UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y SOCIALES

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL POSICIONAMIENTO Y EXPANSIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE TORTILLAS Y FRITURAS DE ENSENADA, BAJA CALIFORNIA.

TESIS QUE
PARA OBTENER EL GRADO DE:
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTA

JORGE EZEQUIEL GALLO MEZA

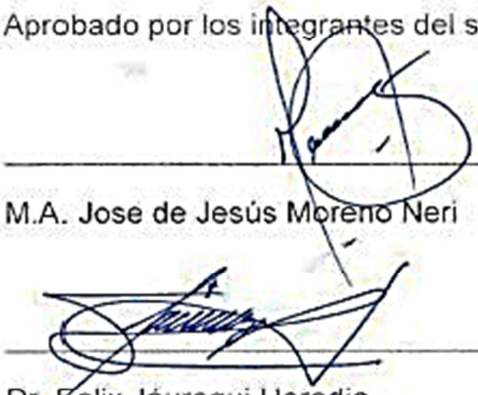
Ensenada, B.C. **Mayo del 2016.**

Constancia de Aprobación

Director de Tesis:

Dra. Virginia Guadalupe López Torres

Aprobado por los integrantes del sínodo:



M.A. Jose de Jesús Moreno Neri

Dr. Felix Jáuregui Heredia

Agradecimientos

Antes que nada, agradezco al Sr. Leonel Alfonso Rivas Cisneros por abrirme las puertas de su negocio para poder obtener todo tipo de datos e información referente al presente plan de negocios.

A mis padres Claudia Leticia Meza de la Torre y Jorge Gallo Velázquez por siempre buscar mi superación profesional y haberme brindado la motivación necesaria para estudiar un posgrado, además de apoyarme durante estos dos años que duro tal programa; pero sobre todo a la Dra. Virginia Guadalupe López Torres que con mucha paciencia se convirtió en un excelente apoyo y guía para poder culminar este proyecto.

A mis sínodos Jose de Jesús Moreno Neri y Felix Jáuregui Heredia por la aportación de sus conocimientos y experiencia en el transcurso del escrito.

Resumen

El presente proyecto se enfoca en realizar un plan de negocios a partir de un estudio de factibilidad del posicionamiento y expansión de una empresa productora de tortillas, frituras, y otros derivados del maíz la cual se encuentra ubicada en la ciudad de Ensenada, Baja California pero que cuenta con presencia comercial en gran parte del mismo estado. Se encontró que dicha entidad existe desde hace más de 45 años, manteniendo hasta la fecha una buena percepción entre los consumidores, lo cual hace que dicha investigación sirva como apoyo para aprovechar de una mejor forma tal ventaja en el mercado; además, se destaca que el proyecto presentado a continuación es factible financieramente y resulta rentable según los resultados obtenidos en el capítulo financiero del mismo.

Palabras clave: Estudio Técnico, Estudio Financiero y Estudio de Mercados

Contenido

Introducción..... 10
Contexto del Proyecto..... 10
Antecedentes Generales..... 13
Planteamiento del Problema..... 13
Objetivos del Trabajo Terminal..... 16

Capítulo I. Naturaleza del proyecto.
1.1 Nombre de la empresa..... 17
1.1.1 Lema y logotipos..... 17
1.2Descripción de la empresa..... 19
1.2.1Giro o sector..... 19
1.2.2 Tamaño..... 19
1.2.3 Ubicación..... 20
1.2.4 Descripción breve de producción o servicio 20
1.3 Misión y visión de la empresa..... 20
1.4 Objetivos de la empresa..... 21
1.5 Ventajas competitivas..... 24
1.6 Análisis dela industria o sector..... 24
1.7 Productor y/o servicios de la empresa..... 26
1.8 Impacto tecnológico, económico y ambiental..... 27

Capítulo II. El mercado.
2.1 Investigación de mercado 30
2.1.1 Conclusiones de la encuesta..... 54
2.2Estudio de mercado 55
2.3Distribución y puntos de venta..... 63
2.4Promoción del producto o servicio..... 64
2.5 Fijación y políticas de precio..... 65
2.6Plan de introducción al mercado..... 66
2.7Riesgos y oportunidades del mercado..... 66
2.8Sistema y plan de ventas..... 66
2.9 Plan de abastecimiento..... 67

Capítulo III. Producción.
3.1 Especificaciones del producto..... 69
3.2 Descripción del proceso de producción o prestación del servicio..... 72
3.3 Diagrama de flujo del proceso..... 76
3.4Características de la tecnología..... 81
3.5Equipo e instalaciones..... 81
3.6Materia prima..... 83
3.7 Capacidad instalada..... 84
3.8 Manejo de inventarios..... 86
3.9 Ubicación de la empresa..... 86
3.10 Diseño y distribución de la planta y oficinas..... 87
3.11 Mano de obra requerida..... 88
3.12 Programa de producción..... 88

Capítulo IV. Organización.
4.1 Estructura organizacional…….. 91
4.2 Funciones específicas por puesto ..…… 92
4.3 Capacitación del personal…… 110
4.4 Desarrollo de personal…… 111
4.5 Administración de sueldos y salarios…… 112
4.6 Evaluación del desempeño…… 113

Capítulo V. Finanzas.
5.1 Sistema contable de la empresa……..... 115
5.2Flujo de efectivo…… 123
5.3 Estados financieros proyectados …….. 125
5.4 Supuestos utilizados en las proyecciones financieras …… 134
5.5 Sistema de financiamiento…….. 149
5.6 Tasa Interna de Retorno y Valor Presente Neto …… 152

Capítulo VI. Riesgos críticos.
6.1 Análisis de Sensibilidad…… 154

Capítulo VII. Aspectos legales de implementación y operación.
7.1 Definición del régimen de constitución de la empresa…….. 156
7.2 Trámites de apertura……..... 157
7.3 Trámites fiscales…….. 158
7.4 Trámites laborales…….. 159

Conclusiones……..... 161

Anexos…… 164

Referencias…… 214

Índice de tablas

Tabla 0.1 Comportamiento en el precio promedio del gas LP (Anual)..…….. 14
Tabla 0.2 Comportamiento en el precio promedio del maíz (Anual)..…… 15
Tabla 1.1 Estratificación de las empresas……... 19
Tabla 1.2 Cartera de productos……... 27
Tabla 1.3 Personal total ocupado en la elaboración de tortillas y molienda de nixtamal…. 29
Tabla 2.1 Aplicación de encuestas por municipio de Baja California…….. 32
Tabla 2.2 Promedio de edad de encuestados…… 32
Tabla 2.3 Género sexual los encuestados…… 33
Tabla 2.4 Ciudad de origen de los encuestados..…… 33
Tabla 2.5 Nivel de ingresos semanales de los encuestados…….. 34
Tabla 2.6 Encuestados que conocen la organización..…….. 35
Tabla 2.7 Identifican la imagen de la organización…..…… 35
Tabla 2.8 Han consumido productos de la organización..…….. 35

