



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Facultad de Contaduría y Administración

PLAN DE NEGOCIOS

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

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTA:

LETICIA PEREGRINA HERNÁNDEZ

ASESOR:

L.A., L.C., M.A. RAFAEL RODRÍGUEZ CASTELÁN



MÉXICO

2008.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

AGRADECIMIENTOS

AGRADECIMIENTOS

Siempre he sabido que es de personas educadas, saber dar gracias, pero nunca me había enfrentado a una situación donde tuviera que agradecerles públicamente a tantas personas que a lo largo de esta carrera me han apoyado. Quiero decirles de todo corazón que espero no defraudarlos cuando lean este trabajo y al igual que yo, sientan que su esfuerzo y el mío valieron la pena. Gracias sinceramente a todos y cada uno de ustedes:

A la UNAM porque al aceptarme como alumna me dio muchas oportunidades, como la de conocer a mis maestros y aprovechar en la medida de mis capacidades todo el conocimiento que ellos han adquirido con tanto esfuerzo y con el paso del tiempo, también por brindarme las herramientas necesarias para lograr un objetivo personal, trazado desde que era adolescente y por diversas causas se había interrumpido, graduarme como licenciada en Administración, de igual forma, me permitió encontrarme con otras personas que tienen ganas de superarse quienes, a pesar de hacer el esfuerzo de trabajar, exigen algo más a la vida y buscan el conocimiento apoyados por el SUA; a través de esta institución también conocer personas que laboran en ella y que apoyan a los alumnos, desde los servicios estudiantiles hasta los de exámenes profesionales.

A mi madre quien fomentó en mí disciplina y perseverancia, sin las cuales no hubiera podido lograr esto. Mamá; gracias por tu cariño, te quiero.

Papá; donde te encuentres, sé que estás festejando esto conmigo. Te extraño.

A mis hermanos por todas sus porras y soportar que en todo momento les pida que se superen; y porque comparten conmigo la idea de que el conocimiento es el mejor regalo que se pueden dar y heredarles a sus hijos. Los quiero.

A Tomás, mi compañero en esta empresa y en la vida, gracias por tu apoyo, tus noches de desvelo y sacrificar tiempo que pudimos pasar juntos divirtiéndonos o acompañándonos, a cambio de horas en las que te dejé solo por dedicarme a estudiar. Te amo.

A mis amigos: Angélica Barrientos, Miriam Cantero, Araceli Salazar, Beatriz Torres y Salvador Retama Ruiz por todo su apoyo.

A mi colaboradora Norma del Porte Gómez por su ayuda, lealtad y cariño.

A mí asesor por sus consejos, tiempo y dedicación. Es un verdadero placer trabajar con gente tan comprometida como usted.

A quien por descuido haya olvidado, estas gracias son para ti.

Pero, sobre todo, gracias a Dios, quien permite que esto suceda.

ÍNDICE

	Pág.
INTRODUCCIÓN	9
PLAN DE NEGOCIOS	
1. ANTECEDENTES	12
1.1. Antecedentes de la empresa	13
2. CONTENIDO DE UN PLAN DE NEGOCIOS	15
2.1. Origen del Plan de Negocios	15
2.2. Elementos que se deben integrar de un Plan de Negocios	16
2.2.1. Estudio de mercado	16
2.2.2. Estudio Técnico	17
2.2.3. Estudio organizacional	18
2.2.4. Estudio financiero	18
2.2.5. Marco legal	19
2.2.6. Resumen ejecutivo	20
3. CREACION DE LA EMPRESA	21
3.1. Estudio De Mercado	24
3.1.1. Competencia	25
3.1.2. Descripción del producto	26
3.1.3. Naturaleza y usos del producto	26
3.1.4. Estructura del mercado	27
3.1.5. Información de fuentes secundarias	27
3.1.6. Información de fuentes primarias	27
3.1.7. Segmentación del mercado	28
3.1.8. Obtención de la información de fuentes primarias	29
3.1.9. Determinación de la muestra	30

3.1.10. Interpretación de resultados	34
3.1.11. Demanda	48
3.1.12. Perfil del consumidor	48
3.1.13. Estimación de ventas	49
3.1.14. Oferta	50
3.1.15. Mezcla de mercadotecnia	50
3.2. Estudio Organizacional	53
3.2.1. Descripción del negocio	53
3.2.2. Organigrama	53
3.2.3. Descripción de puestos	54
3.2.4. Procedimientos generales	70
3.2.5. Reglamento interno de trabajo	98
3.2.6. Administración del personal	101
3.3. Estudio Técnico	108
3.3.1. Localización de la planta	108
3.3.2. Tamaño y distribución de la planta	110
3.3.3. Medidas de seguridad	111
3.3.4. Equipo de reparto	111
3.3.5. Equipo de cómputo	111
3.3.6. Mobiliario y equipo de oficina	112
3.3.7. Gastos de instalación	113
3.4. Estudio Financiero	114
3.4.1. Gastos totales de inversión	114
3.4.2. Flujo neto de efectivo	134
3.4.3. Razones financieras	135
3.4.4. Punto de equilibrio	136
3.5.5. Cálculo de nómina anual	142
3.5. Marco Legal	144
3.5.1. Trámites a realizar para la apertura de la empresa	144
3.6. Resumen Ejecutivo	166
Conclusiones	168

Anexos	169
Bibliografía	170

INTRODUCCIÓN

En la actualidad el 99% de las empresas en México son micro, pequeña y medianas (PYMES). Éstas no cuentan con una base sistemática y lógica que reduzca su riesgo de inversión y contribuya en la formación de su imagen pública, tanto interna como externa, la cual les permita posesionarse en el mercado según sus características y el rubro al que correspondan. Todo esto porque los emprendedores al iniciar una pequeña empresa desconocen o no le dan importancia a los beneficios que se pueden obtener al desarrollar un “Plan de Negocios”.

En este mundo globalizado, las empresas, cualquiera que sea su tamaño, deben desarrollar una guía para mejorar su trabajo y colocarse en el menor tiempo y al costo mínimo posible en el mercado. El uso correcto de la tecnología, así como una adecuada administración de recursos y procesos abre las posibilidades de su crecimiento al hacerlas más competitivas.

Varias organizaciones no gubernamentales y de gobierno brindan apoyo a las PYMES para desarrollar y aplicar estrategias, así como modelos de negocio, por ejemplo: La Secretaría de Economía, el Instituto Politécnico Nacional y la Universidad Nacional Autónoma de México.

El gobierno mexicano ha generado varios programas de apoyo y asistencia a las PYMES para hacerlas más competitivas a través del fomento de una cultura empresarial más formal e implementando diversos programas y eventos con el fin de orientar a nuevos y futuros empresarios del país. Conscientes de lo anterior, decidimos formular este Plan de Negocios en busca del óptimo funcionamiento de la empresa que nos ocupa.

El Plan de Negocios surge por la necesidad que tiene el empresario de buscar la organización adecuada a su proyecto para analizar con ello si este es factible o no. Proponemos este Plan de Negocios con la finalidad de ayudar a la formación de la empresa; al mismo tiempo, servirá de apoyo administrativo en materia de

organización, pues funcionará como instrumento de consulta y orientación al propietario, así como a quienes estén interesados o sean parte integral de este proyecto. Abarca todo sobre la estructura orgánica empresarial, funciones que les compete desarrollar en los diferentes niveles jerárquicos de la empresa, la compra y distribución del producto e informes contables y financieros que servirán de instrumento para que la empresa se mantenga en el mercado.

Son tres capítulos los que constituyen el trabajo operativo de la investigación, la cual nos dará la oportunidad de ver materializado su contenido. Dichos capítulos son: Antecedentes, Contenido de un Plan de Negocios y Creación de la empresa.

Los Antecedentes describen la importancia y la forma como se clasifican las PYMES en México y los antecedentes de la empresa.

En el segundo capítulo hacemos una síntesis de lo que debe contener un Plan de Negocios en su forma genérica para ser aplicado en cualquier empresa.

En el capítulo dedicado a la Creación de la empresa mostramos la forma en que se fueron aplicando y adecuando los pasos que contiene el Plan de Negocios.

1. ANTECEDENTES

1. ANTECEDENTES

Las micro, pequeña y medianas empresas (PYMES) son importantes en la economía, así como en la generación de empleos a nivel regional y nacional, tanto en países industrializados como en los de menor grado de desarrollo.

Las PYMES representan a nivel mundial el segmento de la economía que aporta el mayor número de unidades económicas y personal ocupado; de ahí la relevancia de estudiar este tipo de empresas y la necesidad de fortalecer su desempeño, pues inciden de manera fundamental en el comportamiento global de las economías nacionales.

En el contexto internacional, el 90% o un porcentaje superior de las unidades económicas totales está conformado por las PYMES. Los criterios para clasificar a las micro, pequeña y medianas empresas son diferentes en cada país, tradicionalmente se ha utilizado el número de trabajadores como criterio para estratificar los establecimientos por tamaño y como criterios complementarios el total de ventas anuales, los ingresos y/o activos fijos.

En México, el Instituto Nacional de Estadística, Geografía (INEGI) clasifica a las PYMES de acuerdo al número de empleados y sector al que pertenecen:

ESTRATO	INDUSTRIA	COMERCIO	SERVICIOS
Microempresa	1-30	1-10	1-10
Pequeña	11-50	11-30	11-50
Mediana	51-250	31-100	51-100
Grande	251 en adelante	101 en adelante	101 en adelante

1.1. Antecedentes de la empresa

Esta empresa nace en el año dos mil tres. Como todos los negocios pequeños, se hizo sin planeación y sin la idea de llevar una administración. Nace de una plática entre dos amigos. Uno le sugiere al otro que inicie la venta de cajas de cartón para pizzas en la ciudad de Toluca, argumenta que ésta es una buena oportunidad de negocio, ya que él contaba con la fábrica para hacer dichas cajas y con la experiencia de que en el Distrito Federal las ventas de estas eran espectaculares. El propietario de la nueva empresa sigue la recomendación de su amigo y empieza a ofrecer cajas en varias pizzerías. Se da cuenta de que estaba frente a un mercado olvidado por las grandes empresas productoras de cajas de cartón y que la mayoría de los propietarios de pizzerías compraban sus cajas a Empack, S.A. de C. V., así como a un locatario del mercado de esta ciudad, el cual se abastecía directamente de la Central de Abastos del D. F. En el año 2004, cuando estábamos cursando el tercer semestre de Administración en el Sistema Abierto de la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM, decidimos organizar este negocio, que para entonces no sólo vendía cajas de cartón para pizzas, sino también cajas tipo lonchera que utilizaban otro tipo de negocios de comida rápida, quesos y algunos otros complementos necesarios para la elaboración de pizzas, como eran: salsa valentina, catsup, pepperoni, mayonesa, etcétera. Es en este momento en el cual se decide nombrar “**Papizza**” a la empresa y tomar solamente la venta de cajas para desarrollar el Plan de Negocios, dejando abierta la posibilidad de que con el paso del tiempo se pudiera adaptar dicho plan en la comercialización de los demás productos.

Con el paso de los años, tomando en cuenta las ventas históricas de la empresa y el margen de utilidad que ofrece la venta de cajas de cartón kraft para pizzas, cambian las expectativas y se convierte en abastecedora de empaques para empresas que prestan sus servicios en el área de comida rápida y que por razones de baja capacidad de compra, no son debidamente atendidas por las grandes empresas productoras de cartón Kraft. Sin embargo, no se cambia el nombre y en la actualidad es conocida como Papizza.

Los tiempos actuales obligan cada vez más a las personas a consumir alimentos que conocemos como comida rápida, ésto ha hecho que proliferen restaurantes, torterías, pizzerías, etcétera. Establecimientos que requieren materias primas con precios accesibles sin que sus proveedores los obliguen a realizar consumos excesivos, que terminarían por hacer sus negocios incosteables. Por ello, Papizza toma en cuenta que hasta este año de dos mil ocho existe un mercado desprovisto de empaques de cartón que proporcione a estos comerciantes la posibilidad de hacer llegar a sus clientes los productos que elaboran en empaques adecuados a fin de conservar sus cualidades alimenticias y sin incrementar en forma notoria sus costos.

La finalidad de Papizza es abarcar el mercado de comida rápida por sectores, en consecuencia, el estudio se enfoca primeramente a las pizzerías.

2. CONTENIDO DE UN PLAN DE NEGOCIOS

2. CONTENIDO DE UN PLAN DE NEGOCIOS

2.1. Origen del Plan de Negocios

El llamado Plan de Negocios surge en las décadas de los 60 y 70 en Estados Unidos como fruto de la necesidad por determinar con mayor certeza y menor riesgo donde se debía invertir el dinero obtenido por excedentes financieros de las empresas.

Un Plan de Negocios puede entenderse como un documento guía donde se plantea la viabilidad de la idea empresarial previamente concebida y las estrategias para desarrollarla. Dicho documento debe ser elaborado en un contexto o entorno alejado de la abstracción y cercano a la realidad debido a que uno de los objetivos de su elaboración es justamente reducir el riesgo de realizar una mala inversión.

De acuerdo con Linda Pinson y Jerry Jinnnet en *Anatomy of Business Plan* existen dos motivos básicos por los que se debe estructurar un Plan de Negocios:

1. Proveer al inversionista de información detallada; esto es de todos los aspectos pasados y presentes y de las operaciones de la compañía, así como de las proyecciones futuras. Obviamente si se tiene un nuevo negocio no se tendrán datos históricos. El Plan de Negocios para una compañía de nueva creación busca fundamentalmente conseguir los créditos y financiamientos necesarios para abrir un nuevo negocio.
2. Desarrollar una guía que sea utilizada durante el tiempo de vida del negocio. El plan es un programa detallado y servirá para establecer rumbos de acción.

Por lo anterior, elaborar un Plan de Negocios no sólo ayuda a sustentar una inversión, sino que instaura las bases fundamentales para la operación de cualquier negocio.

2.2. Elementos que se deben integrar en un plan de negocios

Aun cuando existen diferentes propuestas sobre el contenido de un Plan de Negocios, diversos autores coinciden en seis aspectos fundamentales:

1. Estudio de mercado
2. Estudio técnico
3. Estudio organizacional
4. Estudio financiero
5. Marco legal
6. Resumen ejecutivo

2.2.1. Estudio de mercado

Una de las partes fundamentales en cualquier Plan de Negocios es, justamente, el estudio o análisis de mercado; la cual nos permite conocer y/o establecer, en primer lugar, cual es nuestro mercado. En esta sección del proyecto se necesita buscar, alcanzar y retener el segmento de mercado al cual se dirige el satisfactor creado.

Por lo anterior, es necesario incluir toda la información posible acerca del segmento de mercado, pues un buen estudio de éste es fundamental para el desarrollo de cualquier negocio.

El análisis de mercado debe contener:

1. La identificación del segmento del mercado
2. Análisis de la competencia (directa o indirecta)
3. Métodos de distribución
4. Promoción
5. Precio
6. Diseño del producto
7. Localización de la planta*

*Sólo en el caso de que esté definida en función del segmento de mercado al que se dirige el satisfactor.

Sin embargo, el estudio de mercado no sólo arroja los datos arriba mencionados; otro de sus objetivos es determinar las proyecciones de ventas que funcionan como base para el análisis financiero “Cualquier proyecto de empresa requiere un mínimo de ventas para ser económicamente operativo. El objetivo del estudio de mercado será determinar si el producto y/o servicio que la empresa pretende fabricar o vender tiene aceptación en el mercado y si los posibles consumidores están dispuestos a adquirir dicho producto y/o servicio y por lo tanto esto contribuirá a determinar las ventas esperadas”.¹

2.2.2. Estudio técnico

El primer paso del estudio técnico es determinar las alternativas de tecnología disponibles para producir el producto o servicio. Este estudio debe hacerse por dos cuestiones básicas:

1. Asegurar que se usará un nivel de tecnología apropiado al tipo de proyecto y a la región donde se piensa desarrollar.
2. Tener en mente las alternativas de tecnología para considerarlas todas en la selección.

Otros aspectos que deben integrar el estudio técnico son:

1. Medios de adquisición de tecnología
2. Análisis de efectos laterales de las alternativas de tecnología
3. Criterios de selección
4. Estimación de los recursos de inventario
5. Distribución de la planta

1. Arturo y José Antonio Morales Castro. *Proyectos de inversión en la práctica, formulación y evaluación*. 2a. ed., Gazca Sicco, México, 2006, pp.49 y 68.

2.2.3. Estudio organizacional

La organización es un proceso mediante el cual, a partir de la especialización y división del trabajo, se agrupa y asignan funciones a unidades específicas e interrelacionadas por líneas de mando, comunicación y jerarquía para contribuir al logro de objetivos comunes a un grupo de personas.

Establecer, entonces, un estudio organizacional o de funcionamiento es indispensable en el momento de construir un Plan de Negocios. Esta parte debe contener:

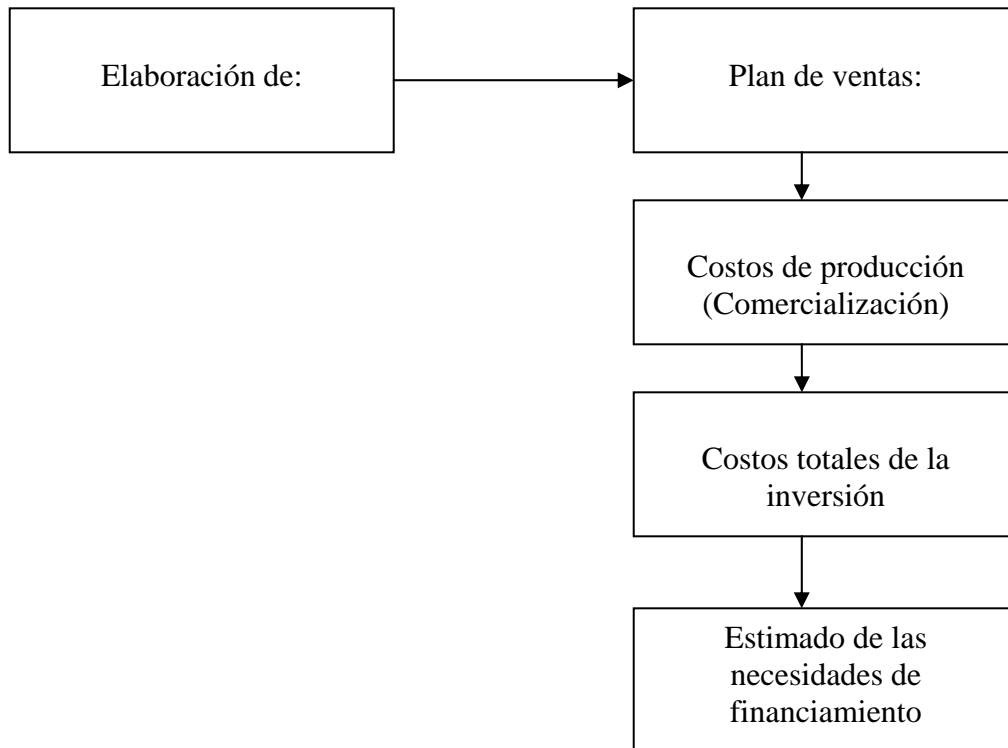
1. Descripción del negocio
2. Funciones
3. Estructura organizacional
4. Organigrama
5. Procedimientos

2.2.4. Estudio financiero

El estudio financiero es la parte más importante de la investigación. Es el documento base que debe tomar en cuenta todo empresario para plantear sus metas y objetivos.

Este estudio tiene como finalidad convertir a términos monetarios lo planeado anteriormente. Esta parte del plan debe ser sumamente realista porque medirá al negocio en términos de probabilidad.

Para convertir todos los estudios a términos monetarios se necesita:



La evaluación financiera consiste básicamente en:

1. Preparar los estados financieros proforma
2. Proyección del flujo de efectivo
3. Cálculo de la rentabilidad
4. Valor presente neto
5. Tasa interna de retorno
6. Periodo de recuperación

2.2.5. Marco legal

En esta parte del proyecto deben quedar sentadas las bases jurídicas necesarias para iniciar las operaciones del negocio. Evidentemente, la tramitología necesaria se establece de acuerdo al país en donde se lleva a cabo la apertura del negocio. En el caso de México, es la Ley Federal de Sociedades Mercantiles quien dicta algunos de

los ordenamientos que deben cumplirse para poner en funcionamiento una nueva empresa.

Deben incluirse en esta sección del Plan de Negocios datos como:

1. Acta constitutiva
2. Permiso del uso de suelo
3. Registros ante la SHCP, IMSS, INFONAVIT
4. Demás trámites que sean solicitados por las entidades gubernamentales
5. Otros trámites que se generen de acuerdo al giro del negocio

2.2.6. Resumen ejecutivo

El resumen ejecutivo es una breve explicación de todos y cada uno de los puntos que se tocan en un Plan de Negocios su extensión no debe ser mayor a dos cuartillas.

3. CREACIÓN DE LA EMPRESA PAPIZZA

3. CREACIÓN DE LA EMPRESA

Naturaleza de la empresa

Somos una empresa comercializadora dedicada a satisfacer las necesidades primordiales de establecimientos de comida rápida enfocándonos principalmente, a los empaques que utilizan para la entrega de alimentos.

Al ser intermediadores entre fabricante y consumidor final, representamos una fuerza de venta para el primero y una mejor opción de compra para el segundo, pues no tienen que consumir grandes volúmenes de cajas para lograr adquirirlas impresas, en su domicilio y a precios accesibles.

Objetivo general de Papizza

Permanecer en el mercado como una empresa consolidada que otorgue excelente servicio a sus clientes y un rendimiento adecuado al inversionista.

Objetivo general de mercadotecnia

Buscar constantemente mejores productos de alta calidad y precio justo para proporcionar a nuestros clientes un excelente servicio con un precio competitivo.

Objetivos específicos de mercadotecnia

Compras

- ❖ Establecer un sistema de compras que nos permita adquirir los productos que comercializamos a un precio justo y competitivo con la mejor calidad posible y que de preferencia nos sean entregados en la empresa para no generar gastos adicionales a las compras.

- ❖ Buscar descuentos por volumen de compra y procurar tener como mínimo tres proveedores para evitar el desabasto, aunque comenzaremos sólo con un proveedor, el cual nos propuso iniciar el negocio.

Finanzas

Establecer el equilibrio entre los gastos y costos para obtener precios de venta accesibles y competitivos en el mercado al cual nos dirigimos.

Mercadotecnia

Adaptarse a los resultados del estudio de mercado, el cual reflejará las preferencias de nuestros clientes, para posesionarnos en el mercado a través de una buena publicidad que sea adaptable y viable a nuestro presupuesto.

- ❖ Evitar, en la medida de lo posible, viajes innecesarios haciendo rutas que abarquen la mayor cantidad de consumidores posibles, tanto en la realización de la venta como en el reparto de la mercancía, de acuerdo a la frecuencia de consumo de nuestros clientes, sin afectar nuestra imagen respecto a la capacidad de respuesta que éstos esperan de nosotros.
- ❖ Dar un valor agregado a nuestros productos a fin de que seamos competitivos y que nuestra competencia nos tenga por un rival difícil de emular.
- ❖ Elaborar los mejores presupuestos de acuerdo a las condiciones económicas de la empresa y el entorno.
- ❖ Integrar adecuadamente los recursos de la organización para el logro de nuestros objetivos.

Nuestra misión

Satisfacer las necesidades de nuestros clientes en cuanto a los empaques de cartón kraft que den mejor imagen a su empresa y no les represente un gasto oneroso, sino una inversión que les dará la posibilidad de publicitarse.

Nuestra visión

Permanecer en el mercado como una empresa capaz de solucionar cualquier problema de empaque de cartón kraft que se les presente a los negocios de cocina rápida en Toluca y zonas conurbanas.

Nuestra filosofía

Tendremos como base las necesidades de nuestros clientes. La satisfacción de ellos será prioritaria y nos esmeraremos por darle la mejor presentación a sus negocios a través de nuestros empaques.

Nuestros valores

- ❖ Responsabilidad
- ❖ Honestidad
- ❖ Respeto
- ❖ Compromiso
- ❖ Puntualidad

Slogan

PAPIZZA = Efectividad, Servicio y Calidad.

Logotipo



3.1. Estudio de mercado

El objetivo del estudio de mercado es identificar y justificar si existe una demanda que corrobore la viabilidad de la puesta en marcha del proyecto, las características y especificaciones que busca el mercado, el número de clientes potenciales que existen y cuánto están dispuestos a pagar los consumidores por el producto.

Objetivos específicos del estudio de mercado

- ❖ Determinar la demanda de cajas de cartón kraft para pizzas en Toluca y sus zonas conurbanas.
- ❖ Determinar el precio de venta de las cajas.
- ❖ Determinar los niveles de inventario que se requerirán para dar un buen servicio.
- ❖ Determinar las promociones que ofreceremos a nuestros clientes.

Tipo de producto

Nuestro producto no es un producto doméstico, pues no es consumido o usado por el público, en realidad, se trata de un producto industrial utilizado por productores de pizza -a los cuales podemos ubicar dentro del marketing de servicios- como un material auxiliar porque sirve de empaque para sus productos.

Necesidades que satisface

El servicio que ofrecemos en Papizza está ubicado en la mercadotecnia de empresa a empresa, anteriormente llamada mercadotecnia industrial, y pretende cubrir las necesidades de empaque de los pequeños productores de pizzas de la ciudad de Toluca y municipios aledaños (empresas del sector terciario).

3.1.1. Competencia

La principal productora de empaques de cartón para pizzas, competencia de Papizza es:

Empack, S.A. de C. V. (Sucursal Toluca). Esta empresa existe desde 1950. La fábrica se encuentra ubicada en Av. 1° de Mayo, Naucalpan, Estado de México. En la actualidad cuenta con treinta y dos puntos de venta en siete estados de la república. En su publicidad ofrece varios servicios, entre ellos el de paquetería y todo tipo de cajas, tanto de cartón kraft como de cartón blanco y caple; también ofrece la impresión a partir de quinientas cajas; sin embargo, cuando acudimos a la sucursal de Toluca, nos informaron que para hacernos cajas con impresión tendríamos que comprar como mínimo tres mil piezas, también nos comentaron que no tienen diseñador, y que deberíamos llevar una caja ya impresa para que les sirviera de muestra, además del logotipo y diseño hecho en Acrobat o Corel Draw versión 11; que el tiempo de entrega oscilaba entre veinte y treinta días hábiles; el costo de la impresión dependía de la cantidad de letras y el logotipo que pretendiéramos imprimir.

Si las queríamos más rápido deberíamos pagar un 20% adicional y nos las entregarían a los ocho o diez días hábiles después de realizar el pedido. Sus paquetes son de 25 piezas cada uno y realizan entregas a domicilio con una compra mínima de dos mil pesos. En el caso de los pedidos foráneos, es decir, que las cajas se tengan que enviar a algún municipio, el flete o servicio de paquetería es por cuenta del cliente.

Los establecimientos que tiene esta empresa para venta están dirigidos a todo tipo de público, pues manejan cajas para regalo, cajas para archivo y todo tipo de ellas.

Sus costos son los siguientes:

Caja de 25cm ²	\$3.90
Caja de 30cm ²	\$4.90
Caja de 35cm ²	\$6.10
Caja de 40cm ²	\$7.80
Caja de 45cm ²	\$8.90

Estos precios son elevados en comparación con los que Papizza pretende manejar, sobre todo, si se toma en cuenta que las cajas que ofrecemos tienen las mismas características que las de Empack, S.A. de C. V.

3.1.2 Descripción del producto

Las cajas (empaques) para pizzas que pretendemos vender están elaboradas con cartón kraft de 7kg por cm² en varias medidas:

- ❖ 44 x 44 x 04cm Mega
- ❖ 40 x 40 x 04cm Familiar
- ❖ 35 x 35 x 04cm Grande
- ❖ 30 x 30 x 04cm Mediana
- ❖ 25 x 25 x 04cm Chica

3.1.3. Naturaleza y usos del producto

En cuanto a su almacenaje, es indispensable que permanezca en un lugar seco, libre de polvo e higiénico. Además, debe conservarse bien protegido para que no se contamine, pues se trata de empaques para alimentos.

El producto está destinado al consumo final porque que se entrega un producto terminado que sirve de empaque a otro producto. Su compra es programada, debido a que ningún comprador desea quedarse sin empaques para la venta de sus productos alimenticios, en este caso las pizzas.

El producto se adquiere por comparación con otros productos similares, pues interesa la calidad, el precio, la presentación y el servicio oportuno.

3.1.4. Estructura del mercado

El mercado en el que pretendemos entrar es de libre competencia y se piensa llevar la segmentación por área geográfica comenzando por la ciudad de Toluca y sus municipios aledaños.

3.1.5. Información de fuentes secundarias

No existe información específica al respecto. El INEGI es la única fuente que podría darnosla; sin embargo, esta institución maneja a todas las empresas de comida rápida como un sector y no hace ningún tipo de clasificación; por tal motivo, no existe algún directorio, que muestre cuántas pizzerías, cocinas económicas, torterías, etcétera, se encuentran establecidas en los municipios estudiados. Desde luego que sí están censados estos establecimientos, pero como parte de un todo llamado “Establecimientos de comida rápida”.

3.1.6. Información de fuentes primarias

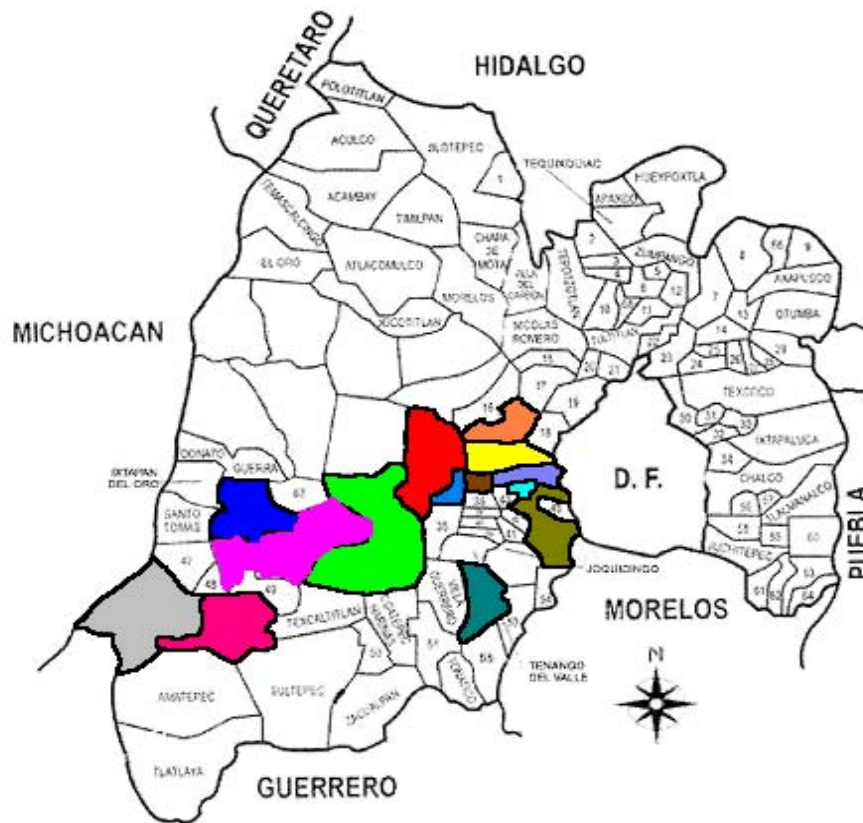
En vista de que no obtuvimos información de fuentes secundarias, tomamos en cuenta la proporcionada por el dueño de la empresa quien nos dio nombre y dirección de algunas pizzerías que él había visitado. Fuimos directamente a las pizzerías, tanto a las que nos indicó, como a todas las que encontramos en las rutas que establecimos para pedirles a los propietarios nos hicieran el favor de contestar nuestro cuestionario, así logramos hacer la segmentación de mercado, la cual podríamos llamar censo.

“La segmentación de mercados es el proceso mediante el que se identifica o se toma a un grupo de compradores homogéneos, es decir, se divide el mercado en varios submercados o segmentos de acuerdo con los diferentes deseos de compra y requerimientos de los consumidores”¹

3.1.7. Segmentación

Debido a la ubicación de la planta comercializadora y desde el punto de vista geográfico, nuestro mercado será metropolitano; porque abarcaremos las pizzerías que se encuentran ubicadas en la ciudad de Toluca y sus municipios aledaños. En el siguiente mapa resaltamos dichas localidades

Segmentación de mercado²



2. Laura Fischer y Jorge Espejo. *Mercadotecnia*. 3a. ed. Mc Graw Hill, México, 2004, p481.

3. Fuente: INEGI www.inegi.gob.mx

	TOLUCA		LERMA
	CAPULHUAC		TEJUPILCO
	TIANGUISTENGO		XONACATLÁN
	ZINACANTEPEC		OCOYOACAC
	LUVIANOS		VALLE DE BRAVO
	SN. MATEO ATENCO		TENANCINGO
	METEPEC		TEMASCALTEPEC

3.1.8. Obtención de la información de fuentes primarias

A fin de contar con información que permita conocer a detalle características de productos, consumidores, la oferta existente, canales de distribución y precios, se aplicaron cuestionarios a posibles consumidores.

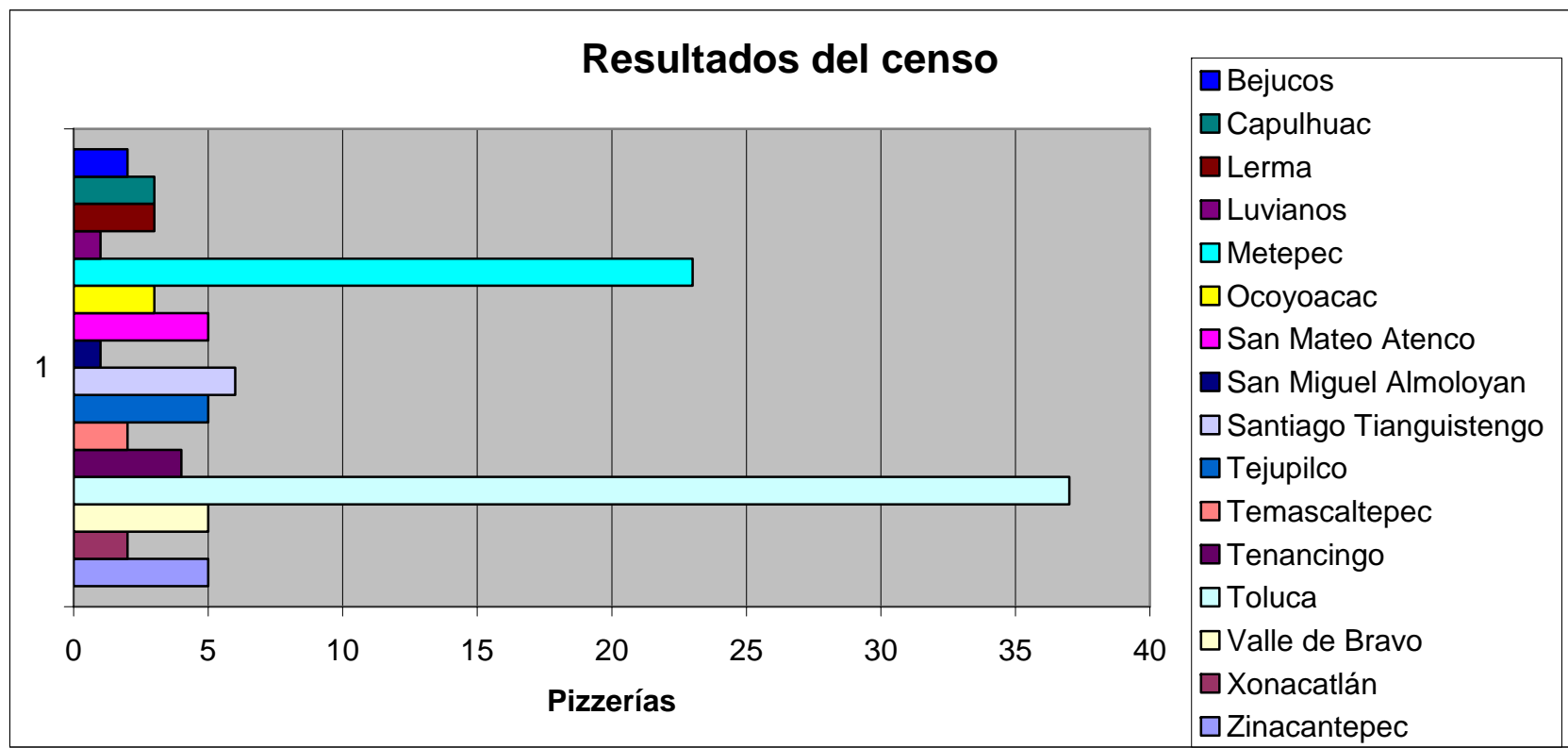
3.1.9. Determinación de la muestra

107 elementos conforman la totalidad de nuestros entrevistados.

Encuestas aplicadas por municipio:

Bejucos	2
Capulhuac	3
Lerma	3
Luvianos	1
Metepec	23
Ocoyoacac	3
San Mateo Atenco	5
San Miguel Almoloyan	1
Santiago Tianguistengo	6
Tejupilco	5
Temascaltepec	2
Tenancingo	4
Toluca	37
Valle de Bravo	5
Xonacatlán	2
Zinacantepec	5

Resultados del censo del mercado³



Zinacantepec	Xonacatlán	Valle de Bravo	Toluca	Tenancingo	Temascaltepec	Tejupilco	Santiago Tianguistengo
5	2	5	37	4	2	5	6

San Miguel Almoloyan	San Mateo Atenco	Ocoyoacac	Metepec	Luvianos	Lerma	Capulhuac	Bejucos
1	5	3	23	1	3	3	2

³ Elaboración propia.

A continuación presentamos el cuestionario que se aplicó a los integrantes de la muestra.

Buenos días/tardes, según sea el caso, soy Leticia Peregrina Hernández, estoy realizando un cuestionario para conocer su opinión sobre las cajas de cartón para pizza. Agradezco su colaboración y le pido que proporcione la información lo más veraz posible.

1. **¿Empaca sus productos?** Sí No
2. **¿Por qué?** _____
3. **¿Qué tipo de empaque utiliza?**
Caja Bolsa de papel Bolsa de nylon Plato de cartón Otro
4. **¿Con base en qué criterio elige su empaque?**
Calidad Precio Marca Presentación Otro
5. **¿Cuántos empaques consume a la semana?**
50-100 100-200 200-300 Más de 300
6. **¿Cada cuándo compra sus empaques?**
Semanal Quincenal Mensual Otro
7. **¿Dónde compra sus empaques?**
Domicilio del proveedor En mi negocio Otro
8. **¿Regularmente sus compras las paga en?**
Efectivo Con cheque Otro
9. **¿Tiene sucursales?** Sí No
10. **¿Dónde?** _____
11. **¿Planea abrir más sucursales?** Sí No
12. **¿Dónde?** _____
13. **¿Con cuántos empleados cuenta actualmente?** _____
14. **¿Las cajas que usa actualmente tienen impresos?**
Su logotipo Dirección y teléfono Nada

15. ¿Le gustaría utilizar cajas con su publicidad impresa? Sí No

16. ¿Por qué? _____

17. ¿De que modo es más frecuente la venta de su producto?

Completa Rebanada Otro

18. ¿Qué medio de transporte utiliza para entregar sus productos?

Auto Motocicleta Bicicleta Otro

19. ¿El local donde está establecido es propio?

Si No

20. ¿Cuánto tiempo tiene en este giro (negocio)?

21. ¿Cómo se llama su proveedor?

22. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando con este proveedor? _____

23. ¿Su proveedor le ofrece algún tipo de crédito? Sí No

24. No, ¿por qué? _____

25. Sí ¿por cuánto tiempo?

8 días 5 días 1 mes Otro

26. ¿A cuánto haciende su crédito? _____

27. ¿Le surte a tiempo sus empaques? Sí No

28. ¿Porqué? _____

29. ¿Cómo considera la calidad del empaque?

Buena Regular Mala

30. ¿Cómo considera el precio que le dan?

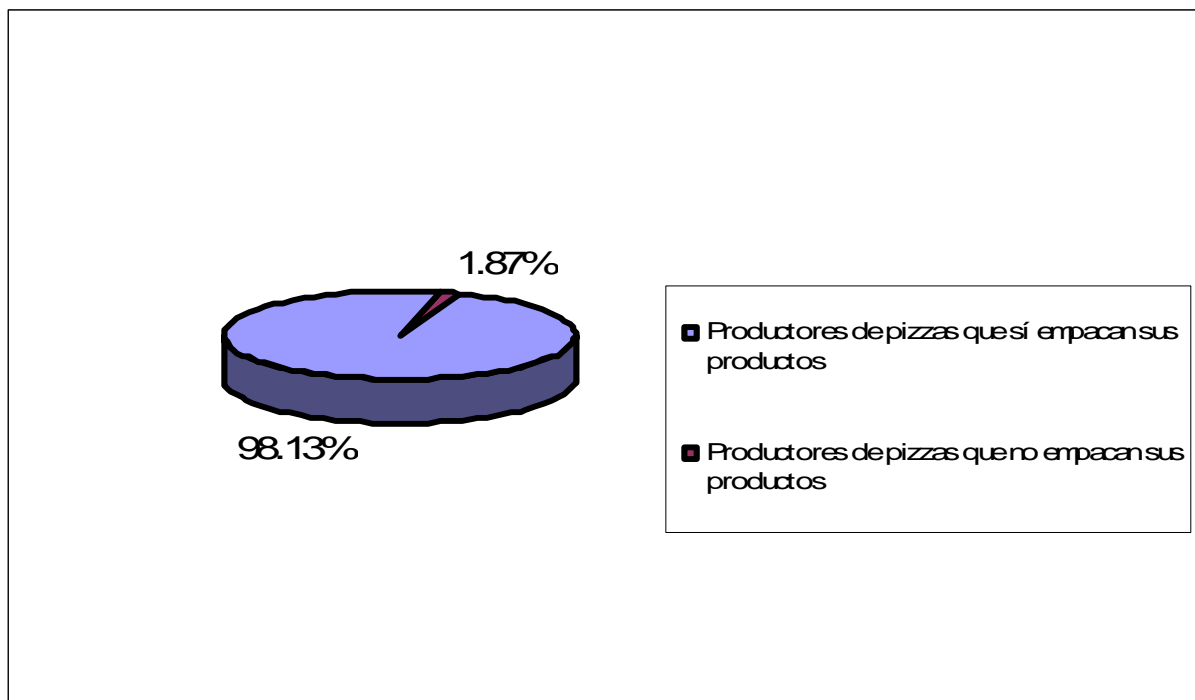
Caro Adecuado Barato

3.1.10. Interpretación de resultados

Los cuestionarios se aplicaron directamente a los productores de pizza en sus respectivos negocios, procuramos que respondieran los dueños o encargados para obtener respuestas más veraces.

