



*Universidad Nacional Autónoma de México / FES Cuautitlan*

---



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE  
MÉXICO**

---

***FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES  
CUAUTITLAN***

**ESTABLECER, ADMINISTRAR Y CONTROLAR UN CENTRO DE COPIADO**

**TRABAJO PROFESIONAL**

**QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:**

**LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

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

**PABLO MORALES MATA**

**ASESOR: L.A. JOSE FELIX PEREZ RIVERA**

**CUAUTITLAN IZCALLI, EDO. DE MEX.**

**2008**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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



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**

### **A MIS PADRES:**

QUIENES SIEMPRE ESTUVIERON CONMIGO, POR SU HONESTIDAD, POR LOS VALORES QUE ME INCULCARON, POR HABERME DADO LA VIDA.

### **A MI ESPOSA CONSUELO:**

POR TU GRAN APOYO Y COMPRESION PERO SOBRE TODO PORQUE SIEMPRE HAS ESTADO CONMIGO EN TODO MOMENTO, TE AGRADESCO DESDE LO MAS PROFUNDO DE MI SER.

### **A MIS HIJAS CIELO Y CONY:**

PORQUE JUNTO CON SU MAMA SON EL MOTOR DE MI VIDA, EL MOTIVO PARA SEGUIR ADELANTE, PORQUE ME SIENTO MUY ORGULLOSO DE USTEDES.

### **A MIS HERMANOS:**

PORQUE HAN ESTADO CONMIGO EN LOS MOMENTOS DIFICILES, GRACIAS POR TODO LO QUE HEMOS VIVIDO



**A LA UNAM/ FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLAN:**

POR EL GRAN ORGULLO DE SER UNIVERSITARIO, POR HABERME DADO LA OPORTUNIDAD DE REALIZAR UNA DE MIS MAS ANHELADAS METAS, GRACIAS MAXIMA CASA DE ESTUDIOS.

**A MI ASESOR:**

POR EL TIEMPO QUE ME A DEDICADO PARA LLEVAR A CABO ESTA META QUE ME HABIA FORJADO, POR SUS CONOCIMIENTOS QUE ME AYUDARON A CONCLUIR ESTE PROYECTO.

**A MIS MAESTROS:**

LES DOY LAS GRACIAS POR SU PROFECIONALISMO, POR SUS ESEÑANSAS Y POR SU APOYO.

**A MIS COMPAÑEROS Y AMIGOS:**

POR LOS MOMENTOS AGRADABLES QUE HE PASADO CON USTEDES, POR SU APOYO, POR SU AMISTAD.



## CURRICULUM VITAE

PABLO MORALES MATA

### DATOS PERSONALES

Domicilio: Chilpancingo No. 62 Col. Valle Ceylan  
Tlalnepantla, Méx.

Fecha de Nacimiento: 18 de Octubre de 1957

Lugar de Nacimiento: Querétaro, Qro.

Estado civil: Casado

R.F.C. MOMP 5710187L2

Teléfono: 55 31 26 23 68

### FORMACION EDUCATIVA

Primaria: 1964 a 1970 Escuela Primaria Presidente Juárez

Secundaria : 1971 a 1974 Escuela Secundaria Maximo Gorki

Preparatoria: 1975 a 1978 Colegio de Ciencias y Humanidades  
Plantel Vallejo

UNAM: 1981 a 1986 Licenciatura en Administración  
(FESC)



EXPERIENCIA LABORAL

Empresa: BANAMEX

Duración: 1977 a 1982

Puestos Desempeñados Operador Interno Operaciones bancarias  
Operación en Cajas  
Supervisor de cajeros  
Supervisor de cajas moneda extranjera  
Encargado del cierre de operaciones bancarias así  
Como el cierre de la sucursal bancaria  
Sub contador (lo anterior en Suc. Vallejo)  
Supervisor en sucursal Cuautitlan Izcalli

Motivo de la separación: Renuncia voluntaria (continuar estudios)

Empresa: BANCO UNION

Duración: 1983 a 2001

Puestos Desempeñados: Supervisor de cajeros  
Ejecutivo en el Área de compras (papelería y artículos de oficina)  
Operación de Sucursales Área metropolitana



Ejecutivo de Auditoria  
Gerencia de Área Auditorias Metropolitanas  
Gerencia de Área de recuperación de Adeudos de  
Créditos Hipotecarios

Referencia: C. P. Alfonso Guerra Aguirre  
Director de Crédito Hipotecario  
Reforma No. 93  
TEL. 57 03 03 33

Motivo de la separación: Banco Intervenido Por la Comisión Nacional  
Bancaria

Empresa: COPY “AS” Papelería, regalos y copias

Duración: 2001 a 2003

Puestos Desempeñados: Administración de 4 Papelería  
Compra/venta de diversos Artículos de papelería

Motivo de separación: Mejorar económicamente.

Referencia: Sra.: Elsa Leticia Alameda Cañamares  
Dueña  
TEL. 2239-2000



Empresa; Comercial Ferretera “Logar”

Duración: 2003 a 2007

Puestos Desempeñados: Compra/venta de diversos artículos de ferretería

Motivo de separación: Mejorar económicamente

Referencia: Sr. José Guadalupe López García

TEL. 2460-0438 y 2460-8172



## CURSOS Y DIPLOMADOS

- Curso en Banco Unión, referente al cobro de comisiones en tarjetas de crédito.
- Curso en la Comisión Nacional Bancaria referente al sistema financiero mexicano.
- Curso auditoria interna en el Colegio de Contadores.
- Curso en el Colegio de Contadores Referente a la importancia del Control Interno en la Banca.
- Curso en Banco Unión, recuperación de cartera vencida en créditos hipotecarios.
- Curso en Centro de Operaciones Banamex relacionado con tarjetas de crédito.
- Curso de funcionamiento general de equipo de fotocopiado Canon N.P. 6050, 6080.
- Curso de funcionamiento general de equipo de fotocopiado Canon Imagen Runer 650-600.
- Curso de reparación circuitos y tarjetas de equipos de fotocopiado.