Tabla 2.9 Frecuencia de consumo de productos de la entidad de los encuestados…….. 36
Tabla 2.10 Productos favoritos……. 37
Tabla 2.11 Grado de satisfacción con la organización…… 37
Tabla 2.12 Comparación con empresas del mismo sector……... 38
Tabla 2.13 Relación calidad–precio…….. 39
Tabla 2.14 Lugar de compra de productos..…….. 40
Tabla 2.15 Variable para compra de productos..…….. 40
Tabla 2.16 Influencia de empaques llamativos..…… 41
Tabla 2.17 Gasto semanal en compra de productos…… 41
Tabla 2.18 Frecuencia de consumo de tortilla de maíz…… 42
Tabla 2.19 Presentación ideal de tortilla de maíz…… 43
Tabla 2.20 Precio que se desembolsa en la compra de tortilla de maíz..…… 43
Tabla 2.21 Marca específica de tortilla de maíz…… 44
Tabla 2.22 Conoce el encuestado los nutrientes de la tortilla de maíz…….. 44
Tabla 2.23 Frecuencia de consumo de tortilla de harina…….. 45
Tabla 2.24 Presentación ideal de tortilla de harina…… 45
Tabla 2.25 Precio que se desembolsa en la compra de tortilla de harina…… 46
Tabla 2.26 Marca específica de tortilla de harina…… 47
Tabla 2.27 Frecuencia de consumo de tostadas…… 47
Tabla 2.28 Presentación ideal de las tostadas…….. 48
Tabla 2.29 Precio que se desembolsa en la compra de tostadas……... 49
Tabla 2.30 Marca específica de tostadas……..... 49
Tabla 2.31 Frecuencia de consumo de totopos…….. 50
Tabla 2.32 Presentación ideal de totopos…… 51
Tabla 2.33 Precio que se desembolsa en la compra de totopos…… 51
Tabla 2.34 Marca específica de totopos…….. 52
Tabla 2.35 Información de medios sobre obesidad influye en decisión de compra de los productos……..... 52
Tabla 2.36 Género encargado de los alimentos en los hogares…… 53
Tabla 2.37 Edad del encargado de comprar los alimentos en los hogares……... 53
Tabla 2.38 Población por municipio en el estado de Baja California…….. 57
Tabla 2.39 Distribución en el estado de sucursales Calimax……... 58
Tabla 2.40 Distribución en el estado de sucursales Comercial mexicana…… 58
Tabla 2.41 Distribución en el estado de sucursales Walmart…… 59
Tabla 2.42 Distribución en el estado de sucursales Soriana…… 59
Tabla 3.1 Especificaciones técnicas de la tortilla de maíz…… 69
Tabla 3.2 Especificaciones técnicas tortilla de harina……... 70
Tabla 3.3 Especificaciones técnicas tostada…….. 71
Tabla 3.4 Especificaciones técnicas totopos…….. 71
Tabla 3.5 Equipo requerido…… 81
Tabla 3.6 Equipo faltante requerido…….. 83
Tabla 3.7 Materia prima requerida…… 83
Tabla 3.8 Programa de producción…….. 89
Tabla 4.1 Descripción de puesto. Director General……... 92
Tabla 4.2 Descripción de puesto. Gerente de Producción…… 95
Tabla 4.3 Descripción de puesto. Gerente de Recursos Humanos…… 96
Tabla 4.4 Descripción de puesto. Gerente de Finanzas……... 97
Tabla 4.5 Descripción de puesto. Gerente de Ventas……... 98
Tabla 4.6 Descripción de puesto. Marketing……... 99
Tabla 4.7 Descripción de puesto. Auxiliar de Ventas…… 100
Tabla 4.8 Descripción de puesto. Cajero…… 101

Tabla 4.9 Descripción de puesto. Atención a Clientes…….. 102
Tabla 4.10 Descripción de puesto. Repartidor……. 103
Tabla 4.11 Descripción de puesto. Facturación…… 104
Tabla 4.12 Descripción de puesto. Mantenimiento…… 105
Tabla 4.13 Descripción de puesto. Producción…….. 106
Tabla 4.14 Descripción de puesto. Compras…….. 107
Tabla 4.15 Descripción de puesto. Almacenista…… 108
Tabla 4.16 Descripción de puesto. Contador General…….. 109
Tabla 4.17 Descripción de puesto. Auxiliar Contable…… 110
Tabla 5.1 Catálogo de cuentas de la organización …….. 115
Tabla 5.2 Flujo de efectivo proyectado a 5 años ……... 123
Tabla 5.3 Proyección del Estado de resultados a 5 años ..…… 125
Tabla 5.4 Proyección de estado financiero de posición a 5 años …….. 127
Tabla 5.5 Determinación del punto de equilibrio para el año 1 ……... 131
Tabla 5.6 Costos fijos para la determinación del punto de equilibrio…… 133
Tabla 5.7 Factores inflacionarios aplicados en la presentación de estados financieros…. 135
Tabla 5.8 Precio de venta (Año 1)…… 135
Tabla 5.9 Precio de venta (Año 2)……... 136
Tabla 5.10 Precio de venta (Año 3)…….. 137
Tabla 5.11 Precio de venta (Año 4)…….. 138
Tabla 5.12 Precio de venta (Año 5)…….. 139
Tabla 5.13 Costo de venta (Año 1)……... 140
Tabla 5.14 Costo de venta (Año 2)……... 140
Tabla 5.15 Costo de venta (Año 3)……... 141
Tabla 5.16 Costo de venta (Año 4)……... 142
Tabla 5.17 Costo de venta (Año 5)……... 143
Tabla 5.18 Gastos generales presupuestados para el año 1……... 144
Tabla 5.19 Depreciación (Año 1)…….. 146
Tabla 5.20 Depreciación (Año 2)…….. 147
Tabla 5.21 Depreciación (Año 3)…….. 147
Tabla 5.22 Depreciación (Año 4)…….. 148
Tabla 5.23 Depreciación (Año 5)…….. 148
Tabla 5.24 Amortizaciones para Crédito Automotriz…… 149
Tabla 5.25 Tasa Interna de Retorno…… 152
Tabla 5.26 Valor Presente Neto…… 153
Tabla 6.1 Análisis de Sensibilidad…… 154

Índice de Figuras

Figura 0.1 Cadena de valor del maíz blanco y amarillo …….. 11
Figura 0.2 Población por municipio en el estado de Baja California……... 12
Figura 1.1 Logotipo de la empresa..…… 18
Figura 3.1 Diagrama de flujo …… 76
Figura 3.2 Diagramas de flujo para la elaboración de tortilla de maíz…… 77
Figura 3.3 Diagramas de flujo para la elaboración de tortilla de harina...…… 78
Figura 3.4 Diagramas de flujo para la elaboración de tostadas …….. 79
Figura 3.5 Diagramas de flujo para la elaboración de totopo …….. 80
Figura 3.6 Plano de distribución de la planta ……... 87

Figura 4.1 Organigrama…….. 91
Figura 5.1 Grafica del punto de equilibrio (Año 1)…….. 133

Introducción

Contexto del Proyecto

La presente investigación, se realizó con la finalidad de potenciar el crecimiento y desarrollo de una entidad productora y distribuidora de tortillas, frituras y otros derivados del maíz de la ciudad de Ensenada, Baja California.

