



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO**

FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION

DISEÑO DE UN SISTEMA O PROYECTO PARA UNA  
ORGANIZACION EN EL AREA DE TEORIA DE LA  
ADMINISTRACION Y LA ORGANIZACION

PROYECTO DE LA CREACION DE UNA MICRO EMPRESA  
DEDICADA AL DISEÑO DE FIGURAS DE PAPEL DE CHINA

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
LICENCIATURA EN ADMINISTRACION  
P R E S E N T A  
MARIA ELENA / AMEZQUITA CASTRO

ASESOR: L.A. Y PROF. ADRIAN MENDEZ SALVATORIO



MEXICO, D.F.

2003



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).

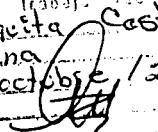
El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición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

**AGRADEZCO A LOS MAESTROS:**

**ADRIAN MÉNDEZ SALVATORIO  
FRANCISCO MARTINEZ GARCÍA**

**POR SU ASESORÍA Y DIRECCIÓN SIN LA CUAL NO HUBIERA SIDO POSIBLE LA  
PREPARACIÓN Y PRESENTACIÓN DE ESTE TRABAJO**

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

NOMBRE: Amérgita Castro  
Marcia Elena  
FECHA: 20 octubre 2003  
FIRMA: 

**EL PRESENTE TRABAJO LO DEDICO A:**

**MIS HIJOS**

**JOSELINE MYDORI  
GUILLERMO**



**PORQUE GRACIAS A SU INCANSABLE Y ARDUO APOYO HE LOGRADO ALCANZAR UNA META EN MI CAMINO, AHORA MAS QUE NUNCA SE ACRECENTARA MI CARINO, ADMIRACION Y RESPETO POR USTEDES. DOY GRACIAS POR LO QUE HEMOS LOGRADO.**

**A MIS PADRES**

**AGUSTINA CASTRO VAZQUEZ  
ENCARNACIÓN AMEZQUITA GUTIERREZ**

**POR DARMER ANIMOS PARA SEGUIR ADELANTE**

**A MIS HERMANOS**

**JOAQUINA  
MARY CRUZ  
PATRICIO  
BASILISA  
ENCARNACIÓN  
ROSA  
CARLOS  
LIDIA  
ALEJANDRA**

**POR SU APOYO**

**A MIS SOBRINOS**

**PARA QUE SEA EJEMPLO Y META DE QUE CUANDO UNO SE PROPONE LLEGAR A UN OBJETIVO, CON TESON Y ESFUERZO ES POSIBLE ALCANZARLO**

**Y A MIS AMIGOS**

**ARQ. LUIS R. JIMÉNEZ BELTRÁN  
LIC. EN PSI LAURA XOCHITL DIAZ RUIZ**

**POR SU APOYO INCONDICIONAL**

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

## INDICE

Introducción General	8
Objetivo del Estudio	10
<b>CAPITULO 1 DIAGNOSTICO</b>	
1.1 Identificando como principales causas	12
1.2 Recomendaciones	13
1.3 La Empresa	15
1.3.1 Antecedentes	15
1.3.2 Descripción del producto	
1.3.3 Visión	16
1.3.4 Misión	
1.3.5 Valores	
1.3.6 Filosofía	
<b>CAPITULO 2 ESTUDIO DE MERCADO.</b>	
2.1 Competencia	19
2.2 Perfil del Consumidor	20
2.3 Segmentación de mercado	
2.4 Mercado meta	21
2.5 Investigación de mercado	
2.5.1 Encuesta Piloto.	23
2.5.2 Justificación de cambios a la encuesta piloto.	24
2.5.3 Encuesta Final.	25
2.5.4 Tamaño de la muestra.	26
2.5.5 Análisis de los datos	27
2.5.6 Graficas y resultados	28
2.5.7 Conclusión general de resultados	34
2.6 Selección del Mercado Objetivo	35
2.6.1 Ubicación geográfica del mercado	
2.6.2 Tipo de mercado	36
2.6.3 Cuantificación de mercado meta	
2.6.4 Cuantificación de la demanda	37
2.6.5 Características mercado lógicas del producto	38
2.6.6 El producto	
2.6.7 Envase	
2.6.8 Etiqueta	
2.6.9 Precio	39
2.6.10 Como se determinó el precio	
2.6.11 Precio de la competencia	41
2.7 Canales de Distribución	42
2.7.1 Traspotación	
2.7.2 Publicidad	
2.7.3 Promoción de venta	
2.7.4 Fuerza de ventas	
2.8 Ciclo De Vida Del Producto	43

2.9	Conclusiones	43
<b>CAPITULO 3. ESTUDIO TECNICO.</b>		
3.1	Tamaño del Proyecto	46
3.1.1	Capacidad de diseño	
3.1.2	Tamaño de la planta	
3.1.3	Capacidad diseñada	47
3.1.4	Factores determinantes del tamaño	48
3.1.5	Tecnología y equipos	
3.1.6	Capacidad administrativa	49
3.1.7	Distribución de la planta	50
3.1.8	Justificación del tamaño en relación con el proceso y la localización	51
3.2	Proceso de Producción	
3.2.1	Descripción del proceso de transformación	
3.2.2	Insumos principales y subproductos	
3.2.3	Insumos alternativos	52
3.2.4	Productos principales	
3.2.5	Subproductos	53
3.2.6	Identificación y descripción de las etapas intermedias	
3.2.7	Flujo grama del proceso de producción	57
3.2.8	Administración de la calidad	59
3.2.9	Descripción de las instalaciones, equipo y personal	60
3.2.10	Justificación de las instalaciones	61
3.3	Localización de la Planta.	
3.3.1	Localización	62
<b>CAPITULO 4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.</b>		
4.1	Imagen corporativa	64
4.1.1	Nombre	
4.1.2	Colores	
4.1.3	Logotipo	65
4.1.4	Slogan	
4.1.5	Lema	
4.2	Misión y filosofía de la empresa	66
4.2.1	Misión	
4.2.2	Filosofía	
4.2.3	Objetivos	
4.3	Objetivos generales	
4.3.1	A nivel empresa	
4.3.2	A nivel mercado	
4.3.3	A nivel social	
4.4	Objetivos específicos	

4.4.1	Gerencia General	
4.4.2	Departamento de ventas	67
4.4.3	Departamento de producción	
4.4.4	Departamento de compras, relaciones y distribución	
4.4.5	Clasificación de las empresas	
4.5	Criterio de clasificación empresarial	
4.6	Requisitos para ingresar a la compañía	76
4.7	Reglamento Interno de Trabajo	
4.8	Administración de Personal	79
4.8.1	Planeación de los Recursos Humanos	
4.8.2	Sistemas de Reclutamiento, Selección Y Contratación	80
4.9	Marco Legal	84
4.9.1	Marco Normativo	
4.9.2	Tramites Legales	85
4.9.3	Calendario De Obligaciones Fiscales	86
<b>CAPITULO 5. ESTUDIO FINANCIERO</b>		
5.1	Recursos financieros para la inversión	88
5.1.1	Necesidades de capital	
5.1.2	Calendario de inversiones	91
5.2	Fuentes De Financiamiento	93
5.2.1	Capital realizado a corto plazo	
5.2.2	Balace inicial	
5.3	Proyecciones Financieras	
5.3.1	Gastos de producción y administración	94
5.4	Ingresos Impuestos y Utilidades	105
5.5	Punto de Nivelación	109
5.5.1	Costos Fijos y Costos Variables	
5.6	Programa Financiero	112
5.7	Evaluación Financiera	
5.8	Estado Financiero Pro forma	114
<b>CAPITULO 6 REQUISITOS LEGALES</b>		
6.1	Selección del Tipo de Sociedad Mercantil	147
6.1.1	Sociedad De Responsabilidad Limitada	
6.1.2	Sociedad Anónima	
6.1.3	Sociedad De Capital Variable	
6.2	Obligaciones Oficiales	
6.2.1	Federales:	148

6.2.2	Estatales	
6.2.3	Tramites a seguir para la apertura de Empresas No Riesgosas	
6.2.4	Tramites a seguir para la apertura de Empresas Riesgosas	149
6.2.5	Locales	
6.3	Patentes y Marcas	
6.4	Planeación Estratégica	
6.5	Evaluación Intema	
6.6	Evaluación Externa	150
	<b>CAPITULO 7 CONCLUSIONES</b>	<b>151</b>
	<b>GLOSARIO</b>	<b>154</b>
	<b>ANEXOS</b>	<b>160</b>
	<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>173</b>



## INTRODUCCIÓN GENERAL

El presente trabajo tiene como objetivo la aplicación de los conocimientos adquiridos durante la carrera de Lic. en Administración, impartida en la Universidad Nacional Autónoma de México por la Facultad de Contaduría y Administración, a través del diseño de un proyecto para una organización el cual fue cumplido a lo largo del proyecto. Por medio de este aprendí a intercambiar ideas, opiniones y conocimientos que me hicieron más fuerte como profesionista y como persona, reforzando el trabajo en equipo.

El diseño de un proyecto para una organización es una modalidad de la facultad de contaduría y administración para obtener el grado de Lic. en Administración, el cual representa la prueba escrita del examen profesional.

La enseñanza adquirida en el salón de clases fue enriquecida a través de la práctica en la empresa DIPAP S.A. de C.V., dedicada a la fabricación y venta de figuras de papel de china, lo que me proporcionó una visión más amplia de la trascendencia en las organizaciones. El tema elegido Diseño de un sistema o Proyecto para una organización en el área de teoría de la administración y la organización engloba la carrera en su conjunto.

Además de llevar a la práctica los conocimientos aprendidos se benefició a una microempresa a través de la administración que es la llave para que las organizaciones se desarrollen, permanezcan, crezcan y enfrenten a una competencia cada vez mayor que amenaza su existencia cada día.

En la primera parte se realizó un diagnóstico técnico-administrativo para determinar las necesidades, situaciones y problemática actual, esto se llevo a cabo con observación directa, entrevista con los integrantes de la empresa y posteriormente a una investigación de mercados.

En la segunda parte se plantean las soluciones de los problemas detectados en el diagnóstico, una vez determinado esto se establecen las medidas de solución que dicha reorganización contemplaría. Esta consistió principalmente en realizar la planeación estratégica de la empresa, su estructuración y el diseño de sistemas y herramientas administrativas que le permitirán el logro de sus objetivos eficientemente. Esto se lleva mediante los diferentes estudios como son: estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo y estudio financiero.

Se establecieron las bases para su formalización, además de que existe disponibilidad por parte de sus integrantes para darse de alta ante las diferentes dependencias gubernamentales que por su actividad económica lo requiere, con lo que podrá tener acceso a programas de apoyo del gobierno federal, además el pago de impuestos contribuye al desarrollo del país.

Las organizaciones necesitan adaptarse al cambio, "renovarse" y ofrecer ventajas competitivas que las diferencien de las demás, es necesario una concepción de la empresa como un sistema, debe verse como un todo integrado por un conjunto de diversas partes que la constituyen, se deben enriquecer y fortalecer cada una de ellas, además de buscar un equilibrio en las áreas que la forman para poder ofrecer calidad en toda la empresa, por esta razón, el establecimiento de una estructura organizacional eficiente les permitirá ser mejor en su conjunto.

En este trabajo se expone un método completo, sencillo y fácil de llevar a la práctica. Este método facilita el trabajo de actualizar y reorganizar una empresa, se sugiere lo conozcan todas aquellas personas encargadas de tomar decisiones dentro de las mismas.

Esta técnica es usada por la Facultad de Contaduría y Administración en la materia de Creación de Empresas, la cual consta de cuatro estudios que se desarrollan en el siguiente trabajo.

- Primero es el estudio de mercado, que define al producto, analiza la competencia, el perfil del consumidor, el mercado meta, las características mercado lógicas del producto, el precio del producto y los canales de distribución.
- Segundo es el estudio técnico, que se compone de dos partes, la primera que se refiere a la capacidad del proyecto, los factores determinantes de su tamaño y su justificación. La segunda parte, describe el proceso de transformación, la descripción de las instalaciones, equipos y personal
- El tercer estudio, es la parte administrativa, en el se muestra la misión y filosofía de la empresa, los objetivos, la clasificación de la empresa, la organización para la operación, y el marco legal.
- En el cuarto estudio es el aspecto financiero, en el se muestran las necesidades estimadas de capital para la instalación y puesta en marcha de la empresa, posteriormente se presenta el análisis de las proyecciones financieras al primer año de operaciones, finalmente en este estudio se presenta el programa financiero que muestra la estructura, el uso de los fondos monetarios y para concluir la evaluación financiera, que trae los flujos de efectivo a valor presente para calcular el valor actual neto (VAN), la tasa interna de rendimiento (TIR), y el periodo de recuperación interna (PRI)

Los cuatro estudios aportan o dan a conocer la bondad del proyecto para que el inversionista, después de comparar con otras alternativas decida en cual invertir su dinero.

## OBJETIVO DEL ESTUDIO

Una empresa mercantil empieza con la idea inicial que poco a poco va tomando forma y surge el perfil del proyecto, para crear una empresa no es necesario ser inventor. La mayoría de las ideas que surgen nuevos negocios, se basan en la observación de las nuevas necesidades como consecuencia de los cambios que se producen en la economía y la sociedad que nos rodea.

No es fácil tipificar los procesos de como surge la idea en la mente del Empresario. En algunos casos ha sido la voluntad de repetir las experiencias ajenas, es el reflejo de los negocios nuevos, que se produce frecuentemente en las épocas de expansión de la economía. En otros casos, parte de la experiencia propia del futuro empresario, que ha sido trabajador o directivo de otro negocio y que pretende independizarse. También suele iniciarse la idea de crear una empresa cuando se posee un producto innovador que se considera que puede generar su propio mercado.

La creación de una empresa por grande o pequeña que sea reclama la preparación y evaluación de un proyecto, en el que intervienen muchas disciplinas del conocimiento por lo que es necesario contar con un equipo multidisciplinario de profesionistas o bien con alguna experiencia en la preparación y presentación de proyectos y la asesoría de expertos en la materia que nos auxilie en la parte que le corresponde. En este trabajo se presenta y desarrolla paso a paso un caso de la creación y puesta en marcha de una micro empresa productora de figuras de papel de china

Con el propósito de que futuros estudiantes y personas interesadas en poner una microempresa cuenten con una guía que los auxilie en la práctica de la investigación, presentación y evaluación de su propio proyecto. La idea de fabricar figuras de papel de china fue del joven DAVID JIMÉNEZ BELTRÁN. En el método del proyecto de una empresa se inicia con la idea del producto o servicio, se investiga el mercado para asegurarse que existe una demanda que asegure la instalación y puesta en marcha de una nueva empresa,

El proyecto propone también la indicación de los medios necesarios para la realización y adecuación de esos medios, para la creación y propuesta en marcha de la empresa DIPAP, S.A. DE C.V. creación de papel de china hecho a mano

# **CAPITULO 1**

## **PRIMERA PARTE**

### **DIAGNOSTICO**

## CAPITULO 1 DIAGNOSTICO

La empresa DIPAP carece de administración en general debido a que no lleva a cabo ninguna de las etapas del proceso administrativo, no cuenta con una cultura y estructura organizacional definida, carece de planeación estratégica, es decir desconoce en donde esta y hacia donde va, además de que las funciones, áreas y jerarquias no esta delimitadas.

Los efectos que esto ocasiona son principalmente:

- **Falta de competitividad:** ya que su posición en comparación con otras empresas del mismo giro, es inferior, la empresa desconoce a donde quiere llegar por lo que solo se limita a sobrevivir, no tiene la visión de analizar a la competencia para superarla, solo se preocupa por igualar lo que estas ofrecen, la falta de administración en la empresa le impide ventajas comparativas, en una economía globalizada como la que enfrentan en la actualidad todas las empresas, ya no es posible mantenerse aislados, los requerimientos para entrar al mercado son cada vez mas en numero y exigencia
- **Poco desarrollo en la empresa:** para que una organización se desarrolle es necesario que tanto el personal como la estructura involucrada con esta sea acorde con las necesidades de la empresa y del entorno esta microempresa carece de dicha estructura, por lo que su nivel de desarrollo es bajo.
- **Crecimiento organizacional limitado:** el crecimiento de DIPAP se ha visto limitado (a pesar de existir este ) debido principalmente a la falta de planeación estratégica de la empresa ya que no se tiene bien definido a donde se quiere llegar y donde se encuentra hoy, además al no estar dado de alta ante la S.H.C.P. Ha impedido el acceso a posibles micro créditos que algunas instituciones como NAFIN o la Secretaría de Economía otorga.
- **Bajos volúmenes de venta:** a lo largo de un año de operaciones DIPAP ha tenido las ventas suficientes para sufragar sus costos, sin embargo, se puede observar que tiene capacidad de expansión en el mercado, podría vender mas si se enfocara a planear, organizar, dirigir y controlar estas.
- **Desaprovechamiento de recursos:** las compras son en parte esencial para las empresas, esta deben ser planeadas de acuerdo a las necesidades y requerimientos de la organización en cuestión, al no existir la adecuada planeación, una función de compras definida, ni las actividades que la integran se desaprovecha oportunidades de descuentos por volumen, por pronto pago, entre otras. Además se corre el riesgo de no tener a tiempo los artículos necesarios para la operación de la empresa.
- **Baja rentabilidad:** la empresa DIPAP desconoce su rentabilidad. No existe planeación financiera lo que limita la optimización de los recursos económicos. Al no existir evaluación y control financiero hay fugas de dinero que no son administradas eficientemente. Los pocos conocimientos acerca de financiamiento han impedido que la empresa pueda financiarse con recursos ajenos a los integrantes de la misma, que le proporcionaran el capital necesario para expandir su capacidad de oferta y los recursos para crecer

### 1.1 Identificando como principales causas

**Falta del proceso administrativo**

- **Planeación:** no cuenta con un conjunto sistematizado de decisiones que proviene de una estructura racional de análisis que contiene los elementos informativos y de juicio suficiente y necesario para fijar prioridades, elegir entre opciones, establecer objetivos y metas en el tiempo y en el espacio, ordenar las acciones que permitan alcanzarlas con base en la asignación correcta de recursos, la coordinación de esfuerzos y la imputación precisa de responsabilidades que permiten controlar y evaluar sistemáticamente los procedimientos, avances y resultados para poder introducir con oportunidad los cambios necesarios.
- **Organización:** a pesar de estar constituida por grupos de individuos que establecen relaciones interpersonales de trabajo, no se determinan las divisiones y la especialización de las labores, ni operan bajo una jerarquización formal de posiciones y cargas, al no diferenciar al individuo en el puesto, la función o las actividades que le corresponde desempeñar. Toda la organización se puede considerar como un ente dinámico que mantiene nexos permanentes con el medio que lo rodea, el que a su vez influye en forma directa e indirecta en su funcionamiento. Por lo que no se puede aislar del mismo.
- **Dirección:** Carece del elemento administrativo mediante el cual se puede lograr la realización de todo lo planeado, por medio de la autoridad del administrador. No hay una autoridad y responsabilidad limitadas.
- **Control:** No se lleva a cabo un proceso para asegurar que las actividades reales se ajusten a las actividades planeadas.
- **Falta de planeación estratégica:** No se lleva a cabo el proceso de decidir que se va a ser, que se hará, quien y cuando se hará, mediante la implementación de estrategias.
- **Carencia de división de trabajo:** No se descompone el proceso de elaboración de figuras de papel de china y la atención del cliente en varias designaciones específicas para los distintos participantes en el proceso, por lo que no se asume la responsabilidad de llevar a cabo una sola parte de todo el trabajo.
- **Falta de áreas funcionales definidas:** las actividades no se encuentran agrupadas de acuerdo a su similitud así que las áreas como tales no existen, lo que provoca a su vez duplicidad de funciones.
- **Pocos conocimientos de administración por parte de los responsables de la empresa:** A pesar de que los representantes de esta empresa son estudiantes Universitarios, su carrera difiere de la licenciatura en administración, debido a esto se tiene pocos conocimientos sobre esta área .

## 1.2 Recomendaciones

De acuerdo a las conclusiones del diagnóstico, se determino que la empresa DIPAP requiere de una reorganización administrativa, por lo que se establecen las siguientes medidas de solución, las cuales se dividirán de acuerdo a las etapas del proceso administrativo:

### Planeación:

- Definir la visión de la empresa (como se visualiza en el futuro).
- Definir la misión de la empresa: (razón de ser).
- Definir los objetivos de la empresa.
- Establecer las estrategias para cumplir los objetivos.
- Establecer las políticas generales de la empresa.
- Darse de alta ante la S.H.C.P. bajo el régimen fiscal general.

### Organización:

- Delimitar funciones y agruparlas para formar las áreas funcionales.
- Asignar responsables a cada área funcional.
- Establecer el organigrama de la empresa.

**Dirección:**

- Crear un sistema de comunicación formal.
- Buscar y recibir asesoría permanentemente.
- Crear sistemas de evaluación para la toma de decisiones.

**Control:**

- Crear un sistema de control de inventarios.
- Formato de control de inventarios.
- Crear un formato de desperdicios.
- Diseñar formatos de ingresos y egresos.
- Establecer el punto de equilibrio de la empresa.
- Establecer estándares de ventas.
- Crear formato de registro de ventas.
- Conocer la capacidad productiva de maquinaria.
- Diseñar formato de control de asistencia del personal.
- Establecer un reglamento de personal.

## **1.3 La Empresa**

### **1.3.1 Antecedentes**

#### **a) Formación de la empresa**

La Empresa nace como una necesidad de independizarse del Arq. David T. Jiménez B., ya que empezó a trabajar en diferentes empresas dedicadas al ramo de las Artes Gráficas, en sus diferentes vertientes como son la impresión, el Diseño Gráfico, maquila de cartón y papel, etc. Incursona en otras técnicas como la utilización del hule eva (fomi), pero observó que no le era redituable dado que el producto es está muy mal cotizado en el mercado de las artesanías y decidió cambiar por papel de china.

#### **b) Experiencia de la empresa**

El Arq. David T. Jiménez, curso su carrera en la Facultad de Arquitectura, pero su vocación había sido la de estudiar Diseño Grafico, esta carrera tiene tronco común con la de Arquitectura en el primer año, y posteriormente se hace la solicitud para el cambio a dicha especialidad, para solventar sus gastos inicio como trabajador en Ediciones Paulinas, en las diferentes áreas, aprendiendo las diferentes técnicas de impresión, rotulado, manejo y calibración de las diferentes calidades de cartón, papel, tintas y el uso de la maquinaria correspondiente para cada actividad en el proceso de las revistas y folletos de dicha editorial, posteriormente se asoció con otra persona para formar una compañía dedicada a la manufacturación de figuras en papel de china, el se concentró en el área de diseño de las diferentes figuras de su catálogo, por diferencias personales se separó e inicio su propia empresa a nivel familiar

### **1.3.2 Descripción Del Producto**

**Productos de maneja la empresa y forma de producción**

Los productos que desarrolla la empresa se dividen en tres tipos los cuales son:

- **Articulados.-** Son en los que se utilizan diversas piezas de cartón, y mediante remaches de aluminio se unen para formar una figura, ya sea un esqueleto para la festividad de día de muertos, como el de un muñeco de nieve o un letrero par navidad o cualquier otra ocasión.
- **Desplegables.-** En este producto se utiliza cartón y papel de china que mediante el pegado se da forma a una figura que puede ser desde una fruta, el vestido de una muñeca o como complemento a una impresión en cartón, la característica de este producto es que tiene un volumen determinado.
- **Festones.-** la técnica utilizada en este producto es mediante el pegado y recorte del papel de china se forman una gran variedad de figuras que se pueden ajustar a cualquier distancia, dado que están soportadas por una gual de hilo.



### **1.3.3 Visión**

Visualizar el futuro implica un permanente examen de la organización frente a sus clientes, su competencia, su propia cultura y en especial discernir entre lo que ella es hoy y aquello que desea ser en el futuro, todo esto frente a sus capacidades y oportunidades.

De esta forma la visión de la empresa DIPAP S. A. de C. V., se establece de la siguiente manera:

"El desarrollo, crecimiento y mejora continua tanto a nivel organizacional como personal en el esquema de innovadores de su imagen en diseño de figuras de papel de china, siendo reconocida por su alta calidad y servicio."

### **1.3.4 Misión**

Expresa las razones que justifican la existencia de la empresa, el propósito o la función que desea satisfacer, su base principal de consumidores y los métodos fundamentales a través de los cuales pretende cumplir este propósito.

La misión de DIPAP SA de CV es:

"Brindar un servicio de calidad, agradable y accesible a aquellas personas que gustan de la buena decoración contribuyendo a la integración, convivencia grupal y personal"

### **1.3.5 Valores**

En las organizaciones debe existir una escala de valores que sirvan de guía para lograr las aspiraciones de esta, obteniendo así la autorrealización tanto de la empresa como del individuo, por esta razón los valores organizacionales determinan la conducta de los integrantes de la misma.

Para DIPAP SA de CV los valores considerados son la honestidad, confianza, respeto, responsabilidad, lealtad y puntualidad, los cuales se definen de la siguiente manera:

**HONESTIDAD:** actuar con integridad, cumpliendo con la responsabilidad asignada dentro de un marco ético.

**CONFIANZA:** creer en uno mismo y en el equipo de trabajo

**RESPECTO:** fomentar un ambiente en el cual se expresen libremente las ideas y opiniones, evitando en todo momento la desvalorización de estos.

**RESPONSABILIDAD:** compromiso para realizar las actividades asignadas, contribuyendo al logro de los objetivos.

**LEALTAD:** amor a la camiseta, identificamos con la organización.

**PUNTUALIDAD:** consientizarse de la importancia del tiempo para los individuos, empresa y clientes.

### **1.3.6 Filosofía**

La filosofía empresarial refleja un conjunto de convicciones y valores, que a través de la ideología formada como consecuencia de los esfuerzos del grupo que integra a la organización, permite a ésta afrontar su entorno.

El mejoramiento continuo es una filosofía que trasciende a todos los aspectos de la vida y no solo al plano empresarial. Esta base filosófica hace que la mejora continua se convierta en una cultura para ser mejores que va más allá del ámbito económico.

El objetivo de esta filosofía, es la mejora constante. En el contexto organizacional significa que todos, altos directivos, jefes, supervisores y empleados están comprometidos en un proceso de mejora continua y sus valores serán los siguientes.

- ÉTICA
- EQUIDAD
- CALIDAD
- DISCIPLINA
- COMPROMISO
- FLEXIBILIDAD
- COOPERACIÓN
- TENACIDAD

**CALIDAD TOTAL.**- La adoptaremos como filosofía, ya que buscamos mejorar la calidad de nuestros productos, esto a través de la tecnología, las necesidades a cubrir, etc. Para conseguir que los clientes estén satisfechos con el producto.

## **CAPITULO 2**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

## CAPITULO 2 ESTUDIO DE MERCADO

Se define mercado desde el punto de vista económico como "el área donde concurren oferentes y demandantes" establecen transacciones y se ponen de acuerdo en el precio y cantidad de una mercancía, lo que afirma que hay tantos mercados como mercancías que pueden existir en un momento dado.

Se define el objetivo del estudio de mercado desde el punto de vista de la mercadotecnia como " La estimación de la cuantía de los bienes o servicios, proveniente de una nueva unidad de producción, que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a los diferentes precios. Esta cuantía representa la demanda desde el punto de vista del proyecto y se especifica para un determinado lapso ( un día, una semana, un mes, un año, etc.)."

Las conclusiones del estudio de mercado sirven de antecedentes necesarios para los análisis técnicos, financiero y económico. Cabe advertir que el estudio de mercado abarca la investigación de algunas variables sociales y económicas que condicionan el proyecto, aunque sean ajenas a este, entre esas variables se pueden mencionar factores tales como el grado de necesidad o la cuantía de la demanda de los bienes o servicios que se pueden producir.

En el caso de un proyecto, la finalidad del estudio de mercado es probar que existe un numero suficiente de individuos, empresas u otras actividades económicas, que dadas ciertas condiciones presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción de bienes o servicios en un cierto periodo, el estudio debe incluir así mismo las formas específicas que se utilizaran para llegar hasta esos demandantes.

El estudio de mercado de un proyecto debe analizar cuatro variables:

- DEMANDA
- OFERTA
- PRECIOS
- COMERCIALIZACION

La conclusión central del estudio, es la estimación de la demanda actual y futura del proyecto, en su área de influencia, a ciertos niveles de precios.

Esa estimación de la demanda aportara al estudio técnico el primer factor condicionante de la capacidad de producción que se instalara ( tamaño de la unidad de producción ), con lo anterior se podrán calcular los requerimientos tales como terrenos, edificios, maquinaria, equipos, herramientas, inventarios, mano de obra, etc. Esto es, todo lo que se utilizara y que se puede estimar con el estudio técnico para posteriormente calcular los costos y elaborar el estudio financiero.

Mediante el Estudio de Mercado, se analiza la reacción del medio externo al producto de una empresa, examinándose las características de los consumidores, de la competencia y de los medios por los cuales el producto llega al consumidor final. Esa información ayuda a la empresa a determinar sus necesidades en materia de adquisiciones y transformación, y a preparar un Plan General de Comercialización.

### 2.1 Competencia

La competencia a la que se enfrenta DIPAP SA de CV . es una competencia monopolista, es un tipo de mercado en el que un gran numero de empresas compiten entre sí haciendo productos similares pero ligeramente distintos. La elaboración de un producto ligeramente diferenciado del producto de otra empresa competidora se llama diferenciación del producto.

Debido a la diferenciación del producto una empresa de competencia monopolística tiene un elemento de poder del monopolio. La empresa con la diferenciación del producto es la única

productora de una versión particular del bien en cuestión. En este caso particular de DIPAP SA: de CV. la diferenciación de figuras de papel de china, es que esta hecho a mano y tiene diseños especiales, principalmente de cartón y con impresiones que le dan una imagen diferente.

Es importante que los productos diferenciados no son necesariamente en un sentido objetivo, la diferenciación puede estar desde la manera de empezar un producto idéntico, lo que importa es que el comprador perciba que los productos están diferenciados.

Cada empresa con la diferenciación que hace a su producto, quiere abarcar todo o gran parte del mercado, por lo que se refiere a las figuras de papel de china la competencia se encuentra en:

#### **Competencia directa a nivel producto.**

##### **Manufacturas de papel de china**

Calle 18 # 125  
Col. Juárez Pantitlán  
Estado de México

##### **Decorarte**

Lógica # 90  
Col. Palmas

##### **Paperfantasias**

Adornos decorativos de papel  
Imp. Juguetes dinámicos  
Av. San Francisco # 75 los reyes la paz  
Estado de México

##### **Mascan de México, s. A. De c. V.**

Oficinas Guadalajara  
Santa Eduvigis 2962-a  
Colonia la girakda Zapopan Jalisco  
C .p. 45088

## **2.2 Perfil del Consumidor**

El perfil del consumidor se refiere al conjunto de características del posible consumidor de nuestro producto o servicio.

Algunas características a analizar podrían ser: edad, sexo, ocupación, estado civil, ingresos que percibe, zona donde vive el consumidor, lugar dónde compra, preferencias, hábitos de compra, etc.

Es necesario que se defina a dónde y a quién se planea vender el producto, ya que esto nos permitirá detectar las necesidades con las cuales se podrá desarrollar la publicidad y promoción a emplear.

## **2.3 Segmentación del Mercado**

Para que un producto o servicio responda satisfactoriamente a las necesidades de los consumidores, es necesario dividir a estos en grupos o segmentos del mercado.

Segmentación del mercado es la labor de dividir el mercado total (que con frecuencia es demasiado grande para atenderlo) en segmentos que comparten características comunes.

Entre las variables que se utilizan normalmente para segmentar los mercados de consumo, encontramos:

#### **Segmentación Geográfica**

Requiere la división de los mercados en diferentes unidades geográficas, como son países, estados, regiones, condados, ciudades o vecindarios.

#### **Segmentación Demográfica**

Consiste en la división de mercados en grupos de acuerdo con variables demográficas como son edad, sexo, tamaño de la familia, ciclo de vida de la familia, ingresos, ocupación, educación, religión, raza y nacionalidad.

#### **Segmentación Psicográfica**

En esta segmentación los compradores se dividen en diferentes grupos en base a su clase social, estilo de vida y/o características de personalidad.

#### **Segmentación Conductual**

En la segmentación conductual los compradores están divididos en grupos basados en sus conocimientos, actitudes, uso o respuesta hacia un producto. Por ejemplo: ¿En qué ocasiones usan o adquieren un producto o un servicio?, ¿Qué beneficios buscan obtener?, ¿Qué tan seguido lo utilizan?, etc.

Éstos parámetros se utilizan para identificar a los posibles consumidores, porque no es fácil determinar una estrategia de comercialización hasta que o se defina el mercado.

### **2.4 Mercado-Meta**

Como resultado de la evaluación de los diferentes segmentos, la empresa espera encontrar uno o más segmentos de mercado en que valga la pena entrar. La empresa debe decidir a cuáles y a cuántos segmentos servir, los cuales los considerará como mercado meta.

Podría definirse como **mercado meta** aquel segmento en el que la empresa ejerce toda su atención para cubrirlo satisfactoriamente. Además se identifica por estar compuesto por una serie de compradores que comparten necesidades o características comunes.

### **2.5 Investigación de Mercado**

#### **Concepto e Importancia**

Mediante la Investigación de Mercado, se trata de determinar las necesidades de los consumidores, los segmentos del mercado y el proceso de compra con el fin de facilitar la adopción de decisiones acertadas de comercialización.

Investigación de Mercado se define como la función que vincula al consumidor, al cliente y al público con el mercadólogo, por medio de información; analizando los factores que influyen en cada "segmento del mercado".

La importancia de la Investigación de Mercado radica en la información detallada que esta arroja y que necesita la empresa como: determinación de las necesidades de mercado, análisis de venta, estudios sobre productos competidores, pronóstico a corto plazo, estudios sobre precios, aceptación y prueba de un nuevo producto.

## **Proceso de Investigación de Mercados**

### **Determinación de las necesidades de información**

Los investigadores de mercados especifican la información que se necesita para abordar cuestiones de mercadotecnia, diseñan el método para reunir la información, administran y aplican el proceso para reunir datos, analizan los resultados y comunican estos y sus implicaciones.

### **Determinación de la fuente**

Tras obtener la información necesaria, se deben identificar las fuentes primaria y secundaria de información. Las **fuentes primarias**, son los consumidores, productores y distribuidores del producto, y los expertos que trabajan en el ramo. Igualmente importantes son las **fuentes secundarias** como, por ejemplo, los planes de desarrollo publicados por el gobierno, las publicaciones del sector industrial, los análisis de préstamos, los datos censales y los estudios publicados por organismos internacionales, entre otros.

### **Definición del problema y objetivos de la investigación**

Se debe definir el problema cuidadosamente y los objetivos de la investigación se deben plantear de acuerdo a la información específica que se necesita.

Si se define el problema equivocado, los objetivos estarán mal planteados, entonces toda información es inútil.

### **Establecimiento del instrumento de investigación**

La recopilación metódica de información puede efectuarse mediante encuestas por teléfono, correo o entrevistas directas. La recopilación de información en forma no metódica consiste, por ejemplo en hablar con unos cuantos consumidores o distribuidores, o en examinar información facilitada por empresa o productos que compiten con los propios.

El instrumento básico para reunir datos primarios es el cuestionario, este se puede aplicar a una muestra (segmento de una población, seleccionado como representativo de esa población entera)

### **Trabajo de campo**

De acuerdo con el método estadístico antes mencionado, la muestra será de 200 observaciones, mismos cuestionarios definitivos fueron aplicados en fines de semana, días de descanso en los que la gente se para sin ninguna presión y en forma tranquila y relajada.

### 2.5.1 Encuesta piloto

NOMBRE \_\_\_\_\_  
EDAD \_\_\_\_\_ OCUPACIÓN \_\_\_\_\_  
TELÉFONO \_\_\_\_\_ DELEGACIÓN \_\_\_\_\_

Respuestas

Observaciones

1.- ¿Acostumbras decorar tu casa o negocio?

- a) Sí      b) No

2.- ¿Lo haces con frecuencia?

- a) Sí      b) No

3.- ¿En los lugares que frecuentas están decorados?

- a) Sí      b) No

4. ¿En los lugares que están decorados te sientes a gusto?

- a) Sí    b) No    Porque

5.- ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por ese producto?

- a) 05-10    b) 10-15    c) 15-20    d) 20-25    e) Otro\_.

6.- ¿En que temporadas prefieres usar los productos?

- a) Día de la amistad    b) Primavera    c) Fiestas patrias    d) Día de muertos    e) Fiestas  
Decembrinas

7.- ¿Qué colores preferirías que tuviera el producto?

- a) Colores pastel    b) Colores intensos    c) Fosforescentes    d) Combinados

8.- ¿En que lugares te gustaría que se distribuyera el producto?

- a) Establecimientos    b) Ambulantes    c) Otro

9.- ¿Por qué medio preferirías que se anunciara el producto?

- a) volantes    b) trípticos    c) carteles    d) otros



### **2.5.2 Justificación de cambios de la encuesta piloto a la encuesta real.**

Al llevar a cabo la encuesta piloto, encontramos una serie de aspectos que requerían de ser cambiados, ya que generaban la obtención de información innecesaria para nuestras decisiones en cuanto al desarrollo del producto, y en otros casos provocaba pérdida de recursos, como fue lo que provocó nuestro primer cambio en la encuesta piloto.

Este mencionado cambio, consiste en, cuanto al tener los datos al principio de la encuesta, esto debido a que si ponemos los datos del entrevistado al inicio de la encuesta y posteriormente nos percatamos que la persona entrevistada no cumple con los requisitos de nuestro perfil de consumidor, estamos desperdiciando una hoja y por lo tanto estamos perdiendo recursos, Además nos percatamos que la persona entrevistada responde sus datos personales con mayor seguridad una vez que sabe de que se trata la encuesta.

