cada socio aporte en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y el criterio seguido para su valorización. Cuando el capital sea variable, así se expresará, indicándose el mínimo que se fije.
- VII. Domicilio de la sociedad.
- VIII. La manera conforme a la cual haya de administrarse la sociedad y las facultades de los administradores.
- IX. El nombramiento de los administradores y la designación de los que han de llevar la firma social.

<sup>32</sup> Art 88 Ibidem.

<sup>33</sup> Art. adicionado conforme al decreto publicado en el D.O.F. del 11/VI/92

- X. La manera de hacer la distribución de las utilidades y pérdidas entre los miembros de la sociedad.
- XI. El importe del fondo de reserva .
- XII. Los casos en que la sociedad haya de disolverse anticipadamente.
- XIII. Las bases para practicar la liquidación de la sociedad y el modo de proceder a la elección de los liquidadores cuando no hayan sido designados anticipadamente.

Todos los requisitos a que se refiere este artículo (Art. 6o L.G.S.M.) y las demás reglas que se establezcan en la escritura sobre organización y funcionamiento de la sociedad constituirán los estatutos de la misma.

Además de los datos requeridos por el artículo 6o. L.G.S.M., la escritura constitutiva deberá contener:

- I. La parte exhibida del capital social
  - II. El número, valor nominal y naturaleza de las acciones en que se divide el capital social, salvo lo dispuesto en el 2o. párrafo de la fracción IV del artículo 125 ( "El importe del capital social, en número total y el valor normal de las acciones... Cuando así lo prevenga el contrato social, podrá omitirse el valor nominal de las acciones, en cuyo caso se omitirá el importe del capital social..")
  - III. La forma y términos en que debe pagarse la parte insoluta de las acciones
  - IV. La participación en las utilidades concedidas a los fundadores
  - V. El nombramiento de uno o varios comisarios
- Las facultades de la asamblea general y las condiciones para la validez de sus deliberaciones, así como para el ejercicio del derecho de voto, en cuanto a las disposiciones legales pueden ser modificadas por la voluntad de los socios.

Podemos decir que un acta constitutiva es un contrato por medio del cual los socios se comprometen a realizar una serie de actividades y aportaciones de capital para constituir una sociedad que se dedicará a un giro y actividad determinadas; para lo cual se debe protocolizar por medio de un notario público que le dará la fe pública que se requiere.

Conocidos los diferentes tipos de sociedades y sus requisitos consideramos que la sociedad anónima es la más viable, por ofrecer muchas más ventajas que los otros tipos de sociedades.

## DIAGNOSIS DE LA ORGANIZACION

Cuando iniciamos en la empresa encontramos las siguientes características :

La administración se encontraba sin los controles necesarios, no contaba con la estructura organizacional definida, por lo cual no contaba con la división del trabajo necesaria para desempeñar sus labores eficientemente; no había contratos de trabajo ni para los trabajadores de la empresa ni para los staff, por lo cual se suscitaban problemas de control en los pagos de nómina y honorarios, además de no tener los trabajadores de base las prestaciones tales como: IMSS, INFONAVIT, SAR, AGUINALDO, VACACIONES, PRIMA VACACIONAL, ni en sus pagos se retenían los impuestos. El proceso de contratación de cada evento se hacía cada vez mas complicado por la falta de manejo adecuado en los archivos y documentos necesarios, lo que perjudicaba la rapidez de la contratación; así se optó por introducir un sistema de cómputo que permitiera agilizar este problema y no perder eventos por la falta de agilidad en la información.

Entre otras cosas encontramos que:

No existía un organigrama dentro de la empresa, por lo tanto, no se contaba con una descripción de puestos  
No había un reglamento interno de trabajo  
No tenían contratos para los empleados de staff.  
No contaban con un control de la información a mandar al despacho de contadores.  
Los requerimientos técnicos estaban mal estructurados.  
No existía un contrato de exclusividad con el artista (proveedor).

Así, podemos decir que la empresa estaba mal estructurada, no poseía la base técnica necesaria para poder establecer una división jerárquica lo suficientemente sólida para enfrentar el trabajo de manera adecuada.

En base a lo anterior definiremos el objetivo del trabajo y posteriormente pasaremos a proponer la reestructuración de la empresa.

El objetivo principal de esta investigación, es la de orientar y dar la pauta necesaria para la creación, actualización y administración de una empresa de servicios; pero de manera particular, esta orientada hacia un campo poco explorado como lo es el medio artístico musical en México. "Porque en México, particularmente y por desgracia, existe una carencia enorme de fabricantes, representantes y hacedores de estrellas (artistas exitosos), de gente que maneje adecuadamente la carrera del artista".<sup>4</sup>

Para lograr el objetivo planeado, intentamos:

- ⇒ Proporcionar una guía para constituir una empresa de tales características.
- ⇒ Dar de alta a la empresa en los puntos más importantes de la legislación en nuestro país.
- ⇒ Mostrar algunos formatos y especificaciones técnicas sobre contrataciones tanto de personal como de los eventos artísticos.
- ⇒ Además, claro esta, de dar una estructura administrativa a la empresa con su respectivo análisis.
- ⇒ Estudio de funciones de cada puesto que la integra.

Así pretendemos presentar una nueva área de desempeño de sus actividades del Licenciado en Administración, poco explorada por nuestros profesionistas.

Además pretendemos dar una guía a las personas que deseen iniciar una empresa, así ofrecer los principales puntos a cubrir en el momento de la creación de una empresa; pero de manera especial pretendemos dejar una base para futuras investigaciones administrativas sobre esta área de actividad humana que no se ha contemplado como tal dentro de nuestra casa de estudios.

---

<sup>4</sup> Aviña Rubén, Cómo se hace una Estrella, Editorial Grijalbo, México 1994, pág.12

## PROPUESTA DE REORGANIZACION

Para comenzar es necesario protocolizar a la empresa, para ésto es necesario escoger un tipo de sociedad mercantil, por lo tanto el tipo de sociedad mercantil que se recomienda es la sociedad anónima. Por que permite obtener la colaboración económica de un gran número de individuos, cada uno de los cuales, ante la perspectiva de una razonable ganancia, no teme a arriesgar una porción de su propio patrimonio, que unida a la de otros llega a constituir una masa de bienes de la magnitud requerida por la empresa que se va a crear, y que por formar un patrimonio distinto del de los socios resulta independiente por completo de la vida de ellos. Por otra parte la fácil negociabilidad del título que representa la aportación del socio (la acción), le permite considerarlo como un elemento líquido de su patrimonio, que puede convertirse en dinero. Y para los terceros que contratan con la sociedad es una garantía económica de gran interés; de un patrimonio que sólo responde de las deudas sociales; de este modo las obligaciones contraídas por ella tienen la adecuada garantía en el patrimonio social que nunca se verá gravado.

La sociedad anónima de capital variable se recomienda por que el monto del capital social puede alterarse sin modificar la escritura constitutiva.

El capital puede ser susceptible de aumento por aportaciones posteriores de los socios o por admisión de nuevos socios y de disminución de dicho capital por retiro parcial o total de las aportaciones, sin más formalidades que las establecidas por la ley.

“Así, en el acta constitutiva se deben especificar las condiciones que se fijen tanto para el aumento como para la disminución del capital social. El aumentar o disminuir el capital es de acuerdo con las necesidades de la empresa, lo que es sumamente útil en negocios de carácter marcadamente estacional o de temporada”.<sup>35</sup> Consideramos que una empresa de servicios dedicada al espectáculo, esta afectada por diversos factores externos ( medio ambiente, competencia, gustos y preferencias del cliente. ) lo que hace que su actividad sea de manera estacional o temporal.

---

<sup>35</sup> Soto Alvarez Clemente, *Prontuario de Derecho Mercantil*, Editorial Limusa S.A., edición 1981, pág 198.

## EJEMPLO DEL ACTA CONSTITUTIVA

Se requiere obtener un permiso especial ante la Secretaría de Relaciones Exteriores para la creación de una sociedad, la cual se debe de llevar ante notario público para la elaboración del acta constitutiva; teniendo en cuenta que el capital sea 100% mexicano. Después del protocolo notarial, catastral se anexa lo siguiente:

ARTICULO 1.- La denominación social "Producciones. X," se usará seguida de las palabras Sociedad Anónima de Capital Variable, o de su abreviatura S.A. de C.V. (La sociedad anónima de capital variable se recomienda por que el monto del capital social puede alterarse sin modificar la escritura constitutiva).

ARTICULO 2.- La sociedad tiene por objeto:

- 1.- La Representación artística de personas físicas o morales, nacionales o extranjeras, en radio, cine, teatro, televisión, video-cine, variedades, centro nocturno, doblaje, modelaje, teatro, fotonovela, comerciales, castings, promocionales, especiales, conciertos, palenques, eventos artísticos masivos, y todo lo relacionado con el espectáculo.
- 2.- Realización de producciones; cinematográficas, televisivas, video-films, teatrales, giras artísticas, palenques, centros nocturnos, variedades, conciertos, corto metraje, campañas publicitarias y relaciones públicas en dichos medios.
- 3.- Planeación y elaboración de guiones cinematográficos, teatrales y de televisión.
- 4.- Desarrollo y producción que incluya todo lo concerniente a dirección escénica, fotográfica, equipo de alumbrado y fotografía, equipo de tramoya, producción, sonorización de películas, producción cinematográfica, asistencia en la dirección escénica, edición de películas y obras de teatro.
- 5.- Corto metraje, comerciales y largos metrajes para explotación artística para comercial o con fines educativos.
- 6.- Elaboración de películas educativas de todo tipo.
- 7.- Supervisión y asesoría técnica en todas éstas ramas.
- 8.- Distribución y exhibición de películas.
- 9.- Compraventa, alquiler y renta de películas.
- 10.- Alquiler, diseño y construcción de salas de exhibición.
- 11.- Importación y exportación de películas vírgenes, filmadas o procesadas.
- 12.- Contratación y representación de artistas.
- 13.- Servicios relacionados con alquiler de equipo propio de filmación a otras compañías.



- 14.- Producción y distribución de fotos fijas, de carácter publicitario para promoción de películas.
- 15.- Foto fija de carácter comercial, promocional y publicitario.
- 16.- La industria de cine, radio, televisión y teatro.
- 17.- La fotografía en general.
- 18.- La realización de todo acto y la celebración de todo contrato tendiente al logro de los fines sociales.
- 19.- Y en general a toda la actividad relacionada con el negocio del espectáculo y con la diversión.
- 20.- Producción y distribución de artículos relacionados directa o indirectamente con el proveedor.

Por lo que enunciativa y no limitativamente la sociedad podrá:

- I.- Ejecutar toda clase de actos de comercio pudiendo comprar, vender, importar y exportar toda clase de artículos y mercancías relacionadas con el objeto anterior.
- II.- Elaborar toda clase de productos relacionados con su objeto.
- III.- Adquirir por cualquier título, patentes, marcas industriales, nombres comerciales y cualquier otro tipo de derechos de propiedad industrial, literaria o artística.
- IV.- Obtener por cualquier título, concesiones, permisos, autorizaciones o licencias, así como celebrar toda clase de contratos relacionados con el objeto anterior, con la administración pública, federal o local
- V.- Comprar, vender o recibir a cualquier título, acciones, bonos, obligaciones y valores de cualquier clase y hacer respecto a ellos toda clase de operaciones.
- VI.- Emitir, girar, endosar, aceptar, avalar, descontar, y suscribir toda clase de títulos.
- VII.- Adquirir partes sociales.
- VIII.- Aceptar o conferir toda clase de comisiones mercantiles y mandatos.
- IX.- Adquirir toda clase de bienes muebles e inmuebles, derechos reales y personales.
- X.- Contratar al personal necesario.
- XII.- Otorgar avales y obligarse solidariamente así como constituir garantías a favor de terceros.

Artículos siguientes: Se tiene que especificar el domicilio de la empresa, la duración de la sociedad, el capital social mínimo, el número de acciones emitidas, el número de socios, La integración del consejo administrativo, designando al presidente, secretario del mismo, tesorero y director general, así como a su administrador, y las facultades de cada uno de ellos.<sup>46</sup>

---

<sup>46</sup> Arts. 6 y 142-163 L.G.S.M.

## MARCO LEGAL

Toda empresa debe tener una serie de permisos y estar registrada ante varias autoridades gubernamentales, las cuales deben estar de manera legal para poder empezar sus actividades para las cuales fue creada; entre otros tenemos:

El artículo 16 del Código de Comercio indica que todos los comerciantes por el hecho de serlo están obligados:

I. A la publicación por medio de prensa, de la calidad mercantil con sus circunstancias esenciales, y, en su oportunidad, de las modificaciones que se adopten;

Art. 17.- Los comerciantes tienen el deber de:

A) Participar su apertura del establecimiento o despacho de su propiedad. Por los medios de comunicación que sean idóneos, en las plazas en que tengan domicilio, sucursales, relaciones o corresponsales mercantiles; esta obligación dará a conocer el nombre del establecimiento o despacho, su ubicación y objeto; si hay persona encargada de su administración, su nombre y firma; si hay compañía su naturaleza, la indicación del gerente o gerentes, la razón social o denominación y la persona o personas autorizadas para usar una u otra, y la designación de las casas, sucursales o agencias si las hubiere;

B) De dar parte, en igual forma, de las modificaciones que sufra cualquiera de las circunstancias antes referidas.

II. A la inscripción en el Registro Público de Comercio de los documentos cuyo tenor y autenticidad deben hacerse notorios;

Art. 18.- El registro de comercio se llevará en las cabeceras del partido o distrito judicial del domicilio del comerciante por las oficinas encargadas del Registro Público de la Propiedad.

Art. 21.- En la hoja de inscripción de cada comerciante o sociedad se anotarán :

I. Nombre o Razón Social

II. Clase de comercio u operaciones a las que se dedique.

III. Fecha en que deba o haya comenzado sus operaciones.

IV. El domicilio y en su caso especificación de las sucursales que hubiere establecido.

V. Las escrituras de constitución de sociedad mercantil

VI. El acta de la primera junta general y documentos anexos a ella.  
Los poderes generales y nombramientos conferidos a gerentes

III. A mantener un sistema de contabilidad conforme al artículo 33 del Código de Comercio que nos expresa lo siguiente:

El comerciante está obligado a llevar y mantener un sistema de contabilidad adecuado. Este sistema podrá llevarse mediante los instrumentos, recursos y sistemas de registro y procesamiento que mejor se acomoden a las características particulares del negocio, pero en todo caso deberá satisfacer los siguientes requisitos como mínimos:

- A) Permitirá identificar las operaciones individuales y sus características, así como conectar dichas operaciones individuales con los documentos comprobatorios originales de las mismas;
- B) Permitirá seguir la huella desde las operaciones individuales a las acumulaciones que den como resultado las cifras finales de las cuentas y viceversa;
- C) Permitirá la preparación de los estados que se incluyan en la información financiera del negocio;
- D) Permitirá conectar y seguir la huella entre las cifras de dichos estados, las acumulaciones de las cuentas y las operaciones individuales;
- E) Incluirá los sistemas de control y verificación internos necesarios para impedir la omisión del registro de operaciones, para asegurar la corrección de las cifras resultantes.

IV. A la conservación de la correspondencia que tenga relación con el giro del comerciante.

Art. 47.- Los comerciantes están obligados a conservar debidamente archivadas las cartas, telegramas, y otros documentos que reciban en relación con sus negocios o giro, así como copias de las que expidan por un período de 10 años.

### Registro Federal de Contribuyentes:

Según el Código Fiscal de la Federación toda empresa tiene la obligación de inscribirse en el Registro Federal de Contribuyentes.

Art. 27.- Las personas morales, así como las personas físicas que deban presentar declaraciones periódicas o que estén obligadas a expedir comprobantes por la actividad que realicen, deberán solicitar su inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes de la S.H. y C.P. y proporcionar la información relacionada con su identidad, su domicilio y en general sobre su situación fiscal, mediante los avisos que se establecen en el reglamento de este código.

### Registro IMSS.

Para el cumplimiento de las obligaciones impuestas por la Ley General del Seguro Social, es necesario que el contribuyente se inscriba en dicho Instituto según el Art. 19. de la ley del Seguro Social.

Art. 19.- Los patrones están obligados a :

- I. Registrarse e inscribir a sus trabajadores en el IMSS, comunicar sus altas y bajas, las modificaciones de su salario, y de los demás datos que señalen esta ley y sus reglamentos, dentro de plazos no mayores de 5 días.
- II. Llevar registro de sus trabajadores, tales como nóminas y listas de raya, y conservarlos durante los 5 años siguientes a su fecha, haciendo constar en ellos los datos que exijan los reglamentos de la presente ley.
- III. Enterar al IMSS el importe de las cuotas obrero patronales;
- IV. Proporcionar al Instituto los elementos necesarios para precisar la existencia, naturaleza y cuantía de las obligaciones a su cargo establecidas por esta ley , decretos y reglamentos respectivos;
- V. Facilitar las Inspecciones y visitas domiciliarias que practique el Instituto, las que se sujetarán a lo establecido por esta ley, sus reglamentos y el Código Fiscal de la Federación; y
- VI. Cumplir con las demás disposiciones de esta ley y sus reglamentos.

## REGISTRO SANITARIO

Independientemente del giro o actividad a que se dedique el contribuyente, debe obtenerse la licencia sanitaria para llevar a cabo su actividad correspondiente, y a este respecto el artículo 394 del Código Sanitario señala que:

“ Los establecimientos industriales, comerciales o de servicios requieren para su funcionamiento de licencia sanitaria ”.

## INFONAVIT

De conformidad con los artículos 29 y 31 de la Ley del Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores y primero del reglamento para efectuar y enterar descuentos al propio Instituto, los patrones tienen la obligación de inscribirse e inscribir a sus trabajadores, así como dar aviso de altas, bajas, modificación de salario, y de descontar a sus trabajadores de sus salarios integrados la cantidad que se destine al pago de abonos para cubrir préstamos otorgados por el Instituto, y los demás datos que establece la ley.