## CONTENIDO

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>10</b>
<b>TEMA I. CONCEPTO Y CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS.....</b>	<b>11</b>
<b>1.1. CONCEPTO DE EMPRESA.....</b>	<b>12</b>
<b>1.2. CLASIFICACIÓN POR SU GIRO.....</b>	<b>12</b>
<b>1.3. CLASIFICACIÓN POR EL SECTOR ECONÓMICO.....</b>	<b>15</b>
<b>1.4. CLASIFICACIÓN POR EL ORIGEN DEL CAPITAL.....</b>	<b>17</b>
<b>1.5. CLASIFICACIÓN POR SU MERCADO.....</b>	<b>18</b>
<b>1.6. CLASIFICACIÓN POR SU MAGNITUD .....</b>	<b>19</b>
<b>TEMA II. CONCEPTO DE ADMINISTRACIÓN Y PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.....</b>	<b>22</b>
<b>2.1. CONCEPTO DE ADMINISTRACIÓN.....</b>	<b>23</b>
<b>2.2. PROCESO ADMINISTRATIVO.....</b>	<b>24</b>
<b>2.3. CONCEPTO DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.....</b>	<b>25</b>
<b>2.4. IMPORTANCIA DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.....</b>	<b>25</b>
<b>2.5. EL PROCESO DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.....</b>	<b>28</b>
<b>TEMA III ANTECEDENTES DEL CENTRO DE COPIADO.....</b>	<b>31</b>
<b>TEMA IV. APLICACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN PARA EL ESTABLECIMIENTO Y DESARROLLO DE UN CENTRO DE COPIADO.....</b>	<b>38</b>
<b>CONCLUSIONES:.....</b>	<b>63</b>



## INTRODUCCIÓN

En la actualidad el mercado en materia de fotocopiado ha venido creciendo de manera importante, toda vez que una gran cantidad de usuarios, tanto estudiantes de todos los niveles como personas que trabajan en la iniciativa pública y privada, requieren constantemente de este servicio.

Por lo tanto este trabajo tiene como propósito presentar la organización de un centro de fotocopiado, creado desde sus inicios, y que esto implica tanto su control administrativo como financiero para poder lograr el objetivo.

Se determinó en base a un estudio de mercado referente al fotocopiado las necesidades de la sociedad, siendo estas las de obtener un fotocopiado de calidad a un precio moderado.

Cabe señalar que aunado al servicio de fotocopiado se proporcionan otros servicios tales como: engargolado, enmicado, fax, así como equipo de de cómputo, para que los clientes tengan sus los trabajos en discos o memorias U.S.B., se puedan reproducir los tantos que se requieran a través del servicio de fotocopiado.



## **TEMA I**

# **CONCEPTO Y CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS**



La trascendencia de las organizaciones requiere de un análisis para su estudio. En este análisis, partimos de considerarlas primeramente diferentes y su clasificación va de acuerdo a la necesidad de información que se requiere de las mismas.

### 1.1. CONCEPTO DE EMPRESA

“Es la entidad integrada por el capital y el trabajo como factores de producción, y dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios, con fines lucrativos y la consiguiente responsabilidad” Diccionario de la Real Academia Española (1993).

Las clasificaciones nos permiten tener una visión amplia de la gran cantidad de formas de organizaciones que han surgido en nuestra contemporaneidad.

Existen varias clasificaciones de las empresas, por lo que se han seleccionado sólo las más importantes para esta línea de investigación que a continuación se presentan:

### 1.2. CLASIFICACIÓN POR SU GIRO

Las empresas pueden clasificarse, de acuerdo con la actividad que desarrollen, en:



a. INDUSTRIALES. Este tipo de organizaciones tiene como actividad principal, la producción de bienes a través de la transformación y/o extracción de materias primas.

Estas a su vez se pueden clasificar en:

- Extractivas. Se dedican a la explotación de recursos naturales que son indispensables para la subsistencia del hombre, ya sea de recursos renovables o no renovables. Ej. Pesqueras, forestales, mineras, petroleras, etc.
- Manufactureras. Estas transforman las materias primas en productos terminados y se dividen en dos subcategorías:
  - *Bienes de consumo final*. Estas organizaciones producen bienes que satisfacen de manera directa las necesidades del consumidor. Ej. Productos alimenticios, prendas de vestir, aparatos y accesorios eléctricos, etc.
  - *Bienes de producción*. Estas empresas fabrican productos. Ej. Productoras de papel, materiales de construcción, maquinaria pesada y ligera, productos químicos, etc.
- Agropecuarias. Su función es la explotación de la agricultura y la ganadería.



b. COMERCIALES. Este tipo de empresas se dedica a la compra y venta de productos terminados, actuando como intermediarias entre el productor y el consumidor y se clasifican en:

- Mayoristas. Su actividad es realizar ventas a gran escala a otras empresas minoristas y estas a su vez distribuyen los productos al consumidor final.
- Minoristas o detallistas. Estas empresas venden los productos al menudeo o en cantidades pequeñas directamente al consumidor.
- Comisionistas. Venden mercancías que están en consignación percibiendo por esta operación una ganancia o comisión.

c. DE SERVICIO. Este tipo de empresas proporcionan u ofrecen servicios a la comunidad y se subdividen a su vez en:

- Transporte
- Instituciones financieras
- Turismo
- Servicios privados: asesoría, jurídicos, administrativos y contables
- Promociones y ventas
- Agencias de publicidad
- Educación



- Salubridad (Hospitales)
- Finanzas, seguros

### 1.3. CLASIFICACIÓN POR SECTOR ECONÓMICO

Las empresas se clasifican de acuerdo al sector de la economía en que se desarrolla su actividad como sigue:

- a. PRIMARIO. Aquellas cuya actividad económica consiste en obtener recursos naturales o la explotación, agrícola-ganadera. Ej. Mineras, petroleras, pesqueras, agrícolas, ganaderas, etc.
- b. SECUNDARIA. Aquellas cuya actividad consiste en la transformación de materias primarias en bienes de consumo. Ej. Textiles, constructoras, alimenticias, automotrices, metalúrgicas, etc.
- c. TERCIARIO. Aquellas que se dedican a comprar y vender bienes y/o prestar servicios. Ej. Bancos, seguros, comercios, telecomunicaciones, distribuidoras, correos, etc.

El Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), dentro de sus funciones para clasificar a las empresas u organizaciones, llevando a cabo censos



económicos para captar, procesar y divulgar información básica del territorio nacional, sobre los establecimientos productores de bienes, comercializadores de mercancías y prestadores de servicios, concretamente de la información económica de las unidades que realizan las actividades integrantes de la industria, comercio o servicios, nos marca otra clasificación:

#### DESCRIPCIÓN DE LA CLASIFICACIÓN POR SECTOR

- a. PRIMARIAS. La extracción de recursos naturales que se encuentran en el suelo, el agua, la flora y la fauna. Ej. Agricultura, ganadería, caza y pesca.
  
- b. SECUNDARIAS. La transformación de diferentes materiales para la obtención de otro producto. Ej. Acero en barra, plástico, papel, madera, entre otros.
  
- c. TERCIARIAS. Actividades que requieren las primarias y las secundarias. Ej. Comercio, transportes y comunicaciones, servicios financieros, de administración y alquiler de bienes muebles e inmuebles, hoteles y restaurantes, profesionales técnicos y personales.



## DESCRIPCIÓN DEL SECTOR MANUFACTURERO, COMERCIAL Y DE SERVICIOS.

- a. SECTOR MANUFACTURERO. Su actividad es la transformación de productos o sustancias en productos nuevos, ya sea mediante el trabajo manual o con la ayuda de máquinas realizado en fábricas.
- b. SECTOR COMERCIAL. Se dedica a la compra-venta de productos, al mayoreo y menudeo.
- c. SECTOR DE SERVICIOS. Prestan servicios financieros, administrativos, técnicos, de comunicación, transportes y asesoría.

### 1.4. CLASIFICACIÓN POR EL ORIGEN DEL CAPITAL.

Las empresas pueden clasificarse dependiendo el origen de las aportaciones de su capital y del carácter a quienes sus actividades en:

- a. PÚBLICAS. En donde el capital pertenece al Estado y su finalidad es satisfacer necesidades de carácter social.
- b. PRIVADAS. El capital de procedencia de inversiones particulares y su finalidad es lucrativa, y se dividen en:
  - Nacionales. Cuando el capital lo aportan inversionistas nacionales



- **Trasnacionales.** Cuando el capital es de origen extranjero y las utilidades se reinvierten en los países de origen.
- **Mixta.** El capital es aportado por inversionistas nacionales y extranjeros.

### 1.5. CLASIFICACIÓN POR SU MERCADO

De acuerdo a su mercado, las empresas pueden clasificarse de acuerdo al área geográfica que abarquen:

- a. **LOCAL.** Cuando su ámbito comercial sólo cubre la localidad donde se encuentra la empresa
- b. **REGIONAL.** Cuando abarcan varias localidades integradas en una región geográfica.
- c. **NACIONAL.** Cuando las transacciones comerciales se desarrollan en todo el país.
- d. **TRASNACIONAL.** Cuando las transacciones se realizan a nivel internacional, es decir, entre diversos países.



## 1.6. CLASIFICACIÓN POR SU MAGNITUD

En esta clasificación, se consideran el número de empleados y las ventas anuales:

- a. MICROEMPRESA. Hasta 15 empleados y ventas de hasta 2.5 millones de pesos anuales.
- b. PEQUEÑA EMPRESA. De 16 a 100 empleados y ventas de hasta 25 millones de pesos anuales.

MEDIANA EMPRESA. De 101 a 250 empleados y ventas de hasta 55 millones de pesos anuales.

Clasificación de NAFINSA dependiendo del número de empleados

ESTRATO	INDUSTRIAL	COMERCIAL	SERVICIOS
Microempresa	1-30	1-50	0-10
Pequeña empresa	31-100	6-20	11-50
Mediana empresa	101-500	21-100	51-100
Gran empresa	501 en adelante	101 en adelante	101 en adelante

<http://www.siem.gob.mx>

<http://www.chi.itesm.mx>

Además de la anterior clasificación, NAFINSA preparo un listado de las industrias mexicanas dentro de la economía nacional, la cual mencionamos a continuación:



Clasificación de NAFINSA, de acuerdo a su actividad:

a. Industrias primarias que abastecen a otras industrias nacionales

- Energía eléctrica
- Petróleo
- Gas
- Carbón
- Extracción de minerales metálicos
- Extracción de minerales para productos químicos
- Extracción de madera
- Ganadería
- Pesca

b. Industrias de producción intermedia que crean demanda para múltiples industrias nacionales a la vez que abastecen otras industrias.

- Productos de petróleo
- Productos de carbón
- Hierro y acero
- Productos químicos
- Papel y productos de papel
- Materiales de construcción



- c. Servicios necesarios para el desarrollo industrial
  - Transportes
  - Comunicaciones
  - Depósitos y almacenes
  - Obras públicas
  - Bancos y otras instituciones financieras
  - Otros servicios
  
- d. Industrias de bienes que crean demanda para numerosas industrias nacionales
  - Productos alimenticios
  - Bebidas
  - Calzado y prendas de vestir
  - Muebles y accesorios
  - Madera y corcho
  - Productos minerales y no metálicos
  - Productos metálicos
  - Maquinaria
  - Aparatos y accesorios eléctricos
  - Equipos de transporte
  - Industrias manufactureras diversas



**TEMA II.**

**CONCEPTO DE ADMINISTRACIÓN Y PLANEACIÓN**

**ESTRATÉGICA**



La palabra “administración” viene del latín *administratio*, que significa acción de administrar. Y el término “administrar” está compuesto por *ad* y *ministrare*, que significa conjuntamente “servir”, llevando implícito en su sentido que es una actividad cooperativa que tiene el propósito de servir.

## 2.1. CONCEPTOS DE ADMINISTRACIÓN

Inicialmente se analizarán los conceptos de los estudiosos de la administración más prestigiosos, a fin de concluir con el concepto propio.

**Agustín Reyes Ponce.** “es el conjunto sistemático de reglas para lograr la máxima eficiencia en las formas de estructurar y mejorar un organismo social”

**Harold Koontz y Heinz Weihrich.** “Es el proceso de diseñar y mantener un medio ambiente en el cual los individuos, que trabajan juntos en grupos, logren eficientemente los objetos seleccionados”

**José Antonio Fernández Arenas.** “Es una ciencia social que persigue la satisfacción de objetos institucionales por medio de una estructura a través del esfuerzo humano coordinado”



## 2.2. PROCESO ADMINISTRATIVO.

Citando el criterio de Agustín Reyes Ponce, el proceso administrativo es:

“El conjunto de fases y etapas sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración, mismas que se interrelacionan y forman un proceso integral”.