Después de aplicar los cuestionarios concluimos que los resultados nos muestran la viabilidad del proyecto. Éstos son:

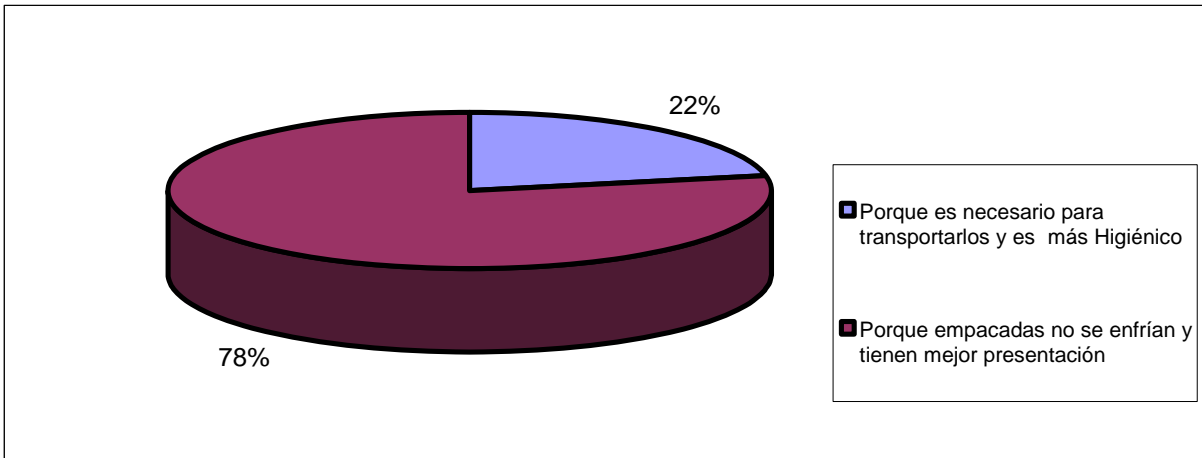
Pregunta 1. ¿Empaca sus productos?



El total de los cuestionarios aplicados nos dieron como resultado que:

El 98.13% de los cuestionados sí empaican sus productos, mientras que sólo un 1.87% no lo hacen, porque son estanquillos pequeños que sólo venden rebanadas, las cuales sirven en platos desechables.

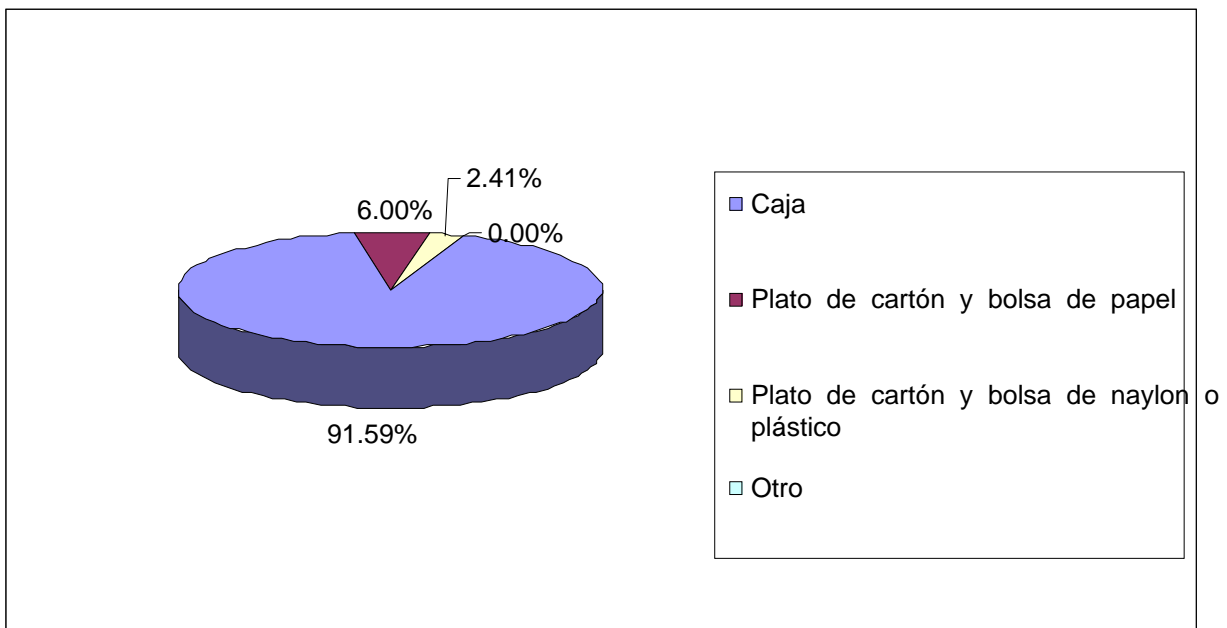
Pregunta 2. ¿Por qué?



De los ciento cinco entrevistados que dijeron que sí empacan sus productos, resumimos que dos respuestas engloban las razones y nos arrojaron los siguientes resultados:

82 de ellos empacan las pizzas porque así no se enfrían y tienen mejor presentación, 23 las empacan por higiene y para facilitar el transporte.

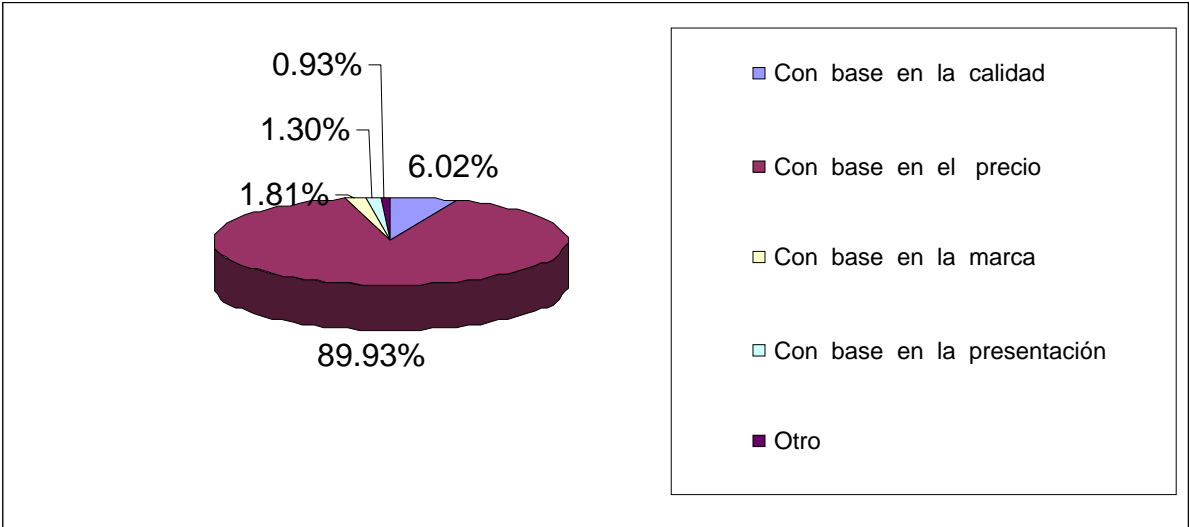
Pregunta 3. ¿Qué tipo de empaque utiliza?



Los resultados de la pregunta dos nos muestran que los productores de pizza que utilizan plato de cartón también emplean bolsa, ya sea de plástico o de papel.

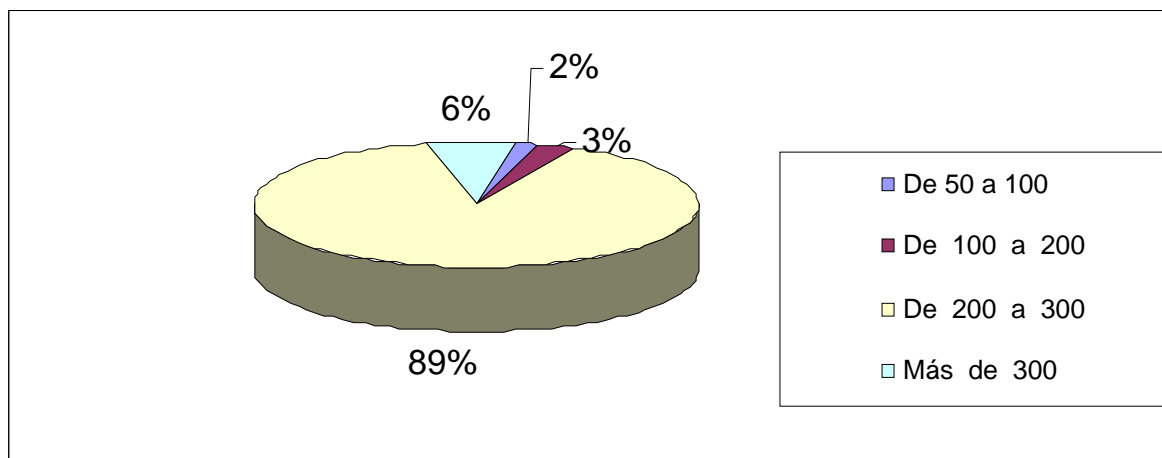
96 de los cuestionados utilizan cajas para empacar sus pizzas, 6 utilizan plato de cartón y bolsa de papel, 2 prefieren usar plato de cartón y bolsa de plástico, por último sólo 1 usa papel aluminio para proteger la pizza.

Pregunta 4. ¿Con base en qué criterio elige su empaque?

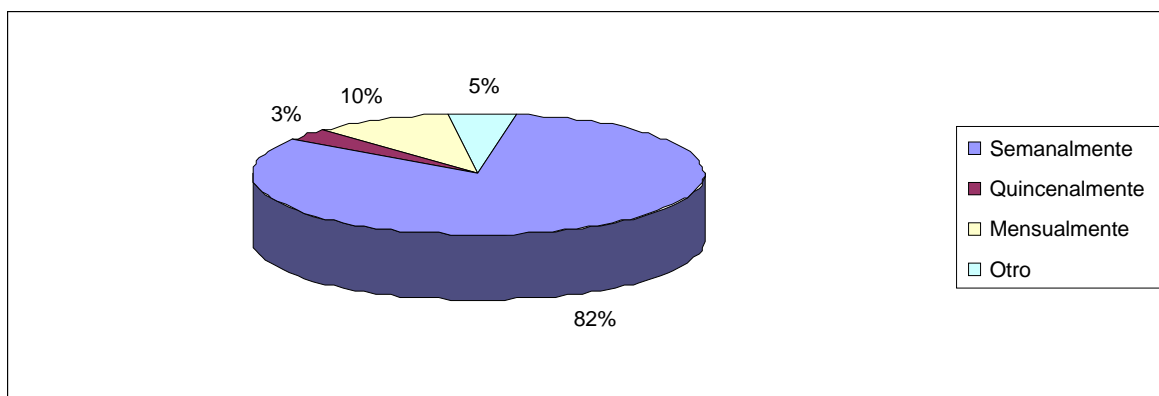


Los productores de pizza eligen sus empaques con base en el precio y otros factores que muestra la gráfica.

Pregunta 5. ¿Cuántos empaques consume a la semana?

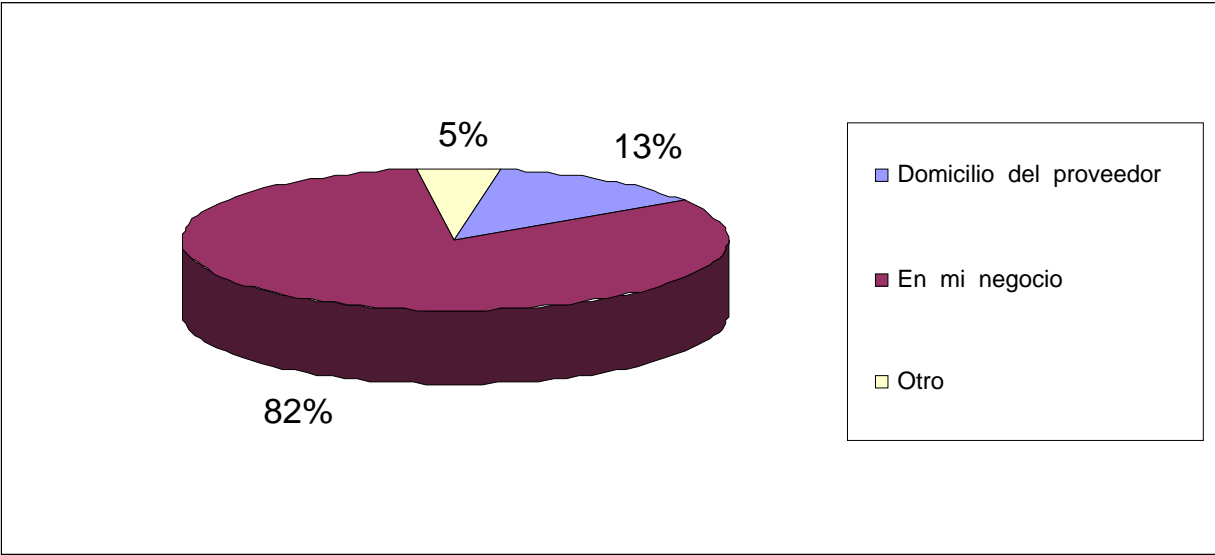


Pregunta 6. ¿Cada cuándo compra sus empaques?



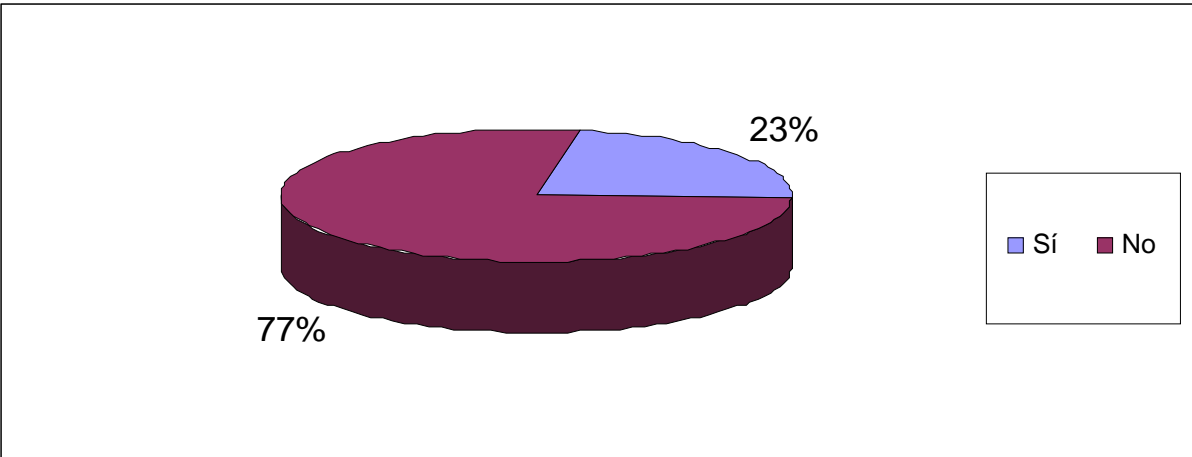
La mayoría de los productores de pizza que empaican su producto consumen entre 200 y 300 empaques y los compran semanalmente.

Pregunta 7. ¿Dónde compra sus empaques?, 8 ¿Regularmente sus compras las paga en?



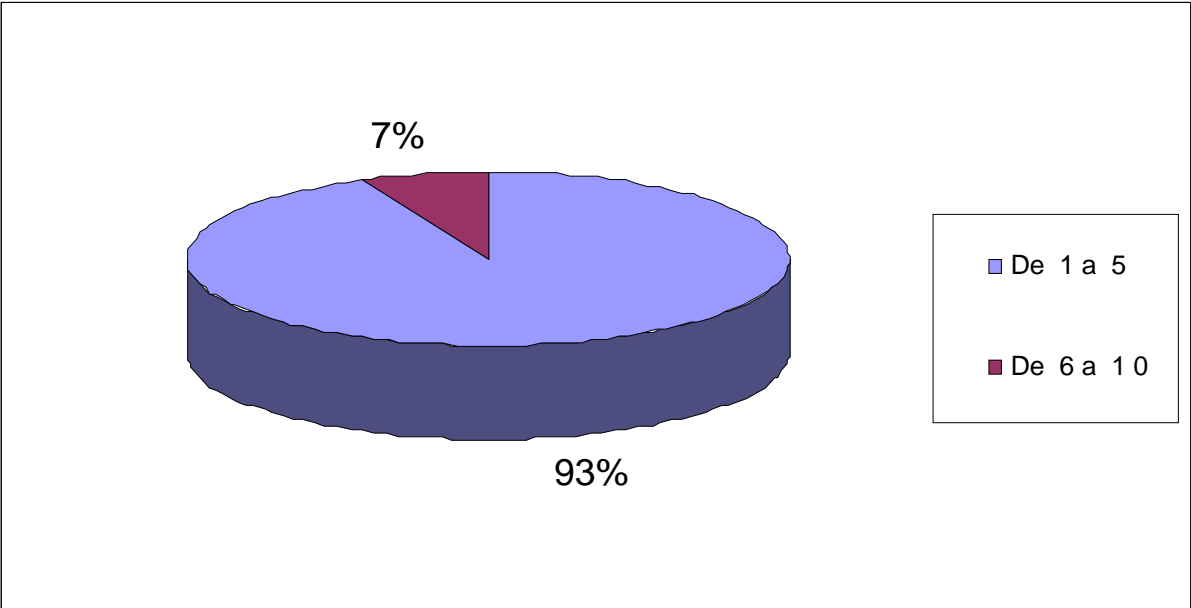
El 68% de los entrevistados compran sus empaques en su negocio y el 72% de ellos paga en efectivo dicha compra; los que pagan de otra forma refieren haber depositado en el banco a su proveedor antes de recibir sus empaques porque se trata de fábricas grandes con este tipo de políticas.

Pregunta 9. ¿Tiene sucursales?, 10. ¿Dónde?, 11. ¿Planea abrir más sucursales? y 12 ¿Dónde?



Los entrevistados que refieren tener sucursales nos dijeron que se encuentran dentro del Estado de México en la zona que pretendemos trabajar. La mayoría de los entrevistados no tiene sucursales. Todos coinciden en que, si su negocio progresa, abrirán más sucursales en la misma localidad.

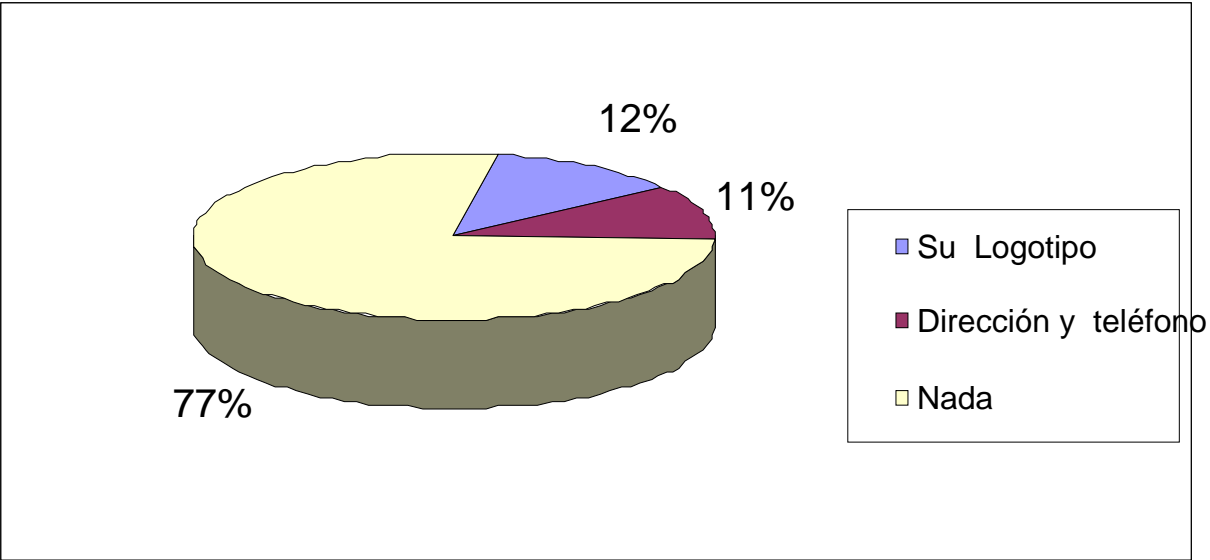
Pregunta 13. ¿Con cuántos empleados cuenta actualmente?



La mayoría de los establecimientos cuentan con más de cinco empleados, esto se debe a que tienen por lo menos dos repartidores, un cocinero(a), un empleado dedicado a la elaboración de la pizza, un cajero (a) y un mesero.

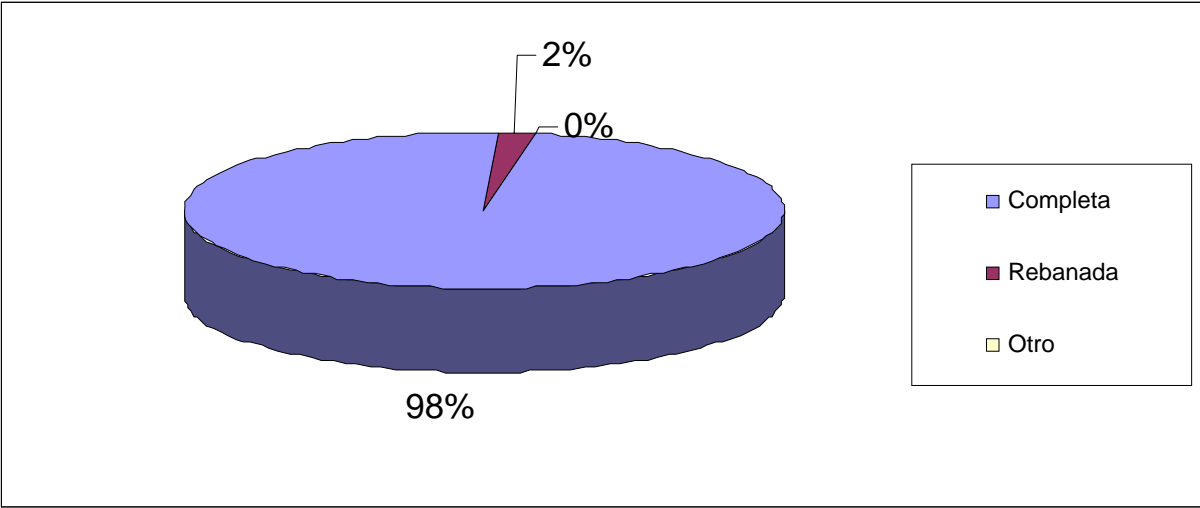
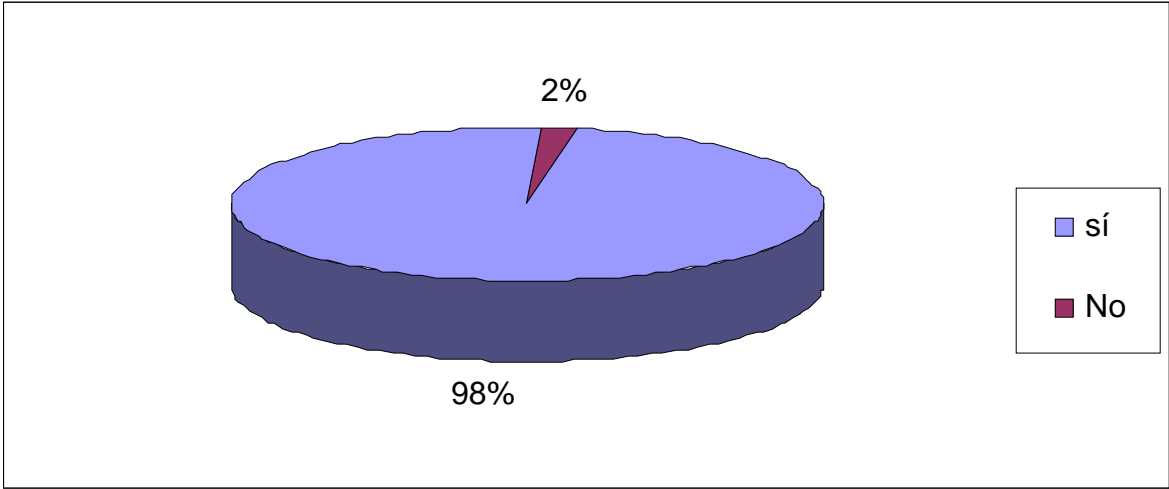
Pregunta 14. Las cajas que usa actualmente tienen impreso:

- ❖ Su logotipo
- ❖ Dirección y teléfono de su negocio
- ❖ Nada



Como vemos en la gráfica, el 77% de los entrevistados contestaron que compran cajas sin impresión.

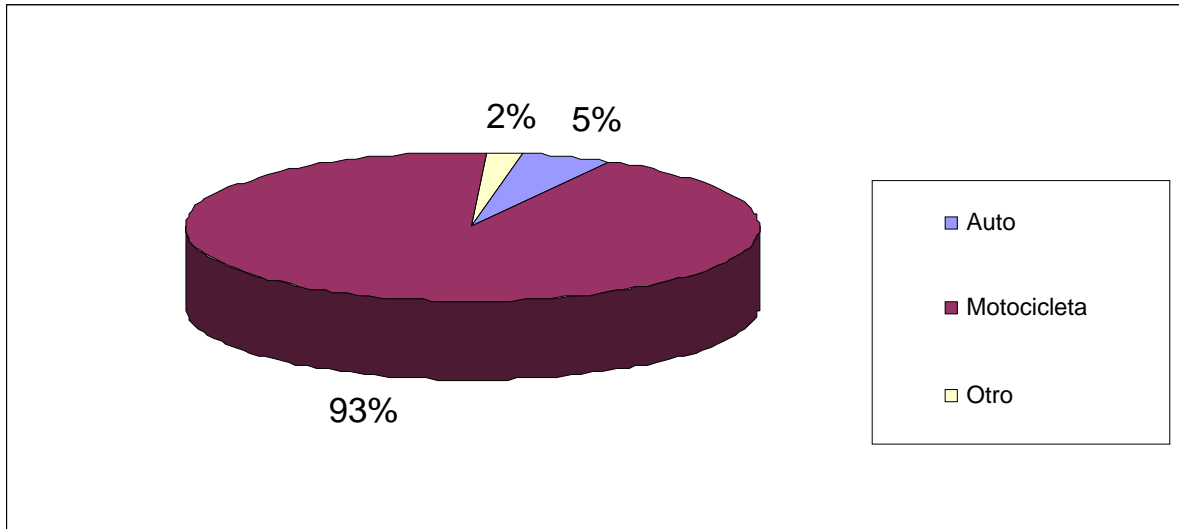
Pregunta 15. ¿Le gustaría utilizar cajas con su publicidad impresa?, 16. ¿Por qué?, 17. ¿De qué modo la venta de su producto es más frecuente?



Casi todos los entrevistados coinciden en que venden más las pizzas completas, tanto para comer en el establecimiento como para llevar a casa y que les gustaría utilizar cajas con publicidad de su negocio impresa porque les daría la oportunidad de promocionarse y sus clientes los reconocerían con mayor facilidad al ver una caja en cualquier lugar.

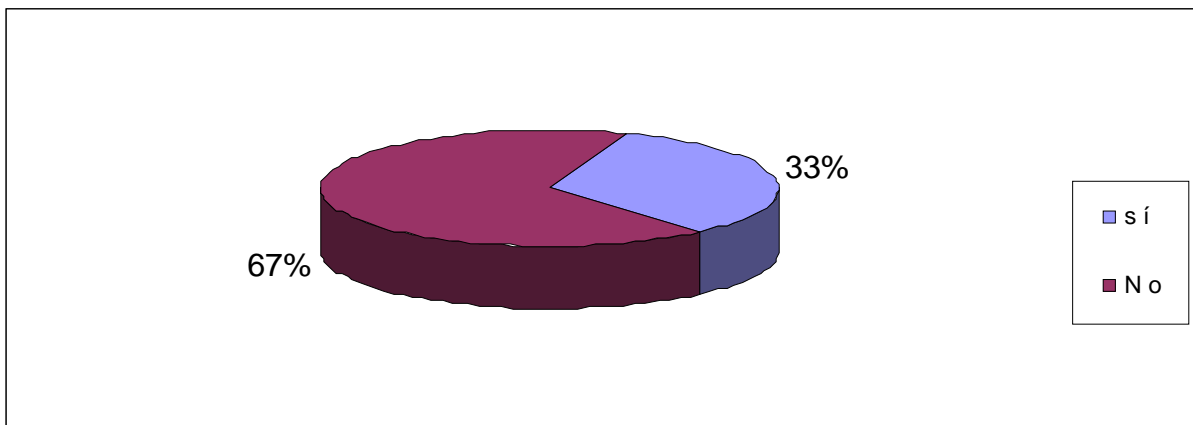
Pregunta 18 ¿Qué medio de transporte utiliza para entregar su producto?

- ❖ Auto
- ❖ Motocicleta
- ❖ Otro



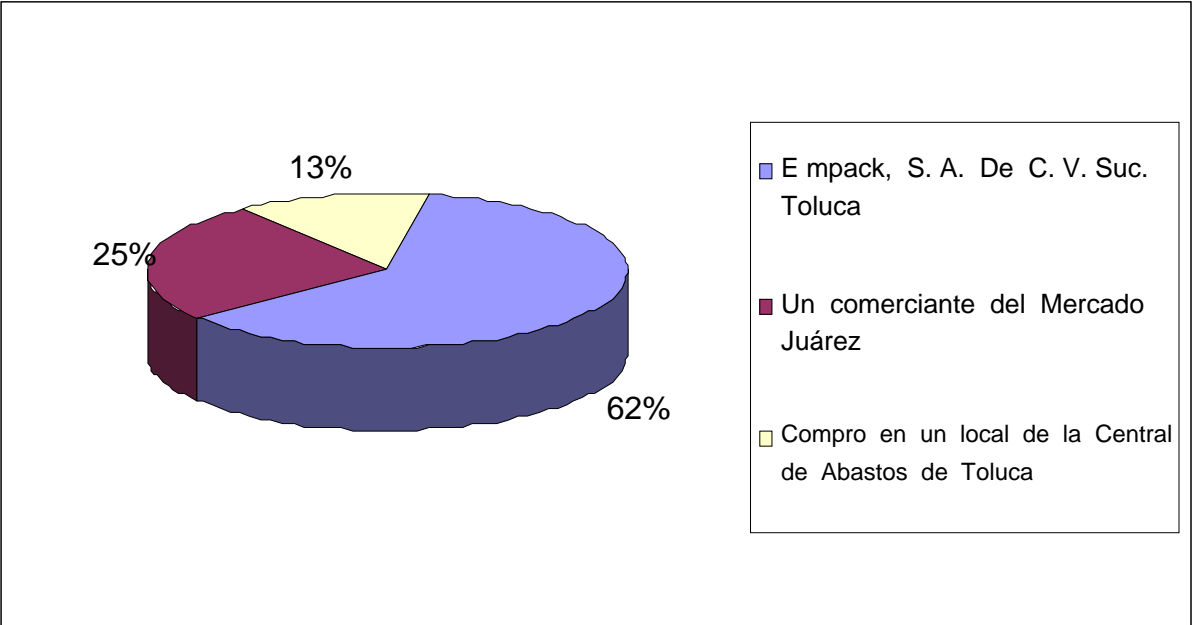
Como vemos en la gráfica, el medio de transporte que más se utiliza en el reparto de pizzas es la motocicleta. Ésto nos deja ver que el manejo de las pizzas es más sencillo si van empacadas en cajas.

Pregunta 19. ¿El local donde está establecido es propio? y 20. ¿Cuánto tiempo tiene en este giro?



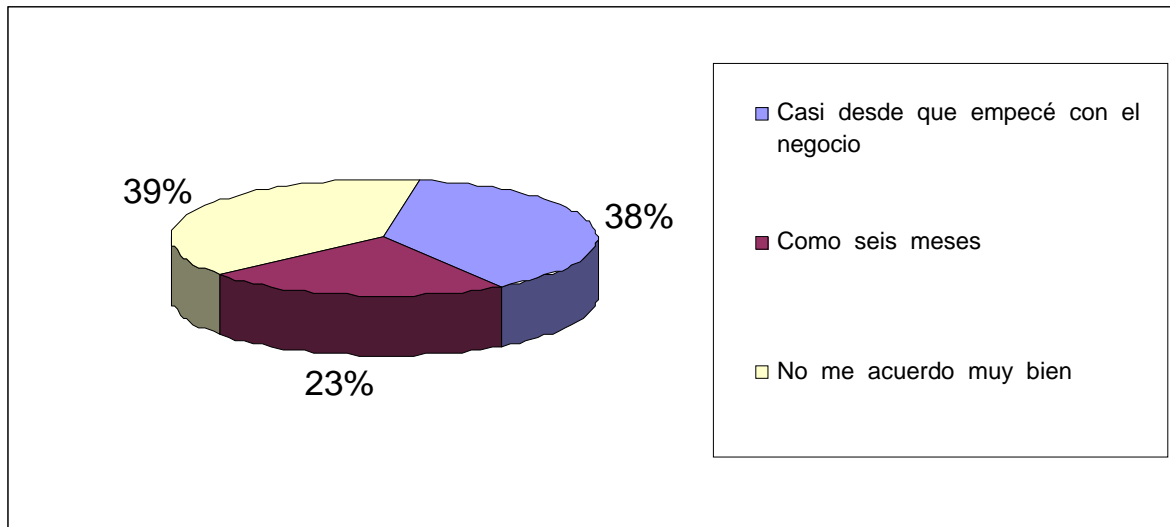
El 67% de los entrevistados pagan renta y el 33% cuenta con un local propio. Un gran porcentaje refiere que tiene mucho tiempo trabajando este giro, pues antes de poner su pizzería laboró en otra más grande; algunos incluso dicen haber trabajado en este sector en Estados Unidos de Norteamérica.

Pregunta 21. ¿Cómo se llama su proveedor?



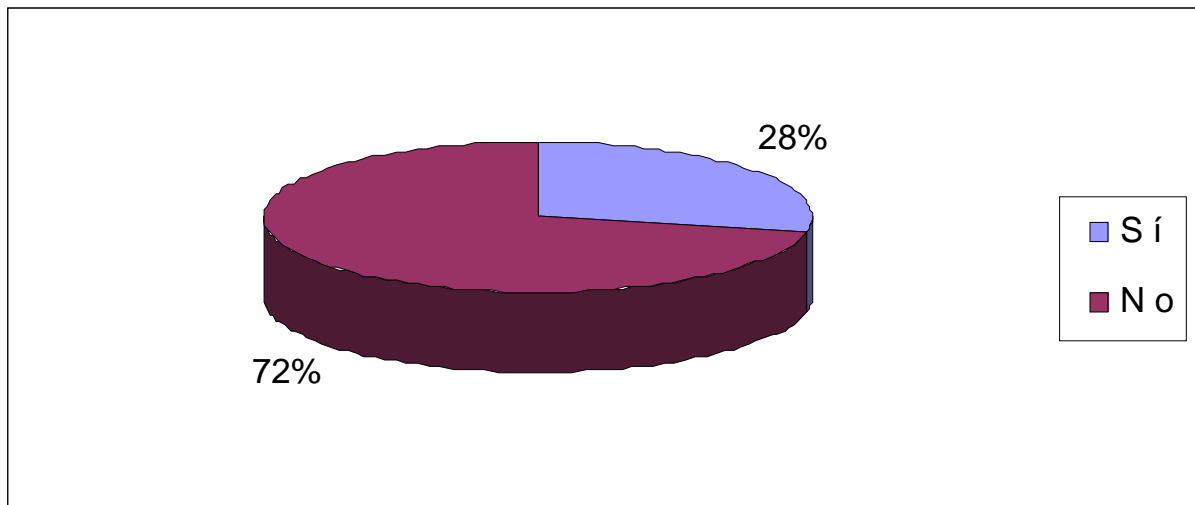
Los entrevistados que compran en Empack, S.A. de C. V. y con el comerciante del mercado Juárez, el cual vende materias primas, reciben la mercancía en su negocio; el resto va por cajas a la Central de Abastos de Toluca.

Pregunta 22. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando con este proveedor?



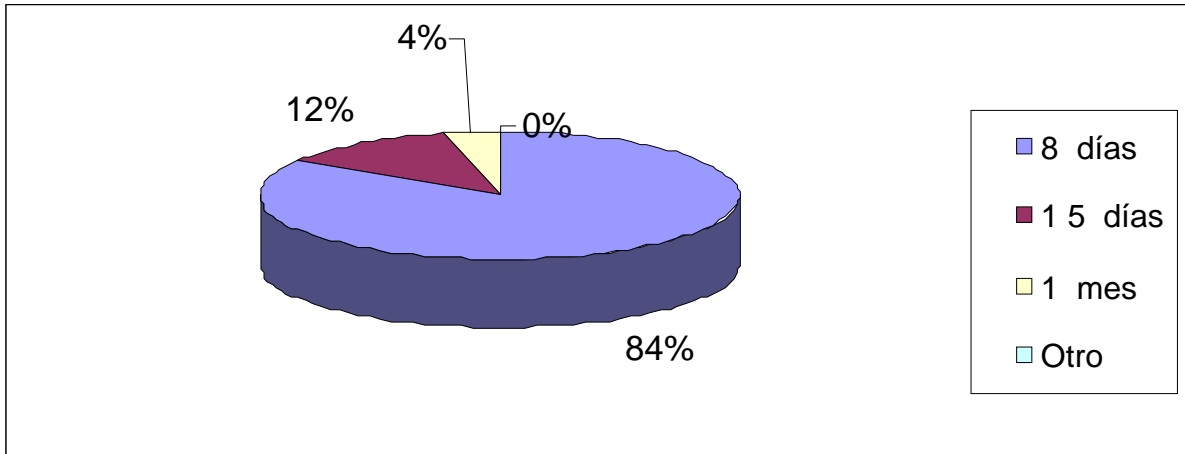
Lo que pudimos apreciar en las respuestas de los encuestados es que pueden ser fieles a su proveedor siempre y cuando este les dé un buen servicio y un precio que no sobrepase el que prevalezca en el mercado.

Pregunta 23. ¿Su proveedor le ofrece algún tipo de crédito?, 24. No, ¿por qué?



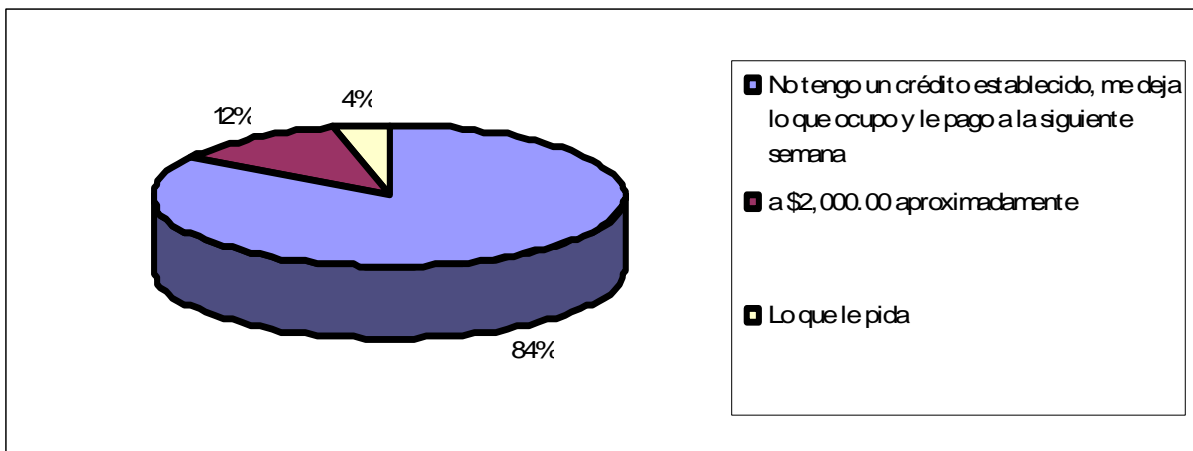
Los que respondieron que no solamente se concretaron a decir que su proveedor no da crédito.

Pregunta 25. Sí, ¿por cuánto tiempo?