### Art. 29.- OBLIGACIONES DE LOS PATRONES

Son obligaciones de los patrones:

- I. Proceder a inscribirse e inscribir a sus trabajadores el Instituto y dar los avisos a que se refiere el artículo 31 de esta ley;
- II. Efectuar las aportaciones al Fondo Nacional de Vivienda en Instituciones de crédito para su abono en la subcuenta del fondo Nacional de la Vivienda de las cuentas individuales del sistema de ahorro para el retiro abiertas a nombre de los trabajadores en términos de la presente Ley y sus reglamentos así como en lo conducente, conforme a lo previsto en la Ley del Seguro Social y en la Ley Federal del Trabajo. Estas aportaciones son gastos e previsión de las empresas. A fin de que las Instituciones de crédito puedan individualizar dichas aportaciones, los patrones deberán proporcionar a las mismas, información relativa a cada trabajador, en la forma y con la periodicidad que al efecto determine la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, y

III. Hacer los descuentos a los trabajadores en sus salarios, conforme a lo previsto en los artículos 97 y 110 de la Ley Federal del Trabajo, que se destinen al pago de abonos para cubrir préstamos otorgados por el Instituto y a la administración, operación y mantenimiento de los conjuntos habitacionales, así como enterar el importe de dichos descuentos en la forma y términos que establecen esta Ley y sus Reglamentos.

Para efectos de esta Ley se entenderá por subcuenta de vivienda, a la subcuenta a que se refiere la fracción II del presente artículo.

Art. 31.- Para la inscripción de los patrones y de los trabajadores en el Instituto, se tomarán como base los padrones fiscales, en los términos que fije el instructivo que al efecto expida el Consejo de Administración, dicho instructivo señalará la forma en que los patrones se inscribirán e inscribirán a sus trabajadores, y determinará los avisos que deban darse sobre altas y bajas de trabajadores, las modificaciones de salarios y demás datos necesarios al Instituto para el cumplimiento de sus fines.

## LEY FEDERAL DEL TRABAJO

Regula las relaciones de trabajo comprendidas en el artículo 123 apartado "A" de la Constitución Mexicana<sup>37</sup>. Por tanto, se debe tener un contrato de trabajo por cada trabajador, con el fin de proteger los intereses del trabajador y del patrón ante las autoridades competentes.

Art. 1 LFT.- La presente Ley es de observancia general en toda la República y rige las relaciones de trabajo comprendidas en el artículo 123 apartado "A" de la Constitución.

Art. 2 LFT.- Las normas de trabajo tienden a conseguir el equilibrio y la justicia social en las relaciones de trabajadores y patrones.

## SECRETARIA DEL TRABAJO Y PREVISION SOCIAL

La relación de la empresa en la S.T. y P.S. establece que:

"Todo trabajador tiene derecho a que su patrón le proporcione capacitación y adiestramiento de su trabajo, que le permita elevar su nivel de vida y productividad, conforme a los planes y programas formulados en común acuerdo, por el patrón y el sindicato, o sus trabajadores y aprobados por la S.T. y P.S."<sup>38</sup>

<sup>37</sup> Art. 123 Apartado "A" de la Constitución Mexicana, Editorial Porrúa, 1994

<sup>38</sup> Revista Emprendedores, vol. VII Núm. 22, Sept- Oct 1993, "Marco Jurídico de la Empresa comercial en México", María Oralia Casasola y Pedro Amador Palma. pág. 23

Para dar cumplimiento a la obligación a lo que anteriormente se establece:

“Los patrones podrán convenir con los trabajadores, que clase de capacitación o adiestramiento se debe proporcionar y si ésta será dentro de la misma empresa o fuera de ella”.<sup>39</sup>

#### SISTEMA DE AHORRO PARA EL RETIRO

Este impuesto (2%) se retiene por parte del patrón abonándose a una cuenta bancaria de la preferencia de cada trabajador, siendo así un derecho de éste con la finalidad de recibir una pensión al momento de jubilarse. Por tal motivo, se debe registrar tanto el patrón como el trabajador.

#### LEY DE PROPIEDAD INDUSTRIAL (MARCAS Y PATENTES)

Las marcas son signos visibles que distinguen productos o servicios de otros de su misma clase o especie en el mercado. Su uso exclusivo se obtiene mediante registro ante la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial. La creación de otra marca requiere de un nuevo registro. La duración de una marca será de diez años y podrán renovarse por períodos de la misma duración. En caso de no usarse durante tres años consecutivos, la marca caducará su registro, salvo causa justificada.

Se denomina patente al privilegio de explotar en forma exclusiva un invento o sus mejoras. Recibe también ese nombre el documento expedido por el Estado, en el que se reconoce y confiere tal derecho de exclusividad. Los requisitos para que patentar son: a) novedad, b) actividad inventiva, c) aplicación industrial.

#### USO DEL SUELO

El uso del suelo se divide en 2 partes que con uso habitacional: el cual se define en casa habitación, ya sean departamentos o casa el siguiente es el uso del suelo industrial y comercial.

---

<sup>39</sup> Idem, pág. 23

## 1.- USO DE SUELO COMERCIAL

Constancia de uso del suelo, la cual se otorga en los artículos 2, 7, 8, 9, 10, 11, 19, 20, 27 y 28 de la Ley de Desarrollo Urbano; 18 del Reglamento de Planes Parciales; 11, 14, 40, 41, 43 del reglamento de zonificación 3 y 4 del Reglamento del Plan Director para el Desarrollo Urbano; y el 2 del Reglamento Interno del Departamento del Distrito Federal.

- a) Licencia y uso del suelo, la cual se basa en el artículo 2 del Reglamento para el funcionamiento de Establecimientos Mercantiles y Espectáculos públicos.

Artículo 2, VI licencia: autorización que otorga el departamento una vez cumplidos los requisitos administrativos para que una persona física o moral, pueda operar un establecimiento mercantil.

### Requisitos:

- 1.- Solicitud original y tres copias
- 2.- Alineamiento y número oficial vigente en original y copia
- 3.- Licencia del uso de suelo (si el caso lo requiere en original y copia)
- 4.- Licencia de planos anteriores autorizados (original)
- 5.- Proyecto arquitectónico (dos tantos)
- 6.- Memoria descriptiva del proyecto (original y copia)
- 7.- Firma y registro Director Responsable de Obra (DRO)

Los trámites antes mencionados se realizan en la delegación correspondiente, donde se ubica la empresa.

Como podemos ver, los trámites, permisos y requisitos que tiene que cubrir una empresa para poder desarrollar sus actividades conforme a las leyes, son complicados y un poco tardíos, pero que sin ellos se puedan crear varios conflictos que pueden provocar que la misma no logre sus objetivos, por tal motivo es recomendable que cumpla con ellos en la brevedad posible para evitarse contratiempos y gastos innecesarios.



## ORGANIZACION DE LA EMPRESA

Como toda entidad, la empresa debe tener una organización para poder determinar los niveles jerárquicos, los niveles de autoridad, las líneas de comunicación, y en general, darle una estructura de la misma; es decir, darle una estructura organizacional para que se puedan desarrollar las diferentes actividades por medio de la división del trabajo.

En la actualidad existen varios tipos de organización, por ejemplo:

- ⇒ la funcional,
- ⇒ lineal, staff,
- ⇒ lineal-funcional,
- ⇒ lineal-staff, matricial, y
- ⇒ de comités.

Para poder organizar a la empresa conforme a alguno de cualquiera de los tipos antes mencionados, se necesita conocer las actividades a realizar y por consiguiente lograr satisfactoriamente los objetivos de la misma.

“La autoridad lineal o de línea es la relación mediante la cual un jefe ejerce una supervisión directa sobre un subordinado”.<sup>40</sup>

“Por esto surge el principio escalar : Cuanto más clara sea la línea de autoridad entre el puesto más alto de la administración de una empresa y cada uno de los puestos subordinados, mayor será la claridad de la responsabilidad sobre la toma de decisiones y mayor la efectividad de las comunicaciones dentro de la organización”.<sup>41</sup>

“La organización funcional consiste en dividir el trabajo y establecer la especialización de manera que cada hombre, desde el gerente hasta el último subordinado ejecuten el menor número posible de funciones; por tal motivo propicia la especialización”.<sup>42</sup>

---

<sup>40</sup> Harol Koontz, Cyril o Donnel, Heinz Wehrich Elementos de Administración Mc Graw Hill 1988 México pag 238

<sup>41</sup> Idem pág 237

<sup>42</sup> Minch Galindo, García Martínez, Fundamentos de Administración, Editorial Trillas, 3a. Edición, México 1985. pág.125.

“ La organización lineal-funcional es la que combina los dos tipos anteriores de organización, aprovechando la autoridad y responsabilidad de un solo jefe para cada función, las líneas de comunicación y la especialización de cada actividad en esa función. Es el tipo de organización más aplicado en la actualidad”.<sup>43</sup>

“ La organización staff surge como consecuencia de las grandes empresas y del avance de la tecnología, lo que origina la necesidad de contar con ayuda en el manejo de los detalles, y de contar con especialistas que proporcionen información experta y de asesoría a los departamentos de línea. No disfruta de autoridad por lo general existe combinado con alguno de los tipos de organización antes mencionados”.<sup>44</sup>

La naturaleza de la relación staff es de asesoría. La función de las personas que ocupan puestos meramente staff consiste en buscar, investigar, analizar y dar asesoría a los directivos de línea de quienes dependen.<sup>45</sup>

“ La organización lineal-staff es la combinación de las organizaciones lineal y staff; en ella existen órganos de línea ( de ejecución) y de asesoría (de apoyo y consultoría) manteniendo relaciones entre sí. Los órganos de línea se caracterizan por la autoridad lineal, mientras que los órganos staff prestan asesoría y servicios especializados”.<sup>46</sup>

En base a la anterior explicación podemos decir que la empresa tiene una organización lineal-funcional, por estar distribuida en áreas funcionales básicas para la operación de la misma, ya que representa con mayor facilidad la jerarquía, la autoridad, la responsabilidad y la dependencia de un área con otra y con los puestos descritos.

Pero también cuenta con líneas staff, las cuales representan a los técnicos especializados y al personal profesional que se requiere para cada espectáculo que no es parte de la empresa. “Una unidad organizativa de servicio o Staff, es toda aquella que ayuda a que la unidad lineal (operativa) realice su trabajo, pero interviene indirectamente en él. Así, hay servicio staff de Asesoramiento.

---

<sup>43</sup> Idem. pág.126,128.

<sup>44</sup> Ibidem. pág.128

<sup>45</sup> Harold Koontz. Cyril o Donnel, Heinz Wehrlich Elementos de Administración Mc Graw Hill 1988 México pág 238

<sup>46</sup> Chiavenato Idalberto. Introducción a la Teoría General de la Administración. Editorial Mc Graw-Hill, 3a Edición, México 1994.

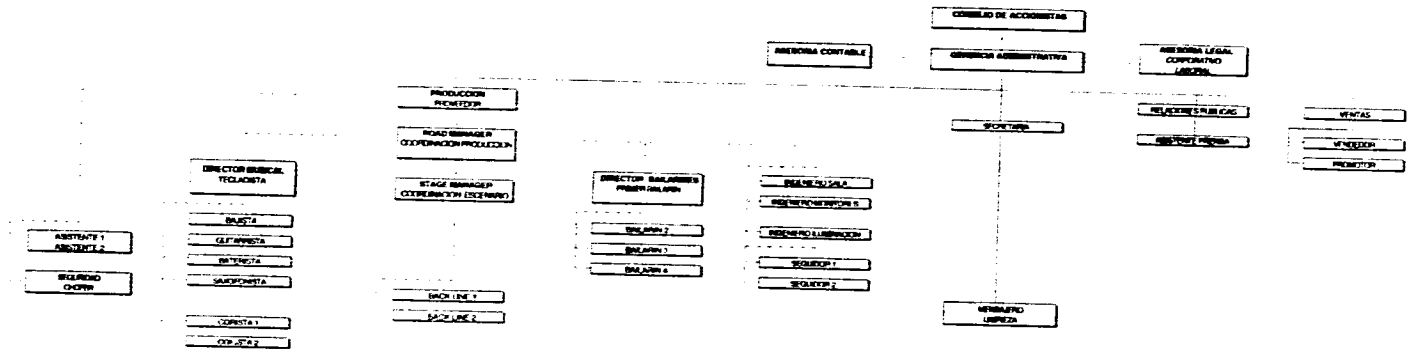
(Ej. Jurídico, contable) y servicio staff de solicitud de servicios ( Donde se contrata a bailarines, tramoyistas, etc. En donde ellos son contratados sólo para un evento y no permanentes, y su pago es por honorarios)".<sup>47</sup>

La organización staff no tiene autoridad sobre ningún miembro de la empresa, sólo tiene el poder de sugerir, recomendar y proporcionar la información necesaria, pero no intervenir en las decisiones a tomar.

En resumen, la empresa de servicios de espectáculos musicales tiene una organización lineal-staff, donde cuenta con las áreas básicas para su desarrollo y con áreas de apoyo y asesorías, todo ello permite tener una comunicación más estrecha logrando así la sincronización de las actividades a realizar y tener conocimiento de los contratiempos que puedan suceder en el momento oportuno, para la realización satisfactoria de cada evento. De tal manera el organigrama de la empresa es el siguiente; y posteriormente, se realizará la descripción de los puestos base de la empresa.

---

<sup>47</sup> Heyel Carl, Enciclopedia de Gestión y Administración de Empresas MANAGEMENT, Editorial Grijalbo, Edición 3a. tomo Dos, pág. 765



## **Producciones X S. A. de C. V.**

### **I. DESCRIPCION DEL PUESTO**

**Nombre del puesto :** Gerencia Administrativa

**Datos generales:**

**Teléfono:**

**Nombre del jefe inmediato:**

**Puesto del jefe inmediato:** Director general.

**Reporta a:**

<b>Puesto</b>	<b>Actividad</b>
Director general	Planeación, Organización, Dirección, Coordinación y Control de la empresa.

#### **Relaciones internas de trabajo:**

<b>Puesto</b>	<b>Actividad</b>
Secretaría	Control
Producción	Planeación y Control
Relaciones Públicas	Planeación y control

### **II. PLANEACION**

- 1.- Lograr los objetivos institucionales (mayor utilidad para la empresa).
- 2.- Expandir la empresa, para manejar un mayor número de proveedores.
- 3.- Formar una fuerza de ventas que sea eficiente

#### **2.- Funciones**

##### **2.1.- Funciones diarias y constantes.**

- 1.- Revisión de saldos bancarios
- 2.- Dar cotizaciones de los espectáculos
- 3.- Atender citas de negocios.
- 4.- Elaboración de nóminas y contratos de eventos
- 5.- Revisión de cheques expedidos por la entidad.
- 6.- Coordinación con producción sobre los eventos contratados.
- 7.- Revisión de los gastos erogados por producción en cada evento.

## 2.2 Funciones periódicas (semanalmente, mensualmente, trimestralmente, semestralmente).

ACTIVIDAD	PERIODICIDAD
Respaldo de la información en diskettes de las computadoras de la empresa.	Semanalmente
Verificar el mantenimiento y conservación de las oficinas	Mensualmente
Verificar el pago de gastos de operación de la entidad	Mensualmente
Revisión de estados de cuenta bancarios	Mensualmente
Revisión de la información a entregar al contador.	Mensualmente
Arqueo de caja chica	Mensualmente
Revisión de tarjetas de asistencia	Mensualmente
Revisión de pago de impuestos	Trimestralmente
Negociación de sueldos	Semestralmente

## 2.3 Funciones eventuales (mensualmente, trimestralmente, semestralmente).

ACTIVIDAD	PERIODICIDAD
Negociación con los proveedores sobre los equipos a alquilar para los diferentes eventos	Bimestralmente
Actualización del inventario de equipo de oficina	Trimestralmente
Reclutamiento, selección, contratación e inducción del personal necesario para la organización	
Elaboración de contratos y finiquitos	

### 3.-Planeación de funciones y actividades de cada área.

En función de los objetivos preestablecidos por el Director General de la empresa.

### 4- Políticas o criterios ya establecidos en el desempeño de sus funciones:

Ley General de Sociedades Mercantiles  
 Ley Federal del trabajo  
 Reglamento interno de trabajo.

Manuales de organización y procedimientos

Los que se establezcan de acuerdo a la asamblea de accionistas

### III ORGANIZACION

1.- Puestos a su cargo:

1. Producción
2. Relaciones públicas
3. Secretaria

2.- Periodicidad de acuerdo con su jefe inmediato.

Una vez a la semana

3.-Personal con que acuerda asuntos de su área.

Dos veces a la semana con Producción y Relaciones públicas.

### IV CONTROL

1.- Tipo de información que genera el área a su cargo.

Memorándums mensuales

Informes y cuentas de los eventos.

Reporte de actividades diarias

Registro de asistencias.

2.- Tipo de registros, controles, equipo y/o instrumentos de trabajo que utilizan en su área.

Equipo de computo.

Reloj checador

Protectolada

Sumadora.

3.- Método para evaluar el desarrollo de las actividades del personal a su cargo.

De acuerdo con sus actividades y con la descripción de sus puestos y vemos su rendimiento.

## Producciones X S. A. de C. V.

### DESCRIPCION DEL PUESTO

**Nombre del puesto :** Secretaria

**Dependencia:** Este puesto depende de la Gerencia Administrativa.

**Ubicación Física:** Está en el 5 nivel

**Reporta a:** El Gerente Administrativo

**Puesto bajo su mando:** Este puesto supervisa al mensajero.

**Puesto similar:** Esta área no tiene un puesto análogo o similar

#### 1.2 NATURALEZA DEL PUESTO:

Este puesto tiene como objetivo la realización de todas las actividades secretariales y apoyar en las actividades administrativas al gerente administrativo.

#### 1.3 DESCRIPCION GENERICA:

Apoyo al área contable- administrativa

Coordinar las actividades del Proveedor

#### 1.4.- DESCRIPCION ESPECIFICA

**Relaciones internas:** Tiene estrecho contacto con el área administrativa para realizar todas las tareas y actividades que les sean asignadas, y para su buen desempeño de su puesto

**Relaciones externas:** La persona que ocupe este puesto tiene que tener una relación muy estrecha con el Proveedor, con los clientes y los proveedores del material necesario para el desempeño administrativo de la empresa.