FASE	ELEMENTO	PREGUNTA
MECANICA	previsión	¿Qué puede hacerse?
	Planeación	¿Qué se va a hacer?
	Organización	¿Cómo se va hacer?
DINAMICA	Integración	¿Con que se va hacer?
	Dirección	Ver que se haga
	Control	¿Cómo se ha realizado?



### 2.3. CONCEPTO DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

La planeación estratégica es el proceso formalizado de planeación a largo plazo, el cual se utiliza para definir y alcanzar las metas de organización.

### 2.4. IMPORTANCIA DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

La planeación estratégica es importante porque marca el paso que la empresa debe continuar y la proyecta hacia nuevos horizontes. Resulta imprescindible en la sobrevivencia de las organizaciones modernas independientemente de su dimensión y estructura. Generalmente se realiza a corto y largo plazo.

A continuación se presentan razones que fundamentan la importancia y por consecuencia, la implantación de la Planeación Estratégica:

1. Permite la incursión mediante la investigación hacia campos de experimentación distintos a lo tradicional, esto es, minimizando el riesgo se lanza a lo desconocido. Muchos negocios han ido a la bancarrota por no salirse de lo tradicional, de lo conocido y lo acostumbrado; han preferido esto que aceptar el cambio, la innovación.



2. Da cabida a lo dinámico, obligando a experimentar con nuevas ideas y conceptos. Logrando de esta manera sobrevivir y procurar su estabilidad.
3. Sustituye a la intuición que poseen los escasos visionarios o genios. El cambio ya no se funda en la intuición de unos cuantos, sino en lo planeado estratégicamente por muchos, pues la planeación y su técnica están al alcance sin ajustarse a capacidades “eminentes”
4. La investigación y desarrollo de la empresa actual es la base esencial de la Planeación Estratégica asegurando el futuro del negocio, orientándolo hacia un fin predeterminado.
5. Con la planeación para capacitar, se consigue la independencia de la limitante experiencia personal acumulada en una empresa, permitiendo la toma de decisiones, pues ya no hay tiempo suficiente en nuestros días para acumular experiencia a través de los años.
6. Se establece un objetivo determinado y factible que va de acuerdo con las pretensiones de la empresa, pero en vez de aventurarse a lo desconocido una vez tomada la decisión, se analiza e investiga y se cruza por una etapa de experimentación.



7. Reduce y hasta suprime la improvisación. En estos tiempos de cambios constantes y dinámicos la improvisación resulta insuficiente, imprecisa y hasta peligrosa.
8. La Planeación Estratégica requiere mecanismos inherentes de control y evaluación que le sirven de retroalimentación.
9. Es aplicable aun en aquellas entidades públicas o privadas que se juzgan dependientes y ejecutoras de una autoridad o voluntad superior. Además, cada entidad dependiente interviene en la determinación del objetivo con la parte que le es relativa. Permitiría planear a largo plazo y no únicamente para períodos de vigencia del superior, o en todo caso referirse dicha planeación al tiempo de vigencia, con lo cual se lograría mayor eficiencia, evitando dejar programas truncos o incompletos que sólo perjudican a la colectividad, con desperdiciar los recursos por obras abandonadas y olvidadas.
10. Establece responsabilidades, como en la determinación de los objetivos han intervenido niveles jerárquicos diversos, cada uno resulta responsable de su propio objetivo ya que intervino en su determinación.



## 2.5. EL PROCESO DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

En gran medida, la naturaleza y el tamaño de una organización determinan el tipo de planeación que aplica. Así el proceso que utiliza en una corporación diversificada generalmente será distinto al que se emplea en una compañía de un solo negocio. La corporación diversificada comercializa diferentes productos en varios lugares, por lo cual ha de tener presentes muchas más variables de su ambiente externo, además de la competencia demandada de sus unidades. En cambio, la compañía de un solo negocio afronta una situación menos compleja y puede darse el lujo de emplear procedimientos de planeación estratégica menos formales.

*Los tres niveles de estrategia.*

Arthur A. Thompson y A. J. Strickland describen tres niveles de estrategia: corporativo, línea o unidad de negocios y área funcional.

1. *Estrategia a nivel corporativo.* Esta estrategia la formula la alta gerencia para dirigir los intereses y operaciones de la organización que contienen más de una línea de negocios. Estas son las dos preguntas más importantes en este nivel: ¿a qué clase de negocios debe dedicarse la compañía? Y ¿cómo han de asignarse los recursos entre ellos? Los planificadores de



estrategia del corporativo, generalmente miembros de la alta gerencia, deben abordar una serie más de pregunta tales como: ¿qué negocios debemos hacer y cuáles debemos dejar?, ¿a qué clientes debemos servir?, ¿qué tecnologías debemos utilizar? La estrategia en este nivel se concentra en las acciones que está efectuando la organización total y que debería realizar, tratando además de determinar las funciones que cada actividad esta desempeñando y debería desempeñar en la organización.

2. *Estrategia de unidad de negocios.* Está estrategia se ocupa de la administración de los intereses y operaciones de un negocio en particular. Trata con preguntas tales como: ¿cómo competirán los negocios dentro de su mercado?, ¿de qué manera deberán ser administradas las diversas funciones a fin de satisfacer las metas del mercado? La estrategia de la unidad de negocios intenta determinar el enfoque que debe aplicarse a su mercado y cómo debe conducirse su negocio, teniendo presente los recursos y las condiciones del mercado.
3. *Estrategia a nivel funcional.* Esta estrategia crea el marco de referencia para la administración de funciones (entre ellas, finanzas, investigación y desarrollo, mercadotecnia) de modo que ellas conforman la estrategia a nivel de unidad de negocios. Por ejemplo, si la estrategia a nivel de



negocios exige el desarrollo de un producto nuevo, el departamento de investigación y desarrollo elaborará planes sobre la manera en que ese producto será desarrollado.