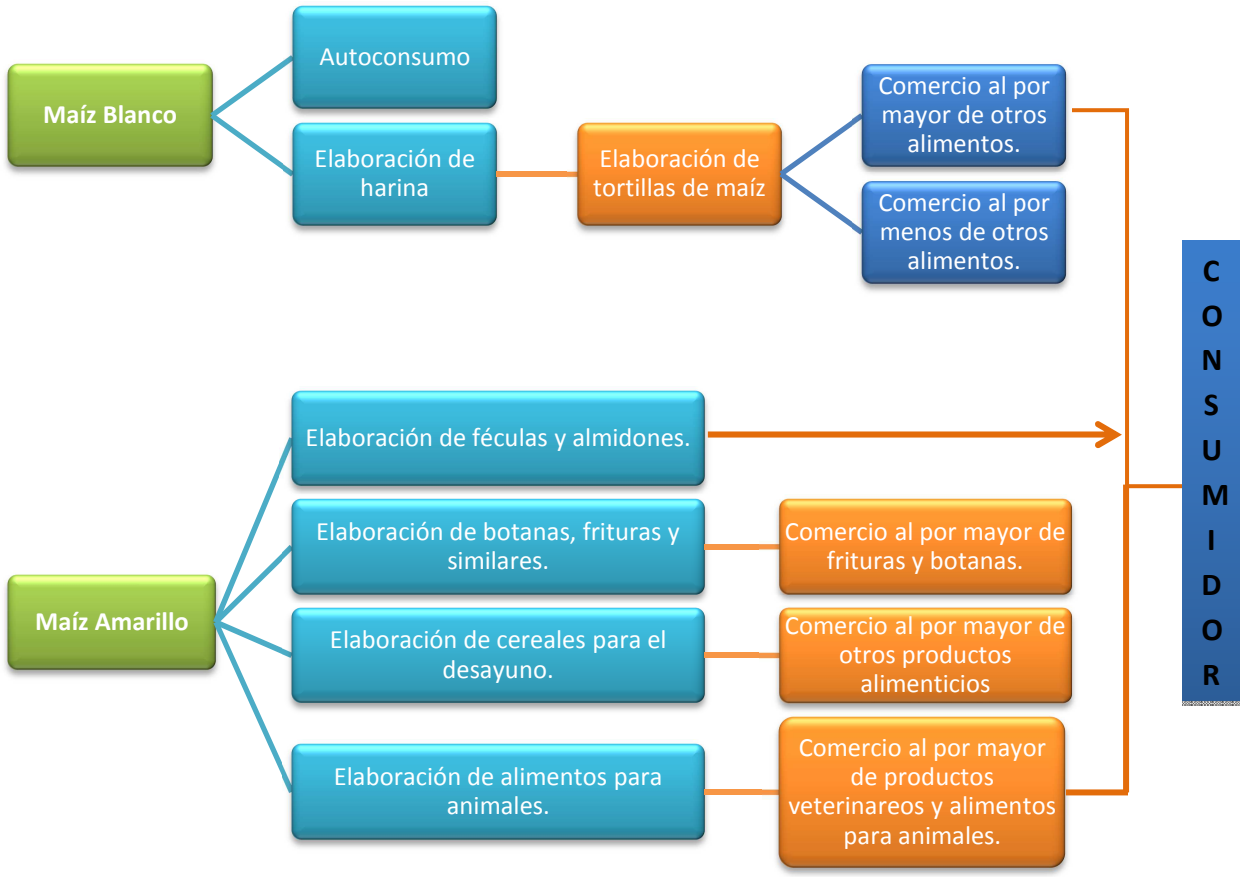
Actualmente, el mercado nacional del maíz está compuesto por diversas variedades entre las que destacan el maíz blanco y el amarillo, pero también existen otras variedades como el maíz de color y el pozolero. Sin embargo, las dos primeras son las que ocupan una importante participación en la producción y comercialización en el mercado nacional.

La primera de estas variedades es el maíz blanco, que es utilizado principalmente para consumo humano a través de diversos alimentos tradicionales, como atole, pan, tamales, entre otras, y principalmente como tortilla.

La segunda variedad es el maíz amarillo tiene aplicaciones para consumo humano, animal y de uso industrial, entre las que destacan la elaboración de féculas y almidones (insumo utilizado en la industria química, textil, alimentaria, entre otras); la elaboración de botanas, frituras y similares; cereales para el desayuno y producción de alimentos para animales (insumo utilizado para alimento balanceado para mascotas y el sector pecuario) (Secretaria de Economía, 2012).

En la Figura 0.1 se muestra de manera general la cadena de valor que involucra al maíz blanco y amarillo.

Figura 0.1 Cadena de valor del maíz blanco y amarillo.



Fuente: Secretaria de Economía (Dirección de Industrias Básicas).

Este proyecto se desarrolló en el estado de Baja California, el cual cuenta con 5 municipios y según el censo realizado en 2010 por INEGI cuenta con 3,155,070 habitantes (Figura 0.2), de los cuales un alto porcentaje del mismo es posible consumidor de este tipo de productos debido a que son base en la alimentación del país.

La distribución de la población se encuentra de la siguiente manera:

Figura 0. 2 Población por municipio en el estado de Baja California.

Fuente: INEGI, Censo de Población y Vivienda, 2010.

Baja California, al igual que todo el mercado nacional, muestra una gran aceptación a este tipo de productos, debido a la integración que tiene el maíz en la cultura mexicana, su representatividad en la gastronomía y en la economía del país, sin diferenciar de estratos económicos y/o sociales de la población. El consumo del maíz en la región en que se realizó este estudio se relaciona también con que en esta zona hay un gran consumo de mariscos frescos, lo cual hace que productos como la tostada y el totopo sean atractivos como complemento a este tipo de alimentos.

Por otra parte, según datos del Consejo Regulador de la Masa y la Tortilla (CRMT), la tortilla, forma parte de la dieta de casi la mayor parte de los mexicanos y se consumen alrededor de 80 kilogramos de tortilla al año per cápita, y en lo que respecta a las frituras, la compañía Barcel de México, presento un estudio el cual muestra que dentro de las botanas más consumidos en el país, el 21.3% es consumo de fritos a base de tortillas (García & Ramírez, 2012).

Al analizar los datos mencionados con anterioridad nos encontramos que esta investigación servirá de apoyo para que esta empresa que cuenta con más de 45 años en el mercado, logre un repunte dentro de su ciclo de madurez y siga manteniéndose competente a nivel estado ante otras organizaciones locales y nacionales del mismo rubro.

Antecedentes Generales

La empresa productora de tortillas, frituras y derivados del maíz objeto de estudio en esta investigación, nace en la ciudad de Ensenada, Baja California, en el año de 1966, siendo hasta la fecha una empresa familiar encaminada a la producción y venta de tortillas, frituras, y otros derivados del maíz. A la fecha cuenta con una planta de producción ubicada en: Fraccionamiento Costa Azul en Ensenada, Baja California; misma que sirve como el único punto de venta propio.

Actualmente, la organización mantiene presencia comercial en distintos mercados y comercios de las ciudades de Ensenada, Tijuana, Rosarito y Tecate, a los cuales distribuye mediante transporte propio y con el apoyo de distribuidores externos.

Planteamiento del Problema

La entidad productora de tortillas, frituras y derivados actualmente se encuentra en una etapa de desaceleración económica, lo cual lleva a que el crecimiento empresarial de la misma se encuentre un tanto pausado; según un análisis integral de organización elaborado por Cetys Universidad (2003) (Ver Anexo 1 y 2) se encontró que la empresa se encuentra en un 24% dentro de su Valor de Cumplimiento y mucho de esto se deriva a factores como:

- Falta de una adecuada planeación y administración.
- Deficiencias en logística.

- Inexistencia de programas para el desarrollo o capacitación del recurso humano.
- Falta de un buen sistema de costos.
- Poco conocimiento de la clientela.

Además, al realizar un análisis sobre el comportamiento de los precios de los insumos más utilizados por la entidad (maíz y gas LP), podemos observar (véase Tabla 0.1 y 0.2) que con el paso del tiempo han ido a la alza considerablemente, lo cual genera que los costos de producción se eleven; también recordar que productos derivados del maíz como la tortilla se encuentran regulados en cuanto a precio por parte del gobierno, y otros productos como las frituras y derivados se tienen que mantener a la par con los precios de la competencia.

Tabla 0.1 Comportamiento en el precio promedio del gas LP (Anual).

Año	Precio Promedio Anual por Kilogramo
2011	$9.4506
2012	$10.1544
2013	$10.6906
2014*	$11.4884

Fuente: Elaboración propia con datos de facturación de la empresa.
***Promedio calculado con datos del primer semestre del año 2014.**

Tabla 0.2 Comportamiento en el precio promedio del maíz (Anual).

Año	Precio Promedio Anual por Tonelada
2010	$2,750.00
2011	$5,400.00
2012	$5,200.00
2013	$5,150.00
2014*	$5,200.00

Fuente: Elaboración propia con datos de facturación de la empresa.
*Promedio calculado con datos del primer semestre del año 2014.

Estos factores se pudieran combatir ejerciendo un espíritu emprendedor el cual lleve a la empresa a generar mayores ventas, las cuales conlleven a la obtención de mejores utilidades (Belausteguigoitia, 2013); como por ejemplo aplicar herramientas como Economía de Escala, la cual se puede definir como una serie de características de la tecnología de una empresa que provocan una disminución en el costo promedio a largo plazo conforme el volumen de producción aumenta (Parkin, 2006), y al tener mayor producción será necesaria una expansión o consolidación de mercado la cual consiste en buscar nuevos grupos de consumidores variando el programa de marketing de la empresa para hacer los productos más atractivos en otras zonas o lugares (Munuera & Rodríguez, 2007).