### 2.- ESPECIFICACION DEL PUESTO

#### 2.1- ESCOLARIDAD:

El perfil del puesto de secretaria, exige un grado mínimo de carrera comercial secretarial terminada con inglés y manejo de paquetería en programas básicos de oficina.

#### 2.2- EXPERIENCIA:

Para este puesto se requiere contar con una experiencia mínima de 2 años de ejercicio profesional en empresas similares.



### 2.3- REQUISITOS:

1. Capacidad de organización
2. Manejo de conflictos
3. Creatividad
4. Seriedad y puntualidad
5. Discreción

### RESPONSABILIDADES

- 1.- Recibir las llamadas telefónicas.
- 2.- Controlar y registrar las llamadas de larga distancia y fax por medio del sistema protegida y autorización por escrito.
- 3.- Enviar, recibir y canalizar los faxes a la persona indicada elaborando un control diario de los mismos.
- 4.- Manejar el directorio personal.
- 5.- Manejar y realizar el directorio de oficina integrado en el disco duro de la computadora, respaldarlo en diskette, y mantenerlo actualizado.
- 6.- Controlar la limpieza de la oficina.
- 7.- Mantener abastecida la cafetería y artículos de limpieza en general así como de artículos para el baño.
- 8.- Abastecer y controlar la papelería y material de oficina.
- 9.- Elaborar y controlar el archivo.
- 10.- Recibir, clasificar y controlar la correspondencia.
- 11.- Controlar entradas y salidas de cualquier material o equipo de oficina o técnico en caso de no estar el Road manager.
- 12.- Recibir y atender a los visitantes de la oficina.
- 13.- Capturar los documentos contables, archivo de los mismos y elaborar cheques, facturas y contratos por evento.
- 14.- Control de pagos de la organización recordando fechas al área administrativa.
- 15.- Manejar la agenda de citas de trabajo y personales del proveedor, incluyéndolas en el reporte diario y mencionar con detalle las del día siguiente.
- 16.- Proporcionar al chofer y mensajero, nombres, direcciones y teléfonos de las personas involucradas en diversos compromisos tanto profesionales como de índole personal del proveedor.
- 17.- Realizar el reporte diario de actividades y de llamadas de cotizaciones.
- 18.- Controlar la caja chica.
- 19.- Tener discreción en todos los asuntos de oficina y de el proveedor
- 20.- Tener excelente presentación.
- 21.- Respalda toda la información en diskettes.
- 22.- Tomar los cursos de capacitación que se le asignen en la empresa.

## Producciones X S. A. de C. V.

### DESCRIPCION DEL PUESTO

**Nombre del puesto :** Producción (Road Manager)

**Dependencia:** Este puesto depende de la Gerencia Administrativa.

**Ubicación Física:** Esta en el 4 nivel

**Puesto bajo su mando:** Este puesto supervisa a toda el área necesaria en cuanto a producción en escena se refiere.

**Puesto similar:** Esta área no tiene un puesto análogo o similar

#### 1.2 NATURALEZA DEL PUESTO:

Este puesto tiene como objetivo la logística de los eventos.

#### 1.3 DESCRIPCION GENERICA:

Planeación, organización, dirección y control de todos los eventos con los diferentes proveedores hacia la satisfacción de los clientes

#### 1.4.- DESCRIPCION ESPECIFICA

**Relaciones Internas:** Tiene contacto con el área administrativa para que ésta le autorice la compra del material necesario para el buen funcionamiento de la producción como son: instrumentos y aparatos musicales, y actividades concernientes a su puesto.

Tiene contacto con la secretaria para que ésta elabore los cheques respectivos ya una vez autorizados por el área administrativa.

Debe vigilar el trabajo de los directores musical, de los bailarines y de los coros.

**Relaciones externas:** La persona que ocupe este puesto tiene que tener una relación muy estrecha con el proveedor y con los directores musical, de los coros y de los bailarines, así como ver que todo esté en orden antes de salir el proveedor a presentar su espectáculo, coordinarse con las mudanzas para la transportación del equipo de audio, iluminación e instrumental, y con las demás compañías para la supervisión de los pormenores de cada evento.

### 2.- ESPECIFICACION DEL PUESTO

#### 2.1 ESCOLARIDAD:

El perfil del puesto de Road Manager requiere un grado mínimo de preparatoria

## 2.2 EXPERIENCIA:

Para este puesto se requiere contar con una experiencia mínima necesaria de 3 años de ejercicio profesional en empresas similares.

## RESPONSABILIDADES

1.-El trabajador deberá encargarse de la coordinación de los eventos ya una vez que el área administrativa le informe que el evento se ha cerrado.

2.-El trabajador deberá mandar por vía fax o en persona los requerimientos de audio e iluminación, así como de boletos de avión y hotel necesarios para realización de un espectáculo y tenerlos al día cuando el área administrativa se lo solicite para poder concluir ésta la negociación.

3.-El trabajador deberá de hacer los llamados al personal que labora en cada evento y entregarlos con un mínimo de 48 horas antes del evento con excepción de que una fecha sea de un día para otro.

4.-El trabajador deberá de hacer la coordinación de la ruta ya sea terrestre o aérea citando al personal interesado 48 horas antes como mínimo y coordinando ésta en los horarios que sean convenientes tanto para la artista como para el personal.

5.-El trabajador deberá acomodar al personal y al proveedor en el hotel que les corresponda y estar al pendiente del proveedor para cualquier cosa que a éste se le pudiere ofrecer así como mantener la calefacción a temperatura ambiente del cuarto de éste para que no se enferme después de los eventos.

6.-Coordinar a los equipos de seguridad que asistan en cada evento y vigilar que se cuide al proveedor, no dejar que personas ajenas o personas indeseables que ella no quiera recibir entren en contacto con ella.

7.- El trabajador deberá ir al lugar del evento a la hora del montaje vigilando que todo se monte conforme a lo estipulado y en el tiempo necesario para poder cumplir con el evento y en caso de no cumplir la empresa que nos contrata con el equipo solicitado, exigir a ésta que se ponga el equipo con previa copia del contrato que le será entregada por el área administrativa, y en caso de no ser posible avisar al artista para que se suspenda el evento.

8.-El trabajador deberá cobrar el monto del espectáculo 24 horas antes de éste de ser posible en efectivo o cheque de caja exclusivamente con conocimiento del monto el cual el área administrativa le dará antes de cada evento, no aceptar cheques nominativos.

9.-El trabajador deberá hacer un sound check o prueba de sonido en el lugar del evento 6 horas antes de cada show citando al personal para esto.

10.-El trabajador deberá hacer sus trabajos de manera personal en las computadoras de la empresa y entregar las copias a las personas interesadas haciendo un borrador especial para el proveedor y otro para el equipo.

11.-El trabajador deberá llevar al evento al personal que el área administrativa le autorice exclusivamente, de llevar gente sin permiso, él tendrá que cubrir el monto que se adeude a estas personas.

12.-El trabajador deberá llevar al corriente los datos con las pistas que se van a utilizar en cada evento y conservar en la oficina una copia fiel del master que se utiliza en los shows en vivo.

13.-El trabajador deberá tener la información de todas las personas que viajan así como ver si éstas cuentan con los documentos necesarios como pasaporte actualizado, visa de turista americana así como sus permisos del sindicato de músicos o de ANDA.

14.- Al finalizar la ruta el trabajador deberá comprobar al área administrativa el dinero que ésta dio en notas con registro federal de causantes 24 horas después del evento sin falta. En caso de entregar notas dudosas; el monto del importe lo cubrirá el trabajador.

15.- Al finalizar el show, el trabajador deberá checar la salida del equipo y recibir a la mudanza para que el equipo sea entregado en la oficina revisando que éste venga completo.

16.-El trabajador deberá llevar un control de entradas y salidas de los equipos de Producciones X S.A. de C.V. teniendo un inventario actualizado de los mismos.

## Producciones X S. A. de C. V.

### 1.- DESCRIPCION DEL PUESTO

#### 1.1 IDENTIFICACION

**Nombre del puesto :** Relaciones Públicas

**Dependencia:** Este puesto depende de la Gerencia Administrativa.

**Ubicación Física:** Está en el 4 nivel

**Reporta a:** El Gerente Administrativo

**Puesto bajo su mando:** Este puesto supervisa al asistente de prensa.

**Puesto similar:** Esta área no tiene un puesto análogo o similar

#### 1.2 NATURALEZA DEL PUESTO:

Este puesto tiene como objetivo el mantener las relaciones del proveedor con sus fans y con los medios publicitarios.

#### 1.3 DESCRIPCION GENERICA:

La coordinación completa de cada una de las actividades

#### 1.4.- DESCRIPCION ESPECIFICA

**Relaciones Internas:** Tiene contacto con el área administrativa para que ésta le autorice la compra del material necesario para el buen funcionamiento del área como son: posters, fotografías, postales de promoción, discos, cassettes, press kits, etc.

Tiene contacto con la secretaria para que ésta elabore los cheques respectivos ya autorizados por el área administrativa.

Debe vigilar el trabajo del asistente de prensa, para ver cómo está recortando y archivando los datos del proveedor en una carpeta especial, la cual le será proporcionada por la secretaria de la empresa, y ver que ponga los datos correctos en las hojas de cada publicación como es nombre del periódico, editor, sección, periodista que la escribió, entre otros.

**Relaciones externas:** La persona que ocupe este puesto debe tener una relación muy estrecha con el proveedor y acompañarlo a los lugares donde éste se presente a entrevistas en el medio, ruedas de prensa, promoción, programas de televisión etc.

## 2.- ESPECIFICACION DEL PUESTO

### 2.1.- ESCOLARIDAD:

El perfil del puesto de Relaciones Públicas, exige un grado mínimo de licenciatura.

### 2.2.- EXPERIENCIA:

Para este puesto, se requiere contar con una experiencia mínima de 3 años de ejercicio profesional en empresas artísticas similares.

### 2.3- REQUISITOS:

1. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.
2. Liderazgo
3. Motivación
4. Capacidad de organización
5. Relación estrecha con los diferentes medios de comunicación

### 2.4.- RESPONSABILIDADES:

- 1.- Revisar diariamente la prensa y publicaciones , recortes y archivo fechado del mismo, por meses, así como archivo de los mismos indicando fecha, medio, sección, reportero, y mantenerlo actualizado.
- 2.- Agradecer y felicitar a personas del medio y elaboración de una lista con fechas de aniversarios y cumpleaños importantes, así como de medios y programas o producciones.
- 3.- Manejar y actualizar el Tarjetero en general , mismo que deberá de permanecer en la oficina.
- 4.- Asistir a eventos donde se requiera su presencia, en los cuales se dedicará a recabar datos de los asistentes para un futuro contacto o promoción y en caso de elaborarse entrevistas por cualquier medio en el lugar, preguntar cuando serán transmitidas o publicadas para posteriormente agradecerlas y grabarlas para tener una recopilación lo más extensa posible de todo el material publicado del proveedor .
- 5.- Elaborar boletines de prensa cada semana con las notas relevantes de la carrera profesional de el proveedor y mandarlos a los principales medios así como a las Agencias Informativas que cubren la República Mexicana y el Extranjero.
- 6.- Auxiliar en la coordinación de eventos sociales organizados por la empresa y/o el proveedor.
- 7.- Elaborar su propio trabajo en las computadoras de las oficinas o en máquina de escribir.

- 8.- Enviar fotografías actualizadas del proveedor a todos los medios de comunicación, y renovar semestralmente el archivo fotográfico en cada uno de los diferentes medios.
- 9.- Realizar el reporte diario de actividades.
- 10.- Cumplir con el reglamento interno de trabajo.
- 11.- Tener discreción en todos los asuntos de oficina y del proveedor
- 12.- Tener presentación impecable.
- 13.- Coordinar y atender las ruedas de prensa así como de los programas de televisión, radio y entrevistas en los diferentes medios.
- 14.- Elaborar, actualizar y entregar a los diferentes medios de press-kits, así como mantener una existencia suficiente y actualizada.
- 15.- Proporcionar información completa y detallada de cada compromiso, entrevista, show, etc. especificando empresa, razón del evento, directivos e invitados especiales, agradecimientos, etc.
- 16.- Actualizar mensualmente el curriculum del proveedor.
- 17.- Elaborar, controlar y actualizar la agenda personal.
- 18.- Elaborar, inventariar y controlar la videoteca, audioteca y discoteca, así como del material fotográfico de promoción, y su actualización referente a el proveedor .
- 19.- Mandar material suficiente a los empresarios.  
para la promoción de los shows o eventos por realizar.
- 20.- Atender todo lo relacionado con el club de fans: listado, juntas de motivación, credencialización, seguimiento, información de actividades del proveedor, convivencias, contacto estrecho, apartado postal para recepción de la correspondencia y su contestación, proporcionarles material promocional del proveedor, lista de cumpleaños y fecha de aniversario del club, festejo del día de la amistad y aniversario del club cada año en las fechas correspondientes y su organización, seguimiento y realización.
- 21.- Tomar los cursos de capacitación para los programas de computación con los que cuenta la empresa, así como los cursos que se le asignen.
- 22.- Planear el festejo anual para agradecimiento a los medios de comunicación, seguimiento y realización del mismo.
- 23.- Tratar directamente con agencias de publicidad para elaborar plan de marketing sobre la publicidad de eventos en general.
- 24.- Mantener una comunicación estrecha con el departamento de prensa de Televisa, y la compañía disquera a fin de no duplicar la información de los boletines informativos por enviar, así como, buscar el apoyo constante de los mismos.

## 25.- PROMOCION:

a) Dirigir y llevar a cabo la promoción con óptimos resultados, ya sea por medio de la compañía discográfica o por sus propios medios y/o de Producciones X S.A. de C.V. los siguientes medios de difusión:

- imagen impresa: fotos, posters, folletos, folletines, postales, billboards, revistas, periódicos, etc. o cualquier medio por conocerse en donde aparezca la artista.

- Radio: Monitorear diariamente la radio en las estaciones más importantes de la ciudad , para verificar si se están transmitiendo los temas que la compañía discográfica lanzó y checar listas de popularidad, así como crear un depto. de promoción para apoyar el tema a promocionar.

- Proyectar actividades promocionales en cadenas y estaciones de radio.
- Estrategias para el establecimiento de relaciones públicas.

- Realización de giras de promoción en plazas claves de la República Mexicana y el extranjero cubriendo los diversos medios de difusión.

- Programas, reportajes, entrevistas y portadas para revistas triple A.

- Ofrecer promociones a nivel revistas y radio.

- Tener a su cargo la idea y realización de nuevas sesiones fotográficas cada cuatro meses.

- No actuar en deterioro de la imagen pública del proveedor dentro, durante y fuera de esta empresa.

- Boletín información previa en las plazas donde se presentará el proveedor

- Coordinar conjuntamente con la disquera el calendario de presentaciones en televisión ( mínimo dos al mes).

- Idear todos los elementos para promocionar y publicitar óptimamente al artista y su show ( fotos, posters, spots de radio o televisión, anuncios de periódicos, revistas, mantas, folletos, folletines, artículos publicitarios ( merchandising en general ).

- Evaluar cada mes en una sesión de trabajo los resultados de la planeación, estrategia, previsión, organización, control y resultados del trabajo.

- Evolucionar las ideas creadas y llevarlas a cabo en el proveedor a modo de darle continuidad a su desarrollo por medio de acciones de ajuste.

- Supervisión de resultados en todo el territorio nacional y el extranjero (promoción y publicidad).

- Afinar las estrategias de medios para una mayor coherencia entre el proveedor y el tipo de público al que van dirigidas.



### Informe de resultados:

a) Informativo: Boletines, curriculum actualizado, coordinación y asesoría visual (sesiones fotográficas, material blanco y negro y color, diapositivas, posters, postales, fotomurales), dando información por escrito de su previa utilización.

b) Coordinación y asesoría audiovisual; realización de vídeo clips, vídeo homes, vídeo cine, en vídeo y/o cine.

c) Discográficos: CD's, sencillos, cassettes y cualquier forma futura que pudiera desarrollarse.

d) Coordinación de artículos promocionales especiales.

e) Acciones de coordinación y apoyo a la promoción,

f) Suministro periódico y oportuno a los medios de difusión del material informativo o audiovisual.

g) Promover visitas del proveedor a los medios.

h) Prever, planear, organizar y llevar a cabo en los casos que así lo amerite según el nivel de importancia y naturaleza del proveedor, eventos especiales invitando a medios y coordinar todo,

i) Cócteles

j) Conferencias de prensa

k) Debuts

l) Actuaciones

- Otorgamiento estratégico de primicias o exclusivas a los medios.
- Participación en campañas y eventos especiales de los medios, previa valoración del mismo.
- Coordinación de compra, intercambio de tiempos y espacios publicitarios basada en una previa estrategia de medios.
- Idea, elaboración y suministro de artículos promocionales especiales.
- Atenciones especiales: presentes en fechas señaladas, telegramas, etc.
- Oportuno envío de las más recientes actividades del proveedor.

### OBJETIVOS A DESARROLLAR

#### RADIO:

Información de novedades

Actualización de datos por radiodifusoras en el D.F., Interior de la República y el extranjero.

Motivación del Departamento de Ventas en la disquera (convivios y detalles motivadores)

Información de giras promocionales o actuaciones del proveedor.

Relaciones Públicas con los programadores importantes.

**PRENSA:**

Entrega de boletines, stills, diapositivas, originales, etc.

Amplia información acerca del proveedor.

Repartición de artículos promocionales y/o publicitarios.

Actualización de datos del periódico y archivo de fotografías actuales.

**TELEVISION**

Calendarizar con frecuencia programas musicales o de entretenimiento.

Entrega de novedades (vídeo clips, información de videos en producción detrás de las cámaras durante la filmación y grabación).

Recopilación de videos pasados al aire y programas o noticieros.

Actualización de datos por canal y programa.