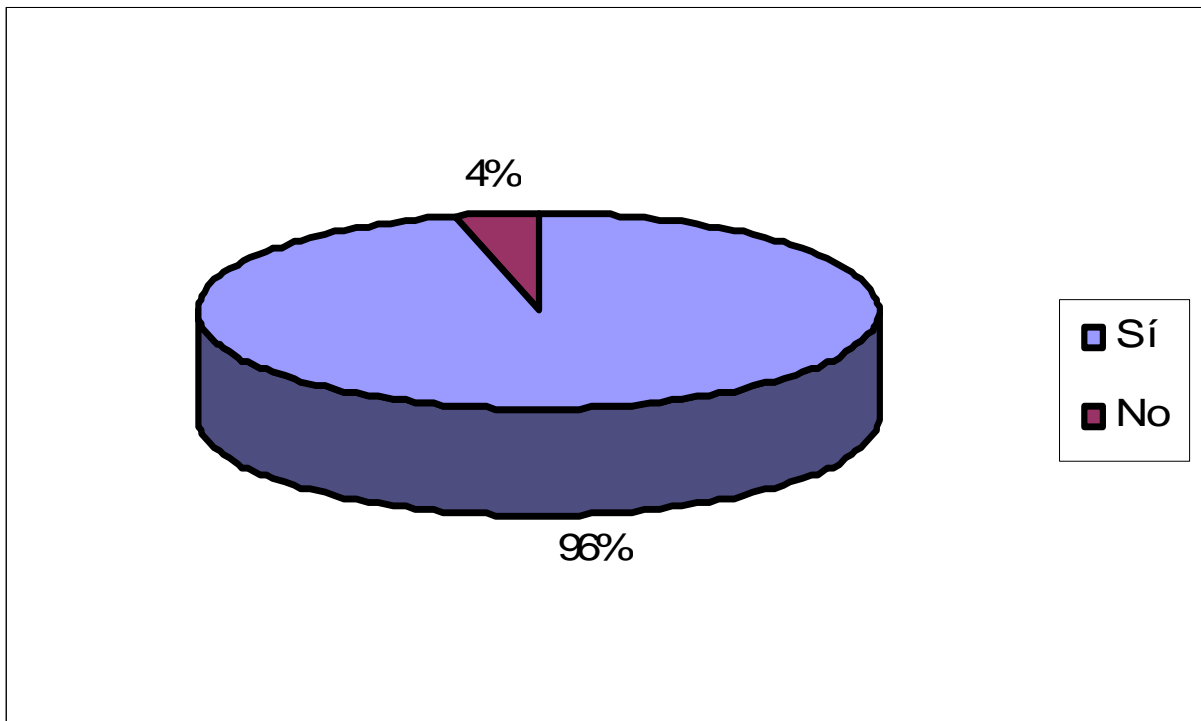
84% de los entrevistados respondieron que su proveedor les da crédito por ocho días. Nosotros pensamos que si ofrecemos las cajas impresas podremos vender con un 50% de anticipo y el resto al entregar o máximo a los ocho días después de la entrega.

Pregunta 26. ¿A cuánto asciende su crédito?



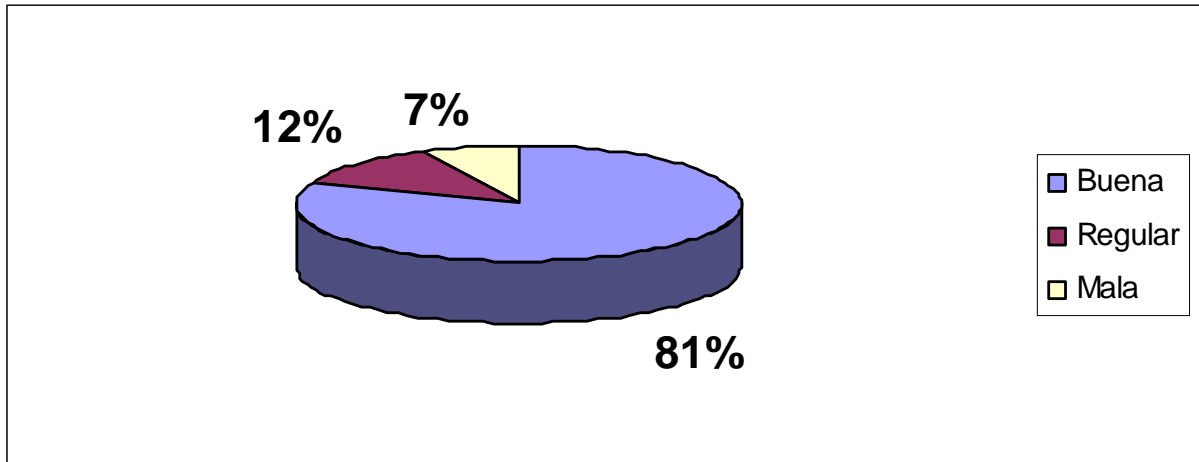
Al analizar que el 84% de los encuestados tienen crédito de ocho días con su proveedor, resumimos que son personas dignas de crédito y, si lo requieren podemos proporcionarles el mismo plazo.

Pregunta 27. ¿Le surte a tiempo sus empaques?, 28. ¿Por qué?



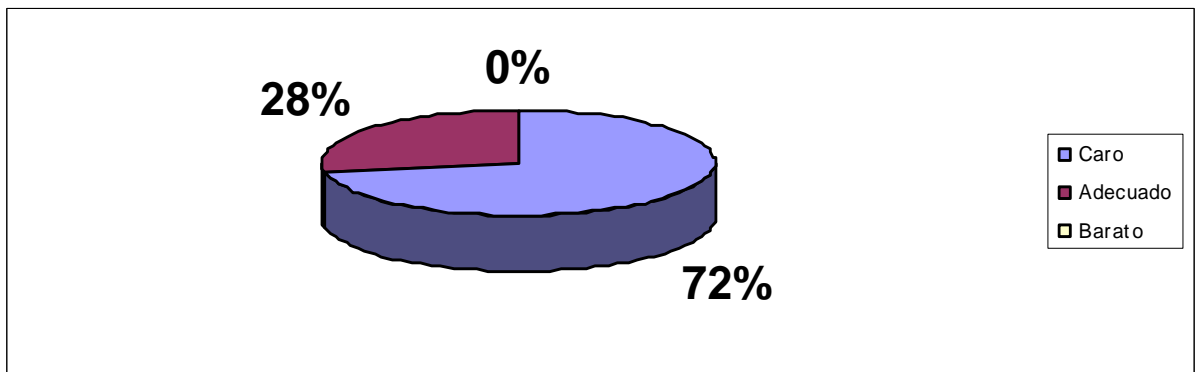
El 96% de los entrevistados respondieron que sí reciben a tiempo sus empaques porque procuran comprarlos con anticipación. Del 4% que respondieron que no reciben a tiempo sus empaques, el 3% dijo que pide con impresión y que además de salirles más caros, nunca les llegan a tiempo, el 1% creen que se debe a atrasos de la paquetería.

Pregunta 29. ¿Cómo considera la calidad del empaque?



El 81% de los entrevistados refieren que compran sus empaques con buena calidad, un 12% de ellos consideran la calidad regular y un 7% dice que la calidad es mala.

Pregunta 30. ¿Cómo considera el precio que le dan?



Como podemos apreciar en esta gráfica, a la mayoría de los entrevistados les parecen caros los precios que pagan por sus cajas y sólo un 28% considera el precio adecuado. Nosotros sabemos que están diciendo la verdad pues así lo constatamos al pedir información a nuestra competencia.

3.1.11. Demanda

Se refiere a las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado. Basados en la estimación de ventas podemos esperar una demanda que nos permita rebasar el punto de equilibrio.

3.1.11. Perfil del consumidor

Nuestros clientes serán, en esta primera etapa, los pequeños y medianos productores de pizzas denominados establecimientos de comida rápida. Aquellos que empacan sus productos en cajas de cartón kraft, el cual eligen con base al precio y la calidad. Además, consuman entre cien y trescientas cajas por semana, mismas que compren en su domicilio comercial; quienes opten por las cajas con impresión y que de preferencia paguen de contado o no requieran de un plazo mayor de 15 días de crédito.

3.2.3.1. Estimación de ventas

La estimación de ventas se hace recurriendo al Método de Mínimos Cuadrados ⁴

Se dispone de la siguiente información:

PRONÓSTICO DE VENTAS ANUALES MEDIANTE LA UTILIZACIÓN DE MÍNIMOS CUADRADOS						
AÑO	NÚMERO DE AÑOS OBSERVADOS	AÑO DE ESTIMACIÓN X	VOLUMEN DE VENTAS Y	XY	X ²	
2004	1	-1.5	2949194	-4423791	2.25	
2005	2	-0.5	2712259	-1356129	0.25	
2006	3	0.5	2803707	1401854	0.25	
2007	4	1.5	3536213	5304320	2.25	
Total	10	0	12001373	926252.9	5	
Promedio	2.5					

b=	$\frac{\sum XY}{X^2}$	$= \frac{926252.9}{5}$	= 185250.58	y= a+bx
				y2008, x11= 5038100
				y2008, x12=
				y2008, x13=

a=	$\frac{12001373.2}{4}$	= 3000343.3	
-----------	------------------------	--------------------	--

AÑO	NÚMERO DE AÑOS OBSERVADOS	AÑO DE ESTIMACIÓN X	VOLUMEN DE VENTAS Y	XY	X ²
2008	1	-1	2815093	-2815093	1
2009	2	0	3000343	0	0
2010	3	1	3185594	3185594	1
Total	6	0	9001030	0	2
Promedio	2	0			

5. Arturo y José Antonio Morales Castro. *Op. Cit.* p. 76.

3.2.4. Oferta

Se refiere a las cantidades de producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado.

La oferta es de mercado libre, pues aunque no existe un gran número de vendedores, sí tenemos un gran número de compradores. El producto está tipificado de tal manera que la participación en el mercado se encuentra determinada tanto por la calidad como por el servicio, sin que con esto digamos que el precio no es importante.

3.2.5. Mezcla de mercadotecnia (4Ps)

Es la oferta completa que la organización hace a sus consumidores: un producto con su precio, plaza y promoción⁵

1. Productos precio

El precio de nuestros productos deberá ser establecido con base en los precios que prevalecen en el mercado, procurando sea más bajo que los de nuestra competencia y no repercuta de forma negativa en la empresa.

Nuestros productos y precios serán los siguientes:

Producto	Medida	Precio Unitario
Caja de cartón kraft para pizza mega	44 x 44 x 04cm	\$5.50
Caja de cartón kraft para pizza familiar	40 x 40 x 04cm	\$ 4.50
Caja de cartón kraft para pizza grande	35 x 35 x 04cm	\$4.50
Caja de cartón kraft para pizza mediana	30 x 30 x 04cm	\$3.60
Caja de cartón kraft para pizza chica	25 x 25 x 04cm	\$3.20

6. Laura Fischer y Jorge Espejo. *Op. Cit.* p. 27

Estos precios serán aplicados en las zonas que abarca nuestra segmentación. Para no cobrar el flete ni aumentar los precios a los clientes que se encuentran a cien o más kilómetros de distancia de la ciudad de Toluca, se les pedirá un consumo mínimo de tres mil cajas o, en su defecto, esperen a que hayan varios pedidos para que con el remolque, cuya capacidad es de diez mil cajas, se les entregue a partir de mil cajas por cliente.

2. Plaza

Desde el punto de vista formal, la plaza o canal de distribución es una estructura de negocios de operaciones interdependientes que va desde el punto de origen del producto hasta el consumidor; es decir, los canales por los que se mueven los productos o servicios a través de la distribución física.

En términos sencillos, la plaza consiste en hacer llegar los productos o servicios al lugar apropiado, en el tiempo oportuno y con el menor costo posible, conformando así un sistema eficiente que busca alcanzar la satisfacción del cliente otorgándole también los beneficios del precio, lugar y oportunidad.

Por lo anterior y al tomar en cuenta que somos una empresa distribuidora que vende sus productos a usuarios industriales, representamos para el fabricante el canal de distribución y para los clientes, un canal directo, pues nuestras ventas no se harán a través de terceros, sino de forma directa, adoptando la venta personal, ya que el vendedor visitará a los clientes en su domicilio.

3. Promoción

La promoción que ofreceremos es la impresión gratuita a dos tintas en las cajas con todos los datos que el cliente considere necesarios para promocionar su negocio. En la compra mínima de mil cajas, la entrega a domicilio será sin costo adicional dentro de la zona de Toluca. También haremos la entrega a domicilio a partir de doscientas cajas sin impresión con horario flexible.

4. Publicidad

La mejor publicidad que podemos tener es la de boca a boca; es decir, nuestros clientes al estar satisfechos con el servicio nos recomendarán con otros.

Otra forma de darnos a conocer es poniendo en cada caja nuestro pie de casa, el cual contendrá todos los datos de la empresa y en él resaltaremos nuestro número de teléfono.

También recurriremos a periódicos y, en su momento, a la Cámara de Comercio de nuestro municipio.

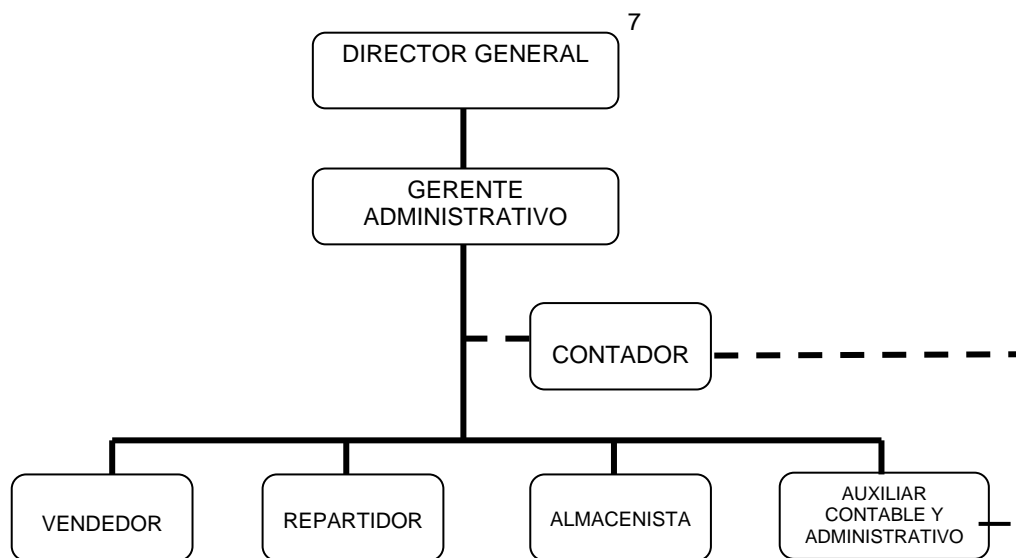
3.3. Estudio organizacional

3.3.1 Descripción del negocio

La empresa está dedicada a la comercialización de cajas de cartón kraft, especialmente las utilizadas como empaque para la entrega de pizzas. Las cajas se compran con o sin impresión en paquetes de cincuenta piezas debidamente flejados y envueltas en papel egapack para protegerlas del polvo o cualquier otra sustancia. Las cajas con impresión se almacenan por periodos muy cortos, pues su compra se hace con base en pedidos previos de los clientes. Por otro lado, las cajas sin impresión son almacenadas manteniendo un stock de mil cajas por medida y en constante rotación. El valor agregado que ofrecemos a nuestros clientes es la impresión sin costo en compras mínimas de mil cajas.

3.3.2. Organigrama

Un organigrama involucra aspectos de la estructura organizacional que establecen claramente las funciones de cada centro de trabajo con su autoridad y responsabilidad. El organigrama es la representación gráfica de la organización de la empresa⁶



7. Arturo Morales Castro y José Antonio Morales Castro. *Op. Cit.* p. 362.

⁷ Elaboración propia

3.3.3. Descripción de puestos

A. Identificación del puesto

- ❖ **Título del puesto:** Director General
- ❖ **Analista del puesto:** Leticia Peregrina Hernández
- ❖ **Fecha de análisis:** 19 de mayo del 2008
- ❖ **Categoría salarial:** Asalariado
- ❖ **Reporta a:** No procede
- ❖ **Código del puesto:** Dir-1-2008
- ❖ **Fecha de verificación:** Diciembre del 2008
- ❖ **Puestos supervisados:** Gerente administrativo, contador y auxiliar contable y administrativo.

B. Funciones genéricas

- ❖ Representar legalmente a la empresa en cualquier tipo de trámite.
- ❖ Fijar los objetivos de la empresa.
- ❖ Supervisar a los responsables de la administración y contaduría de la empresa.

C. Funciones específicas

- ❖ Trazar los objetivos de la empresa.
- ❖ Analizar la situación financiera de la empresa conjuntamente con el contador (Staff).
- ❖ Examinar en conjunto con el gerente administrativo el comportamiento de los consumidores.
- ❖ Verificar junto con el gerente administrativo que el desplazamiento de los productos y la rotación de inventarios sean adecuados.
- ❖ Analizar la rentabilidad de la empresa.
- ❖ Controlar las inversiones de la empresa.

- ❖ Analizar el entorno externo de la empresa para determinar oportunidades y amenazas futuras.
- ❖ Evaluar los recursos y competencias de la organización para determinar sus fuerzas y debilidades de manera constante a fin de desarrollar las estrategias necesarias para mantener a la empresa en el mercado y con el menor riesgo posible.
- ❖ Conjuntamente con el contador y el gerente administrativo realizar el presupuesto anual.
- ❖ Firmar los cheques.
- ❖ Firmar cualquier tipo de contrato con proveedores, clientes o cualquier persona que así lo requiera.

D. Especificaciones del puesto

- ❖ El titular del puesto deberá contar con conocimientos en administración y contaduría en general, diseño de estrategias de expansión, promoción de ventas, manejo de personal.
- ❖ Experiencia: Mínimo 2 años en el manejo de organizaciones
- ❖ Don de mando
- ❖ Ejercer liderazgo
- ❖ Capacidad para delegar
- ❖ Visionario
- ❖ Será necesario que dentro de las características de su personalidad sea: organizado, responsable, puntual, honrado, pulcro, respetuoso de los derechos de los demás, así como de las leyes y reglamentos.

A. Identificación del puesto

- ❖ **Título del puesto:** Gerente Administrativo
- ❖ **Analista del puesto:** Leticia Peregrina Hernández
- ❖ **Fecha de análisis:** 19 de mayo del 2008
- ❖ **Categoría salarial:** Asalariado
- ❖ **Reporta a:** Director general
- ❖ **Código del puesto:** Ge-Ad-00-008
- ❖ **Fecha de verificación:** Diciembre del 2008
- ❖ **Puestos supervisados:** Auxiliar contable y administrativo, vendedor, repartidor y almacenista.

B. Funciones genéricas

- ❖ Coordinar al personal para la realización de sus funciones.
- ❖ Elaborar los manuales necesarios para el buen funcionamiento de la empresa.
- ❖ Mantener el contacto con los proveedores.
- ❖ Programar las compras con base en la demanda de los diferentes productos.

C. Funciones específicas

- ❖ Verificar que se cumplan los objetivos trazados por la Dirección.
- ❖ Verificar que las listas de asistencia sean llevadas correctamente y que se entreguen al contador para la elaboración de la nómina en forma oportuna.
- ❖ Supervisar que el personal a su cargo lleve a cabo sus funciones.
- ❖ Elaborar o modificar según sea el caso, los manuales de procedimientos a fin de que sean claros para el personal que los lleve a cabo.
- ❖ Supervisar que la información que se entregue al contador sea oportuna y clara.

D. Especificaciones del puesto

- ❖ **Escolaridad:** Licenciatura en Administración
- ❖ **Edad:** Mayor de 30 años

- ❖ **Sexo:** Indistinto
- ❖ **Estado civil:** Indistinto
- ❖ **Experiencia:** De 2 a 3 años en puestos similares
- ❖ **Habilidades:** Don de mando, iniciativa, capacidad de organización, emprendedor, manejo de recursos humanos, materiales y técnicos; toma de decisiones, responsabilidad, integridad y honestidad; habilidad en el manejo de conflictos.

A. Identificación del puesto

- ❖ **Título del puesto:** Vendedor
- ❖ **Analista del puesto:** Leticia Peregrina Hernández
- ❖ **Fecha de análisis:** 19 de mayo del 2008
- ❖ **Categoría salarial:** Comisionista
- ❖ **Reporta a:** Gerente administrativo
- ❖ **Código del puesto:** Ve--01-008
- ❖ **Fecha de verificación:** Diciembre del 2008
- ❖ **Puestos supervisados:** Ninguno

B. Funciones genéricas

- ❖ Realizar las ventas y las visitas periódicas a los clientes
- ❖ Seguir el Manual de Procedimientos y cumplir cada paso establecido.
- ❖ Cumplir con las políticas de venta de la empresa.

C. Funciones específicas

- ❖ Visitar a los clientes existentes en cartera y a los prospectos a fin de ofrecer nuestros productos de acuerdo a las rutas establecidas para cada día laboral.
- ❖ Cumplir con los objetivos de venta que marque la Gerencia Administrativa.
- ❖ Abrir nuevas rutas de ventas.
- ❖ Realizar las ventas visitando a los clientes en sus respectivos negocios.
- ❖ Recopilar datos de los nuevos clientes y actualizarlos cuando sea necesario.
- ❖ Llenar la bitácora de visitas a clientes.
- ❖ Firmar reportes de cobranza al recibir las facturas correspondientes y realizar el cobro de estas.
- ❖ Entregar la cobranza en el mismo día al regreso de su ruta o, a más tardar, al otro día temprano cuando sea necesario.

- ❖ Dar aviso por escrito al gerente administrativo de cualquier reporte que el cliente le haga saber en el momento de la visita: Irregularidades de entrega de mercancías, servicio prestado por la empresa, etcétera.
- ❖ Será responsable del cuidado y custodia de la documentación que la Gerencia Administrativa le entregue para el cliente, así como la papelería con la cual realiza su trabajo diario, los cheques y la cobranza en efectivo

D. Especificaciones del puesto

- ❖ **Escolaridad mínima:** Preparatoria
- ❖ **Edad:** 25 a 50 años
- ❖ **Automóvil propio**
- ❖ **Hombre o mujer**
- ❖ **Estado civil:** Preferentemente casado (a)
- ❖ **Experiencia:** 1 año mínimo en cualquier tipo de venta.
- ❖ **Habilidades:** Facilidad de palabra y disposición para establecer buenas relaciones humanas.
- ❖ **Otras cualidades:** Buena presentación, responsabilidad, honradez, honestidad, respeto, lealtad.

A. Identificación del puesto

- ❖ **Título del puesto:** Chofer
- ❖ **Analista del puesto:** Leticia Peregrina Hernández
- ❖ **Fecha de análisis:** 19 de mayo del 2008
- ❖ **Categoría salarial:** Asalariado
- ❖ **Reporta a:** Gerente administrativo
- ❖ **Código del puesto:** Ve--01-008
- ❖ **Fecha de verificación:** Diciembre del 2008
- ❖ **Puestos supervisados:** Ninguno

B. Funciones genéricas

- ❖ Realizar las entregas de mercancía en el domicilio de los clientes con destreza, amabilidad y cortesía.
- ❖ Será el responsable de mantener el equipo de reparto limpio e informar a la Gerencia Administrativa cualquier falla mecánica, eléctrica o de cualquier índole que detecte en los vehículos de la empresa.
- ❖ Cumplir con las indicaciones del Manual de Procedimientos que reciba.
- ❖ Cumplir con el Reglamento Interno de la empresa.

C. Funciones específicas

- ❖ Al llegar a la empresa, presentarse en la Gerencia Administrativa para que le den indicaciones sobre las entregas o actividades a realizar.
- ❖ Antes de arrancar cualquier vehículo de la empresa, tiene que verificar los niveles de gasolina, aceite, agua o anticongelante, líquido de frenos, aceite de la dirección y cualquier otro que sea necesario, así como verificar que las llantas estén calibradas correctamente y si alguna está muy desgastada, deberá reportarlo por escrito a la Gerencia Administrativa.
- ❖ Llevar una bitácora donde se registrarán las fechas de la última verificación y cuando se debe realizar la próxima; así como la afinación, cambio de aceite,

lavado y engrasado; cambio de balatas, cambio de llantas, bujías y cualquier otro registro que sea necesario para el buen funcionamiento del parque vehicular. Reportar a la Gerencia Administrativa con una semana de anticipación los requerimientos necesarios relacionados con estos registros.

- ❖ Mantener el equipo de reparto limpio y ordenado.
- ❖ Será el responsable de que el equipo de transporte cuente con extintor, llanta de refacción, herramientas necesarias para cualquier eventualidad en carretera, colchonetas para carga, lazos o cinturones ajustables para el amarre de la mercancía, lona; en sí, todo lo necesario para que su viaje sea confortable y exitoso.
- ❖ Antes de salir de la empresa, verificar que el vehículo lleve tarjeta de circulación, póliza de seguro de autos vigente y cualquier tipo de documento que sea necesario para su libre circulación por la ciudad o carretera que le corresponda.
- ❖ Debe llevar siempre su licencia de manejo, credencial de elector y la que lo acredita como empleado de la empresa.
- ❖ Al recibir las rutas de entrega, procederá como se indica en su Manual de Procedimientos.
- ❖ En todo momento deberá conducirse de acuerdo con el Reglamento interno de la empresa.
- ❖ En caso de que no existan entregas, el gerente administrativo le dará indicaciones para realizar otras actividades relacionadas con el puesto, por ejemplo: recoger mercancía de nuestros proveedores, dar mantenimiento al equipo de transporte y cualquier otra actividad que contribuya al buen funcionamiento de la empresa para evitar que se le mande a descansar, a fin de que no sea perjudicado en sus percepciones.

D. Especificaciones del puesto

- ❖ **Escolaridad mínima:** Secundaria
- ❖ **Edad:** 25 a 35 años
- ❖ **Conocimientos:** Saber manejar camionetas automáticas y estándar con o sin remolque, conocer la ciudad y poblaciones aledañas, tener conocimientos de mecánica automotriz y mantenimiento de las unidades
- ❖ **Estado civil:** Indistinto
- ❖ **Licencia** de chofer tipo “B”
- ❖ **Experiencia:** 5 años en carretera y manejo de remolque.
- ❖ Disposición para viajar sin problemas de horarios
- ❖ **Otras cualidades:** Buena presentación, responsabilidad, honradez, honestidad, respeto, lealtad.
- ❖ **Habilidades:** Establecer buenas relaciones con los clientes y sus compañeros de trabajo, inteligencia media, agilidad mental.

A. Identificación del puesto

- ❖ **Título del puesto:** Almacenista
- ❖ **Analista del puesto:** Leticia Peregrina Hernández
- ❖ **Fecha de análisis:** 19 de mayo del 2008
- ❖ **Categoría salarial:** Asalariado
- ❖ **Reporta a:** Gerente administrativo
- ❖ **Código del puesto:** AL--01-008
- ❖ **Fecha de verificación:** Diciembre del 2008
- ❖ **Puestos supervisados:** Ninguno

B. Funciones genéricas

- ❖ Recibir la mercancía de los proveedores.
- ❖ Entregar mercancía al chofer repartidor.
- ❖ Ayudar en la carga y acomodo de la mercancía en equipo de reparto.
- ❖ Mantener el almacén limpio, ordenado y con el stock establecido.
- ❖ Colaborar en cualquier otra actividad que le solicite la Gerencia Administrativa.

C. Funciones específicas

- ❖ Mantener limpio y en completo orden el almacén.
- ❖ Resguardar tanto la mercancía como las herramientas y maquinaria o cualquier otro recurso que se deje en el almacén para su custodia.
- ❖ Recibir mercancía de los proveedores y verificar que corresponda con el pedido (seguir Manual de Procedimientos).
- ❖ Entregar de acuerdo a facturas la mercancía para reparto al chofer de la empresa o a los clientes que acudan a realizar sus compras directamente en la empresa.
- ❖ Recavar la firma del chofer o los clientes del recibo de mercancías.

- ❖ informar a la Gerencia Administrativa cualquier anomalía que detecte en el almacén, así como cualquier sugerencia para su mejor funcionamiento.
- ❖ Para llevar a cabo todos los puntos anteriores, seguirá las indicaciones del Manual de Procedimientos
- ❖ Cumplir con el Reglamento Interno de la empresa.
- ❖ Realizar labores de limpieza en las oficinas de la empresa.

D. Especificaciones del puesto

- ❖ **Escolaridad mínima:** Secundaria
- ❖ **Edad:** 25 en adelante
- ❖ **Conocimientos:** Manejo de paquetería office
- ❖ **Estado civil:** Indistinto
- ❖ **Experiencia:** 1 año en puestos similares
- ❖ Sin problemas de horarios
- ❖ **Otras cualidades:** Buena presentación, limpieza y organización; responsabilidad, honradez, honestidad, respeto, lealtad.
- ❖ **Habilidades:** Establecer buenas relaciones con sus compañeros de trabajo y clientes; inteligencia media, agilidad mental.

A. Identificación del puesto

- ❖ **Título del puesto:** Auxiliar Contable y Administrativo
- ❖ **Analista del puesto:** Leticia Peregrina Hernández
- ❖ **Fecha de análisis:** 19 de mayo del 2008
- ❖ **Categoría salarial:** Asalariado
- ❖ **Reporta a:** Gerente administrativo
- ❖ **Código del puesto:** Ax-Advo--01-008
- ❖ **Fecha de verificación:** Diciembre del 2008
- ❖ **Puestos supervisados:** Auxiliar al gerente administrativo en la supervisión de los puestos a su cargo.

B. Funciones genéricas

- ❖ Contestar teléfonos
- ❖ Enviar y recibir fax
- ❖ Controlar archivos
- ❖ Elaboración documentos
- ❖ Enviar y recibir mails
- ❖ Realizar funciones contables y administrativas
- ❖ Manejar de caja chica
- ❖ Controlar inventarios.

C. Funciones específicas

- ❖ Resguardar los valores que le sean entregados.
- ❖ Levantar inventario físico junto con el almacenista cada fin de mes.
- ❖ Recibir los reportes del almacenista, vendedor y chofer para hacerlos llegar a la Gerencia Administrativa.
- ❖ Si llega mercancía, deberá:
 - Verificar que se haya solicitado; si es correcto, pasar la factura al almacenista para que él verifique que esté completa y en buenas

condiciones. Si la mercancía no fue solicitada o no tiene conocimiento de ello, deberá consultar con la Gerencia Administrativa para dar la solución correcta.

- Una vez que el almacenista firme de conformidad el auxiliar contable firmará también de conformidad, verificando que la factura cuente con todos los datos fiscales necesarios.
 - Si todo está correcto, entregar la factura original al proveedor y quedarse con una copia.
 - Registrar la compra de acuerdo con las instrucciones recibidas para que continúe el trámite de pago y quede asentada la operación contablemente.
- ❖ Al entregar o recibir cobranza, deberá llenar un reporte de cobranza donde quede debidamente asentado:
- El tipo de documento que recibe o entrega.
 - La forma de pago que recibe.
 - Las observaciones que le hace el vendedor.
 - La fecha y la hora en que entrega o recibe el reporte de cobranza.
 - Cualquier faltante, tanto de pago como de documentos.
 - Sus observaciones personales en caso necesario.
- ❖ Realizar la facturación correspondiente a la venta con base en los pedidos de los clientes y entregar al chofer original y las copias necesarias para que este cargue la mercancía en el almacén y la entregue a los clientes siguiendo los procedimientos indicados.
- ❖ Deberá revisar junto con el chofer los indicadores de gasolina y kilometraje, firmar la bitácora del chofer y confirmar con ello que realizó esta actividad y que los datos registrados son correctos.
- ❖ Llevar un registro de todas las llamadas que recibe con los datos siguientes: nombre, teléfono, persona a la que busca y recado que va a transmitir, esto

para que en su ausencia se pueda consultar ese registro y se atiendan debidamente las llamadas.

- ❖ Seguir las instrucciones del contador para hacer los registros correspondientes.
- ❖ Al inicio de cada mes (máximo el día tres) entregar los tickets o notas de remisión que se hayan acumulado por las compras de gasolina durante el mes anterior a la Gerencia Administrativa o al chofer si va en ruta para solicitar la factura correspondiente con el prestador del servicio.
- ❖ Entregar al contador a más tardar el día cinco de cada mes los documentos que amparen compras, ventas, gastos (clasificados), depósitos, estados de cuenta bancarios. Además, enviar vía mail los auxiliares bancarios para las conciliaciones correspondientes.
- ❖ Será responsable de que las oficinas se mantengan limpias y en orden. Para la limpieza se auxiliará del almacenista (en sus tiempos libres).

D. Especificaciones del puesto

- ❖ **Escolaridad mínima:** Contador privado, técnico en administración, secretaria ejecutiva con conocimientos contables.
- ❖ **Edad:** 22 a 35 años
- ❖ **Conocimientos:** Contables, administrativos y manejo de paquetería office,
- ❖ **Estado civil:** Soltera
- ❖ **Experiencia:** 1 año en puestos similares
- ❖ Sin problemas de horario
- ❖ **Otras cualidades:** Buena presentación, limpieza y organización, responsabilidad, honradez, honestidad, respeto, lealtad.
- ❖ **Habilidades:** Establecer buenas relaciones con sus compañeros de trabajo y clientes; inteligente, agilidad mental.

A. Identificación del Puesto

- ❖ **Título del puesto:** Contador
- ❖ **Analista del puesto:** Leticia Peregrina Hernández
- ❖ **Fecha de análisis:** 19 de mayo del 2008
- ❖ **Categoría salarial:** Honorarios
- ❖ **Reporta a:** Gerente administrativo
- ❖ **Código del puesto:** stf--01-008
- ❖ **Fecha de verificación:** Diciembre del 2008
- ❖ **Puestos supervisados:** Auxiliar contable y administrativo

B. Funciones genéricas

- ❖ Llevar la contabilidad general de la empresa.
- ❖ Calcular y pagar impuestos
- ❖ Atender cualquier notificación o requerimiento de Hacienda o cualquier otra entidad que tenga relación con el pago de contribuciones.

C. Funciones específicas

Como pretendemos contratar un contador que tenga un despacho especializado, las funciones que va a desempeñar en la empresa son las siguientes:

- ❖ Relazar los trámites de:
 1. Apertura
 2. Registro patronal ante el IMSS
 3. Altas y bajas de los empleados ante el IMSS
 4. Cualquier otro trámite necesario para el buen funcionamiento de la empresa
- ❖ Determinar y pagar impuestos una vez comentados y fundamentados a la Gerencia Administrativa.
- ❖ Atender cualquier notificación de Hacienda o del IMSS.
- ❖ Elaborará Declaración Anual.

- ❖ Por medio de su personal capacitado (psicóloga), ayudar en el reclutamiento y selección del personal.
- ❖ Entregar estados de resultados mensualmente.
- ❖ Entregará Balance General, máximo los primeros quince días de cada año
- ❖ Elaborar junto con el gerente administrativo el presupuesto anual.
- ❖ Hacer estados proyectados (Proforma) y los balances comparativos.

3.3.4. Procedimientos generales

El Manual de Procedimientos documenta la tecnología que se utiliza dentro de un área, departamento, dirección, gerencia u organización. Este manual debe contestar las preguntas sobre lo que hace y como lo hace, el área al que va dirigido y controlar los procesos asociados a la calidad del producto o servicio ofrecido.

Los capítulos en que puede estar dividido el manual del área están en función de las actividades y responsabilidades que realiza dicha área. Su elaboración implica en primer término definir las funciones y responsabilidades de cada una de las áreas que conforman la organización.

Un proceso es el conjunto de elementos que interactúan para transformar insumos en bienes o productos terminados. Un proceso está formado por materiales, métodos, procedimientos, recursos humanos, maquinaria y equipo así como el medio ambiente.

Un método es la guía detallada que muestra secuencial y ordenadamente como una persona realiza su trabajo.

Un procedimiento es la guía detallada que muestra secuencial y ordenadamente como dos o más personas realizan su trabajo.⁸

El Manual de Procedimientos debe incluir:⁹

1. Identificación:

- ❖ Logotipo de la organización.
- ❖ Nombre de la organización.

⁸ Esmeralda Jannet Barrera Malfabón. *Manual de procedimientos de las coordinaciones de examen oral, tramites de examen profesional e informática*. México, D. F. 2008, p. 42.

⁹ Enrique Benjamín Franklin F. *Organización de empresas*. 2a ed., Mc Graw Hill, México, D. F. 2004, pp. 181-184.

- ❖ Denominación y extensión del manual (general o específico). De responder a una unidad en particular, debe anotarse el nombre de la misma.
- ❖ Lugar y fecha de elaboración
- ❖ Número de páginas
- ❖ Sustitución de páginas (actualización de la información).
- ❖ Unidades responsables de su elaboración, revisión y/o autorización.
- ❖ Clave de la forma, que debe consignar las siglas tanto de la organización como de la unidad administrativa responsable de elaborar la forma, el número de ésta y el año. Para leerla con facilidad, debe colocarse entre siglas y los números un punto, un guión o una diagonal.

2. Índice o contenido

Es la relación de los capítulos o apartados que constituyen el cuerpo del documento.

3. Prólogo y/o introducción

Exposición de lo que es el manual, su estructura, propósitos, ámbito de aplicación y necesidad de mantenerlo vigente. Contiene el mensaje de alguna autoridad de la organización, preferentemente del más alto nivel jerárquico.

4. Objetivos de los procedimientos

Explicar el propósito que se pretende cumplir con los procedimientos.

5. Áreas de aplicación o alcance de los procedimientos

Se refiere a la esfera de acción que cubren los procedimientos.

6. Responsables

Son las áreas, unidades administrativas y/o puestos que intervienen en los procedimientos en cualquiera de sus fases.

7. Políticas o normas de operación

Criterios o lineamientos generales de acción que se formulan de manera explícita para orientar y facilitar las operaciones que llevan a cabo las distintas instancias que participan en los procedimientos.

8. Conceptos

Palabras o términos de carácter técnico que se emplean en el procedimiento y cuyo significado, por su grado de especialización, requiere mayor información para hacer más accesible al usuario la consulta del manual.

9. Procedimiento (descripción de las operaciones)

Presentación por escrito en forma narrativa y secuencial de cada una de las operaciones que se realizan en un procedimiento, además de explicar en qué consisten, cómo, dónde y con qué se hacen, señala a los responsables de efectuarlas.

Cuando la descripción del procedimiento es general y comprende varias áreas, debe anotarse la unidad administrativa que se encarga de cada operación, si es una descripción detallada dentro de una unidad administrativa, tiene que indicarse el puesto del responsable de cada operación.

Conviene codificar las operaciones para simplificar su comprensión e identificación, aun en los casos de varias opciones en una misma operación.

10. Formularios, impresos e instructivos

Son las formas impresas que se utilizan en un procedimiento; se intercalan dentro del mismo o se adjuntan como apéndices.

11. Diagramas de flujo

Es la representación gráfica de la sucesión en que se realizan las operaciones de un procedimiento y/o recorrido de formas o materiales en ella se muestran las áreas o

unidades administrativas (procedimiento general) o los puestos que intervienen (procedimiento detallado) en cada operación descrita. Además, pueden mencionar el equipo o los recursos utilizados en cada caso.

Los diagramas que presenta el manual en forma sencilla y accesible describen claramente las operaciones, lo que facilita su comprensión. Para este efecto, se aconseja el empleo puntual de símbolos, gráficos simplificados o ambos.

12. Glosario de términos

Es la lista y explicación de los conceptos de carácter técnico relacionados con el contenido y las técnicas de elaboración de los manuales de procedimientos. Sirve de apoyo para su uso o consulta.

Para este proyecto tomamos en cuenta las consideraciones anteriores y decidimos elaborar los siguientes procedimientos:



PAPIZZA

Multicajas

Sustituye a:

Pág. 1 de 8

Fecha: 19/05/2008

PROCEDIMIENTO DE VENTA

PASO	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DOCUMENTO
1	Gerente Administrativo	Elabora rutas de visita a clientes.	Ruta de visitas
2	Gerente administrativo	Entrega a vendedor rutas de visita a clientes, formatos de hoja de clientes y prospectos.	Ruta de visitas, hojas de clientes y prospectos
3	Vendedor	Recibe rutas de visita a clientes, formatos de hoja de visita y prospectos.	Ruta de visitas, hojas de clientes y prospectos
4	Vendedor	Visita al cliente o prospecto en su domicilio.	Ruta de visitas
5	Vendedor	Realiza labor de venta, a través de la muestra de nuestros productos, volantes y trípticos que ofrece la empresa, así como la promoción de impresión gratis a dos tintas en la compra de mil cajas, las promociones mensuales que señale la Gerencia administrativa, condiciones de venta (50% de anticipo sobre el monto total de su compra cuando se trate de cajas con impresión o el que determine la gerencia), de igual forma las garantías de la mercancía señaladas en las políticas correspondientes; además de mostrar los benéficos de publicidad y presentación que nuestras cajas pueden dar a su establecimiento. También deberá hacer alusión a los productos complementarios que maneje la empresa y señalar que estos se manejan por la política C.O.D (Cobrar o devolver, o, bien, crédito a ocho días).	Volantes publicitarios Cajas de muestra

Elaboró:

Leticia Peregrina Hernández

Revisó:

Maestro Rafael Rodríguez Castelán

Aprobó:

Tomás Pérez Salgado



PAPIZZA
Multicajas

Sustituye a:

Pág. 2 de 8

Fecha: 19/05/2008

**PROCEDIMIENTO
DE VENTA**

PASO	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DOCUMENTO
6	Vendedor	Si el cliente desea comprar se continúa el procedimiento en el punto 10.	Hoja de pedido.
6A	Vendedor	En caso de que el cliente no desee comprar en ese momento, el vendedor pasa al punto 7.	Hoja de visitas y prospectos
7	Vendedor	Verifica si se cuenta con la información: nombre, domicilio, teléfono, ventas semanales y demás datos que contenga la hoja del cliente	
7A	Vendedor	Si es alguien que tenga su hoja de cliente correctamente, sólo se llena la sección de visitas que se encuentra en la hoja	Hoja de visitas
7B	Vendedor	Si no se tienen los datos del cliente, será un "Probable cliente". Se anotarán en la hoja de "Prospectos" los datos que en ella se establezcan y se deja un volante o tríptico de la empresa.	Hoja de visitas y prospectos
8	Vendedor	Menciona al cliente nuestra próxima visita, siguiendo la política que tiene la empresa para las visitas a clientes.	
9	Vendedor	Verifica en su hoja de visitas si se tienen más clientes por visitar.	Hoja de visitas
9A	Vendedor	Si tiene más clientes por visitar, sigue el procedimiento desde el punto 4.	

