



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO

FACULTAD DE CONTADURÍA Y
ADMINISTRACIÓN

SEGRAMEX

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

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTA:

PAVEL HERNÁNDEZ CAAMAÑO

ASESOR:

L.A. Y MTRO. ADRIAN MENDEZ SALVATORIO



MEXICO, D.F.

2004



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.



MINISTERIO DE EDUCACIÓN

SECCIÓN

MAYO 24 2004



COORDINACIÓN DE
EXÁMENES PROFESIONALES

ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA





INDICE

Introducción	1
I Concepto del Negocio	3
Análisis FODA	4
Cultura Empresarial	5
Métricas de valor	8
Planeación estratégica	10
II Estudio de Mercado	12
Concepto del consumidor	13
Perfil del consumidor	14
Segmentación de mercado	15
Plan de Mercadotecnia	19
Cuestionario	26
Resultados de la encuesta	27
Imagen corporativa	31
III Estudio Técnico	33
Localización de la Planta	34
Distribución de la Planta y Diagrama de Hilos	35
Diagrama de Flujo	36



IV Organización	38
Organigrama de la empresa	39
Funciones	40
Perfil	42
Carta compromiso del facilitador mayor	44
Carta compromiso del facilitador económico- administrativo	46
Carta compromiso del facilitador político-social	48
Carta compromiso del facilitador producto y / o servicio	50
Carta compromiso de operativos	53
Valuación de Puestos	56
Evaluación de Puestos	57
V Estudio Financiero	67
Fuentes de financiamiento	68
Evaluación de fuentes de financiamiento	70
Punto de equilibrio	71
VI Base Legal	74
Puesta en marcha	75
Anexo	77



Introducción

Sin duda alguna, la viabilidad de la creación de cualquier empresa o bien de las actividades de cualquier actividad colectiva humana, dependen, en gran medida, de los miembros que la conforman; constituyendo las bases que garanticen su plena consolidación y perspectiva ante el futuro. Es por ello que antes de poder pensar en la viabilidad de una empresa como tal, es necesario lograr un alto desempeño que aseguren su continuo crecimiento.

Así pues, acudiendo a lo anterior, me encuentro en la posibilidad de plena integración mis habilidades como empresario empezando por una actitud ante la vida misma de superación constante, una vida en la que las barreras no tienen cabida una sólida integración, por estándares de actitud y aptitud muy por encima de las del promedio. Esto genera una amplia gama de aptitudes que hacen posible pensar en un futuro prometedor.

La elaboración del presente proyecto de negocios obedece, en primera instancia, a que me percate de que en general, las empresas dedicadas al giro alimenticio; especialmente al de las botanas, carecen de una operación que realmente obedezca a la protección y salvaguarda del gusto de los clientes; donde existe un sin número de barreras que obstaculizan el verdadero alcance de las oportunidades que ofrece dicho mercado en términos de la satisfacción de las necesidades de dicho cliente.

Cabe mencionar que inicialmente se contaba con una idea muy somera acerca de la posible forma de operación de la empresa a crear, donde me percate de que el mercado; es decir, nuestro cliente, quería, deseaba y necesitaba algo diferente; por el cambio radical que sufrió dicha idea, nos encontramos en la posibilidad de afirmar que el resultado del presente documento, realmente obedece a las necesidades del cliente, y no a un capricho de los socios que inferen sobre los gustos del cliente.

De tal manera pondré manos a la obra para emprender un viaje que se materialice en la creación de una nueva empresa que realmente vaya de acuerdo a los intereses de mis clientes. Es precisamente el presente documento, el despegue hacia la búsqueda de un futuro prometedor.

I

Concepto del Negocio



I Concepto del Negocio

En esta primera parte de la carpeta veremos el análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, Cultura Empresarial (Visión, Misión, Objetivos, Filosofía y Métricas de Valor) y Planeación Estratégica. Todos estos elementos son de gran importancia para el posterior desarrollo del proyecto pues cada uno debe estar muy bien definido ya que juntos integran la base en la que se sustentara.



Análisis FODA

Fortalezas F	Oportunidades O
<ul style="list-style-type: none">✓ Experiencia laboral✓ Interés personal✓ Espíritu de lucha y emprendedor✓ Estabilidad financiera✓ Profesionalismo✓ Propositivos✓ Relaciones interpersonales✓ Disponibilidad de Horario✓ Capacidad de atención al cliente✓ Sociables✓ Experiencia laborando en negocios familiares✓ Amplias relaciones con proveedores en diversos ramos.✓ Respaldo de un profesor empresario.✓ Tolerancia.	<ul style="list-style-type: none">✓ Respaldo moral de empresarios✓ Disponibilidad de instalaciones de imprenta✓ Nula competencia en el ramo de la imprenta✓ Amplitud de mercado✓ Falta de instrumentos de inversión que permitan obtener altos rendimientos en tiempos cortos.✓ Creación de publicidad para empresas emergentes.✓ Financiamiento de Bancomext✓ Disponibilidad de material en el mercado de las pizzas✓ Disponibilidad de un proveedor de botanas finas.✓ Incursionar en el mercado de las artesanías✓ Fondo del grupo.
Debilidades D	Amenazas A
<ul style="list-style-type: none">✓ Posesivos✓ Falta de experiencia como empresarios	<ul style="list-style-type: none">✓ Otros alumnos más capaces✓ Discriminación por pertenecer a una universidad pública✓ Subestimación por la corta edad✓ Remota posibilidad de que se presente una huelga✓ Falta de ofertas de trabajo✓ La ideología por parte de los demás en cuanto a que cualquiera puede ser administrador.



Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none">• La mayor parte del trabajo se realiza en forma colectiva (Trabajo en equipo)• Diversidad de ideas y experiencia tanto académica como laboral.• Mayor grado de independencia y autosuficiencia en los integrantes.• Democracia en la toma de las decisiones.• Participación activa en clase.• Buena integración.• Somos Incluyentes.	<ul style="list-style-type: none">• Bajo rendimiento• Poco tiempo efectivo de trabajo.• Irregularidad en la asistencia.• Falta de participación dentro del equipo.

Cultura Empresarial

Visión:

Brindar nuestros servicios a una empresa multinacional, que me provea de los conocimientos, recursos y experiencia necesarios para poder fungir como empresario independiente de manera paralela; siempre atendiendo a las necesidades y problemáticas de la sociedad, por medio de la investigación y la formulación de una teoría administrativa enfocada a la microempresa mexicana, así como la creación de nuevas fuentes de empleo, que en conjunto, me provea de una firme consolidación profesional y de una calidad de vida tal, que me permita formar una familia bajo una situación económica desahogada.

Misión:

Consolidar los conocimientos necesarios en el mundo de la administración, para poderlos capitalizar obteniendo un empleo que nos provea de los recursos, la experiencia y las relaciones necesarias para fungir como empresarios independientes, aportando un producto y/o servicio que atienda a las necesidades de la sociedad, así como una teoría administrativa enfocada a la micro empresa mexicana.



Objetivos Generales

Terminar la carrera en un plazo máximo de 5 años, para obtener un título que avale dichos conocimientos y a su vez me permita; obtener un buen trabajo relacionado con la carrera de administración en un periodo no mayor a un año para solventar gustos en general que nos permitan ganar un mínimo de 13000 pesos mensuales.

Aprovechar la signatura de creación de empresas 1 para poder desarrollar una idea innovadora de un producto o servicio que beneficie y satisfaga a su vez una necesidad concreta a la sociedad.

Filosofía

"Conducirme ante la vida de forma íntegra y profesional sirviendo a la sociedad con una actitud positiva"

Decálogo

1. **Confianza:** Certidumbre con respecto a las demás personas. Que tanto se cumple con las expectativas de los demás.
2. **Honradez:** Respeto a los bienes y derechos de los demás.
3. **Compromiso:** Congruencia entre lo que se piensa, se dice y se hace. Cumplir con nuestros compromisos, tareas y obligaciones.
4. **Lealtad:** No traicionar a las personas que depositan su confianza en nosotros. Fidelidad a una idea o persona.



5. **Puntualidad:** Es el respeto al tiempo de los demás.

6. **Honestidad.** Decir la verdad actuando con integridad no importando circunstancias o consecuencias.

7. **Responsabilidad.** Responder y dar cuenta de nuestros actos. Responder de forma íntegra ante circunstancias adversas.

8. **Eficacia y Eficiencia.** Conseguir los objetivos anhelados con el máximo aprovechamiento de los recursos disponibles.

9. **Disciplina.** Ser constante, cumplir con las normas establecidas.

10. **Optimismo.** Ver las cosas desde el punto más favorable.



Métricas de Valor

Precio:

Después de haber analizado el monto del costo de vida en el equipo; así como el importe del beneficio adicional que pretendemos obtener, obtuvimos un promedio en el que concluimos lo siguiente:

Costo de Vida del Equipo diario: \$ 77.42

Costo de vida del equipo mensual: \$ 2322.60

Beneficio adicional pretendido por día: (50.87%) \$ 39.39

Beneficio adicional mensual: \$ 1181.70

Precio Total Diario: \$ 116.81

Precio total mensual: \$ 3504.30

Tiempo:

- **Proveedor:** Por ningún motivo retrasar por mas de 15 días en el cumplimiento de nuestros responsabilidades
- **Cliente:** Ser completamente oportuno en la entrega de la carpeta de negocios, teniéndola lista para ser revisada en tiempo y forma.

Cantidad:

- **Proveedor:** Cumplir con absolutamente todo lo que se nos .
- **Cliente:** El número de temas cubiertos, nunca podrá ser menor a lo requerido.



Calidad:

- *Proveedor:* Que la calificación final al término del curso sea superior a la del promedio.
- *Cliente:* Cumplir o superar las expectativas establecidas en el curso, así como las del mercado.

Producto y/o Servicio

- *Proveedor:* Que el contenido de nuestra carpeta y nuestro producto y/o servicio sea sobresaliente, denotando un aplicación basta de conocimientos y experiencias.
- *Cliente:* Ofrecer un producto y/o servicio innovador, con mejoras notables y una tendencia ha ser un elemento de éxito en el mercado.



PLANEACION ESTRATEGICA

PLANO VISIONARIO		
CREATIVIDAD	SUENO	ALIANZAS
He adquirido experiencia laboral e incursiones en los negocios (microempresas).	Busco independizarme a través de la consolidación de nuestra Empresa.	Nuestras principales alianzas son: <ul style="list-style-type: none">• IMPI (Instituto Mexicano de Propiedad Industrial)• Programa Emprendedores UNAM• CAMIPE• Familiares y Maestros• Centro BANCOMEXT• Programas de intercambio académico• Alianzas Empresariales
PLANO OPERATIVO		
CONOCIMIENTOS	ACCIONES	INNOVACIÓN
<ul style="list-style-type: none">• Educación media Superior• Conocimientos en lenguas extranjeras, Computo y web, Financieros, gastronomía, Bellas Artes.• Además de contar con cursos especiales sobre motivación de personal	<ul style="list-style-type: none">• Elaboración de la Carpeta de Negocios.• Conocimientos adquiridos en Clase.• Investigaciones Especiales sobre nuestra Empresa	<ul style="list-style-type: none">• Creación de un Producto y/o Servicio para la comunidad.• Formación de un a nueva Empresa

II

Estudio de Mercado



II Estudio de Mercado

La Segunda parte es de suma importancia por que nos permite conocer a nuestros consumidores, nos identificaremos con ellos, los conceptualizaremos, definiremos nuestro mercado, haremos nuestro plan de mercadotecnia y tabularemos analizaremos e interpretaremos nuestros cuestionarios.

Lo que encontraremos en esta segunda parte: Concepto y perfil del Consumidor, Segmentación de Mercado (Mercado Total, Mercado Potencial, Mercado Meta y Mercado Real), Plan de Mercadotecnia (Precio, Promoción, Plaza y Producto), Plan de Mercadotecnia, Cuestionario e imagen Corporativa.