Plan de elaboración de videos (ideas, diseño, guión, propuestas, etc.) y programas especiales.

Información de la visita del proveedor a la ciudad y aparición según convenga en el programa local más importante.

Relaciones públicas con productores importantes y/o realizadores a cargo.

Verificación de distribución y exposición de material audiovisual del proveedor en tiendas, almacenes, o cualquier otro medio de venta o exposición presente y futuro.

## Producciones X S. A. de C. V.

### DESCRIPCION DEL PUESTO

**Nombre del puesto :** Asistente de prensa

**Dependencia:** Este puesto depende de Relaciones Públicas.

**Ubicación Física:** Está en el 5 nivel

**Reporta a:** Es supervisado por Relaciones Públicas.

**Puesto similar:** Esta área no tiene un puesto análogo o similar

**1.2 NATURALEZA DEL PUESTO:** Este puesto tiene por objetivo actualizar, llevar un control y archivo de la información que generen los medios publicitarios (prensa) acerca del proveedor.

**1.3 DESCRIPCION GENERICA:** Actualizar la información de prensa concerniente al proveedor.

### 1.4.- DESCRIPCION ESPECIFICA

**Relaciones internas:** Tiene contacto con Relaciones Públicas para que ésta le autorice la compra del material necesario para el buen funcionamiento del área como son: posters, postales de promoción, discos, cassettes, press kits etc.

Tiene contacto con la secretaria para que ésta elabore los cheques respectivos ya una vez autorizados por el área administrativa.

**Relaciones externas:** La persona que ocupe este puesto tiene que tener una relación muy estrecha con el proveedor y con las compañías del medio, ruedas de prensa, promoción, programas de televisión etc., así como con el club de fans del proveedor para informarles sobre las actividades a realizar por el mismo.

### LISTA DE TAREAS

1.- El trabajador deberá de llevar al día los recortes, pegarlos en hojas y éstas meterlas en una carpeta especial que indique : nombre del periódico, periodista, sección que salgan en los diarios más importantes o revistas, o conseguirlos en los diferentes puestos de periódicos o tiendas presentando a la secretaria de la compañía notas con RFC. de la empresa.

2.- El trabajador deberá llevar una relación directa con el jefe del club de fans de la artista, y con los miembros de éste, teniéndolos en cuenta para cualquier evento de tipo televisivo o público en el que el proveedor se presente, para lo cual deberá llamarlos y tenerlos informados de las actividades de el mismo.

3.-El trabajador deberá hacer la proposición y coordinación de eventos de tipo altruista comentándoselo con anticipación a la artista para que ésta ordene su realización.

4.- El trabajador deberá motivar a los muchachos del club de fans por medio de pines, o tarjeta del club, llevándoles posters o discos autografiados de ser posible, o rifar alguna prenda del artista, etc.

5.- El trabajador deberá contestar las cartas que manden a la oficina con motivo de solicitar información del club de fans y enviarlo con el dirigente, o saber algo del artista.

6.-El trabajador deberá tener presente el día de formación del club, cuando cumple el club años, cumpleaños de los muchachos, etc.

7.- El trabajador deberá auxiliar en cosas de oficina que se le encomienden, en caso de no tener mucha demanda en sus labores.

8.-El trabajador deberá asistir a la oficina vestido apropiadamente con ropa de vestir, nunca de jeans.

9.-El trabajador deberá pedir presupuestos de los artículos arriba ntencionados y pasarlos al área administrativa para su aprobación y en caso de aprobarse darles un seguimiento adecuado.

## Producciones X S. A. de C. V.

### DESCRIPCION DEL PUESTO

**Nombre del puesto :** Chofer

**Dependencia:** Este puesto depende de la Gerencia Administrativa.

**Ubicación Física:** Está en el 4 nivel

**Reporta a:** El Gerente administrativo

**Puesto bajo su mando:** Este puesto es supervisado por la Gerencia Administrativa.

**Puesto similar:** Esta área no tiene un puesto análogo o similar

### 1.2 NATURALEZA DEL PUESTO

Este puesto tiene como objetivo transportar tanto al proveedor como al personal de la empresa a los destinos que se le indiquen.

### 1.3 DESCRIPCION GENERICA:

- Manejo del automóvil de la empresa con precaución.
- Planear la ruta vial más accesible para el arribo a tiempo de los que transporta.
- Tener el automóvil en óptimas condiciones

### 1.4.- DESCRIPCION ESPECIFICA

**Relaciones Internas:** Tiene contacto con el área administrativa para estar a su disposición de trasladarlos al destino indicado por la misma.

**Relaciones externas:** Tendrá contacto con todas las personas que tengan que ver con el buen funcionamiento de su unidad, tales como mecánicos, agencias de verificación, etc.

## 2.- ESPECIFICACION DEL PUESTO

### 2.1- ESCOLARIDAD:

El perfil del puesto de chofer, exige un grado mínimo de preparatoria.

### 2.2-EXPERIENCIA

Para este puesto se requiere contar con una experiencia mínima de 3 años como chofer ejecutivo.

### 2.3- REQUISITOS:

- Licencia tipo A
- Optima presentación
- Seriedad y discreción absoluta

## RESPONSABILIDADES

1.-El trabajador deberá de mantener en perfectas condiciones el vehículo y estar en disposición para las labores que la empresa requiera de acuerdo a los horarios que le sean señalados por su jefe inmediato superior.

2.- El trabajador será responsable del vehículo durante todo su horario de trabajo de manera que, deberá cubrir y pagar cualquier desperfecto que sufra el mismo, ocasionado por su negligencia, así como también las infracciones que cometa en el trayecto del viaje, de igual manera es responsable de la integridad física de las personas que vaya transportando a quienes deberá proporcionar el mejor trato, cortesía y comportamiento decente debiendo llamar de usted a las personas que transporte.

3.- Tendrá el trabajador la obligación de revisar la ruta solicitada por la empresa antes de emprender el viaje y, en su caso, consultar un mapa para evitar retrasos innecesarios.

4.- El trabajador revisará con anticipación, las verificaciones, servicios y permisos vehiculares necesarios para tener todos los vehículos en uso, solicitando con anticipación presupuesto al área administrativa; de no cumplir con lo estipulado, los cargos por multas y sanciones e intereses que se generen correrán por cuenta del trabajador.

5.- El trabajador tiene la prohibición absoluta de transportar en los vehículos de la empresa a persona alguna que no sea autorizada por la empresa.

6.- El trabajador deberá de verificar diariamente que el vehículo cuente con los fluidos necesarios (anticongelante, gasolina, líquido de frenos, aceites etc.), así como el buen estado de las llantas del mismo.

7.- El trabajador tendrá la obligación de vestirse de saco y corbata color oscuro o traje completo, así como estar afeitado y bien peinado mientras dure su labor.

## **Producciones X S. A. de C. V.**

### **DESCRIPCION DEL PUESTO**

**Nombre del puesto :** Mensajero

**Dependencia:** Este puesto depende de la secretaria.

**Ubicación Física:** Está en el 6 nivel

**Reporta a:** Este puesto es supervisado por la secretaria.

**Puesto similar:** Esta área no tiene un puesto análogo o similar

#### **1.2 NATURALEZA DEL PUESTO:**

Este puesto tiene como objetivo la recolección y distribución de toda la documentación y mensajería que requiere la empresa.

#### **1.3 DESCRIPCION GENERICA:**

Distribución y recolección de documentación y material que se requiere en la empresa.

#### **1.4.- DESCRIPCION ESPECIFICA**

**Relaciones Internas:** Tiene contacto con el área administrativa y la secretaria para que realice las actividades inherentes a su puesto.

**Relaciones externas:** La persona que ocupe este puesto tiene que tener una relación muy estrecha con el proveedor, las compañías publicitarias, y compañías contratantes del proveedor y con las sucursales bancarias y de la administración pública para los respectivos pagos.

### **2. ESPECIFICACION DEL PUESTO**

#### **2.1 ESCOLARIDAD**

El perfil del puesto del mensajero exige un grado mínimo de secundaria.

#### **2.2 EXPERIENCIA**

Para este puesto requiere una experiencia mínima de 1 año.

#### **2.3 REQUISITOS**

Amplia recomendación

Conocimiento de las vías de transporte así como de la ciudad.

Honradez, discreción y puntualidad absoluta.

## RESPONSABILIDADES

- 1.-Llevar documentación, videos, posters, fotografías, etc., así como recoger documentos, videos, posters, fotografías, cables y documentos en general cuando se le solicite. Así mismo, deberá de entregar los acuses de recibo correspondientes en cuanto haya realizado el trabajo.
- 2.-Realizar los pagos de los gastos administrativos, normales de oficina, como teléfono, luz, agua, tarjetas de crédito, coches, depósitos bancarios, cobro de trabajos realizados por la empresa, etc. Así mismo deberá entregar los comprobantes correspondientes en cuanto haya realizado los pagos o depósitos bancarios.
- 3.-Utilizar transporte colectivo para realizar sus objetivos diarios o encargos y en caso de emergencia, taxis, los cuales serán pagados por la empresa.
- 4.-Podrá utilizar el automóvil de la empresa cuando esté disponible para realizar los encargos haciéndose responsable de todos los daños y perjuicios que éste sufra por negligencia o mal manejo, pagando de su sueldo el deducible. El trabajador tendrá que reportar el accidente de forma inmediata para arreglarlo con la Aseguradora.
- 5.-El trabajador se hace responsable por los documentos que se le confien. En caso de extraviar algún documento, la responsabilidad caerá sobre él directamente.
- 6.-El trabajador deberá desarrollar sus labores en forma respetuosa hacia el personal de la oficina en general.
- 7.-El trabajador tendrá la obligación de vestirse de saco y corbata o traje completo, así como estar afeitado y bien peinado mientras dure su labor.
- 8.-El trabajador deberá de auxiliar a las funciones de oficina cuando no esté ocupado en sus labores cotidianas.



## CONCLUSIONES

Por medio de éste trabajo pretendemos mostrar a los futuros Licenciados de Administración, nuevos campos de acción en donde pueden desempeñar sus conocimientos y favorecer a este ramo del espectáculo que necesita asesoría de jóvenes universitarios con las características que todo profesional debe tener.

Así podemos darnos cuenta que el administrar una empresa de estas características, requiere de una noción amplia en varias de sus áreas funcionales, pero como la mayoría de estas empresas son administradas de forma empírica no cuentan con un adecuado sistema departamental, así la hipótesis que se cumplió fue la alterna, por ello concluimos que el siguiente sistema departamental es el adecuado para una empresa de este tipo:

**Administración.-** Se lleva a cabo mediante la planeación de las estrategias necesarias para lograr objetivos institucionales a corto, mediano y largo plazo, mediante una descripción de puestos (organización), delimitar las funciones (control), la integración de los recursos humanos materiales y técnicos para el logro de dichos objetivos bajo una dirección adecuada nos da como resultado una mayor productividad. La cual no se lograría sin este proceso administrativo.

**Producción.-** Mediante la asesoría de técnicos especializados en audio e iluminación (selección de equipo, preparación de riders de acuerdo a cada espectáculo, prueba de sonido, etc.) Se logra dar al cliente un servicio de excelente calidad.

**Finanzas.-** En este tipo de empresas los eventos son irregulares por que se contemplan las festividades tanto de nuestro país como del extranjero, además porque el uso de este tipo de servicios varía según el gusto y la necesidad del cliente, considerando que el artista debe estar posicionado en los medios de comunicación, lo que permite que los ingresos sean proporcionales a la demanda de este servicio, por ello es importante lograr un buen manejo de los recursos financieros, por medio de compra no sólo de instrumentos de inversión, sino además dándole un respaldo financiero a la empresa reinvirtiendo las utilidades en la misma para lograr una expansión y crecimiento, lo que permite dar una imagen empresarial sólida incrementando la confianza y satisfacción de los socios de ésta, y así atraer a posibles inversionistas, sin olvidar que es importante conocer las diferentes posibilidades que ofrecen las-

Instituciones Bancarias para el financiamiento externo de la empresa.

**Mercadeo.-** Es importante dar a conocer la empresa por medio de impresiones en posters, LP's, postales, etc. y propaganda del artista, así como mandar faxes a todos los empresarios e intermediarios en hojas membretadas dándoles a conocer los servicios con los que cuenta la empresa, sus productos por ejemplo: comercializar camisetas, gorras y souvenirs con el logo de la empresa y del artista en los lugares donde éste se presente, obteniendo otros ingresos tanto para la empresa como para el artista.

**Demanda.-** México es un país de jóvenes talentosos que buscan un manejo adecuado y ético, con gente profesional que los asesore para poder trascender y ser competitivos en un mercado tan saturado como es el medio artístico, es por ello que esta organización actuaría como una empresa de servicios artísticos integrales que es lo que todo artista requiere por ejemplo: seleccionar a la gente con talento, buscar compositores, compañía discográfica, diseñadores de imagen, de modas, localizar el mercado meta, y hacerlo llegar al mismo, a través de los diferentes medios de comunicación y de esa manera darle proyección artística y un respaldo empresarial. Con ello tanto el artista como la empresa se ven beneficiados por el incremento en la demanda.

**Competencia.-** Buscar el liderazgo por medio de la satisfacción total del cliente y del artista, logrando atraer a otros proveedores obteniendo un mayor impulso empresarial abarcando cada vez más otros mercados artísticos por ejemplo: baladistas, gruperos, rancheros, rockeros, etc. Permitiendo encontrar nuevas rutas de expansión que nos permiten establecer vínculos que retroalimenten el intercambio cultural y artístico con otros países buscando intervenir en ferias musicales de tipo internacional en otros países, de esa manera impulsar a los artistas internacionalmente. Otra opción es la distribución que hace la compañía discográfica en otros países, lo que permite una posibilidad de incrementar el mercado musical y laboral, contactando a los posibles clientes de esos lugares.

La infraestructura de este tipo de organización tiene que estar respaldada en la creación, desarrollo y evolución de los artistas, teniendo un amplio conocimiento de su mercado para obtener el mayor provecho a las etapas de productividad que individualmente cada producto deberá proyectar, estas bases se adquieren con el estudio de la Administración, sin olvidar que es necesario trabajar y adquirir-

experiencia dentro de una empresa de este ramo para observar como se está manejando actualmente y así adaptar nuestros conocimientos a las necesidades de la empresa y mejorar su funcionamiento. Al desarrollar este trabajo planteamos las siguientes hipótesis:

**Trabajo.-** “La organización de una empresa basada en un sistema administrativo denominado “excelencia administrativa”, permitirá el incremento en la eficiencia proporcionando un servicio más atractivo y de mejor calidad, logrando la satisfacción total del cliente, del proveedor y consecuentemente, el desarrollo de la empresa.”

**Alternativa.-** Mejorando la organización empírica de la empresa de espectáculos ya implantada en México, se logrará el incremento en la eficiencia proporcionando un servicio más atractivo y de mejor calidad, logrando la satisfacción total del cliente y del proveedor.

Corroboramos que nuestra hipótesis alternativa se cumplió en su totalidad, ya que la reestructuración de su organización, de sus áreas funcionales, con una base legal apropiada, un control de nómina, los diferentes contratos y requerimientos técnicos permiten incrementar la eficiencia, la cual se ve reflejada en un servicio más atractivo, de mejor calidad y en la satisfacción total tanto del cliente como del proveedor.

**Nula .-** No es necesaria la organización de una empresa de espectáculos para incrementar la eficiencia y la satisfacción total del cliente y del proveedor

Actualmente la situación económica y política del país ha disminuido el poder adquisitivo de la ciudadanía en general provocando que los contratos de los espectáculos musicales no sean ya por una cantidad fija, a esto se le denomina “Cover” en el cual el empresario pide que el artista (Proveedor) se arriesgue con él a recibir un porcentaje del número de personas que entren al lugar, lo cual es un termómetro para medir el éxito del artista en ese momento. Generalmente es de 80% para el Proveedor y 20% para el empresario ya que éste recibe íntegro el dinero de las bebidas y de la comida. A nuestro parecer es importante, como pudimos observar en la nóminas de cada evento, el costo del equipo de audio e iluminación aunado a los sueldos del personal es un gasto fijo para la presentación del proveedor, por lo cual recomendamos pedir una garantía que cubra estos gastos fijos como mínimo para que nosotros como empresa no perdamos y el proveedor empiece a ganar el porcentaje acordado después de que el número de boletos vendidos cubra la garantía. Para ello es necesario contar con una-

campana publicitaria tanto en radio, televisión, periódicos y mantas, pagados por la empresa contratante.

El precio de cada boleto se acuerda previamente al evento, dependiendo éste de la capacidad del lugar de la presentación y a la clase social del consumidor que frecuente ese recinto.

Esta guía técnica propuesta además de ser una base real permite conocer todos los pasos a seguir y los requerimientos tanto legales como técnicos para la constitución y administración adecuada de una empresa de servicios artísticos musicales, la cual está fundamentada en la práctica real de una empresa que surgió hace ocho años, lo que permite al futuro administrador que desee crear su propia empresa, conocer cada paso que debe seguir para ello.

Y con ello pretendemos dejar una base para futuras investigaciones para enriquecer cada vez más un mercado laboral que en la actualidad ha sido poco incursionado por los Licenciados en Administración.

## RECOMENDACIONES

En base a nuestra experiencia y al trabajo desarrollado proponemos las siguientes recomendaciones para evitar las posibles contingencias con las que se pueden enfrentar:

Para que una empresa de este tipo tenga éxito, la primera recomendación es seleccionar al artista; éste debe tener talento, ya con eso se puede pulir, es decir, ponerlo a estudiar canto, baile, actuación, expresión corporal, expresión verbal, solfeo, desarrollo de personalidad, idiomas, además de la educación artística es necesaria educación académica para estar preparado en todos los ámbitos.

Como organización, mantener relaciones amistosas con los diferentes medios de comunicación, con las diferentes compañías discográficas y con los posibles clientes para la contratación del artista.

Mantener una estructura organizacional que permita la realización satisfactoria de cada una de las áreas, procurando mantener un buen ambiente de trabajo para evitar la rotación de personal constante, ya que de no ser así es muy laborioso estar capacitando a nuevo personal que no está familiarizado con este medio.