Elaboró:

Leticia Peregrina Hernández

Revisó:

Maestro Rafael Rodríguez Castelán

Aprobó:

Tomás Pérez Salgado



PAPIZZA
Multicajas

Sustituye a:

Pág. 3 de 8

Fecha: 19/05/2008

**PROCEDIMIENTO
DE VENTA**

PASO	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DOCUMENTO
10	Vendedor	Se pide al cliente el 50% de anticipo sobre el monto total de la compra o bien el porcentaje que se estipule en su hoja de cliente. Si el cliente da el anticipo, se pasa al punto 14 (elaboración de pedido).	Hoja de pedido
10A	Vendedor	Si el cliente no puede pagar el porcentaje de anticipo señalado en su hoja de cliente o el 50% de anticipo general, el vendedor llama a la Gerencia Administrativa para tener autorización de venta.	
10B	Vendedor	Si la Gerencia Administrativa da autorización, se pasa al punto 13 (Elaboración de pedido).	
11	Gerencia Administrativa	Se le notifica al cliente que no se autorizó sin pago del porcentaje de anticipo y se le hace el exhorto a que pague anticipo, mostrando los beneficios de nuestro producto.	Hoja de visitas
11A	Vendedor	Si el cliente acepta, se pasa al punto 13 (Elaboración de pedido).	
12	Vendedor	En caso de no aceptar, se continúa el procedimiento en el paso 7.	Hoja de visitas y prospectos

Elaboró:

Leticia Peregrina Hernández

Revisó:

Maestro Rafael Rodríguez Castelán

Aprobó:

Tomás Pérez Salgado



PAPIZZA

Multicajas

Sustituye a:

Pág. 4 de 8

Fecha: 19/05/2008

PROCEDIMIENTO DE VENTA

PASO	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DOCUMENTO
13	Vendedor	El vendedor pregunta al cliente si se desea un logotipo, si es nuevo o modificación de este, si es un cliente frecuente señalando las políticas al respecto.	Hoja de visitas
13A	Vendedor	Anota las características del logotipo o las modificaciones que desea el cliente y los distintivos de su producto. Además, se le indica que a los 8 días se le mostrarán los bocetos de sus posibles logotipos para que el cliente firme de aceptado uno y se imprima en sus cajas. Después se continúa en el paso 14. En caso de no requerir logotipo o modificación se continúa con el procedimiento.	Hoja de visitas y prospectos
14	Vendedor	Se elabora la hoja de pedido (original y dos copias), con la siguiente información: nombre del cliente, domicilio (calle, colonia, C. P., municipio, estado y teléfono), descripción de producto(s), número de piezas, precio unitario, IVA, total, monto del porcentaje del anticipo pagado, vendedor; señalar si es a crédito o de contado y horario de recepción de mercancía; así como las observaciones necesarias.	Hoja de pedido
15	Vendedor	Se le entrega copia 1 de pedido al cliente.	Hoja de pedido, hoja de cliente.
16	Vendedor	Verifica si se cuenta con la información del cliente: nombre, domicilio, teléfono, ventas semanales y demás información que contenga la hoja de prospectos.	Hoja de clientes y prospectos

Elaboró:

Leticia Peregrina Hernández

Revisó:

Maestro Rafael Rodríguez Castelán

Aprobó:

Tomás Pérez Salgado



PAPIZZA

Multicajas

Sustituye a:

Pág. 5 de 8

Fecha: 19/05/2008

PROCEDIMIENTO DE VENTA

PASO	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DOCUMENTO
16A	Vendedor	Si es un nuevo cliente, se llena la hoja de clientes y la sección de visitas.	Hoja de clientes
16B	Vendedor	Si ya se tiene llena la hoja de clientes, solo se completa la sección de visitas de la hoja del cliente.	Hoja del cliente
17	Vendedor	El vendedor se despide del cliente amablemente y le recuerda que para otro pedido puede llamar a los teléfonos que están anotados en el volante o bien esperar su próxima visita, así como el posible día de su entrega.	
18	Vendedor	El vendedor verifica en su hoja de visitas si tiene más clientes por visitar,	Ruta de visitas
18A	Vendedor	Si se tienen más clientes por visitar en esa ruta, se sigue el procedimiento desde el punto 4.	Hoja de visitas
18B	Vendedor	Si ya no tiene más clientes por visitar, se termina el procedimiento de venta; inicia regreso a bodega y se continúa con el procedimiento B "entrega de documentos"	Hojas de Pedidos Hoja de clientes y posibles clientes

FIN

Elaboró:

Leticia Peregrina Hernández

Revisó:

Maestro Rafael Rodríguez Castelán

Aprobó:

Tomás Pérez Salgado



PAPIZZA Multicajas

Sustituye a:

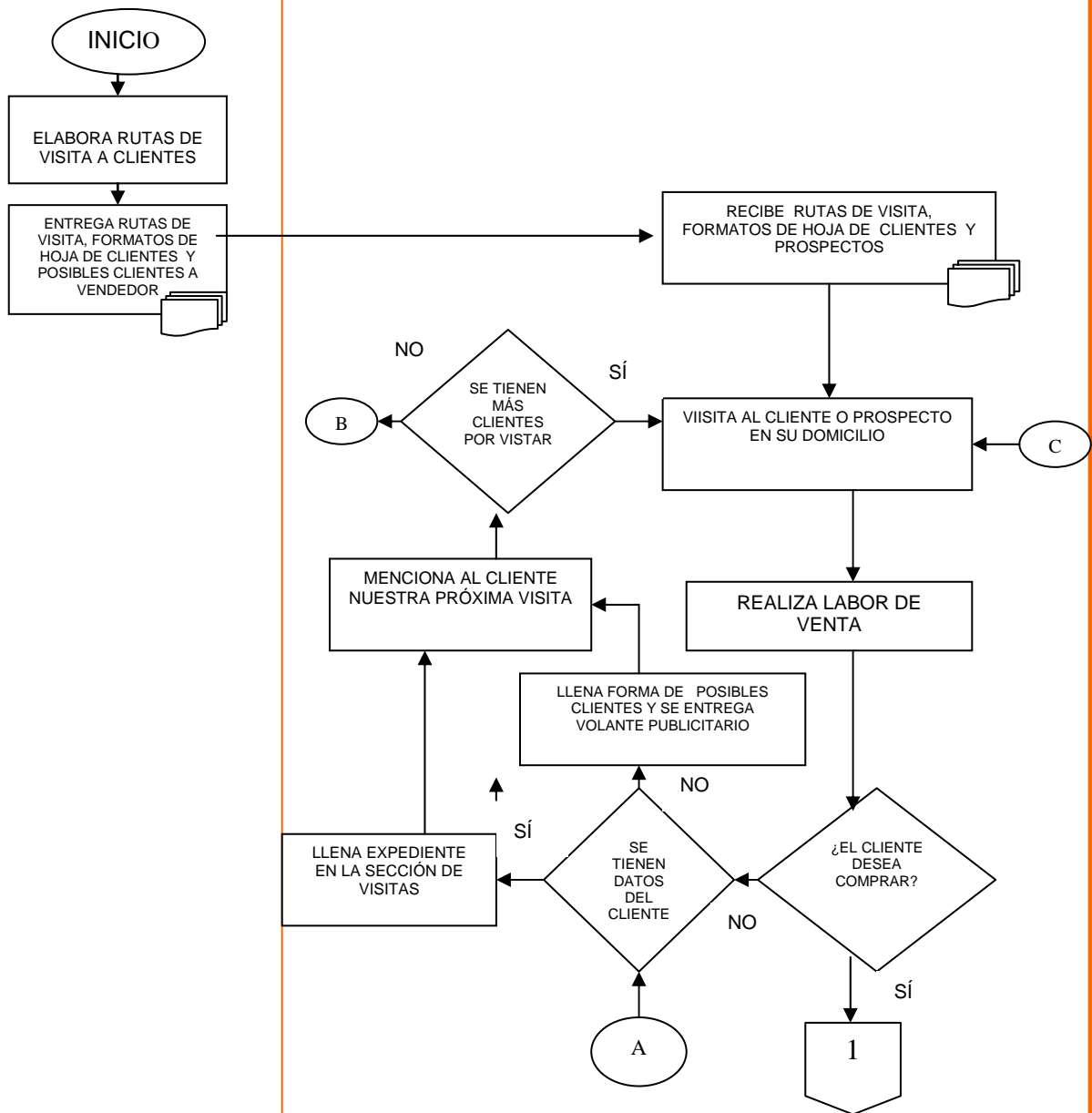
Pág. 6 de 8

Fecha: 19/05/2008

PROCEDIMIENTO DE VENTA

GERENCIA ADMINISTRATIVA

VENDEDOR



Elaboró:
Leticia Peregrina Hernández

Revisó:
Maestro Rafael Rodríguez Castelán

Aprobó:
Tomás Pérez Salgado



PAPIZZA Multicajas

Sustituye a:

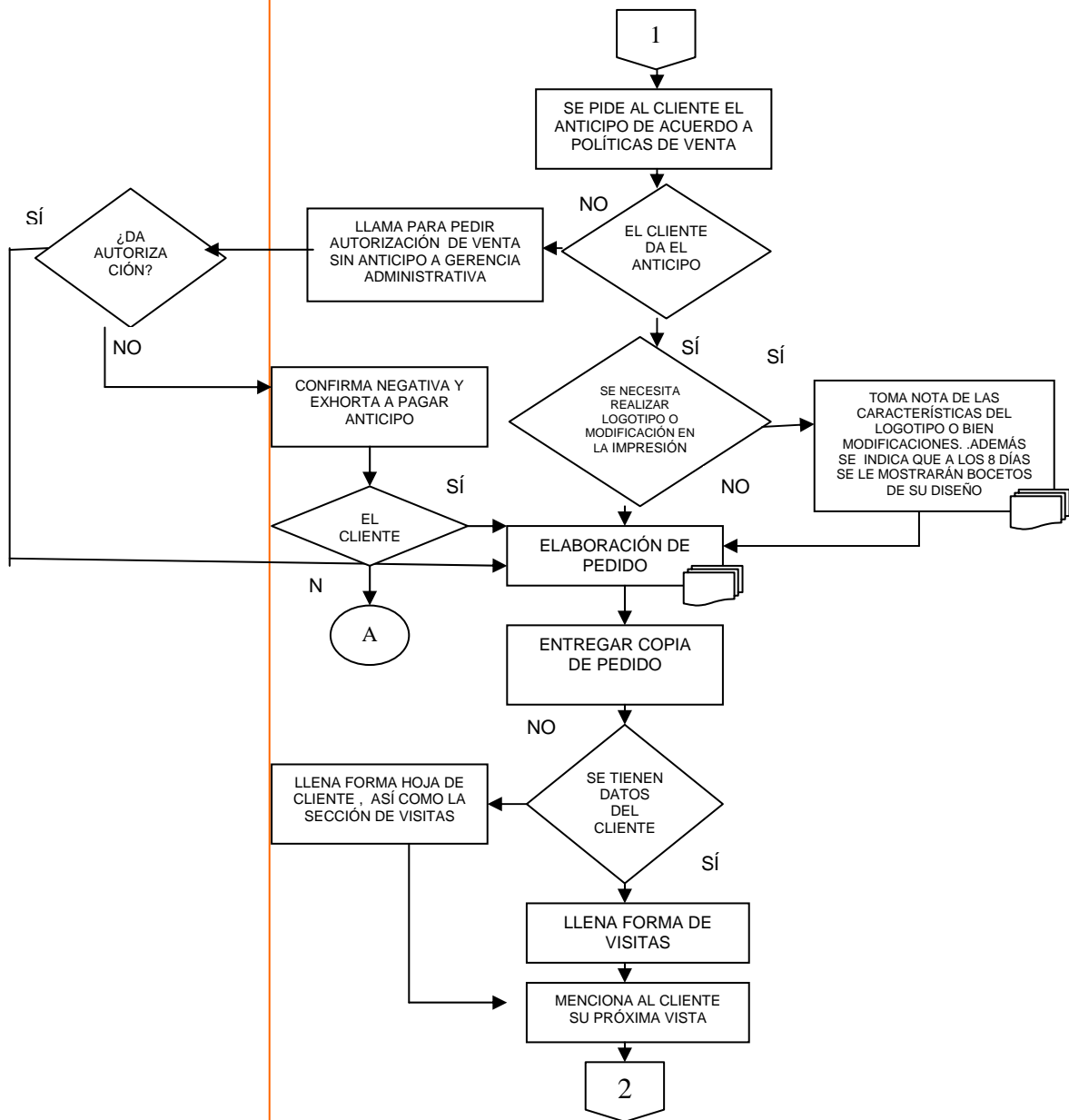
Pág. 7 de 8

Fecha: 19/05/2008

PROCEDIMIENTO DE VENTA

**GERENCIA
ADMINISTRATIVA**

VENDEDOR



Elaboró:
Leticia Peregrina Hernández

Revisó:
Maestro Rafael Rodríguez Castelán

Aprobó:
Tomás Pérez Salgado



PAPIZZA

Multicajas

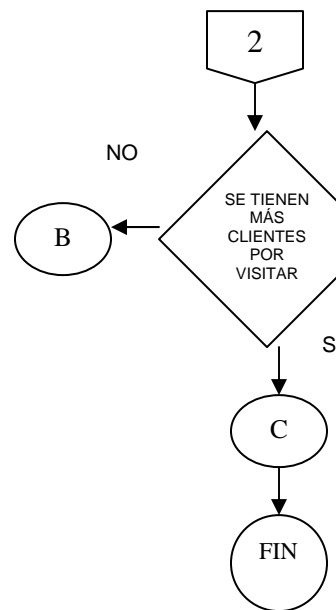
Sustituye a:

Pág. 8 de 8

Fecha: 19/05/2008

PROCEDIMIENTO DE VENTA

GERENCIA ADMINISTRATIVA



Elaboró:
Leticia Peregrina Hernández

Revisó:
Maestro Rafael Rodríguez Castelán

Aprobó:
Tomás Pérez Salgado



PAPIZZA
Multicajas

Sustituye a:

Pág. 1 de 2

Fecha: 19/05/2008

PROCEDIMIENTO
ENTREGA DE DOCUMENTOS DEL VENDEDOR A GERENCIA ADMINISTRATIVA

PASO	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DOCUMENTO
1	Vendedor	Realiza la ruta de regreso a las oficinas administrativas.	Ruta de Visitas
2	Vendedor	Ordena los documentos de la siguiente manera: hojas de pedido, hojas de cliente y hojas de prospectos por separado y tomando como referencia el Número de cliente.	Ruta de visitas, hojas de clientes y prospectos
3	Vendedor	Las hojas de Pedido, hojas de Clientes y hoja de Visitas, así como la papelería que se le entregó al inicio del proceso de venta la entrega a la Gerencia Administrativa y firmará su control de cobranza.	Ruta de visitas hojas de clientes y prospectos trípticos, volantes, muestrario.
3A	Vendedor	Si no se encuentra la Gerencia Administrativa, toda la documentación y papelería adicional que se le dio al inicio de su proceso de venta, se deja con el auxiliar contable y administrativo FIN	Ruta de visitas, hojas de clientes y prospecto trípticos, volantes, muestrario.

Elaboró:

Leticia Peregrina Hernández

Revisó:

Maestro Rafael Rodríguez Castelán

Aprobó:

Tomás Pérez Salgado



PAPIZZA Multicajas

Sustituye a:

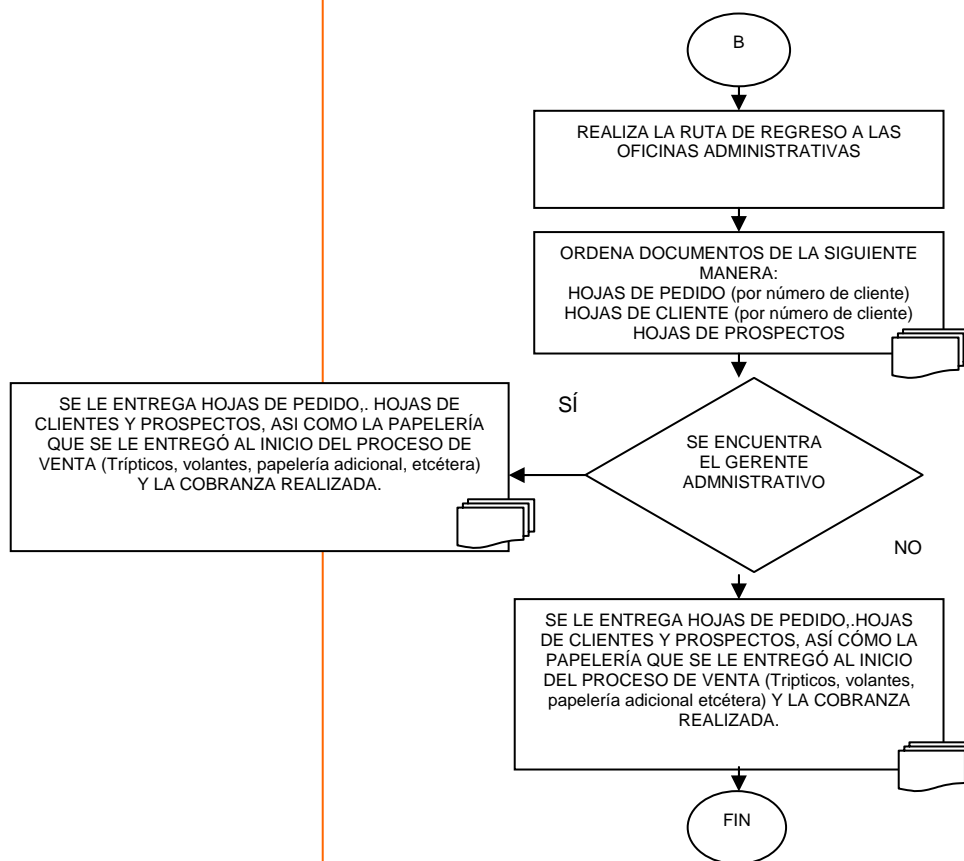
Pág. 2 de 2

Fecha: 19/05/2008

PROCEDIMIENTO ENTREGA DE DOCUMENTOS DEL VENDEDOR A GERENCIA ADMINISTRATIVA

**GERENCIA
ADMINISTRATIVA**

VENDEDOR



Elaboró:
Leticia Peregrina Hernández

Revisó:
Maestro Rafael Rodríguez Castelán

Aprobó:
Tomás Pérez Salgado



PAPIZZA
Multicajas

Sustituye a:

Pág. 1 de 4

Fecha: 19/05/2008

**PROCEDIMIENTO
DE AUTORIZACIÓN DE LOGOTIPO**

PASO	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DOCUMENTO
1	Gerente Administrativo	Entrega al vendedor tres bocetos como opciones a elegir por el cliente el día de ruta que corresponda al domicilio del cliente que solicitó el diseño o modificación de este, así como la papelería que se indica en el procedimiento de venta.	3 Bocetos con opciones de impresión para elección del cliente
2	Vendedor	Recibe los bocetos y toda la papelería necesaria.	Bocetos bloc de pedidos, ruta de visitas, hojas de clientes y prospectos
3	Vendedor	Visita a sus clientes de acuerdo con la ruta establecida para realizar labor de venta y llena los formatos necesarios.	Ruta de visitas, hojas de clientes y prospectos
4	Vendedor	Cuando corresponda visitar al cliente que solicitó diseño o modificación de impresión, se le mostrarán los bocetos para que seleccione el que más le agrade.	Bocetos con opciones de impresión, ruta de visitas, hojas de clientes y prospectos
5	Cliente	Selecciona o hace modificaciones al boceto que mejor le parezca.	

Elaboró:

Leticia Peregrina Hernández

Revisó:

Maestro Rafael Rodríguez Castelán

Aprobó:

Tomás Pérez Salgado



PAPIZZA
Multicajas

Sustituye a:

Pág. 2 de 4

Fecha: 19/05/2008

**PROCEDIMIENTO
DE AUTORIZACIÓN DE LOGOTIPO**

PASO	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DOCUMENTO
5A	Vendedor	Si el cliente selecciona uno de los diseños que se le mostraron en los bocetos, se continúa el procedimiento en el paso 6.	Boceto autorizado
5B	Vendedor	En caso de no gustarle ningún boceto, el vendedor toma nota de las modificaciones que desee el cliente y se le dice que en 8 días se le llevarán las modificaciones de su boceto.	Boceto corregido y bocetos rechazados
6	Vendedor	El cliente firma de aceptación el boceto que desea se imprima en sus cajas y el pedido correspondiente. El vendedor debe decirle al cliente que anote nombre, cargo, fecha, en el boceto y pedido original.	Boceto, pedido autorizado y anticipo correspondiente.
7	Vendedor	Verifica que el pedido que se levantó sea correcto e indica al cliente la posible fecha de entrega.	Hoja de pedido del cliente
8	Vendedor	Se despide del cliente.	
9	Vendedor	El vendedor revisa si tiene más clientes en la ruta de visita.	Ruta de visitas
9A	Vendedor	Si tiene que visitar más clientes, continúa con el procedimiento de venta.	
9B	Vendedor	Si ya acabó con su ruta, va al almacén.	

Elaboró:
Leticia Peregrina Hernández

Revisó:
Maestro Rafael Rodríguez Castelán

Aprobó:
Tomás Pérez Salgado



PAPIZZA
Multicajas

Sustituye a:

Pág. 3 de 4

Fecha: 19/05/2008

**PROCEDIMIENTO
DE AUTORIZACIÓN DE LOGOTIPO**

PASO	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DOCUMENTO
10	Vendedor	<p>Los bocetos firmados de aceptación, los rechazados o los que tengan modificaciones hechas por el cliente, así como los pedidos, anticipos, rutas de visitas hojas de prospectos y hojas de clientes se entregarán a la Gerencia Administrativa o en su ausencia al auxiliar contable y administrativo; de igual forma, contra firma de recepción de documentos y efectivo en su caso.</p> <p>FIN</p>	

Elaboró:
Leticia Peregrina Hernández

Revisó:
Maestro Rafael Rodríguez Castelán

Aprobó:
Tomás Pérez Salgado



PAPIZZA
Multicajas

Sustituye a:

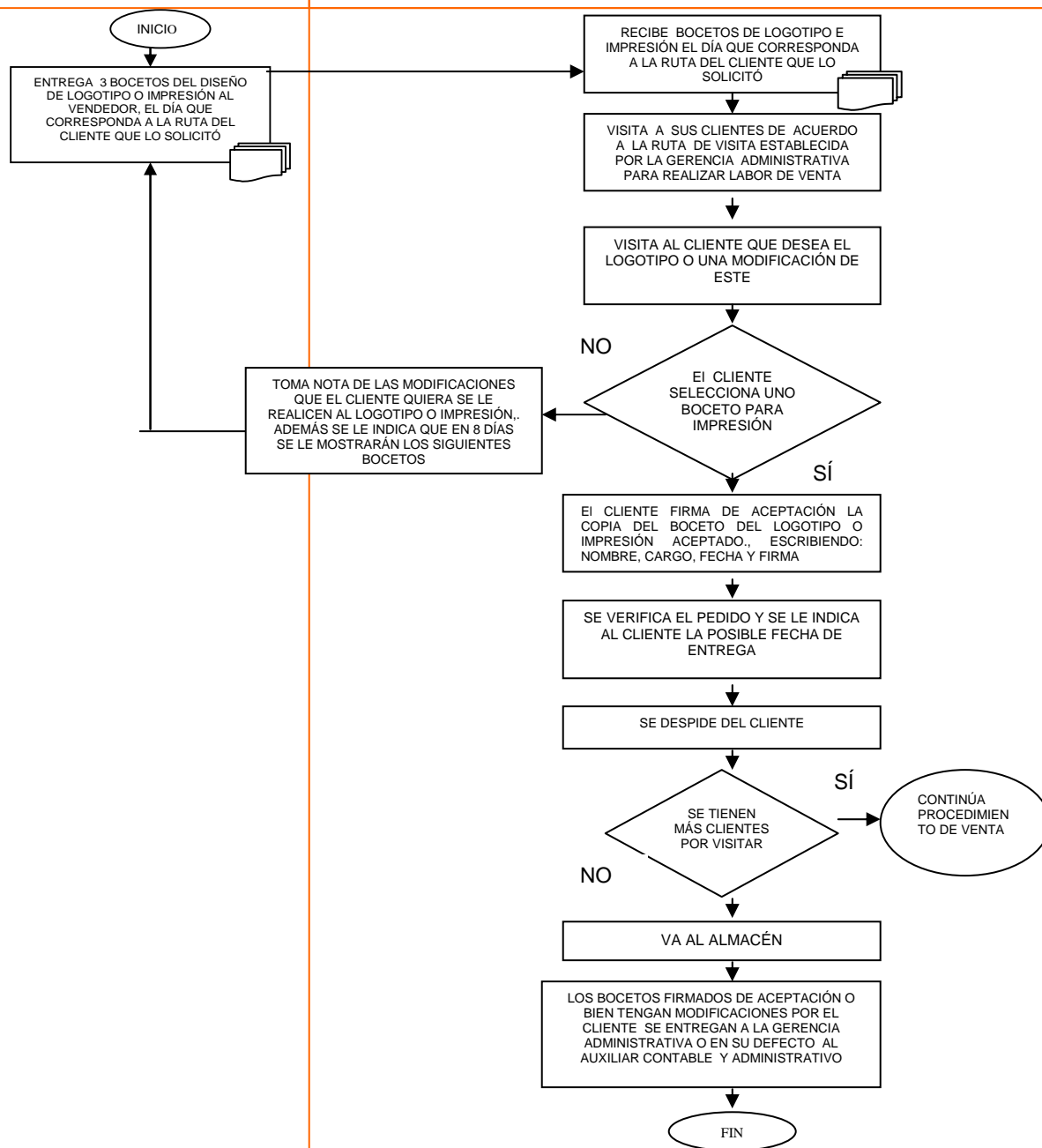
Pág. 4 de 4

Fecha: 19/05/2008

**PROCEDIMIENTO
DE AUTORIZACIÓN DE LOGOTIPO**

**GERENCIA
ADMINISTRATIVA**

VENDEDOR



Elaboró:
Leticia Peregrina Hernández

Revisó:
Maestro Rafael Rodríguez Castelán

Aprobó:
Tomás Pérez Salgado



PAPIZZA
Multicajas

Sustituye a:

Pág. 1 de 3

Fecha: 19/05/2008

**PROCEDIMIENTO
AUTORIZACIÓN CLICHÉ**

PASO	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DOCUMENTO
1	Vendedor	Entrega bocetos autorizados y no autorizados al gerente administrativo o en su ausencia al auxiliar contable y administrativo.	Boceto logotipo o impresión autorizado por el cliente
2	Gerente administrativo y/o Aux. contable y admvo.	Recibe del vendedor bocetos no autorizados y autorizados por el cliente.	Boceto logotipo o impresión autorizados y no por el cliente
3	Gerente administrativo	Entrega al auxiliar contable y administrativo los bocetos no autorizados para que se archiven en el expediente del cliente.	Bocetos no autorizados
4	Aux. contable y administrativo	Archiva bocetos no autorizados	
5	Gerente administrativo	Envía a maquila el boceto para que elabore el cliché	Cliché
6	Maquila	Elabora el cliché	Cliché
7	Maquila	Muestra el cliché al gerente administrativo para su autorización antes de realizar la impresión de cajas.	
8	Gerente administrativo	Verifica que el cliché contenga los datos correctos del cliente sin faltas de ortografía y que corresponda el logotipo al boceto autorizado.	

Elaboró:
Leticia Peregrina Hernández

Revisó:
Maestro Rafael Rodríguez Castelán

Aprobó:
Tomás Pérez Salgado



PAPIZZA
Multicajas

Sustituye a:

Pág. 2 de 3

Fecha: 19/05/2008

**PROCEDIMIENTO
AUTORIZACIÓN CLICHÉ**

PASO	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DOCUMENTO
9	Gerente administrativo	Si el cliché cumple con los datos anteriores, se continúa con el procedimiento en el paso 11.	
9A	Gerente administrativo	Si el cliché tiene error, se le informa al que realiza la maquila las modificaciones que se le tendrán que hacer y se continúa procedimiento en el paso 10.	
10	Maquila	La maquila realiza las modificaciones al cliché y se continúa el procedimiento en el paso 7.	
11	Gerente administrativo	Firma de autorización de que el cliché corresponde y se autoriza la impresión.	

FIN

Elaboró:

Leticia Peregrina Hernández

Revisó:

Maestro Rafael Rodríguez Castelán

Aprobó:

Tomás Pérez Salgado



PAPIZZA

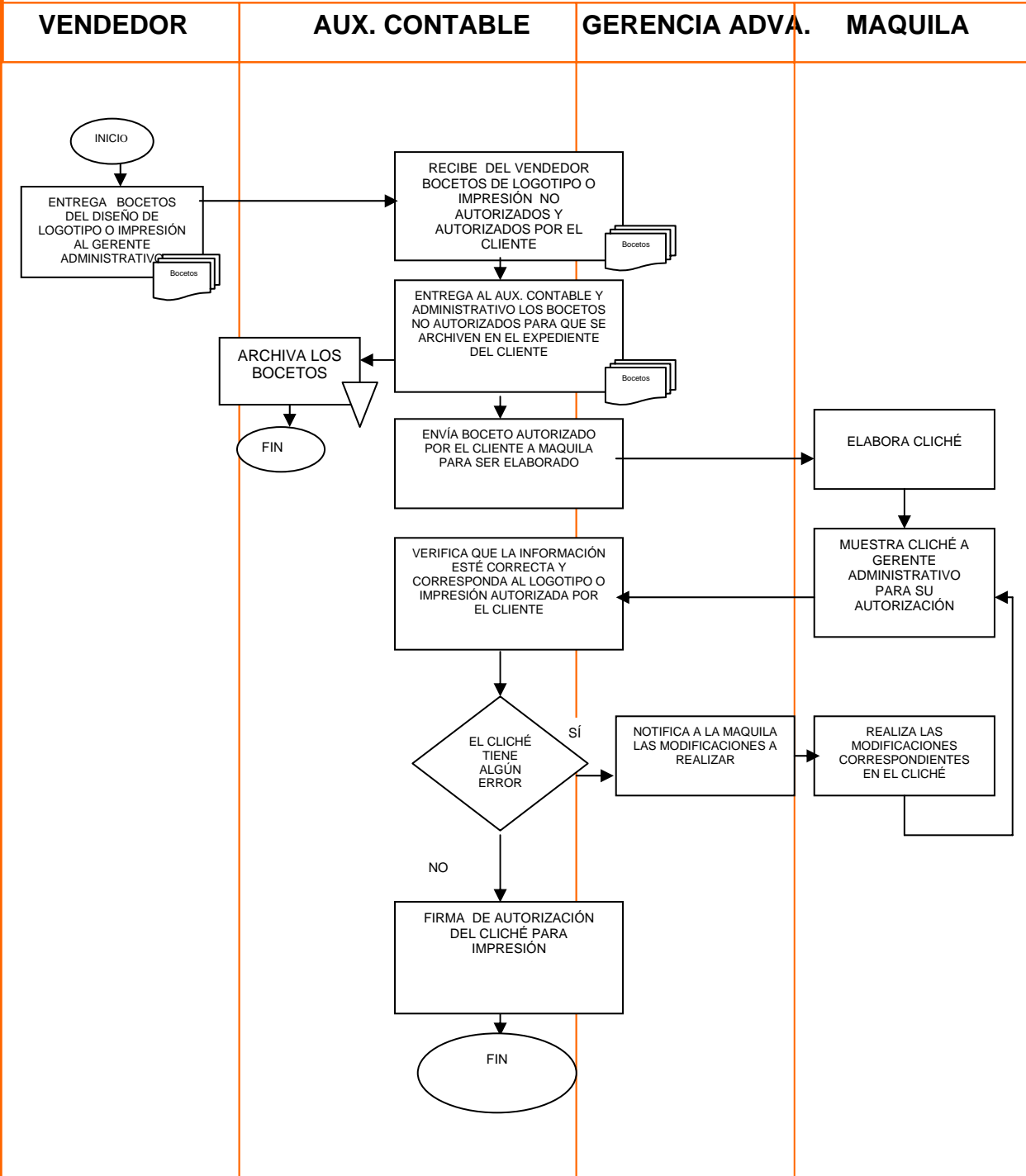
Multicajas

Sustituye a:

Pág. 3 de 3

Fecha: 19/05/2008

PROCEDIMIENTO AUTORIZACIÓN CLICHÉ



Elaboró:
Leticia Peregrina Hernández

Revisó:
Maestro Rafael Rodríguez Castelán

Aprobó:
Tomás Pérez Salgado



PAPIZZA

Multicajas

Sustituye a:

Pág. 1 de 2

Fecha: 19/05/2008

PROCEDIMIENTO RECEPCIÓN DE MERCANCÍA Y ELABORACIÓN DE FACTURAS PARA CLIENTES

PASO	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DOCUMENTO
1	Almacenista	Recibe facturas o notas de remisión de proveedores y las entrega al auxiliar administrativo	Facturas o notas de remisión
2	Auxiliar contable y administrativo	Coteja hojas de pedido de clientes con factura de proveedores.	Facturas o notas de remisión
3	Auxiliar contable y administrativo	Si existe la cantidad requerida de mercancía se continúa con el procedimiento en el paso 6. (Es preciso que se tome en cuenta el margen del 10%+ (-) de diferencia entre el pedido del cliente y lo que entrega el proveedor de cajas).	Facturas o notas de remisión
3A	Auxiliar contable y administrativo	Si la cantidad de mercancías no corresponde al pedido del cliente y lo que trajo el proveedor, se continúa con el procedimiento en el paso 4.	Facturas o notas de remisión
4	Auxiliar contable y administrativo	Notifica a la Gerencia Administrativa del faltante.	
5	Gerente administrativo	Resuelve si se pueden hacer entregas parciales a los clientes.	
6	Auxiliar contable y administrativo	En caso de ser una entrega parcial, se procede a la elaboración de la factura Si no se pueden realizar entregas parciales, recibirá indicaciones para detener la facturación hasta completar pedido.	
FIN			

Elaboró:

Leticia Peregrina Hernández

Revisó:

Maestro Rafael Rodríguez Castelán

Aprobó:

Tomás Pérez Salgado



PAPIZZA
Multicajas

Sustituye a:

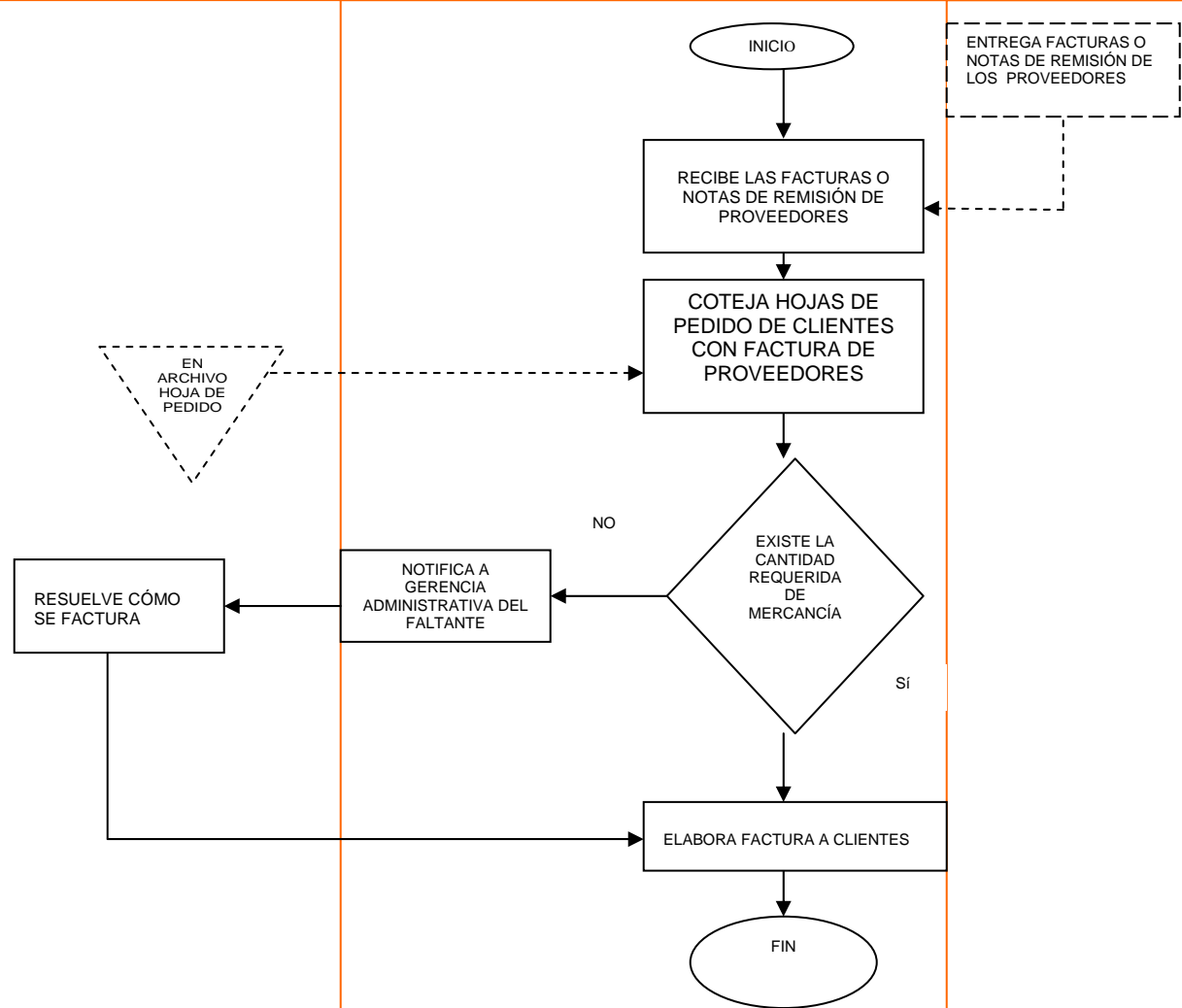
Pág. 2 de 2

Fecha: 19/05/2008

PROCEDIMIENTO RECEPCIÓN DE MERCANCÍA Y ELABORACIÓN DE FACTURAS PARA CLIENTES

GERENCIA ADVA.