Otro cambio fue que en las primeras seis preguntas se le dio la opción a la gente de expresar sus conocimientos acerca de las diversas formas, tamaños y costos de los productos de decoración

Para las siguientes seis preguntas ya no se dio esa opción, si no que orientamos la encuesta para obtener la información necesaria para la elaboración de nuestros productos.

Estos son los cambios efectuados a la encuesta piloto después de entrevistar aleatoriamente a veinte personas.

### 2.5.3 Encuesta final

- 1.- ¿Cuál es el Motivo por el cual utilizas productos de decoración ?  
a) cuales \_\_\_\_\_
- 2.- ¿ Conoce usted los diferentes tipos de materiales que se utilizan para los productos de decoración?  
a) Si \_\_\_\_\_ cuales \_\_\_\_\_
- 3.- ¿En que meses acostumbra usted adomar su casa o negocio?  
a) Si \_\_\_\_\_ cual \_\_\_\_\_
- 4.- ¿Cuáles son los tamaños que usted conoce para los productos de decoración?  
a) Si \_\_\_\_\_ cuales \_\_\_\_\_
- 5.- ¿Cuál es el costo promedio que gasta en decoración?  
a) cual \_\_\_\_\_
- 6.- ¿Cuáles son los lugares que usted conoce donde se expenden productos de decoración ?  
a) cuales \_\_\_\_\_
- 7.- ¿De los siguientes materiales cuales se le hacen mas atractivos para la elaboración de productos de decoración?  
a) papel de china b) fomi c) papel metálico d) cartón e) unicef f) globos
- 8.- ¿Conoces las figuras elaboradas con papel de china?  
a) Si \_\_\_\_\_ b) No \_\_\_\_\_
- 9.- ¿En que época del año adquiriere los productos de papel de china?  
a) 14 Febrero b) primavera c) fiestas patrias d) día de muertos e) fiesta decembrinas f) de toda ocasión
- 10.- ¿Cuál es la temática que le gustaría para los productos de papel de china ?  
a) estilo mexicano b) estilo norteamericano c) mixto
- 11.- ¿En que tamaño le sería mas practico adquirirlos ?  
a) chico b) mediano c) grande d) extra grande
- 12.- ¿Cuánto pagarías por él?  
a) 5.00-10.00 b) 11.00-15.00 c) 16.00-20.00 d) 21.00-25.00 e) mas de 26.

#### DATOS

Nombre- \_\_\_\_\_ Sexo \_\_\_\_\_ Edad \_\_\_\_\_  
Teléfono: \_\_\_\_\_ Ocupación: \_\_\_\_\_ Delegación \_\_\_\_\_

## 2.5.4 Tamaño de la muestra

### Determinación de la Población o Universo

El mercado para comercializar el producto es la Delegación Venustiano Carranza, en México D.F., colinda al norte, al oriente con la Delegación Iztacalco

### Determinación del Tamaño de la Muestra

Para determinar el tamaño de nuestra muestra, utilizamos una tabla prontuario, propuesta por López Altamirano y Osuno Coronado, en la cual ellos nos dicen que la muestra no depende del tamaño de nuestra población, si no de la precisión de la información que queremos obtener.

Esta tabla, se calculó con la siguiente formula:

$$n = \frac{4}{s^2} \frac{p}{q}$$

Donde-

n = Tamaño de la muestra

p = Probabilidad de que se realice el evento

q = Probabilidad de que no se realice el evento

S = Error permitido

Asignamos valores máximos a la probabilidad de que se realice el evento y de que no se realice, es decir, asignamos un 50% a cada una de las probabilidades, ya que no sabíamos en realidad cuál era nuestra probabilidad. Después nos basamos en la tabla suntuario, antes mencionada, y decidimos que nuestro margen de error era de 07, por lo que observamos que el número de entrevistas que debíamos realizar era de 204.

**Tabla puntuario para determinar el tamaño de la muestra**

SEGURIDAD DEL 95.5 %

n= 4 \_\_\_\_\_ p \_\_\_\_\_ q

S2

limite de error	1/99	10/90	20/80	30/70	40/60	50/50
0.1	39,600	360,000	640,000	840,000	960,000	1,000,000
0.2	9,900	90,000	160,000	210,000	240,000	250,000
0.4	2,475	22,500	40,000	52,500	60,000	62,500
1.0	396	3,600	6,400	8,400	9,600	10,000
2.0	99	900	1,600	2,100	2,400	2,500
2.5	63	576	1,024	1,344	1,536	1,600
3.0	44	400	711	933	1,067	1,111
3.5	32	294	522	686	784	816
4.0	25	255	400	525	600	625
5.0	16	144	256	336	384	400
6.0	11	100	178	233	267	278
7.0	8	73	131	171	196	204
10.0	4	36	64	83	96	100
20.0	1	1	16	21	24	25

**2.5.5 Análisis de los datos**

Para analizar los datos, es preciso interpretar la información de manera que ésta se adapte a las necesidades que se tengan; sin embargo, antes de efectuar el análisis final se deben de verificar todas las fuentes de información y método de recopilación utilizados, ya que la calidad de los resultados del estudio dependerá de lo fidedigno que sean los datos.

Aquí el investigador tabula y compila la información para obtener las principales variables.

**Elaboración y presentación del informe de resultados**

Una vez interpretados los datos se obtiene una conclusión definitiva y las recomendaciones sugeridas. El investigador debe presentar los principales resultados que sean relevantes para las decisiones importantes del Departamento de Mercadotecnia.

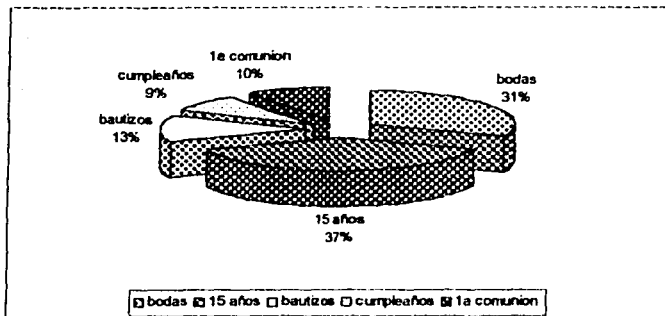
El cuerpo central del informe deberá llevar los siguientes puntos:

- A) Propósitos: problemática planteada.
- B) Método finalmente aplicado.
- C) Investigaciones descritas y explicativas.
- D) Resumen de la investigación.
- E) Conclusiones y recomendaciones finales.

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

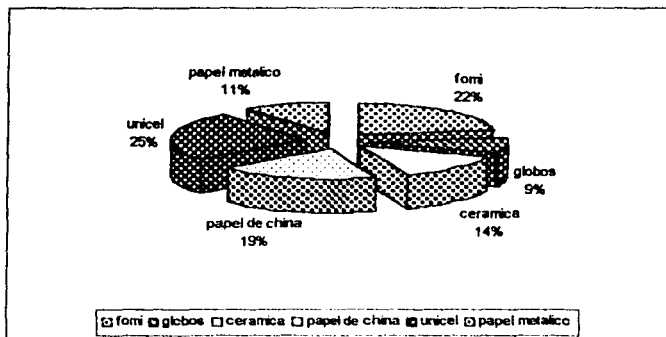
## 2.5.6 Gráficas y resultados

1.- ¿Cuál es el Motivo por el cual utilizas productos de decoración ?



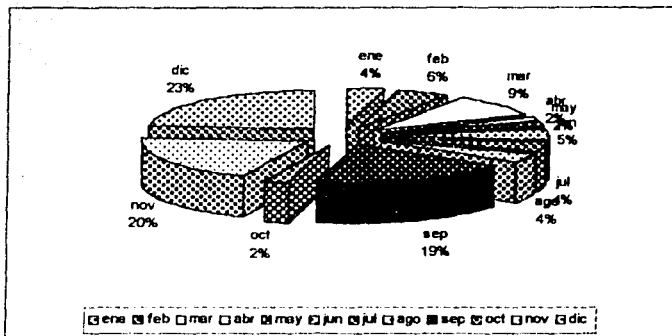
Por medio de esta gráfica vislumbramos que hay una gran cantidad de personas que utilizan productos de decoración tanto para las bodas como el de los 15 años con un 68%, por lo que uno de los puntos a atacar en cuanto a la producción será el de las bodas y 15 años. Independientemente de otros motivos y modelos a diseñar

2.- ¿ Conoce usted los diferentes tipos de materiales que se utilizan para los productos de decoración?



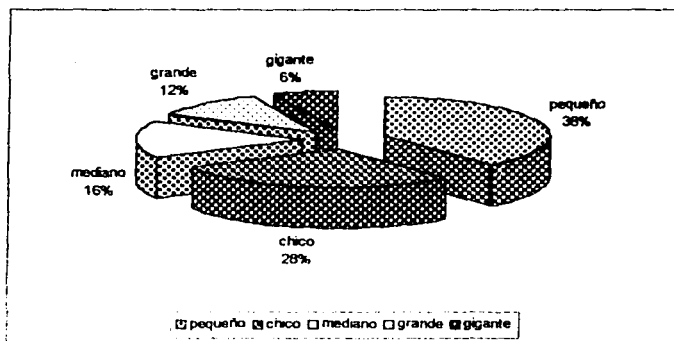
En esta gráfica apreciamos que los materiales más conocidos que se utilizan para los diferentes productos de decoración son el unicel, el fomi y el papel de china, con 25%, 22% y 19% respectivamente, con lo cual el material que utilizaremos en nuestros productos esta dentro del rango de los más conocidos.

3.- ¿En que meses acostumbra usted adornar su casa o negocio?



Aquí podemos apreciar que los meses donde más se utiliza algún producto de decoración son los del final de año, éstos son los meses fuertes en cuanto a ventas, esto se refleja con un 62% entre los meses de septiembre, noviembre y diciembre en conjunto. Por lo que la política para el departamento de ventas será la de dar difusión y celeridad en la atención a los clientes potenciales de esta temporada del año.

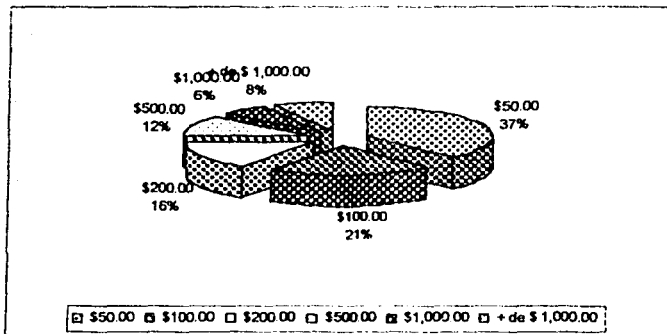
4.- ¿Cuáles son los tamaños que usted conoce para los productos de decoración?



De acuerdo a la respuesta obtenida, encontramos que para la elaboración de nuestros modelos tendremos que manejar tres tamaños de línea los cuáles serán pequeño, chico y los otros dos tamaños serán sobre pedido, previa consulta con el departamento de producción. El mayor porcentaje visto en el tamaño pequeño con un 38%, seguido por el chico con un 28%.

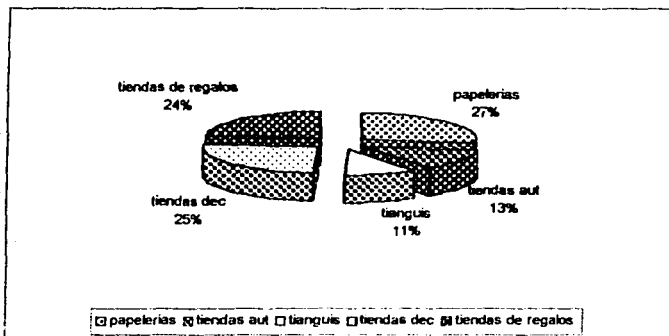
**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

5.- ¿Cuál es el costo promedio que gasta en decoración?



Lo que nos refleja esta gráfica es la precaria situación económica por la que atraviesa el país, esto se observa que el mayor porcentaje lo aglutina el rango de \$ 50.00, con un 37% aun así la gente destina cierta cantidad de dinero para la celebración de algún acontecimiento haciendo un gran esfuerzo, el costo de nuestros productos se ajustará a esta situación

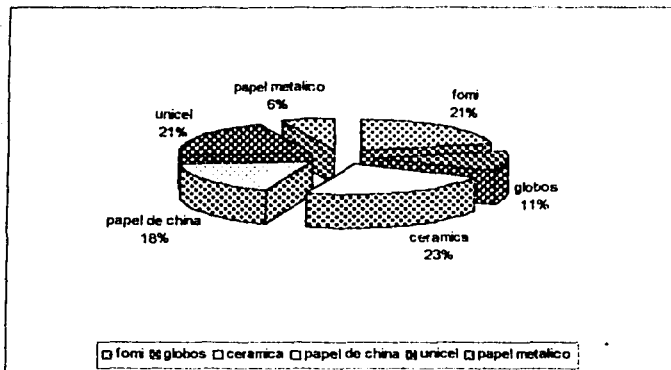
6.- ¿Cuáles son los lugares que usted conoce donde se expenden productos de decoración ?



Con esta grafica se nos muestra que los lugares a atacar por parte del departamento de ventas serán las papelerías que representan dentro del universo de ventas el 27%, las tiendas de decoración con un 25% y las tiendas de regalos con un 24%, independientemente de las que ya se tienen en la cartera de clientes

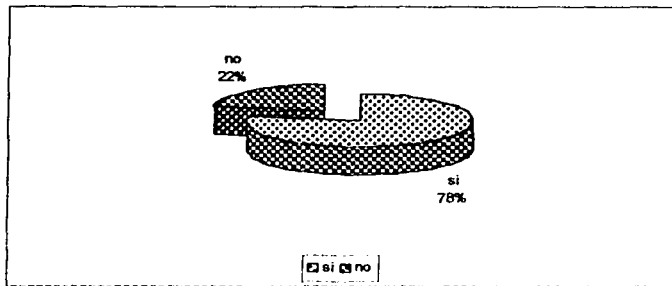
**TESIS CON FALLA DE ORIGEN**

7.- ¿De los siguientes materiales cuáles se le hacen mas atractivos para la elaboración de productos de decoración?



La gráfica siguiente nos refleja la tendencia de la gente por tres materiales para la elaboración de productos de decoración el que elegimos para nuestros productos esta dentro del los mas solicitados. El porcentaje mayor esta con los productos elaborados con cerámica con un 23%, nuestra opción del papel de china se ubica en el cuarto lugar con un 18% en las preferencias de la gente

8.- ¿Conoces las figuras elaboradas con papel de china y esta dispuesta en alguna ocasión a comprarlas?

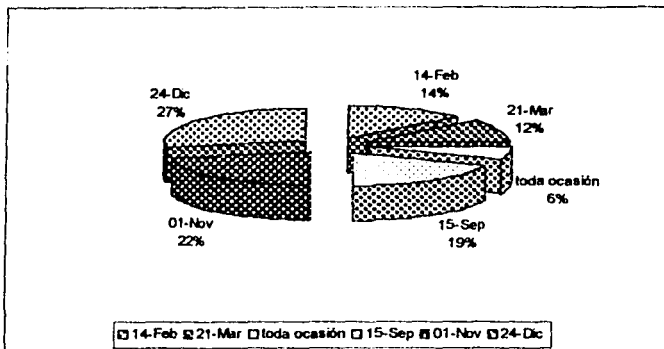


Esta respuesta mayoritariamente fue de del si con un 78% esto nos augura un gran potencial en el mercado para nuestros productos, la política mas importante que debemos manejar será la de la innovación en cuanto a nuestros diseños para dar mas difusión al uso de la figuras de papel de china en el gusto de la gente al momento de decorar sus casas o negocios.

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

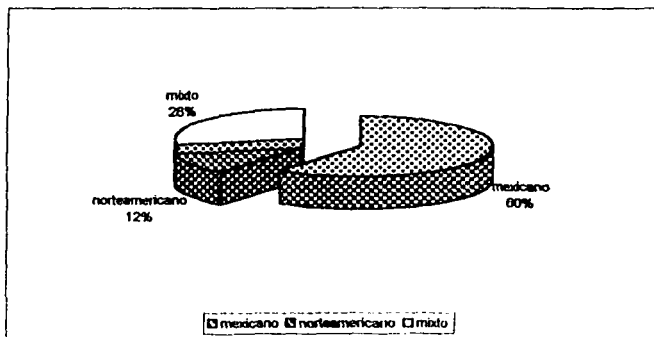


9.- ¿En que época del año adquiriere los productos de papel de china?



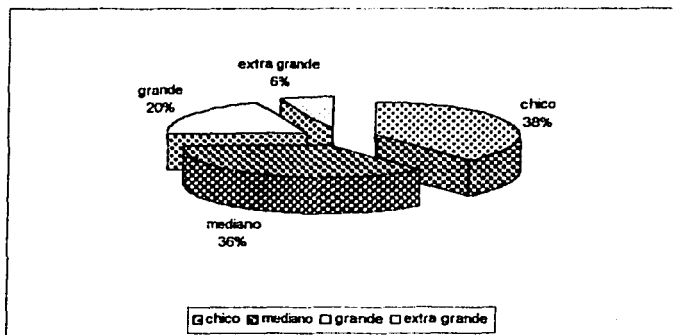
Esta gráfica refuerza los datos obtenidos en la pregunta # 3, en el cual las temporadas fuertes son 15 de septiembre con un 19%, 01 de noviembre con el 22% y 24 de diciembre con 27%, nuestro mayor reto será la de atender a todos los clientes en estas temporadas con prontitud y calidad, aun así las demás temporadas serán atendidas con la misma filosofía.

10.- ¿Cuál es la temática que le gustaría para los productos de papel de china ?



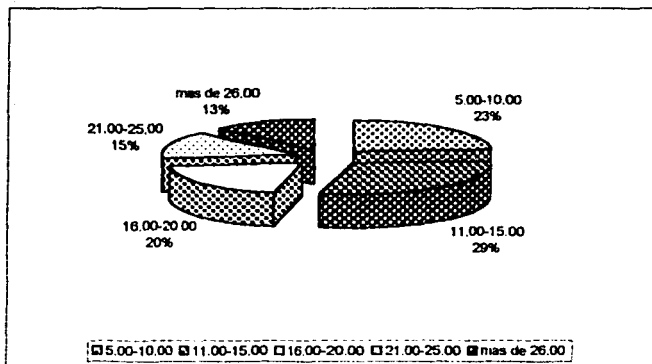
De esta respuesta obtenemos que para la gran mayoría de la gente los motivos de la tradición mexicana son importantes, el 60% de la gente encuestada opino esto y que la introducción de motivos extranjeros esta pasando a segundo termino, esto también esta siendo reforzado por diversas autoridades gubernamentales tal es como la SEP., que tiene girada la orden de que en las guarderías y jardines de niños no se adquieran artículos tales como Santa Claus, muñecos de nieve, brujas, vampiros, etc.

11.- ¿En que tamaño le sería más práctico adquirirlos ?



Con esta respuesta reforzamos lo visto en la pregunta # 4, los tamaños a fabricarse de línea serán el chico (38%) y mediano (36%)

12.- ¿Cuánto pagarías por él?



El mayor porcentaje se concentra en las opciones de entre 5-10 y 11-15 con un 52% de aceptación por parte de la gente encuestada esto se refleja por la situación económica imperante en el país, esto ya lo mencionamos en la pregunta # 5

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

### 2.5.7 Conclusión general de resultados

Sobre la base de los datos obtenidos en la encuesta, procederemos a formar el perfil básico para nuestros productos y es como sigue:

- Mediante la grafica 1 observamos que el 69.00% de la población encuestada utiliza productos de decoración en las fiestas de 15 años y bodas.
- Los materiales mas conocidos para productos de decoración son el unicel, el fomi y en tercer lugar esta el papel de china con un 19.50%.
- El mes en el cual la gente es mas afecta a decorar su casa o negocio es el mes de diciembre, el porcentaje de gente encuestada es de 23.50%.
- El tamaño mas popular para productos de decoración es el pequeño con un 39.00%
- El costo promedio que gasta la gente en la decoración de su casa o negocio es de entre 50.00 a 100.00 con un 59.50%, por lo que nuestros productos deberán entrar en este rango de costo.
- El lugar más común para encontrar productos de decoración lo comparten tanto las papelerías como las tiendas de decoración entre ambos concentrar el 53.50%, a su vez incursionaremos en otros mercados potenciales no tomados en cuenta como el de los salones de fiestas
- En esta pregunta observamos que el material que utilizaremos para nuestros productos se encuentra en el tercer lugar de preferencia de la gente al momento de adquirir productos de decoración, por lo que una de nuestras tareas será la de dar mayor difusión a nuestros productos y sus ventajas con respecto a otros productos en donde se utiliza un material distinto al nuestro.
- Aquí observamos que el 78.00% de la población si conoce los productos a base de papel de china.
- Nuestra producción se concentrará en las temporadas de final de año, como son las de septiembre, día de muertos y del mes de diciembre, ya que en ellas se concentra el 69.00% de preferencia de la gente para utilizar productos de decoración.
- Una tendencia marcada en esta pregunta es el de que la gente esta regresando a gusto por utilizar productos de decoración en donde se utilicen motivos mexicanos, dejando a un lado imágenes como la del muñeco de nieve, santa claus, brujas, fantasmas, duendes y demás características de otras culturas ajenas a la nuestra
- Nuestra producción se orientara hacia dos tamaños para la elaboración de nuestros productos.
- Dependiendo de nuestro estudio financiero y tomando como base la respuesta de la gente, nuestro costo por producto deberá estar en el rango comprendido de \$ 5.00 a \$15.00 por unidad
- Además para la fabricación de los adornos se tendrá que ver la posibilidad de utilizar materiales reciclados o que se puedan reciclar mas adelante.

## **2.6 SELECCIÓN DEL MERCADO OBJETIVO**

La investigación de mercado que se analizó en el apartado anterior hizo posible realizar la información sobre el microentorno de mercadotecnia que constituye todos los factores que tienen influencia directa sobre la capacidad de producción de la empresa DIPAP SA de CV, en este caso se consideraron los proveedores, clientes, competidores así como público en general.

Para seleccionar el mercado además de la información del microentorno se tomo en cuenta entre otras variables el crecimiento de la región, la perspectiva económica y como afectará la venta de las figuras de papel de china, la marca DIPAP a otros productos similares a los nuestros

### **2.6.1 Ubicación geográfica del mercado**

Desde el punto de vista mercado lógico un mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrán estar dispuestos a tener capacidad para realizar un intercambio para satisfacer esa necesidad o deseo.

En base a esta definición el tamaño del mercado esta dado por el numero de personas que tengan la necesidad, además los recursos monetarios y la disponibilidad de cambiarlos por la mercancía que desea.

En la terminología económica. Un mercado es el área dentro de la cual vendedores y compradores de una mercancía mantienen estrechas relaciones y llevan a cabo abundantes transacciones, de tal manera que los distintos precios a que estas se realizan tienden a unificarse.

Las anteriores definiciones se pueden considerar desde el punto de vista geográfico, como una extensión de territorio y desde el punto de vista social como un grupo organizado de personas con intimas relaciones de tipo mercantil.

La academia de la lengua lo define como sitio publico señalado permanentemente o días señalados para vender, comprar o permutar géneros o mercancías.

De las anteriores definiciones se deduce que en una región o país puede haber tantos mercados, como ramas importantes de comercio existían, también que esos mercados pueden tener un sitio fijo o no y que la extensión geográfica de cada mercado depende mucho de la naturaleza de las mercancías.

Con base a los juicios anteriores se ubico al mercado de figuras de papel de china DIPAP en la delegación Venustiano Carranza.

al norte con el municipio de Ecatepec  
al oriente con el municipio de Atenco y Chimalhucan  
al sur que colindan con la delegación Iztapalapa  
y al poniente con la delegación Iztacalco

### 2.6.2 Tipo de mercado

En este apartado se identifica el tipo de mercado que se va atacar, la mercadotecnia reconoce los mercados como:

- a) Potenciales, lo componen el conjunto de personas que en determinado momento estarían dispuestos a comprar
- b) Disponible, esta representado por el conjunto de consumidores que tienen interés, ingresos y acceso a la oferta de mercado
- c) Servido, también llamado mercado meta es parte del mercado disponible calificado que la empresa quiere captar.
- d) Penetrado, lo forman el grupo de consumidores que ya han comprado el producto.

La ciencia económica también clasifica los mercados atendiendo a otros puntos de vista, como son, entre otros, por su amplitud geográfica los ubicados en locales regionales, nacionales y mundiales. Por el tiempo en el cual se estudia la formación del precio de la mercancía o servicio, considera mercados de periodo mínimo, corto y largo plazo.

Pro su competencia la economía clasifica a los mercados en perfecto o de competencia libre o pura, de competencia monopolística, cuando se alcanza la falta absoluta de competencia del lado de la oferta. También de monopsonio puro, cuando no se presenta competencia del lado de la demanda.

Después de lo anterior se esta en posibilidad de concluir que el tipo de mercado de figuras de papel de china que fabrica la empresa DIPAP SA de Cv es local y de competencia libre, debido a que todas las empresas competitivas poseen las características tanto de los mercados libres como de monopolísticas como de las perfectamente competitivas.

El hecho de que el producto de cada empresa sea diferente de el de las demás autoriza dentro de ciertos límites, a cambiar el precio, lo que repercutirá en un aumento o baja de sus ventas.

Hay dos cosas importantes que observar en este punto, primero todos los comercios minoristas ofrecen productos ligeramente diferentes, debido a que su producto es vendido en condiciones diferentes y segundo las empresas ofrecen productos parcialmente diferentes.

Finalmente hay dos importantes características de la competencia monopolística. La publicidad y su capacidad de exceso, esta última quiere decir que cada industria tiende a contener muchas empresas que operan en un nivel mas bajo del óptimo.

### 2.6.3 Cuantificación del mercado meta

Ahora la empresa DIPAP SA de CV tiene la capacidad de atacar en determinados segmentos el mercado meta que le interesa a esta empresa es la población de 20 a 55 años de edad hombres y mujeres

#### POBLACIÓN DEL MUNICIPIO DE NEZAHUALCOYOTL "2003"

EDAD	No. DE PERSONAS	%
Menores de 20 años	654,303.00	39.47%
de 20 a 55 años	863,550.00	52.10%
Mayores de 55 años	139,695.00	8.43%
suma	1,657,548.00	100.00%

FUENTE DATOS PROPORCIONADOS POR INEGI, POBLACIÓN ESTIMADA

En cuanto a población el mercado meta esta representado por 863,550 personas. Hay que considerar otra variable que es el nivel de ingresos y de la población del Municipio de Nezahualcoyotl. Que se muestra en el siguiente cuadro.

**Población ocupada por niveles de ingresos "2003"**

NIVEL DE INGRESO	POBLACION	%
No especificado	49,824.00	9.96%
no reciben ingresos	31,512.00	6.30%
menos de 1 salario minimo	87,135.00	17.42%
de 1 hasta 2 salarios minimos	173,025.00	34.60%
mas de 2 y hasta 5 salarios minimos	124,164.00	24.83%
mas de 5 salarios minimos	34,398.00	6.88%
poblacion ocupada	500,058.00	100.00%

FUENTE DATOS PROPORCIONADOS POR INEGI, POBLACION ESTIMADA

La población con ingresos de 2 y hasta 5 salarios mínimos representa el 24.83 % del total de la población ocupada, de lo anterior se puede afirmar que la población del mercado meta pertenece al nivel medio y medio alto con ingresos suficientes para destinar una pequeña parte a la compra de figuras de papel de china hecho por la empresa DIPAP S. A. de C. V.

El porcentaje que representa a la población con ingresos de dos y de hasta cinco salarios mínimos es del 24.83% mismo que representa a la clase media baja, aplicado al segmento de mercado de que es de 863,550 personas, mayores de 21 y menores de 55 años, que arroja un mercado meta de 214,420 personas, que están dispuestas a comprar esporádicamente por temporadas las figuras de papel de china al precio de 5-15 pesos cada una

#### **2.6.4 Cuantificación de la demanda**

En este apartado se pronostica la demanda, para lo cual se ha estudiado a los posibles compradores en cuanto al nivel socioeconómico y gusto por usar las figuras de papel de china.

No se describen los detalles de todas las acciones de compra venta en que las que actúa la población del mercado meta, se centró la atención sólo en aquellas variables que se juzgaron importantes para cuantificar el ingreso, gustos y preferencias de los consumidores por las figuras de papel de china.

Se hizo un modelo, en el que se considero la competencia representativa del mercado que se pretende atacar, aunque un modelo siempre presenta menos detalle que su correspondiente del mundo real, pero es una herramienta que permite visualizarlo.

Para determinar la demanda de figuras de papel de china que tendrá DIPAP S A de C V se partió del mercado meta de 214,420 personas, a esa cantidad se le aplico la tasa de 78.00% que en base a las encuestas realizadas, fue el porcentaje que contesto que si conoce las figuras de papel de china y esta dispuesta a adquirirlas

Representando el 167,248 personas que comprarán mínimo de una a dos figuras por temporada. El siguiente cuadro comparativo presenta en resumen la cuantificación de la demanda.

COMPETENCIA	PIEZAS	%
Competencia	75,360.00	49.35%
demanda insatisfecha	77,340.00	50.65%
suma	152,700.00	100.00%

Como se puede apreciar en el cuadro precedente que el 49.35% de la demanda esta cubierta por la competencia, el restante 50.65% de la demanda del mercado de figuras de papel de china esta insatisfecho.

Lo anterior muestra que la delegación Venustiano Carranza, existe una demanda suficiente que hace posible la puesta en marcha de DIPAP SA de CV que de acuerdo a su capacidad de producción ofrecerá anualmente 36,000 figuras de papel de china que representa 23.58%, de la demanda total del mercado y el 27.07% de la demanda insatisfecha.

### 2.6.5 Características mercado lógicas del producto

Por lo general la mayoría de los expertos de la mercadotecnia tratan de capturar solo algún o algunos segmentos del publico consumidor y desarrollan diferentes mezclas de la mercadotecnia.

DIPAP, SA de CV ofrece un producto en particular para todo el mercado, que es el mismo desde el punto de vista físico que maneja la competencia, esto es, se maneja un producto estandarizado, pero diferenciado de la competencia, con atractivos físicos de diseño para los consumidores, como con el producto mismo, el empaque, la etiqueta y el envase.

### 2.6.6 El producto

El producto que DIPAP, SA de CV son figuras de papel de china, utilizando principalmente papel de china caple, resistol hilo remaches, anilinas, bolsa suajado, en colores de acuerdo a la temporada, se ofrecerán en tamaños mini, chico, mediano, grande y tamaño extra grande en pedido especial, son medidas estándar, este producto al tocarlo y observarlo se puede apreciar su textura y los usos varios para diferentes ocasiones depende de la ocasión del usuario.

### 2.6.7 Envase

El envase o envoltura sirve para proteger el producto y proporcionar información, es la cubierta exterior de un producto que sirve para reflejar la imagen de su empresa.

En el caso de DIPAP, SA de CV, es una bolsa transparente ajustada a la figura para impedir su movimiento y se maltraten los bordes dentro de la bolsa.

### 2.6.8 Etiqueta

La etiqueta es otro factor de diferenciación del producto que constituye un conjunto de beneficios. La etiqueta brinda información sobre el producto, características, uso, de que materiales esta elaborado, información de productor. En el caso de DIPAP, SA de CV, la etiqueta no será impresa en la envoltura, se imprimirá en una hoja de papel aparte y se incluirá una en cada figura.

Los datos que la etiqueta contienen son.

<b>Marca registrada</b> <b>Nombre y dirección</b> <b>Del fabricante</b>	<b>DIPAP</b>  <b>DIPAP, SA. DE CV. CERRADA DE PORFIRIO DIAZ # 20</b> <b>COL. Juárez Pantitlán, EDO. DE MÉXICO</b> <b>CP 57480</b>
<b>Denominación del producto</b>	<b>Figuras de papel</b>
<b>Materiales del producto</b>	<b>papel china, cartón y tintas de colores</b>
<b>Contenido neto</b>	<b>una pieza</b>
<b>Campaña actual</b>	<b>artesanías mexicanas</b>
<b>Tel.</b>	<b>57568089</b>

### **2.6.9 Precio**

El precio "es la cantidad de dinero que el vendedor esta dispuesto a recibir a cambio de una cantidad de mercancía", este es, la tasa marginal de sustitución .TMS, de la mercancía por el dinero. En ultima instancia el vendedor querrá cambiar una cantidad considerable de mercancía por dinero, para lo cual admitirá el precio que dada la elasticidad de la demanda le permitirá venderla.

### **2.6.10 Como se determino el precio**

Para hablar de la formación del precio, es importante primero saber en que tipo de mercado se desenvolverá la empresa, porque dependiendo del tipo de mercado es la toma de decisiones.

En el caso de DIPAP SA DE CV. Se desenvuelve en un mercado de periodo corto, que se caracteriza por el hecho de que la provisión de mercancía puede variar, ya que los oferentes se hallan en aptitud de ajustar, a las modificaciones del precio los montos de mercancía que con las plantas de que disponen son capaces de producir para su venta.

En este tipo de mercado cada empresa decide la cantidad de mercancía que ha de producir por temporada, basándose en la relación que guardan el precio a que podrá venderla y el costo a que le será dada y con los medios de producción a su alcance

A continuación se exponen dos diagramas que facilitan la comprensión de las relaciones entre la empresa y el mercado, en el periodo corto, pero es importante además recordar que en este periodo se considera que el numero de empresas es constante.

El diagrama numero 1 representa la situación del mercado y el numero 2 el de la empresa. La escala usada en el eje de las "y" es la misma para ambos casos, puesto que en uno y otro se expresan sobre ese eje los precios.

No es posible intentar lo mismo con el eje de las "X", en el diagrama No. 1 las cantidades tienen que medirse en unidades lineales muchísimo más pequeñas que las que utilizan para medir montos de mercancía en el eje de las abscisas del diagrama No. 2, porque las cantidades del diagrama No. 1 pertenecen a la oferta colectiva del mercado, en el diagrama No. 2 expresan los

FUENTE PINDYK RUBINFELD, MICROECONOMÍA MÉXICO 2ª EDICION, 1995 PP 5



montos de producción con que la empresa DIPAP, SA DE CV, responderá al estímulo de cada uno de los precios de venta posible.

Dicho de otro modo, son montos de mercancía correspondientes a la oferta del vendedor individual, que en competencia pura es una fracción baja de los demás.

Por último, las líneas horizontales trazadas en el diagrama No. 2 a la altura de cada precio, representan curvas de la demanda perfectamente elásticas que al respectivo precio que se le hace al producto que opera en libre competencia.

FIGURA 1

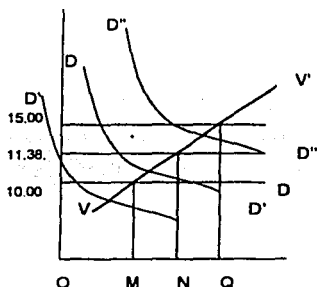


DIAGRAMA No 1

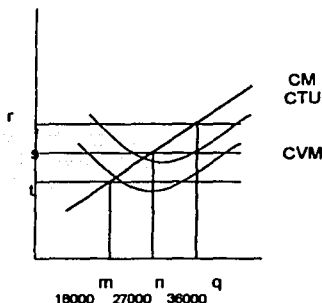


DIAGRAMA No. 2

La situación del mercado es la que expresan las curvas D de la demanda y V V de la oferta, el precio de equilibrio será OS, y el monto de mercancía total comprado y vendido será ON. La empresa cuyas condiciones se exponen en el diagrama No. 2 mínimo tendrá que producir la cantidad ON, porque en ella el precio, el ingreso marginal, el costo marginal y el costo unitario se igualan.

Si la demanda colectiva disminuyera hacia D'' D haría disminuir el precio y por lo tanto la empresa incuriría en pérdidas, pero igual acarrearía a toda la rama de figuras de papel de china, provocando un desequilibrio de la empresa individual, de la industria y del mercado.

En cambio un aumento en la demanda colectiva, hará que la curva correspondiente se traslade, en el diagrama No. 1 a la curva D D, en nueva situación y mientras dure, el precio será OR, y el monto de mercancía vendida y comprada OQ, si esto sucede, la empresa DIPAP SA DEE CV, produciría la cantidad Oq, el punto donde se cruza la curva de la demanda perfectamente elástica, o curva del ingreso marginal r', con la línea del costo marginal C: M: del diagrama No. 2 porque en dicha curva se logrará la mayor ganancia posible. La empresa DIPAP, SA DE VC se halla en equilibrio con máxima ganancia, representada en el espacio lo que motiva a otras empresas a entrar al mercado.

A continuación se presenta un cuadro que muestra la determinación del costo unitario.

**DETERMINACIÓN DEL COSTO UNITARIO**  
 Para la producción Anual de 36,000 PIEZAS

Concepto	Costo total	Un. Producidas	C.T./U
materia prima	71,546.79		
mano de obra directa	130,410.53		
gastos de fabricación	18,208.60		
gastos indirectos	189,495.65		
<b>costo total</b>	<b>409,661.77</b>	<b>36,000.00</b>	<b>11.38</b>

NOTA: DATOS TOMADOS DEL ESTUDIO FINANCIERO SEGUN CEDULA 5

El costo por unidad es de \$11.38 promedio, produciendo 36,000 piezas anuales y el precio a que se ofrece es de \$ 15.00 más IVA.

**2.6.11 Precio de la competencia**

La competencia se desarrolla dentro del área de mercado, los oferentes, buscan satisfacer la mayor parte de la demanda con productos estándar ligeramente diferentes a distintos precios.