Concepto del Consumidor

Nombre

"Cuako's" . Es una variante de la palabra cacahuates = cuakahuates + macaco = Cuako's.

Imagen

La imagen identifica visualmente a nuestro consumidor , pues Cuako el macaco representa a alguien cuyas características son las que a continuación se presentan en la descripción.

Descripción del concepto

Es un personaje que representa a a alguien juvenil, con un temperamento alegre, simpático, social, jovial y optimista. Además su sexo y ocupación son indistintos, acostumbra consumir cuacahuates por su sabor, con una frecuencia semanal y no tiene restricción o disciplina alimentaria alguna.

Carácter y Temperamento

Tiene una vida social activa pues acostumbra consumir botanas en fiestas, reuniones oferente a su televisor, con un nivel socio-económico medio. Acostumbra ingerir alimentos entre comidas pues no se encuentra bajo ningún régimen alimenticio.





Perfil del Consumidor

Necesidad a cubrir:

Poner al alcance del consumidor un nuevo concepto de botanas finas que cumplan con lo que realmente desea y merece

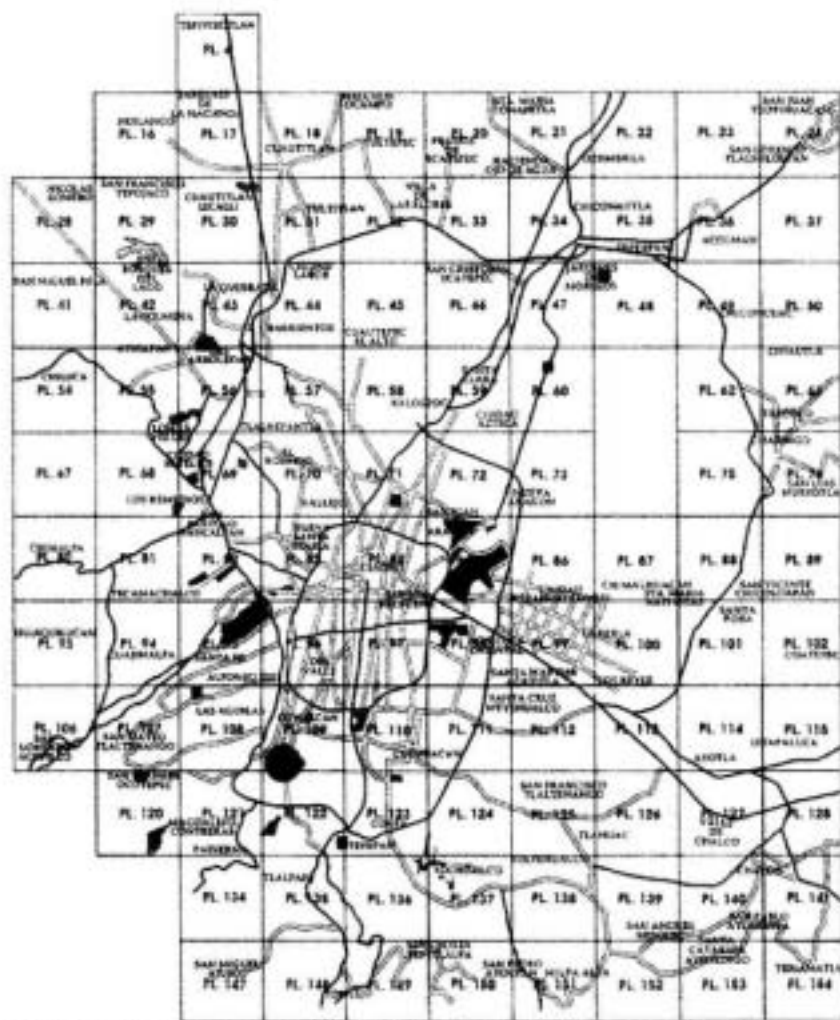
Edad:	De 9 años en adelante.
Ingresos:	Nuestro consumidor debe de destinar entre \$1.00 y \$20.00 semanales a la compra de botanas.
Estado civil:	Indistinto.
Ocupación:	Indistinta
Sexo:	Indistinto
Hábitos de Compra:	<p>Nuestro consumidor normalmente acostumbra adquirir botanas finas en las tiendas de su localidad, con una frecuencia de compra semanal y una inclinación hacia la presentación individual. Por otro lado se encuentra dispuesto a pagar entre \$1.00 y \$6.90 por una presentación individual, de \$11.00 a 13.90 por una mediana y no mas de \$30.00 por una presentación de tamaño familiar.</p> <p>Además, la compra de nuestro consumidor se ve motivada principalmente por el sabor del producto.</p>
Hábitos alimenticios:	Las personas que consuman el producto, deben ser necesariamente personas sin restricción alimenticia, además de ser personas que acostumbren ingerir alimentos entre comidas.
Gustos y Preferencias:	<p>Nuestro mercado en primer lugar, debe de tener un gusto por las botanas en granos, y dentro de ellos, tiene una inclinación hacia los cacahuates; preferentemente enchilado o japonés.</p> <p>Además, nuestro consumidor prefiere la promoción que le proporcione mayor cantidad del mismo producto por el mismo precio.</p> <p>Nuestro consumidor acostumbra consumir botanas en fiestas, reuniones o bien frente a su televisor.</p>



Segmentación de Mercado

Mercado Total: Ciudad de México

- Localización de los mercados Potenciales
- Localización de la planta
- Localización de Mercado Meta



Mercado Potencial (PL. 71).- Ver mapa del mercado total.

■ Localización de puntos de venta

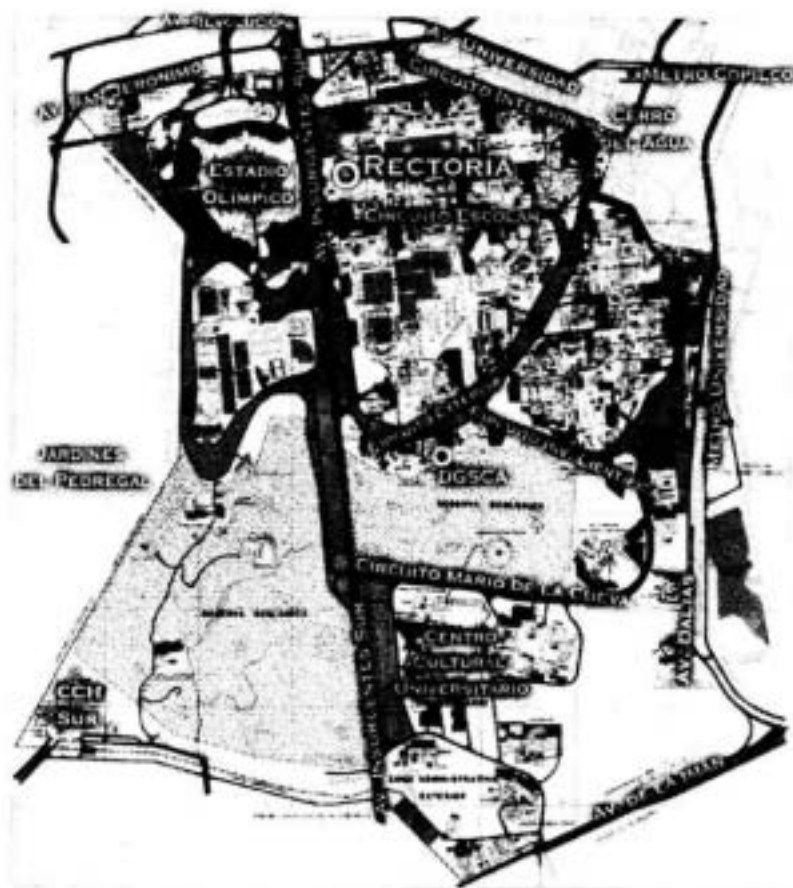




Mercado Meta: Ciudad Universitaria

Puntos de Venta:

- Tienda UNAM
- Cooperativas, Cafeterías Y tiendas de cada Facultad
- Otros Establecimientos.





Mercado Real: Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Nacional Autónoma de México

Puntos de Venta:

- Cafeterías y cooperativas así como otros establecimientos de la Facultad
- Ventas Personalizadas.





Plan de Mercadotecnia

OBJETIVO

Colocar dentro del gusto del consumidor que conforma el mercado de la ciudad de México, un nuevo concepto de botanas que nos permita consolidarnos como empresa en un plazo no mayor a un año.

PRECIO

Para fijar el precio del producto tomamos en cuenta los siguientes factores:

A) COMPETENCIA

Nuestra posición en el mercado será la de competidor pues:

- > El precio costo-beneficio se encuentra entre el precio líder (\$3.79) y el del seguidor (\$1.00).
- > Es un producto que se encuentra en el proceso de introducción en el mercado por lo que no puede ubicarse como líder.
- > Nos consideramos competidores por que nuestro precio costo-beneficio es similar al de los demás competidores (Promedio De competidores: \$5.02)

SEGUIDOR		
Marca	Gramos	Precio
<i>Sol</i>	75gr	\$1.87

COMPETIDOR			
Marca	Producto	Gramos	Precio
<i>Nishicahua</i>	Cacahuete japonés	75gr	\$3.79
	Cacahuete Salado	75gr	\$3.79
<i>Marca X</i>	Nueces Garapiñadas	75gr	\$8.75
<i>Pepe</i>	Pistache	75gr	\$5.25
	Habas	75gr	\$5.25
	Garbanzos	75gr	\$5.25
	Cacahuete Natural	75gr	\$5.25
	Cacahuete Enchilado	75gr	\$5.25
	Cacahuete salado	75gr	\$5.25
	Botana Mixta	75gr	\$5.25
	Nuez de la India	75gr	\$16.88



	Gomas de Vainilla	75gr	\$4.69
El coco	Cacahuete Garapiñado	75gr	\$6.25
	Nuez de la India	75gr	\$11.25
	Pistache	75gr	\$9.38
	Huevos de Chocolate	75gr	\$6.25
	Gornitas	75gr	\$6.25
	Nuez Garapiñada	75gr	\$10.00
	Nuez de Chocolate	75gr	\$11.25
	Gomas de Vainilla	75gr	\$6.25
Barcel	Cacahuates Sal y Limón	75gr	\$6.25
	Hut Nuts	75gr	\$5.56

LÍDER			
Marca	Producto	Gramos	Precio
Sabritas	Cacahuates Enchilados	75gr	\$5.92
	Cacahuates Limón y Sal	75gr	\$5.92
	Pepitas	75gr	\$5.92

Precio según competencia = \$ 5.02

B) COSTO-BENEFICIO (Objetivo)

Precio Costo-Beneficio			
Insumo	Precio	Precio/Unidad Producida (Pesos)	Sumas (Pesos)
Cacahuete Estilo Japonés	\$12/kg.=13.33 us.	0.9	
Bolsa de Celofán (12cm)	\$50/kg.=500 us.	0.1	
Impresión en Bolsa de Celofán		0.35	
Bolsa de Papel	\$.20c/u=25us	0.008	
Caja de Cartón	\$.50c/u=225us.	0.0022	
Costos Variables			1.3602
Mano de Obra	\$1,500 mens	0.22	
Renta	\$700 mens.	0.1	
Luz	\$50 bimes.	0.0037	
Agua	\$13 bimes.	0.00096	
Teléfono	\$156 mens.	0.023	
Costos Fijos			0.34766
Costos Totales			1.70786
Costos Totales + Beneficio (50%)			2.56179



Precio Costo-Beneficio = \$2.56

C) PRECIO EN EL MERCADO

Los datos que arrojó nuestra investigación de mercado con respecto a precio son los siguientes:

Encontramos que el 80% de nuestros consumidores se encuentran dispuestos a pagar por una presentación individual en promedio \$4.00.

Precio Según el Mercado: \$4.00

Precio de Venta: \$2.56

d) Políticas de Precios y Descuentos.

La política de precios y descuentos esta representada en la siguiente tabla.