AUX. CONTABLE Y ADMINISTRATIVO



Elaboró:
Leticia Peregrina Hernández

Revisó:
Maestro Rafael Rodríguez Castelán

Aprobó:
Tomás Pérez Salgado



PAPIZZA

Multicajas

Sustituye a:

Pág. 1 de 5

Fecha: 19/05/2008

PROCEDIMIENTO CARGA DE MERCANCÍA E INICIO DE ENTREGA

PASO	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DOCUMENTO
1	Gerente administrativo	Elabora rutas de entrega.	Ruta de entrega
2	Gerente administrativo	Entrega al chofer repartidor rutas de entrega a clientes.	Ruta de entrega
3	Gerente administrativo	Entrega al chofer repartidor las facturas (original y 3 copias) de los clientes a los que se les entregará mercancía, así como los pendientes de cobro.	Facturas de los clientes a entregar mercancías (original y 3 copias)
4	Chofer repartidor	Firma la hoja de control de facturas.	Hoja de control de facturas
5	Chofer repartidor	Recibe rutas de entrega y facturas (original y 3 copias).	Ruta de entrega y facturas (original y 3 copias)
6	Chofer repartidor	Decide el orden en que realizará la entrega de las mercancías tomando en cuenta el costo mínimo de combustible y horarios de entrega.	
7	Chofer repartidor	Va al almacén.	
8	Chofer repartidor	Entrega la copia número 2 de las facturas para que el almacenista le entregue la mercancía.	Copias Núm. 2 de las facturas

Elaboró:

Leticia Peregrina Hernández

Revisó:

Maestro Rafael Rodríguez Castelán

Aprobó:

Tomás Pérez Salgado



PAPIZZA
Multicajas

Sustituye a:

Pág. 2 de 5

Fecha: 19/05/2008

**PROCEDIMIENTO
CARGA DE MERCANCÍA E INICIO DE ENTREGA**

PASO	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DOCUMENTO
9	Almacenista	Recibe la copia 2 de la factura.	Copia 2 de las facturas Copia. 2 de las facturas
10	Almacenista	Entrega la cantidad y tipo de mercancía que se indica en la(s) factura(s).	Copia 2 de la factura
11	Almacenista y chofer repartidor	Colocan la mercancía en el equipo de reparto de acuerdo con el orden de entrega que marque el chofer repartidor	
12	Chofer repartidor	Verifica que la mercancía corresponda en tipo y cantidad según indica la factura. Si es correcta, se continúa el procedimiento en el paso 17.	Copia 2 de la factura
12A	Almacenista	Si al verificar el repartidor la mercancía que se colocó en el equipo de reparto y no corresponde a lo que indica la factura, el almacenista revisará con su copia de la factura si está correcta o no.	Copia 2 de la factura
13	Almacenista	Si falta mercancía por cargar en el equipo de reparto, el almacenista colocará el faltante en el equipo y se continuará el procedimiento en el paso 14.	Copia 2 de la factura
14	Almacenista	El almacenista pide al chofer repartidor verifique su mercancía por segunda vez.	Copia 2 de la factura

Elaboró:
Leticia Peregrina Hernández

Revisó:
Maestro Rafael Rodríguez Castelán

Aprobó:
Tomás Pérez Salgado



PAPIZZA
Multicajas

Sustituye a:

Pág. 3 de 5

Fecha: 19/05/2008

**PROCEDIMIENTO
CARGA DE MERCANCÍA E INICIO DE ENTREGA**

PASO	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DOCUMENTO
14A	Chofer repartidor	Si en la segunda revisión la mercancía corresponde a lo que se indica la factura, se continúa el procedimiento en el paso 17.	Copia 2 de la factura
14B	Chofer repartidor	Si en la segunda revisión la mercancía no corresponde a lo que indica la factura, se pasa al procedimiento 15.	Copia 2 de la factura
15	Chofer repartidor y almacenista	Se notifica al gerente administrativo el problema que ha surgido.	Copia 2 de la factura
16	Gerencia Administrativa	Verifica que la mercancía corresponda a lo que indica la factura y detecta quién cometió el error. Si la mercancía está correcta, pide al chofer repartidor firme la copia 2 de la factura como aceptación de que lo que recibió es correcto. Se continúa con el paso 17.	Copia 2 de la factura
16A	Gerencia Administrativa	Si la mercancía que se encuentra en el equipo de reparto no corresponde a la de la factura, le indica al almacenista cargue el faltante y se continúe con el procedimiento en el paso 17	Copia 2 de la factura
17	Chofer repartidor	Firma la copia 2 de la factura en conformidad con la recepción de mercancía, indicando su nombre, fecha y la expresión que diga "RECIBO MERCANCÍA COMPLETA" así como su firma.	Copia 2 de la factura
18	Chofer repartidor	Saca el equipo de reparto del almacén e inicia ruta de entrega.	

FIN

Elaboró:

Leticia Peregrina Hernández

Revisó:

Maestro Rafael Rodríguez Castelán

Aprobó:

Tomás Pérez Salgado



PAPIZZA

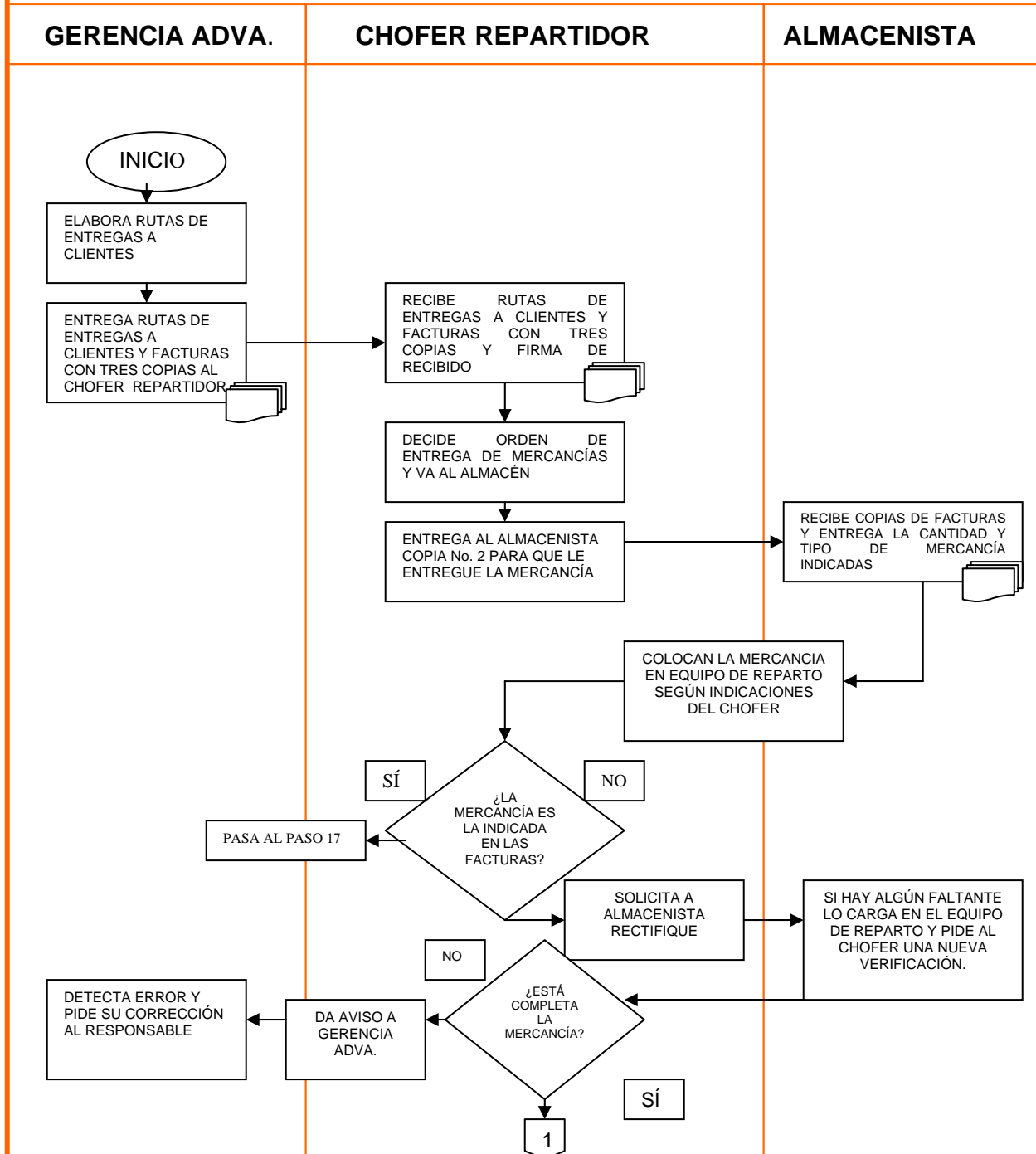
Multicajas

Sustituye a:

Pág. 4 de 5

Fecha: 19/05/2008

PROCEDIMIENTO CARGA DE MERCANCÍA E INICIO DE ENTREGA



Elaboró:
Leticia Peregrina Hernández

Revisó:
Maestro Rafael Rodríguez Castelán

Aprobó:
Tomás Pérez Salgado



PAPIZZA
Multicajas

Sustituye a:

Pág. 5 de 5

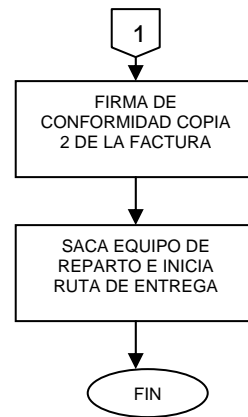
Fecha: 19/05/2008

**PROCEDIMIENTO
CARGA DE MERCANCÍA E INICIO DE ENTREGA**

GERENCIA ADVA.

CHOFER REPARTIDOR

ALMACENISTA



Elaboró:
Leticia Peregrina Hernández

Revisó:
Maestro Rafael Rodríguez Castelán

Aprobó:
Tomás Pérez Salgado

3.2.5. Reglamento Interno de Trabajo

REGLAMENTO INTERNO

1. Ningún empleado podrá ingresar a las instalaciones de la empresa si se encuentra bajo los efectos del alcohol y/o drogas.
2. Cubrir el horario de trabajo previamente establecido en el contrato laboral firmado.
3. El trabajador deberá encontrarse en su área de trabajo en la hora que se inicie la jornada laboral.
4. Para el cumplimiento de sus actividades deberá presentarse aseado y con ropa limpia de tipo semiformal (pantalón formal de preferencia color negro o azul marino y camisa de vestir.
5. El empleado deberá portar su credencial dentro de las instalaciones de la empresa y cuando realice alguna visita a los clientes.
6. Durante el horario de trabajo no se podrá fumar, comer, beber o consumir cualquier tipo de droga, salvo prescripción médica y presentando la receta correspondiente, ya que es motivo de baja.
7. Queda prohibido recibir llamadas personales, a menos que sean autorizadas por el gerente administrativo o en caso de emergencia.
8. La programación de vacaciones deberá ser reportada con treinta días de anticipación y estas serán disfrutadas de acuerdo al Art. 76 de la Ley Federal del Trabajo. Ver tabla anexa. Con la restricción de que no se podrán tomar en periodos altos de venta, (ver calendario de días restringidos), asimismo no podrá tomar vacaciones más de 1 trabajador en la misma fecha.

ANTIGÜEDAD	VACACIONES
1 año de antigüedad	6 días
2 años de antigüedad	8 días
3 años de antigüedad	10 días
4 años de antigüedad	12 días
5-9 años de antigüedad	14 días
10-14 años de antigüedad	16 días
15-19 años de antigüedad	18 días
20-24 años de antigüedad	20 días
25-29 años de antigüedad	22 días

Las vacaciones deberán ser disfrutadas en un periodo posterior a dos meses del aniversario de su ingreso a la empresa, por lo que las vacaciones no son acumulables.

9. Los días de descanso obligatorios serán:

- 1 de Enero
- 5 de Febrero
- 21 de Marzo
- 1 de Mayo
- 16 de Septiembre
- 20 de Noviembre
- 25 de Diciembre

10. A las tres faltas consecutivas sin aviso a la gerencia administrativa se dará baja inmediata.

11. Tres retardos en un periodo de 30 días se considerará como una falta sin goce de sueldo. El retardo se considera diez minutos después de la hora de entrada hasta los 15 minutos después de la misma, de 9:11 a 9:15 a.m.

12. Cada diez minutos de retardo acumulado durante todo el mes, será equivalente a un retardo, aclarando que la tolerancia es de diez minutos en cada departamento. Y estos retardos también se considerarán para contar faltas.
13. Se deberá presentar la renuncia con anticipación, por lo menos veinte días hábiles.
14. Queda prohibido llevarse los papeles de trabajo a su domicilio, salvo autorización de la Gerencia Administrativa.
15. Todos los trabajadores deberán guardar respeto a sus compañeros y no se permitirá el uso de palabras altisonantes u ofensas, ésto con la finalidad de mantener un buen ambiente de trabajo.
16. No se podrán llevar acompañantes en los vehículos de la empresa.
17. No se deberá utilizar el teléfono ni la computadora para cuestiones personales.
18. El chofer y el vendedor deberán portar su licencia de manejo y credencial de elector, así como los documentos oficiales y de seguro del vehículo. Cualquier infracción de tránsito que no sea imputable a la empresa (engomado, revista, razón social) correrá por cuenta del conductor.
19. El chofer y el vendedor tienen la obligación de dar aviso inmediato a la Gerencia Administrativa en los casos de:
 - a) Asalto o robo de mercancías, dinero y/o vehículo
 - b) Accidente

Así como presentarse con las autoridades para levantar el acta correspondiente

FIRMA DEL
TRABAJADOR DE
ENTERADO

FIRMA DEL
GERENTE
ADMINISTRATIVO

3.2.6 Administración del personal

El proceso de Recursos Humanos incluye la planeación, reclutamiento, selección, contratación, inducción, capacitación y desarrollo, seguridad e higiene.

La planeación de recursos humanos incluye la evaluación de recursos humanos actuales, así como de necesidades futuras y el desarrollo de un programa para satisfacer las exigencias que lleguen a surgir.

La descripción y el perfil del puesto son dos herramientas necesarias para las decisiones de reclutamiento y selección del personal deseado.

1. Reclutamiento

Para llevar a cabo este proceso tendremos que recurrir a la bolsa de trabajo www.intelweb.com; también haremos anuncios en el periódico y procuraremos asistir a las ferias del empleo que llevan a cabo continuamente las autoridades municipales de esta localidad, ya sea porque en ese momento exista una vacante o para obtener datos que nos ayuden a tener un inventario de posibles candidatos.

2. Selección

En esta etapa se procede a elegir entre varios candidatos al más idóneo para el puesto, ésto se hace mediante diferentes instrumentos de selección, los cuales son: análisis de solicitudes, pruebas escritas y de simulación de desempeño, entrevistas, investigaciones de antecedentes y exámenes físicos.

Dentro de las solicitudes se revisa también el currículum vitae de los candidatos, su experiencia laboral, continuidad de estudios y empleos, honorarios, metas y motivación hacia el trabajo.

Las pruebas escritas y de simulación de desempeño constan de capacidad intelectual, rasgos de personalidad, desarrollo personal, aptitudes, dominio; por todo

lo anterior y considerando que se trata de una micro empresa, dejaremos todas estas funciones a cargo de la psicóloga que labora en el despacho contable y que está en la empresa por el contador.

3. Contratación

Dentro de la contratación se establece el horario de trabajo que el empleado debe cumplir y el salario que recibirá. Pactado con el patrón de acuerdo con las labores que en el contrato se estipulen, así como los días de pago.

Se trabajará en un periodo de prueba, el cual será de tres meses, dividido mes por mes para determinar si la persona es apta o no para el puesto. Se terminará con un contrato por tiempo indefinido.

Nuestro contrato será el siguiente:

CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO

Que celebran el **Sr. Tomás Pérez Salgado** como patrón y el Sr. _____ como trabajador o empleado, bajo las siguientes cláusulas:

1ª. Por generales, los contratantes declaran lo siguiente:

PATRÓN: Establecido en Ostra No.31 B, Las Marinas, Metepec, México. C.P. 52176 Como domicilio fiscal.

TRABAJADOR O EMPLEADO: Nacionalidad Mexicana

EDAD: _____ AÑOS _____ MESES y _____ DÍAS, DOMICILIO

EN _____ Edo. de Méx.

2ª. Este contrato se celebra por **Tiempo determinado** y sólo podrá ser modificado, suspendido, rescindido o terminado en los casos y con los requisitos establecidos por la Ley Federal del Trabajo.

3ª. El trabajador se obliga a cumplir el Reglamento Interno de Trabajo, formulado por la comisión mixta, asignada al efecto por la empresa PAPIZZA negocio del Sr. Tomás Pérez Salgado.

4ª. El trabajador o empleado se obliga a prestar al patrón, bajo su dirección y dependencia, sus servicios personales de _____ en PAPIZZA Negocio del Sr. Tomás Pérez Salgado, O LUGAR QUE EL PATRÓN DESIGNE.

5ª. La duración de la jornada de trabajo será de 8 horas; por tratarse de jornada DIURNA, el trabajador deberá entrar a trabajar a las 9:00 horas para salir a las 14:00 horas y volver a entrar a las 15:00 horas para salir a las 18.00 horas de **lunes a viernes; y sábado**, entrar a trabajar a las 8:00 horas para salir a las 14:00 horas

6ª. El salario o sueldo convenido como retribución por los servicios a que este contrato se refiere es el siguiente:

SALARIO DIARIO DE \$ 00.00

SALARIO INTEGRADO DIARIO DE \$ 00.00

DESPENSA EN EFECTIVO DEL 40% DEL SALARIO DEL D. F.

PREMIO DE PUNTUALIDAD DEL 10% DEL SBC PERSONAL DE CADA TRABAJADOR

PREMIO DE ASISTENCIA DEL 10% DEL SBC PERSONAL DE CADA TRABAJADOR.

Sometiéndose a los descuentos que deban hacerse por orden expresa de la Ley del Seguro Social y la Ley del Impuesto sobre la Renta.

El pago de este salario o sueldo se hará en efectivo en moneda mexicana del año corriente los días quince y treinta de cada mes en Papizza negocio del Sr. Tomás Pérez Salgado. Recogerán y firmarán su recibo correspondiente a la cantidad que resulte de su sueldo.

7ª. El día de descanso semanal para el trabajador será el **domingo o cualquier día de la semana dependiendo de los requerimientos de entrega de la empresa.** Y causará salario de acuerdo con el Art. 69 de Ley Federal del Trabajo.

8ª. Los días de descanso legal obligatorio serán: 1º de Enero, 5 de Febrero, 21 de Marzo, 1º de Mayo, 16 de Septiembre, 20 de Noviembre y 25 de Diciembre, así como los que comprendan vacaciones a que se refiere la cláusula octava. El trabajador percibirá su salario íntegro, promediándose las percepciones obtenidas en los últimos treinta días trabajados si se calcula a destajo.

9ª. El trabajador o empleado disfrutará de seis días de vacaciones cuando tenga un año de servicio y aumentará dos días laborales hasta llegar a doce por cada año subsecuente de servicio. Después del cuarto año, el período de vacaciones aumentará en dos días por cada cinco de servicio.

Estas vacaciones comenzarán cada año dos meses después del **día que el empleado cumpla años en esta empresa.**

10ª. El trabajador o empleado conviene en someterse a los reconocimientos médicos que periódicamente ordene el patrón, en los términos de la Frac. X del artículo 134 a la Ley Federal del Trabajo, en el concepto de que el médico que los practique será designado y retribuido por el patrón.

11ª. Cuando por cualquier circunstancia, el trabajador o empleado haya de trabajar durante mayor tiempo que le corresponde a la jornada máxima legal, el patrón retribuirá el tiempo excedente con un 100% más salario que corresponde a las horas normales.

12ª. Si el trabajador es mayor de 14 años, pero menor de 16, debe autorizar este contrato el padre o tutor de acuerdo al artículo 23 de la Ley Federal del Trabajo.

13ª. Ambas partes convienen expresamente en someterse, en caso de cualquier diferencia o controversia, al texto de este contrato y a las disposiciones del Reglamento Interno de Trabajo, aprobado por Comisión de Seguridad e Higiene, del cual se entrega un ejemplar al empleado o trabajador en el momento de la celebración del contrato.

LUGAR PARA CLÁUSULAS EXTRAORDINARIAS O ACLARACIONES

Leído que fue por ambas partes este documento ante los testigos que firman, y sabedores de las obligaciones que por virtud de él contraen, así como de las que la Ley les impone, lo firman en Toluca, México; a las 08:00 horas. Del día ____del mes de _____del 200____, quedando un ejemplar en poder del trabajador y uno en poder del patrón.

FIRMA DEL TRABAJADOR

EMPLEADO: Declaro que recibí una copia del presente contrato

FIRMA DEL PATRÓN

TESTIGOS

4. Inducción

Mediante la inducción se pretende que las personas se integren y adapten de una manera rápida y adecuada a las actividades de Papizza para generar una correcta respuesta de trabajo y colaboración entre todas las personas que conformen la empresa.

5. Capacitación

El objetivo de la capacitación es desarrollar y mantener las habilidades y conocimientos necesarios para brindar el servicio de la mejor manera y estar en constante actualización con la finalidad de obtener un desarrollo integral tanto de Papizza como de sus colaboradores.

Entre los cursos que contemplamos para obtener resultados óptimos están:

- ❖ Curso de manejo defensivo para el chofer de la empresa
- ❖ Curso de ventas para nuestro representante
- ❖ Curso de actualización en manejo de paquetería para nuestro auxiliar contable y administrativo.

3.3. Estudio técnico

Para Papizza como para cualquier tipo de empresa, del tamaño que sea, es indispensable tener presentes los aspectos tecnológicos que le ayudarán a su buen funcionamiento.

Al tratarse de una comercializadora, los requerimientos mínimos que necesita son:

3.3.1. Localización de la planta

3.3.1.1. Macrolocalización

El sentido que le damos a la macrolocalización es el área, zona, población o ciudad donde habrá de establecerse la planta y/o instalaciones.¹⁰

La macrolocalización de Papizza será en Metepec, Edo. de México. Ésto se debe a que es un municipio de fácil acceso si se llega del Distrito Federal, entidad donde se ubica nuestro principal proveedor, por lo cual no representará gastos adicionales de compra. Además, Metepec se encuentra muy cerca de la ciudad de Toluca y tiene fácil acceso a todos los municipios que comprenden nuestro mercado de consumo (factores primarios). En cuanto a los factores secundarios, podemos decir que la disponibilidad de recursos humanos es regular, pues las personas prefieren trabajar en las grandes industrias, sin embargo, sí se consigue personal. Nuestro principal factor secundario es que contamos con la infraestructura necesaria y esta es propiedad del dueño de la empresa.

¹⁰ Arturo y José Antonio Morales Castro.Op. cit. p. 107

3.3.1.2. Microlocalización

El domicilio fiscal de Papizza será:

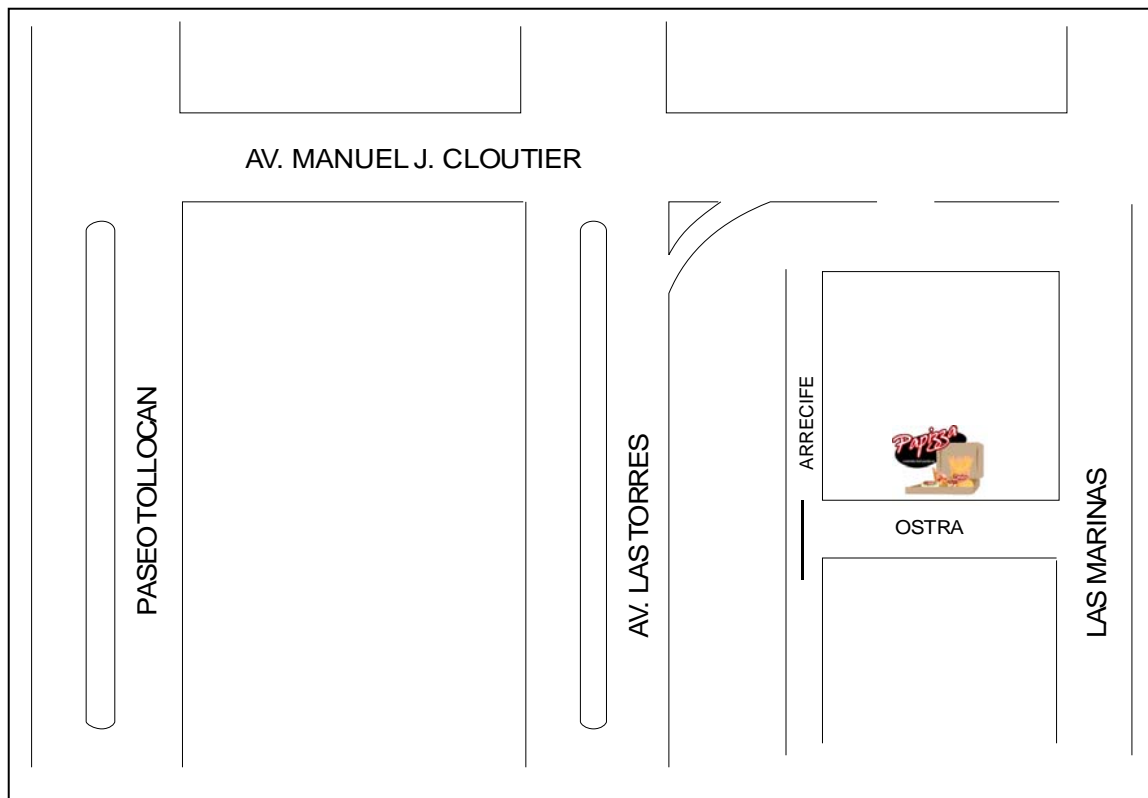
Calle Ostra No. 31-B

Col. Infonavit, Las Marinas,

Metepec, Méx. C.P. 52176

El predio cuenta con los servicios de agua, luz, alcantarillado, recolección de basura y fácil acceso

Su ubicación es la siguiente:



3.3.2. Tamaño y distribución de la planta

- ❖ El tamaño de la planta (Papizza) será de 100 m², 10m de frente por 10m de fondo.
- ❖ La distribución de Papizza estará en función de las necesidades de la comercializadora, como de nuestros clientes, aunque en realidad nuestras ventas y entrega de mercancías serán en el domicilio de nuestros clientes; pero sabemos que algunos de ellos preferirán visitarnos, por eso pretendemos que las instalaciones sean cómodas y agradables para los clientes, empleados y cualquier visitante.

Distribución:



3.3.3. Medidas de seguridad

- ❖ Sistema electrónico de detección de humo en toda la planta.
- ❖ Extintores colocados en sitios estratégicos.
- ❖ Señalamientos:
 - Salida de emergencia
 - Extintores
 - No fumar
 - Qué hacer en caso de incendio y sismo
 - Delimitación de áreas
 - Observaciones de posibles riesgos

3.3.4. Equipo de reparto

1	Camioneta marca Chevrolet modelo 1996 tipo Pick up	\$	48,000	\$	48,000
1	Remolque de 6m de largo adaptado para arrastrarse con la camioneta mencionada	\$	80,000	\$	80,000
2	Extintores de 9kg de polvo químico seco para remolque	\$	460	\$	920
1	Extintor de 2.5kg de polvo químico seco para camioneta	\$	280	\$	280
	Total			\$	129,200

3.3.5. Equipo de cómputo

1	Computadora Samsung (ver anexo)	\$	9,400.00
1	Impresora Multifuncional Hp Officejet 6210 All-In-one	\$	3,329.00
	Total	\$	12,729.00

3.3.6. Mobiliario y equipo de oficina

1	Escritorio directivo	\$	6,999.00	\$	6,999.00
1	Estación de trabajo ejecutiva	\$	3,999.00	\$	3,999.00
1	Estación de trabajo secretarial	\$	3,799.00	\$	3,799.00
1	Librero	\$	2,500.00	\$	2,500.00
1	Silla para dirección	\$	2,499.00	\$	2,499.00
1	Silla ejecutiva	\$	2,499.00	\$	2,499.00
1	Silla secretarial	\$	799.00	\$	799.00
1	Sofa para recepción	\$	2,100.00	\$	2,100.00
1	Mesa para sala de juntas	\$	3,999.00	\$	3,999.00
1	Sumadora	\$	2,690.00	\$	2,690.00
	Total			\$	<u>31,883.00</u>

3.3.7. Gastos de instalación

6	Extintores de 6kg de polvo químico seco	\$	400.00	\$	2,400.00
1	Juego de señalamientos	\$	830.00	\$	830.00
10	Películas de polietileno estirable uso manual 18"	\$	100.00	\$	1,000.00
10	Tarimas para aislamiento de las cajas al piso	\$	200.00	\$	2,000.00
1	Locker o caja para guarda de herramientas	\$	2,000.00	\$	2,000.00
1	Locker para uso personal del almacenista	\$	1,200.00	\$	1,200.00
1	Botiquín de primeros auxilios 40 x 30cm	\$	230.00	\$	230.00
7	Sirenas y alarmas contra incendios	\$	250.00	\$	1,750.00
1	Despachador de papel higiénico junior marca Soft & White	\$	231.00	\$	231.00
1	Despachador de Toalla Interdoblada, marca: Soft & White	\$	326.00	\$	326.00
1	Despachador de Shampoo para manos, marca: Soft & White	\$	212.00	\$	212.00
				\$	<u>12,179.00</u>

El juego de señalamientos consta de las siguientes indicaciones:

5	Salida de emergencia	\$	25.00	\$	125.00
5	Ruta de evacuación	\$	25.00	\$	125.00
1	Qué hacer en caso en caso de sismo o incendio 34 x 40cm	\$	50.00	\$	50.00
5	No fumar 30 x 40cm	\$	32.00	\$	160.00
3	Conserve limpia esta área 30 x 40cm	\$	32.00	\$	96.00
1	Sanitarios 25 x 25	\$	25.00	\$	25.00
6	Extintor 30 x 40cm	\$	32.00	\$	192.00
1	Botiquín 25 x 25cm	\$	25.00	\$	25.00
1	Punto de reunión 30 x 40cm	\$	32.00	\$	32.00
	Total			\$	830.00

3.4. Estudio financiero

3.4.1. Costos totales de inversión (Estados Financieros Proforma)

ESTADO DE POSICIÓN FINANCIERA AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2007				
Activo		Pasivo		
Circulante		A Corto Plazo		
Caja	\$ 5,000.00	Proveedores	\$ 31,463.48	
Bancos	\$ 25,655.13	Acreedores diversos	<u>\$ 38,107.70</u>	\$ 69,571.18
Clientes	\$ 9,000.00			
Inventario	<u>\$ -</u>			
	\$ 39,655.13			
Fijo				
Equipo de reparto	\$ 129,200.00			
Equipo de cómputo	\$ 3,000.00			
Mobiliario y equipo de oficina	\$ 10,892.00			
Terreno	\$ 250,000.00			
Construcción	<u>\$ 300,000.00</u>			
	\$ 693,092.00			
Diferido				
Gastos de instalación	<u>\$ 8,000.00</u>			
	\$ 8,000.00	Patrimonio		\$ 671,175.95
Suma el activo	<u><u>\$ 740,747.13</u></u>	Suma Pasivo más Capital		<u><u>\$ 740,747.13</u></u>

1. Anexos del balance inicial

BANCOS			
Bancomer			\$ 25,655.13
Cuenta de cheques : 0148386161			
Tomás Pérez Salgado			
CLIENTES			
Lagartos Pizzas			\$ 9,000.00
EQUIPO DE REPARTO			
1 Camioneta marca Chevrolet modelo 1996 tipo Pick up	\$ 48,000.00	\$ 48,000.00	
Remolque de 6m de largo adaptado para arrastrarse con la			
1 camioneta mencionada	\$ 80,000.00	\$ 80,000.00	
2 Extintores de 9kg de polvo químico seco para remolque	\$ 460.00	\$ 920.00	
1 Extintor de 2.5kg de polvo químico seco para camioneta	\$ 280.00	<u>\$ 280.00</u>	\$ 129,200.00

EQUIPO DE CÓMPUTO

1 Computadora armada con impresora \$ 3,000.00

MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA

2 Aparatos telefónicos	\$ 400.00	\$ 800.00	
1 Escritorio secretarial metálico	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	
1 Librero	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	
1 Sofá para recepción	\$ 2,100.00	\$ 2,100.00	
8 Sillas para sala de juntas y visitas	\$ 499.00	<u>\$ 3,992.00</u>	\$ 10,892.00

PROVEEDORES

Cartoenvases Metropolitanos, S.A. De C.V. \$ 31,463.48

ACREEDORES DIVERSOS

Bancomer crédito 00740960569661975625 (14 Pagos de \$1,190.55)	\$ 16,677.70	
Bancomer crédito 00746539419680643238 (9 Pagos de \$2,381.10)	<u>\$ 21,430.00</u>	\$ 38,107.70

ESTADO DE RESULTADOS (PROFORMA) DEL 1° AL 31 DE DICIEMBRE DE LOS**AÑOS:**

	2008	2009	2010
Ventas	\$ 2,815,092.72	\$ 3,000,343.30	\$ 3,185,593.88
Costo de ventas	\$ 1,484,117.00	\$ 1,584,200.00	\$ 1,676,996.00
Utilidad bruta	\$ 1,330,975.72	\$ 1,416,143.30	\$ 1,508,597.88
Gastos de operación:			
Gastos de venta	\$ 397,139.40	\$ 409,040.79	\$ 437,689.77
Gastos de administración	\$ 386,689.20	\$ 414,142.04	\$ 444,934.21
Suma	\$ 783,828.60	\$ 823,182.82	\$ 882,623.98
Utilidad de operación	\$ 547,147.12	\$ 592,960.48	\$ 625,973.90
Resultado integral de financiamiento	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad antes de ISR Y PTU	\$ 547,147.12	\$ 592,960.48	\$ 625,973.90
ISR	\$ 153,201.19	\$ 166,028.93	\$ 175,272.69
PTU	\$ 54,714.71	\$ 59,296.05	\$ 62,597.39
Utilidad neta del año	<u>\$ 339,231.21</u>	<u>\$ 367,635.50</u>	<u>\$ 388,103.82</u>

Nota de cálculo y aclaratoria
Inflación 5%

PRONÓSTICO DE VENTAS ANUALES MEDIANTE LA UTILIZACIÓN DE MÍNIMOS CUADRADOS

AÑO	NÚMERO DE AÑOS OBSERVADOS	AÑO DE ESTIMACIÓN X	VOLUMEN DE VENTAS Y	XY	X²
2004	1	-1.5	2,949,194	-4423791	2.25
2005	2	-0.5	2712259	-1356129	0.25
2006	3	0.5	2803707	1401854	0.25
2007	4	1.5	3536213	5304320	2.25
Total	10	0	12001373.2	926252.9	5
Promedio	2.5				

$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{926252.9}{5} = 185250.58$

$a = \frac{12001373.2}{4} = 3000343.3$

$y = a + bx$
 $y_{2008, x11} = 5038100$
 $y_{2008, x12} =$
 $y_{2008, x13} =$

AÑO	NÚMERO DE AÑOS OBSERVADOS	AÑO DE ESTIMACIÓN X	VOLUMEN DE VENTAS Y	XY	X²
2008	1	-1	2815093	-2815093	1
2009	2	0	3000343	0	0
2010	3	1	3185594	3185594	1
Total	6	0	9001030	0	2
Promedio	2	0			

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA (PROFORMA) AL 31 DE DICIEMBRE DE LOS AÑOS: 2007, 2008, 2009 y 2010

Activo	2007	2008	2009	2010	Pasivo	2007	2008	2009	2010
Caja	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00					
Bancos	25655	914409	1250369	1723959	A corto plazo				
Clientes	9000	0	0	4500	Proveedores	\$ 31,463.48	\$ 187,412.39	\$ 135,000.00	\$ 140,000.00
Inventario	0	18018	15569	18018	Acredores diversos	38108	63483	0	0
Circulante	39655	937427	1270937.71	1751476.854	ISR y PTU por pagar	0	208676	225325	237870
Equipo de reparto	129200	129200	129200	129200	Impuestos por pagar	0	174303	180167	205691
Equipo de cómputo	3000	15729	15729	15729	Suma Pasivo	69571	633874	540492	583561
Mobiliario y equipo de oficina	10892	42775	42775	42775	Capital				
Terreno	250000	250000	250000	250000	Patrimonio	671176	671176	671176	671176
Construcción	300000	300000	300000	300000	Utilidad en ejercicios anteriores	0	0	338471	706107
Depreciación y Amortización		51789	111046	160413	Utilidad del ejercicio	0	338471	367635	388104
Fijo	693092	685915	626658	577291	Suma capital	671176	1009647	1377283	1765386
Gastos de instalación	8000	20179	20179	20179	Suma el pasivo más capital	\$ 740,747.13	\$ 1,643,521.16	\$ 1,917,775.00	\$ 2,348,947.26
Diferido	8000	20179	20179	20179					
Suma el activo	\$ 740,747.13	\$ 1,643,521.16	\$ 1,917,775.00	\$ 2,348,947.26					

BALANZA DE COMPROBACIÓN AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2008

Cuenta	MOVIMIENTOS		SALDOS		ESTADO DE RESULTADOS		BALANCE FINAL			
	Deudor	Acreeedor	Debe	Haber	Deudor	Acreeedor	Debe	Haber		
Caja	\$ 5,000.00				\$ 5,000.00		\$ 5,000.00			
Bancos	25655		3237357	732039	914409		914409			
				1587455				0		
			9000	38108				0		
Cientes	9000		3237357	3237357	0			0		
				9000				0		
Inventario	0						\$ 18,018.00	0		
Equipo de reparto	129200				129200			129200		
Equipo de cómputo	3000	\$ 12,729.00			15729			15729		
Mobiliario y equipo de oficina	10892	\$ 31,883.00			42775			42775		
Terreno	250000				250000			250000		
Construcción	300000				300000			300000		
Gastos de instalación	8000	\$ 12,179.00			20179			20179		
Proveedores		31463	1587455	1743404		187412		187412		
Acreeedores diversos		38108	38108	51303.8		63483		63483		
				12179						
Patrimonio		671175.95				671176		671176		
Ventas				2815093		2815093	2815093			
IVA Causado			422264	422264		0		0		
Compras			1502135		1502135		1502135			
IVA										
Acreditable			241269	247961	0			0		
			6692							
Gastos de operación			783829		783829		783829			
Depreciación y amortización										
Acumulada				51789		51789		51789		
Costo de Ventas						1484117	1484117			
ISR y PTU			207916		207916		208676			
ISR y PTU por pagar				207916		207916		208676		
Impuestos por pagar				174303		174303		174303		
Utilidad bruta						1330976	1330976			
Utilidad antes de Impuestos						547147	547147			
Resultado del Ejercicio							338471	338471		
	\$ 740,747.13	\$ 740,747.13	\$ 11,330,171.38	\$ 11,330,171.38	\$ 4,171,171.86	\$ 4,171,171.86	\$ 6,195,350.56	\$ 6,195,350.56	\$ 1,695,310.36	\$ 1,695,310.36

BALANZA DE COMPROBACIÓN AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2009

Cuenta	BALANCE INICIAL		MOVIMIENTOS		SALDOS		ESTADO DE RESULTADOS		BALANCE FINAL	
	Deudor	Acreedor	Debe	Haber	Deudor	Acreedor	Debe	Haber	Debe	Haber
Caja	\$ 5,000.00				\$ 5,000.00				\$ 5,000.00	
Bancos	914409		\$ 3,450,394.80	\$ 190,252.00	1250369				1250369	
				763926					0	
				1888099					0	
				63482.5						
				208676						
Clientes	0		3450395	3450395	0				0	
					0				0	
Inventario	18018				18018		15569	18018	15569	
Equipo de reparto	129200				129200				129200	
Equipo de cómputo	15729				15729				15729	
Mobiliario y equipo de oficina	42775				42775				42775	
Terreno	250000				250000				250000	
Construcción	300000				300000				300000	
Gastos de instalación	20179				20179				20179	
Proveedores		187412	1888099	1835686		135000				135000
Acreeedores diversos		63483	63483			0			0	0
						0			0	0
Patrimonio		671176				671176				671176
Ventas				3000343		3000343	3000343			
IVA Causado			450,051	450,051		0				
Compras			1581751		1581751			1581751		
IVA			253935	253935	0					
Acreevable										
Gastos de operación			823183		823183			823183		
Depreciación y amortización										
Acumulada		51789		59257		111046				111046
Costo de Ventas						0	1584200	1584200		
ISR y PTU			225325		225325			225325		
ISR y PTU por pagar		208676	208676	225325		225325				225325
Impuestos por pagar		174303	190252	196116		180167				180167
Utilidad bruta						0	1416143	1416143		
Utilidad antes de Impuestos						0	592960	592960		
Resultado del Ejercicio										
Anteriores				338471		338471				338471
Resultado del Ejercicio		338471	338471					367635		367635
	\$ 1,695,310.36	\$ 1,695,310.36	\$ 12,924,015.38	\$ 12,924,015.38	\$ 4,661,528.51	\$ 4,661,528.51	\$ 6,609,216.08	\$ 6,609,216.08	\$ 2,028,820.71	\$ 2,028,820.71

BALANZA DE COMPROBACIÓN AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2010

Cuenta	BALANCE INICIAL		MOVIMIENTOS		SALDOS		ESTADO DE RESULTADOS		BALANCE FINAL	
	Deudor	Acreedor	Debe	Haber	Deudor	Acreedor	Debe	Haber	Debe	Haber
Caja	\$ 5,000.00				\$ 5,000.00				\$ 5,000.00	
Bancos	1250369		3658933	853489	1723959				1723959	
	0									
	0			225325						
	0			180167						
	0			1926362						
Cientes	0		3663433	3658933	4500				4500	
	0									
Inventario	15569				15569		18018	15569	18018	
Equipo de reparto	129200				129200				129200	
Equipo de cómputo	15729				15729				15729	
Mobiliario y equipo de oficina	42775				42775				42775	
Terreno	250000				250000				250000	
Construcción	300000				300000				300000	
Gastos de instalación	20179				20179				20179	
Proveedores Acreedores diversos		135000	1926362	1931362		140000				140000
		0				0				0
Patrimonio		671176				671176				671176
Ventas		0		3185594		3185594	3185594			
IVA Causado		0	477839	477839		0				
Compras IVA		0	1679445		1679445			1679445		
Acreditable		0	251917	272148	-20232					
		0	20232		20232					
Gastos de operación		0	882624		882624			882624		
Depreciación y amortización Acumulada		111046		49367		160413				160413
Costo de Ventas		0				0	1676996	1676996		
ISR y PTU		0	237870		237870			237870		
ISR y PTU por pagar		225325	225325	237870		237870				237870
Impuestos por pagar		180167	180167	205691		205691				205691
Utilidad bruta		0				0	1508598	1508598		
Utilidad antes de Impuestos		0				0	625974	625974		
Resultado del Ejercicio		338471		367635		706107				706107
Resultados del Ejercicio		367635	367635					388104		388104
	\$ 2,028,820.71	\$ 2,028,820.71	\$ 13,571,782.04	\$ 13,571,782.04	\$ 5,306,849.92	\$ 5,306,849.92	\$ 7,015,179.66	\$ 7,015,179.66	\$ 2,509,359.85	\$ 2,509,359.85