Los precios a que se ofrecen las diferentes marcas de figuras de papel de china en las distintas tiendas, presentan rangos desde \$4.00 hasta \$15.00 dependiendo de la tienda, no de la marca de figuras de papel de china.

A nivel producto

Competencia Directa.

**MANUFACTURAS DE PAPEL DE CHINA**

CALLE 18 # 125  
 COL. JUÁREZ PANTITLAN  
 ESTADO DE MEXICO

**DECORARTE**

LOGICA # 90  
 COL. PALMAS

**PAPERFANTASIAS**

ADORNOS DECARATIVOS DE PAPEL  
 IMP. JUGUETES DINAMICOS  
 AV. SANFRANCISCO # 75 LOS REYES LA PAZ  
 ESTADO DE MÉXICO

**MASCAN DE MÉXICO, S. A. DE C. V.**

OFICINAS GUADALAJARA  
 SANTA EDUWIGES 2962-A  
 COLONIA LA GIRALDA ZAPOPAN JALISCO  
 C .P. 45088

## **2.7 CANALES DE DISTRIBUCION**

En la economía de mercado que actualmente vivimos, la mayoría de los productos no venden sus mercancías directamente a los consumidores finales.

Existe una serie de intermediarios en la comercialización, que desempeñan diferentes funciones, como son los mayoristas y los detallistas, estos compran la mercancía para después revenderla, a estas personas se les conoce con el nombre de intermediarios comerciales.

En el caso de DIPAP, SA DE CV la empresa no venderá directamente al consumidor final, se entregará la mercancía a los mayoristas al precio de mayoreo más IVA, para que éstos a su vez hagan llegar nuestra mercancía al consumidor final.

### **2.7.1 Transportación**

La empresa para distribuir la mercancía será a través de los vehículos de los vendedores, contando con que tengan cada uno automóvil propio. Se calcula una comisión de \$ 1.00, por figura de papel de china vendida y entregada los vendedores no tienen sueldo, ganan únicamente por lo que venden como se muestra en el cuadro de proyección de gastos de venta.

### **2.7.2 Publicidad**

La forma de dar a conocer nuestro producto es principalmente a través de cinco catálogos o muestrarios, que elaboraremos con nuestro propio tipo de figuras de papel de china, uno con cada vendedor y que resalte que sea de forma llamativa " innovadores de tu imagen" figuras de papel de china para toda ocasión

Otra forma por medio de tarjetas de presentación con un diseño exclusivo

Una forma más de publicidad, es que en algunas colonias de la delegación Venustiano Carranza, Iztapalapa, Iztacalco, en los municipios de Ecatepec, Chimalhuacán, San Mateo Atenco y Nezahualcoyotl, se distribuyen periódicos locales que no representaría costo excesivo para la empresa al anunciarse. Y por lo contrario sería muy ventajoso, ya que dependiendo del espacio y lugar donde se anuncie.

### **2.7.3 Promoción de venta**

Es muy importante el definir que estrategias se van a aplicar para que nuestra mercancía llame la atención al consumidor, que primero compre y conozca nuestro el producto y luego que se convierta en cliente, para esto se cuenta con las siguientes promociones.

- Ofrecer por cada ciento de figuras de papel de china que compre, hacerle un regalo de 2 figuras mas de los nuevos diseños.
- Otra alternativa es contar con una tienda y vender al minorista, y al consumidor que compre por mayoreo hacerle un descuento de acuerdo a las políticas fijadas por la gerencia.
- Estas dos estrategias no representan costo alguno para la empresa ya que con la producción programada da para esto y más.
- Al cliente frecuente se le enviara el muestrario de figuras con nuevo diseño de cada temporada

Las anteriores serán las estrategias, del resultado de las mismas durante los primeros seis meses y quizá en base a la actitud que el consumidor asuma, se analizará la manera de mejorarlas, buscando que no ocasione costos por el contrario, beneficie a ambas partes.

#### **2.7.4 Fuerza de ventas**

- Se considera que lo ideal es contar con dos vendedores de los cuales se dedicarán a promover por zonas aledañas al municipio de Nezahualcoyotl como son delegación Venustiano Carranza, Iztapalapa, Iztacalco, en los municipios de Ecatepec, Chimalhuacan, San Mateo Atenco, como se anoto anteriormente los vendedores ganaran una comisión del 10% por pieza que vendan.
- Los vendedores además de cumplir con el perfil contarán con un muestrario o catalogo, al que se hizo referencia en el "b" de este apartado, en donde contenga los diferentes diseños y el precio de venta que varia para cada diseño, además estos deben tener conocimientos de las figuras, su elaboración características, colores, tamaños, etc. Y de esta forma convencer al cliente de adquirir nuestros productos.
- Es importante capacitar al vendedor para realizar sus ventas, se les buscará un curso completo de ventas y se tendrán actualizados.
- La mayor fuerza de ventas serán los diferentes diseños, la presentación, el costo por unidad y el servicio al cliente.

#### **2.8 Ciclo de vida del producto**

De acuerdo con las tendencias del mercado los productos tienen una vida promedio de tres años a partir de los cuales, se tiene que modificar o cambiar dado que cada día surgen nuevas técnicas o diseños, propiciando una gran competencia en el mercado por lo que la filosofía en la renovarse o morir

#### **2.9 Conclusiones**

De acuerdo al resultado se puede contemplar el producir otro tipo de figuras de papel de china, y en base a la preferencia por la cuál se inclino el consumidor, fue principalmente, la innovación de nuevas figuras por temporada.

Lo anterior significa producir otro tipo de figuras no necesariamente las tradicionales, y con un terminado mayor de calidad.

La producción de figuras de papel de china, tendrá tamaño pequeño, chico, mediano y grande ya que en estas encuestas resultó ser el más solicitado.

La empresa no se limitará solo a hacer el tamaño chico, se harán otras en pequeña escala y sobre pedido.

Además se determinó que se prefiere comprar el producto en chico, mediano, cantidad que será considerada para la producción de nuestros productos.

En relación al precio de \$ 15.00, se considera medio y bajo por el 65% de la población encuestada.

Se observó en la actualidad del consumidor, que al utilizar algún papel especial para este tipo de trabajos artísticos manuales, no le interesa marca, ni el nombre de la empresa, por lo cual el lanzamiento de estas figuras de papel de china no tendrá problemas.

Sin embargo, hay un punto importante para atacar el mercado, ya que el consumidor, no se fija en la marca, ni la empresa que lo fabrica, se fija en el estilo del papel la calidad del producto y la presentación del mismo, tenemos que influir mucho en la presentación de las figuras de papel de china, ya que el mercado no está explotado al cien por ciento y cuenta la innovación de los nuevos productos esa será la fortaleza de nuestra empresa.

Las figuras de papel de china es aceptada entre un 92% del resultado de estas encuestas, principalmente por ser innovador, ecológico y por el tipo de papel, no importa la marca, el 92% del universo comprende 66152 personas que si están dispuestas a comprar las figuras de papel de china.

Tomando en cuenta la investigación realizada nos dimos cuenta que los productos de innovación son los que causan mayor impacto en el mercado y los consumidores, estos marcan la tendencia hacia los demás productores del mismo.

Es importante remarcar que las clases medias altas serán tomadas en cuenta, ya que en este medio no se conoce el producto, esto es un punto importante que podremos aprovechar para la introducción de nuestro producto y así abarcar una segmentación del mercado más amplia y explotarlo al máximo provecho.

**CAPITULO 3**

**ESTUDIO TECNICO**

### **CAPITULO 3 ESTUDIO TECNICO.**

#### **3.1 Tamaño del Proyecto**

El objetivo de este capítulo es la optimizar los recursos así como los procesos a seguir por DIPAP para la elaboración de sus figuras de papel de china.

La descripción de esta empresa se presenta en el estudio técnico básico que se enfoca principalmente al tamaño del proyecto, su proceso de producción y localización.

La organización de la producción se presenta como capítulo aparte, sin olvidar que son interdependientes y se relacionan con el estudio financiero en base a los resultados alcanzados en el estudio de mercado

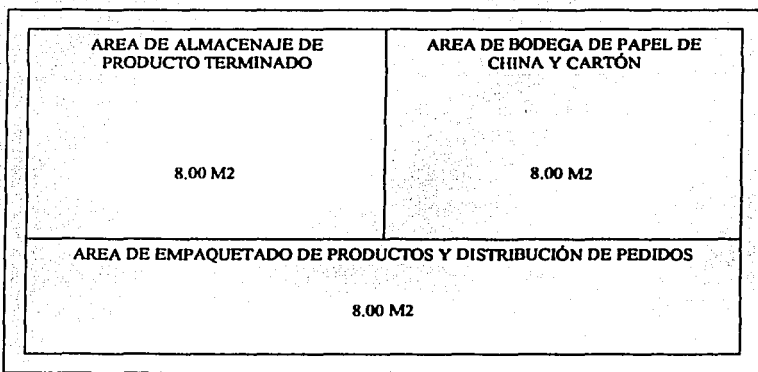
##### **3.1.1 Capacidad de diseño**

La capacidad de diseño se baso en las condiciones técnicas que se utilizaran, así como los promedios conducentes a lograr en el menor costo total por unidad. Es de esperarse que la capacidad diseñada se iguale a la producción normal del producto.

##### **3.1.2 Tamaño de la planta**

Para considerar el tamaño del inmueble, que ya se cuenta con él, se toma en cuenta para la planta. A continuación se muestra en un plano la distribución para el buen funcionamiento de la empresa, donde se muestran las medidas del tamaño de la planta en general, como la distribución interna, marcando el espacio específico de cada departamento de esta empresa, las ventajas de la localización se muestran en el estudio técnico de este trabajo.

<b>AREA DE PEGADO</b>  <b>7.50 M2</b>	<b>AREA DE ARMADO DE PRODUCTOS /DESBARBE DE CARTÓN Y PAPEL DE CHINA</b>  <b>8.80 M2</b>  <b>COMPAGINADO DE PAPEL DE CHINA / CORTE DE PLANILLAS</b>  <b>7.70 M2</b>
---	--



### 3.1.3 Capacidad diseñada

Considerando el tamaño de la planta, la demanda, la disponibilidad de las materias primas, la tecnología, los equipos y el financiamiento, la capacidad de diseñado se estableció de la siguiente forma.

<b>Capacidad de producción</b>	<b>Piezas</b>
Anual	36,000

La capacidad diseñada se consideró como la producción máxima de figuras de papel de china que al sistema de trabajadores puede generar trabajando en forma integrada.

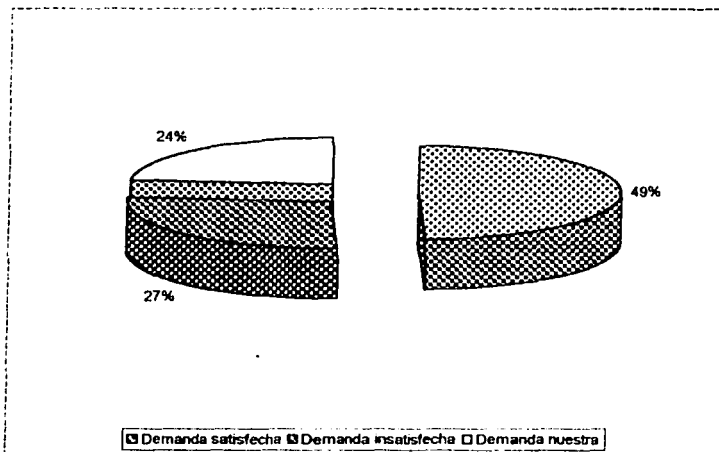
Determinación de la demanda (unidades)

La demanda que tiene la competencia de figuras similares es la siguiente

Concepto	Cantidad	Unidad
Cuantificación de la demanda	152,700	Pzas
Competencia directa e indirecta	75,360	Pzas
Demanda insatisfecha	77,340	Pzas
Capacidad producción anual	36,000	Pzas



Grafico de la demanda



De esta manera se muestra que la producción cubrirá un 24% de la demanda total de la delegación Venustiano Carranza

### 3.1.4 Factores determinantes del tamaño

En la producción de las figuras de papel de china del catalogo elaborado por DIPAP se consideraron dos aspectos, el primero es en la cuestión técnica y humana, en el que el manejo del papel sea el óptimo y no implique tiempos muertos por manejo de materiales y el otro por la opinión de la gente de acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta que realizo en la zona de la Merced, como tamaños de línea se tomaran el chico, mediano y los tamaños grande y extra grande serán sobre pedido especial, hecho con anticipación dadas las condiciones del mercado.

### 3.1.5 Tecnología y equipos

El uso de la tecnología en esta empresa por el momento es limitado, dado que durante la mayor parte del proceso productivo las actividades predominantes son de tipo manual, solo en el proceso de diseño se utiliza en algunas ocasiones la computadora y software de diseño grafico, en procesos externos se utiliza maquinaria para el suajado del papel de china y cartón, dependiendo de las condiciones, mas adelante se puede adquirir dicha maquinaria para incorporar este proceso a la planta.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

INSTALACION ELECTRICA	CANT CONCEPTOS	CAPACIDAD	ACTUAL
	2 LAMPARAS FLUORECENT	40 WTTTS	INSTALADA
	3 CONDUCTORES ELECTRICOS		INSTALADA
	2 FOCOS	100 WTTTS	INSTALADA
SUMINISTRO DE AGUA	1 TOMA DE AGUA O LLAVES		INSTALADA
	1 COLADERAS O DESAGUES		INSTALADA
SERVICIOS	1 GARRAFONES DE AGUA	19 LTS	COMPRAR
	1 BAÑOS HOMBRES MUJERES		INSTALADA
	1 BOTIQUIN	PRIMEROS AUXI	INSTALADA
SEGURIDAD	EXTINGUIDORES	DE 6 KG	POLVO QUIMICO ABC

Departamento	Cantidad	Maquinaria y equipo
Producción	2	Selladoras eléctricas
	2	Taladros
	1	Plancha para pegado de papal
	1	Pulpo para serigrafía
	3	Racks para secado de planillas
	5	Mesas de fierro armables
	1	Remachadora
	1	Lote de herramienta menor
	2	Estantes
	4	Tablas de novopan

Departamento	Cantidad	Maquinaria y equipo
Administración	1	Computadora
	1	Impresora
	1	Escritorio
	3	Sillas

Departamento	Cantidad	Maquinaria y equipo
Ventas	1	Escritorio con silla
	1	Línea telefónica

### 3.1.6 Capacidad administrativa

Se considera la administración como el proceso de planeación, organización, dirección y control del trabajo de los miembros de la organización y del modo de usar los recursos disponibles de la empresa para alcanzar las metas fijadas.

La capacidad administrativa esta representada por los agentes impulsores y coordinadores de las funciones administrativas y productivas con el propósito de que la empresa trabaje eficientemente, por lo que debe dotar con el personal necesario, a los departamentos que conforman a la empresa.

Departamento	Personal	Función
Gerente General	1	Diseñador
Producción	3	Armador /Pegador
Ventas	2	Vendedores

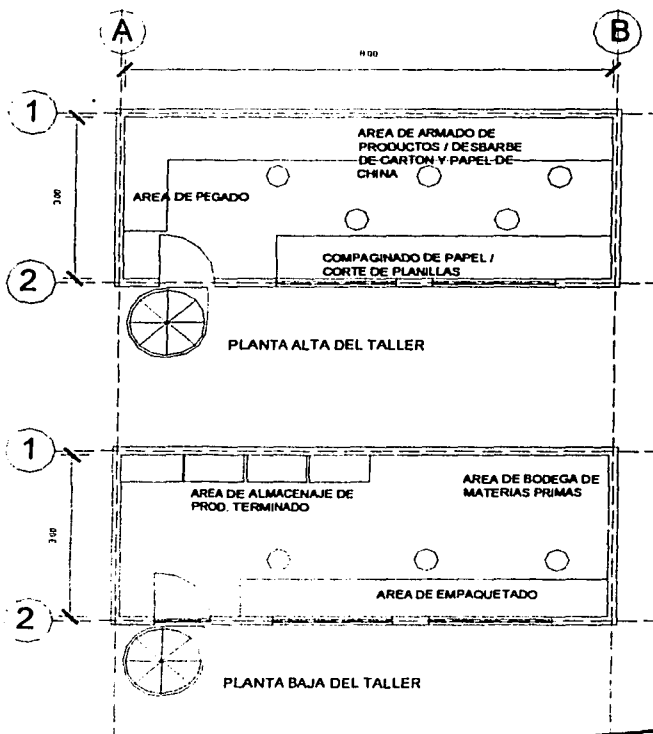
Es importante mencionar que el capítulo V que corresponde al estudio administrativo se presenta el perfil y las funciones de cada uno de los que integran la capacidad administrativa.

### 3.1.7 Distribución de la planta.

A continuación se esquematiza la distribución del personal por departamentos, la capacidad administrativa y por separado, la distribución de tecnología y equipos.

#### DISTRIBUCION DE LA PLANTA

A continuación se esquematiza la distribución del personal por departamento, capacidad administrativa y por separado la distribución tecnológica y equipos



**TESIS CON FALLA DE ORIGEN**

### 3.1.8 Justificación del tamaño en relación con el proceso y la localización

Para aprovechar al óptimo la planta, que como ya se anotó el inmueble ya sé tenía, se considero el proceso de producción que se sugiere con una adecuada distribución de los factores que intervienen en este, que para que cada una de las etapas que se lleve a cabo se realice de la mejor forma posible, evitando que la distribución de espacios demore la actividad productiva por encontrarse demasiado cerca y estorbe los movimientos, o bien, por encontrarse demasiado lejos y retarde la actividad.

En cuanto al equipo y maquinaria a utilizar dentro de este proyecto, se considera que los equipos deben encontrarse ubicados de tal forma que se procure que las etapas del proceso de producción se efectúe en forma continua evitando tiempos de transporte, espera o tiempos muertos, por el contrario se pretende maximizar cada una de estas.

En lo que se refiere a la justificación de la localización, actualmente el municipio de ciudad NEZAHUALCAYOTL cuenta con un programa general de apoyo a la micro y pequeña empresa, en el cual se contempla la ampliación y renovación de la planta productiva y la creación de empleos, para propiciar el desarrollo económico

### 3.2 Proceso de producción

Se llama producción a la actividad por la cual la sociedad se procura los medios nuevos para satisfacer sus necesidades, transformando la materia que toma de la naturaleza, poniéndola de otro modo en condiciones de ser utilizada, en el caso de DIPAP S A DE C V, a continuación se dan a conocer los insumos para la fabricación de figuras de papel de china

#### 3.2.1 Descripción del proceso de transformación

Insumos principales para llevar a cabo nuestro proceso de transformación, es importante a partir de aquellos elementos sobre los cuales se efectuara dicho proceso, para obtener el producto final, como se especifica de la siguiente manera.

#### 3.2.2 Insumos principales y subproductos

Insumo principal	Empleo
Agua	Para pegado de planillas
Alcohol industrial	Para teñido de papel
Anilina color amarillo	Para teñido de papel
Anilina color azul	Para teñido de papel
Anilina color rojo	Para teñido de papel
Anilina color verde	Para teñido de papel
Bolsa para empaque 250 pzas x Kg	Para empaquetado
Cartón tipo caple	Tapas de figuras
Cartón tipo sulfitado	Para elaboración de figura
Ges butano	Para pegado de planillas
Harina de trigo	Para pegado de planillas
Hilo cono de 500 grs.	Para armado de figuras
Papel de china color azul marino	Para elaboración de figura
Papel de china color amarillo	Para elaboración de figura
Papel de china color rojo	Para elaboración de figura
Papel de china color verde bandera	Para elaboración de figura
Papel de china color morado	Para elaboración de figura
Papel de china color azul cielo	Para elaboración de figura
Papel de china color naranja	Para elaboración de figura

Papel de china color negro	Para elaboración de figura
Papel de china color blanco	Para elaboración de figura
Pegamento blanco tipo 850	Para armado de figura
Pegamento de contacto tipo 5000	Para armado de figura
Remache de aluminio	Para armado de figura
Solvente para tinta de serigrafía	Para teñido de papel
Tinta para serigrafía color negro	Para teñido de papel
<b>Insumos secundarios</b>	<b>Empleo</b>
Suajado de cartón	Para elaboración de figura
Suajado de papel de china	Para elaboración de figura
Suajes figuras varias	Para elaboración de figura

### 3.2.3 Insumos alternativos

Otra opción que se debe considerar, además de tener identificado cual es el insumo principal para ser transformado, se debe contar con algún insumo sustituto para que en caso necesario no se interrumpa el proceso.

Por el tipo de material utilizado en la elaboración de las figuras de papel de china, no tenemos insumos alternativos, no se pueden utilizar productos reciclados

### 3.2.4 Productos principales

Producto principal

Son figuras con diferentes diseños, las cuales se elaboran a base de papel de china y cartón, se tienen en diversos colores, dependiendo de la época del año, se vende por unidad de 1 en adelante

1. Festón Campanas Tricolores
2. Botella Tricolor
3. Gusano Tricolor
4. Campara Grande Tricolor
5. Campara Mediana Tricolor
6. Festón Calavera Blanco Y Negro
7. Catrinas
8. Arañas Desplegable
9. Festón Campanas Navideñas
10. Pino Desplegable
11. Vela Navideña
12. Letrero Feliz Navidad
13. Muñeco De Nieve
14. Festón Corazón
15. Festón Palomas
16. Corazón Desplegable
17. Cupido Desplegable
18. Piña Grande
19. Manzana Mediana
20. Sol Con Carita
21. Abeja Desplegable

### 3.2.5 Subproductos

En este proyecto, no se cuenta con subproductos, debido a que el producto principal se elabora en base al papel de china y cartón y estos insumos no son reciclados

### 3.2.6 Identificación y descripción de las etapas intermedias

El proceso se divide en siete etapas

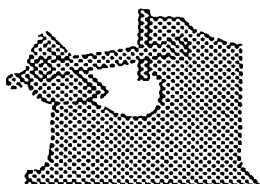
1. Preparación del papel (intercalado de )
2. pegado de planillas
3. Corte de las planillas
4. Impresión de motivos a colores
5. Armado de figuras
6. Control de calidad
7. Empaquetado del producto



1.- INTERCALADO DE PAPEL



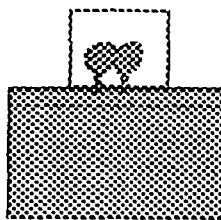
2.- PEGADO DE PAPEL



3.- CORTA LAS PLANILLAS



4.- IMPRESIÓN Y ARMADO



6.- CONTROL DE CALIDAD



7.- EMPAQUETADO DEL PRODUCTO























**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

Cada uno de los pasos que conforman estas etapas con su respectivo número de secuencia.

ETAPA No. 1 COMPRA DE MATERIAS PRIMAS									
CURSOGRAMA ANALÍTICO									
OBJETO:	ACTIVIDAD	SIMBOLO				ACTUAL			
ELABORAR Y VENDER FIGURAS DE PAPEL DE CHINA	OPERACION	○				0			
	TRANSPORTE	→				2			
ACTIVIDAD PREPARACION DEL PAPEL Y CARTON PARA SER PROCESADO	ESPERA	D				0			
	INSPECCION	□				0			
	SOSTENIMIENTO	▽				0			
LUGAR PLANTA	PROCESO TOTAL=								
OPERARIOS: 3 PEGADOR/ARMADOR									
descripcion	Cantidad	distanci #	tiempo mínimo	Simbolo					observaciones
				○	→	D	□	▽	
compra de papel	44 millares	12 Km.	1:45		→				1 VEZ
compra de cartón y corte	66 Kg.	10 Km.	2:00		→				1 VEZ
compra de pegamentos	2 tambores	9km	1:30		→				1 VEZ
Compra de tiras	6 Kg.	10 Km...	1:45		→				1 VEZ















## ETAPA No. 2 PROCESO DE PRODUCCION

### CURSOGRAMA ANALÍTICO

OBJETO:	ACTIVIDAD	SIMBOLO		ACTUAL					
ELABORAR Y VENDER FIGURAS DE PAPEL DE CHINA	OPERACIÓN			2					
	TRANSPORTE			5					
ACTIVIDAD PREPARACION DEL PAPEL Y CARTON PARA SER PROCESADO	ESPERA			0					
	INSPECCION			0					
	SOSTENIMIENTO			8					
LUGAR PLANTA	PROCESO TOTAL=								
OPERARIOS: 3 PEGADOR/ARMADOR									
descripción	Cantidad	distancia	tiempo mínimo	Simbolo			observaciones		
									
Intercalado de papel de china	44 milares	10 m	32:00						733 veces
Pegado de planillas	44 milares	8 m	56:00						733 veces
Secado de planillas	44 milares	20 m	21:00						733 veces
Corte de planillas y formación de paquetes por tamaño	8 milares	2 m	20:00						733 veces
Envío de cartón y negativos a la imprenta	66 Kg.	5 Km.	1:00						1 vez
Flete de recorte de planillas hacia suajado	66 Kg.	7 Km.	30:00						1 vez
Sujado de papel de china	8 milares	2 m	44:00						8 veces
Flete de regreso de maquila de planillas	8 milares	7 Km.	30:00						1 vez
Desbarbe y almacenamiento de papel de china	8 milares	10 m	13:30						8 veces
Flete de cartón impreso a suajado	66 Kg.	7 Km.	0:30						1 vez
Sujado de cartón impreso	66 Kg.	2 m	32:00						16 veces
Flete de regreso de maquila de cartón impreso	66 Kg.	7 Km.	0:30						1 vez



Desbarbe y almacenamiento de cartón	16 millares	10 m	13:30					▽	16 veces
Revisión de pegado en figuras y corrección	8 millares	10 m	72:00					▽	45 veces
Armado de figuras	8 millares	10 m	96:00					▽	60 veces

ETAPA No. 3 PROCESO DE EMPAQUETADO Y DISTRIBUCION										
CURSOGRAMA ANALITICO										
OBJETO:	ACTIVIDAD	SIMBOLO					ACTUAL			
ELABORAR Y VENDER FIGURAS DE PAPEL DE CHINA	OPERACIÓN						0			
	TRANSPORTE						1			
ACTIVIDAD PREPARACION DEL PAPEL Y CARTON PARA SER PROCESADO	ESPERA						0			
	INSPECCION						1			
	SOSTENIMIENTO						2			
LUGAR PLANTA	PROCESO TOTAL=									
OPERARIOS: 3 PEGADOR/ARMADOR										
descripción	cantidad	distancia	tiempo mínimo	Simbolo					observaciones	
										
Control de calidad	8 millares	10 m	32:00						20 veces	
Embolsado	8 millares	10 m	32:00						20 veces	
Empaquetado	8 millares	2 m	24:00						15 veces	
Distribución	8 millares	8 Km.	10:00						10 veces	

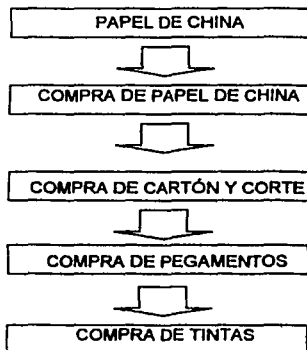
### 3.2.7 Flujo grama del proceso de producción

Los diagramas de flujo son esquemas, dibujos, utilizados para mostrar el movimiento de la gente a los materiales. Ofrecen un procedimiento esquemático para observar las tareas de cada etapa del proceso. Los diagramas de proceso utilizan símbolos para facilitar y comprender el movimiento de la gente o los materiales, y de esta manera se puede disminuir movimientos y retrasos y se realicen las operaciones en forma eficiente.

Como se anotó anteriormente el proceso de DIPAP S. A. DE C. V. consta de tres etapas

1. Compra de materias primas
2. Proceso de producción
3. Proceso de empaquetado y distribución

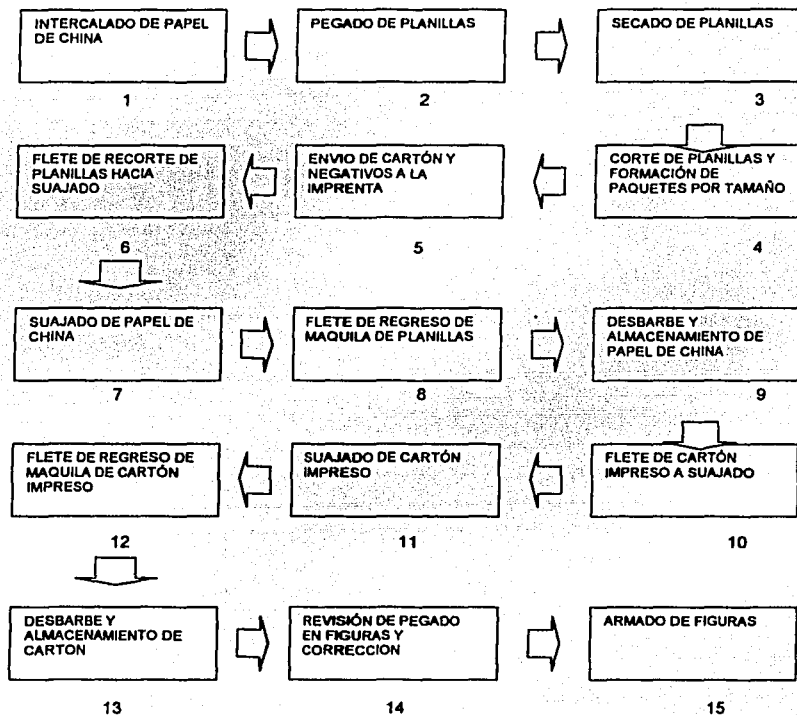
A continuación se presenta el diagrama de la primera etapa



Este proceso corresponde ser efectuado por el gerente de ventas los inicios de cada temporada

Proceso de producción, esta etapa consta de 15 pasos

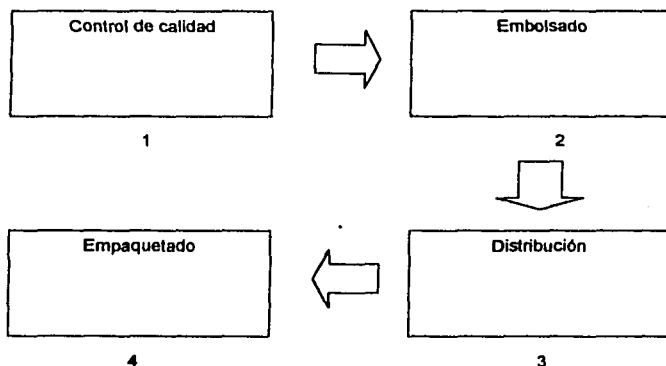
A continuación se muestra el diagrama de esta segunda etapa



Empaquetado de las figuras, esta etapa consta de cuatro etapas

- 1.- Control de calidad
- 2.- Embolsado
- 3.- Empaquetado
- 4.- Distribución

A continuación se presenta el diagrama de esta tercera y última etapa



Este proceso corresponde a ser efectuado por los armadores- pegadores por cada temporada

### 3.2.8 Administración de la calidad

Lo importante de un proceso de calidad es que la mercancía cumpla con las exigencias del consumidor y no seguir con la manera tradicional conocida como evaluación a, consistiendo en producir un artículo y luego inspeccionarlo. Otro factor es el control del proceso considerando que existen dos tipos de clientes.

Los constituyen la clientela externa, consumidores finales que pagan por nuestras figuras y la calidad interna, el personal mismo de la empresa.

El siguiente paso es el controlar el proceso, es decir que la participación del armador /pegador comience por lograr que este sea su propio inspector.

Y por último, mantener el proceso bajo control, ser consistente y mejorarlo por medio de tres importantes procesos.

- Primer proceso es la participación de los operarios en grado todavía mayor del que se precisó cuando se implanto el control.
- Segundo proceso es, la auto inspección del pegador
- Tercer proceso, es seguir mejorando el proceso de control de calidad, evaluando cada temporada consistiendo en encontrar un método para facilitar la elaboración correcta y dificultar o imposibilitar la elaboración incorrecta.

En este proceso se pretende definir los principales requisitos de calidad para nuestras figuras.

Como el acabado y la calidad de las figuras de papel de china tengan la calidad adecuada y el pegado que sé a el idóneo para que quede perfecta la figura

Otro punto es que las figuras de papel de china tengan el tamaño estándar y que este bien distribuido ya que se puede quedar despegado de alguno de los intercalados de las hojas.

Es importante verificar que al momento del empaque de las figuras, no se dañen de las orillas, que es el elemento queda la originalidad de ser hecho a mano.

En cuanto al tamaño de las figuras, verificar que estas tengan el mismo tamaño, y que no queden una más larga que la otro.

En cuanto a su volumen de planillas estas tiene que tener el mismo numero de hojas y mismo espesor, y no ser unas mas grandes que las otros.

Servicio de calidad. Dar un buen servicio de distribución y atención a los clientes a través de nuestros vendedores, contar con el catalogo o muestrario de las figuras originales evitando fotos.

Proporcionar un servicio personalizado a través de nuestros vendedores y dándole un buen trato y confianza de que en cualquier momento el cliente, nos exprese en forma sincera las nuevas exigencias que necesiten de nuestras figuras.

### 3.2.9 Descripción de las instalaciones, equipo y personal

#### Del proceso de transformación

departamento	de producción	
<b>Maquinaria y equipo</b>	<b>Características</b>	
Selladoras eléctricas	Marca: bellota Proveedor: Casa García Voltaje: 127.5 volts	
Taladros	Marca: Makita Proveedor: Ferreteria San Pablo Motor: monofásico Apagador : 15 amps	
Plancha para pegado de papal	Armable	
Pulpo para serigrafía	Para dos pasadas por tinta	
Racks para secado de planillas	De 0.90(a) x 1.22(l) x 1.80 m.(h)	
Mesas de fierro armables	Armables	
Remachadora	De 0.10(a) x 0.15(l) x 0.30 m.(h)	
Lote de herramienta menor	Pinzas, desarmadores, arco con seguetas, etc.	
Estantes	De 0.30(a) x 0.60(l) x 2.10 m.(h) de lamina y ángulo de fierro	
Tablas de novopan	De 0.30(a) x 2.44(l) x 0.025 m.(h)	

#### De los sistemas complementarios

Departamento	Cantidad	Maquinaria y equipo	Características
Administración	1	Computadora	Hp pavillon pentium 4
	1	Impresora	Epson stylus 3500

	1	Escritorio	
	3	Sillas	
<b>Departamento</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Maquinaria y equipo</b>	
Ventas	1	Escritorio con silla	
	1	Línea telefónica	

### 3.2.10 Justificación de las instalaciones

#### Del proceso de transformación

Las etapas que conforman al proceso de transformación conllevan una secuencia lógica desde que se prepara la materia prima, hasta que se empaqueta el producto para su venta, tomando en cuenta esto, se considero necesario tomar con una distribución adecuada de cada una de estas para no perder dicha secuencia.

Un proceso de producción, nos indica el procedimiento técnico a seguir para obtener un bien o servicio a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de insumos para convertir en productos mediante una determinada función de producción.

Este proyecto sería el producir figuras de papel, hechas a mano, partiendo de unos insumos de papel de china y cartón para ser utilizados en forma diferente pero con el mismo fin.

#### Flujo grama del proceso total

Para poder definir nuestro proceso de producción, se tomó en consideración el tamaño óptimo que debe de tener la planta así como sus instalaciones, determinando así nuestra capacidad diseñada.

Se dice que todos los elementos que intervienen en el proceso de producción deben de ir acorde a la capacidad de producción, administrativa, técnica y financiera con que el negocio cuenta sin olvidar optimizar los costos.

#### De los sistemas complementarios

Se consideró contar con solo con el equipo de computo necesario para llevar un buen control de las operaciones que se generen dentro del negocio, y como apoyo para los nuevos diseños de figuras.

Además de utilizar la línea telefónica principalmente para realizar ventas y pedidos de todas las materias primas.

### 3.3 Localización de la planta.

A continuación se analizaran las características de actual ubicación de la planta, a localización se considera buena dado las siguientes características:

- Proximidad a los centros de comercio
- Cercanía a la ubicación de los diferentes proveedores
- Infraestructura
- Amplia red de medios de transporte

- El clima de la Ciudad de México

En cuanto al local se considera que para las condiciones iniciales de funcionamiento es el adecuado, pero más adelante se requerirá de un nuevo local de mas arrea o la ampliación del mismo. Esto se analizara mas adelante. Las ventajas actuales son:

- Disponibilidad de mano de obra
- Actitud de la comunidad hacia la empresa al no ser contaminante
- Impuestos y leyes
- Condiciones y niveles de vida

### 3.3.1 Localización



Se considera que la ubicación actual de la empresa en la Cda. de Porfirio Díaz # 20, Col. Juárez Pantitlán en el Edo. De México, es buena por las características antes mencionadas, aunque para poder acceder a un mayor mercado es indispensable la ampliación o remodelación.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## **CAPITULO 4**

# **ESTUDIO ADMINISTRATIVO**



## CAPITULO 4 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Un proyecto es una serie de tareas relacionadas directamente hacia un resultado esperado. Es una forma de organización desarrollada para asegurar que los programas continúen una evolución sobre bases bien calculadas. En este estudio administrativo, se ubica la gente y los recursos físicos necesarios durante un tiempo determinado, para la elaboración de figuras de papel de china. Cabe señalar que se trata de una estructura temporal de organización diseñada para lograr los resultados deseados mediante la utilización de las personas.

### 4.1 Imagen Corporativa.

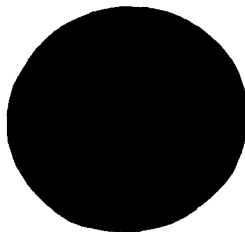
#### 4.1.1 Nombre.