### **TEMA III.**

## **ANTECEDENTES DEL CENTRO DE COPIADO**



## ANTECEDENTES

En el año 2001, se empezó a planear junto con uno de mis hermanos el poder iniciar un negocio propio en el cual pudiéramos desarrollar nuestros conocimientos, experiencias y vivencias, tanto teóricas como prácticas, mismas que fueron adquiridas a través de varios años, en las diferentes empresas donde prestamos nuestros servicios.

Cabe señalar que mi hermano y yo teníamos conocimiento del servicio de reparación de neumáticos así como la compra y venta de los mismos el cual se ofrecía al autotransporte pesado, como camiones, traileres, etc., pero debido a que es un trabajo de alto riesgo y en virtud de que se suscitó un incidente fue cancelado este negocio, tomando la decisión de iniciar con un centro de fotocopiado.

Una vez decidido el giro en el cual se quería trabajar, en primera instancia se procedió a hacer unos estudios de mercado, y la zona donde se ubicaría el negocio, los factores que se tomaron en consideración fueron los siguientes:



Cercanía de escuelas de diferentes niveles, vías de comunicación transitadas, empresas y negocios que requerían del servicio y zonas comerciales.

Por otra parte se procedió a investigar en que dependencias gubernamentales se tenían que realizar tramites, al mismo tiempo que se hacia necesario saber que tipo de documentación se requería para poder dar de alta el negocio y estar en posibilidades de iniciar actividades.

Después de desarrollar el estudio de mercado y los factores, se tomo la decisión de instalar el negocio en el municipio de Tlalnepantla, específicamente en la Colonia Acueducto de Tenayuca sobre el eje central ya que en este lugar se encuentran cerca dos escuelas primarias y una secundaria, negocios y zonas habitacionales.

Es importante destacar que la inversión inicial fue por el orden de los \$105,000.00, mismos que se distribuyeron de la siguiente manera:

a) Equipo:

- 3 fotocopadoras impresión análoga CANNON modelo N.P. 6080
- 1 engargoladora para arillo de plástico



- 1 engargoladora para arillo de metal
- 1 enmicadora
- 1 guillotina

b) Mobiliario:

- Mostradores
- Escritorios
- Anaqueles
- Sillas
- Pizarrones con letras movibles

c) Materiales:

- Cajas que contienen paquetes de hojas bond blancas y de color en tamaño carta y oficio
- Arillos de plástico, metal y espiral en todas las medidas
- Pastas
- Material para enmicado



Para el año 2002-2003 personalmente me hice cargo del negocio, para tener un mejor control de los ingresos, así como la compra de materiales y otros productos y servicios que eran demandados.

Cabe mencionar que debido a que se tuvo que contratar personal para realizar el trabajo de copiado, surgió la necesidad de implementar controles internos para tener un registro de las operaciones.

En el año 2004 derivado de que las fotocopiadoras sufrían constantemente de descomposturas surgió la necesidad de tomar varios cursos para la reparación de las mismas, empezando por los errores más comunes marcados en la pantalla de la máquina, así como, el cambio y renovación de piezas internas, al mismo tiempo que se solicita el apoyo de los servicios de técnicos especializados en la reparación de fotocopiadoras.

En ese periodo se puso mayor atención en las decisiones de carácter financiero, para asegurar que el negocio fuera rentable y eficiente en sus operaciones así como en las decisiones de compra de los materiales.



En el año de 2005, se desarrollo el proyecto para abrir una sucursal, y después de la investigación de mercados se tomo la decisión de instalarlo en el municipio de Tlalnepantla en la Col. Romana, esta zona esta rodeada por escuelas y centros de distribución de alimento y bebidas los cuales requerían de los servicios.

En este negocio se inició entre otros con el siguiente equipo:

- 2 fotocopiadoras impresión análoga CANNON modelo N. P. 6080
- 1 fotocopiadora modelo N. P. 6050
- 1 engargoladora para arillo de plástico
- 1 engargoladora para arillo de metal
- 1 enmicadora
- 1 guillotina

En el año 2006, en la matriz, se sustituyen de manera paulatina los equipos de fotocopiado para poder dar un mejor servicio a nuestros clientes, mismos que se detallan de la siguiente manera:

- 2 copiadoras Imagen Runer Modelo N. P. 550
- 1 copiadora modelo N.P. 6050
- 1 engargoladora de uso rudo para arillo de metal



Lo compra anterior fue de suma importancia en virtud de que en estos equipos el copiado es de gran calidad en virtud de tratarse de fotocopadoras digitales, y las que se sustituyeron son de una calidad menor y ya han sufrido un gran desgaste por su uso.

En el año 2007, se implementan los siguientes servicios para el público en general:

- Compra-venta de fotocopadoras
- Renta de fotocopadoras
- Servicios a domicilio para la reparación de fotocopadoras.

En el año 2008, se tomo la determinación de comprar una maquina, para realizar los arillos de espiral, para hacer los engargolados y de esta manera vender al publico a menor precio.

En este año también se logra conseguir la concesión de consumibles, como es el caso del toner que es una de las materias primas para el fotocopiado, así como la compra de diversas refacciones para los equipos.



**TEMA IV.**  
**APLICACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN PARA EL**  
**ESTABLECIMIENTO Y DESARROLLO DE UN**  
**CENTRO DE COPIADO**



## ESTABLECIMIENTO DE HERRAMIENTAS ADMINISTRATIVAS.

Para el desarrollo del centro de copiado, nos apoyamos en las siguientes herramientas Administrativas:

### **PLANEACIÓN**

En esta parte se presentan los objetivos que se llevaron a cabo para establecer el centro de copiado.

### **MISIÓN**

Dar la mejor calidad en el copiado, otorgando el mejor precio al mismo tiempo que se ofrece un servicio eficaz y oportuno, a fin de satisfacer ampliamente las necesidades de nuestros clientes.

### **VISIÓN**

Ser el centro de copiado de la zona que de la mejor calidad al más bajo precio, contando con el mejor equipo e instalaciones.