Por lo tanto, con este proyecto se buscó potenciar el crecimiento de la empresa para consolidarse en los mercados, donde ya se cuenta con cierto posicionamiento (Ensenada, Tijuana, Rosarito y Tecate), e incursionar los productos en nuevos mercados como es el caso de la ciudad de Mexicali, aprovechando que cuenta con productos de muy buena calidad, y en su mayoría son de primera necesidad para la población (tal es el caso de derivados del maíz) y además a nivel local son bastante reconocidos y consumidos.

Objetivos del trabajo terminal

Objetivo general

- Analizar el mercado, los requerimientos técnicos y financieros requeridos para la expansión y posicionamiento de la empresa a fin de cubrir todo el estado de Baja California.

Objetivos específicos

- Determinar la demanda en el municipio de Mexicali.
- Analizar la competencia directa e indirecta.
- Analizar la prospectiva de ventas a corto, mediano y largo plazo.
- Definir las estrategias de operaciones de la expansión.
- Determinar los costos de la expansión y consolidación.
- Calcular el punto de equilibrio de la empresa.
- Analizar la factibilidad financiera de la expansión y consolidación.

Capítulo I

Naturaleza del proyecto

1.1 Nombre de la empresa

Razón social pretendida: Fábrica de Tortillas y Frituras de Ensenada SA de CV

Nombre Comercial: Tortillería Ensenada

Se utiliza el nombre comercial que actualmente maneja la empresa, esto debido a que la marca ya cuenta con cierto posicionamiento, aceptación y reconocimiento por parte del público.

1.1.1 Lema y logotipo

El slogan es una de las herramientas de mercadeo más importantes, ya que permite que los consumidores diferencien un producto al de su competencia. Un buen slogan debe contener como máximo ocho palabras y debe identificar claramente al producto o servicio, y resaltar los beneficios que lo hacen especial.

En pocas palabras, es una frase que atrapa, define y sintetiza la idea conceptual del producto o servicio (Entrepreneur, 2011).Entre algunos de los aspectos que se deben tomar en cuenta para la creación de un slogan se encuentran los siguientes:

1. Destacar tus propiedades respecto a la competencia.
2. Tiene que ser original y conciso.
3. Hacer que la marca rime con el slogan.
4. Utilizar la marca como concepto implícito.
5. Resumir que hace la marca.

Considerando lo anterior y tomando en cuenta que hoy en día la entidad no cuenta con un slogan bien definido (solamente hace mención en que sus productos son 100% elaborados con maíz), se propone el siguiente:

"100% Maíz y Calidad en su Sabor."

A su vez, el logotipo es la imagen gráfica de la empresa, históricamente se ha visto más como una necesidad que sólo una simple imagen. Hace algunas décadas, una tienda atraía a gente porque era la única en la ciudad, pero eso ha cambiado de manera radical. En los competitivos mercados actuales, la vista es el principal sentido de los clientes, lo que ha catapultado al logotipo a una nueva posición predominante en el comercio actual (Entrepreneur, 2013).

La entidad estudiada cuenta con su propio logotipo, el cual no ha sufrido cambio alguno desde su creación; por lo tanto, se hizo una ligera modificación del mismo para mejorar la percepción del público hacia la empresa, dicha modificación a su vez buscó dar un toque más fresco a la imagen de la empresa, pero sin perder su esencia, ya que mantendrá sus mismos colores y elementos los cuales son símbolo de identidad propia de la organización.

Figura 1.1 Logotipo de la empresa.

Fuente: Empresa. (No se muestra completamente).

1.2 Descripción de la Empresa

1.2.1 Giro o Sector

La empresa se encuentra dentro de los marcos normativos de las industrias manufactureras de alimentos, ya que se encarga de transformar materias primas (maíz, harina, etc.) en productos elaborados (tortillas, tostadas, totopos), y de acuerdo al portal electrónico del Servicio de Administración Tributaria (2013) el giro en el que se encuentra inscrita la empresa es el siguiente:

- Elaboración de Tortillas de Maíz y Molienda de Nixtamal.

1.2.2 Tamaño

Según el Diario Oficial de la Federación en su publicación del día 30 de junio del 2009, el tamaño de las empresas se determinara con la formula mostrada al final de la Tabla 1.1, la cual se basa en su número de empleados y monto de ventas anuales. Al realizar la operación con datos correspondientes a la empresa, observamos que su puntuación la coloca como pequeña industria, ya que su tope máximo combinado (17.8) ronda entre el 4.6 y el 95.

Tabla 1.1 Estratificación de las empresas.

Estratificación				
Tamaño	Sector	Rango de número de Trabajadores	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta $4	4.6
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde $4.01 hasta $100	93
	Industria y Servicios	Desde 11 hasta 50	Desde $4.01 hasta $100	95

Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde $100.01 hasta $250	235
	Servicios	Desde 51 hasta 100	Desde $100.01 hasta $250	235
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde $100.01 hasta $250	250

Fuente: Elaboración propia. Datos del Diario Oficial de la Federación (30/06/2009).

*Tope máximo combinado = (Trabajadores) * 10% + (Ventas Anuales) * 90%

1.2.3 Ubicación

La matriz de la entidad estará ubicada en una zona céntrica y accesible de la ciudad de Ensenada, B. C. Dirección: Frac. Costa Azul, Ensenada, Baja California C.P. 22890.

1.2.4 Descripción breve de producción o servicio

El objetivo principal de la entidad es la elaboración de productos derivados del maíz, tal es el caso de: tortillas de maíz, totopos y tostadas; además de otros productos como la tortilla de harina que sirvan para acompañar el desayuno, comida y cena de la población.

También se encargará de crear un plan de acción para mejorar la comercialización y distribución de los mismos a lo largo de los distintos puntos de venta en el estado de Baja California.

1.3 Misión y Visión de la Empresa

“La misión de una empresa está formada por el objetivo básico y los valores de la organización, así como por su alcance operativo” (Bateman & Snell, 2005). La

organización a lo largo de su existencia nunca ha establecido una misión que seguir, por lo que a continuación se propone la siguiente:

Misión

Ofrecer al mercado, productos de la más alta calidad, utilizando lo mejor en cuanto a materia prima y procedimientos, otorgando siempre un alto grado de compromiso y responsabilidad hacia nuestros clientes, empleados y la sociedad en general.

Una visión será hacia donde la empresa quiere llegar en un futuro, esto lógicamente es pensando a largo plazo con el propósito de que los miembros de la misma se sientan comprometidos con la organización. Según Bateman y Snell (2005) "La visión es una imagen mental de un estado futuro posible y deseable de la organización, expresa las ambiciones del líder con respecto a la organización."

Al igual que la misión, la organización no tiene establecida una visión, por lo que a continuación se propone la siguiente:

Visión

Ser líder absoluto en producción, comercialización y distribución de productos derivados del maíz en todo el estado de Baja California, así como ir emprendiendo camino a otros mercados locales del país.

1.4 Objetivos de la Empresa

"Los objetivos son los fines que se persiguen por medio de una actividad de una u otra índole" (Koontz & Weihrich, 2004). En ellos se establecen metas a corto, mediano y largo plazo para la empresa.

Objetivos a corto plazo

Los objetivos a corto plazo deben ser realizables en menos de un año y dentro de los que esta organización tendrá de acuerdo con Entrepreneur (2010) y Vega (2010) son:

- Protocolización del acta constitutiva mediante un notario público.
- Aviso Notarial a la Secretaria de Relaciones Exteriores.
- Presentación ante el Registro Público de la Propiedad y el Comercio.
- Inscripción ante el Servicio de Administración Tributaria.
- Registro patronal ante FONACOT.
- Altas Patronales y Obreras ante el IMSS e INFONAVIT.
- Aviso al Registro Estatal de Causantes.
- Inscripción de la empresa ante la Secretaria de Salud.
- Solicitud de Uso de Suelo ante la Secretaria de Desarrollo Urbano y Ecología.
- Establecimiento de la Comisión de Seguridad e Higiene, Comisión de Capacitación y Adiestramiento, e Inscripción de los Planes y Programas de Capacitación y Adiestramiento ante la Secretaria de Trabajo.
- Registro ante el Sistema de Información Empresarial Mexicano
- Aviso de inscripción como empresa generadora de residuos ante la Secretaria de Protección al Medio Ambiente y Recursos Naturales.
- Dar aviso de funcionamiento a la Cámara Nacional de la Industria de Producción de la Masa y la Tortilla.