2. Anexos de los estados de resultados y los estados de situación financiera PROFORMA

				Menos	2008	Menos	2009	Menos	2010
				depreciación y		Depreciación y		Depreciación y	
				amortización		amortización		amortización	
% de									
depreciación									
		EQUIPO DE REPARTO							
		Precio	Importe						
	1	\$ 48,000	\$ 48,000						
	1	\$ 80,000	\$ 80,000						
	2	\$ 460	\$ 920						
	1	\$ 280	\$ 280						
25	Total		\$ 129,200	\$ 32,300.00	\$ 96,900.00	\$ 24,225.00	\$ 72,675.00	\$ 18,168.75	\$ 54,506.25
		EQUIPO DE CÓMPUTO							
	1		\$ 9,400.00						
	1		\$ 3,329.00						
30	Total		\$ 12,729.00	\$ 3,818.70	\$ 8,910.30	\$ 2,673.09	\$ 6,237.21	\$ 1,871.16	\$ 4,366.05
		MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA							
% de				Menos	2008	Menos	2009	Menos	2010
depreciación				depreciación y		Depreciación y		Depreciación y	
	1	\$ 6,999.00	\$ 6,999.00						
	1	\$ 3,999.00	\$ 3,999.00						
	1	\$ 3,799.00	\$ 3,799.00						
	1	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00						
	1	\$ 2,499.00	\$ 2,499.00						
	1	\$ 2,499.00	\$ 2,499.00						
	1	\$ 799.00	\$ 799.00						
	1	\$ 2,100.00	\$ 2,100.00						
	1	\$ 3,999.00	\$ 3,999.00						
	1	\$ 2,690.00	\$ 2,690.00						
10	Total		\$ 31,883.00	\$ 3,188.30	\$ 28,694.70	\$ 2,869.47	\$ 25,825.23	\$ 2,582.52	\$ 23,242.71
	Sumas			\$ 136,513.00		\$ 106,746.44		\$ 84,125.00	

			Menos depreciación y amortización	2008	Menos Depreciación y amortización	2009	Menos Depreciación y amortización	2010
GASTOS DE INSTALACIÓN								
	6	Extintores de 6kg de polvo químico seco	\$	400.00	\$	2,400.00		
	1	Juego de señalamientos	\$	830.00	\$	830.00		
	10	Películas de polietileno estirable uso manual 18"	\$	100.00	\$	1,000.00		
	10	Tarimas para aislamiento de las cajas al piso	\$	200.00	\$	2,000.00		
	1	Locker o caja para guarda de herramientas	\$	2,000.00	\$	2,000.00		
	1	Locker para uso personal del almacenista	\$	1,200.00	\$	1,200.00		
	1	Botiquín de primeros auxilios 40 x 30cm	\$	230.00	\$	230.00		
	7	Sirenas y alarmas contra incendios	\$	250.00	\$	1,750.00		
	1	Despachador de papel higiénico junior marca Soft & White	\$	231.00	\$	231.00		
Amortización	1	Despachador de Toalla Interdoblada, marca: Soft & White	\$	326.00	\$	326.00		
5	1	Despachador de Shampoo para manos, marca: Soft & White	\$	212.00	\$	212.00		
				<u>\$ 12,179.00</u>	\$	400.00	\$	7,600.00
					\$	988.95	\$	6,611.05
							\$	330.55
								\$ 6,280.50

El juego de señalamiento consta de las siguientes indicaciones					
5	Salida de emergencia	\$	25.00	\$	125.00
5	Ruta de evacuación	\$	25.00	\$	125.00
1	Qué hacer en caso en caso de sismo o incendio 34 x 40cm	\$	50.00	\$	50.00
5	No fumar 30 x 40cm	\$	32.00	\$	160.00
3	Conserve limpia esta área 30 x 40cm	\$	32.00	\$	96.00
1	Sanitarios 25 x 25	\$	25.00	\$	25.00
6	Extintor 30 x 40cm	\$	32.00	\$	192.00
1	Botiquín 25 x 25cm	\$	25.00	\$	25.00
1	Punto de reunión 30 x 40cm	\$	32.00	\$	32.00
				\$	<u>830.00</u>

INVENTARIO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2008

1000	Cajas de cartón kraft para pizza mega sin impresión, medidas: 44 x 44 x 0.04cm	\$	3.89	\$	3,890.00
2000	Cajas de cartón kraft para pizza familiar sin impresión, medidas: 40 x 40 x 0.04cm	\$	2.89	\$	5,780.00
2000	Cajas de cartón kraft para pizza grande sin impresión, medidas: 35 x 35 x 0.04cm.	\$	2.45	\$	4,900.00
1000	Cajas de cartón kraft para pizza mediana sin impresión, medidas: 30 x 30 x 0.04cm	\$	2.12	\$	2,120.00
800	Cajas de cartón kraft para pizza chica sin impresión, medidas: 25 x 25 x 0.04cm.	\$	1.66	\$	1,328.00
				\$	<u>18,018.00</u>

% de depreciación	Edificio	Menos depreciación y amortización		Menos Depreciacion y amortización		Menos Depreciacion y amortización		
		2008	2009	2008	2009	2010		
5		\$ 300,000.00	\$ 15,000.00	\$ 285,000.00	\$ 14,250.00	\$ 270,750.00	\$ 13,537.50	\$ 257,212.50

TABLA DE SUELDOS Y SALARIOS		2008		2009		2010	
		Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Sueldo Mensual	Sueldo Anual
1	Director general	\$ 9,000.00	\$ 108,000.00	\$ 9,450.00	\$ 113,400.00	\$ 9,922.50	\$ 119,070.00
1	Gerente administrativo	\$ 8,000.00	\$ 96,000.00	\$ 8,400.00	\$ 100,800.00	\$ 8,820.00	\$ 105,840.00
1	Contador staff	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00	\$ 1,050.00	\$ 12,600.00	\$ 1,102.50	\$ 13,230.00
1	Auxiliar contable y administrativo	\$ 5,000.00	\$ 60,000.00	\$ 5,250.00	\$ 63,000.00	\$ 5,512.50	\$ 66,150.00
1	Vendedor comisionista 5% sobre ventas	\$ 11,729.58	\$ 140,755.00	\$ 12,501.43	\$ 150,017.17	\$ 13,273.31	\$ 159,279.69
1	Chofer repartidor	\$ 5,500.00	\$ 66,000.00	\$ 5,775.00	\$ 69,300.00	\$ 6,063.75	\$ 72,765.00
1	Almacenista	\$ 2,800.00	\$ 33,600.00	\$ 2,940.00	\$ 35,280.00	\$ 3,087.00	\$ 37,044.00
			\$ 516,355	\$ 45,366	\$ 544,397.17	\$ 47,781.56	\$ 573,378.69

INVENTARIO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2009

800	Cajas de cartón kraft para pizza mega sin impresión, medidas:	44 x 44 x 0.04cm	\$	3.89	\$	3,112.00
1800	Cajas de cartón kraft para pizza familiar sin impresión, medidas:	40 x 40 x 0.04cm	\$	2.89	\$	5,202.00
1900	Cajas de cartón kraft para pizza grande sin impresión, medidas:	35 x 35 x 0.04cm	\$	2.45	\$	4,655.00
600	Cajas de cartón kraft para pizza mediana sin impresión, medidas:	30 x 30 x 0.04cm	\$	2.12	\$	1,272.00
800	Cajas de cartón kraft para pizza chica sin impresión, medidas:	25 x 25 x 0.04cm	\$	1.66	\$	1,328.00
						<u>\$ 15,569.00</u>

INVENTARIO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2010

1000	Cajas de cartón kraft para pizza mega sin impresión, medidas:	44 x 44 x 0.04cm.	\$	3.89	\$	3,890.00
2000	Cajas de cartón kraft para pizza familiar sin impresión, medidas:	40 x 40 x 0.04cm	\$	2.89	\$	5,780.00
2000	Cajas de cartón kraft para pizza grande sin impresión, medidas:	35 x 35 x 0.04cm	\$	2.45	\$	4,900.00
1000	Cajas de cartón kraft para pizza mediana sin impresión, medidas:	30 x 30 x 0.04cm	\$	2.12	\$	2,120.00
800	Cajas de cartón kraft para pizza chica sin impresión, medidas:	25 x 25 x 0.04cm	\$	1.66	\$	1,328.00
						<u>\$ 18,018.00</u>

Gastos totales anuales

Año	Concepto	Total	Tipo de Costo	Gastos Fijos	Gastos Variables	IVA
2008	Gastos de venta					
	Sueldos	\$ 99,600.00	Fijo	\$ 99,600.00		
	Comisiones por venta	\$ 140,755.00	Variable		\$ 140,755.00	
	Combustibles y lubricantes	\$ 41,600.00	Variable		\$ 41,600.00	\$ 6,240.00
	Luz 350	\$ 4,200.00	Variable		\$ 4,200.00	\$ 630.00
	Teléfono 868.7	\$ 10,424.40	Variable		\$ 10,424.40	\$ 1,563.66
	Predio	\$ 150.00	Fijo	\$ 150.00		
	Agua	\$ 850.00	Fijo	\$ 850.00		
	Mantenimiento de equipo de reparto	\$ 22,600.00	Variable		\$ 22,600.00	\$ 3,390.00
	Seguro Social e Infonavit	\$ 34,860.00	Fijo	\$ 34,860.00		
	Casetas	\$ 4,800.00	Variable		\$ 4,800.00	\$ 720.00
	Papelería	\$ 2,500.00	Variable		\$ 2,500.00	\$ 375.00
	Imprevistos	\$ 2,500.00	Variable		\$ 2,500.00	\$ 375.00
	Dep.de equipo de reparto	\$ 32,300.00		\$ 32,300.00		
	Depreciación de edificio	\$ 7,500.00				
	Amortización de gastos de instalación	\$ 200.00				
		<u>\$ 397,139.40</u>		<u>\$ 167,760.00</u>	<u>\$ 229,379.40</u>	<u>\$ 13,293.66</u>

Año	Concepto	Total	Tipo de Costo	Gastos Fijos	Gastos Variables	IVA
2008	Gastos de Administración					
	Sueldos	\$ 264,000.00	Fijo	\$ 264,000.00		
	Honorarios	\$ 12,000.00	Fijo	\$ 12,000.00		\$ 1,800.00
	Seguro Social e Infonavit	\$ 92,400.00	Fijo	\$ 92,400.00		
	Artículos de aseo y limpieza	\$ 3,200.00	Variable		\$ 3,200.00	\$ 480.00
	Papelería	\$ 2,500.00	Variable		\$ 2,500.00	\$ 375.00
	Predio	\$ 150.00	Fijo	\$ 150.00		
	Agua	\$ 850.00	Fijo	\$ 850.00		
	Dep. de mobiliario y equipo de oficina	\$ 1,089.20	Fijo	\$ 1,089.20		
	Dep. de equipo de cómputo	\$ 3,000.00	Fijo	\$ 3,000.00		
	Depreciación de edificio	\$ 7,500.00		\$ 7,500.00		
	Amortización de gastos de instalación	\$ 200.00				
		<u>\$ 386,689.20</u>		<u>\$ 380,989.20</u>	<u>\$ 5,700.00</u>	<u>\$ 2,655.00</u>

Año	Concepto	Total	Tipo de Costo	Gastos Fijos	Gastos Variables	IVA
2009	Gastos de venta					
	Sueldos	\$ 104,580.00	Fijo	\$ 104,580.00		
	Comisiones por venta	\$ 150,017.17	Variable		\$ 150,017.17	
	Combustibles y lubricantes	\$ 43,680.00	Variable		\$ 43,680.00	\$ 6,552.00
	Luz	\$ 4,410.00	Variable		\$ 4,410.00	\$ 661.50
	Teléfono	\$ 10,945.62	Variable		\$ 10,945.62	\$ 1,641.84
	Predio	\$ 157.50	Fijo	\$ 157.50		
	Agua	\$ 892.50	Fijo	\$ 892.50		
	Mantenimiento de equipo de reparto	\$ 23,730.00	Variable		\$ 23,730.00	\$ 3,559.50
	Seguro Social e Infonavit	\$ 36,603.00	Fijo	\$ 36,603.00		
	Casetas	\$ 4,800.00	Variable		\$ 4,800.00	\$ 720.00
	Papelería	\$ 2,500.00	Variable		\$ 2,500.00	\$ 375.00
	Imprevistos	\$ 2,500.00	Variable		\$ 2,500.00	\$ 375.00
	Dep.de equipo de reparto	\$ 24,225.00		\$ 24,225.00		
	Depreciación de edificio	\$ 14,250.00				
	Amortización de gastos de instalación	\$ 494.48				
		<u>\$ 409,040.79</u>		<u>\$ 166,458.00</u>	<u>\$ 242,582.79</u>	<u>\$ 13,884.84</u>

Año	Concepto	Total	Tipo de Costo	Gastos Fijos	Gastos Variables	IVA
2009	Gastos de Administración					
	Sueldos	\$ 277,200.00	Fijo	\$ 277,200.00		
	Honorarios	\$ 12,600.00	Fijo	\$ 12,600.00		\$ 1,890.00
	Seguro Social e Infonavit	\$ 97,020.00	Fijo	\$ 97,020.00		
	Artículos de aseo y limpieza	\$ 3,360.00	Variable		\$ 3,360.00	\$ 504.00
	Papelería	\$ 2,625.00	Variable		\$ 2,625.00	\$ 393.75
	Predio	\$ 157.50	Fijo	\$ 157.50		
	Agua	\$ 892.50	Fijo	\$ 892.50		
	Dep. de mobiliario y equipo de oficina	\$ 2,869.47	Fijo	\$ 2,869.47		
	Dep. de equipo de cómputo	\$ 2,673.09	Fijo	\$ 2,673.09		
	Depreciación de edificio	\$ 14,250.00		\$ 14,250.00		
	Amortización de gastos de instalación	\$ 494.48				
		<u>\$ 414,142.04</u>		<u>\$ 407,662.56</u>	<u>\$ 5,985.00</u>	<u>\$ 2,787.75</u>

Año	Concepto	Total	Tipo de Costo	Gastos Fijos	Gastos Variables	IVA
2010	Gastos de venta					
	Sueldos	\$ 109,809.00	Fijo	\$ 109,809.00		
	Comisiones por venta	\$ 159,279.69	Variable		\$ 159,279.69	
	Combustibles y lubricantes	\$ 45,864.00	Variable		\$ 45,864.00	\$ 6,879.60
	Luz	\$ 4,630.50	Variable		\$ 4,630.50	\$ 694.58
	Teléfono	\$ 11,492.90	Variable		\$ 11,492.90	\$ 1,723.94
	Predio	\$ 165.38	Fijo	\$ 165.38		
	Agua	\$ 937.13	Fijo	\$ 937.13		
	Mantenimiento de equipo de reparto	\$ 24,916.50	Variable		\$ 24,916.50	\$ 3,737.48
	Seguro Social e Infonavit	\$ 38,433.15	Fijo	\$ 38,433.15		
	Casetas	\$ 5,040.00	Variable		\$ 5,040.00	\$ 756.00
	Papelería	\$ 2,625.00	Variable		\$ 2,625.00	\$ 393.75
	Imprevistos	\$ 2,625.00	Variable		\$ 2,625.00	\$ 393.75
	Dep.de equipo de reparto	\$ 18,168.75		\$ 18,168.75	\$ 18,168.75	\$ 2,725.31
	Depreciación de edificio	\$ 13,537.50				
	Amortización de gastos de instalación	\$ 165.28				
		<u>\$ 437,689.77</u>		<u>\$ 167,513.40</u>	<u>\$ 274,642.35</u>	<u>\$ 17,304.40</u>

Año	Concepto	Total	Tipo de Costo	Gastos Fijos	Gastos Variables	IVA
2010	Gastos de Administración					
	Sueldos	\$ 304,290.00	Fijo	\$ 304,290.00		
	Honorarios	\$ 13,230.00	Fijo	\$ 13,230.00		\$ 1,984.50
	Seguro Social e Infonavit	\$ 101,871.00	Fijo	\$ 101,871.00		
	Articulos de aseo y limpieza	\$ 3,528.00	Variable		\$ 3,528.00	\$ 529.20
	Papelería	\$ 2,756.25	Variable		\$ 2,756.25	\$ 413.44
	Predio	\$ 165.38	Fijo	\$ 165.38		
	Agua	\$ 937.13	Fijo	\$ 937.13		
	Dep de mobiliario y equipo de oficina	\$ 2,582.52	Fijo	\$ 2,582.52		
	Dep de equipo de cómputo	\$ 1,871.16	Fijo	\$ 1,871.16		
	Depreciación de edificio	\$ 13,537.50		\$ 13,537.50		
	Amortización de gastos de instalación	\$ 165.28				
		<u>\$ 444,934.21</u>		<u>\$ 438,484.69</u>	<u>\$ 6,284.25</u>	<u>\$ 2,927.14</u>

3.4.2. Flujo neto de efectivo¹¹

FLUJO NETO DE EFECTIVO				
	CONCEPTO	2008	2009	2010
	Utilidad neta en el ejercicio	\$ 338,471.12	\$ 367,635.50	\$ 388,103.82
Más	Amortizaciones en el ejercicio	\$ 400.00	\$ 988.95	\$ 330.55
Más	Depreciaciones en el ejercicio	\$ 51,389.20	\$ 58,267.56	\$ 49,697.44
	Total	\$ 390,260.32	\$ 426,892.01	\$ 438,131.80
				\$ 1,255,284.13

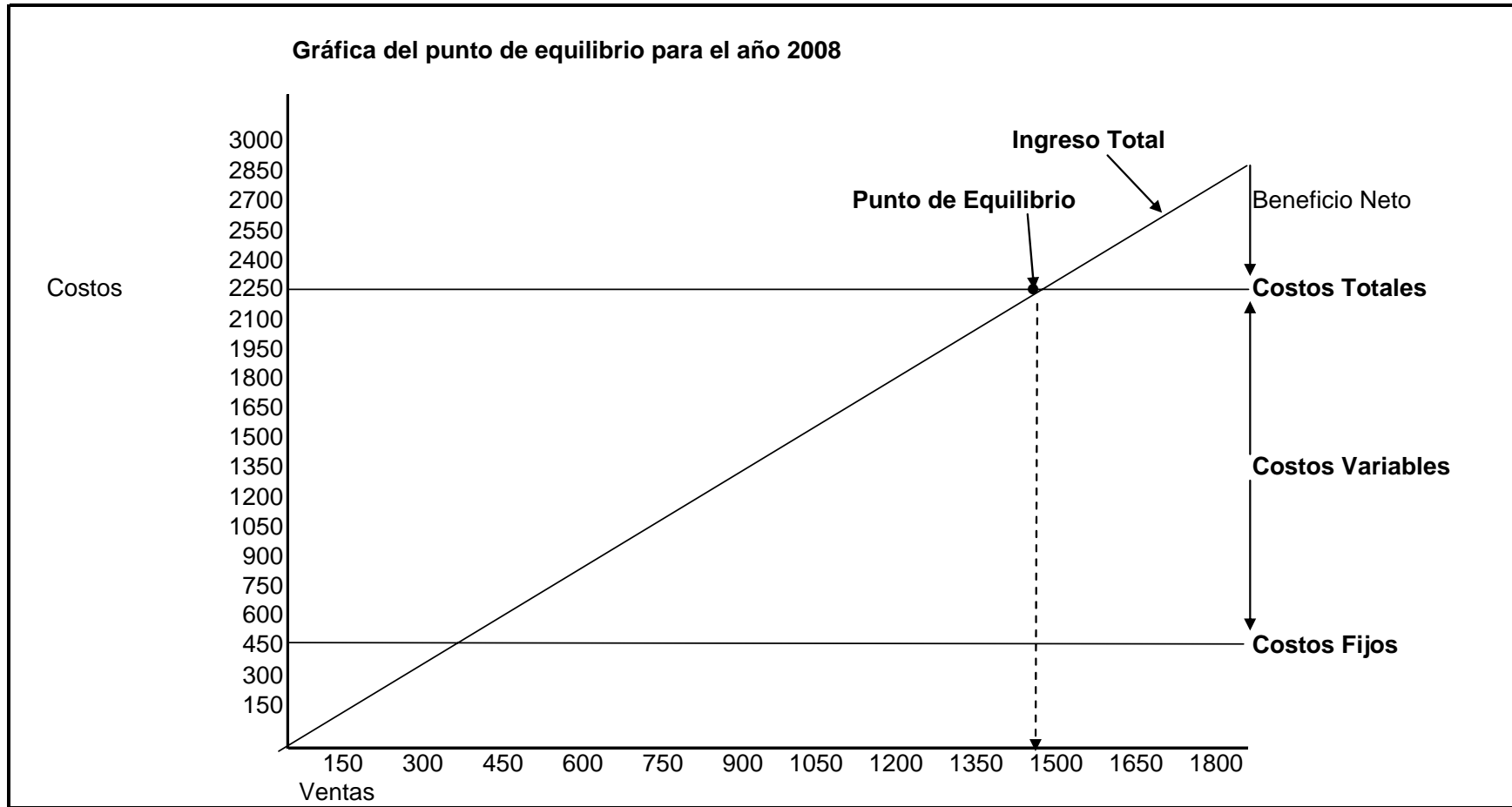
12. Idem.

3.4.3. Razones financieras¹²

RAZONES FINANCIERAS		2008		2009		2010	
Razones de liquidez:							
Prueba de ácido =	$\frac{\text{Activo circulante - Inventario}}{\text{Pasivo circulante}}$	$\frac{919409}{633874}$	1.45	$\frac{1270938}{15569}$	81.63	$\frac{1733459}{583561}$	2.97
Rotación de inventarios =	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Inventarios}}$	$\frac{2815093}{18018}$	156.24	$\frac{3000343}{15569}$	192.71	$\frac{3185594}{18018}$	176.80
Período de recuperación=	$\frac{\text{Inversión}}{\text{Flujo neto de efectivo}}$	$\frac{740747}{1255284}$	0.59				
Tasa simple de rendimiento =	$\frac{\text{Flujo neto de efectivo}}{\text{Inversión}}$	$\frac{390260}{740747}$	0.53	$\frac{426892}{740747}$	0.58	$\frac{438132}{740747}$	0.59
Apalancamiento=	$\frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}}$	$\frac{633874}{1643521}$	0.385681	$\frac{540492}{1917775}$	0.281833	$\frac{583561}{2348947}$	0.248435

13. Idem.

3.4.4. Punto de equilibrio¹³



14. Gabriel Baca Urbina. *Evaluación de Proyectos*. 5a. ed., Mc Graw Hill, México 2006, p. 181.

AÑO:

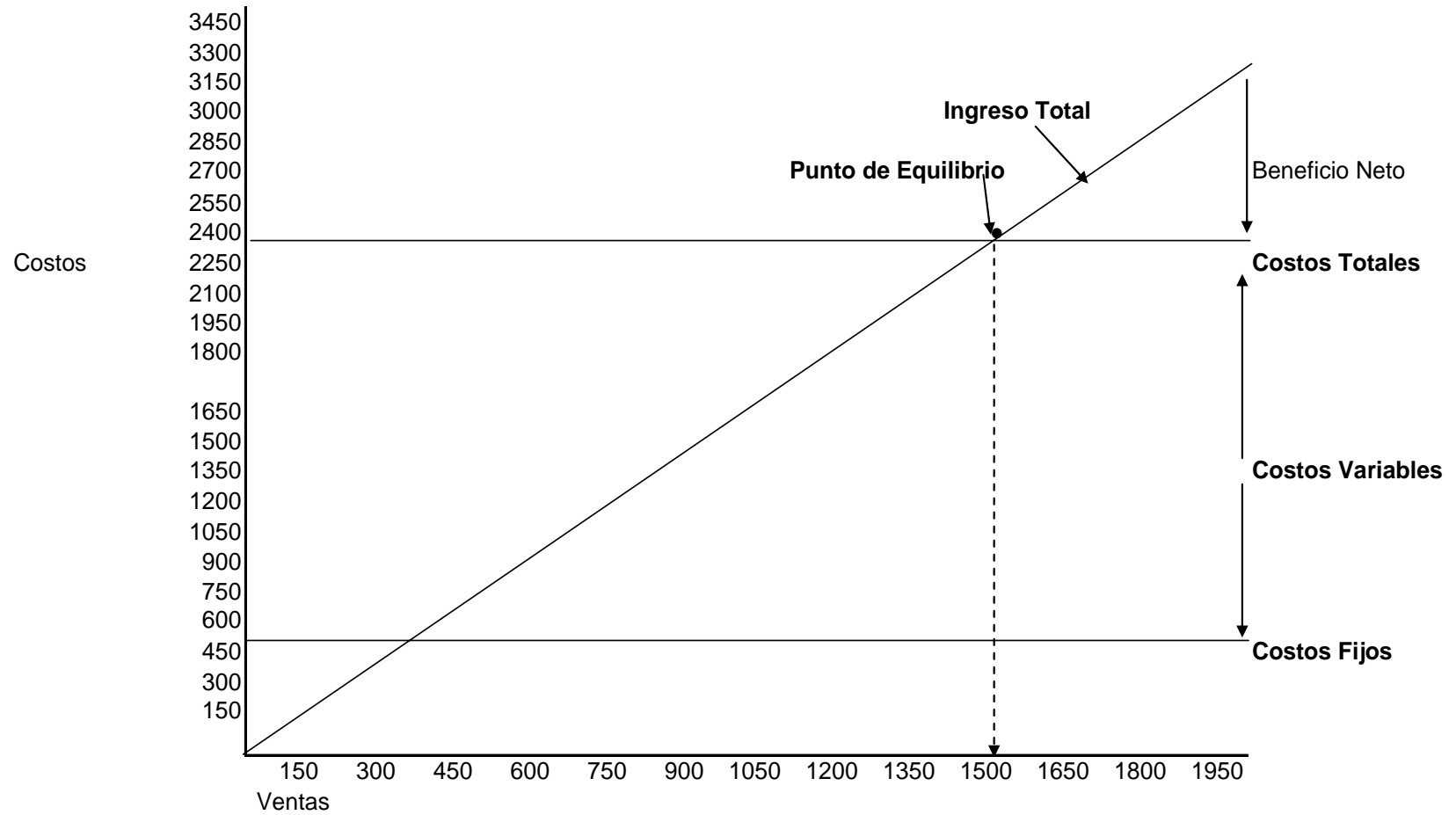
2008

Pe= **Punto de equilibrio** **\$ 1,409,604.04**
CF= Costos fijos 548749
PV= Precio de venta 2815093
CV= Costos variables 235079
Costo de compra de lo
vendido 1484117

Costos totales \$ 2,267,945.60

Pe= CF Pe= 548749 548749 548749
 CV 1719196 = 1 - 0.610706847 0.3892932 = **1409604**
 P x Q 2815093

Gráfica del punto de equilibrio para el año 2009



AÑO:

2009

Pe= **Punto de equilibrio** **\$ 1,475,329.65**

CF= Costos fijos 574121

PV= Precio de venta 3000343

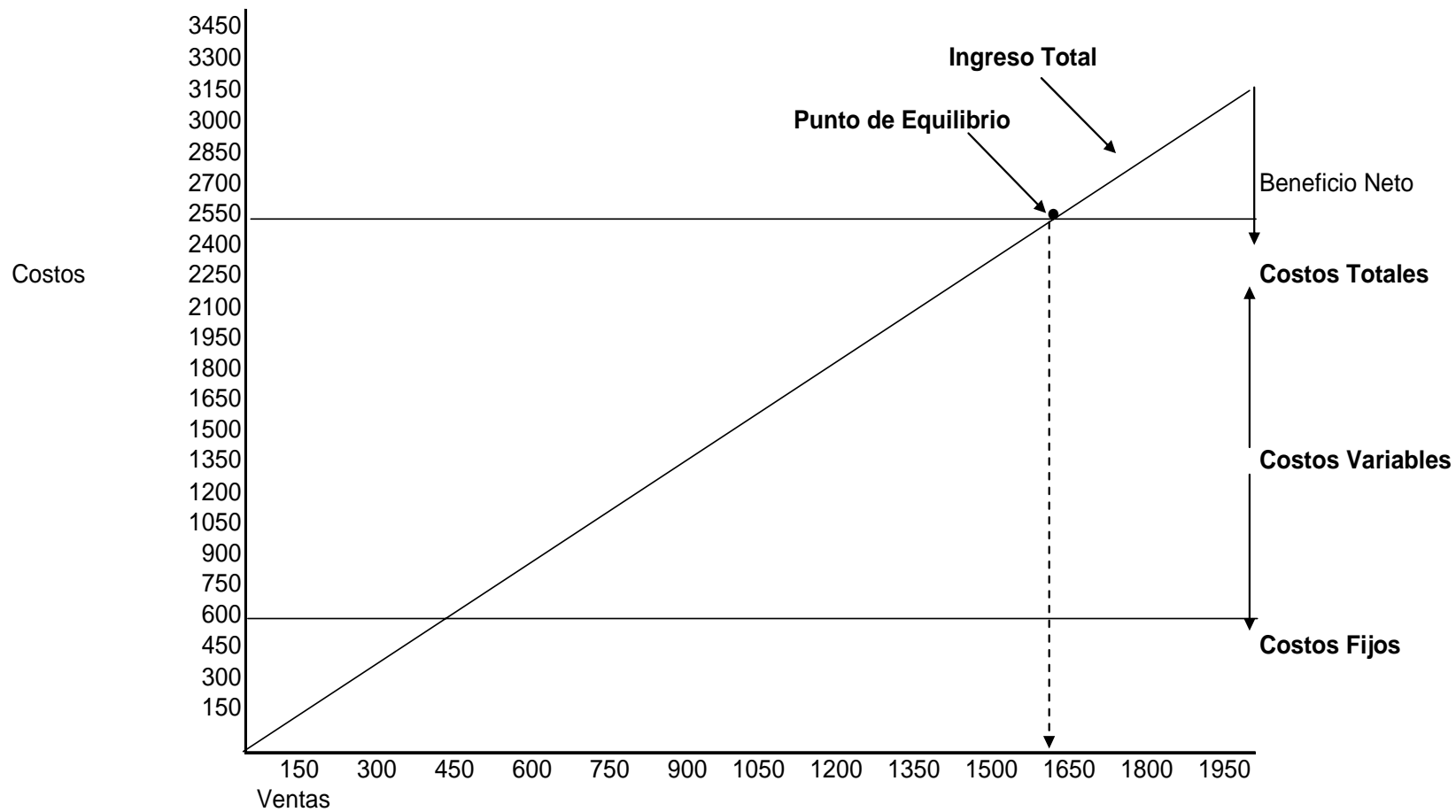
CV= Costos variables 248568

Costo de compra de lo
vendido 1584200

Costos totales \$ 2,406,888.35

$$\begin{array}{l} \text{Pe=} \\ 1- \end{array} \frac{\frac{\text{CF}}{\text{CV}}}{\text{P} \times \text{Q}} \quad \text{Pe=} \quad \frac{574121}{1832768} = \quad 1 \quad - \quad \frac{574121}{0.610852693} \quad \frac{574121}{0.3891473} = \quad \mathbf{1475330}$$

Gráfica del punto de equilibrio para el año 2010



AÑO:

2010

Pe= **Punto de equilibrio** **\$ 1,572,459.84**

CF= Costos fijos 605998

PV= Precio de venta 3185594

CV= Costos variables 280927

Costo de compra de lo 1676996

Costos totales \$ 2,563,920.68

$$\begin{array}{l} \text{Pe=} \\ 1- \end{array} \frac{\text{CF}}{\text{P} \times \text{Q} - \text{CV}} = \begin{array}{l} \text{Pe=} \\ 1- \end{array} \frac{605998}{3185594 - 280927} = \begin{array}{l} \text{Pe=} \\ 1- \end{array} \frac{605998}{0.614617766 \times 3185594 - 280927} = \begin{array}{l} \text{Pe=} \\ 1- \end{array} \frac{605998}{0.3853822 \times 3185594} = \mathbf{1572460}$$

3.4.5. Calculo de nomina anual

Nomina anual 2008	Sueldo Anual	Sueldo mensual	Sueldo diario	Salario diario integrado	Retenciones	Sueldo neto
Director general	\$ 108,000.00	\$ 9,000.00	\$ 296.05	\$ 309.44	\$ 10,295.53	\$ 97,704.47
Gerente administrativo	\$ 96,000.00	\$ 8,000.00	\$ 263.16	\$ 275.05	\$ 8,283.99	\$ 87,716.01
Contador staff	\$ 12,000.00	\$ 1,000.00	\$ 32.89		-\$ 4,382.98	\$ 16,382.98
Auxiliar contable y administrativo	\$ 60,000.00	\$ 5,000.00	\$ 164.47	\$ 171.91	\$ 99.21	\$ 59,900.79
Vendedor comisionista 5% sobre ventas	\$ 140,755.00	\$ 11,729.58	\$ 385.84		\$ 16,512.09	\$ 124,242.91
Chofer repartidor	\$ 66,000.00	\$ 5,500.00	\$ 180.92	\$ 189.10	\$ 1,114.89	\$ 64,885.11
Almacenista	\$ 33,600.00	\$ 2,800.00	\$ 92.11	\$ 96.27	-\$ 2,995.78	\$ 36,595.78
	\$ 516,355.00	\$ 43,029.58	\$ 1,415.45	\$ 1,041.77	\$ 28,926.95	\$ 487,428.05

Años Trabajo	Días de Vacaciones	0.25	Prima vacacional	Suma	Días del año	Factor	El Factor más la unidad
1	6	1.5	15	16.5	365	0.045205479	1.045205479
2	8	2	15	17	365	0.046575342	1.046575342
3	10	2.5	15	17.5	365	0.047945205	1.047945205

Cálculo 2008

Base de imp	\$ 108,000.00	Base de imp	\$ 96,000.00	Base de imp	\$ 12,000.00	Base de imp	\$ 60,000.00	Base de imp	\$ 140,755.00	Base de imp	\$ 66,000.00	Base de imp	\$ 33,600.00
Límite inferior	\$ 103,218.01	Límite inferior	\$ 88,793.05	Límite inferior	\$ 5,952.85	Límite inferior	\$ 50,524.93	Límite inferior	\$ 123,580.21	Límite inferior	\$ 50,524.93	Límite inferior	\$ 5,952.85
Excedente de Límite inferior	\$ 4,781.99	Excedente de Límite inferior	\$ 7,206.95	Excedente de Límite inferior	\$ 6,047.15	Excedente de Límite inferior	\$ 9,475.07	Excedente de Límite inferior	\$ 17,174.79	Excedente de Límite inferior	\$ 15,475.07	Excedente de Límite inferior	\$ 27,647.15
% de imp	\$ 0.18	% de imp	\$ 0.16	% de imp	\$ 0.06	% de imp	\$ 0.11	% de imp	\$ 0.20	% de imp	\$ 0.11	% de imp	\$ 0.06
Impuesto marginal	\$ 856.93	Impuesto marginal	\$ 1,153.11	Impuesto marginal	\$ 387.02	Impuesto marginal	\$ 1,030.89	Impuesto marginal	\$ 3,424.65	Impuesto marginal	\$ 1,683.69	Impuesto marginal	\$ 1,769.42
Cuota fija	\$ 9,438.60	Cuota fija	\$ 7,130.88	Cuota fija	\$ 114.24	Cuota fija	\$ 2,966.76	Cuota fija	\$ 13,087.44	Cuota fija	\$ 2,966.76	Cuota fija	\$ 114.24
ISPT antes sub. .	\$ 10,295.53	ISPT antes sub. .	\$ 8,283.99	ISPT antes sub. .	\$ 501.26	ISPT antes sub. .	\$ 3,997.65	ISPT antes sub. .	\$ 16,512.09	ISPT antes sub. .	\$ 4,650.45	ISPT antes sub. .	\$ 1,883.66
Sub. empleo	\$ -	Sub. empleo	\$ -	Sub. empleo	\$ 4,884.24	Sub. empleo	\$ 3,898.44	Sub. empleo	\$ -	Sub. empleo	\$ 3,535.56	Sub. empleo	\$ 4,879.44
ISPT o SUB.	\$ 10,295.53	ISPT o SUB.	\$ 8,283.99	ISPT o SUB.	-\$ 4,382.98	ISPT o SUB.	\$ 99.21	ISPT o SUB.	\$ 16,512.09	ISPT o SUB.	\$ 1,114.89	ISPT o SUB.	-\$ 2,995.78

3.5. Marco Legal

3.5.1. Trámites a realizar para la apertura de la empresa

En Metepec, como en cualquier otro municipio, hay que cubrir algunos requisitos para estar legalmente establecidos, por tal razón, presentamos los principales que Papizza deberá cumplir:

1. Formatos de la Secretaría de Hacienda

Lo primero que debemos hacer es darnos de alta ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para que nos otorgue la Cédula fiscal del contribuyente. En la actualidad, ésto se hace en la oficina administrativa más próxima al lugar donde se pretende instalar el negocio; anteriormente, se hacía llenando el formato R-1 que mostramos a continuación:

1. ACUSE DE RECIBO POR CERTIFICACIÓN O RELOJ FRANQUEADOR
(PARA USO EXCLUSIVO DE LA AUTORIDAD)



Servicio de Administración Tributaria
SECRETARÍA DE HACIENDA Y CREDITO PÚBLICO

ANVERSO
R-1
FORMA

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN AL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES

ANTES DE INICIAR EL LLENADO DE ESTA
SOLICITUD, LEA LAS INSTRUCCIONES

2 CURP - CLAVE ÚNICA DE REGISTRO DE POBLACIÓN
(Solo Personas Físicas)

3 ANOTE LA LETRA CORRESPONDIENTE
AL TIPO DE SOLICITUD QUE PRESENTA: N= NORMAL
C= COMPLEMENTARIA

3.1 CUANDO SE TRATE DE SOLICITUD
COMPLEMENTARIA, INDICAR EL
NÚMERO DE FOLIO ASIGNADO POR
LA AUTORIDAD A LA SOLICITUD
ANTERIOR.