Se toma la decisión de ponerle el nombre de "DIPAP" como abreviatura de Diseño en Papel de china, la idea del Arq. David Jiménez es la de utilizar un material tan común como lo es el papel de china y explotar sus posibilidades para ofrecer al consumidor productos nuevos en cada temporada.

# DIPAP

#### 4.1.2 Colores.

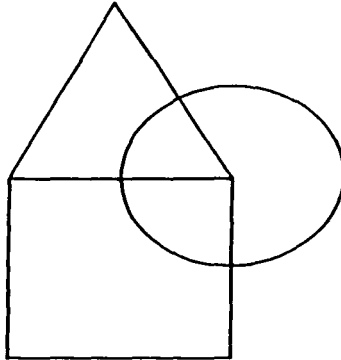
En el espectro de la luz los colores primarios son el azul, el amarillo y el rojo, a partir de la combinación de cada uno de estos colores se originan toda la gama conocida, en la idiosincrasia del pueblo mexicano y a través de su historia los colores han jugado un papel importante tanto en la decoración de sus pirámides, como en su vestimenta, en su alfarería y en la realización de sus rituales, esta influencia no llega hasta estos días, la gente al decorar sus hogares o negocios siempre toma en cuenta las combinaciones de colores llamativos, en todos sus eventos.



TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

#### 4.1.3 Logotipo.

Para la elaboración del logotipo se utilizaron las tres figuras básicas de la geometría que son el círculo, el triángulo y el cuadrado, dado que a partir de las mismas se originan todas las demás figuras, dichas figuras son la base de los diseños de la empresa.



#### 4.1.4 Slogan.

CREATIVIDAD Y DISEÑO EN PAPEL en esta frase se le da a entender al consumidor que la empresa le ofrece además de los productos comunes del mercado actual, y que puede contar con una alternativa para sus necesidades de decoración

**CREATIVIDAD Y DISEÑO**

#### 4.1.5 Lema.

La inquietud del Arq. David Jiménez es la de por medio de sus diseños, marcar las tendencias en cuanto a la oferta de productos de decoración, como sucede en el ambiente de la confección de ropa, en donde los grandes diseñadores imponen la moda, por esto el lema de la empresa será "INNOVADORES DE SU IMAGEN"

## **4.2 Misión y filosofía de la empresa**

### **4.2.1 Misión**

Nuestra misión es satisfacer la necesidad de aquellas personas en las que la decoración es parte fundamental de su negocio.

Buscando que las personas puedan cubrir esta necesidad, independientemente del lugar en que se encuentren y de los elementos necesarios que requieran, para hacer mas atractivos al publico en general los bienes y servicios que ofrecen.

Creemos que esta necesidad la podemos satisfacer por medio de la producción y comercialización de una gran gama de productos de temporada en los cuales el uso del papel de china es básico.

### **4.2.2 Filosofía**

DIPAP S.A. DE C.V. se identifica por ser una empresa en la cual, los que formamos parte de ella, nos preocupamos por ofrecer un producto de calidad, procurando que nuestro producto cubra todas las necesidades que el cliente desee, y sobre todo, comprometiéndonos a darle un servicio personalizado.

### **Objetivos**

Con el propósito de mejorar constantemente y lograr el buen desarrollo de la empresa, a través de resultados de máxima eficiencia y eficacia, se determinan los siguientes objetivos.

## **4.3 Objetivos generales**

### **4.3.1 A nivel empresa**

Lograr una buena integración, tanto del personal como de los departamentos con el fin de lograr la mejora continua.

Producir y mejorar continuamente los diseños de papel de china

Mejorar constantemente el desarrolló funcional operacional de la empresa.

### **4.3.2 A nivel mercado**

Lograr posicionar con éxito nuestro producto en un mercado competitivo.

### **4.3.3 A nivel social**

Fomentar una cultura ecológica para contribuir a mejorar el medio ambiente.

Coadyuvar al desarrollo económico social del país, siendo competitivos a través de nuestro producto y generando nuevas fuentes de empleo.

## **4.4 Objetivos específicos**

### **4.4.1 Gerencia general**

Organizar, programas, integrar, dirigir y controlar a través de las políticas y objetivos, las actividades de los departamentos que integran a la empresa para contar con un buen funcionamiento de esta.

Verificar que se cumpla con el control de calidad en cuanto a producto y servicio.  
Establecer nuevos sistemas para mejorar el desarrollo de la empresa.  
Controlar y maximizar los recursos de la empresa.  
Llevar el correcto registro de las operaciones que se generen en la empresa.  
Elaborar presupuesto para cada departamento, con el fin de controlar los costos de cada uno.

#### **4.4.2 Departamento de ventas**

- Dar a conocer nuestro producto, de manera que sea fácilmente identificado y aceptado por el consumidor, a través de nuestra fuerza de ventas.
- Promover continuamente nuestros productos, haciendo más atractivas nuestras promociones de ventas.
- Otorgar un servicio de calidad personalizado al cliente, así como tomar en cuenta sus comentarios con respecto a nuestros productos.
- Otorgar un curso de capacitación para nuestros vendedores, principalmente de ventas y calidad..
- Aseguramos de que los vendedores conozcan bien el producto, desde como sé elaboración hasta su empaque listo para su venta.
- Procurar abarcar el mercado virgen, es decir, la demanda insatisfecha.

#### **4.4.3 Departamento de producción**

- Aprovechar íntegramente la capacidad diseñada de la planta.
- Eliminar los tiempos muertos que se presenten.
- Contar con la materia prima necesaria para iniciar el proceso de la producción.
- Verificar que realmente este aplicando el proceso de calidad cada uno de los empleados.
- Mejorar continuamente el proceso de producción y calidad del producto.
- Preparar las planillas listas para ser pegadas en base a lo especificado en la etapa no.1 del proceso total.

#### **4.4.4 Departamento de compras, relaciones y distribución**

- Tener siempre un inventario de papel en la bodega, según el estándar establecido.
- Abastecer constantemente la bodega de papel de china, cartón hilo pegamentos, pinturas.
- Hacer la entrega del producto terminado a los diversos compradores.

### **4.5 Criterio de clasificación empresarial**

#### **Clasificación por proyectos**

De acuerdo a su carácter, los proyectos pueden ser.

- Económicos
- Sociales

#### **De acuerdo a su naturaleza**

- De instalación
- De operación
- De ampliación

**De acuerdo a su categoría**

- De producción de bienes
- De infraestructura económica
- De prestación de servicios.

**Tomando en cuenta los criterios mencionados anteriormente, el proyecto de DIPAP S.A. DE C.V. de diseño de papel de china tendrá la siguiente clasificación.**

**De acuerdo a su carácter**

Económico

**De acuerdo a su naturaleza.**

De instalación

**De acuerdo a su categoría**

De producción de bienes.

**Clasificación de las empresas**

En la clasificación de las empresas, es emitida por la secretaria de comercio y fomento industrial (Secretaría de Economía), y por la nacional financiera (NAFIN), dichos organismos consideran los siguientes criterios.

**De acuerdo al personal ocupado y nivel de ingresos, las empresas se clasifican en micro, pequeña y grande.**

**Clasificación vigente de acuerdo a**

Tamaño de la empresa	Numero de empleados	Ventas anuales	
		Criterio Secretaria de Economía	Criterio NAFIN
Micro	1-10	\$ 900,000	\$ 2,100,000
Pequeña	11-50	\$ 9,000,000	\$ 21,000,000
Mediana	51-250	\$ 20,000,000	\$ 50,000,000
Grande	mas de 250	min \$ 20,000,000	min \$ 50,000,000

**Tomando en cuenta los criterios de la empresa queda comprendida dentro de la siguiente normatividad.**

- De acuerdo al nivel de ingresos, es microempresa y
- De acuerdo al numero de empleados, también se ubica como microempresa.

### Organización para la operación

- Para contar con el buen funcionamiento del negocio, es importante que se lleve tanto una buena organización entre las actividades administrativas y productivas, como el personal que las desarrolla, logrando entre estos una buena coordinación entre ambos factores.
- Dando así una adecuada estructura de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de una organización, con el fin de lograr su máxima eficiencia de los planes y objetivos mencionados anteriormente.

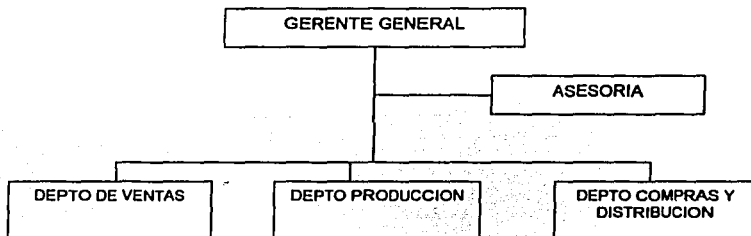
### Manual de organización

Es un documento que expone con detalle la estructura de la organización y señala los puestos y la relación existente entre ellos. Explica la jerarquía, los grados de autoridad y responsabilidad así como las funciones y actividades de los órganos de la empresa.

### Organigrama

La estructura de nuestro proyecto, esta conformado por tres departamentos, los cuales esquematizados de la siguiente forma.

#### ESTRUCTURA GENERAL DE DIPAP, S.A. DE C.V.



### Perfil del puesto

#### Gerente general

Nombre del puesto  
Sexo  
Edad  
A quien reporta  
Puesto bajo su mando

gerente general  
Masculino  
24 a 35 años  
ejecutivos de ventas  
armadores

#### Necesidades y requisitos del puesto

### Habilidades intelectuales

- **Liderazgo**
- **Trabajo en equipo**
- **Auto motivación**
- **Responsabilidad**
- **Dinamismo**
- **Capacidad de**
  - **Análisis**
  - **Toma de decisiones**
  - **Integración**

### Habilidades técnicas

- **Conocimientos en.**
- **Gestión de empresas**
- **Contables**
- **Administrativos y operaciones**

### Habilidades físicas

- **Buena presentación**
- **Buena salud**

### Otros datos

Estudios requeridos  
Horario.  
Estado civil.  
Experiencia

Superiores  
Completo  
S / C  
Gestor de empresas

### Vendedor

#### Datos generales

Nombre del puesto  
Sexo  
Edad  
A quien reporta  
Puesto bajo su mando

Vendedor  
Indistinto  
24 / 35 años  
Gerente general

#### Necesidades y requisitos del puesto

Habilidades intelectuales  
Auto motivación  
Trabajo en equipo  
Responsable  
Dinamismo  
Actitud emprendedora  
Capacidad de.  
Convencimiento  
Comunicación

#### Habilidades técnicas

**Conocimientos en.**  
Ventas  
Mercadotecnia

	<b>Trato a clientes</b>
<b>Habilidades físicas</b>	buena presentación buena salud
<b>Otros datos</b>	
Estudios requeridos	preparatoria
Horario	completo
Estado civil	s / c
Experiencia	ventas, con cartera de clientes y con automóvil propio
<b><u>Amador / Pegador</u></b>	
<b>Datos generales</b>	
Nombre del puesto	Pegador
Sexo.	Femenino
Edad	24 / 35
A quien reporta	gerente general
Puesto bajo sumando	producción
<b>Necesidades y requisitos del puesto</b>	
<b>Habilidades intelectuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auto motivación</li> <li>• responsable</li> <li>• actitud emprendedora</li> <li>• trabajo en equipo</li> <li>• dinamismo</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• capacidad de <ul style="list-style-type: none"> <li>o análisis</li> <li>o auto calificación</li> </ul> </li> </ul>
<b>Habilidades técnicas</b>	conocimientos en artesanías pegado de papel papel de china
<b>Habilidades físicas</b>	buena presentación buena salud
<b>Otros datos</b>	
Estudios requeridos.	Secundaria
Horario.	Completo
Estado civil	S / C
Experiencia	papel y artesanías



## Ayudante general

### Datos generales

Nombre del puesto	ayudante general
Sexo	indistinto
Edad	24 / 35años
A quien reporta	producción
Puestos bajo su mando	

### Necesidades y requisitos del puesto

#### Habilidades intelectuales

Auto motivación  
responsable  
actitud emprendedora  
trabajo en equipo  
dinamismo

#### Habilidades técnicas

conocimientos en  
papel  
lugares donde adquirir papel

#### Habilidades físicas

no ser alérgico al papel  
resistencia de carga  
buena salud

#### Otros datos

Estudios requeridos	secundaria
Horario	completo
Estado civil	s / c
Experiencia	conocimientos de papel

## Chofer

### Datos generales

Nombre del puesto	chofer
Sexo	masculino
Edad	24 / 35años
A quien reporta	compras y distribución
Puestos bajo su mando	ayudante general

### Necesidades y requisitos del puesto

#### Habilidades intelectuales

Auto motivación  
responsable  
actitud emprendedora  
trabajo en equipo

dinamismo

**Habilidades técnicas**

Conocimientos en.  
Mecánica en General  
lugares donde adquirir papel e insumos

**Habilidades físicas**

no ser alérgico al papel  
resistencia de carga  
buena salud

**Otros datos**

Estudios requeridos  
Horario  
Estado civil  
Licencia

secundaria  
completo  
s / c  
de chofer

**Descripción de funciones**

**Nombre del puesto**

**Gerencia General**

**Objetivo.**

Mejorar constantemente el desarrollo funcional y operacional de la empresa

**Funciones permanentes**

Redactar programas, planes, acuerdos, etc.  
Llevar controles estadísticos generales  
Registro y control de las operaciones  
Supervisar el proceso de producción  
Supervisar el servicio a clientes

**Funciones periódicas**

Realizar la nomina  
Presentar declaración de impuestos  
Surtir mensualmente la materia prima  
Junta con todos los departamentos para revisar problemas y darles las soluciones adecuadas

**Funciones eventuales**

Recibir personas ajenas a la compañía para varios asuntos  
Elaborar declaraciones anuales  
Pagos de aguinaldo  
Asistir a exposiciones y conferencias de interés

**Nombre del puesto**

**Vendedor**

**Objetivo**

Lograr posicionar exitosamente nuestro producto en un mercado competitivo.

**Funciones permanentes**

Promover el producto  
Visitar a posibles clientes  
Llamadas a posibles clientes  
Dar un servicio de calidad y atención a clientes  
Empaque de los productos producidos  
Llevar control de sus ventas efectuadas

**Funciones periódicas**

Visitar a clientes de provincia  
Surtir pedidos especiales  
Atender a clientes que nos visitan personalmente  
Junta mensual con el Gerente General para analizar problemas y darle soluciones

**Funciones eventuales**

Realizar concesiones de crédito, descuentos o bonificaciones previa autorización del Gerente General.  
Visitas a expo ferias  
Asistir a cursos de capacitación

**Nombre del puesto**

**Amador / Pegador**

**Objetivo.**

Producir y mejorar continuamente el producto con calidad

**Funciones permanentes**

**Funciones periódicas**

**Funciones eventuales**

Verificar que se aplique el control de calidad en el proceso de producción  
Realizar la transformación del papel al producto  
Aplicar los pasos descritos en el proceso de producción  
Analizar que se tengan los insumos adecuados para la producción  
Verificar que el papel este listo para ser pegado  
Verificar y controlar al departamento de producción  
Reportar al gerente general el material que se tenga que surtir  
Junta mensual con el gerente general para resolver problemas  
Elaborar diariamente un control de la producción terminada.

**Nombre del puesto**

**Ayudante general**

## **Objetivo**

Abastecer la bodega y preparar el papel previo al proceso de producción.

**Funciones permanentes.**

**Funciones periódicas.**

**Funciones eventuales.**

Abastecer la bodega de papel de china y otros insumos  
Abastecer a la bodega de los materiales para los acabados de las figuras  
Verificar que se tenga un inventario en bodega, mínimo para una temporada  
Verificar la bodega semanalmente  
Preparar el papel para ser procesado  
Cumplir con el estándar establecido del papel  
Reportar el papel en bodega y su preparación de este al departamento de producción

**Nombre del puesto**

**Chofer**

## **Objetivo**

Abastecer la bodega de los insumos y hacer las entregas de los productos a los consumidores

**Funciones permanentes.**

**Funciones periódicas.**

**Funciones eventuales.**

Abastecer la bodega de papel de china y otros insumos  
Hacer las entregas de productos terminados  
Hacer los depósitos y movimientos bancarios

## **Políticas**

### **Departamento Gerente general**

Las políticas establecidas deben ser cumplidas por todo el personal, con el fin de contar con el buen funcionamiento de la empresa.

Actualizar los sistemas implantados con el fin de mejorarlos

Atender y dar solución inmediata a 10os problemas que se presenten, y que afecten al desarrollo íntegro de la empresa.

### **Departamento de Ventas**

Atender y dar solución inmediata a las quejas de los clientes, dándole prioridad a estas.

Ofrecer a los clientes las promociones que se encuentren vigentes.

Contactar diariamente nuevos clientes.

### **Departamento de Producción**

Auto inspeccionarse en cuanto a su producción terminada y auto calificar al producto para probar el control de calidad

Eliminar tiempos muertos

Mejorar a través de sugerencias y estadísticas el proceso de producción.

Producir figuras de papel de china de calidad a la primera vez

## **Departamento de compras y distribución**

Mantener siempre un inventario de papel de china y terminados del producto y no dejar sin inventario a la bodega

Tener siempre listo el papel preparado para iniciar el proceso de producción

Buscar los mejores precios de los insumos

Verificar que las entregas de productos terminados sean en las fechas convenidas por el Depto. de Ventas

### **4.6 Requisitos para ingresar a la compañía.**

- Ser mayor de edad
- Presentar acta de nacimiento, credencial de elector
- Constancia de últimos estudios
- Cartilla de servicio militar liberada o pre cartilla
- Cubrir los estudios y características requeridas para cada puesto
- Hacer solicitud y ser aceptado por la compañía
- Documentos de RFC e IMSS
- Cartas de recomendación y tres fotos tamaño infantil

### **4.7 Reglamento interno de trabajo**

Reglamento interno de trabajo que celebran por una parte DIPAP, S A. DE C.V. representado por la lic. Alejandra Jiménez Beltrán, y por otra, las personas que integran la comisión a que se refiere el artículo 424 de la ley federal del trabajo.

Art. 1.- Para regular el desarrollo de las labores del personal al servicio de DIPAP S. A. DE C. V. En su dependencia ubicada en Cda. de Porfirio Díaz no. 20 col. Juárez Pantitlán Edo. De México Municipio de Nezahualcoyotl, o en el domicilio al que en lo futuro fuera trasladada y de acuerdo con lo que dispone la ley federal de trabajo que formula el presente reglamento, cuyos artículos especifican ambas partes.

Art. 2.- El personal de la compañía deberá acatar, para todo el desempeño de su trabajo, las disposiciones contenidas en este reglamento, así como las demás circulares y avisos que expida la compañía y además ordenes por conducto de sus jefes autorizados y que se refiera al trabajo contratado.

Art. 3.- todo el personal al servicio de la compañía, entrara a prueba por un termino de 28 días a fin de que la compañía sé de perfecta cuenta de su competencia y aptitudes para el trabajo o bien dar por terminado el contrato en caso de que su servicio le parecieran satisfactorios

Art. 4.- La jornada de trabajo será de 9hrs. Diarias, teniendo 1 hora. De descanso para tomar sus alimentos.

Lugar y momento en que deben empezar y terminar las jornadas de trabajo

Las jornadas de trabajo deberán principiar y terminar estrictamente a la hora fijada, por lo que el personal esta obligado a iniciarlas y terminarlás precisamente en el lugar de trabajo en que lo desempeña o el que se le señale.

Art. 5.- horario de trabajo. El personal prestara sus servicios dentro del horario que a continuación se mencionara de 8.00 a 17.00hrs. En casos especiales que se demande mas tiempo. El personal tendrá la obligación de laborar todo el tiempo que sea necesario.

**Art. 6.- tiempo extraordinario**

Solo se considera tiempo extraordinario al que previa orden por escrito de algún jefe, se labore mas halla de la jornada establecida, teniendo así derecho a recibir a la remuneración correspondiente por sus servicios en tiempo extraordinario.

**Art. 7.- registro de ausencias**

Todo el personal que marca tarjeta deberá marcarla en forma personal, en el momento de entrar y salir, así como cuando tome su descanso.

**Art. 8.- aseo de locales y equipo de trabajo..**

El personal deberá dejar en estado de aseo y limpieza sus lugares y útiles de trabajo, así como la maquinaria y equipo que haya utilizado.

**Art. 9.- indicaciones para evitar riesgos, profesionales**

Queda estrictamente prohibido al personal fumar dentro de las áreas en que se indique dicha prohibición.

El personal esta obligado a comunicar a la compañía, las observaciones que haga para evitar daños y prejuicios a los intereses y propiedades de sus compañeros.

**Art. 10 Incapacidades**

La incapacidad que se reconoce para justificar las ausencias en su caso, son las que extiende el instituto mexicano del seguro social, por lo tanto las recetas medicas particulares no tienen validez. Es necesario que cuando tengan una enfermedad o accidente no profesional Y no puedan acudir a tus labores, lo reporten vía teléfono con el jefe inmediato.

**Art. 11.- días de pago y lugares**

Los días de pago son el día 15 y ultimo de cada mes, cuando dichos días no sean laborales, el pago se efectuara en el día anterior laborable.

El sobre lo podrá recoger en la gerencia general. Y el personal deberá firmar un recibo a favor de la compañía o los documentos que la misma presente, por la totalidad de los sueldos devengados hasta su fecha.

El pago de los salarios correspondientes al tiempo extraordinario trabajado se efectuara junto con el día de pago de salario antes de firmarlo.

**Art. 12.- descuentos**

Los descuentos que se harán al sueldo son

Ispt (impuesto sobre producto del trabajo), impuesto personal corresponde pagar de acuerdo al sueldo que reciba, según la ley del impuesto sobre la renta.

IMSS (instituto mexicano del seguro social), la cuota del IMSS, que corresponde pagar de acuerdo con la ley, que otorga beneficios como asistencia medica, medicamentos, hospitalización, equipo quirúrgico, etc.

Y también los beneficios en dinero, pensión por enfermedad, invalidez, cesantía, vejez, gastos de Matrimonio, etc.

**Art. 13.- matrimonio y permisos**

La empresa otorga a todo empleado vacaciones anuales de acuerdo a la ley, así como una prima de vacaciones que te permitirá disfrutar mejor tu periodo de descanso de acuerdo a la siguiente tabla.

1	año de servicios	6 días de vacaciones
2	años de servicios	8 días de vacaciones
3	años de servicios	10 días de vacaciones
4 a 8	años de servicios	12 días de vacaciones
9 a 13	años de servicios	14 días de vacaciones
14	en adelante	16 días de vacaciones

La compañía concederá permisos con goce de salario en los siguientes casos.

2 días por muerte de un familiar cercano (esposa, hijos, padres, hermanos) Empezaran a partir de la fecha del deceso.

Por enfermedad cubrirá los 3 primeros días que no cubra el IMSS, siempre que estén amparados por incapacidad expedida por dicho instituto.

Por nacimiento de hijos la compañía otorgará 2 días calendario de los cuales uno de ellos será para internar a la esposa y el otro para retirarla del hospital.

2 días hábiles por matrimonio.

Art. 14.- disposiciones varias

Queda prohibido introducir e ingerir bebidas alcohólicas dentro de la empresa.

Queda prohibido introducir a la compañía, personas ajenas a la misma, sin previa autorización.

Todo personal esta obligado a prestar sus servicios fuera de la jornada legal o en días festivos cuando las necesidades del trabajo lo exijan.

La compañía se obliga a proporcionar a su personal, capacitación y adiestramiento en horas laborales.

El personal deberá poner calidad en la ejecución de su trabajo. Y si no lo hiciera será causa de despido.

El presente reglamento surtirá efecto a partir de la fecha en que sea depositado en la junta de conciliación y arbitraje.

Representante de la empresa

Representante de los trabajadores

México, D F. A

de

del 2003

#### **4.8 Administración de personal**

Se debe entender a la administración de personal, como el conjunto de técnicas y procesos que son propios de la unidad personal y que fundamenta la existencia de las mismas.

Uno de los fines de la administración de personal es obtener la máxima capacidad de todo el personal que trabaja en los distintos departamentos y niveles de la empresa..

Además, es necesario obtener su plena colaboración, esto es, que quieran poner sus capacidades al servicio de la empresa.

Y para garantizarlo, se llevará a cabo un proceso de planeación de personal con el fin de contar con el personal adecuado y así poder colocarlos en cada uno de los puestos que integran a la empresa, logrando en forma conjunta el logro de los objetivos establecidos.

##### **4.8.1 Planeación de los Recursos Humanos**

Es el proceso mediante el cual se determina en forma sistemática la previsión y demanda de empleados que una organización tendrá.

##### **Objetivos**

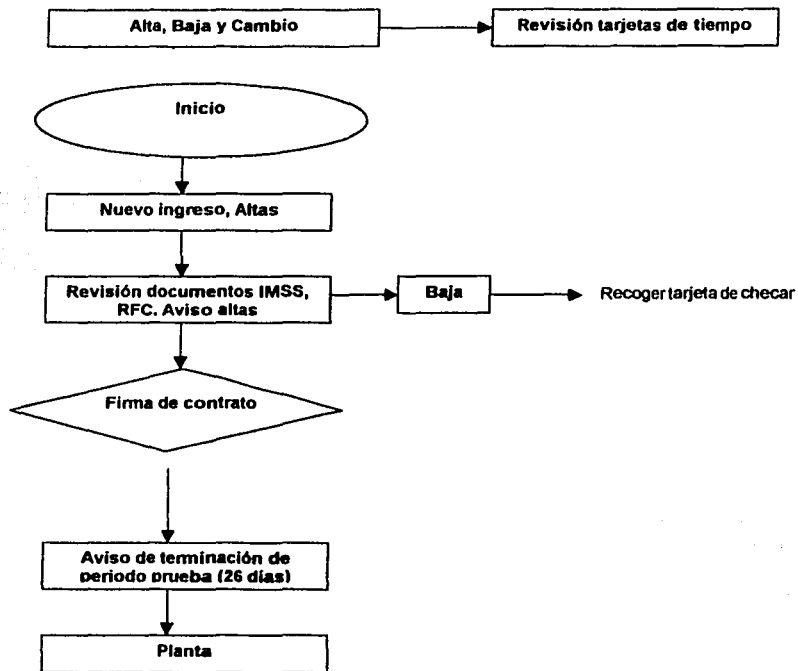
- Crear, mantener y desarrollar un contingente de Recursos Humanos con habilidad y motivación, para realizar los objetivos de la empresa.
- Alcanzar eficiencia y eficacia con los recursos humanos disponibles.
- Crear, mantener y desarrollar condiciones organizacionales de aplicación, y desarrollo y satisfacción plena de recursos humanos y alcance de los objetivos individuales.

##### **Ventajas**

- Se mejorara la optimización de los recursos humanos.
- Se permite la coincidencia de esfuerzos del departamento de personal con los objetivos de la compañía.
- Se economizan las contrataciones.
- Se expande la base de datos de personal para apoyar otros campos.
- Se permite la condición de varios programas, como la obtención de mejores niveles de productividad mediante la aportación de personal más calificado.



## DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DE SELECCIÓN DE PERSONAL



### 4.5.2 Sistemas de Reclutamiento, Selección Y Contratación

#### Reclutamiento.

En base a que se inicia un negocio, se considera conveniente contar con amigos y familiares, para cubrir cada uno de los puestos requeridos.

Sin embargo, se debe evaluar si es la persona indicada, en base al perfil del puesto.

En caso de no cubrir la vacante con alguna persona conocida, se solicitará con anuncios, a través de letreros en lugares concurridos y en el periódico segunda mano sin representar un costo para la empresa.

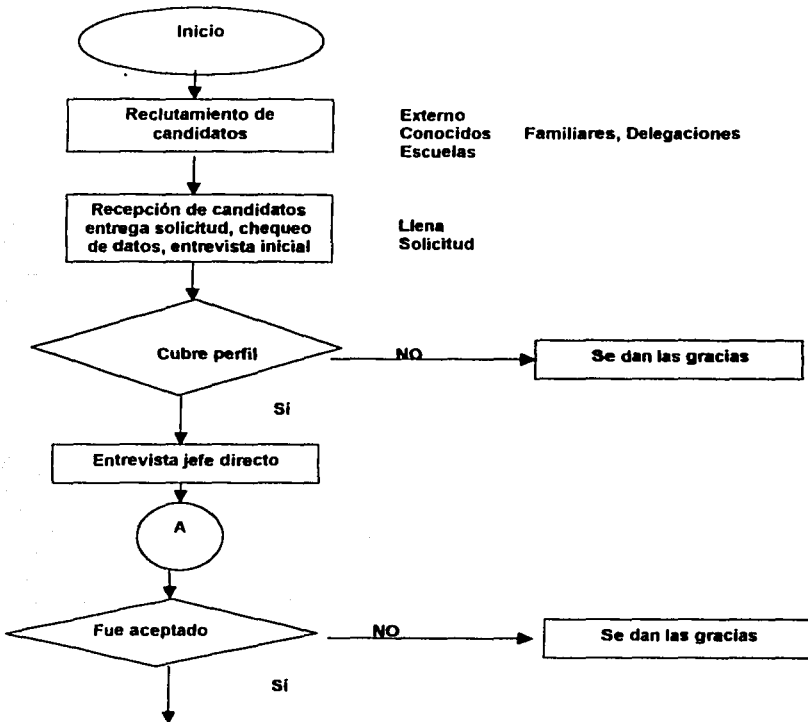
### Selección

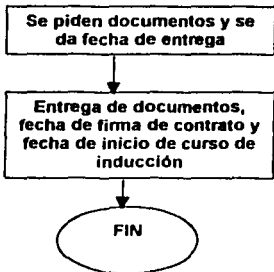
En el proceso de selección los candidatos al puesto se entrevistarán directamente con el Gerente General, para evaluar si cubre el perfil del puesto establecido, de acuerdo a las necesidades de la empresa.

Cuando alguna persona en el puesto ya tenga determinada experiencia dentro de la empresa, los candidatos próximos, además de entrevistarse con el gerente general, también se entrevistarán con los encargados del área para que estos últimos también evalúen si es la persona adecuada.

En el siguiente diagrama se estructura el procedimiento a aplicar en la selección de personal.

#### DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DE SELECCIÓN DE PERSONAL





**Firma de formato de alta**

Se considera conveniente, que para evaluar por un tiempo determinado la adecuación del nuevo empleado, es necesario iniciar la relación laboral, con dos contratos eventuales de 28 días y al vencimiento de estos contratos, elaborar otra evaluación para determinar si se le otorga la planta o no.

Para elaborar el contrato es necesario que se presenten los siguientes requisitos por parte del interesado.

1. -Acta de nacimiento (copia certificada o fotocopiada).
2. - Comprobante de domicilio (recibo de agua, luz, teléfono, etc.
3. - Constancia de últimos estudios (certificado, boleta de calificaciones).
4. - no. de afiliación al IMSS ( hoja rosa, carnet o credencial).
5. -Dos cartas de recomendación.
6. - Cartilla liberada o pre-cartilla.
7. - RFC (Registro Federal de Causantes).
8. -tres fotos tamaño infantil.
9. - Credencial de elector.

Mencionando anteriormente en el reglamento interno de trabajo.

Se anexará una forma en donde se le indicará a los seleccionados la documentación requerida previa a su contratación.

### **Inducción, Capacitación, Seguridad e Higiene**

Debido a que el trabajo humano, es muy importante, se considera necesario tener una guía de inducción al puesto, para así lograr el desarrollo personal de cada uno de los empleados, dentro de su área.

### **Guía de Inducción al puesto**

- Haz que el nuevo empleado se sienta cómodo hablando de sus intereses y sus antecedentes.
- Da una cordial bienvenida, muéstrale el organigrama y el reglamento interno de trabajo.
- Demuestra interés en el empleado.
- Preséntalo con sus compañeros de departamento y con los demás que conforman la empresa.
- Señálale sus horarios de entrada, salida y comida, así como sus días de descanso.
- Indícale cuales serán sus actividades a desarrollar.
- Dale confianza de que tu sientes que hará un buen trabajo.
- Indícale que supervisarás su progreso periódicamente para verificar como va avanzando, demuestra interés y apoya en sus actividades de trabajo, así formaremos un buen equipo.
- Hazle sentir que ocupa un puesto muy importante y que tiene una responsabilidad muy grande.
- Menciónale la misión y filosofía de la empresa.
- Indícale las áreas de servicio para empleados (comedor, baños, personal, nóminas, etc.).
- Recuerda que es mejor invertir unos cuantos minutos en dar una buena bienvenida, en lugar de perder tiempo buscando a una nueva persona o tener un bajo rendimiento en tu departamento.

### **Capacitación**

Se considera que los cursos de capacitación para los departamentos de producción y ventas, sería de forma interna, a través del propio personal de la empresa, por la simplicidad de las funciones de estos, y con respecto al departamento de ventas, se considerarán algunos cursos, principalmente de servicio a clientes y calidad, para mejorar las ventas

Con la idea de perfeccionar el proceso de producción y obtener mejor calidad en el producto, se efectuará la capacitación de nuestros diseñadores en control de calidad, dando un plazo de un año como máximo.

La capacitación interna se dará a través del gerente general y de los encargados del departamento en el cual va a trabajar el candidato, para así tener una capacitación general de la empresa, y otra más específica de su área.

## **Seguridad e Higiene.**

El objetivo más importante en lo que se refiere a seguridad e higiene es.

- Salvaguardar la integridad física de las personas, así como de los valores y bienes de la empresa.

En materia de seguridad se cuenta con la siguiente estructura.

- Estructura interna de la empresa. El edificio contará con avisos de evaluación, de no fumar en áreas peligrosas, de bajar con cuidado las escaleras y señalamiento de los lugares donde se encuentran los extintores y el botiquín, elementos muy importantes para la seguridad personal.
- Asimismo se recomendará al personal
- Reportar cualquier situación que ponga en peligro la salud de las personas (vidrio cables pelados, personas fumar, etc.).
- Respetar las restricciones y señalamientos del negocio (no fumar, prohibido el paso, etc.).
- Atención inmediata a los clientes que nos visiten, para evitar el robo de ocasión.
- No mover los extintores de su lugar.

## **4.9 Marco legal**

### **4.9.1 Marco Normativo**

Es importante mencionar que toda actividad empresarial y lucrativa se encuentra incorporada a determinado marco jurídico con base a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, como una gran parte de los códigos y reglamentos locales que repercuten de alguna manera sobre el proyecto. A continuación se estructura el marco normativo del proyecto.

1. - Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
2. - Código de comercio.
3. - Ley general de Sociedades Mercantiles.
4. - Código Fiscal de la Federación.
5. - Ley y Reglamento del Impuesto Sobre la Renta.
6. -Ley y Reglamento del Impuesto al Valor Agregado.
7. - Ley y Reglamento de Impuesto al Activo.
8. -Ley Federal del Trabajo.
9. - Ley del INFONAVIT.
10. - Ley del Instituto Mexicano del Seguro Social.

## 11. -Ley general de protección y Equilibrio Ecológico.

### 4.9.2 Trámites Legales

No hay que olvidar que un proyecto, por rentable que sea, antes de ponerse en marcha debe incorporarse y acatar las disposiciones vigentes.

Los trámites necesarios para el funcionamiento del proyecto son.

<b>Formato</b>	<b>Institución</b>
Alta	Secretaría de Hacienda y Crédito Público (R-2, anexo 6)
Visto Bueno	Secretaría de Seguridad Pública Neza. (ventanilla única)
Alta patronal	Instituto Mexicano del Seguro Social (AFIL-01)
Alta Trabajador	Instituto Mexicano del Seguro Social (AFIL-02)
Registro Empresarial	Secretaría de Hacienda y Crédito Público
Alta INFONAVIT	Instituto Mexicano del Seguro Social (AFIL-04)
Licencia Sanitaria	Secretaría de Salud
Aviso de Declaración de Apertura para Establecimiento Mercantil	Secretaría de Hacienda y Crédito Público de Naucalpan
Manifestación	Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática
Estadística	Secretaría de Economía
Registro	SIEM
Registro de Establecimiento de Inscripción de Riesgo de Trabajo	Instituto Mexicano del Seguro Social
<b>Trámites externos</b>	<b>Objetivo</b>
Contrato Arrendamiento Trabajo	Renta del establecimiento Formalizar la relación laboral

En el establecimiento donde se va a instalar el proyecto, actualmente se cuenta.

1. -Permiso de uso de suelo (Comercialización).
2. - Contrato de Servicio de Luz, Teléfono y Agua.

Se anexan los formatos con la información requerida, para llevar a cabo los tramites necesarios.

#### **4.9.3 Calendario De Obligaciones Fiscales**

<b>Concepto</b>	<b>fecha</b>
I.V.A.	17 DE CADA MES
I.S.R.	17 DE CADA MES
I.M.S.S.	POR BIMESTRE
I.N.F.O.N.A.V.I.T.	POR BIMESTRE
I.S.P.T.	
I.A.C.	
2% NOMINAS	

**CAPITULO 5**

**ESTUDIO FINANCIERO**



## CAPITULO 5 ESTUDIO FINANCIERO

En este capítulo se presenta el análisis financiero del proyecto DIPAP S.A. de C.V. comprende la inversión, la proyección de los ingresos y gastos y las formas de financiamiento que se prevén para el período de ejecución y su operación, el estudio demuestra que el proyecto puede realizarse con los recursos financieros disponibles. Así mismo, se evalúa la decisión de comprometer los recursos en este proyecto en comparación con otras posibilidades conocidas de colocación.