Además:

- Obtener permiso por parte del Cuerpo de Bomberos y Protección Civil.
- Registro de marca ante el Registro Público de la Propiedad Industrial.
- Rediseño del área de producción de la planta.
- Reestructuración de puestos y áreas dentro de la organización.
- Implementación de un eficiente sistema de control interno.

- Contratación de personal calificado dependiendo el puesto y evaluación de los trabajadores que ya pertenecen a la organización.
- Rediseño del sistema de logística de la empresa.
- Periódicos estudios de costo de producción por producto.
- Contratación de un seguro empresarial.
- Reposicionamiento de la marca donde ya se cuenta con presencia comercial.
- Mantener convenios de distribución con mercados Calimax.
- Creación de página web y red social.

Objetivos a Mediano Plazo

Estos abarcan periodos mayores a un año hasta cinco años, la empresa pretende los siguientes:

- Contar con 5 puntos de venta propios en la ciudad de Ensenada (Uno por año).
- Comenzar con la introducción de los productos hacia el municipio de Mexicali (Año 5).
- Introducir los productos a nivel estatal en grandes cadenas minoristas como Soriana, Walmart y Comercial Mexicana (Año 3).

Objetivos a Largo Plazo

Aquí se consideran los objetivos mayores a cinco años y se basan en la visión y orientación que tomara la empresa. Los principales son los siguientes:

- Contar con almacén de mercancías en cada ciudad donde se distribuye.

1.5 Ventajas Competitivas

Una ventaja competitiva se define como la condición favorable que obtienen las empresas al realizar actividades de manera más eficiente que sus competidores, lo que refleja en un costo inferior o realizarlas de una forma peculiar que les permite crear un mayor valor para los compradores y obtener un sobre precio. Para ser realmente efectiva, según Álvarez (2011) una ventaja competitiva debe ser:

1. Difícil de igualar.
2. Única.
3. Posible de mantener.
4. Netamente superior a la competencia.
5. Aplicable a variadas situaciones del mercado.

Por lo tanto, al tomar en cuenta los elementos mencionados en el párrafo anterior, encontramos las siguientes ventajas competitivas actuales con las que cuenta la entidad:

1. Experiencia de casi 50 años en el mercado local.
2. Reconocimiento y buena imagen de la empresa por parte del público.
3. Productos elaborados con la más alta calidad de insumos.
4. Ajuste de productos con respecto a necesidades específicas de clientes potenciales.

1.6 Análisis de la industria o sector

El maíz es el cultivo más importante de la agricultura mexicana, no sólo por la relevancia que en materia de alimentación representa para la población, sino por sus múltiples usos como materia prima en la industria, ya sea como insumo directo o los

subproductos de éste. Por ello se tienen diferentes subsectores industriales que demandan grano de maíz:

a) Pecuario.
b) Almidones.
c) Otras industrias, como los cereales y botanas.
d) Masa y tortilla.
e) Harina de maíz nixtamalizada.

En lo que se refiere a la industria de la masa y la tortilla, la producción nacional de maíz blanco cubre de manera satisfactoria la demanda de este grano (SIAP, 2007).

De acuerdo con estimaciones de la Cámara Nacional de Maíz Industrializado (CNMI), en 2006 la demanda de maíz grano para la elaboración de tortilla fue de 10.6 millones de toneladas. De este total, la industria harinera procesó el 35%, porcentaje que representa 3.7 millones de toneladas, aproximadamente; alrededor de 3.4 millones de toneladas (32% del total) se destinó a la industria de la masa y la tortilla a través de establecimientos formales conocidos como tortillerías, localizados en ciudades y centros de población de todo el país.

Mientras que el 33% restante (3.5 millones de toneladas) corresponde al que la población rural utiliza para producir la tortilla a nivel familiar, pasando a ser un componente del ingreso del hogar.

Se estima que un kilogramo de maíz grano rinde en promedio1.370 kilogramos de tortilla, en el proceso tradicional de nixtamalización. Mientras que en la producción de harina rinde 1.650 kilogramos de tortilla. El consumo anual de tortilla en el país asciende a 13.6 millones de toneladas.

En conjunto, la cadena maíz-tortilla representa por sí sola, el uno por ciento del producto interno bruto, con una derrama económica de aproximadamente 90 872 millones de pesos al año. Eso involucra a 2 millones de campesinos y agricultores de maíz.

Existen cuatro grandes fabricantes de harina de maíz (Maseca, Minsa, Agroinsa y Hamasa) pero también existen agricultores que muelen maíz propio. Se calcula que en el país hay entre 10 mil y 12 mil molinos de nixtamal, la mayor parte se trata de microempresas y en conjunto elaboran la masa con la que se produce 54 por ciento de las tortillas que se consumen en el país, aproximadamente.

El resto del mercado corresponde a la industria harinera, en la que Maseca asegura participar con el 71 por ciento.

Con respecto de la Industria de la Masa y la Tortilla, más de la mitad de la producción del maíz grano del país se destina a este fin, dado que representa el principal alimento del mexicano. Dicha industria está dividida en dos segmentos, las grandes empresas (Maseca y GIMSA) y los pequeños industriales de la masa y la tortilla, misma que se caracteriza por ser altamente segmentada.

1.7 Productos de la Empresa

La cartera de productos que manejará la empresa será la que actualmente utiliza y está basada en el grano de maíz (Tabla 1.2); uno de los principales productos derivados del mismo es la tortilla, la cual cuenta con los siguientes beneficios (Maseca, 2013):

- No contiene colesterol y ayuda al corazón.
- Cuenta con propiedades diuréticas.
- Es alta en fibra, ayuda a la digestión.
- Alto contenido en calcio.
- Aporta misma energía que un plátano.
- Es baja en calorías y sodio.
- No contiene gluten, es ideal para celiacos.
- Contribuye a tener huesos sanos y fuertes.
- Previene alergias.
- Cuida tu sistema respiratorio.

Tabla 1.2 Cartera de productos.

	Producto	Presentación
1	Tortilla de Harina	12 Piezas
2	Tortilla de Harina Chica	12 Piezas
3	Tortilla de Maíz	1 Kg, 500 Grs.
4	Tostada Plana	50 Piezas/25 Piezas/10 Piezas.
5	Totopos	2.5 Kgs/1 Kg/500 Grs/250 Grs.

Fuente: Elaboración propia.

1.8 Impacto Tecnológico, Económico y Ambiental

El impacto de la tecnología en las empresas ha sido cada vez más importante en los últimos años, ya que cada vez se han ido incorporando nuevas tecnologías y se han producido grandes avances dentro de las mismas. Estas innovaciones tecnológicas han facilitado sus tareas y han generado la creación de nuevos procesos de producción.

Una empresa que incorpora las nuevas tecnologías es más competitiva, cuenta con mayores recursos de producción y competitividad, mientras que las que no invierten en tecnología se van quedando atrás. Esto depende mucho de la empresa de la que se trata, pero está claro que una empresa que va incorporando nuevas tecnologías se encuentra en avance constante (Soto, 2011).

Al observar los catálogos de los principales proveedores de maquinaria que actualmente existen en el mercado (Tortilladoras Celorio, Villamex, Mextor, Grupo Industrial Verduzco), se observa que no se tendrá un gran impacto tecnológico, ya que actualmente la producción en este tipo de organizaciones se realiza de manera

tradicional y no aplica el uso de una tecnología bastante sofisticada para su correcto funcionamiento.