## **ESTRATEGIAS**

- Renovación constante del equipo de copiado sustituyéndolo por el de más alta calidad.
- Mantenimiento preventivo y calendarizado a todos los equipos con los que se cuenta.
- Proporcionar un servicio personalizado

## **POLÍTICAS**

- Dar la mejor atención a nuestros clientes de tal manera que queden totalmente satisfechos.
- Que cada uno de los trabajos realizados en el centro del copiado sean de la mejor calidad.
- que los precios que ofrecemos, que estén por debajo de la competencia.

## **PLANEACIÓN FINANCIERA**

Se realizó un estudio para determinar la mejor opción de compra de tres equipos de fotocopiado, mismos que se requieren como mínimo para el funcionamiento del negocio, resultando este de la siguiente manera:



OPCION No. 1

EQUIPO EN RENTA					
CANTIDAD	MODELO	RENTA POR UNIDAD	RENTA MENSUAL	IVA	TOTAL
3	IR-600	\$14 850	\$44 550	\$6 682 50	\$51 232 50

OPCION No. 2

EQUIPO NUEVO					
CANTIDAD	MODELO	PRECIO UNITARIO	IMPORTE	IVA	TOTAL
3	IR-600	\$86 400	\$259 200	\$38 880	\$298 080

OPCION No. 3

EQUIPO REMANUFACTURADO					
CANTIDAD	MODELO	PRECIO UNITARIO	IMPORTE	IVA	TOTAL
3	IR-600	\$45 000	\$135 000	\$20 250	\$155 250



A continuación se describe un comparativo para determinar cual es la mejor opción para la compra del equipo:

En la opción No. 1, se puede observar que con el pago de tres meses de renta del equipo, suman \$ 153,697.50, cantidad que casi se equipara al total del equipo remanufacturado.

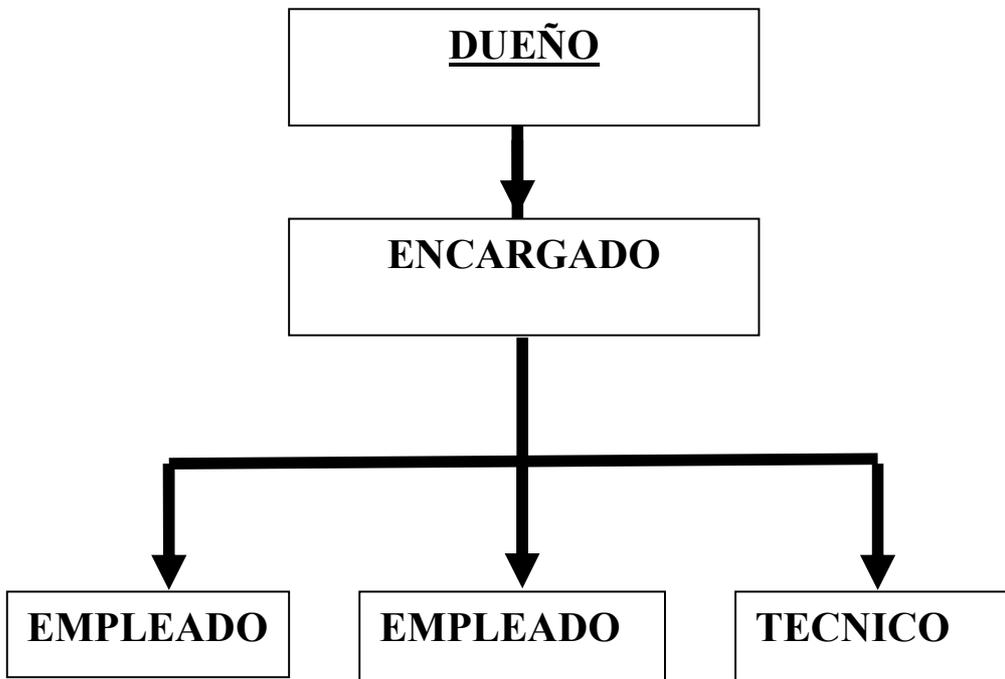
En la opción No. 2, se puede apreciar que si se opta por la compra del equipo nuevo, el pago por los tres equipos seria hasta un 92 % más caro en comparación con la opción No, 3.

Derivado de lo anterior se desprende que la mejor opción de compra, es la del equipo remanufacturado (opción No. 3), ya que dichos equipos tienen garantía hasta por seis meses o bien una determinada cantidad de copias, es decir lo que ocurra primero.



### Estructura Organizacional

Como en toda empresa y/o negocio existen niveles jerárquicos siendo en este caso de la siguiente manera:





A continuación se detalla de manera simplificada algunas de las actividades que realizan cada uno de los empleados del negocio:

El encargado, tiene como función principal la de administrar de forma adecuada el negocio y entre otras de sus actividades esta la de distribuir de manera equitativa los trabajos que se van recibiendo durante el día, al mismo tiempo que de ser posible apoyara en la elaboración de los mismos.

Entre otra de sus funciones esta la de realizar la compra de manera oportuna de los consumibles y materiales que se requieran en el negocio, no menos importante es el de llevar el control y registro de las operaciones que se realizan durante el día para que al finalizar la jornada de trabajo efectúe el corte de caja.

Los empleados deben atender de manera amable y esmerada a cada uno de los clientes que requieren del servicio de copiado y por cada trabajo tienen que llenar una solicitud de servicio, en la cual se realiza una cotización del trabajo informando al cliente el monto a pagar así como la fecha y hora de entrega.

Por su parte, el técnico tiene como función primordial dar mantenimiento a cada uno de los equipos con los que se cuenta de manera periódica, ya que la revisión de las copadoras esta calendarizada, sin embargo en este negocio por la cantidad de copias que se generan los equipos continuamente están fallando.



## **MARCO LEGAL Y FISCAL**

El Centro de copiado pertenece a un solo dueño esto hace que los tramites ante la Secretaria de Hacienda y Crédito Publico sean mas simples no obstante que se tiene contemplado mas adelante darlo de alta como Sociedad Anónima.