4 DATOS DEL CONTRIBUYENTE QUE SE INSCRIBE

4.1 SÓLO TRATÁNDOSE DE PERSONAS FÍSICAS (Ver instrucciones)

APELLIDO PATERNO

APELLIDO MATERNO

NOMBRE (S)

4.2 SÓLO TRATÁNDOSE DE PERSONAS MORALES (Ver instrucciones)

DENOMINACIÓN O
RAZÓN SOCIAL

4.3 TRATÁNDOSE DE CONTRIBUYENTES RESIDENTES EN EL EXTRANJERO SIN ESTABLECIMIENTO PERMANENTE EN MÉXICO

NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN FISCAL ASIGNADO EN EL PAÍS EN QUE RESIDAN

PAÍS DE RESIDENCIA FISCAL

4.4 DATOS POR FIDEICOMISO

SI SE TRATA DE LA INSCRIPCIÓN DE UN FIDEICOMISO, INDIQUE

DENOMINACIÓN O RAZÓN
SOCIAL DE LA FIDUCIARIA

RFC DE LA
FIDUCIARIA

NÚMERO DE
FIDEICOMISO

4.5 DOMICILIO FISCAL DEL CONTRIBUYENTE QUE SE INSCRIBE O DEL REPRESENTANTE DE LA PERSONA RESIDENTE EN EL EXTRANJERO

CALLE

NÚMERO Y/O LETRA EXTERIOR NÚMERO Y/O LETRA INTERIOR ENTRE LAS CALLES DE Y DE

COLONIA

LOCALIDAD

MUNICIPIO O DELEGACIÓN

CÓDIGO POSTAL TELÉFONO

ENTIDAD FEDERATIVA

CORREO ELECTRÓNICO

5 DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD QUE LOS DATOS
CONTENIDOS EN ESTA SOLICITUD SON CIERTOS

FIRMA O HUELLA DIGITAL DEL CONTRIBUYENTE O BIEN DEL
REPRESENTANTE LEGAL, QUIEN MANIFIESTA BAJO PROTESTA DE DECIR
VERDAD, QUE A ESTA FECHA EL MANDATO CON EL QUE SE OSTENTA
LE HA SIDO MODIFICADO O REVOCADO

SE PRESENTA POR DUPLICADO

6 DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL (Ver instrucciones)							
(Tratándose de inscripciones en el registro de representantes legales, deberá acompañar el Anexo 10, a indicarlo en el rubro 12 de esta página)							
REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES	<input type="text"/>	CLAVE ÚNICA DE REGISTRO DE POBLACION	<input type="text"/>				
APELLIDO PATERNO MATRNO Y NOMBRE(S)	<input type="text"/>						
7 DATOS GENERALES (Ver instrucciones)							
7.1 FECHA DE NACIMIENTO DE LA PERSONA FÍSICA O FECHA DE FIRMA DE LA ESCRITURA CONSTITUTIVA O DOCUMENTO CONSTITUTIVO O DE LA CELEBRACION DEL CONTRATO DE ACUERDO CON EL DOCUMENTO QUE DEBE ACOMPAÑAR	AÑO	MES	DÍA	7.2 FECHA DE INICIO DE OPERACIONES(1)	AÑO	MES	DÍA
	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>		<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
8 ACTIVIDAD PREPONDERANTE							
8.1 INDIQUE LA ACTIVIDAD PREPONDERANTE A DESARROLLAR <input type="text"/>							
8.2 INDIQUE EL NÚMERO DEL SECTOR AL QUE CORRESPONDE LA ACTIVIDAD PREPONDERANTE A DESARROLLAR. (Ver instrucciones) <input type="text"/>							
MARQUE CON "X" SI: <input type="checkbox"/> PRODUCE BIENES <input type="checkbox"/> VENDE BIENES <input type="checkbox"/> PRESTA SERVICIOS <input type="checkbox"/>							
8.3 REALIZARÁ ACTIVIDADES CON EL PÚBLICO EN GENERAL <input type="checkbox"/> 8.4 CONTARÁ CON MÁQUINA REGISTRADORA DE COMPRACION FISCAL <input type="checkbox"/> 8.5 PERSONA FÍSICA SIN ACTIVIDAD ECONÓMICA (Ver instrucciones) <input type="checkbox"/>							
9 OTROS							
9.1 SI SE REGISTRA EN EL RFC COMO SOCIO, ACCIONISTA, ASOCIANTE O ASOCIADO DE PERSONA MORAL, INDIQUE SI ES: (Ver instrucciones)							
<input type="checkbox"/> SOCIO O ACCIONISTA <input type="checkbox"/> ASOCIANTE <input type="checkbox"/> ASOCIADO <input type="text"/> EN CASO DE ESTAR INSCRITA, INDIQUE EL RFC DE LA PERSONA MORAL (De ser necesario, por completar anexo)							
9.2 MARQUE CON "X" SI: <input type="checkbox"/> ES EMPRESA EXPORTADORA DE SERVICIOS DE HOTELERÍA <input type="checkbox"/> ES EMPRESA EXPORTADORA DE SERVICIOS DE CONVENCIONES Y EXPOSICIONES							
10 TRATÁNDOSE DE FUSIÓN Y ESCISIÓN DE SOCIEDADES							
MARCAR CON "X" SI CORRESPONDE							
FUSIÓN <input type="checkbox"/> INDICAR RFC DE LAS SOCIEDADES FUSIONADAS (De ser necesario, por completar anexo) <input type="text"/>							
ESCISIÓN <input type="checkbox"/> ENCESION DE SOCIEDADES. INDICAR EL RFC DE LA SOCIEDAD ESCIDENTE <input type="text"/>							
11 APERTURA DE ESTABLECIMIENTO (Sólo si el domicilio es distinto al señalado en el rubro 4.5)							
CALLE <input type="text"/>							
NÚMERO VÍO LETRA EXTERIOR <input type="text"/>		NÚMERO VÍO LETRA INTERIOR <input type="text"/>		ENTRE LAS CALLES DE Y DE <input type="text"/>			
COLONIA <input type="text"/>		CÓDIGO POSTAL <input type="text"/>		TELÉFONO <input type="text"/>			
LOCALIDAD <input type="text"/>							
MUNICIPIO O DELEGACIÓN <input type="text"/>							
ENTIDAD FEDERATIVA <input type="text"/>				CORREO ELECTRÓNICO <input type="text"/>			
12 ANEXOS							
MARQUE CON "X" LOS ANEXOS QUE ACOMPAÑA:							
<input type="checkbox"/> ANEXO 1 Personas Morales del Régimen General y del Régimen de las Personas Morales con Excepciones		<input type="checkbox"/> ANEXO 4 Personas Físicas con Actividades Empresariales y Profesionales		<input type="checkbox"/> ANEXO 7 Personas Físicas con Otros Regímenes			
<input type="checkbox"/> ANEXO 2 Personas Morales del Régimen Simplificado y las Integrales Personas Morales		<input type="checkbox"/> ANEXO 5 Personas Físicas con Actividades Empresariales del Régimen Immediato		<input type="checkbox"/> ANEXO 8 Personas Morales y Físicas (EP, PAN, S, IN, F) Comercio y Comercio Sobre Comercio y Asociación Mixta			
<input type="checkbox"/> ANEXO 3 Personas Físicas con impuestos por Salario, Arrendamiento, Ejecución y Adquisición de Bienes Financieros y Fideicomiso		<input type="checkbox"/> ANEXO 6 Personas Físicas con Actividades Empresariales del Régimen de Regímenes Contributivos		<input type="checkbox"/> ANEXO 9 Registros en el extranjero por Establecimiento Permanente en México			
				<input type="checkbox"/> ANEXO 10 Registro de Representantes Legales			

(1) Las personas morales constituidas en México que sean residentes en el país, cuando tanto como fecha de inicio de operaciones la misma fecha que la de constitución

INSTRUCCIONES (Continuación)

RUBRO 4 DATOS DEL CONTRIBUYENTE QUE SE INSCRIBE

Aparato 4.1 SOLO TRATÁNDOSE DE PERSONAS FÍSICAS

- Las personas físicas deberán anotar su nombre completo como aparece en el acto de nacimiento expedido por el Registro Civil.
- Titulados de personas físicas de nacionalidad extranjera residentes en México, así como de nacionalidad mexicana por naturalización, deberán anotar su nombre completo como aparece en el documento registral en la carta de naturalización, según corresponda.
- Titulados de personas físicas residentes en el extranjero con o sin establecimiento permanente en México, deberán anotar su nombre completo como aparece en el pasaporte vigente; anotando en "apellido casterno" el primero y en "apellido materno" los siguientes, en su caso.

Aparato 4.2 SOLO TRATÁNDOSE DE PERSONAS MORALES

- Las personas morales residentes en México, así como las personas morales residentes en el extranjero con o sin establecimiento permanente en México, anotarán la denominación o razón social como aparece en el documento que deben acompañar a esta solicitud, de acuerdo con el listado del cuadro que aparece al principio de la página 2 de esta forma oficial.
- La asociación en participación se identificará con una denominación o razón social, seguida de la leyenda A, en F, o en su defecto, con el nombre del asociante, seguido de las siglas antes citadas, y en caso de ser un caso, también se deberá incluir el número consecutivo de asiento de asociación en participaciones, cuando éste no sea el primero que registre el asociante de esta manera.

Aparato 4.3 TRATÁNDOSE DE RESIDENTES EN EL EXTRANJERO SIN ESTABLECIMIENTO PERMANENTE EN MÉXICO

- Además de anotar en los apartados anteriores los datos de la persona física o moral que se inscribe, según se trate, anotarán en este apartado el número de identificación fiscal asignado en el país en el que residen, salvo que de conformidad con la legislación de éste, no estén obligados a contar con dicho número, además, indicarán su país de residencia fiscal.

Aparato 4.4 DATOS POR FIDEICOMISO

Deberán anotar la denominación o razón social de la fiduciaria, el RFC de la misma y el número de foliocomiso.

Aparato 4.5 DOMICILIO FISCAL DEL CONTRIBUYENTE QUE SE INSCRIBE O DEL REPRESENTANTE DE LA PERSONA RESIDENTE EN EL EXTRANJERO

a) Personas físicas:

- Actividades empresariales, el local en el que se encuentre el principal asiento de sus negocios.
- Servicios personales independientes, el local que utilicen como establecimiento permanente para el desempeño de sus actividades.
- En los demás casos, el lugar en el que tengan el asiento principal de sus actividades.

b) Personas morales:

- Titulados de residentes en el país, el local en el que se encuentre la administración principal del negocio.
- Si se trata de establecimientos de personas morales residentes en el extranjero, se anotará el domicilio del establecimiento en México. En el caso de varios establecimientos, el local en el que se encuentre la administración principal del negocio en el país o, en su defecto, el que designen.

RUBRO 5 DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL

- Se anotarán los datos del Representante Legal cuando éste presente la solicitud en los siguientes casos:
 - Titulados de personas físicas, se proporcionarán los datos solicitados en este rubro sólo cuando tengan representación legal y éste actúe por cuenta del contribuyente.
 - Titulados de personas morales, se anotarán los datos de su representante legal. En el caso de contratos de Asociación en Participación, si el asociante es persona física se anotarán los datos de ésta. Si el asociante es persona moral, se deberán anotar los datos del representante legal de dicha persona moral.
 - Los residentes en el extranjero con o sin establecimiento permanente en México, anotarán los datos de su representante legal residente en México, que para efectos fiscales designaron.
- Los datos antes mencionados se identificarán y, en su caso, acreditarán su personalidad con los documentos que acompañen a esta solicitud, de acuerdo con el listado del cuadro que aparece en el párrafo de la página 2 de esta forma oficial.
- La solicitud deberá ser firmada por el contribuyente o, en su caso, por su representante legal. En el caso de que no se sepan o no puedan firmar, imprimirán su huella digital.

RUBRO 7 DATOS GENERALES

Aparato 7.1 FECHA DE NACIMIENTO DE LA PERSONA FÍSICA O FECHA DE FIRMA DE LA ESCRITURA CONSTITUTIVA O DOCUMENTO CONSTITUTIVO O DE LA CELEBRACIÓN DEL CONTRATO, DE ACUERDO CON EL DOCUMENTO QUE DEBE ACOMPAÑAR

- Las personas físicas residentes en México y los residentes en el extranjero con o sin establecimiento permanente en México, anotarán la fecha de nacimiento que consta en el documento que deben acompañar a esta solicitud, de acuerdo con el listado del cuadro que aparece al principio de la página 2 de esta forma oficial.
- Las personas morales residentes en México y las residentes en el extranjero con o sin establecimiento permanente en México, anotarán la fecha en la que se firmó el documento que deben acompañar a esta solicitud de acuerdo con el listado del cuadro que aparece al principio de esta página.
- En ambos casos, utilizarán cuatro números arábigos para el año, dos para el mes y dos para el día.

Ejemplo: Fecha de nacimiento: 1° de junio de 1972

ANO	MES	DIA
1972	06	01

 Fecha de firma del documento: 23 de mayo de 2002

ANO	MES	DIA
2002	05	23

RUBRO 8 ACTIVIDAD PREPONDERANTE

Aparato 8.2

De acuerdo con la actividad preponderante a desarrollar, señalada en el apartado 8.1, se deberá anotar el número del sector al que corresponde dicha actividad, conforme al siguiente listado:

1 Agricultura, ganadería, silvicultura, pesca	4 Electricidad y distribución de gas natural	7 Transporte, comunicación y agencias de viajes
2 Minería y extracción del petróleo	5 Construcción y servicios relacionados con la misma	8 Servicios financieros, inmobiliarios y alquiler de bienes muebles
3 Industria manufacturera	6 Comercio, restaurantes y hoteles	9 Servicios comunales, sociales y personales

Aparato 8.3

Los contribuyentes, personas físicas del régimen integrado de las actividades empresariales, cuyos ingresos en el ejercicio superen de 1,750,000 pesos, estarán obligados a llevar márgenes registralizados, estudios o sistemas electrónicos de comprobación fiscal.

RUBRO 9 OTROS

Si además de las obligaciones fiscales señaladas en el (los) anexo(s) que en su caso acompañe a esta Forma Fiscal, manifiesta al RFC que se inscribe como socio, accionista, asociante o asociado de una persona moral, deberá marcar el campo respectivo, debiendo anotar también la clave de registro solicitada. En el caso de ser socio, accionista, asociante o asociado, de más de una persona moral, deberá acompañar además del (los) anexo(s) y documento(s) respectivo(s), un escrito libre con el listado que contenga las claves del RFC de cada una de estas personas morales.

RUBRO 10 TRATÁNDOSE DE FUSIÓN Y ESCISIÓN DE SOCIEDADES


En el caso de fusión de sociedades, la sociedad que se inscribe deberá indicar al RFC de las sociedades que desaparecen con motivo de la fusión. Si las sociedades que desaparecen son más de 5, deberá acompañar además del (los) anexo(s) y documento(s) respectivo(s), un escrito libre con el listado que contenga las claves del RFC de cada una de las sociedades que desaparecen.

Si en esta de la inscripción de la sociedad escindida designa, para cumplir con las obligaciones de la escidente deberá indicar el RFC de la sociedad que desaparece con motivo de la escisión.

RUBRO 12 ANEXOS

Deberá acompañar a esta solicitud el (los) anexo(s) que corresponda(n) de acuerdo con el régimen fiscal en el que se inscribirá, debidamente señalados, y marcados con "X" en este rubro el (los) campo(s) correspondiente(s) al (los) anexo(s) que acompañe.

* Para cualquier aclaración en el llenado de esta forma fiscal puede obtener información de interés en las siguientes direcciones: www.sat.gob.mx, www.sat.gob.mx/portal/sat/rfci.php, www.sat.gob.mx o comunicarse al Servicio de Atención Telefónica Personal en el Distrito Federal y áreas conurbadas: 01 52 55 56 21 02 97 en Monterrey, N. L. y áreas conurbadas 88 16 04 50 en Guadalajara, Jalisco y áreas conurbadas 01 33 35 02 00 del resto del país, en caso de 800 304 2000 o bien al Servicio de Atención Telefónica Automatizada en el Distrito Federal y áreas conurbadas 51 17 07 00 en Monterrey, N. L. y áreas conurbadas 01 21 00 00 en Guadalajara, Jalisco y áreas conurbadas 31 70 71 40 en Puebla, Pue. y áreas conurbadas 22 46 45 14 del resto del país, en caso de 800 SAT 2000 (01 800 796 2000). **Depositar los pagos de impuestos de conformidad con el 800 306 4887 o bien a la dirección de correo electrónico pagos@sat.gob.mx o en su caso, acudir a los Módulos de Atención al Contribuyente de la Administración Local que correspondan a su domicilio fiscal.**

FOLIO CERTIFICACION CON EL QUE SE REGISTRA EL RFSR	 SAT <small>Servicio de Administración Tributaria</small> <small>SECRETARÍA DE ECONOMÍA</small>	ANEXO 5 <small>EX-1011</small>
REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES. PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES DEL RÉGIMEN INTERMEDIO.		
<small>ANTES DE INICIAR EL LLENADO DE ESTE ANEXO, LEA LAS INSTRUCCIONES</small>		
		REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES <small>(Sólo en caso de aumento de obligaciones)</small>
1. DATOS DEL CONTRIBUYENTE (Sólo en caso de inscripción)		
APELLIDO PATERNO		
APELLIDO MATERNO		
NOMBRE(S)		
2. IMPUESTO SOBRE LA RENTA		
2.1 SI REALIZA ACTIVIDADES DEL SECTOR PRIMARIO, MARQUE CON "X" SI ES:		
<input type="checkbox"/> AGRICULTOR.	<input type="checkbox"/> GANADERO.	<input type="checkbox"/> SILVICULTOR.
<input type="checkbox"/> PESCADOR.		
SI SEÑALÓ ALGUNA DE LAS PREGUNTAS ANTERIORES, MARQUE CON "X" SI:		
<input type="checkbox"/> OPTA POR REALIZAR PAGOS PROVISIONALES SEMESTRALES.		
<input type="checkbox"/> SUS INGRESOS NO EXCEDERÁN EN EL AÑO DE CALENDARIO DE 40 VECES EL SALARIO MÍNIMO GENERAL CORRESPONDIENTE AL ÁREA GEOGRÁFICA ELEVADO AL AÑO.		
MARQUE CON "X" SI ES:		INDIQUE EL RFC DE LA PERSONA MORAL
<input type="checkbox"/> AGRICULTOR INTEGRANTE DE UNA PERSONA MORAL DEL RÉGIMEN SIMPLIFICADO.		
<input type="checkbox"/> GANADERO INTEGRANTE DE UNA PERSONA MORAL DEL RÉGIMEN SIMPLIFICADO.		
<input type="checkbox"/> SILVICULTOR INTEGRANTE DE UNA PERSONA MORAL DEL RÉGIMEN SIMPLIFICADO.		
<input type="checkbox"/> PESCADOR INTEGRANTE DE UNA PERSONA MORAL DEL RÉGIMEN SIMPLIFICADO.		
<input type="checkbox"/> SUS INGRESOS NO EXCEDERÁN EN EL AÑO DE CALENDARIO DE 40 VECES EL SALARIO MÍNIMO GENERAL CORRESPONDIENTE AL ÁREA GEOGRÁFICA ELEVADO AL AÑO.		
2.2 SI REALIZA ACTIVIDADES DEL SECTOR AUTOTRANSPORTE, MARQUE CON "X" SI ES:		INDIQUE EL RFC DE LA PERSONA MORAL
<input type="checkbox"/> AUTOTRANSPORTISTA TERRESTRE DE CARGA.		
<input type="checkbox"/> AUTOTRANSPORTISTA TERRESTRE DE PASAJEROS.		
<input type="checkbox"/> AUTOTRANSPORTISTA TERRESTRE DE CARGA INTEGRANTE DE UN COORDINADO O DE OTRA PERSONA MORAL, CONFORME AL RÉGIMEN SIMPLIFICADO, QUE PAGA SUS IMPUESTOS A TRAVÉS DE UN COORDINADO O DE OTRA PERSONA MORAL.		
<input type="checkbox"/> AUTOTRANSPORTISTA TERRESTRE DE PASAJEROS INTEGRANTE DE UN COORDINADO O DE OTRA PERSONA MORAL, CONFORME AL RÉGIMEN SIMPLIFICADO, QUE PAGA SUS IMPUESTOS A TRAVÉS DE UN COORDINADO O DE OTRA PERSONA MORAL.		
2.3 MARQUE CON "X" SI:		
<input type="checkbox"/> ES SOCIO DE UNA EMPRESA INTEGRADORA.		
INDIQUE EL RFC DE LA EMPRESA INTEGRADORA:		
2.4 SI LOS INGRESOS DERIVAN DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES EN COPROPIEDAD O SOCIEDAD CONYUGAL, MARQUE CON "X" SI ES:		
<input type="checkbox"/> REPRESENTADO.		
<input type="checkbox"/> REPRESENTANTE COMÚN.		
DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD QUE LOS DATOS CONTENIDOS EN ESTE ANEXO SON CIERTOS		
<div style="border: 2px dashed black; width: 100%; height: 100%;"></div>		
<small>FIRMA O HUELLA DIGITAL DEL CONTRIBUYENTE O BIEN DEL REPRESENTANTE (SI HAY) QUIEN MANIFIESTA BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD QUE EL MANDATO CON EL QUE SE OBTIENIÓ NO LE HA SIDO MODIFICADO O REVOCADO</small>		

SE PRESENTA POR DUPLICADO

2.5	MARQUE CON "X" SI:	REVERSO ANEXO B Pág. 3 <small>13/11/2016</small>
<input type="checkbox"/>	REALIZA ACTIVIDADES EMPRESARIALES DISTINTAS DE LAS SEÑALADAS EN LOS APARTADOS ANTERIORES.	
3.	RETENCIONES DE ISR	
MARQUE CON "X" EL(LOS) CONCEPTO(S) QUE PAGA PARA LA REALIZACIÓN DE SUS OPERACIONES:		
<input type="checkbox"/>	SALARIOS Y DEMÁS PRESTACIONES QUE DERIVEN DE UNA RELACION LABORAL (Ver instrucciones).	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	INGRESOS ASIMILADOS A SALARIOS (Ver instrucciones).	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	A RESIDENTES EN EL EXTRANJERO SIN ESTABLECIMIENTO PERMANENTE EN EL PAIS.	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	PREMIOS POR LOTERIAS, RIFAS, SORTEOS, JUEGOS CON APUESTAS Y CONCURSOS.	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	OTROS INGRESOS A PERSONAS FISICAS (Titulo IV, Capitulo IX de la Ley del ISR).	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	ADQUISICIONES COMPROBADAS MEDIANTE AUTOFACURACIÓN (Ver instrucciones).	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	REALIZA PAGOS COMPROBADOS MEDIANTE AUTOFACURACIÓN POR ARRENDAMIENTO DE INMUEBLES.	<input type="checkbox"/>
4.	IMPUESTO AL ACTIVO	
4.1	MARQUE CON "X" SI ES:	
<input type="checkbox"/>	SUJETO GRAVADO DEL IMPUESTO AL ACTIVO.	
5.	IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	
5.1	MARQUE CON "X" SI:	
<input type="checkbox"/>	POR LOS ACTOS O ACTIVIDADES QUE REALIZA CAUSA ESTE IMPUESTO.	
5.2	MARQUE CON "X" SI:	
<input type="checkbox"/>	ES RETENIDOR DE ESTE IMPUESTO.	
5.3	SI REALIZA ACTIVIDADES AGRÍCOLAS, GANADERAS Y/O PESQUERAS, MARQUE CON "X" SI:	
<input type="checkbox"/>	OPTA POR NO PRESENTAR DECLARACIONES DE PAGO DE ESTE IMPUESTO (Ver instrucciones)	
INSTRUCCIONES		
<p>1. Este anexo deberá presentarlo las personas físicas que tributan en el Régimen Integrado de los Personeros Físicos con Actividades Empresariales (Sección I) del Capítulo I, del Título IV de la Ley del ISR, así como las personas físicas integrantes de personas morales del Régimen Simplificado (Capítulo VII, Título II de la Ley del ISR), que realicen actividades agrícolas, ganaderas, silvícolas, pesqueras, o bien de autoconsumo sin venta de carga o pasajeros.</p> <p>2. Se presentará debidamente llenado en los siguientes casos: a) Con la Forma Fiscal R-1, cuando se solicite la inscripción al Registro Federal de Contribuyentes. b) Con la Forma Fiscal R-2, cuando se presente un nuevo aumento de obligaciones ante el mismo registro.</p> <p>3. En el caso de que realice operaciones que gravan (EPS, ISAN, IS/LV (TENENCIA) y/o Derechos sobre concesión y/o explotación minera), deberá acompañar adicionalmente el Anexo B.</p> <p>4. Únicamente en ciertos casos dentro de los campos para ello establecidos. En el caso de llenado a mano, se deberá utilizar tinta de color negro, empleando mayúsculas, sin rasgar ni tachar en la Forma Fiscal R-1.</p> <p>5. Trazado de un año de aumento de obligaciones, no se deberá hacer anotación alguna en este rubro, únicamente se anotará la clave del "C" en el campo correspondiente.</p> <p>RUBRO 1. DATOS DEL CONTRIBUYENTE En el caso de inscripción AFCT, las personas físicas deberán anotar su nombre tal y como lo anotaron en la Forma Fiscal R-1.</p> <p>RUBRO 2. IMPUESTO SOBRE LA RENTA Apartado 2.1. Cuando los contribuyentes cumplan sus obligaciones fiscales por conducto de un tercero o personas morales, deberán acompañar la clave del "C" en el campo correspondiente y un escrito libre con el listado que contiene los datos del RFC de cada uno de los contribuidos o personas morales de los cuales sean integrantes.</p> <p>RUBRO 3. RETENCIONES DE ISR Para determinar las obligaciones en materia de retenciones, se deberán indicar los conceptos que se pagan para realizar las operaciones.</p> <p>RUBRO 4. IMPUESTO AL ACTIVO También marcarán con "X" el campo "Salario y demás prestaciones que derivan de una relación laboral", los conceptos que se deducen a actividades agrícolas, ganaderas, silvícolas o de pesca, que conforme a la Resolución de Funciónes Administrativas observen el ámbito al rubro que corresponde.</p> <p>RUBRO 5. IMPUESTO AL VALOR AGREGADO Se consideren "Ingresos asimilados a salarios": a) Los honorarios que se paguen a personas que presten servicios profesionalmente a un particular, siempre que los mismos se lleven a cabo en las instalaciones de este último. b) Los honorarios que se paguen a las personas físicas que presten servicios profesionales independientes, cuando comparezcan por escrito al medio que se utiliza para pagar el impuesto en las oficinas del Capítulo I del Título IV de la Ley del ISR, de los ingresos por Salarios y en General por la Prestación de un Servicio Personal Subordinado. c) Los ingresos que se paguen a las personas físicas por las actividades empresariales que realicen, cuando comparezcan por escrito a la persona que efectúa el pago o quien por pagar el impuesto en los términos del Capítulo I del Título IV de la Ley del ISR, de los ingresos por Salarios y en General por la Prestación de un Servicio Personal Subordinado.</p>		
<p>Para el caso de comprar mediante AUTOFACURACIÓN las operaciones realizadas por las personas físicas y morales cuyo actividad principal o principal sea la compraventa o industrialización de los productos artesanales, se aplican a los llenados y cumplimiento de los requisitos señalados en la Resolución Miscelánea Fiscal, en los que entre otros, se obliga a las personas citadas a cancelar este impuesto por las operaciones realizadas, neto y cuando no trate de bienes que a continuación se mencionan y se llene de la primera o segunda manera por: 1. Personas físicas dedicadas a actividades agrícolas, ganaderas, silvícolas o de pesca por: leche o queso natural, frutas, verduras y legumbres, granos y semillas, papaditos o mariscos, despochos animales y vegetales, los derivados, productos del campo elaborados o procesados, excepto la adquisición de cerea. 2. Personas físicas en el sector minero (no por despochos industriales). 3. Personas físicas por minerales en bruto (no excepto metales y piedras preciosas). Asimismo, las personas físicas y morales que opten por comprar mediante AUTOFACURACIÓN los pagos que hacen a personas físicas por el arrendamiento de inmuebles para la colocación de anuncios publicitarios, promocionales y comerciales, así como para la colocación de anuncios en las transmisiones de señales de televisión, deberán indicar el impuesto mencionado en las condiciones y términos señalados en la citada Resolución.</p> <p>RUBRO 4. IMPUESTO AL ACTIVO Cuando se encuentre en cualquier situación de exención, se deberá marcar la opción 4.1.</p> <p>RUBRO 5. IMPUESTO AL VALOR AGREGADO Cuando únicamente realice actos o actividades exentas, no deberá marcar la opción 5.1.</p> <p>Apartado 5.2 Se consideran "residentes" de este impuesto: Las personas físicas nacidas en México o residentes en el extranjero con establecimiento permanente en México que adquieren bienes tangibles, o los usen o gozen temporalmente, adquiridos o otorgados por residentes en el extranjero en cualquiera de los puntos en el país.</p> <p>Las personas físicas que opten por comprar mediante AUTOFACURACIÓN los pagos que hagan a personas físicas por el arrendamiento de inmuebles para la colocación de anuncios publicitarios, promocionales y comerciales, así como por la colocación de señales de televisión o la transmisión de señales de televisión, en los términos y cumplimiento de los requisitos señalados en la Resolución Miscelánea Fiscal.</p> <p>Apartado 5.3 Los contribuyentes dedicados a la agricultura, ganadería o pesca comercial, por suve actividades únicamente sea aplicable la tasa del 0%, podrán optar por quedar exentos de presentar declaraciones de pago no teniendo derecho a devolución alguna de IVA.</p> <p>Para cualquier aclaración o información de esta forma fiscal, puede obtener información de interés en las siguientes direcciones: www.sat.gob.mx, www.sat.gob.mx/apoyos, www.sat.gob.mx o comunicarse al Servicio de Atención al Contribuyente Personal en el horario Federal y áreas conurbadas: 02 27 02 94 en Monterrey, N. L., y áreas conurbadas: 01 01 05 en Cuernavaca, Jalisco y conurbadas: 35 40 02 09 del resto del país; servicios: 01 800 204 5000 o bien al Servicio de Atención al Contribuyente Personal Federal y áreas conurbadas: 01 800 07 07 en Monterrey, N. L., y áreas conurbadas: 02 27 02 94 en Cuernavaca, Jalisco y áreas conurbadas: 01 800 204 5000 en el resto del país, y áreas conurbadas: 35 40 02 09 del resto del país, sin costo. 01 800 SAT 2000 (01 800 720 2000). www.sat.gob.mx podrán recibir llamadas al 01 800 335-899 o bien a la dirección de correo electrónico atencioncontribuyente@sat.gob.mx o en su página de Internet en México de Atención al Contribuyente de la Administración Fiscal que corresponde a su domicilio fiscal.</p>		

6. OTROS

6.1 MARQUE CON "X" SI:

- ES RESIDENTE EN EL EXTRANJERO CON ESTABLECIMIENTO PERMANENTE EN MÉXICO.
- PAGA FINANCIAMIENTO PROVENIENTE DE RESIDENTES EN EL EXTRANJERO.
- REALIZA OPERACIONES CON PARTES RELACIONADAS RESIDENTES EN EL EXTRANJERO (EMPRESAS MULTINACIONALES).
- REALIZA INVERSIONES EN TERRITORIOS CON RÉGIMENES FISCALES PREFERENTES.
- REALIZA ACTIVIDADES EMPRESARIALES A TRAVÉS DE FIDUCIARIOS. INDIQUE:

RFC DEL FIDUCIARIO
(Si es necesario, anexo
estado)

6.2 MARQUE CON "X" SI:

- ES INTEGRANTE DE UNA PERSONA MORAL DE AUTOTRANSPORTE TERRESTRE DE CARGA O DE PASAJE Y PAGARÁ SUS IMPUESTOS INDIVIDUALMENTE. (1)


INDIQUE EL RFC DE LA
PERSONA MORAL

(1) Debe indicarse marcar alguna de las dos primeras opciones en el apartado 2.2.


Las obligaciones fiscales que tendrá Tomás Pérez Salgado como contribuyente propietario de Papizza son: ISR, IVA, IETU, 2.5% de Impuesto Estatal sobre Nóminas, IMSS, INFONAVIT, SAR.

2. Licencia de funcionamiento (del Ayuntamiento)

Una vez que se tiene la Cédula fiscal, se debe acudir al ayuntamiento municipal para tramitar la Licencia de funcionamiento comercial.



**H. AYUNTAMIENTO CONSTITUCIONAL
DE METEPEC, MEXICO**



H. Ayuntamiento de Metepec

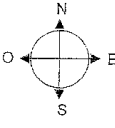
Numero de Solicitud _____
Fecha de Solicitud _____


Formato Único de Apertura para la gestión de Licencia de uso de suelo, Permiso para la colocación de anuncios publicitarios, Constancia de Verificación de Protección Civil, y Licencia de Funcionamiento Comercial, de acuerdo a lo establecido por la normatividad vigente y en relación con el acuerdo de Cabildo para la implementación del Sistema de Apertura Rápida de Empresas.
El solicitante manifiesta bajo protesta de decir verdad lo siguiente:

A. DATOS GENERALES:		R.F.C.	
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL		R.F.C.	
NOMBRE O DENOMINACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO	SUPERFICIE DEL PISO	SUPERFICIE CONSTRUIDA	SUPERFICIE DEL ESTABLECIMIENTO
DOMICILIO DEL ESTABLECIMIENTO (Calle, No. Interior, No. Exterior, Colonia y Código Postal)		Teléfono	
CLAVE CATASTRAL	NOMBRE DEL REPRESENTANTE Y/O AFIDERADO LEGAL Y DOMICILIO		
GIRO A DESARROLLAR	FECHA DE INICIO DE OPERACIONES	NUMERO DE EMPLEADOS	INVERSIÓN REALIZADA


B. TIPO DE ANUNCIO PUBLICITARIO:		METROS DE LARGO	METROS DE ANCHO
<input type="radio"/> MANTA	<input type="radio"/> ADOSADO, PINTADO Y MAZAL	<input type="radio"/> LUMINOSO	<input type="radio"/> ESTRUCTURAL
LEYENDA DEL ANUNCIO			

C. CROQUIS DE UBICACION:





**H. AYUNTAMIENTO CONSTITUCIONAL
DE METEPEC, MEXICO**



H. Ayuntamiento de Metepec

Contra recibo del Formato Único de Apertura para la gestión de Licencia de uso de suelo, Permiso para la colocación de anuncios publicitarios, Constancia de Verificación de Protección Civil, y Licencia de Funcionamiento Comercial, de acuerdo a lo establecido por la normatividad vigente y en relación con el acuerdo de Cabildo para la implementación del Sistema de Apertura Rápida de Empresas.

Fecha de Ingreso _____ NO. Solicitud _____

FOR-DCM-DLP-09/00

3. Dictamen de impacto ambiental

Para tramitar la Licencia de funcionamiento comercial nos solicitan la Licencia de uso de suelo, así que también se debe llenar la solicitud correspondiente.



**H. AYUNTAMIENTO CONSTITUCIONAL
DE METEPEC, MEXICO**



H. Ayuntamiento de Metepec

D. DECLARACIONES:

PRIMERA: EL SOLICITANTE presenta esta SOLICITUD voluntariamente bajo protesta de decir verdad y manifiesta que los datos contenidos en ésta son verídicos y comprobables en cualquier tiempo.

SEGUNDA: EL SOLICITANTE declara que los documentos que acompaña son fielmente reproducidos de su original.

TERCERA: EL SOLICITANTE declara como domicilio conyugal para todo lo relativo a esta SOLICITUD y en su caso de la Licencia correspondiente, el domicilio donde se encuentra el establecimiento así mencionado.

CUARTA: EL SOLICITANTE declara ser el RESPONSABLE del establecimiento en virtud de haber a cargo la operación del mismo directamente o a través de terceros personas.

QUINTA: EL SOLICITANTE manifiesta que el establecimiento está habilitado para cumplir con las funciones que se pretende, su menoscabo de la salud e integridad de las personas en general.

SEXTA: EL SOLICITANTE declara que está cumpliendo con los requerimientos mínimos de Protección Civil que contará con un edificio por cada 30 m² un edificio con primeros auxilios y la señalización correspondiente.

SEPTIMA: EL SOLICITANTE declara que está cumpliendo el número de copiones de equipamiento requeridos en la licencia de uso de suelo, así como a la superficie de construcción para el funcionamiento del giro comercial solicitado.

E. REQUISITOS:

Presentar en original y copia los siguientes requisitos:

1. Dos copias del presente formato.
2. RFC o formato FI validado por la SECFI.
3. Identificación oficial del solicitante (cédula del IFE, Pasaporte, en caso de extranjero documento que acredite su legal estancia en el país en formato formato FID o FID).
4. Documento para acreditar la posesión o tenencia de la propiedad o la legal posesión del terreno donde se pretende ejercer la actividad comercial.
5. Licencia de uso de suelo ya construida.
6. Documento que acredite la propiedad o la legal posesión del terreno donde se pretende ejercer la actividad comercial.
7. 2 fotografías del terreno a color en diferentes ángulos (en caso de posesión de terreno).

En caso de Persona Moral, además de lo anterior:

1. Acta constitutiva.
2. Documento que acredite la personalidad de la representante legal.

F. AUTORIZACIÓN:

--	--	--

DIRECCIÓN DE GOBERNACIÓN
DIRECCIÓN DE DESARROLLO URBANO
SELLO DEL MODULO

NOTA: EL MUNICIPIO a través de los funcionarios públicos correspondientes podrá verificar el cumplimiento de la normativa de: en caso de incumplimiento se ejercerán las sanciones contempladas en el Bando de Policía y Buen Gobierno. Los requerimientos de Protección Civil se fundamentan en los Artículos 5.15 y 5.17 del Capítulo sexto; 6.22 del Título cuarto; 6.22 y 6.23 del Título quinto; 5.22 del Capítulo octavo; Capítulo primero; 5.22 y 5.24 del Capítulo segundo; 6.25 y 6.26 del Capítulo tercero del Libro sexto del Código Administrativo del Estado de México y en los artículos aplicables del Reglamento Municipal de Protección Civil vigente. Los requerimientos de Normatividad de Desarrollo Urbano Artículo 503 inciso II 5.94, 5.95, 5.97 del libro Quinto del Código Administrativo del Estado de México y el Plan de Desarrollo Municipal Urbano del Municipio de Metepec.



**H. AYUNTAMIENTO CONSTITUCIONAL
DE METEPEC, MEXICO**



H. Ayuntamiento de Metepec

La Subdirección de Protección Civil podrá realizar la verificación correspondiente de acuerdo con la normatividad, a los días hábiles posteriores a la entrega de la Licencia de Funcionamiento.

--	--

FRMA DEL SOLICITANTE
SELLO DEL MODULO
Fecha de Recepción _____

FOR-CEM-DEP-010

H. AYUNTAMIENTO DE METEPEC
SUBDIRECCIÓN DE DESARROLLO URBANO
SOLICITUD DE LICENCIA

APPL. MAYMUNO JUAREZ PEREZ
 ENCARGADO DEL DESPACHO DE LA DIRECCION DE DESARROLLO URBANO
 P. A. S. E. Y T. E.

FECHA DE INGRESO: _____
 FOLIO: _____

POR ESTE MEDIO SOLICITO A LISTO:		FAJAS DE TRAMITE	
<input type="checkbox"/> 1. COORDINACIÓN OFICIAL	10 DIAS	<input type="checkbox"/> 14. EXAMENACIÓN Y VALORACIÓN	12 DIAS
<input type="checkbox"/> 2. ALINEAMIENTO	12 DIAS	<input type="checkbox"/> 15. DEMARCACIÓN	12 DIAS
<input type="checkbox"/> 3. BARRIDO	12 DIAS	<input type="checkbox"/> 16. RECONSTRUCCIÓN	12 DIAS
<input type="checkbox"/> 4. CERRA NUEVA	12 DIAS	<input type="checkbox"/> 17. CAMBIO DE LORA	12 DIAS
<input type="checkbox"/> 5. AMPLIACION	12 DIAS	<input type="checkbox"/> 18. LICENCIA DE USOS DE SUELO	12 DIAS
<input type="checkbox"/> 6. MODIFICACION DE PROYECTO	12 DIAS	<input type="checkbox"/> 19. FICHA INFORMATIVA DE COMPROMISO	12 DIAS
<input type="checkbox"/> 7. DISTRIBUCION DE SERVICIOS	12 DIAS	<input type="checkbox"/> 20. CAMBIO A REGIMEN DE GOBIERNO	30 DIAS
<input type="checkbox"/> 8. FIDUCIARIA	30 DIAS	<input type="checkbox"/> 21. REGULACION	12 DIAS
<input type="checkbox"/> 9. TERMINACION DE OBRAS	12 DIAS	<input type="checkbox"/> 22. OTROS	12 DIAS
		TOTAL:	_____ DIAS DE TRAMITE

PARA LA OBTENCIÓN DE LA LICENCIA DE USO DE SUELO DEBERÁ DETERMINAR LAS SUPERFICIES Y USOS ACTUALES EXISTENTES POR NIVEL.

EJEMPLO PA = 4000 M² DE OBRAS
 PA = 10000 M² DE CALIFORNIA
 TOTAL = 14000 M²

SUPERFICIE DE CONSTRUCCIÓN SOLICITADA
 EJEMPLO: 3000 M² DE SUPERFICIE DE CONSTRUCCIÓN SOLICITADA POR NIVEL, 4000 M² DE FERIA Y LA MIDA

EJEMPLO:
 AMPLIACION PA = 2000 M² DE OBRAS
 AMPLIACION PA = 2000 M² DE CALIFORNIA
 AMPLIACION EN SERVIDIO = 2000 M² DE CALIFORNIA

EN CASO DE AUSENTE EL ESPACIO PARA EL LLENADO, PUEDE APTAR EN LA HOJA CON LA DISEÑO
 EN CASO DE DESTRUCCION DE ANTIGUOS, MOSTRAR NUMERO Y FECHA DE AUTORIZACION (ANEXAR COPIA)

DATOS DEL PROPIETARIO

NOMBRE: _____ TRABAJO: CASA _____
 DOMICILIO DEL PROPIETARIO: _____ TRABAJO _____
 C. P.: _____
 CATEGORIA DE TRABAJO: _____ TIPO: AMPLIFICAR TOLUCA OTRO

DATOS DEL PREDIO

CALLE: _____
 NO. ESTERIOR: _____ MZA: _____
 EXT. CUADRANTE: _____ LIT. _____
 COLONIA O FRACC.: _____
 CLASE CATASTRAL: _____
 SUPERFICIE DEL TERRENO: _____ M²



DATOS DEL PERITO RESPONSABLE DE LA OBRA
 SOLO PARA CONSTRUCCIONES MAYORES A 200 M²

NOMBRE: _____
 DOM. PROFESIONAL: _____
 C.C.P.: _____
 No. DE REGISTRO: _____
 No. DE CEN. PROF.: _____
 TELEFONO: _____
 FIRMA: _____





NOMBRE DEL SOLICITANTE Y O Gestor EN LA OBRA: _____
 DONDE LO PARA DE Y RECONSTRUCCIONES EN EL MUNICIPIO DE METEPEC: _____
 TELEFONO: _____

NOTA IMPORTANTE: EL IMPRESO DE LOS DOCUMENTOS NO AUTORIZA NINGUNA CONSTRUCCION, SE PODRA INICIAR HASTA QUE SE OBTENGAN LAS LICENCIAS CORRESPONDIENTES. TODOS LOS DATOS TIENEN QUE COINCIDIR EN LOS DOCUMENTOS

FORMA DE TRAMITACION DE LA LICENCIA DE METEPEC FOR-001-001-2018

4. Licencia de protección civil

Junto con la Licencia de uso de suelo es necesario presentar la Licencia de protección civil para obtener la Licencia de funcionamiento comercial.

UNIDAD DE PROTECCIÓN CIVIL

REQUISITOS PARA VERIFICACIÓN Y VISTO BUENO PARA FUNCIONAMIENTO DE COMERCIOS, INDUSTRIAS Y PRESTADORES DE SERVICIOS, PARA INICIAR TRAMITE DE LICENCIA, RENOVACIÓN, CAMBIO O AUMENTO DE BIRO

GENERALES			
EQUIPO	TIPO	CAPACIDAD KG.	CANTIDAD
EXTINTOR BOTIQUIN	7, 9, 5, con 2 BIRO LARINA	4.5, 5.9 o MAYOR	- 2 - 1 - 4 - 3 o MAS, 1 POR CADA BIRO

SEÑALAMIENTOS	COLOR	TAMAÑO
EXTINTOR	ROJO CON BLANCO	30X35
BOTIQUIN	VERDE CON BLANCO	30X35
ROTA DE EVACUACION	VERDE CON BLANCO	20X30
SALIDA DE EMERGENCIA	VERDE CON BLANCO	20X30
QUINTA ACER DE CASO DE SISMO	BLANCO, NEGRO Y ROJO	20X30
PLANTO HELMOF	VERDE CON BLANCO	30X35
ESCALERAS	VERDE CON BLANCO	30X35

MATERIAL BÁSICO DE UN BOTIQUIN DE PRIMEROS AUXILIOS

ALCOHOL	TORUNDAS ALCOHOLADAS	ALGODON	COMBINETES O BOPOS
CASAS	VENDAS DE S Y DE OJA	ESCRINE ESTERILIZADO	JABON QUIRURGICO
CURITAS	DIAPAS		

PROGRAMA INTERNO DE PROTECCIÓN CIVIL

DEPENDIENDO DEL GRADO DE RIESGO, CANTIDAD DE PERSONA, Y GIRO DE ESTABLECIMIENTO, SE DEBERA REALIZAR UN PLAN DE EMERGENCIAS (FORMACION DE BUCADAS CONTRA INCENDIO, NUMEROS AUXILIOS, EVACUACION, ETC.)