Políticas de Precios y Descuentos		
<i>Tipo de compra</i>	<i>Volumen</i>	<i>Precio Unitario</i>
Contado	25 us	\$ 2.80
Contado	225 us	\$ 2.70
Contado	2250 us	\$ 2.60
Crédito	2250 us	\$ 2.80

PROMOCION

Concepto creativo:

Con base a la investigación de mercado encontramos que:

- Nuestro consumidor prefiere una promoción que le ofrezca mayor cantidad de producto por el mismo precio, por lo que se le ofrecerá un 25% más de producto que nuestro competidor mejor posicionado en el mercado por el mismo precio.
- Establecimiento de un Stand ubicado en el pasillo central de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Nacional Autónoma de México para darnos a conocer al mercado meta.
- Promoción y venta personalizada a nuestro consumidor final dentro de nuestro mercado real.
- Publicidad persuasiva a través de carteles en nuestro mercado real.
- Playeras estampadas para promotores y vendedores.
- Creación de una página Web para asistencia al cliente.



PLAZA

La planta de producción se encontrará localizada al sur de la ciudad de México en Calle Benfica, #39, Col. Arboledas del Sur, Del. Tlalpan; por las siguientes razones:

1. Se encuentra a 15 min. de distancia de nuestro mercado Real (Facultad de Contaduría y administración de la Universidad Nacional Autónoma de México)
2. Se encuentra a 15 min. de nuestro mercado meta (Ciudad Universitaria)
3. De acuerdo a nuestro mercado potencial se encuentra a las siguientes distancias:
 - a. Mercado Potencial #1.- 45min. (Lourdes)
 - b. Mercado Potencial #2.- 70min. (Guadalupe)
 - c. Mercado Potencial #3.- 70min. (Miguel)
 - d. Mercado Potencial #4.- 75min. (Pavel)
 - e. Mercado Potencial #5.- 85min. (Victor)
 - f. Mercado Potencial #6.- 91min. (Jonathan)
4. Se encuentra dentro de nuestro mercado total (La Ciudad de México)
5. Las vías de accesibilidad son favorables para el contacto con proveedores.

Lugar de distribución del Producto:

- > Cafeterías y expendios semifijos dentro de la Facultad de Contaduría y Administración.
- > Ciudad Universitaria.
- > Perímetro de nuestra localidad

Canales de Distribución:

- > Venta Directa y Personalizada a establecimientos y consumidores finales

Transporte

- > Transporte Público
- > Transporte Oficial de la Empresa (Cuskomovil)
- > Bicicletas

Medios:

- > Canastillas
- > Cajas de Cartón
- > Bolsas selladas herméticamente

PRODUCTO

Diseño del Producto Estrella

El producto estrella se definió a través de la investigación de mercado, que nos mostró una preferencia de nuestros consumidores hacia los cacahuates estilo japonés en presentación individual.

CONTENIDO

Cacahuete estilo japonés en bolsa individual de celofán sellada a los extremos con un gramaje de 75 grs. El gramaje fue establecido con base en la competencia, incluyendo en este la promoción de 25% mas producto por el mismo precio que la competencia (60grs).



MARCA

La marca deriva del nombre del concepto del consumidor (cuako) con la finalidad de que este se identifique con la marca. Los colores de la marca (amarillo, naranja y negro) al igual que el estilo de letra reflejan una actitud joven, divertida, amigable, unida y sencilla.

ENVASE

El envase será la parte interna de la bolsa de celofán que contendrá el producto.

Material: plástico celofán.

ENVOLTURA

Esta será la parte externa de la bolsa que contendrá el producto y en donde estarán impresos todos los motivos comerciales y requerimientos legales (etiqueta).

ENVALAJE

Bolsa de papel con un contenido de 25 bolsas individuales de 75 grs.

LOGOTIPO

El logotipo al igual que la marca esta representado por el nombre del concepto del consumidor (cuako) con la finalidad de que este se identifique con la marca. Los colores de la marca (amarillo, naranja y negro) al igual que el estilo de letra reflejan una actitud joven, divertida, amigable, unida y sencilla.

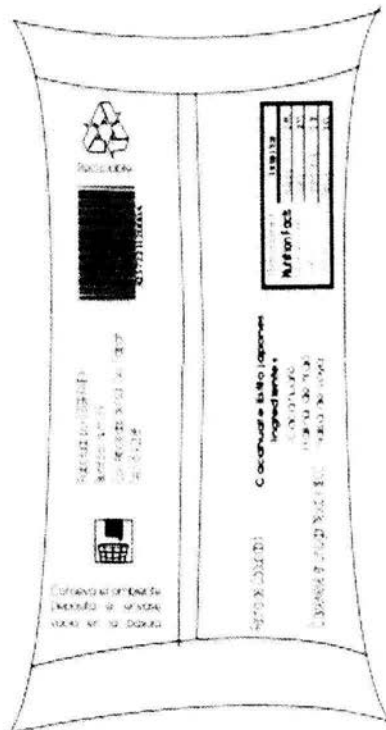
ETIQUETA

La etiqueta esta impresa en la envoltura (bolsa de celofán e incluye):

1. en la parte frontal tenemos:
 - a. marca
 - b. logotipo de producto
 - c. contenido del producto (75 gramos)
 - d. estrategia de promoción (25% mas de producto)
 - e. leyenda alusiva a la UNAM
 - f. concepto de consumidor
2. en el reverso encontramos:
 - a. tabla de información nutrimental
 - b. código de barras
 - c. ingredientes
 - d. leyendas de conservación del ambiente (reciclaje y deposite la basura en su lugar)
 - e. domicilio fiscal (Benfica No. 39 col. Arboledas del sur, del. Tlalpan, México DF.)
 - f. origen del producto
 - g. instrucciones de conservación
 - h. ingredientes
 - i. teléfono de atención a clientes (0445585762133; 0445551582385)
 - j. nombre de la empresa



CAKOS





Plan de Mercadotecnia

	Acciones (Proceso)	Tiempo (Programa)	Recursos (Presupuesto)	Resultados (Pronósticos)
plaza	<ul style="list-style-type: none"> • Establecimiento del lugar de la planta • Segmentación de mercado • Establecer Puntos de venta • Distribución a puntos de venta en el mercado real 	<ul style="list-style-type: none"> • 2 días • 2 días • 1 día • 1 día 	<ul style="list-style-type: none"> • \$1400 de enganche • \$50 de Internet • \$20 Renta de PC • \$50 de transporte 	<ul style="list-style-type: none"> • Favorecer la producción • Canalizar esfuerzos • Determinación de clientes. • Satisfacción de los clientes.
Promoción	<ul style="list-style-type: none"> • Lanzamiento de publicidad persuasiva a través de carteles en el mercado real. • Introducción del producto al mercado real • Implementación de uniformes con imagen corporativa. • Establecimiento del stand para promoción del producto. • Dar a conocer página web. 	<ul style="list-style-type: none"> • 3 días • 8 días • 4 días • 7 días • 12 días 	<ul style="list-style-type: none"> • \$50 de 100 carteles • \$ 2.80 us • \$ 250 • \$ 150 • \$ 0 	<ul style="list-style-type: none"> • Captación de la atención del cliente. • Asegurar la permanencia • Dar a conocer cultura organizac. • Tener presencia en mercado • Asistencia y servicio a clientes.
Precio	<ul style="list-style-type: none"> • Determinación de precio objetivo. • Análisis del precio de la competencia. • Análisis del precio del mercado • Políticas de precio y descuentos. 	<ul style="list-style-type: none"> • 2 días • 8 días • 7 días • 1 día 	<ul style="list-style-type: none"> • \$ 0 • \$ 31 • \$ 60 • \$ 0 	<ul style="list-style-type: none"> • Cubrir costo de vida y beneficio • Conocer posición en mercado. • Saber economía del consumidor • Flexibilidad en forma de pago
Producto	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño del producto estrella • Determinar la profundidad • Determinar amplitud 	<ul style="list-style-type: none"> • 20 días • 1 día • 1 día 	<ul style="list-style-type: none"> • \$ 200 • \$ 0 • \$ 0 	<ul style="list-style-type: none"> • Éxito en el gusto del consumidor. • Desarrollar el producto estrella. • Satisfacer otras necesidades.



CUESTIONARIO

Instrucciones: Marca con una "X" solo una de las respuestas de cada pregunta que vaya de acuerdo con tu preferencia.

- ¿Consumes Botanas?
a) Sí b) NO
- ¿Que clase de botana compras?
a) Frituras (Papas, Chicharrones, etc.) b) Granos (Cacahuates, nueces, pistaches, pepitas, etc.) c) Ambos
- ¿Donde acostumbras comprar botanas?
a) Tienda b) Puesto ambulante c) Tienda departamental d) Mercado-Tianguis e) Otro _____
- ¿En que te basas para comprar una botana?
a) Precio b) Sabor c) Presentación d) Marca e) Otro _____
- Ordene del 1 al 5 las siguientes botanas según su frecuencia de compra, siendo 1 el que mas compra y 5 el que menos compra.
() Cacahuates () Pepitas
() Pistaches () Habas
() Nuez de la India () Mixta
- ¿Que tipo de cacahuates prefiere?
a) Salado b) Enchilado c) Japonés d) Natural e) Garapitado
- ¿Qué presentación de botana compras?
a) Individual b) Mediana c) Familiar
- En la siguiente tabla, marca con una X cuanto estarias dispuesto a pagar por un paquete de botanas finas en sus diferentes presentaciones.

	Individual					Mediana					Familiar					
moneda	\$1.00	\$4.00	\$7.00	\$10.00		Monedas	\$11.00	\$14.00	\$17.00	\$20.00	\$23.00	\$26.00	\$29.00	\$32.00	\$35.00	Más De
de	\$	\$	\$	\$	mas	de	\$	\$	\$	\$	monedas	\$	\$	\$	\$	\$
	\$1.00	\$1.90	\$6.90	\$9.90		\$11.00	\$13.90	\$16.90	\$19.90		monedas	\$30.00	\$40.00	\$50.00	\$70.00	

- ¿Cada cuando acostumbras comprar botanas en granos?
a) Diariamente b) Semanalmente c) Quincenalmente d) de 1 a 3 meses e) Mas de 3 meses
- ¿Cuanto dinero destinas semanalmente a la compra de botanas?
R= \$ _____
- ¿En que ocasiones acostumbras consumir botanas?
a) Fiestas o reuniones b) Solo c) Viendo Televisión d) En bares o cantinas e) Otro _____
- ¿Cuál de las siguientes promociones te parece mas atractiva?
a) Mejor precio por tiempo limitado
b) Mayor cantidad del producto por el mismo precio
c) Descuento para otros productos
d) Producto de regalo

Edad _____
Sexo _____



Resultados de la encuesta

Pregunta #1

¿Consumes botanas?

Inciso	Respuesta	Frecuencia	G1	G2	G3	X	Me	Mo
a)	SI	300	99	101	100	100	101	
b)	NO	41	13	14	14	13.6	14	14
		341						

Pregunta #2

¿Qué tipo de botana prefieres?

Inciso	Respuesta	Frecuencia	G1	G2	G3	X	Me	Mo
a)	Frituras	102	33	35	34	34	35	
b)	Granos	99	33	34	32	33	34	
c)	Ambos	99	33	33	33	33	33	33
		300						

Pregunta #3

¿Donde acostumbras comprar botanas?

Inciso	Respuesta	Frecuencia	G1	G2	G3	X	Me	Mo
a)	Tienda	180	53	54	53	53.33	54	53
b)	Puesto ambulante	9	3	3	3	3	3	3
c)	Tienda departamental	87	29	30	28	29	30	
d)	Mercado-tianguis	27	9	9	9	9	9	9
e)	Otro	17	6	5	6	5.66	5	6
		300						

Pregunta #4

¿En que te bases para comprar una botana'

Inciso	Respuesta	Frecuencia	G1	G2	G3	X	Me	Mo
a)	Precio	34	11	12	11	11.33	12	11
b)	Sabor	201	67	65	69	67	65	
c)	Presentación	16	5	6	5	5.33	6	5
d)	Marcas	30	10	10	10	10	10	10
e)	Otro	19	7	6	6	6.33	6	6
		300						



Pregunta #5

¿Cuál de las siguientes botanas prefieres?