El proceso de evaluación de este proyecto permite confirmar su viabilidad y su prioridad entre otras posibilidades de inversión

### 5.1 Recursos financieros para la inversión

Las decisiones que se tomaron en los estudios técnicos y administrativos se justifican en este apartado desde el punto de vista financiero, primero se demuestra que el dueño de este proyecto cuenta con el dinero suficiente para hacer las Inversiones y los gastos corrientes que implica su realización, tanto de proceso, tamaño, localización y las decisiones complementarias como son las obras físicas, organización y calendarios de inversión del proyecto.

#### 5.1.1 Necesidades de capital

A continuación se indican las necesidades de capital desglosadas en capital fijo y capital de trabajo, en el primero se incluye, mejoras al edificio, gastos pre operativos, maquinaria y equipo, así como el equipo de oficina, en el segundo se compone de servicios, inventarios y mano de obra

#### REQUERIMIENTOS ESTIMATIVOS DE CAPITAL

A-1 NECESIDADES DE CAPITAL		\$	\$
EDIFICIO - MEJORAS	CUADRO No. 1	6,050.00	
GASTOS PREOPERATIVOS	CUADRO No. 2	1,750.00	
MAQUINARIA Y EQUIPO	CUADRO No. 3	9,819.37	
EQUIPO DE OFICINA	CUADRO No. 4	15,709.00	35,328.37
A-2 CAPITAL DE TRABAJO		\$	\$
SERVICIOS	CUADRO No. 5	1,866.00	
INV. ABASTECIMIENTOS	CUADRO No. 6	12,460.30	
INV. PRODUCTOS	CUADRO No. 7	968.00	
MANO DE OBRA	CUADRO No. 8	22,187.14	37,478.43
<b>CAPITAL TOTAL</b>			<b>72,866.89</b>

A continuación se presentan los cuadros a que se hace mención

#### NECESIDADES DE CAPITAL

##### CUADRO No: 1

CONCEPTO	CANTIDAD	IMPORTE	IMPORTE C/IVA
AMPLIACION SEGUNDO NIVEL OBRA	1	-	-
INSTALACIONES ELECTRICAS	1	2,500.00	2,875.00
HERRERIA	1	4,500.00	5,175.00
<b>TOTAL</b>		<b>7,000.00</b>	<b>8,050.00</b>

NECESIDADES DE CAPITAL

CUADRO No: 2

CONCEPTO	CANTIDAD	IMPORTE	IMPORTE C/VA
TRAMITES			
APERTURA	1	250.00	250.00
S.H.C.P.	1	-	-
INEGI	1	-	-
IMSS	1	-	-
CAMARA DE COMERCIO	1	600.00	600.00
USO DEL SUELO	1	450.00	450.00
INFONAVIT	1	-	-
Vo Bo BOMBEROS	1	450.00	450.00
<b>TOTAL</b>		<b>1,760.00</b>	<b>1,760.00</b>

NECESIDADES DE CAPITAL

CUADRO No: 3

CONCEPTO	CANTIDAD	IMPORTE	IMPORTE C/VA
MAQUINARIA			
SUAJADORA	1	-	-
MAQUINARIA MANUAL (TALADORAS, CORTADORAS, SELLADORAS Y HERRAMIENTA)	1	2,738.58	3,149.37
<b>TOTAL MAQUINARIA</b>		<b>2,738.58</b>	<b>3,149.37</b>
EQUIPO COMPLEMENTARIO			
TABLAS DE NOVOPAN	4	200.00	230.00
PULPO	1	750.00	862.50
RACKS	3	1,500.00	1,725.00
ESTANTERIA	2	1,500.00	1,725.00
MATERIALES MENORES	1	350.00	402.50
MESAS DE FIERRO ARMABLES	5	1,500.00	1,725.00
<b>TOTAL DE EQUIPO COMPLEMENTARIO</b>		<b>6,800.00</b>	<b>8,670.00</b>
<b>TOTAL</b>		<b>9,538.58</b>	<b>11,819.37</b>

NECESIDADES DE CAPITAL

CUADRO No: 4

CONCEPTO	CANTIDAD	IMPORTE	IMPORTE C/VA
EQUIPO DE COMPUTO			
COMPUTADORA	1	8,000.00	9,200.00
IMPRESORA	1	2,000.00	2,300.00
<b>TOTAL EQUIPO DE COMPUTO</b>		<b>10,000.00</b>	<b>11,500.00</b>
EQUIPO DE OFICINA			
ESCRITORIOS	1	1,250.00	1,437.50
SILLAS	3	900.00	1,035.00
EXTINGIDORES	3	1,260.00	1,449.00
BOTIQUIN	1	250.00	287.50
<b>TOTAL DE EQUIPO DE OFICINA</b>		<b>3,660.00</b>	<b>4,209.00</b>
<b>TOTAL</b>		<b>13,660.00</b>	<b>15,709.00</b>

NECESIDADES DE CAPITAL

CUADRO No: 5

CONCEPTO	CANTIDAD	IMPORTE	IMPORTE C/VA
			-
AGUA		25.00	25.00
TELEFONO		300.00	345.00
LUZ		300.00	345.00
PUBLICIDAD			-
PROMOCION			-
ASESORIA	1	1,000.00	1,150.00
<b>TOTAL</b>		<b>1,625.00</b>	<b>1,865.00</b>

NECESIDADES DE CAPITAL

CUADRO No: 6

CONCEPTO	CANTIDAD	IMPORTE	IMPORTE C/VA
PAPEL DE CHINA ROJO	1	1,522.00	1,750.30
PAPEL DE CHINA AMARILLO	1	1,674.20	1,925.33
PAPEL DE CHINA BLANCO	1	1,056.60	1,215.09
HILO	1	1,391.20	1,599.88
CARTON CAPLE	1	515.04	592.30
BOLSA	1	478.00	547.40
VARIOS	1	4,200.00	4,830.00
<b>TOTAL</b>		<b>10,836.04</b>	<b>12,480.30</b>

NECESIDADES DE CAPITAL

CUADRO No: 7

CONCEPTO	CANTIDAD	IMPORTE	IMPORTE C/VA
			-
SUAJADO DE PAPEL DE CHINA Y CARTON	1	840.00	966.00
			-
			-
<b>TOTAL</b>		<b>840.00</b>	<b>966.00</b>

INVERSIÓN INICIAL DE MANO DE OBRA POR UN MES

CUADRO No: 8

CÓNCPTO	CANTIDAD	IMPORTE
GERENCIA GENERAL		
PERCEPCIONES	1	4,562.50
PRESTACIONES	1	1,599.59
DEPTO. DE VENTAS		
PERCEPCIONES	1	4,562.50
PRESTACIONES	1	2,843.03
DEPTO DE PRODUCCIÓN		
PERCEPCIONES	1	5,362.25
PRESTACIONES	1	3,267.27
<b>TOTAL</b>		<b>22,187.14</b>

5.1.2 Calendario de inversiones

A continuación se muestra el resumen ordenado en un cuadro, las cantidades de los recursos financieros que se utilizaran y su distribución en los usos que comprende el proyecto, esto es, el destino de los recursos.

CÓNCPTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	COSTO TOTAL
RENTA																															
EDIFICIO - MEJORAS																															
MAQUINARIA																															
EQUIPO DE OFICINA																															
MANO DE OBRA																															
SERVICIOS																															
INV. ABASTECIMIENTO																															
INV. PRODUCTOS																															
GTISO DE OPERACIÓN																															
SUMA																															

CALENDARIO DE ACTIVIDADES PARA PRODUCCION DE FIGURAS

	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
14-Feb														
COMPRAS	■												■	
PRODUCCION														
REPARTO		■	■											■
21-Mar														
COMPAS		■												■
PRODUCCION														
REPARTO				■										
TOCA OCACION														
COMPRAS				■										
PRODUCCION														
REPARTO					■	■	■							
16-Sep														
COMPRAS							■							
PRODUCCION														
REPARTO								■	■	■				
02-Nov														
COMPRAS										■				
PRODUCCION														
REPARTO											■	■	■	
26-Dic														
COMPRAS											■			
PRODUCCION														

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## 5.2 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Como se anota en el apartado 5.1.1; las necesidades de capital para instalar e iniciar operaciones del proyecto DIPAP S.A. de C.V. (figuras de papel de china) es de \$ 72,806.80

### 5.2.1 Capital realizado a corto plazo

El capital que se requiere para la realización del proyecto no será conseguido a través de crédito bancario, no obstante que este estudio satisface los requisitos bancarios.

Se prefiere satisfacer los requerimientos de capital con recursos propios, con la seguridad de que los inversionistas tendrán mejores rendimientos en este proyecto que invirtiendo su dinero a plazo fijo.

FUENTE	\$	%
DUENO	43,684.06	60.00%
SOCIO	29,122.72	40.00%

### 5.2.2 Balance inicial

#### BALANCE INICIAL AL 1° DE ENERO DE 2003 (PESOS)

ACTIVO CIRCULANTE		PASIVO CIRCULANTE	
BANCOS	15,000.00		
ALMACEN	1,500.00		
IVA ACREDITABLE	2,500.00		
ACTIVO FIJO		PASIVO FIJO	
MAQUINARIA Y EQUIPO	8,538.58	CAPITAL CONTABLE	
EQUIPO DE OFICINA	3,660.00		
EQUIPO DE COMPUTO	10,000.00		
DIFERIDO		CAPITAL SOCIAL	54,448.58
EDIFICIO MEJORAS	7,000.00	RESULTADOS DEL EJERCICIO	.
GASTOS PREOPERATIVOS	1,750.00		
OTROS GASTOS	4,500.00	SUMA CAPITAL	
TOTAL ACTIVO	54,448.58	TOTAL PASIVO Y CAPITAL	54,448.58

## 5.3 PROYECCIONES FINANCIERAS

En este apartado se presentan los gastos financieros estimados en base a los costos de adaptación del inmueble y de producción, así como los precios previstos de los insumos, y por otro lado las proyecciones de ingreso, por ventas, basados en los estudios de mercado y técnico de este mismo proyecto y a los precios de venta estimados.

A continuación se presenta un cuadro resumen de las proyecciones financieras a un año de operaciones, seguido del soporte analítico de compras de materia prima y compras de productos.

### 5.3.1 GASTOS DE PRODUCCIÓN Y ADMINISTRACION

#### PROYECCIONES A UN AÑO DE OPERACIONES

A) DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN		\$	\$
1) DEPRECIACIÓN			
EQUIPO			
	OFICINA	215.00	
	COMPUTO	3,000.00	
	COMPLEMENTO	105.70	3,320.70
2) AMORTIZACIÓN			
	TRAMITES	87.50	
	GASTOS DE INSTALACION	700.00	787.50
B) ABASTECIMIENTOS		71,545.79	71,545.79
C) SERVICIOS			
	PAPELERIA	600.00	
	PREDIO	198.92	
	AGUA	270.00	
	AGUA PURIFICADA	1,240.00	
	RENTA	-	
	LUZ	1,800.00	
	OTROS GASTOS	1,800.00	
	MANTENIMIENTO Y REPARACION	15,000.00	20,909.92
D) MANO DE OBRA			
	DIRECTA	64,346.95	
	PRESTACIONES	39,207.22	
	INDIRECTA	54,750.00	
	PRESTACIONES	19,075.10	177,379.26
E) ASISTENCIA TECNICA			
	ADMINISTRACION	12,000.00	12,000.00
F) IMPREVISTOS			
	ADMINISTRACION	3,600.00	
	PRODUCCION	3,600.00	7,200.00
	TOTAL		293,143.17





## PRESUPUESTO ANALITICO DE COMPRAS Y MATERIA PRIMA

CONCEPTOS	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL	IVA
ENERO				
	140.00			
FEBRERO				
	140.00			
CANTIDAD	8.00			
PRECIO UNITARIO		840.00	6,720.00	988.00
MARZO				
	140.00			
ABRIL				
	140.00			
MAYO				
	140.00			
CANTIDAD	8.00			
PRECIO UNITARIO		840.00	6,720.00	988.00
JUNIO				
	140.00			
JULIO				
	140.00			
AGOSTO				
	140.00			
CANTIDAD	8.00			
PRECIO UNITARIO		840.00	6,720.00	988.00
SEPTIEMBRE				
	140.00			
CANTIDAD	5.00			
PRECIO UNITARIO		700.00	3,500.00	505.00
OCTUBRE				
	140.00			
NOVIEMBRE				
	140.00			
CANTIDAD	8.00			
PRECIO UNITARIO		840.00	6,720.00	988.00
DICIEMBRE				
	140.00			
CANTIDAD	9.00			
PRECIO UNITARIO		1,200.00	10,800.00	1,448.00
SUBTOTAL				
CANTIDAD	140.00			
PRECIO UNITARIO		38.00		
IMPORTE		5,320.00	5,320.00	
	N/A	798.88	798.88	9,118.88
TOTAL		6,118.88	6,118.88	

### **COSTO TOTAL ANUAL**

En este apartado se presenta un cuadro resumen del costo total anual de Empresa DIPAP SA de CV, que incluye gastos de fabricación y gastos de ventas. No se contemplan los gastos financieros porque como se anoto en las necesidades de capital al inicio de este capítulo no se recurrió a solicitar crédito a ninguna institución financiera.

Es importante mencionar que a continuación del cuadro resumen se presentan los soportes correspondientes a los gastos de fabricación y venta

### **COSTO TOTAL ANUAL**

<b>COSTO ANUAL</b>	
<b>CONCEPTO</b>	
<b>A) GASTOS DE FABRICACIÓN</b>	<b>110,564.12</b>
<b>B) GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>92,221.10</b>
<b>C) GASTOS DE VENTAS</b>	<b>93,166.35</b>
<b>TOTAL</b>	<b>295,951.57</b>

PROYECCION DE GASTOS DE FABRICACIÓN

CONCEPTOS	CPDA 1												TOTAL
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
BUILDOS	6,182.11	4,524.75	2,401.04	2,401.06	4,637.85	2,478.18	2,478.16	4,298.78	8,881.27	4,103.78	5,844.41	12,048.82	84,548.85
IDENTIFICACION	782.78	548.84	425.13	425.13	878.88	454.77	454.77	878.88	1,082.70	512.88	743.00	1,208.82	8,042.27
FISCAL													
RENTAS	1,282.85	808.23	704.42	704.42	888.82	720.28	720.28	944.82	1,780.27	848.26	1,221.28	2,488.28	13,927.44
7% INFRONIT	292.41	252.38	218.27	218.27	288.88	224.24	224.24	284.24	564.42	284.24	388.24	778.85	4,148.48
7% IAP	182.34	118.84	87.71	87.71	118.88	96.70	96.70	117.81	223.37	108.78	153.28	318.88	1,888.28
QUADRCRAS	78.88	54.42	43.88	43.88	88.88	44.88	44.88	88.81	111.88	32.88	78.88	198.23	828.70
UNAIFICACION	127.88	102.33	78.74	78.74	184.84	78.48	78.48	182.81	182.83	82.83	134.12	271.83	1,811.87
IMPUESTOS LOCALES	888.28	888.18	488.88	488.88	812.77	478.54	478.54	882.83	1,144.88	541.85	718.45	1,181.74	8,882.23
PREMIOS VACACIONAL	118.82	87.21	85.78	85.78	88.70	87.27	87.27	88.21	187.52	78.21	114.87	232.88	1,244.24
PROXIO	8.23	8.23	8.23	8.23	8.23	8.23	8.23	8.23	8.23	8.23	8.23	8.23	89.88
RENTAS VENTAS	388.88	388.88	388.88	388.88	388.88	388.88	388.88	388.88	388.88	388.88	388.88	388.88	3,888.88
AGUA	7.88	7.88	7.88	7.88	7.88	7.88	7.88	7.88	7.88	7.88	7.88	7.88	88.88
AGUA PURIFICADA	88.88	108.88	148.88	108.88	108.88	108.88	108.88	108.88	108.88	108.88	138.88	108.88	1,128.88
COMTA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
LUE	78.88	78.88	78.88	78.88	78.88	78.88	78.88	78.88	78.88	78.88	78.88	78.88	888.88
MANTO Y REPARACIONES	108.88	108.88	108.88	108.88	108.88	108.88	108.88	108.88	108.88	108.88	108.88	108.88	1,088.88
SUBTOTAL	18,381.82	7,888.84	8,884.19	8,884.19	8,884.88	8,188.27	8,188.27	7,888.88	14,888.88	7,188.27	18,187.23	18,877.88	118,884.12
IVA	1,888.88	1,788.28	888.88	888.88	1,388.11	888.24	888.24	1,188.88	2,178.88	1,878.84	1,878.88	2,888.81	18,884.88
TOTAL	11,888.87	8,877.88	8,878.82	8,878.88	8,888.88	7,188.81	7,188.81	8,188.88	18,788.88	8,888.81	11,888.81	22,874.88	127,148.74

PROYECCION DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

CONCEPTOS	CEDULA 7												TOTAL
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
SALDOS	4,890.00	4,700.00	4,899.00	4,900.00	4,899.00	4,900.00	4,899.00	4,900.00	4,900.00	4,899.00	4,900.00	4,900.00	94,780.00
ISPT	264.40	268.81	264.48	268.87	264.48	268.87	264.48	268.87	264.40	268.87	268.87	264.40	3,110.06
PIFICAL													
ISEL	748.93	874.06	748.93	772.84	748.93	772.84	748.93	748.93	722.84	748.93	722.84	748.93	8,784.81
9% IMPONAVIT	232.90	210.00	232.90	228.00	232.90	225.00	232.90	232.90	229.00	232.90	229.00	232.90	2,737.80
2% SAR	83.00	84.00	83.00	80.00	83.00	88.00	83.00	86.00	80.00	83.00	80.00	83.00	1,008.00
G.JARDINERAS	48.90	42.00	48.90	48.90	48.90	48.90	48.90	48.90	48.90	48.90	48.90	48.90	647.90
GRATIFICACION	81.36	73.90	81.36	78.75	81.36	78.75	81.36	81.36	81.36	78.75	81.36	81.36	988.13
IMPUESTOS LOCALES	814.42	864.88	814.42	884.80	814.42	864.88	814.42	814.42	864.88	814.42	864.88	814.42	7,234.26
PRIMA VACACIONAL	88.75	88.00	88.75	87.80	88.75	87.80	88.75	88.75	87.80	88.75	87.80	88.75	827.25
PAPELERIA	88.00	88.00	88.00	88.00	88.00	88.00	88.00	88.00	88.00	88.00	88.00	88.00	800.00
AGUA PURIFICADA	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	218.00
IMPRESIONES	300.00	308.00	300.00	300.00	308.00	308.00	300.00	300.00	300.00	300.00	308.00	300.00	3,800.00
AGUA	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	186.00
OFICIO GASTOS	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	1,800.00
ASESORIA	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	12,000.00
SUBTOTAL	7,888.88	7,198.28	7,896.88	7,808.88	7,898.88	7,898.88	7,898.88	7,898.88	7,898.88	7,898.88	7,898.88	7,898.88	82,221.18
IVA	1,178.88	1,078.84	1,178.88	1,148.12	1,178.88	1,148.12	1,178.88	1,178.88	1,148.12	1,178.88	1,148.12	1,178.88	12,888.18
TOTAL	8,978.84	8,278.74	8,978.84	8,748.84	8,978.84	8,748.84	8,978.84	8,978.84	8,748.84	8,978.84	8,748.84	8,978.84	108,084.28

## ESTIMACION DE DEPRESIACIÓN

CELULA 3

CONCEPTOS	%	VALOR	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC	TOTAL
ART 41 FIB LSR SALADORA	7%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ART 43 FIB LSR EQUIPO DE OFICINA	10%	2 150.00	17.92	17.92	17.92	17.92	17.92	17.92	17.92	17.92	17.92	17.92	17.92	17.92	215.00
ART 43 FIB LSR EQUIPO DE COMPUTO	30%	10 000.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	3 000.00
ART 45 FIB LSR EQUIPO COMPLEMENTARIO	7%	12 000.00	8.81	8.81	8.81	8.81	8.81	8.81	8.81	8.81	8.81	8.81	8.81	8.81	126.75
TOTAL			276.73	276.73	276.73	276.73	276.73	276.73	276.73	276.73	276.73	276.73	276.73	276.73	3 338.75

## ESTIMACION DE AMORTIZACIÓN

CONCEPTOS	%	VALOR	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC	TOTAL
GASTOS DE OPERATIVOS ART 36 FIB LSR	5%	1 750.00	7.29	7.29	7.29	7.29	7.29	7.29	7.29	7.29	7.29	7.29	7.29	7.29	87.50
ART 36 FIB LSR GASTOS DE INSTALACION	10%	7 000.00	58.33	58.33	58.33	58.33	58.33	58.33	58.33	58.33	58.33	58.33	58.33	58.33	700.00
TOTAL			65.63	65.63	65.63	65.63	65.63	65.63	65.63	65.63	65.63	65.63	65.63	65.63	787.50

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

PROYECCION DE GASTO DE VENTAS

CUILLA 4

2003

CONCEPTOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
CUELDO	4,880.00	4,200.00	4,880.00	4,200.00	4,830.00	4,990.00	4,880.00	4,990.00	4,900.00	4,880.00	4,800.00	4,880.00	54,780.00
COMPLICACIONES	488.00	420.00	488.00	420.00	488.00	488.00	488.00	488.00	488.00	488.00	488.00	488.00	5,874.00
FISCAL													
RECS	748.83	874.88	748.83	722.84	748.88	722.84	748.83	748.83	722.84	748.88	722.84	748.83	8,794.51
FR INCONANT	232.80	210.00	232.80	218.08	232.80	228.00	232.80	232.80	228.00	232.80	228.00	232.80	2,737.80
TR BAR	88.00	84.00	87.00	88.88	89.00	88.00	87.00	88.00	88.00	89.00	88.00	87.00	1,088.80
GUARDERIAS	48.00	42.00	48.00	48.00	48.00	48.00	48.00	48.00	48.00	48.00	48.00	48.00	547.80
GRATIFICACION	81.88	78.00	81.88	78.78	81.88	78.78	81.88	81.88	78.78	81.88	78.78	81.88	888.78
IMPUESTOS LOCALES	1,188.80	1,088.88	1,188.88	1,138.88	1,188.88	1,128.88	1,188.88	1,188.88	1,128.88	1,188.88	1,138.88	1,188.88	13,887.88
PRIMA VACACIONAL	88.78	87.88	88.78	87.88	88.78	87.88	88.78	88.78	87.88	88.78	87.88	88.78	821.28
PUBLICIDAD	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PROMOCION	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TELEFONO	100.88	128.88	100.88	108.88	108.88	100.88	108.88	100.88	188.88	100.88	188.88	100.88	1,288.88
PAPELERIA	88.88	88.88	88.88	88.88	88.88	88.88	88.88	88.88	88.88	88.88	88.88	88.88	888.88
PRECIO	8.33	8.38	8.38	8.37	8.38	8.33	8.33	8.33	8.33	8.33	8.38	8.33	88.88
AGUA	18.88	18.88	18.88	18.88	18.88	18.88	18.88	18.88	18.88	18.88	18.88	18.88	188.88
AGUA PURIFICADA	18.88	18.88	18.88	18.88	18.88	18.88	18.88	18.88	18.88	18.88	18.88	18.88	188.88
PIRETA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
LLI	78.88	78.88	78.88	78.88	78.88	78.88	78.88	78.88	78.88	78.88	78.88	78.88	888.88
HONORARIOS	100.88	188.88	188.88	100.88	100.88	100.88	188.88	188.88	100.88	188.88	100.88	188.88	1,288.88
SUBTOTAL	7,888.88	7,178.88	7,888.88	7,888.88	7,888.88	7,888.88	7,888.88	7,888.88	7,888.88	7,888.88	7,888.88	7,888.88	88,188.88
IVA	1,188.88	1,078.88	1,188.88	1,148.88	1,188.88	1,148.88	1,188.88	1,188.88	1,148.88	1,188.88	1,148.88	1,188.88	13,874.88
TOTAL	9,077.77	8,257.77	9,077.77	9,037.77	9,077.77	9,037.77	9,077.77	9,077.77	9,037.77	9,077.77	9,037.77	9,077.77	107,144.88

## DETERMINACIÓN DEL COSTO UNITARIO

Para la producción anual de 36,000 piezas de figuras de papel de china

Concepto	Unidad	Cantidad	Precio U.	Monto
Materia prima				
AGUA	LT	537.10	1.00	537.10
ALCOHOL INDUSTRIAL	LT	44.00	6.09	267.96
ANILINA COLOR AMARILLO	KG	0.60	43.48	26.09
ANILINA COLOR AZUL	KG	0.10	43.48	4.35
ANILINA COLOR ROJO	KG	1.00	43.48	43.48
ANILINA COLOR VERDE	KG	0.50	43.48	21.74
BOLSA PARA EMPAQUE 250 PZAS X KG	KG	185.00	17.00	3,145.00
CARTON TIPO CAPLE	KG	330.52	6.96	2,300.42
CARTON TIPO SULFATADO	KG	127.99	8.70	1,113.51
GAS BUTANO	LT	5.37	4.50	24.17
HARINA DE TRIGO	KG	179.03	4.35	778.78
HILO CONO DE 500 GRS	CAJA	160.00	34.78	5,564.80
IMPRESION A COLOR 1 PASADA	MILLAR	24.00	150.00	3,600.00
NEGATIVOS PARA IMPRESION	LOTE	5.40	1,200.00	6,480.00
PAPEL DE CHINA COLOR AZUL MARINO	MILLAR	10.00	152.20	1,522.00
PAPEL DE CHINA COLOR AMARILLO	MILLAR	33.15	152.20	5,045.43
PAPEL DE CHINA COLOR ROJO	MILLAR	68.18	152.20	10,377.00
PAPEL DE CHINA COLOR VERDE	MILLAR	26.82	152.20	4,082.00
BANDERA				
PAPEL DE CHINA COLOR MORADO	MILLAR	7.01	152.20	1,066.92
PAPEL DE CHINA COLOR AZUL CIELO	MILLAR	10.00	152.20	1,522.00
PAPEL DE CHINA COLOR NARANJA	MILLAR	3.00	152.20	456.60
PAPEL DE CHINA COLOR NEGRO	MILLAR	26.14	152.20	3,978.51
PAPEL DE CHINA COLOR BLANCO	MILLAR	60.12	117.40	7,056.09
PEGAMENTO BLANCO TIPO 850	LT	71.00	7.83	555.93
PEGAMENTO DE CONTACTO TIPO 5000	LT	30.00	39.13	1,173.90
REMACHE DE ALUMINIO	MILLAR	8.00	15.00	120.00
SOLVENTE PARA TINTA DE SERIGRAFIA	LT	4.00	20.00	80.00
SUAJADO DE CARTON	MILLAR	18.00	100.00	1,800.00
SUAJADO DE PAPEL DE CHINA	MILLAR	38.00	140.00	5,320.00
SUAJES FIGURAS VARIAS	PZA	7.70	400.00	3,080.00
TINTA PARA SERIGRAFIA COLOR NEGRO	KG	2.00	80.00	160.00
TINTA PARA SERIGRAFIA COLOR ROJO	LT	3.00	80.00	240.00
<b>Total de Materiales</b>				<b>71,645.79</b>
<b>Mano de Obra directa</b>				
ARMADOR	por	160.50	135.40	21,731.70
AYUDANTE GENERAL	por	453.28	109.92	49,824.71
MAESTRO	(%)mo	0.20	105,079.19	21,015.86
PEGADOR	por	225.51	148.65	33,522.08
<b>Total de Mano de Obra</b>				<b>126,094.33</b>
<b>Herramienta</b>				
HERRAMIENTA MENOR	(%)mo	0.05	89,203.24	4,316.20
<b>Total de Herramienta</b>				<b>4,316.20</b>
<b>GASTOS DE FABRICACION</b>				<b>18,208.80</b>
<b>SUMA</b>				<b>220,165.12</b>

<b>MAS</b>		
GASTOS DE ADMINISTRACION	92,221.10	
DEPRECIACION Y ADMINISTRACION	4,108.20	
GASTOS DE VENTA	93,166.35	<b>189,496.65</b>
<b>COSTO TOTAL</b>		<b>409,660.77</b>

El salario diario por pagador / armador de acuerdo con lo proyectado \$ 100.00

Los costos que se presentan de las materias primas, son los más bajos obtenidos de los proveedores, los gastos de fabricación se tomaron de la cedula 1, los gastos administrativos de la cedula 2, y la depreciación y amortización de la cedula 3 y los gastos de venta de la cedula 4.

El costo total de producción de 36,000 piezas de figuras de papel de china es de \$ 409,660.77 y el costo por unidad promedio es de \$ 11.38, se proyecta vender a \$ 15.00 promedio más iva.

A continuación se presenta el cálculo del costo por unidad con datos mensuales



DETERMINACION DEL COSTO UNITARIO  
PARA LA PRODUCCION MENSUAL  
CEDULA 6

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
MATERIALIMA	-	11,548.07	-	-	10,960.10	-	-	14,242.48	15,176.51	-	12,783.84	8,874.34	71,685.34
MANC DE OSEA DIRECTA	4,779.16	5,240.06	4,281.42	4,887.42	8,098.14	4,882.11	4,292.11	8,842.97	12,411.71	6,882.14	6,631.64	17,380.35	82,935.82
CANTON DE FABRICACION	1,879.81	1,840.09	1,762.79	1,762.79	1,887.54	1,788.18	1,744.78	1,364.88	2,088.28	1,384.12	826.38	2,087.38	14,228.88
SUMA	6,658.02	19,628.22	6,044.21	6,654.21	16,884.12	6,670.29	6,036.89	22,450.33	27,671.50	11,148.27	22,245.60	28,791.76	162,130.06
PER													
CANTON DE ADMINISTRACION	2,800.00	2,140.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	33,600.00
DEPRECIACION Y AMORTIZACION	342.35	342.35	342.35	342.35	342.35	342.35	342.35	342.35	342.35	342.35	342.35	342.35	4,108.20
CANTON DE VENTA	2,800.00	1,174.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	33,100.00
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>30,960.38</b>	<b>24,180.64</b>	<b>25,146.60</b>	<b>21,486.77</b>	<b>24,786.13</b>	<b>24,786.13</b>	<b>25,886.68</b>	<b>34,056.68</b>	<b>44,916.68</b>	<b>28,248.60</b>	<b>27,846.60</b>	<b>44,916.68</b>	<b>271,886.68</b>
<b>PRODUCCION MENSUAL</b>	<b>1,000.00</b>	<b>8,000.00</b>	<b>1,000.00</b>	<b>1,000.00</b>	<b>2,000.00</b>	<b>2,000.00</b>	<b>2,000.00</b>	<b>1,000.00</b>	<b>1,000.00</b>	<b>1,000.00</b>	<b>1,000.00</b>	<b>1,000.00</b>	<b>1,000.00</b>
<b>COSTO TOTAL POR UNIDAD</b>	<b>30.96</b>	<b>3.02</b>	<b>25.15</b>	<b>21.49</b>	<b>12.39</b>	<b>12.39</b>	<b>12.94</b>	<b>34.06</b>	<b>44.92</b>	<b>28.25</b>	<b>27.85</b>	<b>44.92</b>	<b>271.89</b>

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

#### 5.4 INGRESOS IMPUESTOS Y UTILIDADES

En este apartado se muestra un cuadro de resumen de los ingresos, impuestos y utilidad distribuable, a continuación se presenta la información que soporta las cantidades del cuadro resumen

#### INGRESOS IMPUESTOS Y UTILIDADES

INGRESOS IMPUESTOS Y UTILIDADES		
INGRESOS POR VENTAS		409,860.77
	COSTO TOTAL ANUAL	296,961.57
UNIDADES ANTES DE IMPUESTOS		113,709.20
	IMPUESTOS	19,009.15
UTILIDAD DISTRIBUIBLE		94,100.05

#### PRONOSTICO DE VENTAS

CEDULA 6

PERIODO	CANT	P.U.	INGRESOS	IMPORTE C/VA
ENERO	3,000.00	15.00	45,000.00	51,750.00
FEBRERO	6,000.00	15.00	90,000.00	103,500.00
MARZO	2,000.00	15.00	30,000.00	34,500.00
ABRIL	2,000.00	15.00	30,000.00	34,500.00
MAYO	2,000.00	15.00	30,000.00	34,500.00
JUNIO	2,000.00	15.00	30,000.00	34,500.00
JULIO	2,000.00	15.00	30,000.00	34,500.00
AGOSTO	2,000.00	15.00	30,000.00	34,500.00
SEPTIEMBRE	3,000.00	15.00	45,000.00	51,750.00
OCTUBRE	3,000.00	15.00	45,000.00	51,750.00
NOVIEMBRE	6,000.00	15.00	90,000.00	103,500.00
DICIEMBRE	3,000.00	15.00	45,000.00	51,750.00
	36,000.00	15.00	540,000.00	621,000.00

El ISR se calculo de acuerdo al Título II, artículo 10 de la ley de Impuesto Sobre la Renta

**PRESUPUESTO DEL COSTO TOTAL**

PERIODO	CANT	P.U.	INGRESOS
ENERO	3,000.00	11.38	34,138.40
FEBRERO	6,000.00	11.38	68,276.79
MARZO	2,000.00	11.38	22,758.93
ABRIL	2,000.00	11.38	22,758.93
MAYO	2,000.00	11.38	22,758.93
JUNIO	2,000.00	11.38	22,758.93
JULIO	2,000.00	11.38	22,758.93
AGOSTO	2,000.00	11.38	22,758.93
SEPTIEMBRE	3,000.00	11.38	34,138.40
OCTUBRE	3,000.00	11.38	34,138.40
NOVIEMBRE	6,000.00	11.38	68,276.79
DICIEMBRE	3,000.00	11.38	34,138.40
<b>TOTAL</b>	<b>36,000.00</b>	<b>11.38</b>	<b>409,660.77</b>

INGRESOS, IMPUESTOS Y UTILIDADES POR MES

1963

CONCEPTOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
RENTAS OPERACIONES	3 000 00	6 000 00	2 000 00	2 000 00	2 000 00	2 000 00	2 000 00	2 000 00	2 000 00	2 000 00	2 000 00	2 000 00	26 000 00
IMPUESTOS POR VENDIDOS	46 000 00	92 000 00	30 666 67	30 666 67	30 666 67	30 666 67	30 666 67	30 666 67	30 666 67	30 666 67	30 666 67	30 666 67	460 000 00
LIMITE TOTAL	51 750 00	102 750 00	32 666 67	32 666 67	32 666 67	32 666 67	32 666 67	32 666 67	32 666 67	32 666 67	32 666 67	32 666 67	476 000 00
IMPUESTOS ANTES DE IMPUESTOS	18 666 67	21 750 00	7 240 00	7 240 00	7 240 00	7 240 00	7 240 00	7 240 00	7 240 00	7 240 00	7 240 00	7 240 00	102 000 00
IMPUESTOS	3 000 00	6 000 00	2 000 00	2 000 00	2 000 00	2 000 00	2 000 00	2 000 00	2 000 00	2 000 00	2 000 00	2 000 00	26 000 00
UTILIDAD CONTRIBUCIONES IMPU	7 666 67	15 750 00	5 240 00	5 240 00	5 240 00	5 240 00	5 240 00	5 240 00	5 240 00	5 240 00	5 240 00	5 240 00	76 000 00

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



## **5.5 PUNTO DE NIVELACION**

En este apartado se grafican los costos fijo y total anuales, así como los ingresos totales de la empresa de un año, para encontrar el punto donde se igualan el costo y el ingreso totales, en función de las unidades producidas y el porcentaje de operación de la planta, determinando el valor de la producción que corresponde al punto de equilibrio.

En este mismo se presenta la grafica del punto de equilibrio de la empresa DIPAP

### **5.5.1 COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES**

Los costos fijos son erogaciones que tiene la empresa cualquiera que sea su monto de producción, esto es, que si la empresa no produce el costo fijo, será el mismo que si produce al 100% de su capacidad instalada.

Los costos variables son las erogaciones que tiene la empresa solo cuando produce y se incrementan en la medida que aumenta la producción de la empresa.