El impacto ambiental, el cual se define como un instrumento de gestión ambiental que permite a los empresarios que una vez autorizados sus proyectos de inversión, garanticen la sustentabilidad de su desarrollo, con el establecimiento de medidas para la protección del ambiente y el aprovechamiento racional de los recursos naturales (SEMARNAT, 2013).

Aquí será necesario cumplir con todas las disposiciones necesarias para la obtención de licencias ante la Secretaria de Protección al Medio Ambiente y Recursos Naturales, esto debido a las posibles emisiones de contaminantes y residuos en el proceso industrial de la producción de masa de nixtamal y harina de maíz nixtamalizado, ya que uno de los ingredientes básicos es el agua. El agua se emplea durante la etapa de cocimiento del maíz limpio, con hidróxido de calcio (cal hidratada) y como fuente de energía vapor. También se utiliza en una etapa subsecuente llamada lavado de nixtamal; al líquido de cocimiento y lavado obtenido durante el proceso de nixtamalización se le denomina nejayote. El nejayote es el agua residual del proceso y está formado principalmente por agua, cal, pequeñas partículas del maíz, almidones, hemicelulosa y demás componentes del maíz (MINSA, 2011).

Dentro del impacto económico de esta entidad, vemos que este se verá reflejado en el número de empleos que llegue a generar en el periodo de vida de la misma. En la Tabla 1.3 podemos observar el número de empleos por mes que genera esta actividad a nivel nacional (Elaboración de Tortillas y Molienda de Nixtamal).

Tabla 1.3 Personal total ocupado en la elaboración de tortillas y molienda de nixtamal.

Periodo	Número de personas
2013/05	173,480
2013/04	173,375
2013/02	173,480
2013/01	173,060
2012/12	173,441
2012/11	173,441
2012/10	173,445
2012/09	173,445
2012/08	173,445
2012/07	173,550
2012/06	175,807
2012/05	173,445
2012/04	173,345
2012/03	173,449
2012/02	173,033
2012/01	173,490

Fuente: Banco de Información Económica de INEGI.

Capítulo II

El mercado

2.1 Investigación de mercados

Para poder llevar a cabo un plan de negocios se debe realizar una excelente investigación para obtener la información necesaria y determinar los aspectos importantes en la elaboración del plan.

Según Aakeer, Kumar, Day (2001), dice que el enfoque de la investigación depende de la naturaleza del estudio que se desee llevar a cabo, y nos señala que existen tres tipos de investigación como lo son: La investigación exploratoria, la investigación causal y la investigación descriptiva.

Este proyecto se llevó a cabo a través de una investigación de tipo exploratorio, misma que se emplea cuando está buscándose un conocimiento más profundo sobre algún problema, sus alternativas de decisión y las variables que se deben considerar; en este caso podemos tener un conocimiento previo en cual basarnos.

Y por otra parte, terminó con una investigación descriptiva, que comprende una gran parte de la recolección de datos; además de que tiene el propósito de dar una visión exacta en un aspecto específico del comportamiento del mercado, así como la evaluación y opinión de los consumidores con respecto a los productos que se ofrecen en cada organización.

La investigación de mercados nos proporcionará todos los datos relevantes sobre nuestros clientes potenciales. Esta nos va a ofrecer un acercamiento a nuestros clientes de forma que podamos entender mejor que es lo que quieren de un producto o servicio en específico. “La investigación en mercadotecnia es de gran ayuda para los gerentes en la toma de decisiones” (Czinkota & Kotabe, 2001).

Para la investigación de mercados se aplicó el instrumento de encuesta (Ver Anexos), compuesta por 36 reactivos de los cuales 34 son de opción múltiple, una es de respuesta abierta y otra más de ordenamiento.

Lo que se pretende en esta encuesta es conocer los siguientes puntos:

- Relación entre estrato social y el consumo de tortillas, frituras, etc.
- Opinión de la gente con respecto a la empresa.
- Determinar el posicionamiento actual de la empresa.
- Conocer la frecuencia con la que los posibles clientes están consumiendo este tipo de productos.
- Saber de qué género y edad son los encargados de las compras de alimentos en las familias, para con ello determinar qué medios de publicidad son los más adecuados.
- Analizar la idea de cambiar la presentación por empaques más frescos y modernos.
- Saber en qué lugares la gente está realizando sus compras, para con ello establecer los puntos de venta.
- Conocer cuánto están gastando las familias en este tipo de productos.
- Conocer el tipo de presentación (número de piezas, peso, tamaño) que prefiere el consumidor de los diferentes productos.
- Conocer a la competencia directa de la empresa.
- Conocer si el tema de la obesidad está afectando el consumo a este tipo de productos.

La encuesta fue aplicada a 295 personas de los distintos municipios del estado de Baja California, utilizando un intervalo de confianza del 95%; la distribución de las encuestas a lo largo de las ciudades del estado se determinó por proporción de población, la cual fue tomada de datos del Censo 2010 del Instituto Nacional de Geografía y Estadística, quedando de la siguiente forma:

Tabla 2.1 Aplicación de encuestas por municipio de Baja California.

Municipio	Número de Encuestas
Ensenada	57
Mexicali	114
Rosarito	11
Tecate	12
Tijuana	101
Total	295

Fuente: Elaboración propia.

Para la aplicación de la misma, es importante mencionar que los sujetos de estudio fueron seleccionados de manera aleatoria, es decir, que podía ser incluida cualquier persona residente del estado Baja California con capacidad de leer y comprender la encuesta (preferentemente mayores de 20 años), ya que gran parte de ellos es posible consumidor a alguno de los productos que ofrece la empresa.

A continuación se muestra una serie de tablas con los resultados de la encuesta aplicada, así como una breve explicación del significado de cada una de ellas.

Tabla 2.2 Promedio de edad de encuestados.

Media	N	Desviación estándar
38.8508	295	12.17607

Fuente: Elaboración propia.

Se aplicó la encuesta a 295 habitantes distribuidos a lo largo de los municipios de Ensenada, Rosarito, Tecate, Tijuana y Mexicali, todos en el estado de Baja California, obteniendo una media de edad de 38.8508 años entre los encuestados.

Tabla 2.3 Género sexual de los encuestados.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
MASCULINO	127	43.1	43.1	43.1
FEMENINO	168	56.9	56.9	100.0
Total	295	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

Del total de los encuestados, el 56.9% fueron mujeres y el 43.1% hombres, se buscó un poco más la opinión de las mujeres ya que en cuestiones de compra de alimentos en los hogares, tradicionalmente cuentan con mayor poder de decisión.

Tabla 2.4 Ciudad de origen de los encuestados.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
ENSENADA	57	19.3	19.3	19.3
TIJUANA	101	34.2	34.2	53.6
MEXICALI	114	38.6	38.6	92.2
TECATE	12	4.1	4.1	96.3
ROSARITO	11	3.7	3.7	100.0
Total	295	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

Se aplicaron encuestas en los 5 municipios del estado de Baja California, el 38.6% de las encuestas se aplicó en la ciudad de Mexicali, el 34.2% en la ciudad de Tijuana, el 19.3% en Ensenada, y 7.8% en conjunto representan las encuestas realizadas en menor proporción a las ciudades de Tecate y Rosarito, esto debido a que cuentan con una población menor en proporción con las primeras tres ciudades mencionadas con anterioridad.

Tabla 2.5 Nivel de ingresos semanales de los encuestados.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Igual o menor a 20 SMG	116	39.3	39.3	39.3
Mayor a 20 SMG hasta 40 SMG	104	35.3	35.3	74.6
Mayor a 40 SMG hasta 60 SMG	46	15.6	15.6	90.2
Mayor a 60 SMG hasta 80 SMG	18	6.1	6.1	96.3
Mayor a 80 SMG	11	3.7	3.7	100.0
Total	295	100.0	100.0	

Fuente Elaboración propia.

Se tomó en cuenta el nivel social de los encuestados para conocer la relación entre estrato social y el consumo de los tipos de alimentos que ofrece la organización, la mayor parte de los encuestados (39.3%) son personas que perciben semanalmente la cantidad equivalente a 20 salarios mínimos generales vigentes o menor.