De acuerdo al formato de “Inscripción en el Registro Federal de Causantes”, a continuación se detallan las obligaciones fiscales:

- Presentar la declaración y pago provisional mensual del impuesto al activo (IMPAC).
- Presentar la declaración y pago provisional mensual de ISR del régimen intermediario para entidades federativas que cuenten convenio con la federación para efectos de dicho régimen.
- Presentar la declaración anual del impuesto al activo (IMPAC).
- Presentar la declaración anual del impuesto sobre la renta (ISR) donde se informa sobre los clientes y proveedores de bienes y servicios.
- Presentar la declaración anual del impuesto sobre la renta (ISR) de personas físicas
- Proporcionar la información del impuesto al valor agregado (IVA) que se solicite en las declaraciones del impuesto sobre la renta (ISR)
- Presentar la declaración y pago provisional mensual del impuesto sobre la renta (ISR) del régimen intermedio (para la federación).
- Presentar la declaración mensual donde se informe sobre las obligaciones con terceros del impuesto al valor agregado (IVA)



## **ESTUDIO DE MERCADO**

La mercadotecnia se define usualmente como la planeación y ejecución de maneras de poner precios, promoción y distribución de productos, servicios o ideas para una gran audiencia de consumidores.

Aplicamos las bases de la Teoría de Mercadotecnia:

- Producto: ¿qué tiene la compañía para ofrecer al cliente?
- Lugar: ¿dónde colocar el producto o servicio dentro del Mercado?
- Precio: ¿cuánto cobra la compañía por los productos o servicios?
- Promoción: ¿cómo informar, recordar y persuadir a los consumidores sobre el producto?

Los productos son artículos tangibles, ocupan espacio y volumen, mientras que los servicios, son actividades específicas ofrecidas por una persona o compañía y son realizados por personal capacitado en la materia.

Para ofrecer estos artículos y servicios, se debe hacer una pregunta clave: ¿qué deseo ofrecerle a los clientes?, para ello, conceptualizamos nuestro producto desde el punto de vista de los consumidores, en términos de características y beneficios: calidad de las hojas y engargolados, rapidez de entrega.

Se decidió establecer una identidad propia; esto significa que se creara un logotipo y un nombre propio.



Después de desarrollar la identidad y metas generales, se empezó a investigar el mercado y analizar a la competencia, consideré las siguientes preguntas:

- ¿qué buscan las personas con este servicio?
- ¿en qué empresas se compran más sus productos?
- ¿cómo llegaron a ser a los más demandados como empresa y/o negocio?
- ¿qué tipo de esfuerzo de ventas o promocional funciona o no funciona?
- ¿existe un nivel de precio que haga que un consumidor decida comprar o no un producto?

El logotipo y nombre del negocio frecuentemente conocido como “imagen corporativa”, es un distintivo crítico o símbolo de identidad para un negocio. Un logotipo usualmente se compone de caracteres de texto (compuesto de nombre del negocio o sus iniciales) y/o gráficos que conforman un diseño único utilizado para simbolizar o distinguir claramente una empresa y/o negocio. En este caso se diseño como a continuación se describe:





Establecimiento de formatos para el control de operaciones

Por otra parte, para poder tener un control del negocio, se tuvieron que diseñar diferentes formatos que nos permitieran registrar diariamente las operaciones y el ingreso de efectivo.

A continuación se detallan los formatos y el objetivo de su implementación:

<u>NUM. DE FORMATO</u>	<u>NOMBRE DEL FORMATO</u>
1	Control de copias tamaño carta
2	Control de reducciones y ampliaciones
3	Control de copias tamaño oficio
4	Control de contador de los equipos
5	Control de engargolados
6	Trabajos pendientes
7	Resumen del día
8	Solicitud de servicio





CONTROL DE REDUCCIONES Y AMPLIACIONES

FORMATO No. 2

REDUCCIONES/AMPLIACIONES		
CANTIDAD	\$ 1.00	TOTAL
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
<b>SUMA</b>		

Este control permite detallar la cantidad de las copias que fueron ampliadas y/o reducidas y es muy importante ya que el costo de estas fotocopias es mas elevado.





CONTROL DEL CONTADOR DE LOS EQUIPOS

FORMATO No. 4

	CONTADOR FINAL	CONTADOR INICIAL	TOTAL DEL DÍA
EQUIPO 1	_____	_____	_____
EQUIPO 2	_____	_____	_____
EQUIPO 3	_____	_____	_____
EQUIPO 4	_____	_____	_____
SUMA			

Se detalla en el contador inicial el número de copias que registra cada uno de los equipos de fotocopiado, así mismo al finalizar el día se anota el número de copias que tiene el contador final, sacando por diferencia el total de copias realizadas.



## CONTROL DE ENGARGOLADOS

### FORMATO No. 5

ARILLO PLÁSTICO			ARILLO ESPIRAL METAL		
CANTIDAD	IMPORTE	TOTAL	CANTIDAD	IMPORTE	TOTAL
_____	_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____	_____
<b>SUMA</b>			<b>SUMA</b>		

En el lado izquierdo se detallan los engargolados con arillo de plástico que se realizaron durante el día, ya que los precios difieren en función del número de hojas que tenga el trabajo a engargolar.

En el lado derecho se detallan los engargolados con espiral de metal.



## TRABAJOS PENDIENTES

### FORMATO No. 6

PENDIENTES						
FECHA OPERACIÓN	COPIAS T. CARTA	PRECIO	TOTAL DEL TRABAJO	A CUENTA	ADEUDO PENDIENTE	OBSERVACIONES
FECHA OPERACIÓN	COPIAS T. OFICIO	PRECIO	TOTAL DL TRABAJO	A CUENTA	ADEUDO PENDIENTE	OBSERVACIONES
FECHA OPERACIÓN	NÚM. DE ENGARGOL.	PRECIO	TOTAL DEL TRABAJO	A CUENTA	ADEUDO PENDIENTE	OBSERVACIONES

En este formato se registra los trabajos pendientes de cobro, se detalla la fecha en que se solicita el trabajo, el número de copias o engargolados que se solicitan, el importe total, acto seguido lo que se deja a cuenta para finalmente registrar el adeudo pendiente y por último la fecha de pago.



## RESUMEN DEL DÍA

### FORMATO No. 7

	NÚMERO	IMPORTE
COPIAS T/ CARTA .19	_____	_____
COPIAS T/OFICIO .30	_____	_____
REDUCC./AMPLIACIONES 1.00	_____	_____
MERMAS	_____	_____
TOTAL COPIAS PENDIENTES DE COBRO	_____	_____
PAGO A CUENTA		_____
OTROS		_____
<b>SUBTOTAL</b>	_____	_____
ENGARGOLADOS PENDIENTES DE COBRO	_____	_____
ENGARGOLADOS COBRADOS	_____	_____
<b>TOTAL</b>	_____	_____

En este formato se desglosan el número de copias y engargolados que se realizan durante el día, no obstante que queden operaciones pendientes de cobro, mientras que por otra parte se detalla el total de los ingresos.