Inciso	Respuesta	Frecuencia	G1	G2	G3	X	Me	Mo
a)	Cacahuates	137	45	47	45	45.66	47	45
b)	Pistaches	76	26	25	25	25.33	25	25
c)	Mixta	33	11	11	11	11	11	11
d)	Pepitas	29	10	9	10	9.66	9	10
e)	Nuez de la India	14	6	5	3	4.66	5	
f)	Habas	11	3	4	4	3.6	4	4
		300						

Pregunta #6

¿Qué tipo de cacahuates prefieres?

Inciso	Respuesta	Frecuencia	G1	G2	G3	X	Me	Mo
a)	Salado	51	17	16	18	17	16	
b)	Enchilado	104	33	34	37	34.66	37	37
c)	Japonés	110	36	37	37	36.66	34	
d)	Natural	25	8	9	8	8.33	9	8
e)	Garapiflado	10	3	3	4	3.33	3	4
		300						

Pregunta #7

¿Qué tipo de presentación compras normalmente?

Inciso	Respuesta	Frecuencia	G1	G2	G3	X	Me	Mo
a)	Individual	167	55	57	55	55.66	57	55
b)	Mediana	86	28	28	30	28.66	28	28
c)	Familiar	47	15	17	15	15.66	17	15
		300						

Pregunta #8

¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por cada una de las presentaciones de botanas?

INDIVIDUAL

Respuesta	Frecuencia	G1	G2	G3	X	Me	Mo
Menos de \$1.00	10	3	4	3	3.33	4	3
1 - \$3.90	117	38	40	39	12.66	40	
4 - \$6.90	123	40	41	42	41	41	
7 - \$9.90	22	7	8	7	7.33	8	7
Mas de \$10.00	28	9	10	9	9.33	10	9
	300						



MEDIANA

Respuesta	Frecuencia	G1	G2	G3	X	Me	Mo
Menos de \$11.00	82	27	26	29	27.33	26	
11 - \$13.90	110	36	36	38	36.66	36	36
14 - \$16.90	67	22	23	22	22.33	23	
17 - \$19.90	28	9	10	9	9.33	10	9
\$20.00 o mas	13	4	4	5	4.33	4	4
	300						

FAMILIAR

Respuesta	Frecuencia	G1	G2	G3	X	Me	Mo
\$20.00 o menos	120	40	40	40	40	40	40
21 - \$30.00	104	35	34	35	34.66	34	35
31 - \$40.90	42	14	14	14	14	14	14
41 - \$50.00	19	7	6	6	6.33	6	6
Mas de \$50.00	15	5	5	5	5	5	5
	300						

Pregunta #9

¿Cada cuando acostumbras comprar botanas en granos?

Inciso	Respuesta	Frecuencia	G1	G2	G3	X	Me	Mo
a)	Diariamente	43	15	14	14	14.33	14	14
b)	Semanalmente	112	38	37	37	37.33	37	37
c)	Quincenalmente	74	24	24	26	24.66	24	24
d)	1 - 3 meses	61	20	21	20	20.33	21	
e)	Mas de 3 meses	10	3	4	3	3.33	4	3
		300						

Pregunta #10

¿Cuánto dinero destinas semanalmente a la compra de botanas?

Inciso	Respuesta	Frecuencia	G1	G2	G3	X	Me	Mo
a)	\$1.00 - \$10	99	33	33	33	33	33	33
b)	\$11 - \$20	76	25	26	25	25.33	26	25
c)	\$21 - \$30	41	15	13	13	13.66	13	13
d)	\$31 - \$40	18	6	6	6	6	6	6
e)	\$41 - \$50	41	13	14	14	13.66	14	14
f)	\$50 - \$100	20	7	6	7	6.66	6	7
g)	\$100	5	3	1	1	1.66	1	1
		300						



Pregunta #11

¿En que ocasiones acostumbras consumir botanas?

Inciso	Respuesta	Frecuencia	G1	G2	G3	X	Me	Mo
a)	Fiestas - Reuniones	127	42	45	40	42.33	45	
b)	Solo	45	15	15	15	15	15	15
c)	Viendo .TV.	101	33	35	33	33.66	35	33
d)	Bares – cantinas	17	7	5	5	5.66	5	5
e)	Otro	10	3	3	4	3.33	3	3
		300						

Pregunta #12

¿Cuál de las siguientes promociones te parece mas atractiva?

Inciso	Respuesta	F _i	G1	G2	G3	X	Me	Mo
a)	Mejor precio por tiempo limitado	40	13	14	13	13.33	14	13
b)	Mayor cantidad del producto por el mismo precio	197	68	65	64	65.66	65	
c)	Descuento para otros productos	21	7	7	7	7	7	7
d)	Producto de regalo	42	14	14	14	14	14	14
		300						



Imagen Corporativa

Mascota

Con la finalidad de lograr que el consumidor se sienta identificado con nuestro producto, hemos decidido trasladar el "concepto del consumidor" definido anteriormente; cuyo nombre seguirá siendo Cuako; y cuya imagen se representa a continuación.



Lema

"Nuestra Gente la Fuerza... El cliente nuestra Motivación"

Eslogan

"¡Agárrame de Botana!"

Imagen de Personal:

Dado que buscamos proyectar una imagen juvenil, dinámica, jovial, sencilla y que visualmente se identifique con nuestro consumidor, la imagen de nuestro personal constará de:

- Playera color Naranja estampada con motivos alusivos a la imagen corporativa.
- Jeans azules standard
- Zapatos negros
- Cabello corto y peinado con fijador para hombres, así como peinado, maquillaje y accesorios juveniles para mujeres.
- Uñas limpias y cortas.

III

Estudio Técnico



III Estudio Técnico

En esta tercera parte encontraremos todo lo referente a la parte técnica: Localización de la Planta, Distribución de la planta, Diagrama de Hilos, Diagrama de Flujo y la Hoja de Producto (Ver Anexo).

Con el estudio técnico valoraremos la importancia que tiene cada parte de este para poder ser eficientes, para que la calidad de nuestros productos sea la óptima, para que el servicio sea eficaz y para optimizar nuestros recursos, reducir costos, establecer nuestros procedimientos etc.

Localización de la Planta

■ Localización de la planta.

■ Localización de puntos de venta





Distribución de la Planta / Diagrama de Hilos.

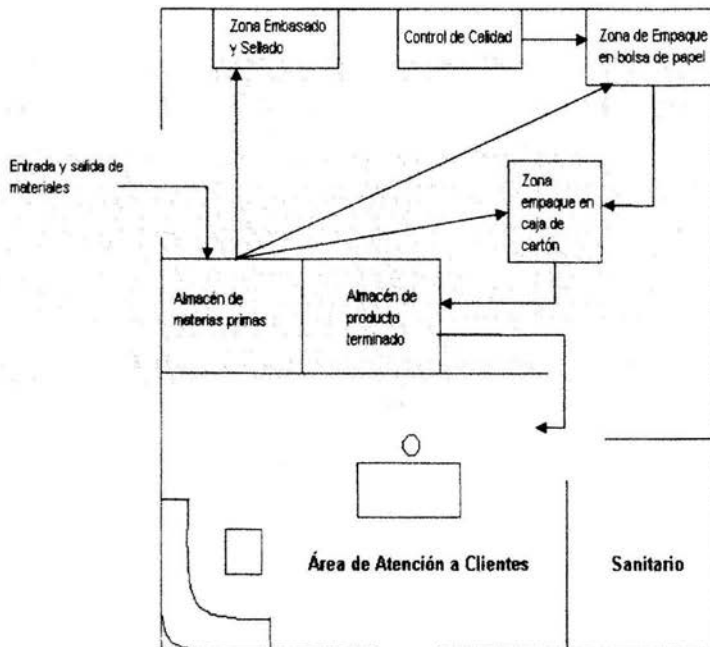
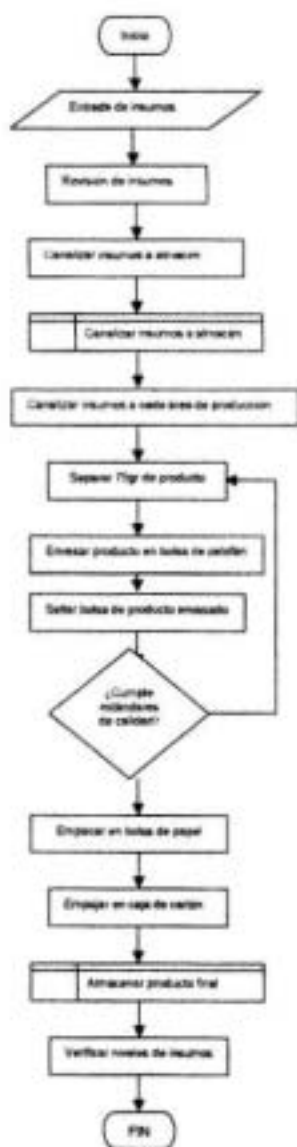


Diagrama de Flujo.



IV

Organización

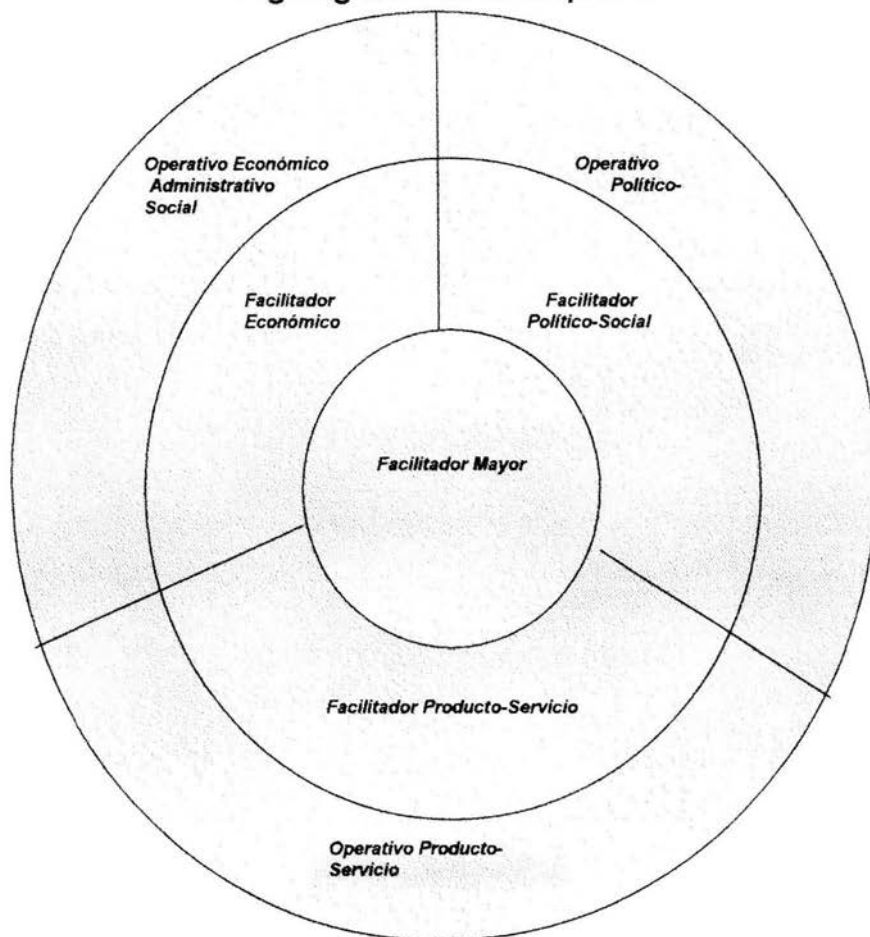


IV Organización

En nuestro cuarto capítulo esta expresada la manera en la que están establecidas, Áreas, Jerarquías, Funciones, Perfil de los Puestos, Valuación y Evaluación de Puestos.