Tabla 2.6 Encuestados que conocen la organización.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	SI	145	49.2	49.2	49.2
	NO	150	50.8	50.8	100.0
	Total	295	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

Del total de los encuestados, el 49.2% de ellos mencionó conocer o haber escuchado hablar de la empresa, como dato relevante observamos que en la ciudad de origen de la entidad (Ensenada), el 100% de los encuestados de la localidad conoce la empresa.

Tabla 2.7 Identifican la imagen de la organización.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	SI	145	49.2	100.0	100.0
Perdidos	Sistema	150	50.8		
Total		295	100.0		

Fuente: Elaboración propia.

De igual manera, del 49.2% de encuestados que mencionó conocer la empresa, el 100% de ellos señaló que identifica fácilmente la imagen de la misma.

Tabla 2.8 Han consumido productos de la organización.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado

	SI	145	49.2	100.0	100.0
Perdidos	Sistema	150	50.8		
Total		295	100.0		

Fuente: Elaboración propia.

Además, el mismo porcentaje de los encuestados que indicó conocer la empresa (49.2%), el 100% de ellos menciono alguna vez haber consumido alguno de los productos que esta organización ofrece.

Tabla 2.9 Frecuencia de consumo de productos de la entidad de los encuestados.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Diario	2	.7	1.4	1.4
	Un día a la semana	6	2.0	4.1	5.5
	Dos o tres veces a la semana	10	3.4	6.9	12.4
	Dos o tres veces al mes	13	4.4	9.0	21.4
	Esporádicamente	114	38.6	78.6	100.0
	Total	145	49.2	100.0	
Perdidos	Sistema	150	50.8		
Total		295	100.0		

Fuente: Elaboración propia.

Del porcentaje de los encuestados que mencionó conocer la empresa (49.2%), el 78.6% de ese total dijo consumir esporádicamente alguno de los productos que ofrece la empresa, el 9% indicó consumirlo entre dos y tres veces a la semana, el 6.9% dijo

consumir productos de dos a tres veces por semana, y en menor medida el 5.5% consume productos ya sea diario o un día a la semana.

Tabla 2.10 Productos favoritos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	TORTILLA DE MAIZ	20	6.8	13.8	13.8
	TOSTADAS	82	27.8	56.6	70.3
	TOTOPOS	40	13.6	27.6	97.9
	OTROS	3	1.0	2.1	100.0
	Total	145	49.2	100.0	
Perdidos	Sistema	150	50.8		
Total		295	100.0		

Fuente: Elaboración propia.

Del porcentaje de los encuestados que señaló conocer la empresa (49.2%), el 56.6% de ese total selecciono las tostadas como producto favorito que ofrece la organización, el 27.6% seleccionó los totopos, el 13.8% las tortillas de maíz y el 2.1% otros productos.

Tabla 2.11 Grado de satisfacción con la organización.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Completamente insatisfecho	1	.3	.7	.7
	Satisfecho	105	35.6	72.4	73.1

	Completamente satisfecho	18	6.1	12.4	85.5
	Indiferente	21	7.1	14.5	100.0
	Total	145	49.2	100.0	
Perdidos	Sistema	150	50.8		
Total		295	100.0		

Fuente: Elaboración propia.

Del porcentaje de los encuestados que mencionó conocer la empresa (49.2%), la mayor parte (72.4%) mostro estar satisfecho con los productos que se ofrecen, el 14.5% se mostró indiferente ante la pregunta, el 12.4% mencionó estar completamente satisfecho, y en menor medida (0.7%) se mostraron completamente insatisfechos.

Tabla 2.12 Comparación con empresas del mismo sector.

		Frecuencia	**Porcentaje**	**Porcentaje válido**	**Porcentaje acumulado**
	Más o menos igual	65	22.0	44.8	44.8
	Mejor	54	18.3	37.2	82.1
	Mucho mejor	6	2.0	4.1	86.2
	Indiferente	20	6.8	13.8	100.0
	Total	145	49.2	100.0	
Perdidos	Sistema	150	50.8		
Total		295	100.0		

Fuente: Elaboración propia.

Del porcentaje de los encuestados (49.2%) que mencionó conocer la empresa, el 44.8% señalo que comparando la empresa con entidades del mismo sector, lo ofrecido es más o menos igual a lo existente en el mercado, el 37.2% dijo son mucho mejor, y en menor medida el 17.9% señaló que los productos son mucho mejor o se mostraron indiferentes ante la pregunta.

Tabla 2.13 Relación Calidad - precio.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Regular	37	12.5	25.5	25.5
	Buena	71	24.1	49.0	74.5
	Excelente	5	1.7	3.4	77.9
	Indiferente	32	10.8	22.1	100.0
	Total	145	49.2	100.0	
Perdidos	Sistema	150	50.8		
Total		295	100.0		

Fuente: Elaboración propia.

Del porcentaje de los encuestados que mencionaron conocer la empresa (49.2%), el 49% de ese total cree que la relación entre calidad y precio de los productos que ofrece la organización es buena, el 25.5% la considera regular, al 22.1% de los encuestados les fue indiferente la pregunta y la minoría (3.4%) dijo que es excelente.

Tabla 2.14 Lugar de compra de productos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mini-mercados/abarrotes	111	37.6	37.6	37.6
Expendios de tortillas y frituras	101	34.2	34.2	71.9
Tiendas de conveniencia	10	3.4	3.4	75.3
Supermercados	73	24.7	24.7	100.0
Total	295	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

Del 100% de los encuestados, el 37.6% mencionó que el lugar donde generalmente prefiere realizar la compra de este tipo de productos es en mini mercados o abarrotes, el 34.2% opta acudir directamente a expendios de tortillas y frituras, el 24.7% realiza este tipo de compras en supermercados y en menor medida (3.4%) en tiendas de conveniencia.

Tabla 2.15 Variable para compra de productos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Precio	67	22.7	22.7	22.7
Calidad	79	26.8	26.8	49.5
Marca	10	3.4	3.4	52.9
Sabor	137	46.4	46.4	99.3
Empaque	2	.7	.7	100.0

	Total	295	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración previa.

En esta pregunta se determinó que la variable más importante que distingue un producto entre una marca y otra es el sabor (46.4%), seguido por la calidad del mismo (26.8%), después el precio (22.7%) y en menor proporción la marca y el empaque (4.1%).

Tabla 2.16 Influencia de empaques llamativos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	SI	171	58.0	58.0	58.0
	NO	124	42.0	42.0	100.0
	Total	295	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 2.16 se puede observar que del total de los encuestados, el 58% mencionó que un empaque llamativo muchas veces si puede llegar a influir en la decisión de compra entre una marca y otra, el 42% mencionó que para ellos no es importante este aspecto.

Tabla 2.17 Gasto semanal en compra de productos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Entre 0 y 100 pesos	254	86.1	86.1	86.1
Entre 101 y 200 pesos	35	11.9	11.9	98.0
Entre 201 y 300	3	1.0	1.0	99.0

pesos				
Indiferente	3	1.0	1.0	100.0
Total	295	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

En la mayoría de los hogares de los encuestados (86.1%) se observa que están gastando entre 0 y 100 pesos promedio semanales por la compra de tostadas, totopos, tortillas de maíz y de tortillas de harina.

Tabla 2.18 Frecuencia de consumo de tortilla de maíz.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Diario	106	35.9	35.9	35.9
Un día a la semana	55	18.6	18.6	54.6
Dos o tres veces a la semana	84	28.5	28.5	83.1
Dos o tres veces al mes	27	9.2	9.2	92.2
Esporádicamente	23	7.8	7.8	100.0
Total	295	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

En esta pregunta observamos una opinión muy dividida, ya que el 35.9% de los encuestados señalaron consumir este producto de manera diaria, el 28.5% lo consume de dos a tres veces a la semana, el 18.6% un día a la semana, el 9.2% dos o tres veces al mes y en menor medida, el 7.8% lo consume esporádicamente.