EQUIPO DE SEGURIDAD

LENTES, CUANTOS DE CARNAZA, BOYAS, MANDIL, CASCO, ETC.

CARACTERÍSTICAS DEL INMUEBLE

ACCESO Y RUTA DE EVACUACION LIBRE
 INSTALACIONES EN BUEN ESTADO, ELÉCTRICA, HIDRÁULICA DE GAS, ETC.
 CILINDROS DE GAS FUERA DEL ESTABLECIMIENTO
 TANQUES EN AZOYA O PARTE ELEVADA

NEGOCIO COMPLETAMENTE INSTALADO

MUEBLES, MERCANÍA, EQUIPO DE TRABAJO, ETC.

CROQUIS DE LOCALIZACIÓN E INTERNO

CROQUIS DE UBICACIÓN CON DIRECCIÓN, NÚMERO, COORDINADAS O ALGUNA REFERENCIA; CROQUIS INTERNO CON UBICACIÓN DE SEÑALIZACIÓN, RUTAS DE EVACUACIÓN, EXTINTORES, HIDRANTES, PLANTO DE RENDIMÓN, ETC.

NOTA: ESTA SUBDIRECCIÓN, REALIZARA UNA PRIMERA VISITA DE VERIFICACIÓN, SI POR ALGUNA SITUACIÓN EL ESTABLECIMIENTO NO CUMPLE CON LOS REQUISITOS SOLICITADOS, TENDRA DERECHO A UNA SEGUNDA VISITA DE VERIFICACIÓN A LOS TRES DIAS HABILDES DE LA PRIMERA, SI EN ESTA NO CUMPLE CON LOS REQUISITOS SOLICITADOS, EL TRAMITE SERA CANCELADO Y EL USUARIO TENDRA QUE INICIAR EL TRAMITE NUEVAMENTE. LAS CARACTERÍSTICAS DEL GIRO COMERCIAL O LAS DIMENSIONES DEL LOCAL DETERMINARÁN LOS REQUISITOS SOLICITADOS.

VÍA AL SEÑALADO DEPARTAMENTO DE LICENCIAS Y PERMISOS, SUBDIRECCIÓN DE LICENCIAS Y PERMISOS, SECRETARÍA DE ECONOMÍA, GOBIERNO DEL ESTADO DE MÉXICO, CALLE DE LA PROTECCIÓN CIVIL 346 (2do)

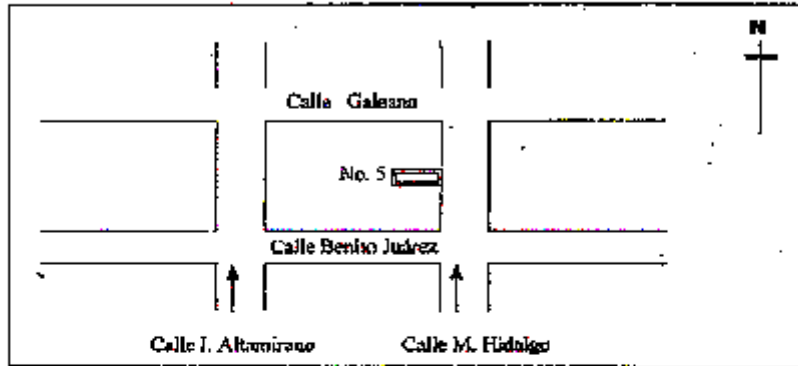
708-577-6014/1485

CROQUIS DE LOCALIZACIÓN (SEPARADOS)
(HOJA BLANCA TAMARO CARTA)

NOMBRE DEL TITULAR: _____ FECHA: _____

DOMICILIO: _____

GIRO COMERCIAL: _____

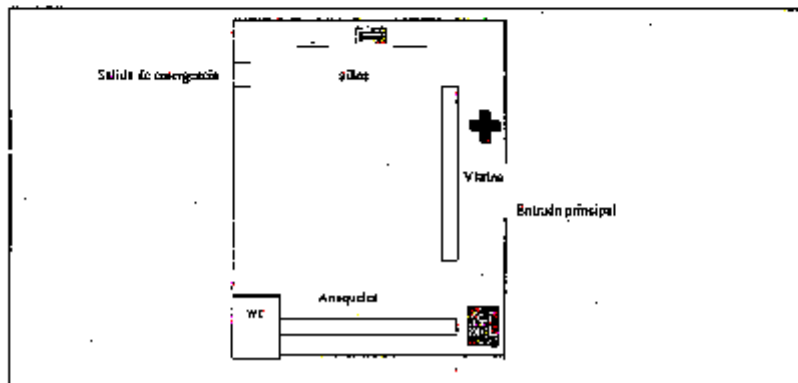


CROQUIS INTERNO
(HOJA BLANCA TAMARO CARTA)

NOMBRE DEL TITULAR: _____ FECHA: _____

DOMICILIO: _____

GIRO COMERCIAL: _____



INSTRUCCIONES DE LLENADO

AVISO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD

1. DATOS GENERALES

- FECHA.-ANOTAR EL DÍA, MES Y AÑO DE ELABORACIÓN DE ESTE FORMATO.
- NOMBRE, DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL.-ANOTAR EL NOMBRE DEL PATRÓN O SUJETO OBLIGADO, YA SEA ÉSTE PERSONA FÍSICA O MORAL
- DOMICILIO.-INDICAR LA UBICACIÓN DEL CENTRO DE TRABAJO A QUE SE REFIERE ESTA INFORMACIÓN Y EN CASO DE EXISTIR, ANOTAR LOS DOMICILIOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS O SUCURSALES CON QUE CUENTE EN EL MISMO MUNICIPIO O EN EL DISTRITO FEDERAL, TELÉFONO Y FAX.
- REGISTRO (S) PATRONAL (ES).-ANOTAR EL NÚMERO DE REGISTRO (S) PATRONAL (ES) ASIGNADO (S) POR EL INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL.
- MARCAR CON UNA CRUZ (X) EL MOTIVO POR EL QUE SE PRESENTA EL FORMATO. CUANDO SE TRATE DE UNA INSCRIPCIÓN MARQUE SI ES INICIAL O PERTENECE A UNA EMPRESA ESPECÍFICA. CUANDO SE TRATE DE MODIFICACIONES MARQUE EL MOTIVO POR EL CUAL SE PRESENTA EL AVISO.

2. DIVISIÓN ECONÓMICA Y GIRO

- DIVISIÓN ECONÓMICA.-MARCAR CON UNA CRUZ (X) LA (S) DIVISIÓN (ES) ECONÓMICA (S) EN LA (S) QUE CONFIGURE (N) SU (S) ACTIVIDAD (ES).
- ESPECIFICAR SU GIRO.-INDICAR EN FORMA CONCRETA EL (LOS) GIRO (S) DEL PATRÓN, ESPECIFICANDO EL NOMBRE COMÚN Y USO AL QUE SE DESTINA EL PRODUCTO QUE EXPLOTA O SERVICIO QUE PRESTA.
EJEMPLOS: X INDUSTRIA DE TRANSFORMACIÓN
FABRICACIÓN DE TELA POLIÉSTER PARA PRENDAS DE VESTIR
X SERVICIOS
REPARACIÓN MECÁNICA, HOJALATERÍA Y PINTURA DE AUTOMÓVILES
- EN LOS CASOS DE LAS MODIFICACIONES COMO: CAMBIO DE ACTIVIDADES, INCORPORACIÓN DE ACTIVIDADES, COMPRA DE ACTIVOS, ENAJENACIÓN, APRENDAMIENTO, COMODATO, FIDEICOMISO TRANSLATIVO, CAMBIO DE DOMICILIO, SUSTITUCIÓN PATRONAL, FUSIÓN, ESCISIÓN Y REANUDACIÓN DEBERÁ PRESENTAR DOCUMENTACIÓN QUE ACREDITE CUALESQUIERA DE LOS SUPUESTOS SEÑALADOS DEBIDAMENTE CERTIFICADA ANTE NOTARIO PÚBLICO Y TODOS AQUELLOS DOCUMENTOS ADICIONALES QUE SIRVAN PARA SUSTENTAR EL AVISO QUE SE PRESENTA.

3. MATERIAS PRIMAS Y MATERIALES

- ANOTAR EL NOMBRE COMÚN Y/O QUÍMICO DE LAS MATERIAS PRIMAS Y MATERIALES QUE EMPLEA EL PATRÓN PARA EL DESARROLLO DE SU (S) ACTIVIDAD (ES).
EJEMPLO: SAL COMÚN O CLORURO DE SODIO.
PVC O POLICLORURO DE VINILO.

4. MAQUINARIA Y EQUIPO

- ANOTAR EL NÚMERO, NOMBRE, USO AL QUE SE DESTINA, COMBUSTIBLE O ENERGÍA QUE CONSUMEN Y CAPACIDAD O POTENCIA DE LAS MÁQUINAS, EQUIPOS Y TRANSPORTES QUE UTILIZA EL PATRÓN PARA EL DESARROLLO DE SU (S) ACTIVIDAD (ES).
EJEMPLO:

Nº. DE UNIDADES	COMBUSTIBLE		USO	ENERGÍA	CAPACIDAD O POTENCIA
	NOMBRE				
3	PRENSAS MECÁNICAS	TROQUELADO	DISTRIBUCIÓN	ELÉCTRICA GASOLINA	50 TONELADAS. 3.5 TONELADAS.
1	CAMIONETA				

5. PERSONAL

- ANOTAR EL NÚMERO DE TRABAJADORES CON QUE CUENTE EL PATRÓN POR GRUPOS DE OFICIOS U OCUPACIÓN
EJEMPLO:

Nº. DE TRABAJADORES	OFICIO U OCUPACIÓN
3	CAJERAS
4	OBREROS DE MANTENIMIENTO

6. PROCESOS DE TRABAJO

- DESCRIBIR LOS PROCESOS DE TRABAJO DE LA ACTIVIDAD DEL PATRÓN, SIN OMITIR PROCESOS INICIALES, INTERMEDIOS O FINALES. EN CASO DE QUE EL PATRÓN REALICE MÁS DE UNA ACTIVIDAD, LOS PROCESOS DEBERÁN DESCRIBIRSE POR SEPARADO.
EJEMPLO: SE RECIBEN LAS MATERIAS PRIMAS EN EL ALMACÉN, SON MANEJADAS EN EL LABORATORIO; SON ENVIADAS AL ÁREA DE PRODUCCIÓN DONDE SON MEZCLADAS, POSTERIORMENTE SON EMPACADAS EN BOLSAS Y ENVIADAS AL ALMACÉN.

7. CLASIFICACIÓN MANIFESTADA POR EL PATRÓN

- ANOTAR LA DIVISIÓN ECONÓMICA, GRUPO Y FRACCIÓN, ASÍ COMO MARCAR CON UNA CRUZ (X) LA CLASE DE RIESGO EN QUE, A CRITERIO DEL PATRÓN, SE CONFIGURE SU ACTIVIDAD CON BASE EN LO QUE ESTABLECEN LOS ARTÍCULOS 73 Y 75 DE LA LEY DEL SEGURO SOCIAL Y LOS ARTÍCULOS 1, FRACCIÓN IV, 3, 18, 19, 21, 22, 23, 24, 26, 28, 29, 30 Y 196 DEL REGLAMENTO DE LA LEY DEL SEGURO SOCIAL EN MATERIA DE AFILIACIÓN, CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS, RECALIFICACIÓN Y FISCALIZACIÓN, ANOTANDO, ADEMÁS, EL NOMBRE DEL PATRÓN O SUJETO OBLIGADO O DE SU REPRESENTANTE LEGAL Y FIRMANDO DE CONFORMIDAD.

8. PARA USO EXCLUSIVO DEL INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL.

- RECEPCIÓN: HORA Y FECHA, MEDIANTE RELOJ MARCADOR, SE REGISTRARÁ LA HORA Y FECHA DE RECEPCIÓN DE ESTE DOCUMENTO.
- CLASIFICACIÓN SUBDELEGACIONAL
SE ANOTARÁ LA CLASE, FRACCIÓN Y PRIMA, EN QUE LA SUBDELEGACIÓN CONSIDERE INCLUIDA LA ACTIVIDAD DEL PATRÓN, CON BASE EN LA INFORMACIÓN DECLARADA EN ESTE FORMATO Y EL REGLAMENTO DE LA MATERIA, ASENTÁNDOSE EL NOMBRE Y FIRMA DE LOS FUNCIONARIOS SEÑALADOS.
- INSCRIPCIÓN DEL PATRÓNAL I.M.S.S.
SE ANOTARÁ EL DÍA, MES Y AÑO (4 DÍGITOS) DE INSCRIPCIÓN DEL PATRÓNAL I.M.S.S.
- CAPTURAAFIL-01
SE ANOTARÁ LA CLASE, FRACCIÓN Y PRIMA CON QUE SE CAPTÓ EN EL SISTEMA EL FORMATO AFIL-01.
- NEGATIVA O AUSENCIA PATRONAL
SE SEÑALARÁ CON UNA (X) CUANDO RESPECTO DE LA AUTOCLASIFICACIÓN PATRONAL, EXISTA NEGATIVA O AUSENCIA.
- RATIFICACIÓN
SE ESTAMPARÁ EL SELLO DE RATIFICACIÓN, SI COINCIDE LA CLASIFICACIÓN DEL INSTITUTO CON LA MANIFESTADA POR EL PATRÓN.

ESTE FORMATO DEBERÁ PRESENTARSE EN ORIGINAL Y COPIA, ANEXANDO IDENTIFICACIÓN OFICIAL CON FOTOGRAFÍA Y FIRMA DEL PATRÓN O SUJETO OBLIGADO, Y PARA LOS REPRESENTANTES LEGALES, ADEMÁS, PODER PARA PLEITOS Y COBRANZAS. LOS DOCUMENTOS DEBERÁN PRESENTARSE EN ORIGINAL Y COPIA PARA COTEJO. NO ES APLICABLE EL PLAZO DE RESOLUCIÓN PARA EL INSTITUTO YA QUE SE TRATA DE UN AVISO. PARA CUALQUIER ACLARACIÓN REFERENTE A SU TRAMITE, DIRIGIRSE AL DEPARTAMENTO DE AFILIACIÓN VIGENCIA DE LA SUBDELEGACIÓN QUE LE CORRESPONDA.

**INSCRIPCIÓN DE LAS EMPRESAS
Y MODIFICACIONES
EN EL SEGURO DE RIESGOS DE TRABAJO**

DÍA	MÉS	AÑO

IMPORTANTE: PREVIO AL LLENADO DE ESTE FORMATO, SÍRVASE LEER CUIDADOSAMENTE LAS INSTRUCCIONES CORRESPONDIENTES. EN CASO DE QUE LOS ESPACIOS MARCADOS NO SEAN SUFICIENTES, ANEXAR LA INFORMACIÓN ADICIONAL EN HOJAS POR SEPARADO.

1. DATOS GENERALES					REGISTRO (S) PATRONAL (ES)
NOMBRE, DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL					
DOMICILIO: CALLE		NÚM. EXT.	NÚM. INT.	COLONIA	
POBLACIÓN	ENTIDAD	CÓDIGO POSTAL	TELÉFONO	FAX	
INSCRIPCIÓN		MODIFICACIONES			
<input type="checkbox"/> INSCRIPCIÓN INICIAL	<input type="checkbox"/> CAMBIO DE ACTIVIDADES	<input type="checkbox"/> INCORPORACIÓN DE ACTIVIDADES	<input type="checkbox"/> COMPRA DE ACTIVOS	<input type="checkbox"/> ENAJENACIÓN	<input type="checkbox"/> ARRENDAMIENTO
<input type="checkbox"/> ESCINDIDA	<input type="checkbox"/> FIDEICOMISO TRASLATIVO	<input type="checkbox"/> CAMBIO DE DOMICILIO	<input type="checkbox"/> SUSTITUCIÓN PATRONAL	<input type="checkbox"/> FUSIÓN	<input type="checkbox"/> ESCIDENTE
				<input type="checkbox"/> COMODATO	<input type="checkbox"/> REANUDACIÓN

2. DIVISIÓN ECONÓMICA Y GIRO					
<input type="checkbox"/> AGRICULTURA	<input type="checkbox"/> GANADERÍA	<input type="checkbox"/> SILVICULTURA	<input type="checkbox"/> PESCA	<input type="checkbox"/> CAZA	
<input type="checkbox"/> INDS. EXTRACTIVAS	<input type="checkbox"/> INDS. TRANSFORMACIÓN	<input type="checkbox"/> CONSTRUCCIÓN	<input type="checkbox"/> COMERCIO	<input type="checkbox"/> SERVICIOS	
ESPECIFICAR SU GIRO:					

3. MATERIAS PRIMAS Y MATERIALES	
NOMBRE	NOMBRE

4. MAQUINARIA Y EQUIPO				
NOMBRE	USO			

5. PERSONAL			
	OFICIO U OCUPACIÓN		OFICIO U OCUPACIÓN

6. PROCESOS DE TRABAJO

7. CLASIFICACIÓN MANIFESTADA POR EL PATRÓN																
DE CONFORMIDAD CON LA INFORMACIÓN DECLARADA Y CON FUNDAMENTO EN LOS ARTÍCULOS 73 Y 75 DE LA LEY DEL SEGURO SOCIAL Y LOS ARTÍCULOS 1, FRACIÓN IV, 3, 18, 19, 20, 22, 23, 24, 26, 28, 29, 30 Y 196 DEL REGLAMENTO DE LA LEY DEL SEGURO SOCIAL EN MATERIA DE AFILIACIÓN, CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS, RE CALDACIÓN Y FISCALIZACIÓN, MANIFIESTO A ESTA EMPRESA EN:																
<table style="margin: auto;"> <tr> <td style="border: 1px solid black; padding: 5px;">DIVISIÓN ECONÓMICA</td> <td style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 0 10px;">GRUPO</td> <td style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 0 10px;">FRACCIÓN</td> <td style="border: 1px solid black; padding: 2px 5px; margin: 0 5px;">I</td> <td style="border: 1px solid black; padding: 2px 5px; margin: 0 5px;">II</td> <td style="border: 1px solid black; padding: 2px 5px; margin: 0 5px;">III</td> <td style="border: 1px solid black; padding: 2px 5px; margin: 0 5px;">IV</td> <td style="border: 1px solid black; padding: 2px 5px; margin: 0 5px;">V</td> </tr> <tr> <td style="border: 1px solid black; width: 80px; height: 20px;"></td> <td style="border: 1px solid black; width: 60px; height: 20px;"></td> <td style="border: 1px solid black; width: 60px; height: 20px;"></td> <td style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px; text-align: center;">□</td> <td style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px; text-align: center;">□</td> <td style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px; text-align: center;">□</td> <td style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px; text-align: center;">□</td> <td style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px; text-align: center;">□</td> </tr> </table>	DIVISIÓN ECONÓMICA	GRUPO	FRACCIÓN	I	II	III	IV	V				□	□	□	□	□
DIVISIÓN ECONÓMICA	GRUPO	FRACCIÓN	I	II	III	IV	V									
			□	□	□	□	□									
EL PATRÓN ESTA OBLIGADO EN TÉRMINOS DE LA LEY DEL SEGURO SOCIAL Y SUS REGLAMENTOS, A DAR AVISO AL INSTITUTO DE CUALQUIER MODIFICACIÓN EN SUS ACTIVIDADES, INSTALACIONES, EQUIPOS, PROCESOS DE TRABAJO, ETC.																

PATRÓN O SUJETO OBLIGADO O REPRESENTANTE LEGAL

NOMBRE Y FIRMA

8. PARA USO EXCLUSIVO DEL INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL						
RECEPCIÓN	CLASIFICACIÓN SUBDELEGACIONAL			CAPTURA AFIL - OI		
HORA Y FECHA	CLASE	FRACCIÓN	PRIMA %	CLASE -	FRACCIÓN -	PRIMA % -
				NEGATIVA PATRONAL <input type="checkbox"/> AUSENCIA PATRONAL <input type="checkbox"/>		
RATIFICACIÓN						
INSCRIPCIÓN DEL PATRÓN		DÍA	MES	AÑO		
AL I. M. S. S.		-	-	-		

ANÁLISIS FODA

		OPORTUNIDADES			AMENAZAS		
		A. "Auge de la comida rápida".	B. "Momentos de máxima importancia social que generan mayor consumo".	C. Otorgar crédito.	D. "Devaluaciones y aumento de inflación".	E. "Campañas publicitarias en contra de la comida rápida".	F. "Otra comercializadora con mayor capital económico que pueda dar mejor precio y crédito que nosotros".
FUERZAS							
	1 "Servicio y seguimiento post venta"	1A. "Al darle seguimiento a la venta y de acuerdo con el auge que tiene en este momento la comida rápida nuestras ventas se pueden incrementar gradualmente".	1B. "Sabemos que los eventos deportivos, como el fútbol y juegos olímpicos propician un aumento en el consumo de comidas rápidas; por lo cual, estaremos pendientes a través del seguimiento de la venta y proporcionaremos el servicio requerido por nuestros clientes".	1C "Como política de venta contemplamos dar crédito por ocho o quince días para que el vendedor tenga la obligación de presentarse con el cliente cuando menos 2 veces en el mes, a fin de conocer sus necesidades".	1D "No podemos hacer nada para que no haya una devaluación o aumente la inflación; pero sí podemos, en la medida de lo posible, compensar cualquier aumento de precios que nos fuera estrictamente necesario implantar con el servicio que le daremos al cliente".	1E "Continuamente vemos campañas publicitarias en contra de la comida rápida, para nuestra empresa ésto podría repercutir en la venta de los empaques, pero podemos apoyar a nuestros clientes con una tabla nutricional de calorías o propiedades alimenticias que contienen los productos que ellos expenden, los cuales empacan en nuestras cajas, a fin de que los consumidores sepan que en realidad no es malo ingerir comida rápida, si saben cuanta consumir y con que otros alimentos la pueden combinar para que no les resulte dañina"	1F. "Para que un cliente elija una nueva distribuidora es necesario que además del precio le otorgue mejor servicio que nosotros, éso va a ser un poco difícil ya que estaremos siempre en la mejor disposición de atender a nuestros clientes pues dispondremos de una línea telefónica directa que será atendida por el administrador para conocer nuevas necesidades, quejas y requerimientos; para nuestra empresa no hay nada más importante que el cliente".

2."Impresión sin costo adicional a partir de 1000 cajas".	2A. "Los expendedores de comida rápida verán en nosotros una oportunidad de publicitarse sin costos adicionales".	2B. "Podemos ofrecer a nuestros clientes imprimir cupones promocionales canjeables por pizzas o descuentos en la compra de un tamaño específico durante la vigencia de los juegos olímpicos sin costo adicional".	2C. "Los créditos se otorgarán exclusivamente a clientes que nos consuman como mínimo mil empaques por mes".	2D. "Aun en el caso de que tuviéramos que incrementar nuestros precios, ya sea por causas de devaluación o inflación siempre mantendremos el plus de la impresión sin costo adicional a partir de una compra mínima de mil cajas".	2E. "Para contrarrestar las campañas publicitarias en contra de la comida rápida podríamos establecer una campaña en pro de la conservación del ambiente al utilizar empaques que se pueden reciclar dándole otro uso al cartón después de consumir la comida rápida".	2F. "A pesar de que esta latente el riesgo de que en cualquier momento aparezca otra comercializadora con mayor capital, sabemos que aun los grandes fabricantes siempre cobran por separado el servicio de impresión en las cajas; ésto nos da la oportunidad de permanecer en el mercado pues nosotros no cobramos la impresión".
3."Entrega oportuna en cualquier horario".	3A. "Los establecimientos de comida rápida nos preferirán por nuestra disposición a la entrega oportuna, aun en horarios nocturnos".	3B. "Nuestros clientes tendrán la seguridad de que si se quedan sin empaques con impresión por no prevenir su venta, tendremos un stock adecuado para entregarles empaques sin impresión según su demanda".	3C. "Al otorgar crédito y entregas oportunas confiamos en que pronto lograremos aumentar nuestro mercado".	3D. "Los incrementos de precios por inflación o devaluaciones nunca serán utilizados como pretexto para no dar el servicio oportuno de entrega en el horario que el cliente lo solicite".	3E. "La entrega oportuna de nuestros empaques hará que los productores de comida rápida eviten entregar sus productos en empaques de unicel, platos desechables, bolsas de plástico que modifican la presentación y propiedades alimenticias de la comida e incrementan las campañas publicitarias en contra de este tipo de alimentos; hay quienes sostienen que el unicel suelta una sustancia tóxica al calentarse en el microondas, situación que no sucede con el cartón".	3F. "Cualquier empresa comercializadora que se establezca en esta ciudad siempre estará regida por un horario de entrega y recepción de mercancía, ésto nos coloca en ventaja pues los mismos directivos (propietarios) están dispuestos a entregar, incluso, en días festivos, ellos mismos si fuese necesario para demostrar al cliente nuestro interés por otorgar este servicio".

<p>4. Establecimiento propio”.</p>	<p>4A. “El auge de la comida rápida propicia que se abran más locales dedicados a este giro y al investigar donde pueden abastecerse de empaques, los clientes nos recomendarán con la seguridad de que no hemos cambiado de domicilio porque nuestro local es propio”.</p>	<p>4B. “Al incrementar su venta, nuestros clientes tendrán la seguridad de que si requieren menos empaques de los mínimos establecidos para el envío a domicilio permaneceremos a su alcance; nuestro afán de servicio es ilimitado”.</p>	<p>4C. “Una vez que nuestros clientes sean registrados como merecedores de crédito podrán acudir a nuestras instalaciones si así conviene a sus intereses para comprar sus cajas”.</p>	<p>4D “Aun en el supuesto de que se presente una devaluación, siempre tendremos un margen que nos resultará de no pagar renta como lo hace nuestra competencia, ésto aminorará nuestros costos y por consiguiente nos coloca en la posibilidad de sostenernos dentro del mercado como uno de los proveedores que otorguen precios razonables”.</p>	<p>4E. “Al ser propio el local, podríamos, en caso necesario, poner pancartas publicitarias haciendo alusión de que nuestros clientes son personas preocupadas por elaborar sus productos pensando en la salud de sus clientes, ésto permitiría que todo transeúnte se lleve la idea de que nosotros también pensamos en la salud de la comunidad”.</p>	<p>4F. “Podemos dedicar parte de nuestras utilidades como si pagáramos una renta, a hacer volantes promocionales y trípticos que entregaríamos a todos los establecimientos dedicados a vender comida, ya sean restaurantes, cocinas, taquerías o cualquier establecimiento que expendan comida y esto nos permitiría permanecer vigentes”.</p>
------------------------------------	---	---	--	--	---	---

DEBILIDADES	5."No somos fabricantes".	5A. "Sabemos que los grandes fabricantes de cajas de cartón kraft dirigen sus ventas a los industriales de esta zona; sin embargo, el auge que tiene actualmente la comida rápida puede propiciar que alguna empresa manufacturera dedicada a este rubro dirija su atención a este tipo de clientela y esto nos dejaría en desventaja competitiva ya que no somos fabricantes".	5B. "Es muy probable que surjan promociones de las embotelladoras de refrescos para proporcionar los empaques de forma gratuita a nuestros clientes de acuerdo con el consumo de refrescos; sabemos que estas empresas lanzan todo tipo de promociones cuando hay eventos de esta naturaleza; ésto nos pondría en desventaja ante los grandes fabricantes de cajas de cartón kraft a los cuales se dirigen primero estas embotelladoras".	5C. "Los créditos que podemos proporcionar son limitados debido a que dependen del tiempo que nos otorgue nuestro proveedor para liquidar facturas ya que no somos fabricantes".	5D. "Las devaluaciones y la inflación nos podría colocar en una gran desventaja si alguno de los grandes fabricantes de cajas de cartón kraft se empieza a interesar en el mercado que abastecemos; aun en estas circunstancias consideramos que al no ser fabricantes siempre tendremos la opción de encontrar otros proveedores, ya sean nacionales o extranjeros, que nos ayuden a permanecer vigentes".	5E. "El no ser fabricantes nos da la oportunidad de colocar cualquier leyenda en las cajas que vendemos, por lo que podríamos manejar algunas frases como: los productos que se utilizan para elaborar estos alimentos son naturales y de la mejor calidad".	5F. "Al no ser fabricantes podemos recurrir a otros proveedores que nos puedan otorgar créditos con los cuales podríamos prolongar el período de crédito a nuestros clientes y no alterar el flujo de efectivo, ésto nos permitiría ofrecer a los clientes también el almacenamiento de sus cajas con impresión y hacerles entregas parciales que no le originen un desembolso inmediato desde luego todo se hará en relación con el plazo que consigamos con nuestros proveedores".
	6. "Somos una pequeña empresa".	6A. "Por el tamaño de nuestra empresa no podremos dirigir nuestras ventas a las franquicias como Dominos, pues por su consumo consiguen precios muy por debajo de los nuestros".	6B. "Al ser una pequeña empresa no podemos publicitarnos en televisión, medio por el cual se transmiten los eventos sociales más importantes y que nos daría la oportunidad de llegar a mas posibles clientes".	6C. "Los créditos que otorgaremos a nuestros clientes no podrán ser mayores al importe de mil cajas por cliente, ya que por ser una empresa pequeña no contamos con suficiente capital para financiar grandes cantidades".	6D. "El tamaño de la empresa y el poco capital con el que contamos nos pone en un alto riesgo al presentarse una devaluación o incremento inusitado de la inflación; para evitar caer en un caos, deberemos tener presente que no debemos adquirir créditos en dólares y que debemos tratar de crecer de una manera gradual y armónica".	6E. "Al ser una pequeña empresa no tenemos medios para contrarrestar estas campañas en televisión, en caso de que fueran más agresivas y originaran cierres masivos de pizzerías, consideraremos la posibilidad de dirigir nuestras ventas a otro sector del mercado restaurantero".	6F. "Aunque somos una pequeña empresa estamos comprometidos con los clientes a otorgarles la impresión de sus cajas de manera gratuita, además de que estamos en la posibilidad de ofrecerles otros productos que ellos utilizan para la elaboración de la comida que expenden"

7. "Poco personal y falta de especialización".	7A. "El tener poco personal no especializado nos impide estar pendientes de que los nuevos establecimientos de comida rápida sean visitados aun antes de comenzar sus actividades, lo cual origina el riesgo de que caigan con nuestra competencia".	7B. "El tener poco personal no especializado hace que no detectemos a tiempo las promociones de nuestra competencia cuando hay eventos sociales importantes".	7C. "Los créditos que ofreceremos no hacen más notoria la falta de personal capacitado para llevar a cabo la venta y la cobranza al mismo tiempo".	7D. "El tener poco personal y, sobre todo, no especializado nos coloca en una gran desventaja cuando haya devaluación. Para solucionar esto buscaremos capacitar a nuestro personal y contratar buenos vendedores que incrementen nuestras ventas ofreciéndoles sueldo base y atractivas comisiones, además de las prestaciones de ley".	7E. "Tomaremos talleres o cursos que aumenten nuestros conocimientos y habilidades para el reclutamiento de personal en las áreas de venta y administración de la empresa, así como otorgaremos capacitación a los empleados sobre las técnicas de ventas y apoyo publicitario a los clientes".	7F. "Aplicaremos tácticas de ventas y promociones, las cuales se darán a conocer a nuestros vendedores, quienes podrán recurrir a estas políticas de (crédito y cobranza) como armas de convencimiento para con los clientes."
8. "Distribución geográfica extensa en el mercado objetivo".	8A. "Constantemente se abren nuevos establecimientos de comida rápida en distintas partes del estado, pero la distribución geográfica nos limita ya que debemos hacer grandes recorridos para llegar con los clientes".	8B. "La distribución geográfica del mercado objetivo hace que no podamos ofrecer nuestras promociones al mismo tiempo en todo el estado cuando hay eventos como los juegos olímpicos".	8C. "Al ser tan amplia la distribución geográfica del mercado objetivo es un tanto riesgoso otorgar créditos ya que en ocasiones no se encuentran las personas encargadas de los pagos a proveedores en el momento en que pasa el vendedor".	8D. "Para reducir costos en circunstancias de devaluaciones importantes debemos tener bien estructuradas las rutas que deberán cubrir los vendedores para no producir gastos innecesarios, ya que la distribución geográfica del mercado objetivo nos permite juntar dos rutas o más con una buena organización; además, utilizaremos gas de carburación como combustible de nuestras unidades y, en caso extremo, enviaremos a las rutas al chofer repartidor junto con el vendedor a fin de evitar dos viajes a una misma población concientizando a nuestros clientes de que esta es una medida para evitar que los precios sean mayores".	8E. "En la distribución geográfica del mercado objetivo encontramos zonas como Valle de Bravo, población que vive del turismo. Y sabemos que los turistas salen predispuestos a consumir todo tipo de alimentos y no toman en cuenta este tipo de campañas. En todas las demás poblaciones consideramos que la gente lo que desea es comer rápido por el tipo de vida que llevan en la actualidad. Salvo que las campañas sean muy agresivas, consideramos que se podrán manejar".	8F. "Si aparece otra comercializadora, tendremos la opción de recurrir a nuestro proveedor para solicitar su apoyo a fin de que no perdamos el mercado, ofreciendo otra opción de empaque de cartón a menor costo".

3.5. Resumen ejecutivo

Concluidos los estudios correspondientes, se ha obtenido información real y oportuna para determinar la viabilidad del proyecto de la empresa, cuya razón social es: Papizza.

Papizza responde a una necesidad real de los consumidores industriales dedicados a la elaboración y venta de pizzas.

De acuerdo con el estudio de mercado, Papizza está en posibilidades de atender los requerimientos de los consumidores industriales que reúnan las siguientes características:

- ❖ Dedicarse a la elaboración de pizzas.
- ❖ Vender pizzas enteras en cajas para su conservación y buena presentación
- ❖ Tener requerimientos mínimos de doscientas cincuenta cajas por semana o más
- ❖ Que quieran invertir en la compra de sus empaques.
- ❖ Que no necesiten comprar a crédito o que su requerimiento de plazo no sea mayor a ocho días.
- ❖ Que, si requieren sus cajas con impresión, estén en posibilidades de comprar como mínimo mil cajas pagando un anticipo del 50% al hacer su pedido y el otro 50% al recibir su mercancía.

Nos dimos cuenta de que a esta empresa le faltaba organización. Al estudiar sus requerimientos quedaron establecidas las funciones de cada puesto y los procedimientos a seguir para lograr una empresa bien organizada.

A través del estudio financiero nos percatamos de la viabilidad del proyecto, cuyo margen de utilidad supera al rendimiento bancario. También mostró que el

propietario deberá hacer todo lo posible para lograr las ventas proyectadas y obtener los resultados propuestos.

La proyección de ventas se realizó por el método de mínimos cuadrados a partir de la información otorgada por el propietario de las ventas que tuvo a partir del 2004 hasta el 2007. Esta proyección se hizo sólo por tres años y se podrá seguir haciendo al aplicar las fórmulas ya establecidas. Las ventas anuales proyectadas son las siguientes:

AÑO	VENTA PROYECTADA
2008	\$2,815,093.00
2009	\$3,000,343.00
2010	\$3,185,594.00

De acuerdo con estos datos, se elaboraron los estados de resultados, de situación financiera, las razones financieras correspondientes y el punto de equilibrio. Se concluyó que la tasa simple de rendimiento será de: 53% para 2008, 58% para 2009 y 59% para el 2010.

El período de recuperación se obtuvo utilizando la razón financiera “Inversión/flujo neto de efectivo” y el resultado nos dice que será en 6 años cuando el emprendedor recupere su inversión.

CONCLUSIONES

Una vez concluido este trabajo recomendamos a todos aquellos que quieran establecer un negocio de la índole que sea, que antes de hacer la inversión realicen un estudio de mercado. Sabemos que los elaborados por los especialistas son caros; sin embargo, si tienen la posibilidad de hacer uno, háganlo, pues resulta preferible invertir en él para no arriesgar una inversión mayor al establecer una empresa en la cual se quiera vender lo que el emprendedor desea y no lo que el mercado solicita.

Lo más importante al analizar los resultados de la investigación es aceptarlos y con base en ellos continuar con la elaboración del Plan de Negocios o, en su defecto declinar la iniciativa para evitar problemas mayores y saber, incluso de forma tentativa, el tiempo que será productiva la empresa, ésto con el objetivo inicial de identificar el momento oportuno para hacer cambios necesarios que la hagan permanecer en el mercado por mucho tiempo.

La oportunidad que me brindó la experiencia de hacer este proyecto es la de comprobar que elegí la carrera adecuada a mi actitud emprendedora y que seguiré esforzándome para consolidar mi empresa y, sobre todo, mi propia vida.

o

ANEXOS

Comercializadora de Equipo de Cómputo, Papelería y Artículos de Oficina

Gilberto Escobar Mondragón

R. F. C. EOMG751122GNA
C. U. R.P. EOMG751122HMCSNL05

Penélope No. 235 Infonavit San Gabriel C.P. 52159
Metepec, México. Tl.: 2 11 28 32


Soluciones Integrales
de Computación

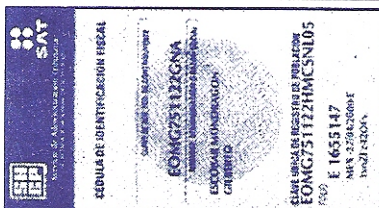
Hardware, Software, Consumibles

FACTURA

Nº 0943

NOMBRE	LETICIA PEREGRINA HERNANDEZ		
DIRECCION	CERRADA 5 DE FEBRERO No. 15, COL. BELLAVISTA, METEPEC, ESTADO DE MEXICO		
R.F.C.	PEHL611022337	C.U.R.P.	METEPEC, MEX. A.: 18/06/2008
		C.P.	52149 TEL.

Cantidad	Descripción	Precio U.	Importe
1	<p>COMPUTADORA ARMADA CON LO SIGUIENTE: PROCESADOR MARCA INTEL CORE2DUO MOD (E4400) 2.0 GHZ DISCO DURO MARCA SEAGATE DE 160 GB MEMORIA RAM DDR2 MARCA KINGSTON UNIDAD OPTICA DVD-RW SAMSUNG 16X04X12DL FLOPPY MARCA SONY DE 3.5" 1.44 MB MONITOR MARCA SAMSUNG LCD MODELO 740NW COMBO DE TEC MAU Y BOC MARCA APOLO</p> 	8,173.91	8,173.91
CANTIDAD CON LETRA:		(NUEVE MIL CUATROCIENTOS PESOS 00/100 M.N.)	



DEBO(EMOS) Y PAGARE(EMOS) INCONDICIONALMENTE POR ESTE PAGARE A LA ORDEN DE GILBERTO ESCOBAR MONDRAGON LA CANTIDAD ESTIPULADA EN ESTA FACTURA, VALOR RECIBIDO A MI(NUESTRA) ENTERA SATISFACCION; EL DIA _____ DE _____ DE _____ EN CASO DE NO PAGARSE A SU VENCIMIENTO ESTE DOCUMENTO DE CARACTER MERCANTIL, POR SU MORATORIA DEBO(EMOS) CUBRIR EL _____ % DE INTERES MENSUAL SOBRE EL IMPORTE TOTAL, HASTA SU TOTAL LIQUIDACION.

SUB-TOTAL \$	8,173.91
15% I.V.A. \$	1,226.09
TOTAL \$	9,400.00

EFFECTOS FISCALES AL PAGO

FIRMA DE CONFORMIDAD

PAGO EN UNA SOLA EXHIBICION

BIBLIOGRAFÍA

ARIAS GALICIA, L. Fernando y Víctor Heredia Espinosa. *Administración de Recursos Humanos para el Alto Desempeño*. 3a. ed. Trillas, México, 771 pp.

ARELLANO C., Rolando. *Marketing, Enfoque América Latina*. 1a. ed., Mc Graw Hill, México, 2000, 577 pp.

BACA URBINA, Gabriel. *Evaluación de proyectos de inversión*. 5a. ed., Mc Graw Hill, México, 2006, 392 pp.

FISHER, Laura y Jorge Espejo. *Mercadotecnia*. 3a. ed. Mc Graw Hill, México, 2004, 540 pp.

FRANKLIN F., Enrique Benjamín. *Organización de empresas*. 2a. ed., Mc Graw Hill, México, 2004, 369 pp.

MORALES CASTRO, José Antonio y Arturo. *Proyectos de inversión en la práctica, formulación y evaluación*. 2a. ed., Gasca Sicco, México, 2006, 402 pp.

ROMERO LÓPEZ, Javier. *Principios de contabilidad*. Mc Graw Hill, México, 1995, 540 pp.

ROMERO LÓPEZ, Javier. *Contabilidad superior*. Mc Graw Hill, México, 2000, 783 pp.

Tesis Consultadas

FLORES ARGÜELLO, Anel. *“Modelo de Constitución y Funcionamiento de una Agencia de Viajes Minorista”*. UNAM, México, 1999.

HINOJOSA OLVERA, Eunice y Jorge Luis Mandujano González. *“Diseño de Un Proyecto para una Organización”*, UNAM, México, 2007.

José Genaro Torres Ayala, *“Proyecto de Inversión para una nueva Empresa”*, UNAM, México, 2006.