Al contratar algún evento se recomienda firmar cada una de las hojas del documento, para evitar malos entendidos al realizar el evento.

En cuanto a la contratación del personal staff, se debe realizar un contrato de servicios profesionales por evento, en donde se plasme toda la información del evento a realizar, la duración del mismo, y junto a la firma poner la huella digital. El pago debe ser al momento de entregar el recibo de honorarios debidamente requisitado, para lo cual se recomienda hacer los pagos un día específico a la semana.

En cuanto al personal de base, tener un reloj checador como control de entradas y salidas, para evitar posibles demandas laborales por información que no se pueda comprobar.

Verificar diariamente el saldo bancario para detectar posibles fallas, como pagos duplicados; para ello recomendamos el sistema llamado Telebanco, o banco por teléfono.

Mantener un control de cheques expedidos y cotejarlos con el estado de cuenta correspondiente.

Tener un control con las llamadas telefónicas, pues por medio de este servicio se realiza la mayoría de las contrataciones.

Proporcionar un buen material musical, coreográfico y técnico, además de ensayos constantes para que cada evento a realizar cumpla con los requerimientos y expectativas del artista, del cliente y del público en general.

Buscar y seleccionar al mejor personal staff tanto musical, coreográfico, técnico y a proveedores de audio, iluminación y mudanzas que ofrezcan el mejor servicio a un precio razonable. Para ésto se recomienda de manera especial, que los ingenieros de audio e iluminación de nuestra empresa acudan a la bodega de los proveedores a verificar el equipo requerido antes de ser transportado al lugar del evento.

En cuanto a los proveedores de equipo especial, planta de luz, se debe verificar que ésta funcione acorde a las necesidades y que se encuentre en el lugar del evento a una hora conveniente para evitar contratiempos.

Para poder orientar al lector sobre los requerimientos técnicos propuestos (modificables según las necesidades de cada proveedor) para la realización de un evento artístico y facilitar la contratación de los equipos tanto de audio, iluminación, planta de luz, mudanza, autobús, pasajes de avión, hospedaje, nómina por evento y seguridad, presentamos el anexo I, donde especificamos lo anterior según el tipo de evento a realizar, gala y de pista.

**"ANEXO I"**  
**"GALA"**  
**Los Requerimientos del espectáculo**  
**proveedor 1995**

**La empresa deberá proporcionar en el lugar de la actuación:**

**A) Acometida eléctrica** en caso de ser zona de alta probabilidad de carencia eléctrica, proveer planta de luz accesoria (1200 amperes/ 1500 kwt.). Un centro de carga con térmico de 250 amperes por fase y un neutro.

**B) Camerinos** .- para la artista, músicos, coros y staff técnico. Estos con agua natural embotellada, refrescos, y refrigerios. Espejos, luz adecuada y lugar para sentarse, toallas, jabón, papel sanitario y una caja de kleenex.

**C) Escenario**.- con dimensiones mínimas de 12 mts. de frente x 12 mts. de fondo, elevado a 1.20 mts. del suelo con acceso frontal y lateral, completamente liso y plano, con capacidad para soportar 300 kgs. por metro cuadrado.

1) 3 sobretarimas de 2.44 x 2.44 con alturas de:

- 1) Una de 60 cm.
- 2) Una de 40 cm.
- 3) Una de 20 cm.

2) 2 camerinos laterales sobre el escenario en la parte trasera, con dimensiones de mínimo 2 x 2 metros cuadrados, para cambios de vestuario de la artista y bailarines. Estos camerinos deberán de tener las siguientes características que son: totalmente tapados con color negro, iluminación independiente por dentro, que sean de panel fuerte o de madera, una mesa, cuatro sillas, un perchero, 1 espejo para cuerpo entero y alfombrado, con salida hacia el escenario, cortina a 20 cm. del piso del escenario (que no arrastre).

3) 2 alerones para las bocinas de sala, mínimo de 6 mts. de largo x 2.44 de fondo a la misma altura del escenario.

4) 1 plataforma para consola de monitores del lado izquierdo viendo hacia el público con dimensiones mínimo de 3 metros cuadrados al nivel del escenario.

5) 1 plataforma a 50 mts. del escenario hacia el frente centrada para consola de sala e iluminación con dimensiones de 8 mts. de largo x 4 mts. de fondo y 80 cm. de nivel piso.

D) (1) **Mudanza** de 70-80 mts. cúbicos para la transportación del equipo de audio e iluminación. en caso de necesitar transporte adicional para instrumental, se necesitará una camioneta tipo van o combi.

**E) Transportación del artista y del personal en el lugar del evento:**

1. Automóvil de modelo reciente con chofer (Grand Marquis o similar) cuatro puertas y/o Camioneta suburban o van ejecutiva para trasladar al Artista, Manager, y Asistente Personal "exclusivamente", servicio permanente durante la estancia.

2. Una camioneta de 3 1/2 toneladas o equivalente para traslado de equipo instrumental y equipaje. (solo cuando éste viaje por avión).

3. Transportación con chofer para movimiento local del personal técnico al lugar del evento para instalación de equipo, sound check y de regreso al hotel. Este transporte deberá ser disponible durante la estancia en esta ciudad.

4. Un autobús ejecutivo para Transportar a 25 (veinticinco) personas, para el trayecto aeropuerto, hotel, sound check, show, aeropuerto.

**F) Requerimientos de seguridad**

El Road Manager dará instrucciones al jefe de seguridad para colocar (2) horas antes del inicio del show (15) quince elementos de seguridad (mínimo) que deberán estar al pie del escenario durante el espectáculo, y tendrán que llevar contraseña de seguridad. (todos igual). (Este punto será requerido dependiendo del lugar).

Ningún personal de seguridad pública uniformado, podrá estar en ningún momento en camerinos ni tampoco al pie del escenario durante el show.

Se requiere seguridad para evitar todo acceso al escenario y el área de consolas durante el show a personas ajenas al grupo del Artista durante el montaje, sound check y show.



**G) hospedaje y cortesías.**

En eventos privados, se solicita una mesa de cortesía con diez lugares, para invitados del artista. En conciertos masivos o populares, se solicitan un mínimo de veinte boletos de cortesía en buenos lugares.

Así también se deberá solicitar la disponibilidad de las habitaciones de todo el grupo a primera hora (06:00 A.M.).

**SHOW GALA**  
**NECESIDADES TECNICAS DE AUDIO**  
**PARA SHOW GALA**

**AUDIO**

AMPLIFICACION DE SALA

- 8 Bocinas de 3 ó 4 vías (4 X lado) Meyer, JBL Concert, Apogee o Turbo sound.

Racks de amplificación, proceso y crossover de acuerdo al sistema.

- 4 Subwoofers de 2 de 18" (o los necesarios de acuerdo al sistema)

La carga de amplificación dependerá del aforo del evento. Ejemplo: 500 personas (2 x lado), 1000 a 2000 personas (4 x lado), 2500 a 5000 (8 x lado).

CONTROL DE SALA

- 1 Consola de 40 canales con módulos de ecualización paramétrica (4 bandas paramétricas) con 8 subgrupos.
- 1 Ecualizador Klark Teknik DN360 de 31 bandas stereo ó 2 ecualizadores Yamaha Q1131 ó 1 ecualizador Yamaha DEQ5 ó 1 ecualizador BSS FCS960.
- 4 Procesadores de efectos a escoger: Yamaha SPX990, SPX900, REV5; Lexicon PCM70.
- 8 Canales de compresión DBX160, 166, 266, Drawmer dual, quad ó BSS dual ó quad.
- 4 Canales de compuertas DBX, Drawmer ó BSS.

SISTEMA DE MONITORES

- 12 Monitores de piso Meyer, JBL ó EAW biamplificados.
- 2 Sistemas de side fill (1 x lado) del mismo tipo que el sistema de sala en stereo.
- 1 Sistema de Drum fill en 3 vías.

NOTA: En caso de no contar con monitores del mismo tipo, deberá haber 4 de un mismo tipo para voz principal, 8 de otro tipo para el grupo, pudiendo no ser biamplificados estos últimos. ej.: YAMAHA 2115III ó JBL4604.

CONTROL DE MONITORES

- 1 Consola de 40 canales (mínimo 32) con 10 mezclas independientes.
- 5 Ecuadores stereo KLARK TEKNIK DN360. YAMAHA Q2031A, ó equivalente.
- 4 Canales de compresión (mismas opciones que en sala)
- 4 Canales de compuertas (mismas opciones que en sala)
- 2 Procesadores de efectos YAMAHA SPX9011, 900 ó 990.

MICROFONOS E INTERFACES

- 8 Cajas directas WHIRLWIND director IMP 2, Hot Box ó COUNTRYMAN.
- 5 Micrófonos SHURE BETA58 (2 inalámbricos, BETA 58 O BETA 87)
- 5 Micrófonos SHURE SM58.
- 6 Micrófonos SHURE SM57 BETA57 ó ELECTROVOICE N/D 408 ó 457.
- 1 Micrófono SHURE BETA57.
- 1 Micrófono AKG D112, D12 ó SHURE SM91.
- 5 Micrófonos condenser AKG451, CK1 ó SHURE SM81.
- 5 Micrófonos SM11 ó SM98

- 5 Micrófonos SENNHAISER 421
- 8 Micrófonos lavalier cardioide, SHURE, SONY ó AUDIOTECNICA.
- 7 Clamps LP.
- 2 Bases Rectas.
- 16 Bases con boom.
- 80 Cables de micrófonos.
- 1 Lote de cableado de parcheo y red de AC, de acuerdo a lo anterior.

LISTADO DE CANALES \_

## CONSOLA DE SALA

1	BOMBO	AKG 112 ó SM 91
2	TAROLA	SM 57 ó BETA 57
3	CONTRATIEMPO	SM 81 ó AKG 451
4	TOM1	BETA 57 ó EV 408
5	TOM2	BETA 57 ó EV 408
6	TOM3	BETA 57 ó EV 408
7	TOM PISO	BETA 57 ó EV 408
8	OVERHEAD IZQ.	SM 81 ó AKG 451
9	OVERHEAD DER.	SM 81 ó AKG 451
10	BAJO	DI
11	GUITARRA ELEC. (MIC.)	SM 57 ó SENN 421
12	GUITARRA IZQ.	DI
13	GUITARRA DER.	DI
14	TECLADOS 1 IZQ.	DI
15	TECLADOS 1 DER.	DI
16	TECLADOS 2 IZQ.	DI
17	TECLADOS 2 DER.	DI
18	CORO 1	BETA 58
19	CORO 2	BETA 58
20	VOZ PRINCIPAL	BETA 58 ó BETA 87 WL.
21	SPARE	BETA 58 ó BETA 87 WL.
22	REQUINTO	DI
23	GUITARRA 1/VIIHUELA	BETA 57 ó SM 81 ó SM 98 PATERN HIPERCARDIOIDE
24	GUITARRA 2/MAR.	BETA 57 ó SM 81 ó SM 98 PATERN HIPERCARDIOIDE
25	GUITARRON	SM 11 ó SM 98 PATERN HIPERCARDIOIDE
26	VIOLIN 1	SM 11 ó SM 98
27	VIOLIN 2	SM 11 ó SM 98
28	VIOLIN 3	SM 11 ó SM 98
29	VIOLIN 4	SM 11 ó SM 98
30	TROMPETA	SENN 421
31	TROMPETA	SENN 421
32	VOZ TRIO 1	SM 58
33	VOZ TRIO 2	SM 58
34	VOZ TRIO 3	SM 58
35	RETORNO EFECTOS 1	
36	RETORNO EFECTOS 2	
37	RETORNO EFECTOS 3	
38	RETORNO EFECTOS 4	
39	RETORNO EFECTOS 5	
40	RETORNO EFECTOS 6	

## REQUERIMIENTOS DE ILUMINACION "GALA"

### CANTIDAD DESCRIPCION

- 2 Puentes estructurales (Truss) marca "Thomas" o  
' Tom-cat

Estos deberán estar sostenidos por torres (Genies Super Tower) o similares; de no ser así, estos deberán estar sostenidos por cadenas o cables de acero, si fuera necesario.

La ubicación de los mismos será de la siguiente forma.

El puente delantero estará sobre la boca misma de el escenario, o fuera del mismo si fuese necesario, este tendrá una altura mínima de 6 metros libres desde la superficie del escenario hasta el mismo.

El puente trasero estará ubicado detrás de la plataforma de la batería, a una altura mínima de 5 metros libres entre la superficie del escenario y el mismo.

- 114 Lámparas de los siguientes tipos:

60 Par 64/1000 wts. Narrow.

24 Par 64/ 1000 wts. Medium

12 Par 64/ 1000 wts. Very Narrow (pisos)

16 Par 64 / 600 wts. ACL.

1 Leko 1000 wts. Feel

1 Minibruto (Cegadoras)

## CANTIDAD DESCRIPCION

- |   |   |
|---|---|
| 1 | Consola de 48 canales mínimo, manual de escenas "Black Out".<br>Marcas recomendables "Celco", "Leprecon""Avo-Lights".                         |
| 2 | Seguidores de largo alcance con lámpara de arco voltaico.<br>Se recomiendan "Super Trouper", "Orbiter", "UltraArc", "Lycian".                 |
| 1 | Sistema de intercomunicación alámbrico (Clear Com), entre el seguidor y la consola, este deberá ser totalmente independiente de otro sistema. |
| 4 | Genies Super-Tower ST-24.   |
| 1 | Máquina de humo "F-100" ( Con control en la consola).   |
| 1 | Ventilador  |
| 6 | Comput/Light Marca "Intellabeam 700 HX".  |
| 1 | Controlador para "Intellabeam" (LCD) "Liquid-Controller Display".)  |

**NOTA:**

Este equipo deberá estar provisto de todo el cableado necesario, así como también de portafiltros y demás aditamentos.

## RELACION DE GASTOS DE SHOW.

TIPO DE SHOW	GALA					
FECHA						
CLAVE	FACTURA					
INTERMEDIARIO						
LUGAR						
DIRECCION						
CIUDAD						
INTERMEDIARIO	TELEFONO					
DIRECCION	FAX					
CARGO	HONORARIOS	VIAJES	VIATICO	ALIMENTACION	OTROS	TOTAL
ROAD MANAGER	1,500.00	100.00	240.00	160.00		1,800.00
STAGE MANAGER	350.00	100.00	67.50	45.00		472.50
<b>DIRECTOR MUSICAL</b>	<b>1,700.00</b>	<b>100.00</b>	<b>270.00</b>	<b>180.00</b>		<b>2,250.00</b>
MUSICO 1	850.00	100.00	142.50	95.00		997.50
MUSICO 2	850.00	100.00	142.50	95.00		997.50
MUSICO 3	850.00	100.00	142.50	95.00		997.50
CORO 1	700.00	100.00	120.00	80.00		840.00
CORO 2	700.00	100.00	120.00	80.00		840.00
<b>BAILARIN 1</b>	<b>700.00</b>	<b>100.00</b>	<b>105.00</b>	<b>80.00</b>		<b>885.00</b>
BAILARIN 2	600.00	100.00	105.00	70.00		735.00
ASISTENTE 1	400.00	100.00	75.00	50.00		525.00
TRAMOYA 1	350.00	100.00	67.50	45.00		472.50
TRAMOYA 2	350.00	100.00	67.50	45.00		472.50
ING ILUMINACION	900.00	100.00	150.00	100.00		1,050.00
ING MONITOREO	750.00	100.00	127.50	85.00		892.50
ING SALA	1,000.00	100.00	165.00	110.00		1,155.00
<b>SUMA 1</b>	<b>12,560.00</b>	<b>1,800.00</b>	<b>1,225.00</b>	<b>1,418.00</b>		<b>14,023.00</b>
ESPECIALES						
MARIACHI	0.00		0.00	0.00		0.00
TRIO	0.00		0.00	0.00		0.00
	0.00		0.00	0.00		0.00
EQUIPO TECNICO	NOMBRE	COSTO	IVA		TOTAL	
AUDIO E ILUMINACION	AUDIO IMAGEN	7,500.00	1,125.00		8,625.00	
INTELLABEAMS 6	INTELLAMERICA	2,450.00	387.50		2,817.50	
ENVIO EQUIPO AVION			0.00		0.00	
MUDANZA			0.00		0.00	
PREPUESTOS		600.00	90.00		690.00	
HOTEL			0.00		0.00	
<b>SUMA 2</b>		<b>10,550.00</b>	<b>1,592.50</b>		<b>12,142.50</b>	
COTIZACION		65,000.00				
PRODUCCIONES X		13,000.00				
INTERMEDIARIO						
<b>TOTAL SUMAS</b>		<b>26,990.00</b>				
<b>TOTAL GASTOS</b>		<b>38,990.00</b>				
I.S.R		1,415.00				
<b>TOTAL PROVEEDOR</b>		<b>40,405.00</b>				
IVA ACREDITABLE		3,705.00				
IVA POR PAGAR		9,700.00				



**SHOW GALA  
1995  
PASAJES DE AVION**

	CARGO	CLASE
1	ARTISTA	PRIMERA /PREMIER
2	ROAD MANAGER	PRIMERA /PREMIER
3	RELACIONES PUBLICAS	TURISTA
4	STAGE MANAGER	TURISTA
5	DIRECTOR MUSICAL	TURISTA
6	GUIARRA	TURISTA
7	BAJO	TURISTA
8	BATERIA	TURISTA
9	CORO	TURISTA
10	CORO	TURISTA
11	DIRECTOR DE BAILARINES	TURISTA
12	BAILARIN	TURISTA
13	ING. ILUMINACION	TURISTA
14	SEGUIDOR INTELLAS	TURISTA
15	ING. DE MONITORES	TURISTA
16	ING. DE SALA	TURISTA
17	STAFF	TURISTA
18	STAFF	TURISTA
<p>RESUMEN: 2 PASAJES PRIMERA CLASE/PREMIER 16 PASAJES CLASE TURISTA 18 BOLETOS EN TOTAL</p> <p>COMENTARIOS:</p> <hr/> <hr/> <hr/>		

MES /DIA/AÑO

## SHOW GALA'95 ROOMING LIST

1	MASTER SUITE	PROVEEDOR	
2	SENCILLA	ROAD MANAGER	
3	SENCILLA	ASISTENTE DEL PROVEEDOR	
4	DOBLE	TECNICOS	
5	DOBLE	TECNICOS	
6	DOBLE	TECNICOS	
7	DOBLE	TECNICOS	
8	DOBLE	TECNICOS	
9	DOBLE	TECNICOS	
10	DOBLE	TECNICOS	
11	DOBLE	TEC. AUDIO	
12	DOBLE	TEC.ILUMINACION	
13	DOBLE	MUDANZA	
14			
15			
RESUMEN:		1 MASTER SUITE	
		2 SENCILLAS	
		10 DOBLES	
COMENTARIOS:			

**"ANEXO I"**

**"PISTAS"**

**Los Requerimientos del espectáculo  
proveedor 1995**

**La empresa deberá proporcionar en el lugar de la actuación:**

A) **Acometida eléctrica** en caso de ser zona de alta probabilidad de carencia eléctrica, proveer planta de luz accesoria (1200 amperes/ 500 kwt.). Un centro de carga con térmico de 250 amperes por fase y un neutro.