A continuación se presenta la clasificación y cantidades de los costos fijos y variables de la empresa DIPAP

### COSTOS

	\$		
DEPRECIACION			
EQUIPO			MATERIA PRIMA 71,545.79
OFICINA	215.00		PAPELERIA 600.00
COMPUTO	3,000.00		AGUA 270.00
COMPLEMENTO	105.70		AGUA PURIFICADA 1,240.00
			ELECTRICIDAD 1,800.00
AMORTIZACION			OTROS GASTOS 1,800.00
TRAMITES	87.50		MANO DE OBRA 73,825.10
			INDIRECTA
GASTOS DE INSTALACION	700.00		IMPREVISTOS 3,600.00
PREDIO	199.92		ADMINISTRACION
RENTA			IMPREVISTOS 3,600.00
MANTENIMIENTO Y REPARACION	15,000.00		PRODUCCION
MANO DE OBRA DIRECTA	103,554.16		GASTOS DE VENTA 93,166.35
ASISTENCIA TECNICA	12,000.00		
TOTAL	134,862.28	TOTAL	179,301.45

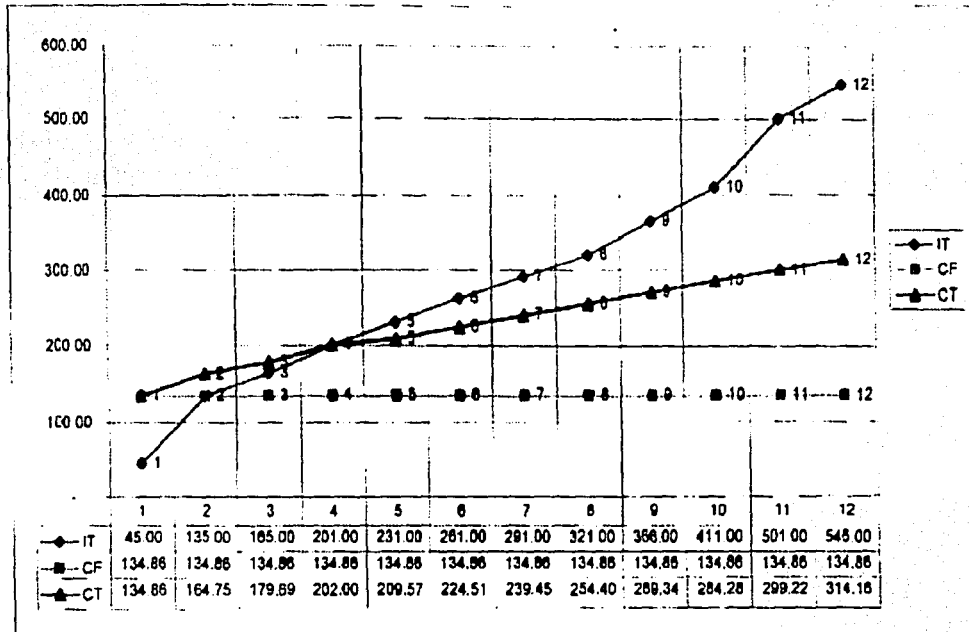
### CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

DETERMINACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO EN \$

FORMULA

PE	=	C.F.			
			1-	C.V.	I.T.
PE	=	134,862.28	1-	179,301.45	540,000.00
PE	=	134,862.28	1-	0.332040	
PE	=	134,862.28		0.667960	
PE	=	201,901.65			

### GRAFICA DEL PUNTO DE EQUILIBRIO



**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**



## **5.6 PROGRAMA FINANCIERO**

Con los datos del punto de equilibrio se organizó el programa de financiamiento, considerando los ingresos por ventas, así como la inversión inicial, no se consideraron créditos, ya que para este proyecto no se consideró financiamiento bancario. A continuación se presenta un cuarto resumen del flujo de efectivo donde se muestra que las fuentes de fondos son la inversión inicial de la que se habla en este capítulo, así mismo en este cuadro resumen se muestra el origen y cronología de la recaudación de los fondos, así como el uso y cronología de esos mismos fondos.

## **5.7 EVALUACIÓN FINANCIERA**

La demostración de la viabilidad financiera del proyecto y el examen de su sensibilidad a las posibles variaciones se hacen con instrumentos de análisis financiero que el mismo proyecto presenta.

Los datos para calcular la viabilidad del proyecto se obtuvieron de los precios de las cantidades demandadas contenidas en el estudio de mercado, del análisis de costos de carácter fijo o variable contenido en el estudio técnico, y el cuadro de flujo de efectivo que se muestra las fuentes y usos de fondos del propio estudio financiero.

Como instrumentos de análisis se utilizaron los siguientes indicadores.

- Punto de equilibrio
- Tasa interna de rendimiento
- Valor actual neto
- Tasa de rendimiento mínima aceptable.

## FLUJO DE EFECTIVO

CED. 4.0.8

CONCEPTO	ENEAL	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	ENE	TOTAL
MANEJO EN CASH	43,026.00													
VENIDAS		45,340.20	85,200.00	30,000.00	30,000.00	33,000.00	38,000.00	83,000.00	93,000.00	45,000.00	45,000.00	40,000.00	45,000.00	640,000.00
CHUKES														
IVA INDETERMINADO		8,730.00	15,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	15,000.00	6,750.00	81,000.00
SUMA	43,026.00	54,070.20	100,200.00	34,000.00	34,000.00	37,000.00	42,000.00	87,000.00	97,000.00	49,000.00	49,000.00	55,000.00	51,750.00	761,000.00
DEBITOS														
VEN. RES. INFLUJAS	7,300.00													7,300.00
MAQUINARIA	5,370.00													5,370.00
DEUDA FINANCIERA	3,000.00													3,000.00
RENTAS FINAN.	1,730.00					8,000.00			18,000.00	12,000.00		11,500.00	8,550.00	68,220.00
CARTEO PREOPERATIVO	1,730.00													1,730.00
COMPROMISOS	840.00					840.00			840.00	700.00		840.00	1,200.00	5,320.00
DEBITOS FABRICACION		10,331.00	7,000.00	8,300.00	8,300.00	8,300.00	8,300.00	8,100.00	7,800.00	54,320.00	7,100.00	10,150.00	16,970.00	110,300.00
DEBITOS VENTAS	700.00	7,400.00	7,100.00	7,800.00	7,800.00	7,800.00	7,800.00	7,800.00	7,800.00	7,800.00	7,400.00	7,800.00	7,800.00	63,210.00
DEBITOS ADMINISTRACION	500.00	7,400.00	7,100.00	7,800.00	7,800.00	7,800.00	7,800.00	7,800.00	7,800.00	7,800.00	7,400.00	7,800.00	7,800.00	62,710.00
IVA ALICUOTABLE	7,217.47	3,000.00	9,071.27	3,200.00	3,100.00	3,100.00	3,117.75	3,200.00	3,000.00	8,400.00	3,200.00	8,400.00	8,400.00	50,000.00
IVA PAGADO	7,217.47	7,000.00	8,400.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	2,100.00	3,100.00	7,000.00	7,217.47	18,110.00
SUMA	42,508.00	72,700.00	141,700.00	46,270.00	46,270.00	49,270.00	54,270.00	103,270.00	113,270.00	57,270.00	57,270.00	62,270.00	62,270.00	761,000.00
RESERVA	1,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	100,000.00
ACUMULADO EN CASH		1,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	100,000.00
ACUMULADO EN CASH	1,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	100,000.00

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## 5.8 ESTADO FINANCIERO PROFORMA

Los estados financieros que a continuación se presentan son el estado de resultados pro forma a un año de operaciones del 1°. De Enero al 31 de Diciembre del 2003, y el estado de situación financiera para el mismo año de operaciones.

### ESTADO DE RESULTADOS DIPAP

A UN AÑO EN MARCHA DE OPERACIONES  
DEL 1° DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE  
2003

VENTAS NETAS	CEDULA 6	\$540,000.00
COSTO DE VENTAS	CEDULA 5	\$182,109.89
UTILIDAD		\$357,890.11
GASTOS		
	DEPRECIACION Y AMORTIZACION ADMINISTRACION VENTAS	CEDULA 3 \$4,108.20
		CEDULA 2 \$92,221.10
		CEDULA 4 \$93,166.35
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$130,339.23
IMPUESTO SOBRE LA RENTA		\$36,238.61
UTILIDAD NETA O DISTRIBUIBLE		\$94,100.62

Nota: El ISR se calculo de acuerdo al Título II, artículo 10 de la Ley del Impuesto sobre la Renta

### DIPAP

#### ESTADO DE SITUACION FINANCIERA A UN AÑO EN MARCHA DE OPERACIONES BALANCE FINAL AL 31 DE DICIEMBRE DE 2003 (PESOS)

ACTIVO CIRCULANTE		PASIVO CIRCULANTE	
BANCOS	143,098.94		
ALMACEN	1,500.00	144,598.94	
		IMPUESTOS POR PAGAR	23,917.48
		IVA POR PAGAR	18,117.67
			42,035.15
ACTIVO FIJO		PASIVO FIJO	
MAQUINARIA Y EQUIPO	8,538.58		
DEP ACUM MAQ Y EQ	-105.70		
EQUIPO DE OFICINA	3,660.00		
DEP ACUM EQ OFICINA	-215.00		
EQUIPO DE COMPUTO	10,000.00		
DEP ACUM EQ COMPUTO	-3,000.00	18,877.88	
		CAPITAL SOCIAL	40,000.00
DIFERIDO			
EDIFICIO	7,000.00	UTILIDAD DEL EJERCICIO	94,100.62
MEJORAS			
GASTOS PREOPERATIVOS	1,750.00		
OTROS GASTOS	4,696.45	SUMA CAPITAL	134,100.62
AMORT GTOS DIFERIDOS	-787.50		
	12,658.95		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>176,136.77</b>	<b>TOTAL PASIVO Y CAPITAL</b>	<b>176,136.77</b>

## TASA DE RENDIMIENTO MINIMA ACEPTADA (TREMA)

TREMA= (TASA DE RENDIMIENTO MINIMA ACEPTADA)

TREMA= 20.00%

IC= INVERSION = 36,589.73

FORMULA UJOS DE EFECTIVO=

(1+i)

VALOR ACTUAL NETTO (VAN)

VAN	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
FLUJOS	18,980.02	15,980.58	25,478.86	26,822.88	12,846.22	23,788.50	25,362.77	8,388.01	2,080.27	22,100.77	846.80	500.72
FACTOR	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
TASA	0.0187	0.0187	0.0187	0.0187	0.0187	0.0187	0.0187	0.0187	0.0187	0.0187	0.0187	0.0187
AC MENSUAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
TIEMPO	1.0167	1.0337	1.0509	1.0680	1.0853	1.1045	1.1229	1.1417	1.1607	1.1801	1.1988	1.2180
VAN	18,948.58	15,488.30	24,242.86	24,280.72	11,825.88	23,367.82	22,577.84	8,305.32	1,800.87	18,727.88	538.34	410.48
VAN*	189,240.88	36,389.73	132,853.83									

\*32,853.83 \*

110,808.10

1,200.00

## TASA INTERNA DE RENDIMIENTO ( T I R )

FORMULA           TIR = FLUJOS DE EFECTIVO<sub>t</sub>

(1 + i)

I<sub>0</sub> = INVERSIÓN INICIAL    40,000.00

116

TIR	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
FLUJOS	18,980.02	15,889.58	25,475.85	25,922.98	12,846.22	25,798.50	25,352.77	9,366.01	2,000.27	22,100.77	646.60	500.72
FACTOR	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
TASA	0.5268	0.5268	0.5268	0.5268	0.5268	0.5268	0.5268	0.5268	0.5268	0.5268	0.5268	0.5268
AC. MENSUAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
TIEMPO	1.5268	2.3403	3.8602	5.4769	8.3786	12.8175	19.8384	29.697	45.9984	70.2015	107.3943	164.2818
TIR	12,383.79	6,832.26	7,118.04	4,733.07	1,533.22	2,012.74	1,282.95	312.30	45.55	314.82	6.01	3.05
TIR	36.569 73	36.569 73	0									

36.569 73

40,000.00

91.47%

## B) RENDIMIENTOS

### a) SOBRE INVERSION TOTAL

$$\text{FORMULA} \quad \frac{100}{176.135.77} \frac{94.100.62}{53.43\%}$$

### b) SOBRE INVERSION DEL CAPITAL SOCIAL

$$\text{FORMULA} \quad \frac{100}{54.446.56} \frac{94.100.62}{172.82\%}$$

## C) PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION

$$\text{PR} = \frac{40.000.00}{94.100.62} \frac{40.000.00}{4.108.20} = \frac{40.000.00}{98.208.82}$$

PR: 0.41 ( EN 4 MESES Y 21 DIAS SE RECUPERA LA INVERSION INICIAL )

## D) RAZONES FINANCIERAS

### 1.- MEDIDAS DE LIQUIDEZ

$$\text{A) } \frac{\text{CIRCULANTE}}{\text{PASIVO A CORTO PLAZO}} = \frac{144.528.94}{42.035.15} = 3.44 \text{ INDICE DE SOLVENCIA}$$

$$\text{B) } \frac{\text{ANTE-INVENTARIO}}{\text{PASIVO A CORTO PLAZO}} = \frac{143.028.94}{42.035.15} = 3.40 \text{ PRUEBA DE ACIDO}$$

### 2.- MEDIDAS DE ACTIVIDAD

$$\text{A) } \frac{\text{NTAS}}{\text{ACTIVOS TOTALES}} = \frac{540.000.00}{176.135.77} = 3.07 \text{ ROTACION DE ACTIVOS TOTALES}$$

### 3.- MEDIDAS DE CONTABILIDAD

$$\text{A) } \frac{\text{O DE LO VENDIDO}}{\text{VENTAS}} = \frac{357.800.11}{540.000.00} = 0.66 \text{ MARGEN BRUTO DE UTILIDAD}$$

$$\text{B) } \frac{\text{IMPUESTOS}}{\text{ACTIVOS TOTALES}} = \frac{94.100.62}{540.000.00} = 0.17 \text{ MARGEN NETO DE UTILIDAD}$$

$$\text{C) } \frac{\text{IMPUESTOS}}{\text{ACTIVOS TOTALES}} = \frac{94.100.62}{176.135.77} = 0.53 \text{ RENDIMIENTO DE LA INVERSION}$$

$$\text{D) } \frac{\text{IMPUESTOS}}{\text{CAPITAL SOCIAL}} = \frac{94.100.62}{40.000.00} = 2.35 \text{ RENDIMIENTO DE C.S.}$$

### 3.- MEDIDAS DE ENDEUDAMIENTO

$$\text{A) } \frac{\text{O TOTAL}}{\text{ACTIVO TOTAL}} = \frac{42.035.15}{176.135.77} = 0.24 \text{ RAZON DE ENDEUDAMIENTO}$$

$$\text{B) } \frac{\text{O TOTAL}}{\text{CAPITAL SOCIAL}} = \frac{42.035.15}{40.000.00} = 1.05 \text{ RAZON PASIVO / CAPITAL}$$

## **PRECIO UNITARIOS BASE PARA PRESUPUESTO**

Presupuesto				
Compuesto	Clave	Descripción	Unidad	Cantidad

#### Análisis de Precio Unitario

Descripción  
 FABRICACION DE FESTON FIGURA DE PINO  
 Clave: 01-01

Unidad : PZA  
 Cantidad : 2,000.00  
 Precio U. :  
 Total :

#### Materiales

PAPEL 03	PAPEL DE CHINA COLOR ROJO	MILLAR	0.0033
PAPEL B	PAPEL DE CHINA COLOR BLANCO	MILLAR	0.0034
PAPEL 05	PAPEL DE CHINA COLOR VERDE BANDERA	MILLAR	0.0033
CARTON C	CARTON TIPO CAPLE	KG	0.0150
BOLSA EM	BOLSA PARA EMPAQUE 250 PZAS X KG	KG	0.0040
HILO	HILO CONO DE 500 GRS	CAJA	0.0100
PEGAMENTO B	PEGAMENTO BLANCO TIPO 850	LT	0.0010
SUAJADO P	SUAJADO DE PAPEL DE CHINA	MILLAR	0.0010
SUAJES	SUAJES FIGURAS VARIAS	PZA	0.0003

#### Total de Materiales

#### Mano de Obra

+	CUADRILLA 01	PEGADOR + AYUDANTE	JOR	0.0056
+	CUADRILLA 02	AYUDANTE PARA LIMPIEZA	JOR	0.0014
+	CUADRILLA 03	ARMADOR + AYUDANTE	JOR	0.0050

#### Total de Mano de Obra

#### Herramienta

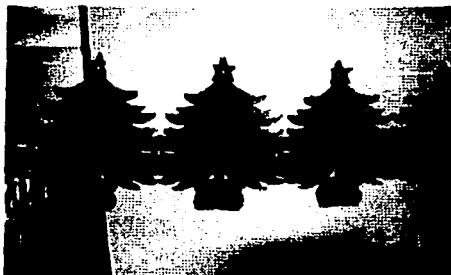
HERRAMIENTA	HERRAMIENTA MENOR	(%)mo	0.0500
-------------	-------------------	-------	--------

#### Total de Herramienta

#### Auxiliares

+	BASICO 01	ENGRUDO (PEGAMENTO HECHO A MANO )	LT	0.0300
---	-----------	-----------------------------------	----	--------

#### Total de Auxiliares



**TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN**



Descripción

FABRICACION DE CIGÜEÑA

Clave: 01-02

Unidad : PZA

Cantidad : 1,000.00

Precio U. :

Total :

Materiales

PAPEL B	PAPEL DE CHINA COLOR BLANCO	MILLAR	0.0075
SUAJADO P	SUAJADO DE PAPEL DE CHINA	MILLAR	0.0010
SUAJES	SUAJES FIGURAS VARIAS	PZA	0.0003
SUAJADO C	SUAJADO DE CARTON	MILLAR	0.0010
PEGAMENTO B	PEGAMENTO BLANCO TIPO 850	LT	0.0050
BOLSA EM	BOLSA PARA EMPAQUE 250 PZAS X KG	KG	0.0050
CARTON C	CARTON TIPO CAPLE	KG	0.0093

Total de  
Materiales

Mano de  
Obra

+	CUADRILLA 03	ARMADOR + AYUDANTE	JOR	0.0050
+	CUADRILLA 02	AYUDANTE PARA LIMPIEZA	JOR	0.0010
+	CUADRILLA 01	PEGADOR + AYUDANTE	JOR	0.0125

Total de  
Mano de  
Obra

Audliares

+	BASICO 01	ENGRUDO (PEGAMENTO HECHO A MANO)	LT	0.0225
+	BASICO 03	PINTURA COLOR ROJO	LT	0.0100
+	BASICO 04	PINTURA COLOR VERDE	LT	0.0100

Total de  
Audliares



**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

Descripción  
**FABRICACION DE GUSANO TRICOLOR**

Clave: 01-03

Unidad : PZA  
 Cantidad : 1,000.00  
 Precio U. : 6.27  
 Total : 6,270.00

**Materiales**

PAPEL 03	PAPEL DE CHINA COLOR ROJO	MILLAR	0.0042
PAPEL B	PAPEL DE CHINA COLOR BLANCO	MILLAR	0.0042
PAPEL 05	PAPEL DE CHINA COLOR VERDE BANDERA	MILLAR	0.0042
CARTON C	CARTON TIPO CAPLE	KG	0.0150
BOLSA EM	BOLSA PARA EMPAQUE 250 PZAS X KG	KG	0.0100
HILO	HILO CONO DE 500 GRs	CAJA	0.0100
PEGAMENTO B	PEGAMENTO BLANCO TIPO 850	LT	0.0010
SUAJADO P	SUAJADO DE PAPEL DE CHINA	MILLAR	0.0010
SUAJES	SUAJES FIGURAS VARIAS	PZA	0.0003

**Total de Materiales**

**Mano de**

**Obra**

+	CUADRILLA 01	PEGADOR + AYUDANTE	JOR	0.0056
+	CUADRILLA 02	AYUDANTE PARA LIMPIEZA	JOR	0.0014
+	CUADRILLA 03	ARMADOR + AYUDANTE	JOR	0.0050

**Total de**

**Mano de**

**Obra**

**Herramienta**

HERRAMIENTA	HERRAMIENTA MENOR	(%)mo	0.0500
-------------	-------------------	-------	--------

**Total de**

**Herramienta**

**Auxiliares**

+	BASICO 01	ENGRUDO (PEGAMENTO HECHO A MANO)	LT	0.0100
---	-----------	----------------------------------	----	--------

**Total de**

**Auxiliares**



**TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN**

Descripción  
**CAMPANA GRANDE TRICOLOR**

Clave: 01-04

Unidad : PZA  
 Cantidad : 1,000.00  
 Precio U. :

Total :

Compuesto  
 Materiales

Clave	Descripción	Unidad	Cantidad
PAPEL B	PAPEL DE CHINA COLOR BLANCO	MILLAR	0.0014
PAPEL 03	PAPEL DE CHINA COLOR ROJO	MILLAR	0.0014
PAPEL 05	PAPEL DE CHINA COLOR VERDE BANDERA	MILLAR	0.0014
SUAJADO P	SUAJADO DE PAPEL DE CHINA	MILLAR	0.0010
SUAJES	SUAJES FIGURAS VARIAS	PZA	0.0001
SUAJADO C	SUAJADO DE CARTON	MILLAR	0.0010
PEGAMENTO B	PEGAMENTO BLANCO TIPO 850	LT	0.0050
BOLSA EM	BOLSA PARA EMPAQUE 250 PZAS X KG	KG	0.0040
CARTON C	CARTON TIPO CAPLE	KG	0.0089

Total de  
 Materiales

Mano de  
 Obra

+

CUADRILLA 03	ARMADOR + AYUDANTE	JOR	0.0050
--------------	--------------------	-----	--------

+

CUADRILLA 02	AYUDANTE PARA LIMPIEZA	JOR	0.0013
--------------	------------------------	-----	--------

+

CUADRILLA 01	PEGADOR + AYUDANTE	JOR	0.0071
--------------	--------------------	-----	--------

Total de  
 Mano de  
 Obra

Auxiliares

+

BASICO 01	ENGRUDO (PEGAMENTO HECHO A MANO)	LT	0.0129
-----------	----------------------------------	----	--------

Total de  
 Auxiliares



**TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN**

Descripción  
 CAMPANA MEDIANA TRICOLOR  
 Clave: 01-05

Unidad : PZA  
 Cantidad : 1,000.00  
 Precio U. :  
 Total :

**Materiales**

PAPEL B	PAPEL DE CHINA COLOR BLANCO	MILLAR	0.0006
PAPEL 03	PAPEL DE CHINA COLOR ROJO	MILLAR	0.0006
PAPEL 05	PAPEL DE CHINA COLOR VERDE BANDERA	MILLAR	0.0006
SUAJADO P	SUAJADO DE PAPEL DE CHINA	MILLAR	0.0010
SUAJES	SUAJES FIGURAS VARIAS	PZA	0.0001
SUAJADO C	SUAJADO DE CARTON	MILLAR	0.0010
PEGAMENTO B	PEGAMENTO BLANCO TIPO 850	LT	0.0050
BOLSA EM	BOLSA PARA EMPAQUE 250 PZAS X KG	KG	0.0040
CARTON C	CARTON TIPO CAPLE	KG	0.0046

**Total de  
 Materiales**

**Mano de  
 Obra**

+	CUADRILLA 03	ARMADOR + AYUDANTE	JOR	0.0050
+	CUADRILLA 02	AYUDANTE PARA LIMPIEZA	JOR	0.0020
+	CUADRILLA 01	PEGADOR + AYUDANTE	JOR	0.0031

**Total de  
 Mano de  
 Obra**

**Auxiliares**

+	BASICO 01	ENGRUDO (PEGAMENTO HECHO A MANO )	LT	0.0056
---	-----------	-----------------------------------	----	--------

**Total de  
 Auxiliares**



**TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN**

Descripción  
**FABRICACION DE FESTON FIGURA DE GLOBOS**

Clave: 02-03

Unidad : PZA  
 Cantidad : 2,000.00  
 Precio U. :  
 Total :

**Materiales**

PAPEL B	PAPEL DE CHINA COLOR BLANCO	MILLAR	0.0050
PAPEL 10	PAPEL DE CHINA COLOR NEGRO	MILLAR	0.0050
CARTON C	CARTON TIPO CAPLE	KG	0.0150
BOLSA EM	BOLSA PARA EMPAQUE 250 PZAS X KG	KG	0.0040
HILO	HILO CONO DE 500 GRS	CAJA	0.0100
PEGAMENTO B	PEGAMENTO BLANCO TIPO 850	LT	0.0010
SUAJADO P	SUAJADO DE PAPEL DE CHINA	MILLAR	0.0010
SUAJES	SUAJES FIGURAS VARIAS	PZA	0.0003

Total de  
 Materiales

Mano de  
 Obra

+	CUADRILLA 01	PEGADOR + AYUDANTE	JOR	0.0056
+	CUADRILLA 02	AYUDANTE PARA LIMPIEZA	JOR	0.0014
+	CUADRILLA 03	ARMADOR + AYUDANTE	JOR	0.0050

Total de  
 Mano de  
 Obra

Herramienta

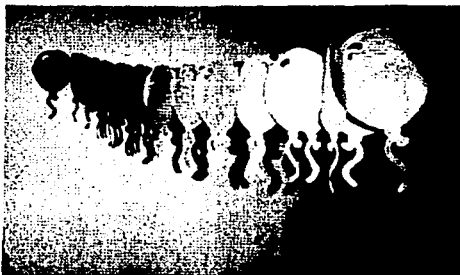
HERRAMIENTA	HERRAMIENTA MENOR	(%)mo	0.0500
-------------	-------------------	-------	--------

Total de  
 Herramienta

Audliares

+	BASICO 01	ENGRUDO (PEGAMENTO HECHO A MANO )	LT	0.0300
---	-----------	-----------------------------------	----	--------

Total de  
 Audliares



**TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN**

**Descripción**

**FABRICACION DE VELA**

Clave: 02-04

Unidad : PZA

Cantidad : 1,000.00

Precio U. :

Total :

**Materiales**

CARTON S  
SUAJADO C  
PAPEL 06  
BOLSA EM  
IMPRESION  
NEGATIVOS  
SUAJADO P  
SUAJES

CARTON TIPO SULFATADO  
SUAJADO DE CARTON  
PAPEL DE CHINA COLOR MORADO  
BOLSA PARA EMPAQUE 250 PZAS X KG  
IMPRESION A COLOR 1 PASADA  
NEGATIVOS PARA IMPRESION  
SUAJADO DE PAPEL DE CHINA  
SUAJES FIGURAS VARIAS

KG 0.0046  
MILLAR 0.0010  
MILLAR 0.0021  
KG 0.0040  
MILLAR 0.0040  
LOTE 0.0010  
MILLAR 0.0010  
PZA 0.0003

**Total de  
Materiales**

**Mano de  
Obra**

+ CUADRILLA 03  
+ CUADRILLA 01  
+ CUADRILLA 02

ARMADOR + AYUDANTE  
PEGADOR + AYUDANTE  
AYUDANTE PARA LIMPIEZA

JOR 0.0025  
JOR 0.0036  
JOR 0.0010

**Total de  
Mano de  
Obra**



**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

Descripción  
**FABRICACION DE BRUJA CON CALDERO**  
 Clave: 02-05

Unidad : PZA  
 Cantidad : 1,000.00  
 Precio U. : 4.58  
 Total : 4,580.00

**Materiales**

CARTON S	CARTON TIPO SULFATADO	KG	0.0048
SUAJADO C	SUAJADO DE CARTON	MILLAR	0.0010
PAPEL 10	PAPEL DE CHINA COLOR NEGRO	MILLAR	0.0021
BOLSA EM	BOLSA PARA EMPAQUE 250 PZAS X KG	KG	0.0040
IMPRESION	IMPRESION A COLOR 1 PASADA	MILLAR	0.0040
NEGATIVOS	NEGATIVOS PARA IMPRESION	LOTE	0.0010
SUAJES	SUAJES FIGURAS VARIAS	PZA	0.0003
SUAJADO P	SUAJADO DE PAPEL DE CHINA	MILLAR	0.0010

**Total de  
 Materiales**

**Mano de  
 Obra**

+	CUADRILLA 03	ARMADOR + AYUDANTE	JOR	0.0025
+	CUADRILLA 01	BEGADOR + AYUDANTE	JOR	0.0036
+	CUADRILLA 02	AYUDANTE PARA LIMPIEZA	JOR	0.0010

**Total de  
 Mano de  
 Obra**



**TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN**

**Descripción**

**FESTON FIGURA DE ARAÑA COLOR NEGRO Y MORADO**

Clave: 02-01

Unidad : PZA  
 Cantidad : 1,000.00  
 Precio U. :  
 Total :

**Materiales**

PAPEL 06	PAPEL DE CHINA COLOR MORADO	MILLAR	0.0030
PAPEL 10	PAPEL DE CHINA COLOR NEGRO	MILLAR	0.0070
CARTON C	CARTON TIPO CAPLE	KG	0.0150
BOLSA EM	BOLSA PARA EMPAQUE 250 PZAS X KG	KG	0.0100
HILO	HILO CONO DE 500 GRS	CAJA	0.0100
PEGAMENTO B	PEGAMENTO BLANCO TIPO 850	LT	0.0010
SUAJADO P	SUAJADO DE PAPEL DE CHINA	MILLAR	0.0010

**Total de Materiales**

**Mano de Obra**

+	CUADRILLA 01	PEGADOR + AYUDANTE	JOR	0.0056
+	CUADRILLA 02	AYUDANTE PARA LIMPIEZA	JOR	0.0014
+	CUADRILLA 03	ARMADOR + AYUDANTE	JOR	0.0050

**Total de Mano de Obra**

**Herramienta**

HERRAMIENTA	HERRAMIENTA MENOR	(%)mo	0.0500
-------------	-------------------	-------	--------

**Total de Herramienta**

**Audliars**

+	BASICO 01	ENGRUDO (PEGAMENTO HECHO A MANO)	LT	0.0100
---	-----------	----------------------------------	----	--------

**Total de Audliars**



**TESIS CON FALLA DE ORIGEN**



Descripción

FESTON FIGURA DE GUACAMAYA

Clave: 02-02

Unidad .

PZA

Cantidad :

1,000 00

Precio U

Total :

Materiales

PAPEL 08	PAPEL DE CHINA COLOR NARANJA	MILLAR	0.0030
PAPEL 10	PAPEL DE CHINA COLOR MORADO	MILLAR	0.0070
CARTON C	CARTON TIPO CAPLE	KG	0.0150
BOLSA EM	BOLSA PARA EMPAQUE 250 PZAS X KG	KG	0.0100
HILO	HILO CONO DE 500 GRS	CAJA	0.0100
PEGAMENTO B	PEGAMENTO BLANCO TIPO 850	LT	0.0010
SUAJADO P	SUAJADO DE PAPEL DE CHINA	MILLAR	0.0010

Total de  
Materiales

Mano de  
Obra

+	CUADRILLA 01	PEGADOR + AYUDANTE	JOR	0.0056
+	CUADRILLA 02	AYUDANTE PARA LIMPIEZA	JOR	0.0014
+	CUADRILLA 03	ARMADOR + AYUDANTE	JOR	0.0050

Total de  
Mano de  
Obra

Herramienta

HERRAMIENTA	HERRAMIENTA MENOR	(%)mo	0.0500
-------------	-------------------	-------	--------

Total de  
Herramienta

Auxiliares

+	BASICO 01	ENGRUDO (PEGAMENTO HECHO A MANO)	LT	0.0100
---	-----------	----------------------------------	----	--------

Total de  
Auxiliares



TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Descripción  
**FABRICACION DE FESTON FIGURA DE PINO**

Clave: 03-01

Unidad : PZA  
 Cantidad : 1,000.00  
 Precio U. :  
 Total :

**Materiales**

PAPEL 03	PAPEL DE CHINA COLOR ROJO	MILLAR	0 0050
PAPEL 05	PAPEL DE CHINA COLOR VERDE BANDERA	MILLAR	0 0050
CARTON C	CARTON TIPO CAPLE	KG	0 0150
BOLSA EM	BOLSA PARA EMPAQUE 250 PZAS X KG	KG	0 0040
HILO	HILO CONO DE 500 GRS	CAJA	0 0100
PEGAMENTO B	PEGAMENTO BLANCO TIPO 850	LT	0 0010
SUAJADO P	SUAJADO DE PAPEL DE CHINA	MILLAR	0 0010
SUAJES	SUAJES FIGURAS VARIAS	PZA	0 0003

**Total de  
Materiales**

**Mano de  
Obra**

+	CUADRILLA 01	PEGADOR + AYUDANTE	JOR	0 0056
+	CUADRILLA 02	AYUDANTE PARA LIMPIEZA	JOR	0 0014
+	CUADRILLA 03	ARMADOR + AYUDANTE	JOR	0 0050

**Total de  
Mano de  
Obra**

**Herramienta**

HERRAMIENTA	HERRAMIENTA MENOR	(%)mo	0 0500
-------------	-------------------	-------	--------

**Total de  
Herramienta**

**Auxiliares**

+	BASICO 01	ENGRUDO (PEGAMENTO HECHO A MANO )	LT	0 0300
---	-----------	-----------------------------------	----	--------

**Total de  
Auxiliares**



**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

Descripción  
**FABRICACION DE FIGURA PINO MEDIANO Y BASE ROJA**

Clave: 03-02

Unidad : PZA  
 Cantidad : 1,000.00  
 Precio U. :  
 Total :

**Materiales**

PAPEL 05	PAPEL DE CHINA COLOR VERDE BANDERA	MILLAR	0.0043
PAPEL 03	PAPEL DE CHINA COLOR ROJO	MILLAR	0.0018
CARTON C	CARTON TIPO CAPLE	KG	0.0093
BOLSA EM	BOLSA PARA EMPAQUE 250 PZAS X KG	KG	0.0040
PEGAMENTO B	PEGAMENTO BLANCO TIPO 850	LT	0.0050
PEGAMENTO C	PEGAMENTO DE CONTACTO TIPO 5000	LT	0.0050
SUAJADO P	SUAJADO DE CARTON	MILLAR	0.0010
SUAJADO C	SUAJADO DE PAPEL DE CHINA	MILLAR	0.0020
SUAJES	SUAJES FIGURAS VARIAS	PZA	0.0003

**Total de Materiales**

**Mano de Obra**

+	CUADRILLA 01	PEGADOR + AYUDANTE	JOR	0.0101
+	CUADRILLA 02	AYUDANTE PARA LIMPIEZA	JOR	0.0013
+	CUADRILLA 03	ARMADOR + AYUDANTE	JOR	0.0050

**Total de Mano de Obra**

**Herramienta**

HERRAMIENTA	HERRAMIENTA MENOR	(%)mo	0.0500
-------------	-------------------	-------	--------

**Total de Herramienta**

**Auxiliares**

+	BASICO 01	ENGRUDO (PEGAMENTO HECHO A MANO )	LT	0.0182
---	-----------	-----------------------------------	----	--------

**Total de Auxiliares**



**TESIS CON FALLA DE ORIGEN**

Descripción

FABRICACION DE VELA NAVIDEÑA BASE MORADA, CABO ROJO

Clave: 03-03

Unidad : PZA

Cantidad : 1,000.00

Precio U. :

Total :

Materiales

PAPEL B	PAPEL DE CHINA COLOR BLANCO	MILLAR	0.0014
PAPEL 06	PAPEL DE CHINA COLOR MORADO	MILLAR	0.0019
CARTON C	CARTON TIPO CAPLE	KG	0.0039
BOLSA EM	BOLSA PARA EMPAQUE 250 PZAS X KG	KG	0.0040
PEGAMENTO B	PEGAMENTO BLANCO TIPO 850	LT	0.0050
PEGAMENTO C	PEGAMENTO DE CONTACTO TIPO 5000	LT	0.0050
SUAJADO C	SUAJADO DE CARTON	MILLAR	0.0010
SUAJADO P	SUAJADO DE PAPEL DE CHINA	MILLAR	0.0020
SUAJES	SUAJES FIGURAS VARIAS	PZA	0.0003

Total de Materiales

Mano de

Obra

+	CUADRILLA 01	PEGADOR + AYUDANTE	JOR	0.0055
+	CUADRILLA 02	AYUDANTE PARA LIMPIEZA	JOR	0.0007
+	CUADRILLA 03	ARMADOR + AYUDANTE	JOR	0.0040

Total de Mano de Obra

Herramienta

HERRAMIENTA	HERRAMIENTA MENOR	(%)mo	0.0500
-------------	-------------------	-------	--------

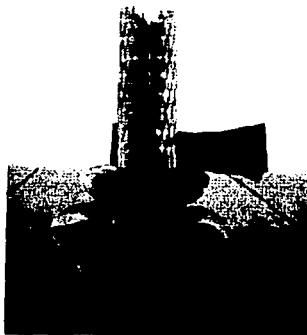
Total de Herramienta

Audiliares

+	BASICO 01	ENGRUDO (PEGAMENTO HECHO A MANO)	LT	0.0099
+	BASICO 02	PINTURA COLOR AMARILLO	LT	0.0100
+	BASICO 03	PINTURA COLOR ROJO	LT	0.0100

Total de

Audiliares



**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

Descripción  
PAYASO DE COLORES  
Clave: 03-04

Unidad : PZA  
Cantidad : 2,000.00

Precio U. :

Total :

Materiales

CARTON S  
SUAJADO C  
REMACHES  
BOLSA EM  
IMPRESION  
NEGATIVOS

CARTON TIPO SULFATADO  
SUAJADO DE CARTON  
REMACHE DE ALUMINIO  
BOLSA PARA EMPAQUE 250 PZAS X KG  
IMPRESION A COLOR 1 PASADA  
NEGATIVOS PARA IMPRESION

KG 0.0174  
MILLAR 0.0010  
MILLAR 0.0040  
KG 0.0080  
MILLAR 0.0040  
LOTE 0.0010

Total de  
Materiales

Mano de  
Obra

+

CUADRILLA 03  
CUADRILLA 02

Total de  
Mano de  
Obra

ARMADOR + AYUDANTE  
AYUDANTE PARA LIMPIEZA

JOR 0.0050  
JOR 0.0020



TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Descripción  
MUÑECO DE NIEVE CON PINO  
Clave: 03-05

Unidad : PZA  
Cantidad : 1,000.00

Precio U. :

Total :

Materiales

CARTON S  
SUAJADO C  
PAPEL 05  
BOLSA EM  
IMPRESION  
NEGATIVOS

CARTON TIPO SULFATADO  
SUAJADO DE CARTON  
PAPEL DE CHINA COLOR VERDE BANDERA  
BOLSA PARA EMPAQUE 250 PZAS X KG  
IMPRESION A COLOR 1 PASADA  
NEGATIVOS PARA IMPRESION

KG 0.0500  
MILLAR 0.0010  
MILLAR 0.0028  
KG 0.0100  
MILLAR 0.0040  
LOTE 0.0010

Total de  
Materiales

Mano de  
Obra

+

CUADRILLA 03

+

CUADRILLA 02

+

CUADRILLA 01

ARMADOR + AYUDANTE  
AYUDANTE PARA LIMPIEZA  
PEGADOR + AYUDANTE

JOR 0.0025  
JOR 0.0013  
JOR 0.0010

Total de  
Mano de  
Obra



TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Descripción  
**FABRICACION DE FESTON CORAZON CALADO**

Clave 04-01

Unidad : PZA  
 Cantidad : 2,000 00  
 Precio U.  
 Total :