La importancia de este cuarto módulo radica en que nos permitirá mantener un control sobre el personal, se establecerán responsabilidades y obligaciones, la manera en la que se interrelacionan, las áreas y los puestos y la forma en la que se medirá la eficiencia y eficacia del personal.

Organización Organigrama de la empresa



1.-Facilitador Mayor.

2.- Facilitador Económico-Administrativo.

3.- Facilitador Político-Social.

4.- Facilitador Producto-Servicio.

5.- Operativo Económico Administrativo.

6.- Operativo Político-Social.

7.- Operativo Producto-Servicio.



FUNCIONES

Funciones Del Facilitador Mayor:

- Coordinar las actividades de los integrantes del equipo
- Establecer estrategias de la mezcla de mercadotecnia
- Supervisar el trabajo del resto de la empresa
- Elaborar formas de control
- Mantener informados a los integrantes de un aspecto global de la empresa
- Promover las alianzas estratégicas
- Estar al tanto de los acontecimientos del exterior
- Proporcionar un ambiente de productividad y motivación
- Asegurar que los empleados conozcan la cultura organizacional
- Buena toma de decisiones
- Garantizar la correcta distribución de los recursos para cada una de las áreas

Funciones De Facilitador Producto Y/O Servicio:

- Debe conocer la metodología de ensamble
- Dominar la amplitud y profundidad del producto y/o servicio
- Obtener el mejor beneficio de los trabajadores
- Obtener el mejor beneficio de los proveedores
- Estar informado sobre los avances tecnológicos
- Encargarse de que siempre haya en almacén producto suficiente (stock)
- Mantener estrecha comunicación con el área de ventas
- Coordinar las actividades de compra y venta
- mantener la posición del producto y/o servicio a través de promociones
- Garantizar el volumen de ventas
- Mejorar la productividad de los trabajadores

Funciones De Facilitador Económico-Administrativo

- Desarrollar y eficientar sistemas de información
- Llevar el registro de ingresos y egresos
- Eficientar los procesos de producción (tiempos y movimientos)
- Mejorar la productividad de los trabajadores
- Desarrollar estrategias para optimizar los recursos financieros en cuanto a la compra y abastecimientos
- Reducir costos y gastos administrativos
- Desarrollar nuestros procesos alineados al enfoque de calidad total
- Revisión constante de la estructura organizacional con el fin de adecuarnos al cambio
- Autorizar nomina



Funciones Del Facilitador Politico-Social:

- Desarrollar programas de capacitación y adiestramiento
- Establecer un curso de inducción para nuevos elementos acerca de la cultura organizacional de la Empresa
- Reclutar y seleccionar personal para las diferentes áreas
- Desarrollar programas de motivación
- Implementar bonos de productividad para el personal
- Desarrollar programas de inducción a la cultura organizacional
- Elaborar plantilla y base de datos del personal de la empresa
- Implementar programas de higiene y seguridad industrial
- Dar seguimiento a los requerimientos de recursos humanos
- Llevar a cabo valuación de puestos
- Procurar una relación cordial entre los integrantes de su equipo de trabajo
- Desarrollar cursos mensuales de motivación de personal
- Supervisar la puntualidad y asistencia del personal

Funciones Del Operativo De Producción De Producto Y/O Servicio:

- Debe operar máquinas de envasado
- Verificar la calidad de la producción
- Empacar producto terminado
- Almacenar producto terminado
- Llevar a cabo un control de inventarios
- Verificar niveles de insumos
- Reportar fallas o desperfectos en la maquinaria
- Llevar un registro de producción
- Control de material de desperdicio
- Dar mantenimiento periódico a las máquinas

Funciones Del Operativo De Económico – Administrativo:

- Llevar registros contables
- Ingresar datos al sistema de información
- Realizar trámites (para crédito, préstamos, legales, etc.)
- Realizar cotizaciones de materia prima
- Dar seguimiento a las compras y abastecimientos
- Control de facturas

Funciones De Operativo Político – Social:

- Ejecutar las siguientes actividades:
 - Adiestramiento de personal
 - Capacitación
 - Programas de inducción
 - Implementar programas de higiene y seguridad industrial
 - Motivación del equipo de trabajo
- Elaboración de nómina
- Introducir información en la base de datos para elaborar plantillas



Perfil

1.- Las características de la persona que ocupará el puesto de Facilitador Mayor deberán cubrir el siguiente perfil:

- ◆ Capacidad de Liderazgo
- ◆ Experiencia en el manejo de personal
- ◆ Ser Licenciado en Administración de Empresas
- ◆ Facilidad de palabra
- ◆ Gusto por las relaciones Humanas
- ◆ Habilidad de negociación
- ◆ Excelente manejo de Computadora
- ◆ Edad: 20 – 30
- ◆ Sexo: Indistinto
- ◆ Conocimiento de la Dirección
- ◆ 2 años de Experiencia en el puesto
- ◆ Manejo de Paquetería COI, NOI, SAE

2.- Facilitador Producto - Servicio

- ◆ Experiencia en procesos productivos
- ◆ Licenciatura en administración ó Ingeniería (Diseño Industrial)
- ◆ Experiencia en el área de Ventas
- ◆ Conocimientos básicos de Mercadotecnia
- ◆ Manejo de Computadoras
- ◆ Habilidad de Negociación
- ◆ Control de Inventarios
- ◆ Habilidad en el manejo de personal
- ◆ Edad: 20 – 35
- ◆ Sexo: Indistinto
- ◆ Conocimiento en Logística de Ventas

3.- Facilitador Económico – Administrativo

- ◆ Licenciatura en Contaduría o Administración
- ◆ Experiencia en el manejo de Personal
- ◆ Capacidad de Liderazgo
- ◆ Sociabilizar con las personas
- ◆ Manejo de Paquetería COI, NOI, SAE
- ◆ Conocimientos de Calidad Total
- ◆ Creatividad
- ◆ Facilidad de Palabra
- ◆ Manejo de computadoras
- ◆ Edad: 25 – 35 años
- ◆ Sexo: Indistinto



4.- Facilitador Político - Social

- Licenciatura en Administración, Trabajo social o Psicología
- Experiencia en el manejo de Personal
- Conocimientos de nómina
- Manejo de programa NOI
- Disciplina
- Paciencia y profesionalismo
- Responsable
- Capacidad en la toma de decisión
- Edad: 20 – 35 años
- Sexo: indistinto
- Carismático

OPERATIVOS

Producto y/o Servicio

- Edad mínima: 18 años
- Escolaridad mínima: Nivel Secundaria
- Actitud de Servicio
- Responsabilidad
- Compromiso
- Estado Civil: Indistinto

Económico - administrativo

- Escolaridad: Carrera Técnica o Estudiante de Áreas Económico – Administrativas
- Edad: 18 años en adelante
- Sexo: Indistinto
- Manejo y conocimientos Básicos de Computación
- Actitud de servicio

Político – Social

- Escolaridad: Educación Preparatoria
- Edad: 18 años en adelante
- Sexo: Indistinto
- Manejo y conocimientos Básicos de Computación
- Actitud de servicio
- Estado Civil: Indistinto
- Experiencia en el Manejo de Personal



CARTA COMPROMISO DEL FACILITADOR MAYOR

Con el Área Económica Administrativa

a) Como proveedor

- Realizar reuniones mensuales para definir los objetivos a través de los cuales se darán a conocer sus propuestas
- Dar a conocer un informe mensual de actividades realizadas en relación a su área
- Vigilar que exista una buena comunicación con las otras áreas
- Elaborar conjuntamente un plan de presupuestos
- Hacer llegar los recursos suficientes para el desarrollo de sus actividades, en base a un plan de presupuestos desarrollado por ambas partes
- Evaluar el alcance de los objetivos del área
- Revisar o concretar nuevas alianzas estratégicas en relación al área

b) Como cliente

- Solicitar y recibir oportunamente la información Financiera (Datos, Estados financieros, etc.)
- Garantizar que la operación del área vaya acorde con los cambios del exterior (Reformas Fiscales, etc.)
- Recibir propuestas de posibles nuevas alianzas
- Definir medidas correctivas a todas las áreas a partir de las auditorías

Con el Área Político Social

a) Como proveedor

- Realizar reuniones mensuales para definir los objetivos a través de los cuales se darán a conocer sus propuestas
- Dar a conocer un informe mensual de actividades realizadas en relación a su área
- Vigilar que exista una buena comunicación con las otras áreas
- Hacer llegar los recursos suficientes para el desarrollo de sus actividades, en base a un plan de presupuestos desarrollado por ambas partes
- Evaluar el alcance de los objetivos del área
- Revisar o concretar nuevas alianzas estratégicas en relación al área
- Autorizar programa de capacitación y Adiestramiento, inducción y motivación
- Autorizar programas de higiene y seguridad industrial
- Presentar solicitud de requerimientos de personal

b) Como cliente

- Recibir y Autorizar los programas de capacitación y adiestramiento desarrollados por el área político social.
- Recibir y autorizar programas de motivación tanto psicológicos como económicos previa solicitud del facilitador mayor.



- ◆ Recibir y autorizar según sea el caso, las propuestas emitidas por el área política social en términos de preservación del medio ambiente.
- ◆ Recibir programa de capacitación y adiestramiento, motivación e inducción para su autorización
- ◆ Recibir programas de higiene y seguridad industrial
- ◆ Recibir requerimientos de personal
- ◆ Recibir seguimiento a los requerimientos de recursos humanos
- ◆ Recibir la nómina
- ◆ Recibir un Manual de organización actualizado para el desarrollo de programas de capacitación e inducción de nuevos empleados, así como para la selección y reclutamiento de personal.
- ◆ Recibir manual de organización y procedimientos

Con el Área Producto y/o Servicio

a) Como Proveedor

- ◆ Realizar reuniones mensuales para definir los objetivos a través de los cuales se darán a conocer sus propuestas
- ◆ Dar a conocer un informe mensual de actividades realizadas en relación a su área
- ◆ Vigilar que exista una buena comunicación con las otras áreas
- ◆ Hacer llegar los recursos suficientes para el desarrollo de sus actividades, en base a un plan de presupuestos desarrollado por ambas partes
- ◆ Evaluar el alcance de los objetivos del área
- ◆ Revisar o concretar nuevas alianzas estratégicas en relación al área
- ◆ Supervisar la productividad
- ◆ Estar continuamente pendiente de la situación del mercado por medio de estudios e investigación de mercado, información externa, etc.

b) Como Cliente:

- ◆ Solicitar y recibir oportunamente la información correspondiente al volumen de ventas, así como de la posición del mercado.
- ◆ Garantizar que la operación del área vaya acorde con los cambios del exterior en cuanto a nuevas tecnologías
- ◆ Recibir propuestas de posibles nuevas alianzas
- ◆ Recibir un control de inventarios.