B) **Camerinos** .- para el Artista, bailarines y staff técnico. Estos con agua natural embotellada, refrescos, y refrigerios. Espejos, luz adecuada y lugar para sentarse, toallas, jabón, papel sanitario y una caja de kleenex.

C) **Escenario**.- con dimensiones mínimas de 12 mts. de frente x 12 mts. de fondo, elevado a 1.20 mts. del suelo con acceso frontal y lateral, completamente liso y plano, con capacidad para soportar 300 kgs, por metro cuadrado.

1) 2 alerones para las bocinas de sala, mínimo de 6 mts. de largo x 2.44 de fondo a la misma altura del escenario.

2) 1 plataforma a 50 mts. del escenario hacia el frente centrada para consola de sala e iluminación con dimensiones de 8 mts. de largo x 4 mts. de fondo y 80 cms. de nivel piso.

D) **(1) Mudanza** de 70-80 mts. cúbicos para la transportación del equipo de audio e iluminación. En caso de necesitar transporte adicional para instrumental, se necesitará una camioneta tipo van o combi.

E) **Transportación del artista y del personal en el lugar del evento:**

1. Automóvil de modelo reciente con chofer (Grand Marquis o similar) cuatro puertas y/o Camioneta suburban o van ejecutiva para trasladar al Artista, Manager, y Asistente Personal "exclusivamente". servicio permanente durante la estancia.

2. Transportación con chofer para movimiento local del personal técnico y bailarines al lugar de la tocada para instalación de equipo, sound check y de regreso al hotel. Este transporte deberá ser disponible durante la estancia en esta ciudad.

#### **F) Requerimientos de seguridad**

El road manager dará instrucciones al jefe de seguridad para colocar (2) horas antes del inicio del show, (15) quince elementos de seguridad (mínimo) que deberán estar al pie del escenario durante el espectáculo, y tendrán que llevar contraseña de seguridad. (todos igual). (Este punto será requerido dependiendo del lugar).

Ningún personal de seguridad pública uniformado, podrá estar en ningún momento en camerinos ni tampoco al pie del escenario durante el show.

Se requiere seguridad para evitar todo acceso al escenario y el área de consolas durante el show a personas ajenas al grupo del Artista durante el montaje, sound check y show.

#### **G) hospedaje y cortesías.**

En eventos privados, se solicita una mesa de cortesía con diez lugares, para invitados de la artista. En conciertos masivos o populares, se solicitan un mínimo de veinte boletos de cortesía en buenos lugares.

Así también se deberá solicitar la disponibilidad de las habitaciones de todo el grupo a primera hora (06:00 A.M.).

RELACION DE GASTOS DE SHOW						
TIPO DE SHOW	SHOW CON PISTA		FACTURA			
FECHA						
CLAVE						
CONTACTO						
LUGAR						
CIUDAD						
EMPRESARIO				TELEFONO		
DIRECCION						
CONCEPTO	NOMBRE	HORAS	VIATICO			TOTAL
ROAD MANAGER		1,500.00	100.00	240.00	160.00	1,680.00
BAILARIN 1		700.00	100.00	120.00	80.00	840.00
BAILARIN 2		600.00	100.00	105.00	70.00	735.00
ASISTENTE		400.00	100.00	75.00	50.00	525.00
INGENIERO AUDIO		800.00	100.00	135.00	90.00	945.00
<b>SUMA 1:</b>			400.00	875.00		4,785.00
CONCEPTO	NOMBRE	SUBTOTAL		IVA		TOTAL
<b>SUMA 2:</b>		12,025.00				
COFINZACION		35,000.00				
PRODUCCIONES X		7,000.00				
INTERMEDIARIO		0.00				
GASTOS IMPREVISTOS		0.00				
GASTOS EXTRA		300.00				
<b>TOTAL SUMAS</b>		<b>6,725.00</b>				
<b>TOTAL GASTOS</b>		<b>12,025.00</b>				
<b>SUBTOTAL</b>		<b>22,975.00</b>				
I.S.R		450.00				
<b>PROVEEDOR</b>		<b>22,525.00</b>				
<b>IVA PAGADO</b>		<b>5,250.00</b>				

**PASAJES DE AVION  
SHOW PISTAS**

1		PROVEEDOR	PRIMERA /PREMIER
2		ROAD MANAGER	PRIMERA /PREMIER
3		RELACIONES PUBLICAS	TURISTA
4		BAILARIN	TURISTA
5		BAILARIN	TURISTA
6		INGENIERO AUDIO	TURISTA
7		ING. ILUMINACION	TURISTA
<b>RESUMEN: 2 PASAJES PRIMERA CLASE/PREMIER 5 PASAJES CLASE TURISTA TOTAL 7 BOLETOS</b>			
<b>COMENTARIOS:</b>			

## SHOW DE PISTAS

### NECESIDADES TECNICAS DE AUDIO PARA PISTAS



#### AMPLIFICACION DE SALA

- 8 Bocinas de 3 vías (4 X lado) Meyer, JBL CONCERT, Apogee o turbo sound.
- 4 Subwoofers DE 2 DE 18" (o los necesarios de acuerdo al sistema)
- RACKS DE AMPLIFICACION, PROCESO Y CROSSOVER DE ACUERDO AL SISTEMA.

La carga de amplificación dependerá del aforo del evento. Ejemplo: 500 personas (2 x lado), 1000 a 2000 (4 x lado), 2500 a 5000 (8 x lado).

#### CONTROL DE SALA

- 1 Consola de 12 ó 16 canales con módulos de ecualización paramétrica (4 bandas paramétricas) con 4 subgrupos.
- 2 Ecualizador Klarck Tecnick DN360 de 31 bandas stereo ó 2 ecualizadores Yamaha Q1131 ó 1 ecualizador Yamaha DEQ5 ó 1 ecualizador BSS FCS960.
- 2 Procesadores de efectos a escoger: Yamaha SPX990, SPX900, REV5; Lexicon PCM70, 300; AMS, TCE M5000.
- 4 Canales de compresión DBX160, 166, 266, Drawmer dual, quad ó BSS dual ó quad.
- 4 Canales de compuertas DBX, Drawmer ó BSS.
- 1 Lote de cableado de parcheo de acuerdo a lo anterior.

## SISTEMA DE MONITORES

- 4 Monitores de piso Meyer, JBL ó EAW biamplificados.
- 2 Sistemas de side fill (1 x lado) del mismo tipo que el sistema de sala en stereo.
- 4 Cajas directas WHIRLWIND director IMP 2, Hot Box ó COUNTRYMAN.
- 2 Micrófonos SHURE BETA58,o BETA 87 (INALAMBRICOS.)
- 1 Base RECTA PARA MICROFONO
- 2 Bases con boom.
- 20 Cables de micrófonos de varios tamaños.
- 1 Lote de cableado de parcheo de acuerdo a los periféricos descritos.
- 1 GRABADORA REPRODUCTORA DAT DE RACK. (IMPORTANTE)



**REQUERIMIENTOS DE ILUMINACION  
CON PISTAS  
1995**

- 2 Genies super tower ST-24
- 5 Estructuras (truss) con 12 artefactos c/u.
- 60 Lámparas tipo par 64/1000 w. con espejos "Narrow"
- 24 "Dimmers" de 2.4 cada uno.
- 1 Máquina de humo con control remoto.
- 1 Consola de 24 canales.
- 2 Seguidores
- 4 Compu-lights marca "Intellabeam" Modelo 700 hx.
- 1 Controlador para "Intellabeam" (LCD) - "Liquid Cristal Display".

FILTROS A UTILIZAR

<u>Nº ROSCOLUX</u>	<u>COLOR</u>	<u>CANTIDAD</u>
21	GOLDEN AMBER	15
26	LIGHT RED	15
32	MEDIUM SALMON PINK	15
46	MAGENTA	15
80	PRIMARY BLUE	15

## ANEXO II

El presente anexo se refiere a los diferentes contratos que consideramos importantes mencionar, no sólo para la realización de las actividades de la empresa, tanto diarias como eventuales, por evento, sino también por que son elementos para la administración de personal y legal que debe contener la organización.

Contrato de prestación de servicios profesionales. Se recomienda este contrato por ser dirigido al personal staff, el cual es contratado por evento.

Contrato individual de trabajo. Está orientado hacia la relación obrero patronal con cada uno de los empleados de base de la empresa.

Renuncia. Es el formato que se propone cuando un empleado de base termina la relación laboral.

Finiquito. En este se especifica las percepciones y deducciones acordadas entre el patrón y el trabajador.

Contrato de Representación artística en exclusiva. Este se recomienda firmarlo por artista o proveedor para mantener una relación laboral en conformidad de ambas partes.

Contrato privado por evento. Este se realiza por cada evento y con cada cliente para la realización del mismo con las especificaciones necesarias.

Reglamento interior de trabajo. Es con el fin principal de reglamentar las actividades dentro de las instalaciones de trabajo, donde se fijan los puntos de interés laboral, tales como los días de pago, los días a laborar, días de limpieza, permisos y restricciones.

CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS PROFESIONALES QUE CELEBRAN POR UNA PARTE "PRODUCCIONES X" S. A. DE C. V., A QUIEN EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARA "EL CLIENTE", REPRESENTADA POR SU REPRESENTANTE LEGAL SR. \_\_\_\_\_, Y POR LA OTRA EL SR. \_\_\_\_\_, A QUIEN EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARA "EL PROFESIONISTA", BAJO LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLAUSULAS.

#### DECLARACIONES

- a) Declaran las partes contratantes tener la debida capacidad para celebrar el presente contrato y no sufrir vicios del consentimiento.
- b) Declara "EL CLIENTE", ser una sociedad legalmente constituida, de nacionalidad mexicana y estar legalmente representada por el SR. \_\_\_\_\_, con domicilio legal el ubicado en la Calle de \_\_\_\_\_ de esta ciudad, y que tiene como R. F. C. \_\_\_\_\_.
- c) Declara "EL CLIENTE " que se dedica a la representación en exclusiva, promoción, venta de espectáculos y funciones artísticas del artista \_\_\_\_\_, y que la presenta indistintamente a personas físicas o morales que la contratan, tanto en la República Mexicana como en el extranjero y que para dicho efecto, requiere de los servicios profesionales de diversos profesionistas, para que sean proporcionados en la obra determinada que contrate "EL CLIENTE", misma que se especificará en la cláusula primera.
- d) Declara "EL PROFESIONISTA", Sr. \_\_\_\_\_, ser de nacionalidad \_\_\_\_\_, tener \_\_\_\_\_ años, con domicilio fiscal en \_\_\_\_\_ y estar inscrito en el Registro Federal de Contribuyentes bajo el Número R. F. C. \_\_\_\_\_ y con régimen fiscal regulado por el Título Cuarto Capítulo Primero de la Ley del Impuesto Sobre la Renta, y que ejerce en forma independiente y ante quien requiere de sus servicios la profesión de \_\_\_\_\_, misma profesión que desempeñará en el lugar que se le especifique y contando para ello con el vestuario y/o equipo que se requiere para la presentación del espectáculo o función a que se refiere el presente contrato, y cuenta con las aptitudes y experiencia profesional para desempeñarse como \_\_\_\_\_.
- e) Así mismo manifiesta "EL PROFESIONISTA" que "EL CLIENTE" no es su único patrón ya que los ingresos que recibe no rebasan el 50% de sus ingresos totales.
- f) Ambas partes están de acuerdo a someterse a las siguientes:

#### CLAUSULAS

PRIMERA.- "EL PROFESIONISTA" realizará por única vez el día \_\_\_\_\_ la obra determinada consistente en el espectáculo o función del artista, que tendrá verificativo en : \_\_\_\_\_ y que tendrá una duración de \_\_\_\_\_ aproximadamente, por lo que ofrece sus servicios profesionales como \_\_\_\_\_.

SEGUNDA.- "EL PROFESIONISTA" está de acuerdo en realizar la obra determinada consistente en el espectáculo o función a que se refiere la cláusula inmediata anterior, por lo cual cobrará la cantidad de N\$\_\_\_\_\_ más I. V. A., por concepto de honorarios profesionales por ese sólo y único evento, comprometiéndose a facturar y/o entregar su recibo de honorarios correspondiente debidamente requisitado.

TERCERA.- Ambas partes están de acuerdo en que el presente contrato se dará por terminado al término de la obra determinada a que este contrato se refiere, sin responsabilidad para ninguna de las partes.

CUARTA.- El profesionista se obliga a presentarse puntualmente al espectáculo o función en el lugar indicado, y a cumplir con los requisitos de imagen, personal, visual y de comportamiento que exige el lugar en donde se presenta el espectáculo o función, así como abstenerse en todo momento del uso y/o consumo de bebidas alcohólicas y/o enervantes, por lo que el incumplimiento de esta cláusula será causa de rescisión del presente contrato sin responsabilidad para el cliente.

SEXTA.- "EL PROFESIONISTA" desarrollará todas las actividades propias de su profesión, en relación a la función o espectáculo, motivo de este contrato, más las actividades que son entre otras\_\_\_\_\_

SEPTIMA.- Leído que fue por ambas partes este documento y enterados de su alcance, contenido y obligaciones, lo firman de común acuerdo en México D. F., a los\_\_\_\_\_ días del mes \_\_\_\_\_ de 199\_\_\_\_\_.

EL CLIENTE

EL PROFESIONISTA

"PRODUCCIONES X", S.A. DE C.V.

SR.

REPRESENTANTE LEGAL

CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO POR TIEMPO DETERMINADO QUE CELEBRAN POR UNA PARTE **PRODUCCIONES X , S. A. DE C. V.**, Y A QUIEN EN LO SUCESIVO SE DENOMINARA "PATRON", Y POR LA OTRA EL C. TRABAJADOR A QUIEN SE LE LLAMARA "TRABAJADOR", DE ACUERDO CON LAS SIGUIENTES:

### C L A U S U L A S

PRIMERA.- Declaran los contratantes tener la debida capacidad para celebrar el contrato y no sufrir vicio del consentimiento.

SEGUNDA.- Por sus generales, manifiestan:

PATRON: PRODUCCIONES X, S.A. DE C.V.

Domicilio:

TRABAJADOR:

Nacionalidad: \_\_\_\_\_ Edad: \_\_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_\_

Estado Civil: \_\_\_\_\_ Domicilio: \_\_\_\_\_

TERCERA.- La empresa manifiesta que tiene cubierta la planta de trabajadores necesarios para el desarrollo de sus labores normales de operación, y que necesita contratar al Trabajador para que lleve a cabo las labores eventuales de Mensajero consistentes en las siguientes obligaciones:

#### FUNCIONES DEL PUESTO A CUBRIR

CUARTA.- La duración o término del contrato es por Tiempo Determinado de un año, comprendido del \_\_\_\_\_, en que realizará los trabajos que se indican en la cláusula anterior, mismos trabajos que dada su eventualidad, se realizarán por tiempo determinado, de acuerdo a la especialidad del trabajador, declarando el trabajador bajo protesta de decir verdad, que tiene la capacidad, aptitudes y conocimientos necesarios para desempeñar la actividad que requiere el puesto que va a ocupar y que cuenta con licencia tipo "A" vigente.

QUINTA.- Terminado el tiempo mencionado en la cláusula anterior, y los trabajos que en la misma se mencionan, se terminará el contrato sin responsabilidad para ninguno de los contratantes, en la forma y términos que han quedado precisados en la cláusula inmediata anterior.

SEXTA.- No subsistirán las causas que dieron origen al presente contrato, ni la materia del mismo, por lo que no se prorrogará por ningún motivo.

SEPTIMA.- La categoría que tendrá el Trabajador será de \_\_\_\_\_

OCTAVA.- Las labores que realizará el Trabajador consistirán en todas las inherentes a su categoría, para lo cual el Trabajador se obliga a procurar siempre que su presentación sea excelente en cuanto a su imagen personal, ya que de ello depende la imagen de la Empresa y a efecto de satisfacer la eventualidad materia de contratación especificada en la cláusula Tercera.

NOVENA.- El tiempo de la jornada de trabajo será de \_\_\_\_\_ horas a la semana, contando con una hora para comer de Lunes a Viernes, mismas horas que no se computan como tiempo efectivo de trabajo por disfrutar de ellas libremente. El trabajador está de acuerdo en que su día de descanso sea variable, según las necesidades de la Empresa, en caso de que labore el día domingo, se le pagará 25% de prima dominical.

DECIMA.- El salario que percibirá el trabajador será de N\$ \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_ NUEVOS PESOS 00/100 M.N.) mensuales, Incluyéndose en esta cantidad la parte proporcional del séptimo día, el que será pagado los días 1 y 15 de cada mes en moneda de curso legal, en el domicilio del patrón.

DECIMA PRIMERA.- El lugar de prestación de servicios será en cualquiera que designe el patrón, pudiendo cambiarlo.