SOLICITUD DE SERVICIO
FORMATO No. 8

Formulario con campos para descripción del trabajo, día, mes, año, concepto, engargolado (arillo, pasta, espiral, plástico, otros), copias, total, fecha y hora de entrega, y a cuenta.

Este control, no menos importante se requiere en las operaciones del día, ya que sirve para realiza la cotización de los trabajos, en el se detallan entre otros el número de copias, engargolados, fecha y hora de entrega, lo que el cliente deja a cuenta y por último lo que queda se queda pendiente de cobro.



## **A N E X O S**



**CRONOGRAMA DE MANTENIMIENTO DE LOS EQUIPOS DE COPIADO  
POR MES ( 3 COPIADORAS )**

MES	ENERO				FEBRERO				MARZO			
SEMANA	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
ACTIVIDAD												
UNIDAD No1: REVISION Y CAMBIO DE GOMAS, UÑAS, RODILLO CALOR Y PRESION	■	■			■	■			■	■		
UNIDAD No2: CAMBIO DE GOMAS, REFACCIONES LIMPIEZA	■	■			■	■			■	■		
ALIMENTADOR: CAMBIO DE GOMAS REVISAR BANDAS, LIMPIEZA		■				■				■		
FINALIZADOR: REVISION DE GOMAS, LIMPIEZA			■				■				■	
CASSETS: CAMBIO DE GOMAS, LIMPIEZA, ACEITAR			■				■				■	
BANDEJAS: CHECAR QUE ALIMENTEN EL PAPEL CORRECTAMENTE.			■				■				■	
REVIVISION DEL LASER, LAMPARA DE EXPOSICION, TARJETAS.				■				■				■
REVISION Y LIMPIEZA GENERAL DEL EQUIPO			■	■			■	■			■	■



- 1. Unidad 1 y 2 (Sistema Operativo)
- 2. Alimentador
- 3. Acabadora o Finisher

- 4. Cassetts
- 5. Bandejas







COMPRA VENTA, RENTA, COPIAS Y SERVICIO A FOTOCOPIADORAS.  
VENTA DE PAPELERÍA Y ARTICULOS DE OFICINA

PABLO MORALES MATA  
R.F.C. MOMP 871818 752 CLUB MOMP 871818 H01RT8 04  
La Paz No. 84 Col. Valle Ceylan, Tlaxtepec, Edo de Méx. C.P. 54150 Tel: 1983 - 4792

FACTURA  
Nº 120

FECHA DE EMISIÓN  
21-07-08

Cliente: ALFA ANAYA COMPUTADORAS EN DESARROLLO INTEGRAL, S.C.  
Direccion: CALLE CUARENTA Y OCHO No 75 COL. SAN ANTONIO TRAYUNA  
TILMATEPEC  
EDO DE HEB. C. P. 54150 TEL. 1983 4792

EL PEDIDO No.	AGENTE	CONDICIONES DE PAGO

CANT.	CLAVE	DESCRIPCION	P. UNITARIO	IMPORTE
3500		COPIAS TAMAÑO Carta	0.195	703 00
1500		COPIAS TAMAÑO Carta	0.195	292 50



IMPORTE TOTAL CON LETRA  
(UN MIL SESENTA CUATRO Y OCHO -  
TWO HUNDRED 82/100 P.M.)

Este comprobante y pagara provee información a la favor de PABLO MORALES MATA  
de conformidad con el artículo 146 del Código de Comercio, el artículo 147 del Código de Comercio  
antes mencionado. El presente pagara tiene fuerza legal en virtud de lo que establece el  
artículo 175, 176, 178 y 179 del Código de Comercio y la Ley General de Títulos y Operaciones de  
Credito. Si el presente pagara no se pagara dentro del plazo antes mencionado, incurre  
en intereses.

SUBTOTAL 995 50  
IVA 149 32  
TOTAL 1,144 82

RECIBOS FISCALES EN PAGO \*PAGO HECHO EN UNA SOLA EXHIBICION



## **CONCLUSIONES**



## CONCLUSION

La aplicación de la Administración en toda empresa o negocio, es sumamente importante ya que algunas de las herramientas administrativas con las que cuenta, podemos controlar y evaluar las actividades que se desarrollan dentro de la empresa.

Realizar los estudios de mercado, técnicos, financieros, entre otros son de suma importancia, ya que derivado del análisis de estos podemos tener un enfoque mas adecuado para el buen funcionamiento del negocio.

Tomando como referencia los puntos anteriores podemos concluir que este negocio es funcional, que esta cumpliendo con los objetivos trazados ya que se esta vendiendo productos de calidad a un buen precio.

El haber cursado la carrera de Administración y aplicando las experiencias adquiridas en los diferentes trabajos donde me desempeñe, me permitieron tener una visión más amplia para el establecimiento del negocio objeto del presente trabajo.



## **BIBLIOGRAFIA**



## **BIBLIOGRAFIA**

### Principios de Administración

Terry George R.

Editorial Continental

México 1997

### Administración de empresas

Agustín Reyes Ponce

Editorial LIMUSA

México 2002

### Cómo administrar pequeñas y medianas empresas

Joaquín Rodríguez Valencia

Editorial ECASA

México 1993

Como dirigir una pequeña empresa el decálogo de la supervivencia y éxito.

Resnik Paul

Editorial Mc. Graw Hill

México 1992



Administración Moderna

Agustin Reyes Ponce

Editorial Limusa

México 1992

Mercadotecnia

Laura Fisher de la Vega

Editorial Mc Graw Hill

México 1989

Las Finanzas en la Empresa

Moreno Fernández Joaquin

Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C.

México, D.F. 1996

Cómo conseguir clientes

Jeff Slutsky

Editorial Mc Graw Hill

México 1994

Control Interno

Jose Alberto Schuster

Editorial Macchi, Buenos Aires

México 1992