Facilitador mayor



CARTA COMPROMISO DEL FACILITADOR ECONÓMICO-ADMINISTRATIVO

Con el Facilitador Mayor

a) Como proveedor

- ◆ Entregar oportunamente información financiera, previa solicitud al facilitador mayor.
- ◆ Garantizar que la operación de su área vaya acorde con los cambios en el exterior (Reformas Fiscales)
- ◆ Informar sobre propuestas de posibles nuevas alianzas
- ◆ Auditar el área para detectar problemas
- ◆ Implementar medidas correctivas en el área a partir de las auditorías
- ◆ Elaborar conjuntamente con el facilitador mayor un plan de presupuestos mensual
- ◆ Implementar nuevas alianzas Estratégicas en relación al área

b) Como Cliente

- ◆ Recibir un informe mensual de actividades realizadas en relación a su área
- ◆ Solicitar y recibir los recursos necesarios para el desarrollo, de sus actividades en base aun plan de presupuestos desarrollado por ambas partes
- ◆ Recibir propuestas de posibles nuevas alianzas

Con Operativos del Económico – Administrativo

a) Como proveedor

- ◆ Coordinar las actividades
- ◆ Supervisar el correcto desarrollo de las actividades
- ◆ Asesorar en cuanto a la realización de sus funciones
- ◆ Resolver contingencias individuales
- ◆ Informar sobre nuevas disposiciones y decisiones directivas
- ◆ Motivar e incentivar la productividad
- ◆ Corregir actividades que no contribuyan al logro de los objetivos

b) Como cliente

- ◆ Recibe reportes de:
- ◆ Registros Contables
- ◆ Datos ingresados al sistema de información
- ◆ Trámites realizados
- ◆ Cotizaciones
- ◆ Control de facturas
- ◆ Reporte de actividades
- ◆ Compra de materia prima

Con el Área Producto y/o Servicio



a) Como proveedor

- ◆ Hacer llegar los recursos suficientes para el desarrollo de sus actividades
- ◆ Auditar el área para detectar problemas
- ◆ Informar sobre resultados de auditoria
- ◆ Desarrollar medidas correctivas en el área a partir de las auditorias
- ◆ Entregar informes con sugerencias para mejorar:
 - sistemas de información
 - metodología de ensamble
 - obtener mejor beneficio de trabajadores y proveedores
 - actividades de Compraventa
 - volumen de venta
 - informe de inventario

b) Como cliente

- ◆ Recibir los recursos económicos, producto de las ventas
- ◆ Recibe información a través de reportes de:
 - sistemas de información
 - metodología de ensamble
 - volumen de venta
 - informe de inventario
 - obtener mejor beneficio de trabajadores y proveedores
 - actividades de Compraventa
 - posición del producto en el mercado

Con el Área Político Social

a) Como proveedor

- ◆ Presentar requerimientos de personal
- ◆ Entregar controles de puntualidad y asistencia del personal a su cargo

b) Como cliente

- ◆ Recibir solicitud seguimiento a los requerimientos de recursos humanos
- ◆ Recibir cursos mensuales de motivación de personal
- ◆ Recibir la nómina
- ◆ Recibir manual de organización y procedimientos

Facilitador económico-administrativo



CARTA COMPROMISO DEL FACILITADOR POLITICO-SOCIAL

Con el Facilitador Mayor

a) Como proveedor

- ❖ Presentar programas de capacitación y adiestramiento
- ❖ Presentar un curso de inducción para nuevos elementos acerca de la cultura organizacional de la Empresa
- ❖ Presentar programas de motivación
- ❖ Elaborar plantilla y base de datos del personal de la empresa
- ❖ Implementar programas de higiene y seguridad industrial
- ❖ Dar seguimiento a los requerimientos de recursos humanos
- ❖ Llevar a cabo valoración de puestos
- ❖ Desarrollar cursos mensuales de motivación de personal
- ❖ Llevar registro de puntualidad y asistencia del personal
- ❖ Realizar la nómina
- ❖ elaborar y entregar manual de organización y procedimientos de su area

b) Como cliente

- ❖ Asistir a las reuniones mensuales para definir los objetivos a través de los cuales se darán a conocer sus propuestas
- ❖ Recibir un informe mensual de actividades realizadas en relación a su área
- ❖ Recibir los recursos suficientes para el desarrollo de sus actividades, en base a un plan de presupuestos desarrollado por ambas partes
- ❖ Recibir las Propuestas de nuevas alianzas estratégicas en relación al área
- ❖ Proporcionar Un Manual de organización actualizado para el desarrollo de programas de capacitación e inducción de nuevos empleados, así como para la selección y reclutamiento de personal.
- ❖ Autorizar programa de capacitación y Adiestramiento, inducción y motivación
- ❖ Autorizar programas de higiene y seguridad industrial
- ❖ Presentar solicitud de requerimientos de personal
- ❖ Recibir solicitud de requerimientos de personal

Con Operativos del Politico - Social

a) Como proveedor

- ❖ Reclutar y seleccionar personal para las diferentes áreas
- ❖ Desarrollar programas de motivación
- ❖ Implementar bonos de productividad para el personal
- ❖ Desarrollar programas de inducción a la cultura organizacional
- ❖ Desarrollar programas de capacitación
- ❖ Implementar programas de higiene y seguridad industrial
- ❖ Procurar una relación cordial entre los integrantes de su equipo de trabajo
- ❖ Realizar la nómina



b) Como cliente

Recibir los reportes de :

- ◆ Adiestramiento de personal
- ◆ Capacitación
- ◆ Programas de inducción
- ◆ Programas de higiene y seguridad industrial
- ◆ Motivación del equipo de trabajo
- ◆ La nomina elaborada
- ◆ Actualizaciones en base de datos para la elaboración de plantillas

Con el Área Producto y/o Servicio

a) Como proveedor

- ◆ Dar seguimiento a los requerimientos de recursos humanos
- ◆ Llevar a cabo valuación y evaluación de puestos
- ◆ Desarrollar cursos mensuales de motivación de personal
- ◆ Llevar registro de puntualidad y asistencia del personal
- ◆ Entregar la nómina
- ◆ Entregar manual de organización y procedimientos

b) Como cliente

- ◆ Recibir requerimientos de personal
- ◆ Recibir solicitud de requerimientos de personal
- ◆ Recibir controles de puntualidad y asistencia del personal a su cargo

Con el Área Económica Administrativa

a) Como proveedor

- ◆ Dar seguimiento a los requerimientos de recursos humanos
- ◆ Llevar a cabo valuación y evaluación de puestos
- ◆ Desarrollar cursos mensuales de motivación de personal
- ◆ Llevar registro de puntualidad y asistencia del personal
- ◆ Entregar la nómina
- ◆ Entregar manual de organización y procedimientos

b) Como cliente

- ◆ Recibir requerimientos de personal
- ◆ Recibir solicitud de requerimientos de personal
- ◆ Entregar controles de puntualidad y asistencia del personal a su cargo

Facilitador político-social



CARTA COMPROMISO DEL FACILITADOR PRODUCTO Y / O SERVICIO

Con el Facilitador Mayor

a) Como proveedor

- Entregar oportunamente la información correspondiente al volumen de ventas, así como de la posición del mercado.
- Garantizar que la operación del área vaya acorde con los cambios del exterior en cuanto a nuevas tecnologías.
- Entregar propuestas de posibles nuevas alianzas.
- Establecer y revisar mensualmente junto con el facilitador mayor un plan de mercadotecnia.

b) Como cliente

- Recibir un informe mensual de actividades realizadas en relación a su área.
- Recibir propuestas de posibles nuevas alianzas.
- Asistir a las reuniones mensuales para definir los objetivos a través de los cuales se darán a conocer sus propuestas.
- Hacer llegar los recursos suficientes para el desarrollo de sus actividades, en base a un plan de presupuestos desarrollado por ambas partes.
- Evaluar el alcance de los objetivos del área.
- Revisar o concretar nuevas alianzas estratégicas en relación al área.
- Supervisar la productividad.
- Estar continuamente pendiente de la situación del mercado por medio de estudios e investigación de mercado, información externa, etc.
- Recibir un informe mensual de actividades realizadas en relación a su área.
- Recibir informe sobre el alcance de los objetivos del área.
- Recibir la información de la situación del mercado por medio de estudios e investigación de mercado, información externa, etc.

Con Operativos del Producto y /o servicio

a) Como proveedor

- Coordinar las actividades.
- Supervisar el correcto desarrollo de las actividades.
- Asesorar en cuanto a la realización de sus funciones.
- Resolver contingencias individuales.
- Informar sobre nuevas disposiciones y decisiones directivas.
- Motivar e incentivar la productividad.
- Corregir actividades que no contribuyan al logro de los objetivos.



b) Como cliente

- ◆ Dar seguimiento a los requerimientos de Producción
- ◆ Recibir reportes de producción
- ◆ Recibir los reportes de ventas
- ◆ Recibir informes de inventarios
- ◆ Recibir reportes de:
 - inventario de producto terminado
 - inventario de materia prima
 - de calidad de la producción
 - de material de desperdicio
 - de mantenimiento de maquinaria

Con el Área Político Social

a) Como proveedor

- ◆ Presentar requerimientos de personal
- ◆ Entregar controles de puntualidad y asistencia del personal a su cargo

b) Como cliente

- ◆ Recibir solicitud de seguimiento a los requerimientos de recursos humanos
- ◆ Recibir cursos mensuales de motivación de personal
- ◆ Recibir la nómina
- ◆ Recibir manual de organización y procedimientos

Con el Área Económica Administrativa

a) Como proveedor

- ◆ Entregar los recursos económicos, producto de las ventas
- ◆ Entregar información a través de reportes de:
 - sistemas de información
 - metodología de ensamble
 - volumen de venta
 - informe de inventario
 - obtener mejor beneficio de trabajadores y proveedores
 - actividades de Compraventa
 - posición del producto en el mercado



b) Como cliente

- ◆ Recibir los recursos suficientes para el desarrollo de sus actividades
- ◆ Recibir los resultados de la auditoria realizada al área para detectar problemas

- ◆ Recibir Informe sobre resultados de auditoria
- ◆ Recibir informes con sugerencias para mejorar:
 - sistemas de información
 - metodología de ensamble
 - obtener mejor beneficio de trabajadores y proveedores
 - actividades de Compraventa
 - volumen de venta
 - informe de inventario

Facilitador producto y/o servicio



CARTA COMPROMISO DE OPERATIVOS ECONOMICO ADMINISTRATIVOS

Con Facilitador Económico – Administrativo

a) Como proveedor

- ◆ Elaborar y entregar reporte de:
 - Registros Contables
 - Datos ingresados al sistema de información
 - Tramites realizados
 - Cotizaciones
 - Control de facturas
 - Reporte de actividades
 - Compra de materia prima

b) Como cliente

- ◆ Recibir asesoría en cuanto a la realización de sus funciones
- ◆ Reportar contingencias individuales para su solución
- ◆ Recibir informe sobre nuevas disposiciones y decisiones directivas
- ◆ Recibir programas de motivación e incentivacion de la productividad
- ◆ Recibir instrucciones contribuyan al logro de los objetivos

Operativo económico-administrativo



CARTA COMPROMISO DE OPERATIVOS POLÍTICO - SOCIALES

a) Como proveedor

Realizar y entregar los reportes de :

- ◆ Adiestramiento de personal
- ◆ Capacitación
- ◆ Programas de inducción
- ◆ Programas de higiene y seguridad industrial
- ◆ Motivación del equipo de trabajo
- ◆ La nómina elaborada
- ◆ Actualizaciones en base de datos para la elaboración de plantillas

b) Como cliente

- ◆ Reclutar y seleccionar personal para las diferentes áreas
- ◆ Distribuir e integrar a la nómina bonos de productividad para el personal
- ◆ Impartir programas de inducción a la cultura organizacional
- ◆ Impartir programas de capacitación
- ◆ Impartir programas de higiene y seguridad industrial
- ◆ Realizar la nómina

Operativo político-social



CARTA COMPROMISO DE OPERATIVOS PRODUCTO Y / O SERVICIO

a) Como proveedor

- ◆ Dar seguimiento a los requerimientos de Producción
- ◆ Entregar reportes de producción
- ◆ Entregar los reportes de ventas
- ◆ Entregar informes de inventarios
- ◆ Entregar reportes de:
 - inventario de producto terminado
 - inventario de materia prima
 - de calidad de la producción
 - de material de desperdicio
 - de mantenimiento de maquinaria

b) Como cliente

- ◆ Recibir asesoría en cuanto a la realización de sus funciones
- ◆ Reportar contingencias individuales para su resolución
- ◆ Recibir asesoría en cuanto a la realización de sus funciones
- ◆ Reportar contingencias individuales para su solución
- ◆ Recibir informe sobre nuevas disposiciones y decisiones directivas
- ◆ Recibir programas de motivación e incentivación de la productividad
- ◆ Recibir instrucciones contribuyan al logro de los objetivos
- ◆ Reportar fallas o desperfectos en maquinaria

Operativo producto-servicio



Valuación de Puestos

La valuación de puestos se definió de acuerdo al grado de responsabilidad de cada puesto, siendo los sueldos proporcionales ésta última.