DECIMA SEGUNDA.- Los días de descanso obligatorio, serán los que de acuerdo a la Ley, queden comprendidos en el tiempo determinado por el cual fue contratado el trabajador.

DECIMA TERCERA.- El patrón queda facultado de deducir del salario del trabajador, las cantidades que señala la Ley Federal del Trabajo en su Artículo 110.

DECIMA CUARTA.- Por cada seis días consecutivos de trabajo, el trabajador gozará de un día de descanso con goce de sueldo íntegro, y si no labora íntegramente seis días, recibirá una sexta parte de su salario por cada día que hubiere trabajado. Se pacta que el día de descanso obligatorio será variable según las necesidades de la Empresa, en caso de que el Trabajador labore el día domingo, se le pagará 25% de prima dominical. Así mismo, se pactan 15 días de aguinaldo o gratificación anual, en proporción al tiempo determinado por el cual se celebra el presente contrato, mismo aguinaldo proporcional que se pagará al trabajador al término del contrato.

DECIMA QUINTA.- El trabajador percibirá lo correspondiente a vacaciones y prima vacacional, en términos del artículo 77 y relativos de la Ley Federal del Trabajo, en proporción al tiempo de prestación de servicios estipulado en el presente contrato, mismos conceptos que se cubrirán al trabajador en su oportunidad, vencido el término del contrato.

DECIMA SEXTA.- El Patrón se compromete a cumplir con lo establecido por la Ley Federal del Trabajo, en lo que respecta a Capacitación y Adiestramiento de los trabajadores que prestan sus servicios para la Empresa, incluyendo en su oportunidad a todos y cada uno de ellos, incluso al trabajador en lo relativo a trabajadores eventuales o temporales, en los cursos respectivos que determine la Comisión Mixta de Capacitación y Adiestramiento, y de acuerdo con los planes y programas que dicha comisión elabore.

DECIMA SEPTIMA.- Se pacta que en el supuesto de que el TRABAJADOR tenga que laborar mayor tiempo del que fija la Jornada legal, tendrá que recabar del PATRON por escrito, una constancia autorizándolo para trabajar dichas horas extras; sin este requisito el TRABAJADOR no estará autorizado para prestar sus servicios en jornadas extraordinarias.

DECIMA OCTAVA.- Leído que fue por ambas partes y sabedoras de su contenido, y de las obligaciones que por virtud de él contraen, así como, las que la Ley les impone, lo firman por duplicado en México, D. F., a los \_\_\_\_\_ del mes de \_\_\_\_\_ de 199\_\_\_\_, quedándose cada parte con un ejemplar.

EL TRABAJADOR

EL PATRON

-----  
TRABAJADOR

-----  
PRODUCCIONES X S.A. DE C.V.

HUELLA DIGITAL -----

TESTIGO

-----

**PRODUCCIONES X S.A DE C.V**  
**DOMICILIO**  
**Colonia .**  
**México D.F.**

Por medio de la presente manifiesto a ustedes que por convenir a mis intereses y voluntariamente, con esta fecha doy por terminada la relación y el contrato de trabajo que me unía con esa empresa.

Le manifiesto que no se me adeudan ninguna cantidad por ningún concepto, ya que durante el tiempo que presté mis servicios para esa empresa, me fueron pagadas todas las prestaciones que pactamos y las cantidades a que tuve derecho, por lo que le otorgo a esa empresa el más amplio finiquito que sea procedente.

Aprovecho la oportunidad para agradecerles las atenciones que tuvieron para conmigo hasta el día de hoy.

**ATENTAMENTE**

---

**EL TRABAJADOR**



MEXICO D.F A \_\_\_\_ DE \_\_\_\_\_ DE 199\_\_

**BUENO POR NS 00.00**

RECIBI de mi patrón PRODUCCIONES X S.A DE C.V la cantidad de NS 00.00 ( \_\_\_\_\_ nuevos pesos 00/100 M.N. ), por los conceptos que se precisan y como gratificación por los servicios que le proporcione del \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 199\_\_ al \_\_\_\_ de \_\_\_\_ de 199\_\_.

En el tiempo que le presté mis servicios para esa empresa, manifiesto que me fueron cubiertos los salarios devengados, horas extras cuando ocasionalmente las laboré, los días festivos, séptimos días, vacaciones, prima de vacaciones, participación de utilidades y aguinaldo.

Si a pesar de lo anterior existiera a mi favor alguna prestación, con la cantidad que se me entrega me doy por totalmente satisfecho y liquidado, y estoy conforme en que se aplique al adeudo, sin tener nada que reclamar y extendiendo con el presente el más amplio finiquito que en derecho exista.

**1.- Percepciones:**

Aguinaldo proporcional	NS 00.00
Vacaciones proporcionales	NS 00.00
Prima vacacional proporcional	NS 00.00

**TOTAL DE PERCEPCIONES** **NS 00.00**

**2.- Deducclones:** **NS 00.00**

**TOTAL DEDUCCIONES** **NS 00.00**

**3.- NETO RECIBIDO** **NS 00.00**

Reconozco haber leído detenidamente el contenido del presente documento y estar conforme con el mismo.

-----  
TRABAJADOR

-----  
HUELLA DIGITAL

CONTRATO DE REPRESENTACION ARTISTICA EN EXCLUSIVA QUE CELEBRAN POR UNA PARTE "PRODUCCIONES X ", S. A. DE C. V., A QUIEN EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARA "EL REPRESENTANTE", REPRESENTADA EN ESTE ACTO POR SU REPRESENTANTE LEGAL EL SR. \_\_\_\_\_, Y POR LA OTRA EL PROVEEDOR \_\_\_\_\_, CUYO NOMBRE ARTISTICO ES \_\_\_\_\_, A QUIEN EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARA " EL ARTISTA" , BAJO EL TENOR DE LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLAUSULAS.

### DECLARACIONES

a) Declaran las partes contratantes tener la debida capacidad para celebrar el presente contrato y no sufrir vicios del consentimiento.

b) Declara "EL REPRESENTANTE ", ser una sociedad legalmente constituida, de nacionalidad mexicana y estar legalmente representada por \_\_\_\_\_ con domicilio legal ubicado en la Calle de \_\_\_\_\_, y que tiene como R. F. C. \_\_\_\_\_

c) Declara "EL REPRESENTANTE" que se dedica a la representación artística de personas físicas o morales, nacionales o extranjeras en radio, cine, televisión, video-cine, variedades, centro nocturno, comerciales, doblaje, modelaje, fotonovela, espectaculos, eventos artísticos masivos, castings, promocionales, espectáculos, conciertos, palenques, cabarets, salones, montaje de shows, así como la realización de producciones cinematográficas, televisivas, videofilms, videoclips, teatrales, gras artísticas, campañas publicitarias, y relaciones públicas en dichos medios, desarrollo y producción que incluya todo lo concerniente a dirección escénica, comerciales, patrocinios en general, planeación y elaboración de guiones cinematográficos, teatrales y de televisión, cortometraje y largos para explotación artística y comercial, supervisión y asesoría técnica en todas esas ramas, contratación y representación de artistas, producción y distribución de fotos fijas de carácter publicitario y promocional, la industria de cine, radio, televisión y teatro, la fotografía en general, la realización de todo acto y la celebración de todo contrato tendiente al logro de los fines sociales y en general a toda actividad relacionada con el negocio del espectáculo, la diversión y el entretenimiento.

•

d) Declara "EL ARTISTA", ser de nacionalidad mexicana, tener \_\_\_\_\_ años, con domicilio fiscal en \_\_\_\_\_ y estar inscrito en el Registro Federal de Contribuyentes bajo el Número \_\_\_\_\_ R. F. C. \_\_\_\_\_ y con régimen fiscal regulado por el Título Cuarto Capítulo Primero de la Ley del Impuesto Sobre la Renta, y que ejerce en forma independiente y ante quien requiere de sus servicios la profesión de \_\_\_\_\_ misma profesión que desempeñará en el lugar en que se le indique , y con las aptitudes y experiencia profesional para desempeñarse como \_\_\_\_\_

e) Ambas partes están de acuerdo a someterse a las siguientes:

## C L A U S U L A S

### De las obligaciones y facultades de "EL REPRESENTANTE "

PRIMERA.- "EL REPRESENTANTE" asume en este acto, la representación en exclusiva de "EL ARTISTA" , y funge como su consejero, representante legal con poder amplio, agente y director de la planeación, elaboración, desarrollo y realización de todas y cada una de las actividades propias, anexas y conexas de "EL ARTISTA".

SEGUNDA.- "EL REPRESENTANTE" queda facultado para designar, otorgar y/o delegar poderes o actividades propias de su investidura a terceros, para que realicen en su nombre o a nombre de "EL ARTISTA" cualesquiera gestiones o actividades dentro y/o fuera de la oficina de "EL REPRESENTANTE".

TERCERA.- "EL REPRESENTANTE" se obliga a realizar honesta, eficiente y eficazmente todo tipo de contrataciones, negociaciones, pagos, liquidaciones, itinerarios, etc. y todas aquellas gestiones necesarias y suficientes para el desarrollo integral y proyección óptima de "EL ARTISTA" dentro del territorio nacional y el resto del mundo.

CUARTA.- "EL REPRESENTANTE" se obliga al cuidado y custodia de "EL ARTISTA". Así mismo se obliga a dar cuenta y razón de cada una de las partidas que por ingreso o egreso se originen con motivo de las actividades de "EL ARTISTA", para lo cual se llevará registro de todas ellas, mismas que podrán ser verificadas por "EL ARTISTA" en el momento que lo desee y a su entera satisfacción, interponiendo las observaciones que considere pertinentes.

QUINTA.-"EL REPRESENTANTE" se compromete con "EL ARTISTA" a:

a) Proporcionarle los servicios de Administración, Contabilidad, Ventas, Relaciones públicas, Mercadotecnia, Producción, Servicios Legales, etc. Contratando al personal necesario para el desempeño eficiente de la actividad materia de este contrato.

b) Ser el contacto con los clubes de Fans y dirigir las actividades de éstos en pro del apoyo y promoción de "EL ARTISTA".

c) Ser el encargado de la coordinación y promoción de "EL ARTISTA", así mismo será el nexo pilar entre la disquera, los medios de comunicación y cualquier entidad nacional o internacional que apoye la gestión de contratación, ventas, promoción o promocionales de "EL ARTISTA".

d) A hacer todo tipo de gestiones de los cobros derivados de todas las actividades personales y artísticas de "EL ARTISTA" para lo cual, "EL ARTISTA" se compromete a trabajar para "EL REPRESENTANTE" en forma EXCLUSIVA como \_\_\_\_\_ a excepción de que se establezca por escrito su colaboración, para cualquier otro proyecto alterno o ajeno a esta exclusividad, siempre y cuando no interfiera con las fechas ya comprometidas en materia de shows o de diferente índole que hayan sido firmadas o establecidas por escrito con "EL REPRESENTANTE", dándole prioridad a todos los proyectos que se establezcan con ésta, comprometiéndose a facturar y/o entregar su recibo de honorarios correspondiente debidamente requisitado.

SEXTA.- La aplicación del presente contrato en exclusiva abarca cualesquiera ámbitos hasta donde los medios de comunicación tengan alcance y avance tecnológico conocido o por conocerse y de acuerdo con el giro establecido en las DECLARACIONES anteriormente expuestas en el párrafo correspondiente, y surtirá efecto a partir de la fecha de la firma del mismo, y su aplicación se referirá a cualquier aspecto artístico en donde "EL ARTISTA" se manifieste, a excepción de derechos de autor (letra y música de canciones originales y/o adaptaciones sobre música extranjera o nacional, así como tampoco de obras literarias de carácter personal, artístico y privado), así como tampoco a todos aquellos proyectos artísticos alternos de carácter comercial y/o no lucrativos, en donde "EL ARTISTA" quiera explotar su imagen física o su voz.

#### **De las condiciones de trabajo y pago**

SEPTIMA.- Corresponde a "EL REPRESENTANTE" el \_\_\_\_\_% de todos los ingresos brutos que se originen por motivo de todas y cada una de las actividades artísticas en las que "EL ARTISTA" participe, a partir de la fecha de firma de este contrato.

OCTAVA.- "EL ARTISTA" Y "EL REPRESENTANTE" convienen en determinar un día a la semana para la liquidación de los importes de cantidades netas que resulten después de gastos de los shows, presentaciones o cualesquiera cobros o ingresos correspondientes a actividades artísticas relacionadas con "EL ARTISTA".

NOVENA.- La base de liquidación de Ingresos a "EL ARTISTA" será por el importe manifestado en los contratos o convenios que firme "EL REPRESENTANTE" con terceros.

DECIMA.- "EL ARTISTA" Y "EL REPRESENTANTE" fijarán de mutuo acuerdo y por escrito, las cantidades que se establezcan por el cobro de las actividades de "EL ARTISTA".

DECIMA PRIMERA.- "EL REPRESENTANTE" deberá consultar con "EL ARTISTA" todas y cada una de las negociaciones a realizar así como también deberá de darle la información semanal por escrito del seguimiento, y de los resultados de éstas.

#### **De las obligaciones y responsabilidades de "EL ARTISTA"**

DECIMA TERCERA.- "EL ARTISTA" se compromete a presentarse en todos los shows o eventos en los que se requiera de su presencia, los cuales contrate "EL REPRESENTANTE" y a presentarse en los ensayos que sean necesarios, en los horarios que se acuerden con los integrantes de la banda, el Director musical y los bailarines de acuerdo al horario que "EL ARTISTA" y "EL REPRESENTANTE" acuerden para el correcto desempeño del espectáculo y/o actuación que se contrate. "EL ARTISTA" se compromete a presentarse puntualmente en el lugar indicado para el comienzo, desempeño y demostración de las labores aquí establecidas y libre de todo tipo de adicciones que vayan en detrimento de su imagen, voz, reputación, etc., proporcionando "EL REPRESENTANTE" el equipo humano, técnico e instrumental necesarios para tal efecto.

DECIMA CUARTA.- "EL ARTISTA" está de acuerdo en realizar todos los shows o presentaciones a que se refiere la cláusula inmediata anterior, por lo cual cobrará la cantidad que resulte después de gastos, porcentaje de representación, e impuestos a declarar, por cada evento, más IVA. Esta cantidad se pagará el día hábil siguiente a la presentación, y en las instalaciones de "PRODUCCIONES X" S.A. DE C.V.

DECIMA QUINTA.- "EL ARTISTA" tendrá que presentar un recibo de honorarios debidamente requisitado para el cobro correspondiente a sus actividades, haciéndose responsable por el pago de impuestos correspondiente, el cual podrá ser delegado a "EL REPRESENTANTE" el cual ofrece este servicio, siempre y cuando se pacte por escrito.

**De la duración, prórroga, terminación y rescisión del contrato.**

DECIMA SEXTA.- El presente contrato tiene una vigencia de \_\_\_\_\_ años con opción a prórroga por un periodo igual, a partir de la fecha de firma del mismo, "EL ARTISTA" deberá avisar por escrito \_\_\_\_\_ días antes de su terminación, para que pueda ser aplicable la prórroga del contrato, su deseo de continuar o no con el mismo. De no ser así, se prorrogará automáticamente y bajo las mismas condiciones sin opción a negociación.

DECIMA SEPTIMA.- En caso de rescisión unilateral por cualquiera de las partes, cada una se compromete al término de las negociaciones ya contraídas y firmadas bajo las mismas condiciones de pago, obligaciones y responsabilidades.

DECIMA OCTAVA.- "EL ARTISTA" se obliga a desempeñar su trabajo, en óptimas condiciones físicas y mentales, para cumplir con todos y cada uno de los contratos y compromisos firmados por "EL REPRESENTANTE", excepto en los casos de fuerza mayor, y para todas y cada una de las actividades comprometidas con terceros.

DECIMA NOVENA.- En el caso de que "EL ARTISTA" se viera incapacitado para cumplir con sus obligaciones, "EL REPRESENTANTE" quedará obligado a responder ante terceros por los daños y perjuicios causados por dicho incumplimiento. Así mismo en el caso de que "EL ARTISTA" decida por voluntad propia no cumplir con sus obligaciones, éste será el responsable directo de los daños y perjuicios en que se incurrieren, y tendrá que responder ante terceros.

VIGESIMA.- En caso de que el incumplimiento de los compromisos referidos anteriormente sean por causa imputable a "EL REPRESENTANTE", éste quedará obligado a responder ante terceros, obligándose a liberar a "EL ARTISTA" de todo reclamo que pudiese ejercerse en su contra por dichas causas.

VIGESIMA PRIMERA.- "EL REPRESENTANTE" Y "EL ARTISTA" convienen que para todo lo relativo a la interpretación y cumplimiento del presente contrato, se someten a la jurisdicción de los Tribunales de la Ciudad de México, renunciando a cualquier otro fuero en razón de su actual o futuro domicilio.

VIGESIMA SEGUNDA.- Leído que fue por ambas partes este documento y enterados de su alcance, contenido y obligaciones, lo firman de común acuerdo en México D. F., a los \_\_\_\_ días del mes de \_\_\_\_\_ de 199\_\_\_\_.

EL REPRESENTANTE

EL ARTISTA

PRODUCCIONES X , S.A. DE C.V.  
REPRESENTANTE LEGAL

SR.

## CONTRATO PRIVADO

Que celebran por una parte **PRODUCCIONES X, S. A. DE C. V.** a quien en lo sucesivo se le denominará **EL REPRESENTANTE** y por la otra: \_\_\_\_\_ a quien se le denominará **LA EMPRESA** de acuerdo a las siguientes:

### DECLARACIONES

- A) La Representante declara ser una empresa mexicana legalmente constituida mediante escritura pública inscrita en el registro público de personas morales; que por su objeto social y porque tiene los derechos y autorización sobre la materia de este contrato, puede ofrecer los servicios estipulados en él y está representada legalmente mediante poder otorgado en la misma escritura por \_\_\_\_\_ o por su apoderado legal: \_\_\_\_\_
- B) La Representante tiene su domicilio legal en la calle de \_\_\_\_\_ y su Registro Federal de Causantes es \_\_\_\_\_
- C) La Empresa declara estar también legalmente constituida y estar representada en este acto por \_\_\_\_\_ cuyo poder legal está debidamente acreditado.  
Tener su domicilio en: \_\_\_\_\_, Su Registro Federal de Causantes: \_\_\_\_\_ y desear contratar al Artista.