**Materiales**

PAPEL 03	PAPEL DE CHINA COLOR ROJO	MILLAR	0 0050
PAPEL B	PAPEL DE CHINA COLOR BLANCO	MILLAR	0 0050
CARTON C	CARTON TIPO CAPLE	KG	0 0150
BOLSA EM	BOLSA PARA EMPAQUE 250 PZAS X KG	KG	0 0040
HILO	HILO CONO DE 500 GRS	CAJA	0 0100
PEGAMENTO B	PEGAMENTO BLANCO TIPO 850	LT	0 0010
SUAJADO P	SUAJADO DE PAPEL DE CHINA	MILLAR	0 0010
SUAJES	SUAJES FIGURAS VARIAS	PZA	0 0003

**Total de  
 Materiales**

**Mano de  
 Obra**

+	CUADRILLA 01	PEGADOR + AYUDANTE	JOR	0 0056
+	CUADRILLA 02	AYUDANTE PARA LIMPIEZA	JOR	0 0014
+	CUADRILLA 03	ARMADOR + AYUDANTE	JOR	0 0050

**Total de  
 Mano de  
 Obra**

**Herramienta**

HERRAMIENTA	HERRAMIENTA MENOR	(%)mo	0 0500
-------------	-------------------	-------	--------

**Total de  
 Herramienta**

**Auxiliares**

+	BASICO 01	ENGRUDO (PEGAMENTO HECHO A MANO )	LT	0 0300
---	-----------	-----------------------------------	----	--------

**Total de  
 Auxiliares**



**TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN**

Descripción  
**FABRICACION DE FESTON PALOMAS**

Clave: 04-02

Unidad : PZA  
 Cantidad : 1.000 00  
 Precio U. :  
 Total :

**Materiales**

PAPEL 03	PAPEL DE CHINA COLOR ROJO	MILLAR	0 0050
PAPEL B	PAPEL DE CHINA COLOR BLANCO	MILLAR	0 0050
CARTON C	CARTON TIPO CAPLE	KG	0 0150
BOLSA EM	BOLSA PARA EMPAQUE 250 PZAS X KG	KG	0 0040
HILO	HILO CONO DE 500 GRS	CAJA	0 0100
PEGAMENTO B	PEGAMENTO BLANCO TIPO 850	LT	0 0070
SUAJADO P	SUAJADO DE PAPEL DE CHINA	MILLAR	0 0010
SUAJES	SUAJES FIGURAS VARIAS	PZA	0 0003

Total de  
Materiales

**Mano de  
Obra**

+	CUADRILLA 01	PEGADOR + AYUDANTE	JOR	0 0056
+	CUADRILLA 02	AYUDANTE PARA LIMPIEZA	JOR	0 0014
+	CUADRILLA 03	ARMADOR + AYUDANTE	JOR	0 0050

Total de  
Mano de  
Obra

**Herramienta**

HERRAMIENTA	HERRAMIENTA MENOR	(%)mo	0 0500
-------------	-------------------	-------	--------

Total de  
Herramienta

**Auxiliares**

+	BASICO 01	ENGRUDO (PEGAMENTO HECHO A MANO )	LT	0 0300
---	-----------	-----------------------------------	----	--------

Total de  
Auxiliares



**TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN**



Descripción

FABRICACION DE FESTON CORAZON SÓLIDO

Clave: 04-03

Unidad : PZA  
 Cantidad : 1,000.00  
 Precio U. :  
 Total :

Materiales

PAPEL 03	PAPEL DE CHINA COLOR ROJO	MILLAR	0.0050
PAPEL B	PAPEL DE CHINA COLOR BLANCO	MILLAR	0.0050
CARTON C	CARTON TIPO CAPLE	KG	0.0150
BOLSA EM	BOLSA PARA EMPAQUE 250 PZAS X KG	KG	0.0040
HILO	HILO CONO DE 500 GRs	CAJA	0.0100
PEGAMENTO B	PEGAMENTO BLANCO TIPO 850	LT	0.0010
SUAJADO P	SUAJADO DE PAPEL DE CHINA	MILLAR	0.0010
SUAJES	SUAJES FIGURAS VARIAS	PZA	0.0003

Total de Materiales

Mano de Obra

+	CUADRILLA 01	PEGADOR + AYUDANTE	JOR	0.0056
+	CUADRILLA 02	AYUDANTE PARA LIMPIEZA	JOR	0.0014
+	CUADRILLA 03	ARMADOR + AYUDANTE	JOR	0.0050

Total de Mano de Obra

Herramienta

HERRAMIENTA	HERRAMIENTA MENOR	(%)mo	0.0500
-------------	-------------------	-------	--------

Total de Herramienta

Auxiliares

+	BASICO 01	ENGRUDO (PEGAMENTO HECHO A MANO )	LT	0.0300
---	-----------	-----------------------------------	----	--------

Total de Auxiliares



**TESIS CON FALLA DE ORIGEN**

Descripción  
CUPIDO GRANDE DESPLEGABLE  
Clave: 04-04

Unidad : PZA  
Cantidad : 1.000.00

Precio U. :  
Total :

Materiales

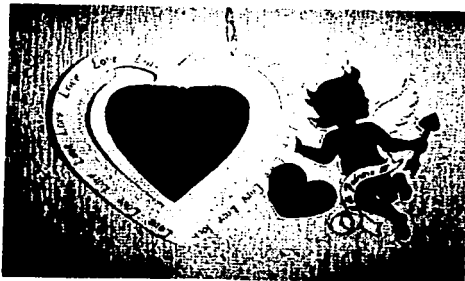
CARTON S	CARTON TIPO SULFATADO	KG	0.0111
SUAJADO C	SUAJADO DE CARTON	MILLAR	0.0010
SUAJADO P	SUAJADO DE PAPEL DE CHINA	MILLAR	0.0010
PAPEL 03	PAPEL DE CHINA COLOR ROJO	MILLAR	0.0043
BOLSA EM	BOLSA PARA EMPAQUE 250 PZAS X KG	KG	0.0080
TINTA RO	TINTA PARA SERIGRAFIA COLOR ROJO	LT	0.0020
SOLVENTE	SOLVENTE PARA TINTA DE SERIGRAFIA	LT	0.0010

Total de  
Materiales

Mano de  
Obra

+	CUADRILLA 03	ARMADOR + AYUDANTE	JOR	0.0025
+	CUADRILLA 02	AYUDANTE PARA LIMPIEZA	JOR	0.0013
+	CUADRILLA 01	PEGADOR + AYUDANTE	JOR	0.0071

Total de  
Mano de  
Obra



TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Descripción  
**CORAZON DESPLEGABLE CON BRILLO**  
 Clave: 04-05

Unidad : PZA  
 Cantidad : 1,000.00

Precio U. :  
 Total :

Materiales

CARTON S	CARTON TIPO SULFATADO	KG	0.0118
SUAJADO C	SUAJADO DE CARTON	MILLAR	0.0010
SUAJADO P	SUAJADO DE PAPEL DE CHINA	MILLAR	0.0010
PAPEL 03	PAPEL DE CHINA COLOR ROJO	MILLAR	0.0100
BOLSA EM	BOLSA PARA EMPAQUE 250 PZAS X KG	KG	0.0040
TINTA RO	TINTA PARA SERIGRAFIA COLOR ROJO	LT	0.0010
SOLVENTE	SOLVENTE PARA TINTA DE SERIGRAFIA	LT	0.0010

Total de  
 Materiales

Mano de  
 Obra

+

CUADRILLA 03	ARMADOR + AYUDANTE	JOR	0.0025
--------------	--------------------	-----	--------

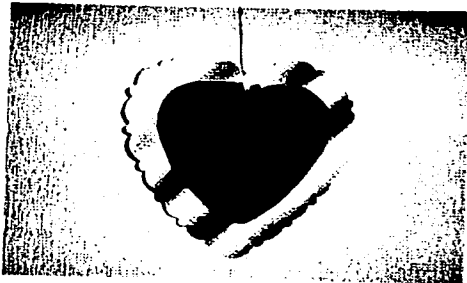
+

CUADRILLA 02	AYUDANTE PARA LIMPIEZA	JOR	0.0013
--------------	------------------------	-----	--------

+

CUADRILLA 01	PEGADOR + AYUDANTE	JOR	0.0167
--------------	--------------------	-----	--------

Total de  
 Mano de  
 Obra



**TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN**

Descripción  
**FABRICACION DE PIÑA GRANDE**

Clave: 05-01

Unidad : PZA  
 Cantidad : 1,000.00  
 Precio U. :  
 Total :  
 Materiales

PAPEL 05	PAPEL DE CHINA COLOR VERDE BANDERA	MILLAR	0.0019
PAPEL 02	PAPEL DE CHINA COLOR AMARILLO CANARIO	MILLAR	0.0036
CARTON C	CARTON TIPO CAPLE	KG	0.0118
BOLSA EM	BOLSA PARA EMPAQUE 250 PZAS X KG	KG	0.0040
PEGAMENTO B	PEGAMENTO BLANCO TIPO 850	LT	0.0050
PEGAMENTO C	PEGAMENTO DE CONTACTO TIPO 5000	LT	0.0050
SUAJADO C	SUAJADO DE CARTON	MILLAR	0.0010
SUAJADO P	SUAJADO DE PAPEL DE CHINA	MILLAR	0.0020
SUAJES	SUAJES FIGURAS VARIAS	PZA	0.0003

Total de  
 Materiales

Mano de  
 Obra

+	CUADRILLA 01	PEGADOR + AYUDANTE	JOR	0.0119
+	CUADRILLA 02	AYUDANTE PARA LIMPIEZA	JOR	0.0013
+	CUADRILLA 03	ARMADOR + AYUDANTE	JOR	0.0040

Total de  
 Mano de  
 Obra

Herramienta

HERRAMIENTA	HERRAMIENTA MENOR	(%)mo	0.0500
-------------	-------------------	-------	--------

Total de  
 Herramienta

Auxiliares

+	BASICO 01	ENGRUDO (PEGAMENTO HECHO A MANO )	LT	0.0214
---	-----------	-----------------------------------	----	--------

Total de  
 Auxiliares



**TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN**

Descripción  
**FABRICACION DE MANZANA MEDIANA**  
 Clave: 05-02

Unidad : PZA  
 Cantidad : 1,000 00  
 Precio U :

Total  
 Materiales

PAPEL 03	PAPEL DE CHINA COLOR ROJO	MILLAR	0 0043
CARTON C	CARTON TIPO CAPLE	KG	0 0038
BOLSA EM	BOLSA PARA EMPAQUE 250 PZAS X KG	KG	0 0040
PEGAMENTO B	PEGAMENTO BLANCO TIPO 850	LT	0 0050
PEGAMENTO C	PEGAMENTO DE CONTACTO TIPO 5000	LT	0 0050
SUAJADO C	SUAJADO DE CARTON	MILLAR	0 0010
SUAJADO P	SUAJADO DE PAPEL DE CHINA	MILLAR	0 0010
SUAJES	SUAJES FIGURAS VARIAS	PZA	0 0003

Total de  
 Materiales

Mano de  
 Obra

+	CUADRILLA 01	PEGADOR + AYUDANTE	JOR	0 0071
+	CUADRILLA 02	AYUDANTE PARA LIMPIEZA	JOR	0 0015
+	CUADRILLA 03	ARMADOR + AYUDANTE	JOR	0 0050

Total de  
 Mano de  
 Obra

Herramienta

HERRAMIENTA	HERRAMIENTA MENOR	(%)mo	0 0400
-------------	-------------------	-------	--------

Total de  
 Herramienta

Auxiliares

+	BASICO 01	ENGRUDO (PEGAMENTO HECHO A MANO )	LT	0 0129
---	-----------	-----------------------------------	----	--------

Total de  
 Auxiliares



**TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN**

Descripción

FABRICACION DE SOL CON CARITA

Clave: 05-03

Unidad : PZA  
 Cantidad : 2,000.00  
 Precio U. :  
 Total :

Materiales

PAPEL 02	PAPEL DE CHINA COLOR AMARILLO CANARIO	MILLAR	0.0043
CARTON C	CARTON TIPO CAPLE	KG	0.0130
BOLSA EM	BOLSA PARA EMPAQUE 250 PZAS X KG	KG	0.0040
PEGAMENTO B	PEGAMENTO BLANCO TIPO 850	LT	0.0050
PEGAMENTO C	PEGAMENTO DE CONTACTO TIPO 5000	LT	0.0050
SUAJADO C	SUAJADO DE CARTON	MILLAR	0.0010
SUAJADO P	SUAJADO DE PAPEL DE CHINA	MILLAR	0.0020
SUAJES	SUAJES FIGURAS VARIAS	PZA	0.0003
IMPRESION	IMPRESION A COLOR 1 PASADA	MILLAR	0.0020
NEGATIVOS	NEGATIVOS PARA IMPRESION	LOTE	0.0002

Total de Materiales

Mano de Obra

+	CUADRILLA 01	PEGADOR + AYUDANTE	JOR	0.0071
+	CUADRILLA 02	AYUDANTE PARA LIMPIEZA	JOR	0.0013
+	CUADRILLA 03	ARMADOR + AYUDANTE	JOR	0.0050

Total de Mano de Obra

Herramienta

HERRAMIENTA	HERRAMIENTA MENOR	(%)mo	0.0500
-------------	-------------------	-------	--------

Total de Herramienta

Auxiliares

+	BASICO 01	ENGRUDO (PEGAMENTO HECHO A MANO )	LT	0.0129
---	-----------	-----------------------------------	----	--------

Total de Auxiliares



**TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN**

Descripción

ABEJA DESPLEGABLE

Clave: 05-04

Unidad : PZA

Cantidad : 2,000.00

Precio U. :

Total :

Materiales

CARTON S	CARTON TIPO SULFATADO	KG	0.0056
SUAJADO C	SUAJADO DE CARTON	MILLAR	0.0010
SUAJADO P	SUAJADO DE PAPEL DE CHINA	MILLAR	0.0010
PAPEL 02	PAPEL DE CHINA COLOR AMARILLO CANARIO	MILLAR	0.0050
BOLSA EM	BOLSA PARA EMPAQUE 250 PZAS X KG	KG	0.0040
TINTA NE	TINTA PARA SERIGRAFIA COLOR NEGRO	KG	0.0010
SOLVENTE	SOLVENTE PARA TINTA DE SERIGRAFIA	LT	0.0010

Total de  
Materiales

Mano de  
Obra

+	CUADRILLA 03	ARMADOR + AYUDANTE	JOR	0.0025
+	CUADRILLA 02	AYUDANTE PARA LIMPIEZA	JOR	0.0013
+	CUADRILLA 01	PEGADOR + AYUDANTE	JOR	0.0083

Total de  
Mano de  
Obra



**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

Descripcion  
**FABRICACION DE FESTON PISTAS BLUE**  
 Clave 06-01

Unidad PZA  
 Cantidad 2,000 00  
 Precio U  
 Total

Materiales

PAPEL 01	PAPEL DE CHINA COLOR AZUL MARINO	MILLAR	0.0050
PAPEL 07	PAPEL DE CHINA COLOR AZUL CIELO	MILLAR	0.0050
CARTON C	CARTON TIPO CAPLE	KG	0.0150
BOLSA EM	BOLSA PARA EMPAQUE 250 PZAS X KG	KG	0.0040
HILO	HILO CONO DE 500 GRS	CAJA	0.0100
PEGAMENTO B	PEGAMENTO BLANCO TIPO 850	LT	0.0010
SUAJADO P	SUAJADO DE PAPEL DE CHINA	MILLAR	0.0010
SUAJES	SUAJES FIGURAS VARIAS	PZA	0.0003

Total de  
 Materiales

Mano de

Obra			
+	CUADRILLA 01	PEGADOR + AYUDANTE	JOR 0.0056
+	CUADRILLA 02	AYUDANTE PARA LIMPIEZA	JOR 0.0014
+	CUADRILLA 03	ARMADOR + AYUDANTE	JOR 0.0050

Total de  
 Mano de  
 Obra

Herramienta

HERRAMIENTA	HERRAMIENTA MENOR	(%)mo	0.0500
-------------	-------------------	-------	--------

Total de  
 Herramienta

Auxiliares

+	BASICO 01	ENGRUDO (PEGAMENTO HECHO A MANO )	LT 0.0300
---	-----------	-----------------------------------	-----------

Total de  
 Auxiliares



**TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN**



Descripción  
FABRICACION DE FESTON TIGER

Clave: 06-02

Unidad : PZA  
Cantidad : 2,000.00  
Precio U. :  
Total :

Materiales

PAPEL 03	PAPEL DE CHINA COLOR ROJO	MILLAR	0.0050
PAPEL 02	PAPEL DE CHINA COLOR AMARILLO CANARIO	MILLAR	0.0050
CARTON C	CARTON TIPO CAPLE	KG	0.0150
BOLSA EM	BOLSA PARA EMPAQUE 250 PZAS X KG	KG	0.0100
HILO	HILO CONO DE 500 GRS	CAJA	0.0100
PEGAMENTO B	PEGAMENTO BLANCO TIPO B50	LT	0.0010
SUAJADO P	SUAJADO DE PAPEL DE CHINA	MILLAR	0.0010
SUAJES	SUAJES FIGURAS VARIAS	PZA	0.0003

Total de  
Materiales

Mano de  
Obra

+	CUADRILLA 01	PEGADOR + AYUDANTE	JOR	0.0056
+	CUADRILLA 02	AYUDANTE PARA LIMPIEZA	JOR	0.0014
+	CUADRILLA 03	ARMADOR + AYUDANTE	JOR	0.0050

Total de  
Mano de  
Obra

Herramienta

HERRAMIENTA	HERRAMIENTA MENOR	(%)mo	0.0500
-------------	-------------------	-------	--------

Total de  
Herramienta

Auxiliares

+	BASICO 01	ENGRUDO (PEGAMENTO HECHO A MANO )	LT	0.0100
---	-----------	-----------------------------------	----	--------

Total de  
Auxiliares



**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

Descripción  
**FABRICACION DE MAMILA**  
 Clave: 06-03

Unidad PZA  
 Cantidad 2,000 00  
 Precio U.

Total  
 Materiales

PAPEL 02	PAPEL DE CHINA COLOR AMARILLO CANARIO	MILLAR	0.0005
PAPEL B	PAPEL DE CHINA COLOR BLANCO	MILLAR	0.0008
PAPEL B	PAPEL DE CHINA COLOR BLANCO	MILLAR	0.0033
CARTON C	CARTON TIPO CAPLE	KG	0.0067
BOLSA EM	BOLSA PARA EMPAQUE 250 PZAS X KG	KG	-
PEGAMENTO B	PEGAMENTO BLANCO TIPO 850	LT	0.0050
SUAJADO P	SUAJADO DE PAPEL DE CHINA	MILLAR	0.0010
SUAJES	SUAJES FIGURAS VARIAS	PZA	0.0003

Total de  
 Materiales

Mano de  
 Obra

• CUADRILLA 01	PEGADOR + AYUDANTE	JOR	0.0078
• CUADRILLA 02	AYUDANTE PARA LIMPIEZA	JOR	0.0014
• CUADRILLA 03	ARMADOR + AYUDANTE	JOR	0.0050

Total de  
 Mano de  
 Obra

Herramienta

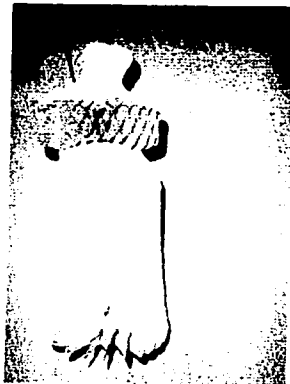
HERRAMIENTA	HERRAMIENTA MENOR	(%)mo	0.0400
-------------	-------------------	-------	--------

Total de  
 Herramienta

Auxiliares

• BASICO 02	PINTURA COLOR AMARILLO	LT	0.0010
• BASICO 05	PINTURA COLOR AZUL	LT	0.0010
• BASICO 01	ENGRUDO (PEGAMENTO HECHO A MANO)	LT	0.0141

Total de  
 Auxiliares



**TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN**

## **CAPITULO 6**

### **REQUISITOS LEGALES**

## **CAPITULO 6 REQUISITOS LEGALES**

### **6.1 Selección del tipo de sociedad mercantil**

Quando un grupo de personas constituye una sociedad conforme a las leyes mercantiles para realizar actividades económicas, se dice que se crea una sociedad mercantil. Dentro de las sociedades mercantiles existen diferentes tipos:

- a. Sociedad en Nombre Colectivo
- b. Sociedad en Comandita Simple
- c. Sociedad en Comandita por Acciones
- d. Sociedad de Responsabilidad Limitada
- e. Sociedad Cooperativa
- f. Sociedad Anónima
- g. Sociedad de Capital Variable

Una vez que se hayan constituido cualquiera de las sociedades, tendrá una personalidad distinta a la de los socios que la conformen, por lo que la responsabilidad legal recae sobre la sociedad y no sobre las personas.

Debido a que las sociedades de Responsabilidad Limitada, Anónima y de Capital Variable son las más aplicadas, hablaremos un poco más de ellas.

#### **6.1.1 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. existirá bajo una denominación o razón social que ostentará el nombre uno o más socios y deberá ir enseguida de las palabras " Sociedad de Responsabilidad Limitada ", o su abreviatura "S. de R.L."

#### **6.1.2 Sociedad anónima**

Es la que existe bajo una denominación y se compone de socios cuya responsabilidad se limita al pago de sus obligaciones. La denominación se forma libremente, pero debe ser diferente a la de cualquier otra sociedad, el nombre debe ir seguido de las palabras " Sociedad Anónima " o de su abreviatura " S.A. "

#### **6.1.3 Sociedad de capital variable**

En este tipo de sociedades el capital social ( las aportaciones de los socios) será susceptible de aumento por aportaciones posteriores de los socios o por la admisión de nuevos, y de disminución por retiro parcial, sin más formalidades. A la razón social o denominación propia del tipo de sociedades se añadirán siempre las palabras " Capital Variable " o su abreviatura " C.V."

Esto no quiere decir que tú formas parte de una sociedad siempre y cuando no cubras los requisitos legales, tu empresa solamente es un grupo, por lo que no le puedes poner ni sociedad anónima, y ni ninguna otra por el estilo

### **6.2 Obligaciones oficiales**

Todo establecimiento mercantil, de servicios o de una pequeña o micro industria deben cumplir con los reglamentos establecidos por la ley para garantizar las condiciones de higiene, seguridad y servicio en el lugar donde se encuentren ubicados.

De esta manera las autoridades comprueban que las actividades que se llevan a cabo en la empresa se ajustan a la normatividad y garantizan la seguridad y salud de los habitantes.

Los tramites a realizar los podemos clasificar de la siguiente manera:

**6.2.1 Federales:**

Son de carácter nacional, es decir, se realizan independientemente del estado o ciudad en que se ubique la empresa.

TRAMITE	DEPENDENCIA
a. Acta Constitutiva	Notario Público
b. Visto Bueno de Razón Social	SRE
c. Registro Público de la Propiedad	Notario Público
d. Alta de RFC como persona moral	SHCP
e. Afores	Cualquier Inst. Bancaria
f. Registro Patronal	INFONAVIT
g. Registro por trabajador	INFONAVIT
i. Registro Patronal	IMSS
i. Registro Individual por Trabajador	IMSS
j. Registro por Trabajador (RFC)	SHCP
k. Manifestación Estadística	INEGI
l. Licencia Sanitaria (dependiendo de la naturaleza del proyecto)	Secretaría de Salud
m. Registro en el SIEM	SIEM
n. Registro en Cámara (correspondiente)	Cámara (correspondiente)

**6.2.2 Estatales:**

Son obligatorios de acuerdo al Estado en donde se encuentre el establecimiento, debido a que cada entidad tiene su propia reglamentación para dar de alta un negocio. Tal es el ejemplo del SAINE para el D.F.

El gobierno del D.F. crea en sistema de apertura inmediata de empresas SAINE, como una herramienta para simplificar y utilizar los siguientes tramites administrativos que deben realizar los empresarios para el legal funcionamiento de sus actividades en la CD. de México.

En donde los empresarios pueden mediante un solo tramite y en un solo lugar obtener los documentos que se requieran para su funcionamiento.

Con el SAINE las actividades empresariales se clasifican de acuerdo a su giro en: No riesgosas, riesgosas y altamente riesgosas.

El SAINE solo se aplica a trámites que resuelva el gobierno del D.F. y cuya tramitación se enfoca exclusivamente a la apertura de empresas, se da el documento del SAINE de acuerdo a la delegación del Área Metropolitana en la cual será instituida la empresa.

**6.2.3 Tramites a seguir para la apertura de empresas no riesgosas**

TRAMITES	CERTIFICADO DE ZONACIÓN	DECLARACION DE APERTURA	REGISTRO DE FUENTES FIJAS Y DE DESCARGA DE AGUAS RESIDUALES.
NORMATIVIDAD	Efectos de silencio: no se prevé:	Efectos del silencio: Toda vez que sólo se recaba un acuse ante la delegación, no llega a existir el silencio	Efectos del silencio: Por tratarse de un registro no se prevé efecto a este respecto.

		administrativo.	
PLAZO	7 DIAS HABLES		

#### 6.2.4 Trámites a seguir para la apertura de empresas riesgosas

		NORMATIVIDAD
*CERTIFICADO DE ZONIFICACION	DE	Efecto del silencio: No se prevé
**EVALUACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL		INFORME PREVENTIVO Y REGISTRO DE FUENTES FIJAS Y DE DESCARGA DE AGUA RESIDUALES Efectos del silencio: Afirmativa ficta
**EVALUACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL		MANIFESTACION DE IMPACTO AMBIENTAL SIN CONSULTA PUBLICA Y REGISTRO DE FUENTES FIJAS Y DESCARGA DE AGUAS RESIDUALES Efectos de silencio: Negativa ficta
VISTO BUENO DE SEGURIDAD Y OPERACION		Efectos de silencio: Por tratarse de un aviso no opera este supuesto
LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	DE	Efectos de silencio: Afirmativa
PLAZO	21 DIAS HABLES	

\* Si se cuenta con el certificado de zonificación, sólo tendrá que realizar los trámites restantes para que se establecimiento funcione legalmente.

\*\* En su caso.

**6.2.5 Locales:** Son aquellos que son obligatorios o necesarios para un lugar en específico dentro de un estado como son los municipios.

### 6.3 Patentes y Marcas

Uno de los objetivos del Instituto Mexicano de Propiedad Industrial es conceder derechos exclusivos de explotación a empresas, individuos, instituciones o centros de investigación, que realizan innovaciones o invenciones de aplicación industrial.

### 6.4 Planeación estratégica

Es el plan que determina el ámbito en que se encuentra la organización, la misión, objetivos y metas de esta junto con la estrategia para competir en forma efectiva. La eficiencia de un plan se mide por el monto de su contribución a los propósitos y objetivos, como compensación de los costos y otras consecuencias inesperadas requeridas para formularlo y llevarlo a cabo.

La planeación presupone la existencia de alternativas, y hay pocas decisiones para las cuales no existe algún tipo de ellas, aun cuando se trata de cumplir con requisitos legales, o de otra índole, impuestos por fuerzas que están más allá del control del administrador. La planeación es decidir por adelantado qué hacer, cómo y cuándo hacerlo y quién ha de hacerlo. La planeación cubre la brecha que va desde donde estamos hasta donde queremos ir.

Representan no solo el punto final de la planeación, sino también el lugar hacia donde encaminan la organización, integración, dirección, liderazgo y control. Tiene tres características:

- abarca las actividades de la organización
- maneja un horizonte de tiempo muy amplio

c. el éxito de su implantación es crítica para el de la empresa.

Sabemos que la empresa tiene dos ámbitos por eso hay que realizar una planeación estratégica la cual será necesario realizar evaluaciones tanto internas ( valores, recursos, innovaciones, etc. ) como externas ( tendencias de la industria, de la tecnología, la competencia, el entorno social, la macroeconomía, etc.)

### 6.5 Evaluación interna

Fortalezas ¿ Qué es lo que tiene mi empresa de bueno?

Debilidades ¿ Qué es lo que tiene mi empresa de malo?

### 6.6 Evaluación externa

Oportunidades ¿ Qué es lo que hay a mí alrededor de bueno?

Amenazas ¿ Qué es lo que hay a mí alrededor de malo?

Este pensamiento nos lleva a determinar las características de la organización teniendo como resultado un estudio y conocimiento de la misma.

#### d) Mercado que maneja

Principalmente en la delegación Venustiano Carranza (zona de la Merced) y en el Estado de México por Cd. Nezahualcoyotl a donde entrega en conjunto un volumen aproximado de 7,000 a 8,000 piezas con un costo promedio de 7.50 pesos por unidad.

El Arq. Jiménez no tiene ninguna metodología para la determinación de su producción en las diferentes temporadas y únicamente se guía por su intuición, lo que resulta en que a veces no puede atender al 100% la demanda de sus clientes y en otras la demanda es poca y él tiene una sobre producción lo cual lo descapitaliza

#### e) recursos con que cuenta la empresa

La Empresa no cuenta con un inmueble, dado que utiliza la casa de su señora madre, para lo cual acondiciono la azotea de unas de las habitaciones para formar su taller, dicha área esta prestada por el momento y solo paga una cantidad simbólica al gasto familiar y una parte de la cuenta del teléfono y la energía eléctrica.

La maquinaria y equipo consta de lo siguiente.

3 Mesas de trabajo, una remachadora, un retirador de 0.90 x 1.20 m. de madera, suajes a base de triplay de madera de pino, una maquina de pegado de papel, Anaqueles para acomodo de materias primas, una compresora, lámparas de iluminación, equipo de serigrafía y herramienta menor como son pinzas, desarmadores, taladro, martillo, etc.

Se calculo que su capital contable es de \$ 40,000.00, el cual sé ira modificando dado que la idea del Empresario, es la de renovar su equipo conforme sus posibilidades y requerimientos se lo indiquen, por lo que en el presente estudio se le harán las recomendaciones pertinentes para que tanto las compras de sus materias primas como la entrega y distribución de su producto sea de manera mas optima, siguiendo un manual de procedimientos el cual abarcaría la parte de la adquisición de maquinaria y equipo.

La empresa no cuenta con transporte alguno por lo que tanto el suministro de materiales como la entrega de la producción se hace por medio de taxis o el vehículo de un amigo por lo que su costo es muy variable y con una gran falta de control a nivel administrativo.

**CAPITULO 7**

**CONCLUSIONES**



## **CAPITULO 7. CONCLUSIONES**

1.-En este trabajo presenta un caso práctico de la instalación de una microempresa productora de figuras de papel de china hechas a mano. Así como una guía para la investigación y puesta en marcha de esta.

2.- El objetivo principal es poner la metodología usada, al alcance de cualquier persona interesada en la elaboración de proyectos de inversión.

3.- El método que se utiliza en éste trabajo, es el mismo que se utiliza en la creación de Micro y pequeñas empresas materia que se imparte dentro de la facultad de contaduría y administración UNAM, un método completo que cumple con el objetivo de demostrar en forma lógica la unión habida entre los estudios de Mercado, Técnico, Administrativo y Económico Financiero, tanto en la teoría como en la practica.

4.- El estudio de mercado comprende la segmentación del mercado, la cuantía de la demanda del producto que se quiere producir, las formas en como la demanda se ha venido satisfaciendo y la influencia de los precios sobre la misma demanda.

5.- Este mismo estudio de mercado, se prueba la existencia de una demanda que hace posible la puesta en marcha de la empresa. Asimismo se señalan los pasos a seguir para la comercialización del producto.

6.- La descripción de la unidad productiva comprende.

- El estudio básico que reúne los datos relativos al tamaño de la empresa, el proceso de producción y la localización.
- La capacidad se baso en condiciones técnicas óptimas y promedios conducentes al menor costo posible.
- El proceso de producción se identifica con la función de producción.
- Para la localización se tomaron en cuenta los determinantes de la región, posteriormente los de la comunidad y por último la selección del lugar.

7.- Se plantea la organización para la ejecución y la organización para la operación

8.- El análisis financiero comprende la inversión inicial, la proyección de los ingresos y de los gastos.

- La inversión inicial comprende la instalación y un mes de operaciones.
  - Se presentan proyecciones de gastos e ingresos por operación, para el primer año de funcionamiento.
  - En la evaluación financiera se toman en cuenta el punto de equilibrio, la tasa interna de retorno, el valor actual neto y el periodo interno de recuperación.
- 9.- En la introducción general, se expone que uno de los motivos de la elaboración del caso, coadyuva a la solución del desempleo.

10.- En el capítulo III, define que los principales consumidores son personas, Hombres y mujeres de 20 a 50 años de edad, son personas que de alguna manera tienen mayor actividad económica.

11.- Existe una demanda suficiente de figuras de papel de china, que hace posible la puesta en marcha de DIPAP S: A DE C: V (figuras de papel de china hechas a mano).

12.- El mercado de figuras de papel de china que se atacará es en México D: F., en especial a la delegación Venustiano Carranza dentro del perímetro de la Merced Este es un mercado imperfecto de competencia monopolista.

13.- DIPAP S: A: DE C: V: ofrecerá 8000 figuras de papel de china cada una y el precio que se ofrecerá de 15 pesos promedio varia según el tamaño de la figura.

14.- El capital lo aportará el dueño del proyecto, Arq. DAVID JIMÉNEZ BELTRÁN y su socia la Sra. Catalina Beltrán y se considera que las ventas del primer año serán de \$ 540,000.00 que reportará una utilidad de \$ 94,100.62. Por consiguiente, el equilibrio de la empresa se alcanza al vender 8000 figuras de papel de china

15.- Se tomo como una tasa de rendimiento mínima aceptable (TREMA) al 20% anual .Donde el proyecto un valor actual neto (VAN) positivo de \$110,508.10 por lo que se acepta el proyecto y la tasa interna de rendimiento (TIR) fue de 91.47% anual siendo la recuperación de la inversión inicial en 4 meses y 21 días

## GLOSARIO

## GLOSARIO

La elaboración y aplicación del glosario que se estableció tiene como objeto facilitar el entendimiento del lenguaje que se utilizó en el proyecto, así como establece un criterio homogéneo en cuanto a conceptos.

Este glosario aclara los términos en función de su ámbito concreto de aplicación y abarca conceptos relativos a la acción del diagnóstico administrativo y reorganización, el léxico contiene términos simples y compuestos a fin de precisar las situaciones a que se pueden referir.

**Acción:** Hecho por medio del cual se materializan los proyectos y actividades de la administración; también se aplica para establecer divisiones del trabajo o para distinguir algunos actos especializados como son: acciones administrativas, acción política y acción técnica.

**Actividad:** Una o más acciones afines y sucesivas que forman parte de un procedimiento ejecutado por una misma persona o por una unidad administrativa.

**Administración:** conjunto ordenado de principios, técnicas y prácticas, que tiene como finalidad apoyar la consecución de los objetivos de una organización a través de la previsión de los medios necesarios para que se obtengan resultados con la mayor eficiencia, eficacia, congruencia y óptima coordinación y aprovechamiento de los recursos.

**Análisis:** Acto de separar y examinar las partes de un todo, hasta conocer los principios o elementos de que se forma; examen detallado de los hechos para conocer sus elementos constitutivos, sus características representativas, así como sus interrelaciones y la relación de cada elemento con el todo.

**Asesoría:** Es el suministro, a una autoridad de línea, de información técnica o conocimientos especializados en calidad de proposiciones y recomendaciones a efecto de facilitar la toma de decisiones.

**Calidad:** Es el atributo que posee determinado bien o servicio de satisfacer plenamente las necesidades, requerimientos o expectativas del cliente.

**Capacitación.** Acción destinada a desarrollar las aptitudes del trabajador con el propósito de prepararlo para desempeñar adecuadamente una ocupación o puesto de trabajo; su cobertura abarca, entre otros, los aspectos del conocimiento, atención, memoria, análisis, actitudes y valores de los individuos, al responder sobre todo a las áreas cognoscitivas y afectivas del aprendizaje.

**Comunicación:** Es la acción por la cual el ser humano trasmite y recibe opiniones, ideas, pensamientos, informes, instrucciones, órdenes y señales, ya sea en forma individual o colectiva. En términos administrativos, es la transmisión y recepción de información que se desarrolla en cada una de las diferentes fases de la actividad administrativa y que tiene como finalidad establecer canales o conductos de transmisión de mensajes, los que pueden ser orales o escritos.

**Comunicación formal.** Medio de comunicación respaldada por los gerentes y con bastante probabilidad, controlado por ello, por ejemplo boletines, memoranda.

**Consultoría.** Es un servicio prestado por una persona o personas independientes y calificadas en la notificación e investigación de problemas relacionados con políticas, organización, procedimientos y métodos; recomendaciones de medidas apropiadas y asesoría en la aplicación de dichas recomendaciones.

**Control de calidad.** Función de la dirección en la empresa que consiste en controlar la calidad de los productos y servicios, comprende de la inspección, así como el empleo de otros medios, procedimientos y procesos destinados a mantener la calidad deseada.

**Cuestionario.** Lista de asuntos sometidos a discusión; programa de los temas de un informe u oposición; impreso o formulado para recoger datos.

**Decisión;** Es la conclusión de un proceso normal de análisis de una situación determinada. También es la elección que se hace entre varias opciones de acción para satisfacer un propósito.

**Diagrama de flujo:** Representación gráfica de la secuencia que siguen las operaciones de un determinado procedimiento y / o recorrido de las formas o los materiales; muestran las unidades administrativas ( procedimiento general) y los puestos que intervienen (procedimiento detallado) para cada operación descrita y pueden indicar, además, el equipo que se utiliza en cada caso. Mediante símbolos convencionales se presenta la secuencia de cada una de las operaciones por las que atraviesa una forma en sus diferentes textos, y a través de los diversos puestos y / o unidades administrativas desde que se origina hasta que se archiva.