Cabe mencionar que dentro de las áreas operativas existen uno o más puestos entre los cuales se distribuirá en forma equitativa los 100 pts, correspondientes a cada área operativa.

Tomamos una base de 900 pts, como total a distribuir de acuerdo a la responsabilidad inherente a cada puesto.

PUESTO / AREA	Eco – Activa Pts	Pol – Social Pts	Produc – Serv Pts	Total Pts
Facil. Mayor	65	65	70	200
Facil. Proceso	100	100	100	300
Oper. Proceso	167	166	167	500
Total	332	331	337	1000

Valor de un Punto.

Del valor obtenido como ingreso en el mercado real dentro del punto de equilibrio mensual (\$571,799.3805) solo la tercera parte representa la utilidad (\$171,539.40). Por lo tanto el valor en dinero de cada punto esta en razón de la siguiente función.

Utilidad / No. De Ptos. = Valor por punto.

\$171,539.40 / 1000 pto. = \$171.54 por punto.

Presupuesto de recursos humanos

PUESTO / AREA	Eco – Activa	Pol – Social	Produc – Serv	Total
	\$	\$	\$	\$
Facil. Mayor	11150.1	11150.1	12007.8	34308
Facil. Proceso	17154	17154	17154	51462
Oper. Proceso	28647.18	28475.64	28647.18	85770
Total	56951.28	56779.74	57808.98	171540



Evaluación del Puesto: Facilitador Mayor

Actividad / Area	Puntos	Muy Bien	Bien	Regular	Mal	Muy Mal
Con el Area Económica Administrativa						
Realizar reuniones mensuales para definir los objetivos a través de los cuales se darán a conocer sus propuestas						
Dar a conocer un informe mensual de actividades realizadas en relación a su área						
Vigilar que exista una buena comunicación con las otras áreas						
Elaborar conjuntamente un plan de presupuestos						
Hacer llegar los recursos suficientes para el desarrollo de sus actividades, en base a un plan de presupuestos desarrollados por ambas partes						
Evaluar el alcance de los objetivos del área						
Revisar o concretar nuevas alianzas estratégicas en relación al área						
Con el Area Político Social						
Realizar reuniones mensuales para definir los objetivos a través de los cuales se darán a conocer sus propuestas						
Dar a conocer un informe mensual de actividades realizadas en relación a su área						
Vigilar que exista una buena comunicación con las otras áreas						
Hacer llegar los recursos suficientes para el desarrollo de sus actividades, en base a un plan de presupuestos desarrollado por ambas partes						
Evaluar el alcance de los objetivos del área						
Revisar o concretar nuevas alianzas estratégicas en relación al área						
Autorizar programa de capacitación y Adiestramiento, inducción y motivación						
Autorizar programas de higiene y seguridad industrial						
Presentar solicitud de requerimientos de personal						



Actividad / Area	Puntos	Muy Bien	Bien	Regular	Mal	Muy Mal
Con el Área Producto y/o Servicio						
Realizar reuniones mensuales para definir los objetivos a través de los cuales se darán a conocer sus propuestas						
Dar a conocer un informe mensual de actividades realizadas en relación a su área						
Vigilar que exista una buena comunicación con las otras áreas						
Hacer llegar los recursos suficientes para el desarrollo de sus actividades, en base a un plan de presupuestos desarrollado por ambas partes						
Evaluar el alcance de los objetivos del área						
Revisar o concretar nuevas alianzas estratégicas en relación al área						
Supervisar la productividad						
Estar continuamente pendiente de la situación del mercado por medio de estudios e investigación de mercado, información externa, etc.						



Evaluación del Puesto: Producto y/o Seervicio

Actividad / Area	Puntos	Muy Bien	Bien	Regular	Mal	Muy Mal
Con el Facilitador Mayor						
Entregar oportunamente la información correspondiente al volumen de ventas, así como de la posición del mercado.						
Garantizar que la operación del área vaya acorde con los cambios del exterior en cuanto a nuevas tecnologías						
Entregar propuestas de posibles nuevas alianzas						
Establecer y revisar mensualmente junto con le facilitador mayor un plan de mercadotecnia						
Con Operativos del Producto y /o servicio						
Coordinar las actividades						
Supervisar el correcto desarrollo de las actividades						
Asesorar en cuanto a la realización de sus funciones						
Resolver contingencias individuales						
Informar sobre nuevas disposiciones y decisiones directivas						
Motivar e incentivar la productividad						
Corregir actividades que no contribuyan al logro de los objetivos						
Con el Área Político Social						
Presentar requerimientos de personal						
Entregar controles de puntualidad y asistencia del personal a su cargo						
Con el Área Económica Administrativa						
Entregar los recursos económicos, producto de las ventas						
Entregar información a través de reportes de sistemas de información						
Entregar información a través de reportes de metodología de ensamble						
Entregar información a través de reportes de volumen de venta						
Entregar información a través de reportes de informe de inventario						
Entregar informes con sugerencias para mejorar y obtener el mejor de beneficio de trabajadores y proveedores						
Entregar información a través de reportes de actividades de Compraventa						
Entregar información a través de reportes de posición del producto en el mercado						



Evaluación del Puesto: Facilitador Político Social

Actividad / Area	Puntos	Muy Bien	Bien	Regu lar	Mal	Muy Mal
Con el Facilitador Mayor						
Presentar programas de capacitación y adiestramiento						
Presentar un curso de inducción para nuevos elementos acerca de la cultura organizacional de la Empresa						
Presentar programas de motivación						
Elaborar plantilla y base de datos del personal de la empresa						
Implementar programas de higiene y seguridad industrial						
Dar seguimiento a los requerimientos de recursos humanos						
Llevar a cabo valuación de puestos						
Desarrollar cursos mensuales de motivación de personal						
Llevar registro de puntualidad y asistencia del personal						
Realizar la nómina						
Elaborar y entregar manual de organización y procedimientos de su área						
Con Operativos del Político - Social						
Reclutar y seleccionar personal para las diferentes áreas						
Desarrollar programas de motivación						
Implementar bonos de productividad para el personal						
Desarrollar programas de inducción a la cultura organizacional						
Desarrollar programas de capacitación						
Implementar programas de higiene y seguridad industrial						
Procurar una relación cordial entre los integrantes de su equipo de trabajo						
Realizar la nómina						
Con el Área Producto y/o Servicio						
Dar seguimiento a los requerimientos de recursos humanos						
Llevar a cabo valuación y evaluación de puestos						
Desarrollar cursos mensuales de motivación de personal						
Llevar registro de puntualidad y asistencia del personal						
Entregar la nómina						
Entregar manual de organización y procedimientos						



Actividad / Area	Puntos	Muy Bien	Bien	Regu lar	Mal	Muy Mal
Con el Área Económica Administrativa						
Dar seguimiento a los requerimientos de recursos humanos						
Llevar a cabo valuación y evaluación de puestos						
Desarrollar cursos mensuales de motivación de personal						
Llevar registro de puntualidad y asistencia del personal						
Entregar la nómina						
Entregar manual de organización y procedimientos						



Evaluación del Puesto: Facilitador Económico Administrativo

Actividad / Área	Puntos	Muy Bien	Bien	Regular	Mal	Muy Mal
Con el Facilitador Mayor						
Entregar oportunamente información financiera, previa solicitud al facilitador mayor.						
Garantizar que la operación de su área vaya acorde con los cambios en el exterior(Reformas Fiscales)						
Informar sobre propuestas de posibles nuevas alianzas						
Auditar el área para detectar problemas						
Implementar medidas correctivas en el área a partir de las auditorias						
Elaborar conjuntamente con el facilitador mayor un plan de presupuestos mensual						
Implementar nuevas alianzas Estratégicas en relación al área						
Con Operativos del Económico – Administrativo						
Coordinar las actividades						
Supervisar el correcto desarrollo de las actividades						
Asesorar en cuanto a la realización de sus funciones						
Resolver contingencias individuales						
Informar sobre nuevas disposiciones y decisiones directivas						
Motivar e incentivar la productividad						
Corregir actividades que no contribuyan al logro de los objetivos						
Con el Área Producto y/o Servicio						
Auditar el área para detectar problemas						
Informar sobre resultados de auditoria						
Desarrollar medidas correctivas en el área a partir de las auditorias						
Entregar informes con sugerencias para mejorar sistemas de información						
Entregar informes con sugerencias para mejorar metodología de ensamble						
Entregar informes con sugerencias para mejorar y obtener el mejor de beneficio de trabajadores y proveedores						
Entregar informes con sugerencias para mejorar actividades de Compraventa						
Entregar informes con sugerencias para mejorar volumen de venta						
Entregar informes con sugerencias para mejorar informe de inventario						
Con el Área Político Social						
Presentar requerimientos de personal						
Entregar controles de puntualidad y asistencia del personal a su cargo						



Evaluación del Puesto: Operativo Producto/Servicio

Actividad / Area	Puntos	Muy Bien	Bien	Regular	Mal	Muy Mal
Con Facilitador Producto/Servicio.						
Dar seguimiento a los requerimientos de Producción						
Entregar reportes de producción						
Entregar los reportes de ventas						
Entregar informes de inventarios						
Entregar reportes de:						
inventario de producto terminado						
inventario de materia prima						
calidad de la producción						
material de desperdicio						
mantenimiento de maquinaria						



Evaluación del Puesto: Operativo Económico-Administrativo

Actividad / Area	Puntos	Muy Bien	Bien	Regular	Mal	Muy Mal
Con Facilitador Económico – Administrativo						
Elaborar y entregar reporte de:						
Registros Contables						
Datos ingresados al sistema de información						
Tramites realizados						
Cotizaciones						
Control de facturas						
Reporte de actividades						
Compra de materia prima						



Evaluación del Puesto: Operativo Político-Social

Actividad / Area	Puntos	Muy Bien	Bien	Regular	Mal	Muy Mal
Con Facilitador Político-Social						
Realizar y entregar los reportes de:						
Adiestramiento de personal						
Capacitación						
Programas de inducción						
Programas de higiene y seguridad industrial						
Motivación del equipo de trabajo						
La nomina elaborada						
Actualizaciones en base de datos para la elaboración de plantillas						

V

Estudio Financiero



Fuentes de Financiamiento

En la penúltima parte de nuestro proyecto trataremos la manera en la que nos podemos de hacer de recursos para desarrollar nuestra actividad, estas pueden ser:

Fuentes de Financiamiento Internas: Cuando obtenemos recursos de forma directa, por venta de activos, alianzas, etc.

Fuentes de Financiamiento Externas: Cuando se toma la alternativa de instituciones Financieras.

Cualquiera de las dos deberá ser sometida a una Evaluación que también se encuentra desarrollada en este capítulo.

Y por ultimo veremos nuestro punto de equilibrio y su gráfica.



Fuentes de Financiamiento

Para obtener dichas fuentes de financiamiento, tomamos en cuenta aquellas alternativas en las que cubrimos los requisitos demandados por las instituciones de crédito principalmente; así como aquellas a las que tenemos acceso y estamos seguros de su confiabilidad y tangibilidad.

Dichas fuentes fueron sometidas a una profunda evaluación de la cual se obtuvo la estrategia financiera.