Expuesto lo anterior, ambas partes convienen en someterse a las siguientes:

### CLAUSULAS

- I. La Representante se compromete a presentar al Artista \_\_\_\_\_ en la(s) fecha(s): \_\_\_\_\_ en el lugar \_\_\_\_\_ con capacidad para \_\_\_\_\_ personas.

II. La actuación del Artista iniciará a las \_\_\_\_\_ horas. y en ningún caso lo hará después de las DOCE de la noche. El espectáculo tendrá una duración mínima de \_\_\_\_\_ siendo el tipo de show:  
-----

III. La Empresa pagará por la presentación del Artista la cantidad de N\$ \_\_\_\_\_ (NUEVOS PESOS ) más I.V.A., siendo la forma de pago 50% a la firma de este contrato y el 50% restante, dos horas antes de la actuación. Este pago no otorga derecho a la Empresa a ceder todos o en parte los derechos y obligaciones de este contrato, salvo acuerdo por escrito con La Representante.

IV. La Empresa deberá cubrir cualquier otro pago que se origine por concepto de impuestos federales, estatales o locales, así como de cuotas sindicales, derechos y permisos necesarios para la presentación del Artista.

V. La Empresa deberá proporcionar en el lugar de la actuación:

A) Lo contenido en el anexo I según el tipo de evento.

B) Todas las facilidades de tiempo y espacio para la instalación de los equipos de audio, iluminación e instrumentos musicales, cuando menos doce horas antes de la actuación.

VI. La Representante proporcionará todo el equipo restante necesario para la actuación del Artista.

VII. La Empresa proporcionará X habitaciones en Hotel de lujo durante \_\_\_\_ noche(s) como sigue: X DOBLES, X SENCILLAS Y X MASTER SUITE.(SE ANEXARA ROOMING LIST)

VIII. En caso de que la actuación del Artista constituya un evento público en el que se cobre por verlo, La Empresa realizará una CAMPAÑA DE PUBLICIDAD intensiva acerca de su presentación durante cuando menos dos semanas antes de la misma, utilizando para ella los medios de comunicación más importantes de la localidad, así como mantas, posters, carteleras, marquesinas y demás instrumentos publicitarios.

En toda la publicidad el Artista llevará el crédito estelar, quedando entendido que La Empresa no podrá involucrar ningún producto, marca o firma comercial con aquélla y su presentación, salvo pacto por escrito entre ambas partes y que La Representante se reserva el derecho de poder prohibir cualquier forma de publicidad que lesione de cualquier manera la imagen del Artista.

- IX. La Empresa no podrá programar sin el consentimiento de La Representante ningún acto de tipo social, conferencia de prensa o compromiso adicional de cualquier índole que involucre la presentación personal del Artista.
- X. Queda estrictamente prohibida la grabación en vídeo, filmación o cualquier tipo de reproducción de escenas del espectáculo del Artista ya sea parcial o totalmente y mediante cualquier clase de equipo; tampoco podrá transmitirse por radio ó televisión sin la autorización por escrito de La Representante.
- XI. Es derecho exclusivo de La Representante la venta directa o a través de intermediarios de cualquier producto relacionado con la imagen del Artista y/o su presentación. Ambas partes convienen en que sea La Empresa la que tramite el permiso correspondiente para que la venta de dichos productos pueda realizarse en el local en el que el Artista vaya a presentarse.
- XII. El incumplimiento de cualquiera de las cláusulas anteriores por parte de La Empresa ocasionará que La Representante cancele la presentación del Artista y que La Empresa debe liquidar el total del pago pactado.
- XIII. Si por causas no imputables a La Representante como fenómenos meteorológicos y otros de la Naturaleza, falta de energía eléctrica, variaciones en el voltaje de la misma, falta de recursos económicos, falta de permisos para poder efectuar la presentación del espectáculo, cancelación de vuelos, accidentes en vehículos proporcionados por La Empresa, desorden público, o cualquier otra por la que la presentación del Artista debiera cancelarse, La Empresa se obliga a liquidar el 50% restante del pago pactado eximiendo a La Representante de cualquier responsabilidad.



- XIV.** La Representante se obliga a devolver el pago anticipado por la empresa, si, por causas de enfermedad o accidente del Artista previos a su presentación, ésta deba cancelarse, debiendo notificárselo a La Empresa de inmediato, por lo que ésta no se reservará acción judicial alguna contra la otra parte. Así mismo lo devolverá cuando La Empresa le haya notificado de la cancelación del evento, por escrito, con al menos quince días de anticipación mas los intereses que haya generado desde el día en que se recibió el anticipo, al tipo de tasa bancaria de ese día. En caso contrario La Representante lo conservará como indemnización.

Para todo lo relativo a la interpretación y cumplimiento del presente contrato, ambas partes convienen en someterse expresamente a las leyes y tribunales de México, D. F., renunciando al fuero que por domicilio, nacionalidad u otra razón pudiera corresponderles ahora y en el futuro. Habiéndose leído este contrato y de acuerdo con su contenido y alcances, se firma el día X de X de 199X.

#### **LA REPRESENTANTE**

-----  
PRODUCCIONES X S.A

#### **LA EMPRESA**

-----

## REGlamento INTERIOR DE TRABAJO

Formulado por "PRODUCCIONES X" S.A DE C.V, designada al efecto en la empresa o establecimiento propiedad de éste último, de acuerdo con los artículos 422 al 425 de la Ley Federal del Trabajo.

Fecha:

Patrón: "PRODUCCIONES X" S.A DE C.V  
con domicilio en:

Actividad de la empresa o establecimiento : REPRESENTACIONES ARTISTICAS

### ARTICULO 1o.

#### DISPOSICIONES ESPECIALES:

- A) Tiempo semanal de trabajo en Jornadas discontinuas: Días. 5, hora de entrada: 9.00 HRS hora de salida: 15:00 HRS, hora de entrada: 16:00 HRS hora de salida: 19:00 HRS
- B) Minutos de tolerancia a la hora de entrada: 15 QUINCE MINUTOS
- C) Días de anticipación para solicitar permisos: UN DIA
- D) Días de pago de salarios: día último y quince de cada mes
- E) Lugar de pago (sólo si es distinto al domicilio arriba señalado):.....
- F) Días y horas para el aseo de locales, máquinas y demás implementos de trabajo: DIARIO DE 9:00 HRS A 11:00 HRS.

### ARTICULO 2o.

Las horas de entrada y salida y el tiempo para comer y reposar consignados en el Artículo que antecede, son los que se encuentran actualmente en vigor, pero las partes convienen, en que el patrón podrá modificarlos sólo para el caso de que resulte indispensable para el buen funcionamiento de la empresa, previo aviso a los trabajadores afectados con una semana de anticipación.

### ARTICULO 3o.

Las jornadas de trabajo deben iniciarse y concluir en punto de las horas señaladas como de entrada y salida en el Apartado A) del Artículo 1o. de este Reglamento, y precisamente en el lugar que hayan señalado a cada trabajador el patrón o sus representantes. La tolerancia a las horas de entrada se concede para casos de retardo accidental y, transcurrida la misma, es potestativo para la empresa permitir o no la entrada a los retrasados, no devengando, por supuesto, salario alguno cuando no se les permita la entrada.

## ARTICULO 4o.

Cuando las jornadas deban prolongarse por circunstancias especiales, los trabajadores se obligan a laborar el tiempo extra necesario, en los términos del Artículo 66 de la Ley Federal del Trabajo, en la inteligencia de que sólo se considerarán y se pagarán como horas extraordinarias, las que excedan del tiempo semanal establecido en el Artículo 1o. de este Reglamento y hayan sido autorizadas en forma escrita por el Patrón o sus representantes.

## ARTICULO 5o.

Durante las jornadas ordinarias y extraordinarias a que se refieren los dispositivos anteriores, el personal está obligado a desempeñar sus labores con la intensidad, cuidado y esmero apropiados. El incumplimiento de esta disposición se considerará como falta de probidad del trabajador y se sancionará de acuerdo a la Ley.

## ARTICULO 6o.

Los trabajadores quedan obligados a obedecer las órdenes e indicaciones del patrón o sus representantes, a cuya autoridad estarán subordinados en todo lo concerniente al trabajo.

## ARTICULO 7o.

El personal de nuevo ingreso quedará sujeto a prueba durante los primeros 28 días, a fin de que el patrón o sus representantes se den perfecta cuenta de su capacidad, aptitudes, experiencia y conocimientos.

En cualquier tiempo dentro del término de prueba, y de acuerdo con lo que establece el artículo 47 Fracción I de la Ley Federal del Trabajo, el patrón podrá rescindir la relación laboral si el trabajador carece de la capacidad, aptitudes, experiencia o conocimientos que haya manifestado tener.

## ARTICULO 8o.

Se consideran como trabajadores para obra o por tiempo determinado, los que realizan labores accidentales o transitorias que no forman parte de las actividades normales y permanentes de la empresa, así como los que ingresan para sustituir temporalmente a un trabajador de planta.

## ARTICULO 9o.

Todos los trabajadores están obligados a realizar la limpieza de las máquinas, útiles y demás enseres con que trabajen, así como del lugar donde desempeñen sus labores, los días y a las horas establecidas en este Reglamento.

## ARTICULO 10o.

Los salarios devengados se pagarán directamente a los trabajadores en moneda mexicana de curso legal. Se conviene que los descuentos por deudas contraídas con el patrón, pagos hechos con exceso, errores, pérdidas, averías o adquisición de artículos producidos por la empresa, serán como máximo del 30% del excedente del salario mínimo general de la zona económica que corresponda.

## ARTICULO 11o.

Los trabajadores que presten sus servicios en un lugar fijo de la empresa y cuyas actividades no requieran que permanezcan de pie, pueden hacer uso de las sillas o asientos que la negociación proporcione, absteniéndose de utilizarlos cuando ello perjudique el desempeño normal de sus labores o la buena marcha del centro de trabajo.

## ARTICULO 12o.

Los trabajadores deberán abstenerse de todo cuanto pueda poner en peligro su propia seguridad, la de sus compañeros de trabajo, la del patrón y sus representantes, la de terceras personas, contenido y bienes de la empresa que estén a su cuidado o se encuentren en el establecimiento, obligándose a obedecer las instrucciones que reciban del patrón, de sus representantes o de los miembros de la Comisión Mixta de Seguridad e Higiene.

## ARTICULO 13o.

La empresa concederá a su personal permisos o licencias para faltar a sus labores, en los siguientes casos:

a) Por el tiempo necesario para el ejercicio del voto en las elecciones municipales, estatales, o federales según sea el caso, y para el cumplimiento de los servicios en los jurados populares, como miembros de ellos con algún cargo en las casillas electorales y en los censos económicos y de población, cuando estas actividades deban cumplirse dentro de la jornada de trabajo.

b) Para desempeñar una comisión accidental o permanente de su Sindicato o del Estado, siempre que avisen con la oportunidad debida y que el número de trabajadores comisionados no sea tal que perjudique la buena marcha de la empresa.

Conforme a lo dispuesto en el Artículo 132 Fracción X de la Ley Federal del Trabajo, el tiempo perdido a que se refieren los incisos anteriores, se descontará al trabajador.

c) Para atender asuntos de índole particular o familiar siempre y cuando lo soliciten con la debida anticipación y las labores de la empresa no sufran perjuicio alguno a criterio del patrón o sus representantes. Las licencias a que se refiere este inciso, serán sin goce de salario.

## ARTICULO 14o.

Queda estrictamente prohibido a los trabajadores incurrir en las faltas que se mencionan en los siguientes preceptos, y en su caso, serán sancionados en la forma y términos que se señalan a continuación:

- I. Serán motivo de suspensión por un día sin goce de salario, las siguientes faltas:
  - a) Abstenerse de dar el aviso a que se refiere el inciso f) del Artículo 15o.
  - b) Hablar con los compañeros de trabajo a gritos o referirse en forma escandalosa.
  - c) Presentarse tres veces en el término de un mes después de la hora de entrada, pero sin excederse de la tolerancia a que se refiere el Artículo 1o. de este Reglamento.
  - d) Faltar al trabajo una vez, sin permiso o causa justificada.

- II. Serán motivo de suspensión por dos días sin goce de sueldo, las siguientes faltas:
- a) fumar en lugares que afecten el equipo de la oficina.
  - b) Introducir sin permiso previo a la empresa a personas extrañas, amigos y familiares.
  - c) Permanecer en los baños leyendo periódicos y revistas.
  - d) Reunirse varios trabajadores en un lugar en horas de trabajo, suspendiendo las labores.
  - e) Faltar dos veces en el término de 30 días, sin causa justificada o sin permiso del patrón o sus representantes.
  - f) Introducir y consumir alimentos en el lugar de trabajo

- III. Serán motivo de suspensión por tres días sin goce de salario, las siguientes faltas:
- a) Reincidir en cualesquiera de los actos u omisiones a que se refiere la fracción II de este artículo.
  - b) Reincidir por segunda vez en las faltas de que habla la fracción I de este artículo.
  - c) Faltar al trabajo tres veces en un lapso de 30 días sin causa justificada o sin permiso del patrón.
  - d) Intrigar entre el personal o los superiores.
  - e) Introducir a la empresa bebidas alcohólicas o drogas.
  - f) Dedicarse a juegos de manos o de azar o cruzar a apuestas durante el trabajo.
  - g) No dar debido cumplimiento a cualesquiera de las obligaciones establecidas en los incisos del a) al g) del artículo 15o. de este Reglamento.
  - h) Salir de la empresa en horas de trabajo sin permiso o autorización por escrito, del patrón o sus representantes.

#### ARTICULO 15o.

Será causa justificada de separación sin obligación para el patrón, cualquiera de las siguientes:

- a) Incurrir el trabajador durante sus labores en faltas de probidad u honradez, actos de violencia, amagos, injurias o malos tratamientos en contra del patrón, sus familiares o el personal directivo o administrativo.
- b) Cometer contra alguno de sus compañeros los actos enumerados en el inciso anterior, si como consecuencia se altera la disciplina.
- c) Extraer efectivo, mercancías u objetos propiedad de la empresa sin el permiso correspondiente.
- d) Ejecutar trabajos ajenos dentro de la empresa.

- e) Provocar escándalos o riñas.
- f) Dormir en horas de trabajo.
- g) Ocasionar maliciosamente perjuicios en los edificios, contenido, obra, mercancías, muebles, enseres y demás objetos que se encuentren dentro de la empresa.
- h) Cometer actos Inmorales.
- l) Revelar secretos de la empresa.
- j) Comprometer por negligencia o mala fe la seguridad de la empresa, o de las personas que se encuentren dentro de la empresa.
- k) Presentarse a sus labores en estado de embriaguez o bajo la influencia de algún narcótico o droga enervante.
- l) Faltar más de tres veces al trabajo, en el término de 30 días sin causa justificada o sin permiso del patrón.
- m) Las demás que establecen los artículos 47, 185, 291 de la Ley Federal del Trabajo.

ARTICULO 16o.

Las violaciones a este Reglamento, al contrato o a la Ley no previstas aquí y que no ameriten la rescisión de la relación laboral, serán castigadas con suspensiones en el trabajo hasta por ocho días. La empresa hará las investigaciones del caso, dando oportunidad de defensa al trabajador.

ARTICULO 17o.

Todo lo no previsto en el presente Reglamento, se sujetará a las disposiciones del Contrato y de la Ley Federal del Trabajo.

ARTICULO 18 o.  
CLAUSULAS ADICIONALES

.....  
.....

-----  
"PRODUCCIONES X" S.A. DE C.V.  
PATRON

-----  
TRABAJADOR

## **BIBLIOGRAFIA**

- 1.- Aviña Rubén, *Cómo se hace una Estrella*, Editorial Grijalvo, México 1994
- 2.- Stanton, William, *Fundamentos de mercadotecnia* Mc Graw Hill, 8a Edición, México 1989.
- 3.- Villena Romero Raúl, *Desarrollo, Organización e Implementación de una empresa de Servicio Automotriz, orientada a la calidad, especializada en mantenimiento, servicio y afinación de sistemas de inyección electrónica de combustible*, Tesis UNAM 1992.
- 4.- Münch Galindo, García Martínez, *Fundamentos de Administración*, Editorial Trillas, 3a. Edición, México 1985.
- 5.- Heyel Carl, *Enciclopedia de Gestión y Administración de Empresas MANAGEMENT*, Editorial Grijalbo, Edición 3a. tomo Dos.
- 6.- Ríos Szalay Adalberto, Paniagua Aduna Andrés, *Orígenes y Perspectivas de la Administración*, Editorial Trillas, 2a Edición, México 1990
- 7.- De Pina Vara, Rafael, *"Derecho Mercantil Mexicano"*, Editorial Porrúa, Edición 23, 1992, México.
- 8.- *Ley General de Sociedades Mercantiles*
- 9.- Soto Alvarez Clemente, *Prontuario de Derecho Mercantil*, Editorial Limusa S.A. , Edición 1981
- 10.- *Ley del INFONAVIT*
- 11.- Art. 123 Apartado "A" de la Constitución Mexicana, Editorial Porrúa, 1994
- 12.- *Revista Emprendedores*, vol. VII Núm 22, Sept- Oct. 1993, "Marco Jurídico de la Empresa Comercial en México", María Oralia Casasola y Pedro Amador Palma.
- 13.- Chiavenato Idalberto, *Introducción a la Teoría General de la Administración*, Editorial Mc Graw-Hill, 3a. Edición, México 1994.

14.- Phillip B. Crosby, **Hablemos de Calidad (96 preguntas que siempre deseó usted plantear a Phil Crosby)** Mc Graw Hill 1990 México.

15.- Ishicawa, **"Que es el control total de calidad", la modalidad Japonesa**  
Versión en español , Editorial Norma 1991 México