**Dirección:** Es el elemento administrativo mediante el cual se puede lograr la realización de todo lo planeado por medio de la autoridad del administrador, al ejercer esta a base de decisiones, las cuales se pueden tomar directamente o bien se pueden delegar a niveles inferiores al vigilar al mismo tiempo que éstas se cumplan.

**División de trabajo:** Descomposición del proceso de elaboración en varias designaciones específicas para las distintas participantes en el proceso, cada una de las cuales asume la responsabilidad de llevar a cabo una sola parte de todo el trabajo.

**Eficacia:** "Es lograr los objetivos o metas tomando en cuenta los lineamientos establecidos (presupuestos, estándares, tiempo). Es la mínima utilización de recursos requerida para producir el máximo de bienes o servicios."

**Empresa:** Unidad económica o distribución de bienes o servicios, en la que se interrelacionan elementos humanos, físicos y técnicos para cumplir con un fin o actividad económica determinada que reúne los elementos del capital y el trabajo para orientar sus relaciones hacia la producción de bienes y servicios o la distribución en el mercado.

**Entrevista:** Técnica que se emplea entre dos o mas personas para realizar estudios de carácter exploratorio, ya que permite captar información abundante y básica sobre el problema estudiado, asimismo se emplea cuando no existe suficiente material informativo sobre ciertos aspectos que interesa investigar o cuando la información no puede conseguirse a través de otras técnicas.

**Estrategia:** Principios y meta fundamentales que orientan el proceso administrativo para alcanzar los objetivos a los que se desea llegar. Una estrategia muestra como institución pretende llegar a sus objetivos, las estrategias pueden ser: a corto plazo ( 1 año), a mediano plazo ( 5 a 6 años ), a largo plazo ( aproximadamente 5 a 20 años ).

**Estructura orgánica:** Disposición sistemática de los órganos que integran una institución, conforme a criterios de jerarquía y especialización, ordenados y codificados de tal forma que sea posible visualizar los niveles jerárquicos y sus relaciones de dependencia. La estructura orgánica de una institución es el sistema formal en el que se plasman los niveles jerárquicos y la decisión funcional de la organización y define la interrelación y coordinación de las actividades propias de un grupo de individuos a efecto de lograr el cumplimiento de determinados objetivos. También es un marco

**Función:** Conjunto de actividades afines y coordinadas, necesarias para alcanzar los objetivos de la institución de cuyo ejercicio generalmente es responsable un órgano o unidad administrativa, se define a partir de las disposiciones jurídico-administrativas.

**Herramientas:** Se denomina al conjunto de instrumentos que sirven para realizar un trabajo. Y en el caso específico de las "herramientas del diagnóstico", se refiere a los diferentes medios de que se vale quien realiza el diagnóstico para su determinación.

**Información:** Conjunto de datos que se presentan para dar a conocer el comportamiento de hechos y fenómenos para apoyar la toma de decisiones.

**Insumo:** Conjunto de elementos que alimentan un sistema para que mediante un proceso se obtenga un producto.

**Inventario:** Relación ordenada de las existencias de una unidad, en la que se especifican las características de las mismas y su ubicación, entre otros datos.

**Junta:** Reunión periódica u ocasional que generalmente esta presidida por un funcionario superior, quien toma una decisión final después de escuchar los informes y las opiniones de los demás miembros.

**Manual:** Documento administrativo de fácil manejo que se utiliza para brindar, en forma ordenada y sistemática, información de diversa índole para la operación de una organización: atribuciones, estructura orgánica, objetivos, políticas, normas, puestos, sistemas, procedimientos, actividades y tareas, así como instrucciones o acuerdos que se consideren necesarios para el mejor desempeño de las labores.

**Meta:** Cuantificación de los objetivos por alcanzar en los ámbitos temporal y especial. Por lo tanto, debe responder al la pregunta "cuanto" se pretende conseguir. Asimismo, para poder registrar las metas y facilitar su seguimiento y evaluación, es necesario que además su cuantificación conlleve su expresión genérica en unidades de medida, con objeto de hacer posible la identificación del termino susceptible de medir, ya sea el producto o resultado final. Los componentes de una meta son: la descripción, la unidad de medida y monto o cantidad.

**Método:** Modo predeterminado para ejecutar o realizar una tarea o trabajo específico, por lo cual se pretende alcanzar un objetivo establecido, procedimiento que generalmente se sigue en las ciencias por medio del cual se llega a un resultado valido. Los métodos fundamentales son: analítico, sintético, inductivo y deductivo.

**Metodología:** Disposición lógica de los pasos tendientes a conocer y resolver problemas administrativos por medio de un análisis ordenado.

**Objetivo:** En términos de programación, es la expresión cualitativa de los propósitos para los cuales se ha creado un programa, en este sentido, el objetivo debe responder a la pregunta " para que " : se formula y se ejecuta dicho programa. El termino "objetivo" también se puede definir como el propósito que se pretende cumplir, y que se especifica con claridad el que y para que ese proyecto y se debe realizar una determinada acción. Establecer objetivos significa predeterminar que se quiere lograr. La determinación del objetivo general de una institución se hace con apego a las atribuciones de cada dependencia o entidad publica y se vincula con las necesidades sociales que se propone satisfacer.

**Organización:** Se considera que una organización es una unidad social, constituida en forma deliberada con fines y objetivos predeterminados sobre una base de actuación de cierta permanencia que se rige por un orden normativo y se estructura alrededor del centro de poder y de decisión internos y externos, que regulan y controlan su operación para examinar al cumplimiento de sus objetivos. La organización esta constituida por grupo de individuos que establecen

relaciones interpersonales de trabajo, determinan las divisiones y la especialización de las labores, y operan bajo una jerarquización formal de posiciones y cargas, al diferencia al individuo en el puesto, la función o las actividades que corresponde desempeñar. Toda organización se puede considerar como un ente dinámico que mantiene nexos permanentes: Con el medio que lo rodea, el que a su vez influye en forma directa e indirecta en su funcionamiento.

**Planeación:** Conjunto de sistematizado de acciones que provienen de una estructura racional de análisis que contiene los elementos informativos y de juicio suficiente y necesario para fijar prioridades, elegir entre opciones, establecer objetivos y metas en el tiempo y en el espacio, ordenar las acciones que permiten alcanzarlas con base a la asignación correcta de recursos, la coordinación de esfuerzos y la imputación precisa de responsabilidades que permiten controlar y evaluar sistemáticamente los procedimientos, avances y resultados para poder introducir con oportunidad los cambios necesarios.

**Política:** Criterio de acción que se elige como guía para el proceso de toma de decisiones al poner en práctica o ejecutar las estrategias. Programas y proyectos específicos del nivel institucional.

**Procedimiento:** Sucesión cronológica de operaciones concatenadas entre sí que se constituyen en una unidad, y en función de la realización de una actividad o tarea específica dentro de un ámbito predeterminado de aplicación. Todo procedimiento implica las actividades y tareas del personal, la determinación de tiempos de realización, el uso de recursos materiales y tecnológicos y la aplicación de métodos, de trabajo y de control para lograr el cabal, oportuno y eficiente desarrollo de las operaciones.

**Proceso:** Una serie de actividades relacionadas entre sí, que convierten insumos en resultados.

**Productividad:** Es una relación entre los productos obtenidos (bienes o servicios) y los factores o recursos utilizados en la producción, como son los trabajadores, maquinaria, equipo, tecnología e insumos. La productividad mide la eficacia con que se emplean en la producción los recursos en conjunto, incluyendo tanto el capital de trabajo como la mano de obra. Los principales factores para aumentar la eficacia en la producción son el proceso tecnológico, la evaluación de capacidades, el mejoramiento de actividades de los trabajadores, la adecuación organizacional y los medios necesarios para mantener e innovar la planta de producción, entre otros.

**Programa:** conjunto de acciones afines y coherentes a través de las cuales se pretende alcanzar objetivos y metas, previamente determinadas por la planificación en términos de producto final, para lo cual se requiere combinar recursos humanos, tecnológicos, materiales, naturales y financieros, y especificar tiempo y espacio en el que sea desarrollar y atribuir la responsabilidad a una o varias unidades ejecutoras debidamente coordinadas.

**Proyecto:** tarea planeada que tiene un principio y un fin definibles y que requiere el empleo de uno o más recursos en cada una de las actividades separadas-pero interrelacionadas e interdependientes-pero que deben efectuarse para alcanzar objetivos por los cuales el trabajo fue instituido. Documento que contiene la descripción de los análisis realizados para juzgar la viabilidad de una nueva actividad o de un nuevo servicio. Así como la información necesaria para su realización.

**Quejas:** manifestación de inconformidad que presenta el usuario de los servicios. La queja se asemeja a la querrela como pretensión sancionaria, pero se distingue de esta en el que el sujeto pasivo contra quien se dirige la queja es siempre un funcionario o empleado publico y la querrela se dirige siempre contra otro particular.

**Recursos:** Son las personas, los bienes materiales y financieros, las técnicas con que cuenta y utiliza una institución para alcanzar sus objetivos y producir los bienes o servicios que son de competencia.

**Sistema:** Conjunto de unidades identificables o elementos con un más elevado grado de interdependencia entre ellos que con su medio, de manera que, dentro del sistema, un cambio de un elemento, sigue o se asocia con otro cambio predecible dentro del mismo sistema. La interdependencia de resultados y la mayor frecuencia de interacciones de los elementos que permite establecer los límites del sistema, en virtud de que fuera de este, la interdependencia o interacciones declinaran con mas rapidez que dentro del propio sistema; en todo caso, corresponde al análisis de sistemas a encontrar , en el conjunto de transacciones o interacciones, los límites para circunscribir el problema o fenómeno específico que le interesa, al investigar, enfocar como sistema. La aplicación de la teoría de sistemas a tenido impacto en la mayoría de las ciencias y disciplinas debido a que permite estudiar fenómenos complejos e integrarlos en un conjunto o desagregarlos en sus partes sin dejar de considerar otros sistemas interactuales que se localizan en el medio ambiente .

**Stock:** Existencia de seguridad de un determinado articulo con el objeto de tenerlo a disposición en el momento que sea requerido.

**Tarea:** Fracción de trabajo u operación específica que se debe efectuar para la realización de una acción concreta dentro de un proceso gradual, a través de la cual se obtiene un resultado parcial.

**Teoría de la administración:** La teoría de la organización reconoce que en las grandes incorporaciones el proceso de toma de decisiones suele estar descentralizado y que estas no dependen solo del objetivo de maximización de beneficios o ganancias, si no también de su estructura organizativa.



## ANEXOS

INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL

REVISIÓN DE DATOS PERSONALES  
AVISO DE INSCRIPCIÓN PATRONAL  
MODIFICACIÓN EN SU REGISTRO

JIBD 680610 GHB

DIPARSA DE CV

22 SEP 2002

DOMICILIO  
DEL  
PATRONO

CD DE PORFIRIO DIAZ # 20 COL JUÁREZ PANTITLAN

CD NEZAHUALCOYOTL, EDO DE MÉXICO 57460

MARQUE CON X LA CATEGORÍA DE PRESTACIONES DE PERS. AJENO

INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL

REVISIÓN DE DATOS PERSONALES

AVISO DE DATOS DEL TRABAJADOR  
O ASEGURADO

FORMA DE PAGO DE LAS COTIZACIONES DE ASESORAMIENTO PERSONAL

PRESTACIONES QUE  
DEBE PAGAR EL PATRONO  
DEL ASEGURADO

CAPTURA/AVISO ORIGINAL

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**





ESTADOS UNIDOS MEXICANOS  
SECRETARÍA DE ECONOMÍA  
SUBSECRETARÍA DE FISCALÍA  
DIRECCIÓN GENERAL DE IMPUESTOS EXTERNO

DECLARACIÓN DE INGRESOS DE PERSONAS FÍSICAS

PERIODO DE DECLARACIÓN

22 SEPT 2002

ESTADO	CIUDAD	FECHA
		22 SEPT 2002

01 IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD FISCAL EN LA QUE SE ENCUENTRA EL SOLICITANTE		
<b>JIMÉNEZ BELTRÁN DAVID TEODORO</b>		NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN FISCAL <b>JIBD 680610</b>
MUNICIPIO <b>CD A DE PORFIRIO DÍAZ</b>	CALLE <b>20</b>	COLUMNA <b>JUAREZ PANTITLAN</b>
POBLACIÓN <b>CD NEZA</b>	CÓDIGO POSTAL <b>57460</b>	TELÉFONO 
CAPACIDAD CON EL QUE COMPARECE <input checked="" type="checkbox"/> SECRETARIO <input type="checkbox"/> APODERADO FISCAL <input type="checkbox"/> OTRO		
DATOS DEL INMUEBLE		
MUNICIPIO DE LA UNIDAD FISCAL <b>CD A DE PORFIRIO DÍAZ</b>	CALLE 	NÚMERO EXTERNO <b>20</b>
MUNICIPIO DE LA UNIDAD FISCAL <b>JUAREZ PANTITLAN</b>	POBLACIÓN <b>CD NEZAHUALCOYOTL</b>	DIRECCIÓN DE LOCALIZACIÓN 
CÓDIGO POSTAL <b>57460</b>	UBICACIÓN ENTRE LAS CALLES <b>GPE VICTORIA</b>	DIRECCIÓN DE LOCALIZACIÓN <b>GPE VICTORIA</b>
SUPERFICIE APROX <b>120.00</b>	CLAVE CATASTRAL <b>LNJAS-15451</b>	USO ACTUAL <b>HABITACIONAL</b>
GIRO ACTUAL <b>ARTESANIAS</b>	AV TEXCOCO	
SOLICITO EL USO ESPECÍFICO DE SERVICIO PARA		
<input checked="" type="checkbox"/> ALTA <input type="checkbox"/> GIRO	<b>FABRICACIÓN Y VENTA DE FIGURAS DE PAPEL DE CHINA</b>	
<input type="checkbox"/> CAMBIO DE DOMICILIO A GIRO <input type="checkbox"/> AJUSTE DE GIRO		
<input type="checkbox"/> CAMBIO DE GIRO A		
<input type="checkbox"/> AJUSTE DE SUPERFICIE A GIRO <input type="checkbox"/> OTROS		
CONFORME AL PLANO DE USOS DE SERVICIO Y ESTRUCTURA URBANA ASÍ COMO LA TABLA DE CONTABILIDAD DE USOS DEL PLAN DEL CENTRO DE POBLACIÓN ESTRATÉGICO DE NEZAHUALCOYOTL, LA ZONA DONDE SE LOCALIZA EL PRESENTE INMUEBLE PREVIENE EJERCER LA ACTIVIDAD SOLICITADA EL USO COMERCIO DEL DIFÍCULO.		
<input type="checkbox"/> FACTIBLE		<input type="checkbox"/> NO FACTIBLE
EL SUBSCRIBENTE DE ESTA DECLARACIÓN		

**TESIS CON FALLA DE ORIGEN**

## **CÁMARA NACIONAL DE COMERCIO, SERVYTUR DE CD. NEZAHUALCOYOTL**

### **PRINCIPALES SERVICIOS QUE OFRECE:**

**REGISTRO Y PAGO AL SIEM:** El Sistema de Información Empresarial Mexicano, es obligatorio, permitámonos asesorarlo para cumplir esta obligación.

**ASESORIA Y TRAMITACIÓN DE SU ESTABLECIMIENTO COMERCIAL:** Proporcionamos información para el buen funcionamiento del Establecimiento Comercial ante las autoridades.

**ORIENTACIÓN CONTABLE FISCAL:** Asesoría en Materia Fiscal y Contable a personas físicas y morales y llenado de formatos.

**TRAMITACIÓN ANTE LA SECRETARÍA DE SALUD:** Le informamos sobre las Disposiciones en Materia de salud vigentes.

**RECLUTAMIENTO DE PERSONAL Y BOLSA DE TRABAJO:** Si requiere de personal capacitado venga y con gusto le ayudaremos a seleccionar a la persona adecuada.

**ORIENTACIÓN PARA COMPARENCIAS ANTE PROFECO:** Información para el seguimiento de las inconformidades de Consumidores y Prestadores de Servicios.

**ASESORIA JURÍDICA:** Asuntos Penales, civiles, mercantiles, laborales, etc

**ASESORIA ARQUITECTÓNICA:** Asesoría Técnica en planos, proyectos y construcciones.

**ORIENTACIÓN PARA IMPRIMIR COMPROBANTES FISCALES:** Le orientamos sobre los requisitos para imprimir comprobantes fiscales y manejamos descuentos en su costo para nuestros Socios.

**CURSOS Y PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN:** Ofrecemos cursos y conferencias por Funcionarios Públicos de las distintas Dependencias de Gobierno y por Profesionistas Capacitados, para la superación y mejoramiento de nuestros Socios y sus actividades comerciales.

**TRAMITACIÓN DE CURP:** Tramitamos la CURP a través de la Secretaría de Gobernación.

**CONVENIO CON EL IMSS:** Condonación de Multas y Recargos.

**CONVENIO CON INSTITUCIONES EDUCATIVAS:** Con relación a Servicio Social y Prácticas Profesionales (CONALEP, IPN, CETIS, UTN, ETC)

**PRESENTACIÓN DE DECLARACIONES:** Vía Internet.

**CONVENIO EL IMSS DESDE SU CÁMARA:** Para movimientos afiliatorios.

Gavilanes No. 89 Col. Benito Juárez C.P. 57000

Tel.: 57-93-93-74 Fax: 57-93-92-76

Correo Electrónico: cncnea@hotmail.com



## NOTIFICACION

PERSONAL OCUPADO EN EL ESTABLECIMIENTO (INCLUYENDO PROPIETARIO) \_\_\_\_\_

FECHA: 22/SEP/2003 REGISTRO SIEM: \_\_\_\_\_

TARIFA: \_\_\_\_\_

AL PROPIETARIO DEL ESTABLECIMIENTO: (GIRO) ARTESANIAS

DOMICILIO: CDA DE PORFIRIO DIAZ # 20

COLONIA: JUÁREZ PANTITLAN

DE CONFORMIDAD CON EL ARTICULO 28 DE LA LEY DE CAMARAS EMPRESARIALES, LAS EMPRESAS DEBERAN PROPORCIONAR SU ALTA O ACTUALIZACION AL SISTEMA DE INFORMACION EMPRESARIAL MEXICANO (SIEM), DENTRO DEL PRIMER BIMESTRE DE CADA AÑO, LA INFORMACION NECESARIA QUE DETERMINE LA SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL, PARA IDENTIFICAR SUS CARACTERISTICAS, A FIN DE CONOCER SU OFERTA, DEMANDA DE BIENES Y SERVICIOS, ASI COMO DE LOS PROCESOS PRODUCTIVOS EN LOS QUE INTERVIENEN, DEBIENDO PROPORCIONAR LAS EMPRESAS DE NUEVA CREACION, ESTA MISMA INFORMACION DENTRO DE LOS SIGUIENTES DOS MESES A LA FECHA DE SU CONSTITUCION.

MOTIVO POR EL CUAL SE LE OTORGARA UN PLAZO DE 3 DIAS HABILDES, CONTADOS A PARTIR DE LA FECHA DE RECEPCION DE ESTE DOCUMENTO PARA REGISTRAR SU ESTABLECIMIENTO.

ASI MISMO SE LE INDICA QUE EL HECHO DE NO INSCRIBIRSE EN EL SIEM O PROPORCIONA SUS DATOS FALSOS, IMPLICA LA IMPOSICION DE SANCIONES CON MULTAS QUE VAN DE 15 A 300 SALARIOS MINIMOS DEL D.F. POR PARTE DE LA SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL (AHORA: SECRETARIA DE ECONOMIA), DE ACUERDO AL ARTICULO 39 DE LA LEY DE CAMARAS EMPRESARIALES Y SUS CONFEDERACIONES.

PARA EVITAR LO ANTERIOR, ACUDA A REALIZAR SU REGISTRO LLEVANDO UNA COPIA DE SU ALTA DE HACIENDA, COPIA DE SU RECIBO DE PAGO ANTERIOR O EL PRESENTE AVISO ASI COMO EL PAGO CORRESPONDIENTE.

LLAME O ACUDA A LA SUBDIRECCION DE CONTROL OPERATIVO DEL SIEM DE LA CAMARA DE COMERCIO DE CD. NEZAHUALCOYOTL, UBICADO EN GAVILANES No. 89 COL. BENITO JUAREZ (FRENTE AL PALACIO MUNICIPAL) O LLAME A LOS TELEFONOS: 92-93-94, FAX: 57-91-92-76

\_\_\_\_\_  
VISITADOR

**REGISTRARSE EN EL SIEM ES UNA OBLIGACION**

REGISTRO DE SE  
REGIMEN (148)

ANEXO 6



REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES  
PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES  
DEL REGIMEN DE PEQUEÑOS CONTRIBUYENTES

ANTE EL REGISTRO DE CONTRIBUYENTES DEL  
REGIMEN DE PEQUEÑOS CONTRIBUYENTES

REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES  
CADA VEZ QUE SE REALICE UN CAMBIO DE CONTRIBUYENTE

JIBD 680510

2. DATOS DEL CONTRIBUYENTE (en caso de persona física)

APPELLIDO PATRINO	JIMENEZ
APPELLIDO MATRINO	BELTRAN
APPELLIDO	DAVID TEODORO

3. DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

3.1 MARQUE CON "X" SI  
 SE INGRESARON POR ACTIVIDADES EMPRESARIALES EN EL AÑO, NO REPARARAN EN LA CANTIDAD RELAJADA EN EL ARTICULO 137 DE LA LEY DEL 19 DE ABRIL DE 1988.

3.2 SI REALIZA ACTIVIDADES DEL SECTOR PRIMARIO, MARQUE CON "X" CUALES DE ELAS DE DESARROLLA:

- AGROPECUARIO
- GANADERIA
- SILVICULTURA
- PESCA

3.3 SI REALIZA ACTIVIDADES DEL SECTOR AUTOTRANSPORTE, MARQUE CON "X" CUALES DE ELAS DESARROLLA:

- AUTOTRANSPORTE TERRESTRE DE CARGA
- AUTOTRANSPORTE TERRESTRE DE PASAJEROS

4. DESCRIPCIÓN DE LOS GASTOS QUE PAGARÁ PARA LA REALIZACIÓN DE SUS OPERACIONES

- SALARIOS Y DEMÁS PRESTACIONES QUE DERIVAN DE UNA RELACION LABORAL
- INGRESOS ASIGNADOS A SALARIOS (ver paréntesis)
- RESIDENTE EN EL EXTRANJERO SIN ESTAR FORMANDO FAMILIA EN EL PAIS
- ACTIVIDADES EMPRESARIALES VEDADAS A LOS AUTOTRANSPORTISTAS

ESTE ESPACIO ESTÁ DESTINADO PARA QUE LOS CONTRIBUYENTES  
INDICEN EN ESTE AMBITO LOS DATOS

REEMPLAZAR ESTE ESPACIO POR EL ORIGINAL DEL CONTRIBUYENTE  
QUE SE ENVIARÁ AL SECTOR DE ADMINISTRACIÓN DE LOS CONTRIBUYENTES  
DEL REGIMEN DE PEQUEÑOS CONTRIBUYENTES

5. IMPUESTO AL VALOR AGREGADO

- MARQUE CON "X" SI  
LOS GASTOS QUE SE ENVIARON EN EL PUNTO ANTERIOR

SE PRESENTA POR DUPLICADO

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN





AGENCIA DE ASESORIA FISCAL Y FINANCIERA  
PARA EL SECTOR PRIVADO S.A. DE C.V.



R-1

**SAT**

SERVICIO DE ASESORIA FISCAL  
Y FINANCIERA

### SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN AL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES

FORMULARIO 27, SEPTIEMBRE DE 1975  
MODIFICADO EN 1976

[Empty box for stamp or signature]

FECHA DE PRESENTACIÓN: \_\_\_\_\_  
LUGAR DE PRESENTACIÓN: \_\_\_\_\_  
NOMBRE DEL PRESENTADOR: \_\_\_\_\_  
CARRERA: \_\_\_\_\_

**1. NOMBRE DEL CONTRIBUYENTE QUE SE INSCRIBE**

**2. NOMBRE DEL CONTRIBUYENTE PERSONA FÍSICA QUE SE INSCRIBE**

1. NOMBRE: **JIMENEZ**

2. NOMBRE: **BELTRAN**

3. NOMBRE: **DAVID TEODORO**

**3. NOMBRE DEL CONTRIBUYENTE PERSONA FÍSICA QUE SE INSCRIBE**

1. NOMBRE: \_\_\_\_\_  
2. NOMBRE: \_\_\_\_\_  
3. NOMBRE: \_\_\_\_\_

**3. TRATAMIENTO DEL CONTRIBUYENTE QUE SE INSCRIBE EN EL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES EN MÉXICO**

1. NOMBRE: \_\_\_\_\_

2. NOMBRE: \_\_\_\_\_

**3. DERECHO FISCAL DEL CONTRIBUYENTE QUE SE INSCRIBE EN EL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES EN MÉXICO**

1. NOMBRE: \_\_\_\_\_

2. NOMBRE: \_\_\_\_\_

**3. DERECHO FISCAL DEL CONTRIBUYENTE QUE SE INSCRIBE EN EL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES EN MÉXICO**

1. NOMBRE: **CDA DE PORFIRIO DIAZ**

2. NOMBRE: **20**

3. NOMBRE: **JUAREZ PANTITLAN**

4. NOMBRE: \_\_\_\_\_

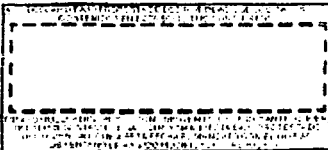
5. NOMBRE: \_\_\_\_\_

6. NOMBRE: **CD NEZAHUALCOYOTL**

7. NOMBRE: **67460**

8. NOMBRE: **ESTADO DE MEXICO**

9. NOMBRE: \_\_\_\_\_



DE PRESENTADOR DUPLICADO

**TESIS CON  
PALA DE ORIGEN**

**INSTRUCCIONES**

**DECLARACION DE QUE SE DEBE A COMPAS A ESTA SOLICITA**

**PERSONAS FISICAS**

DECLARACION DE QUE SE DEBE A COMPAS A ESTA SOLICITA... (Text describing the declaration for physical persons, including details about the applicant's status and the institution's role.)

**PERSONAS FISICAS REPRESENTADAS (PERSONAS JURIDICAS)**

DECLARACION DE QUE SE DEBE A COMPAS A ESTA SOLICITA... (Text describing the declaration for represented physical persons, such as legal entities.)

**PERSONAS MORALES**

DECLARACION DE QUE SE DEBE A COMPAS A ESTA SOLICITA... (Text describing the declaration for moral persons, including details about the representative.)

**PERSONAS MORALES REPRESENTADAS (PERSONAS JURIDICAS)**

DECLARACION DE QUE SE DEBE A COMPAS A ESTA SOLICITA... (Text describing the declaration for represented moral persons, such as legal entities.)

**CONCLUSIÓN**

DECLARACION DE QUE SE DEBE A COMPAS A ESTA SOLICITA... (Text describing the conclusion of the declaration process.)

**IDENTIFICACION**

DECLARACION DE QUE SE DEBE A COMPAS A ESTA SOLICITA... (Text describing the identification requirements.)

**DECLARACION DE RESPONSABILIDAD POR REPRESA EN FAVOR LEGAL**

DECLARACION DE QUE SE DEBE A COMPAS A ESTA SOLICITA... (Text describing the declaration of responsibility for legal representation.)

- 1. El suscrito/a declara que... (Point 1)
- 2. El suscrito/a declara que... (Point 2)
- 3. El suscrito/a declara que... (Point 3)
- 4. El suscrito/a declara que... (Point 4)
- 5. El suscrito/a declara que... (Point 5)

DECLARACION DE QUE SE DEBE A COMPAS A ESTA SOLICITA... (Additional declaration text.)

DECLARACION DE QUE SE DEBE A COMPAS A ESTA SOLICITA... (Additional declaration text, including a section for 'DECLARACION DE DATOS DEL CONTRIBUYENTE QUE SE DECLARA').

**TESIS CON FALLA DE ORIGEN**

**DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL (Ver instrucciones)**

NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL: \_\_\_\_\_  
 CÉDULA DE IDENTIFICACIÓN: \_\_\_\_\_  
 FECHA DE EMISIÓN: \_\_\_\_\_  
 INSTITUCIÓN EMISORA: \_\_\_\_\_

**DATOS DE REGISTRO DE LA PERSONA O SOCIEDAD REPRESENTADA (Ver instrucciones)**

NÚMERO DE REGISTRO DE LA PERSONA O SOCIEDAD REPRESENTADA: \_\_\_\_\_  
 FECHA DE EMISIÓN: \_\_\_\_\_  
 INSTITUCIÓN EMISORA: \_\_\_\_\_

**ACTIVO COMO FIDEJANTE**

1. NOMBRE DE LA ENTIDAD FIDEJANTE: **ELABORACION DE FIGURAS DE PAPEL DE CHINA**  
 2. NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL: \_\_\_\_\_  
 3. NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL EN LA ENTIDAD FIDEJANTE: \_\_\_\_\_  
 4. NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL EN LA ENTIDAD FIDEJANTE: \_\_\_\_\_  
 5. NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL EN LA ENTIDAD FIDEJANTE: \_\_\_\_\_

**OTROS**

1. NOMBRE DE LA ENTIDAD FIDEJANTE: \_\_\_\_\_  
 2. NOMBRE DE LA ENTIDAD FIDEJANTE: \_\_\_\_\_  
 3. NOMBRE DE LA ENTIDAD FIDEJANTE: \_\_\_\_\_

**DECLARACIONES DEL REPRESENTANTE LEGAL**

1. NOMBRE DE LA ENTIDAD FIDEJANTE: \_\_\_\_\_  
 2. NOMBRE DE LA ENTIDAD FIDEJANTE: \_\_\_\_\_

**APERTURA DE ESTABLECIMIENTO (Solo si el establecimiento es distinto al señalado en el ítem 6.4)**

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO: \_\_\_\_\_  
 DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO: \_\_\_\_\_  
 CIUDAD: \_\_\_\_\_  
 DEPARTAMENTO: \_\_\_\_\_  
 PAÍS: \_\_\_\_\_

**ANEXOS**

ANEXO 1: \_\_\_\_\_  
 ANEXO 2: \_\_\_\_\_  
 ANEXO 3: \_\_\_\_\_  
 ANEXO 4: \_\_\_\_\_  
 ANEXO 5: \_\_\_\_\_  
 ANEXO 6: \_\_\_\_\_

**TESIS CON FALLA DE ORIGEN**



CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO que celebran \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ como patrón y

\_\_\_\_\_ como trabajador

o empleado, bajo las siguientes cláusulas

1a.-Por sus generales, los contratantes declaran las siguientes:

PATRÓN Nacionalidad \_\_\_\_\_, edad \_\_\_\_\_ años; sexo \_\_\_\_\_, estado civil \_\_\_\_\_.

con domicilio en \_\_\_\_\_

TRABAJADOR O EMPLEADO Nacionalidad \_\_\_\_\_, edad \_\_\_\_\_ años; sexo \_\_\_\_\_, estado civil \_\_\_\_\_.

con domicilio en \_\_\_\_\_

2a.-Este contrato se celebra \_\_\_\_\_ y solo podrá ser modificado, suspendido, reestrucido o terminado en los casos y con los requisitos establecidos por la Ley Federal del Trabajo.

3a.-El trabajador o empleado se obliga a prestar al patrón, bajo su dirección y dependencia, sus servicios personales como \_\_\_\_\_; debiendo desempeñarlos en \_\_\_\_\_.

4a.-La duración de la jornada de trabajo será de \_\_\_\_\_ horas, por tratarse de jornada \_\_\_\_\_.

El trabajador deberá entrar a las \_\_\_\_\_ para salir a las \_\_\_\_\_ horas y volver a entrar a las \_\_\_\_\_ horas para salir a las \_\_\_\_\_ horas.

5a.-El salario o sueldo convenido como retribución por los servicios a que éste contrato se refiere es el siguiente:

Salario o sueldo fijo por \_\_\_\_\_ \$ \_\_\_\_\_

Salario o sueldo fijo por día \_\_\_\_\_ \$ \_\_\_\_\_

Salario o sueldo por hora trabajada \_\_\_\_\_ \$ \_\_\_\_\_

Salario o sueldo a destajo, conforme a la siguiente tarifa \_\_\_\_\_

Sometiéndose a los descuentos que deben hacerse por orden expreso de la Ley del Seguro Social y de la Ley del Impuesto Sobre la Renta.

El pago de éste salario o sueldo se hará en moneda mexicana del curso corriente los días \_\_\_\_\_

de cada \_\_\_\_\_ y en \_\_\_\_\_

6a.-El día de descanso semanal para el trabajador será el \_\_\_\_\_ de cada semana y causará salario de acuerdo con el Art. 69 de la Ley Federal del Trabajo.

7a.-En los días de descanso legal obligatorio: 1a. de Enero, 3 de Febrero, 21 de Marzo, 1a. de Mayo, 16 de Septiembre, 20 de Noviembre, 1o de Diciembre de cada seis años, cuando correspondía a la Trasmisión del Poder Ejecutivo Federal y el 25 de Diciembre, y en los que comprendan las vacaciones a que se refiere la cláusula octava, el trabajador percibirá su salario o sueldo íntegro, promediándose las percepciones obtenidas en los últimos treinta días efectivamente trabajados al se calcula a destajo.

8a.-El trabajador o empleado disfrutará de seis días de vacaciones cuando tenga un año de servicios, que aumentará dos días los posibles hasta llegar a doce, por cada año subsiguiente de servicios. Después del cuarto año, el período de vacaciones aumentará en dos días por cada cinco de servicios.

Estas vacaciones comenzarán cada año el \_\_\_\_\_.

9a.-El trabajador o empleado conviene en someterse a los reconocimientos médicos que periódicamente ordene el patrón, en los términos de la Frac. I del artículo 134 de la Ley Federal del Trabajo, en el concepto de que el médico que los practique será designado y retribuido por el mismo patrón.

10a.-Cuando por cualquiera circunstancia el trabajador o empleado haya de trabajar durante mayor tiempo que el que corresponde a la jornada máxima legal el patrón retribuirá el tiempo excedente con un 100% más del salario que corresponde a las horas normales. La prolongación de tiempo extraordinario que excede de nueve horas a la semana, oblige al patrón a pagar al trabajador el tiempo excedente, con un 200% más de salario que corresponde a las horas de jornada, sin perjuicio de las sanciones establecidas en esta ley.

11a.-Si el trabajador es mayor de 14 años, pero menor de 16, debe autorizar este contrato el padre o tutor a falta de ellos, el Sindicato al que el trabajador pertenece, la Junta de Conciliación y Arbitraje, el Inspector de Trabajo o la Autoridad Política de acuerdo con el Art. 23 de la Ley.

12a.-Ambas partes convienen expresamente en someterse en caso de cualquier discrepancia o controversia, al texto de éste contrato y a las disposiciones del Reglamento Interior de Trabajo aprobado por la Junta Central de Conciliación y Arbitraje y del cual se entregue un ejemplar al empleado o trabajador en el momento de la celebración de dicho contrato.

LIBRO PARA CLÁUSULAS EXTRAORDINARIAS O ACLARACIONES

Leído que fué por ambas partes este documento ante los testigos que firman e impuestos de su contenido y seabedores de las obligaciones que por virtud de él contraen así como de las que la Ley les impone, lo firman por \_\_\_\_\_ en \_\_\_\_\_ a los \_\_\_\_\_ días del mes de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ quedando un ejemplar en poder del trabajador y \_\_\_\_\_ en poder del patrón.

FIRMA DEL PATRÓN

OBRERO O EMPLEADO Declara que recibió una copia del presente contrato

\_\_\_\_\_

TESTIGO \_\_\_\_\_

TESTIGO \_\_\_\_\_

172-1

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

## BIBLIOGRAFÍA

1. ADMINISTRACIÓN, ROBBINS P. Prentice Hall Hispanoamericanas.S: A: Primera Edición, 1987, 560 pp.
2. ADMINISTRACIÓN DE OPERACIONES, RANDEY Barry, Heizer Jay, Prentice may Hispanoamericana. Primera Edición, México 1996, 684 pp.
3. ADMINISTRACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES, KAST Fremont E. Y Rosatzweig, James E. Mac Graw Hill, Cuarta Edición México 1990, 754 pp.
4. DIRECCIÓN DE LA MERCADOTECNIA, Philip, Prentice Hall Séptima Edición, México 1993, 843 pp.
5. CURSO DE MERCADOTECNIA, KOTLER, Mac. Daniel Garl, Harla, Segunda Edición México 1986, 916. pp.
6. ESTUDIO DE SISTEMAS Y PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS. Rodríguez Valencia Joaquín, Editorial ECASA, Primera Impresión, México 1991,270 pp.
7. FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA, KOTLER, Pilliph y Armstrong Gary Prentice Hall Hispanoamericana, México 1986, 916 pp.
8. GUIA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS, Por el Instituto Latinoamericano de planificación Económica y Social, Siglo XXI, Vigésima Tercer Edición, México 1997, 230 pp.
9. INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN CON ENFOQUE DE SISTEMAS, Rodríguez Valencia, ECASA, Primera Reimpresión, México 1990, 687 pp.
10. INTRODUCCIÓN A LA TEORIA DE LA ADMINISTRACIÓN, CHIAVENATO, Idalberto, Mac Graw Hill, Tercera Edición, México 1990, 687 pp.
11. MERCADOTECNIA, SCHOELL Y Gitnan, Printce Hall Hispanoamericana, S. A., Tercera Edición, 1991, 822 pp.