A continuación se presenta dicha evaluación:

Fuentes de Financiamiento Internas:

- a) **Venta de Activos:** La venta de un automóvil que forma parte del activo inicial de la empresa, y que representa un valor de \$50,000, con el objeto de emplear estos recursos para iniciar operaciones.
- b) **Préstamo Personal:** Existe la opción de obtener un préstamo personal por parte de un familiar de uno de los socios iniciales, sin cobro de interés alguno, por un monto de hasta \$40,000 pagaderos en 6 meses.
- c) **Proyecto de Financiamiento Alterno #1:** Consiste en organizar una fiesta de fin de cursos en la Facultad de Contaduría de Administración, junto con el Grupo 1375 de la asignatura Creación de Empresas I, y en la que el margen de utilidad será de \$20 por cada boleto vendido; con un pronóstico de ventas de por lo menos 100 boletos, con la probable oportunidad de ampliar nuestro margen de utilidad a \$25 por cada boleto, siempre que se vendan en el grupo más de 500 boletos.
- d) **Financiamiento por medio de Alianza:** Esta opción nos permitirá obtener un financiamiento por un monto de \$32,000 en especie (maquinaria, herramientas, mobiliario, instalaciones, materia prima, etc) haciéndolos partícipes del 20% de la repartición de utilidades.
- e) **Proyecto de Financiamiento #2:** Por medio de la realización de la rifa de una Palm (Agenda electrónica) con valor de \$2,550 y con un margen de utilidad del 80% (\$2044)



Fuentes de Financiamiento Externas:

- a) **American Express:** Dicha institución de crédito nos ofrece un crédito de hasta \$3,000 USD o su equivalente en pesos, donde dicho crédito será de hasta el 85% de la inversión. Tiene como requisitos básicos el ser mayor de 18 años, tener ingresos superiores a \$6,000 pesos mensuales, tener una cuenta bancaria con mas de 3 meses de antigüedad, solicitud de crédito llena, y otros documentos indispensables para el trámite de la solicitud. La comisión cobrada por dicha institución es del 4% + IVA, donde el monto será pagadero en 43 días, y en que en caso de mora, se cobrará el 0.23% por cada día de retraso.
- b) **Nacional Financiera (NAFIN):** Dicha institución de crédito es capaz de extendernos un crédito por el importe de hasta el 85% de la inversión requerida (mas gastos), con una tasa de interés de TIE + 4.
- c) **Bancomext:** Dicho crédito se realiza por medio de un pagaré que se firma entre los contratantes, el cual puede ser en dólares estadounidenses, o bien pesos mexicanos. El importe máximo del crédito es hasta del 90% de los requerimientos y con un plazo de hasta 3 años. Se cobra una comisión del 0.5% del monto a financiar, además de una tasa del 6% nominal, capitalizable anualmente. Como requisitos básicos, tenemos que calificar con base a los criterios de elegibilidad establecidos para el esquema financiero PYME, así como presentar información legal, financiera y administrativa. Firma del contrato una vez verificada la información y autorizado el crédito.
- d) **Banamex:** Dicha institución de crédito nos otorga un crédito de hasta \$25, 000, pagaderos en un año, y con una tasa de interés fija ordinaria proporcionada por el ejecutivo de Banamex, siendo esta de TIE + 8, donde como requisitos tenemos que ser clientes de Banamex (como persona física con actividad empresarial o profesionista independiente) con antigüedad mayor a 6 meses. Contar con un obligado solidario (Aval) o fador, quien deberá ser el principal accionista del negocio para personas morales y el cónyuge para personas físicas casadas bajo el régimen de sociedad conyugal o legal. Requisitar la solicitud-contrato IMPULSO EMPRESARIAL, presentar la documentación en copia correspondiente.



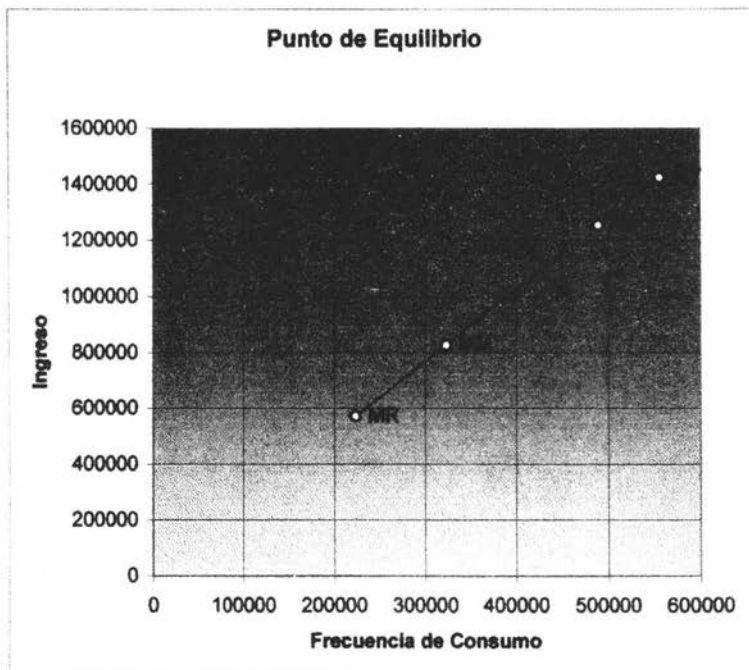
Evaluacion de Fuentes de Financiamiento.

Fuente de Financiamiento	Tasa de Interes	Tasa de Interes Simple Mensual	Monto	Plazo de Pago	Características.
Internas					
Venta de Activos	0%	0%	\$50,000	Forma parte de los activos	Perdida de medio de transporte para producto.
Prestamo Personal	0%	0%	\$40,000	6 meses	Convencer a quien realiza el prestamo y plazo de pago reducido.
Financiamiento Alterno	0% (utilidad).	0%	\$2,000		
Financiamiento-Alianza	20% de las utilidades anuales.	1.67%	\$32,000	1 año.	
Financiamiento Alterno II	80% de utilidad.	80%	\$2,044		Posibilidad de perdida al no vender la totalidad de boletos.
Externas					
American Express	4% + IVA	2.79%	\$3000.00 usd.	43 dias.	Plazo extremadamente corto de pago, alta tasa de interes y penalizaciones.
Nacional Financiera	TIIE* + 4	1.03%	Hasta 85% de la inversion.	Hasta 7 años.	Amplio plazo de pago y tasa de interes aceptable.
Bancomext	6% nominal	0.50%	Hasta 90% de la inversion.	Hasta 3 años.	Amplio plazo de pago y tasa de interes atractiva.
Banamex	TIIE* + 8	1.37%	\$25,000	1 año.	Tasa de interes elevada.

*TIIE al 8 de marzo = 8.40 %

Punto de Equilibrio

		Mercado Total	Mercado Potencial	Mercado Meta	Mercado Real	Frecuencia de Consumo
Del. Álvaro Obregón	870	687.3	604.6627566	399.0774194	276.1293255	4
Del. Magdalena Contreras	2280	1801.2	1584.633431	1045.858065	723.6492668	4
Del. Gustavo A. Madero	1450	1145.5	1007.771261	665.1290323	460.2155425	4
Del. Iztacalco	1830	1445.7	1271.876833	839.4387097	580.8237537	4
Mun. Ecatepec	19172.42	15146.2118	13325.11302	8794.574594	6085.134946	4
Mun. Ecatepec	19172.42	15146.2118	13325.11302	8794.574594	6085.134946	4
Ciudad Universitaria		91794	80757.18475	53299.74194	36879.11437	4
FCA		11822	10400.58651	6864.387097	4749.601173	4
		138988.1236	122276.9416	80702.78145	55839.80332	
Unidades Vendidas = Frecuencia de Consumo * Número de Clientes				(-)1.528x + 0.24758		
(Mercado Real)	223359.2133			X = 1.528 / 0.24758		
(Mercado Meta)	322811.1258			X = 6.17		
(Mercado Potencial)	489107.7663					
(Mercado Total)	555952.4944			Y = 2.56(6.17)		
				15.7952		
Ingreso = Precio * Unidades Vendidas				Ingreso		
Ingreso = 2.56 * (x)				MR: y = 2.56*223359.2133		
Y = m(x)				571799.3805		
				MM: y = 2.56*322811.1258		
Costo Total = Costo Variable por Unidad * Unidades Producidas + Costo Fijo Total.				826396.482		
CT = 1.032(x)+0.24758				MP: y = 2.56*489107.7663		
Y = m(x)+b				1252115.882		
				MT: y = 2.56*555952.4944		
Y = 2.56 *x				1423238.386		
Y = 1.032 *x +.024758						
1.032x+ 0.24 /1 -2.56x /1						



VI

Base Legal



VI Base Legal

La sexta y ultima parte se refiere a estudio integrado en un a Gráfica de Gant, que nos permite ver la cronología de las actividades previas al inicio de operaciones, y los trámites necesarios para operar adecuadamente y con todos los requisitos legales vigentes en esta ciudad (la gráfica esta expresada en días).

ANEXO

Estudio Técnico

Hoja del Producto

Localización de la planta: Benfica No. 39 Col. Arboledas del sur, Del. Tlalpan C.P. 07800 Tel.: 5675 5242
 Fax: 5675 5543 E-mail: segramex@prodigy.net.mx



Croquis de la planta

Diagrama de Flujo	Proceso	Tiempo (hrs.)	Responsable		Materiales y Herramientas				Control de Calidad		Distribución de la planta Diagrama de hilos
			Cond. De contrato	# de personas	Materia Prima	Cant	Costo \$	Proveedor	Cond. De Compra	Estándares Internos	
	Pedido de Bolsas de Celofán	168	permanente	1	Cacahuete Estilo Japonés	1kg.	12	Ei Xalapeño S.A. De C.V.	Contado	Frescura y buen sabor	Fecha de caducidad
	Pedido de Bolsas de Papel	3	Permanente	1	Bolsa de Celofán (12cm)	1kg.	50	La Reynita de la Central S.A. de C.V.	Contado	Tamaño y grosor adecuados	Resistencia mayor a la de la competencia
	Pedido de Bolsas de Cartón	3	Permanente	1	Impresión en Bolsa de Celofán	C/u	0.35	Impresos Aguilar	Contado	Calidad de impresión	Calidad de impresión
	Pedido de Cacahuete	24	Permanente	1	Bolsa de Papel	C/u	0.2	La Reynita de la Central S.A. de C.V.	Contado	Tamaño y resistencia adecuados	Bolsa reciclable.
	Recepción y Revisión de Bolsas de Celofán	.17	Permanente	1	Caja de Cartón	C/u	0.5	La Reynita de la Central S.A. de C.V.	Contado	Facilidad de ensamble y capacidad adecuada	Manejabilidad y resistencia
	Recepción y Revisión de Bolsas de papel	.17	Permanente	1							
	Recepción y Revisión de cajas de cartón	.17	Permanente	1							
	Recepción y Revisión de cacahuates	.17	Permanente	1							
	Ubicar Insumos a Almacén	.5	Permanente	1	Máquina empacadora y 2 rollos de celofán	1	\$800	Maq y equipo del Centro SA	Contado	Sin competencia	Sin competencia
	Canalizar Insumos Suficiente a la Etapa del Proceso de Producción Correspondiente	.17	Permanente	1	Mesa de trabajo	4	2000	Maq. y equipo del Centro SA	Contado	Limpieza en la mesa de trabajo	Depreciación
	Separar 75gr de Cacahuete	.0013	Permanente	1	Muebles de oficina (paj)	1	4000	Maq y equipo del Centro SA	Contado	Resistencia y durabilidad	Depreciación
	Envasar el Producto en Bolsa de Celofán	.0014	Permanente	1	Instalaciones (techo)	3000		Acabados Ternández SA	Contado	Resistencia y durabilidad	Depreciación
	Sellar y Cortar Bolsa con Producto Envasado	.0016	Permanente	1	Propiedad (Varios)	700		Maq y equipo del Nacional Paqueta SA	Contado	Resistencia y durabilidad	Resistencia y durabilidad
	Someter a Control de Calidad	.0008	Permanente	1				Imprentas Rm SA			
	Empacar 25 Presentaciones Individuales en Bolsa de Papel	.016	Permanente	1							
	Empacar 9 Bolsas de Papel en Caja de Cartón	.008	Permanente	1							
	Producto Terminado a Almacén	.083	Permanente	1							
	Verificar Niveles de Insumos	.017	permanente	1							