Tabla 2.19 Presentación ideal de tortilla de maíz.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
250 GRS	4	1.4	1.4	1.4
500 GRS	67	22.7	22.7	24.1
750 GRS	9	3.1	3.1	27.1
1 KG	215	72.9	72.9	100.0
Total	295	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

Se observa claramente que las presentaciones ideales para los encuestados en este tipo de producto es el kilo (72.9%) y medio kilo (22.7%).

Tabla 2.20 Precio que se desembolsa en la compra de tortilla de maíz.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos de 14	87	29.5	29.5	29.5
Entre 14 y 15	139	47.1	47.1	76.6
16	40	13.6	13.6	90.2
Más de 16	10	3.4	3.4	93.6
Desconozco	19	6.4	6.4	100.0
Total	295	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

En esta pregunta también se obtuvo una opinión dividida entre los encuestados, la mayoría (47.1%) está desembolsando entre 14 y 15 pesos por la compra de un kilogramos de tortilla de maíz, el 29.5% menciono estar pagando menos de 14 pesos, el 3.4% más de 16 pesos, y el 6.4% dijo desconocer el precio del mismo.

Tabla 2.21 Marca especifica de tortilla de maíz.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	SI	110	37.3	37.3	37.3
	NO	185	62.7	62.7	100.0
	Total	295	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

El 62.7% menciona no tener preferencia por alguna marca de tortilla de maíz en específico, y como se observó en la tabla 2.15 los encuestados se están basando en el sabor para comprar productos, cabe mencionar que el 37.3% dijo si tener una marca en específico, la cual suelen consumir con regularidad.

Tabla 2.22 Conoce el encuestado los nutrientes de la tortilla de maíz.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	SI	258	87.5	87.5	87.5
	NO	37	12.5	12.5	100.0
	Total	295	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

El 87.5% de los encuestados dijo conocer los aspectos positivos y nutritivos que conlleva el consumo de tortilla de maíz, el 12.5% dijo desconocer de los beneficios que esta otorga.

Tabla 2.23 Frecuencia de consumo de tortilla de harina.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Diario	11	3.7	3.7	3.7
Un día a la semana	80	27.1	27.1	30.8
Dos o tres veces a la semana	62	21.0	21.0	51.9
Dos o tres veces al mes	50	16.9	16.9	68.8
Esporádicamente	92	31.2	31.2	100.0
Total	295	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

En esta pregunta observamos una opinión muy dividida, ya que el 31.2% de los encuestados señalo consumir este producto de manera esporádica, el 27.1% lo consume un día a la semana, el 21.0% dos o tres veces a la semana, el 16.9% dos o tres veces al mes y en menor medida, el 3.7% lo consume diariamente.

Tabla 2.24 Presentación ideal de tortilla de harina.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
12 piezas	106	35.9	35.9	35.9

	chica				
	12 piezas normal	146	49.5	49.5	85.4
	18 piezas normal	27	9.2	9.2	94.6
	22 piezas normal	16	5.4	5.4	100.0
	Total	295	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

Se observa que las presentaciones ideales para los encuestados en este tipo de producto son las 12 piezas tortilla chica (35.9%) y 12 piezas de tamaño normal (49.5%).

Tabla 2.25 Precio que se desembolsa en la compra de tortilla de harina.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Entre 10 y 15 pesos	165	55.9	55.9	55.9
	Entre 16 y 20 pesos	105	35.6	35.6	91.5
	Entre 21 y 25 pesos	4	1.4	1.4	92.9
	Más de 25 pesos	2	.7	.7	93.6
	Desconozco	19	6.4	6.4	100.0
	Total	295	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

La mayoría de los encuestados (55.9%) están desembolsando entre 10 y 15 pesos por la compra de un paquete de tortilla de harina, el 35.6% entre 16 y 20 pesos, una menor cantidad (8,5%) desembolsan más de 21 pesos o desconocen el precio que realizan por la compra de un paquete.

Tabla 2.26 Marca especifica de tortilla de harina.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	88	29.8	29.8	29.8
NO	207	70.2	70.2	100.0
Total	295	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

El 70.2% menciona no tener preferencia por alguna marca de tortilla de harina en específico, pero se determinó que la población cuenta con cierto favoritismo por la tortilla de harina realizada de manera casera, el 29.8% menciono si tener una marca en específico a la cual suelen consumirle.

Tabla 2.27 Frecuencia de consumo de tostadas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Diario	15	5.1	5.1	5.1
Un día a la semana	63	21.4	21.4	26.4
Dos o tres veces a la semana	43	14.6	14.6	41.0
Dos o tres veces	73	24.7	24.7	65.8

	al mes				
	Esporádicamente	101	34.2	34.2	100.0
	Total	295	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

En esta pregunta observamos una opinión muy dividida, ya que el 34.2% de los encuestados señalo consumir este producto de manera esporádica, el 24.7% lo consume entre dos y tres veces al mes, el 21.4% un día a la semana, el 14.6% dos o tres veces a la semana y en menor medida, el 5.1% lo consume diariamente.

Tabla 2.28 Presentación ideal de tostadas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Entre 10 y 12 piezas	147	49.8	49.8	49.8
	Entre 14 y 16 piezas	72	24.4	24.4	74.2
	Entre 18 y 20 piezas	24	8.1	8.1	82.4
	Entre 22 y 25 piezas	22	7.5	7.5	89.8
	Desconozco	30	10.2	10.2	100.0
	Total	295	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

Aquí se observa que la mayoría de los encuestados (49.8%) prefieren tener en sus hogares presentaciones pequeñas de tostadas que van de las 10 a las 12 piezas, el 24.4% presentaciones de entre 14 y 16 piezas, el 10.2% se mostró indiferente al tipo de presentación, el 8.1% gusta de empaques con 18 a 20 piezas, y en menor cantidad (7.5%), presentaciones de 22 y 25 piezas.

Tabla 2.29 Precio que se desembolsa en la compra de tostadas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Entre 10 y 15 pesos	167	56.6	56.6	56.6
Entre 16 y 20 pesos	56	19.0	19.0	75.6
Entre 21 y 25 pesos	21	7.1	7.1	82.7
Mayor a 25 pesos	34	11.5	11.5	94.2
Desconozco	17	5.8	5.8	100.0
Total	295	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

Más de la mitad de los encuestados (56.6%) señaló gastar entre 10 y 15 pesos por la compra de una presentación de tostadas, el 19% gasta entre 16 y 20 pesos, el 11.5% más de 25 pesos, el 7.1% entre 21 y 25 pesos, y el 5.8% desconoce el precio del mismo.

Tabla 2.30 Marca especifica de tostadas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado

	SI	101	34.2	34.2	34.2
	NO	194	65.8	65.8	100.0
	Total	295	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

El 65.8% menciona no tener preferencia por alguna marca de tostadas en específico, el 34.2% mencionó si tener una marca en específico a la cual suelen consumirle.

Tabla 2.31 Frecuencia de consumo de totopos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Un día a la semana	53	18.0	18.0	18.0
	Dos o tres veces a la semana	14	4.7	4.7	22.7
	Dos o tres veces al mes	71	24.1	24.1	46.8
	Esporádicamente	157	53.2	53.2	100.0
	Total	295	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

Se observa que este tipo de producto no se consume tan frecuentemente, ya que el 53.2% mencionó consumirlo esporádicamente y el 24.1% dos o tres veces al mes, en menor medida el 18% señalo consumirlo una vez a la semana y el 4.7% dos o tres veces a la semana.

Tabla 2.32 Presentación ideal de totopos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
250 GRS	151	51.2	51.2	51.2
500 GRS	94	31.9	31.9	83.1
1 KG	31	10.5	10.5	93.6
2 KGS	15	5.1	5.1	98.6
MAYOR A 2 KGS	4	1.4	1.4	100.0
Total	295	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

La mayoría de los encuestados (51.2%) prefieren tener en sus hogares presentaciones pequeñas de totopos (250 grs.), el 31.9% paquetes de medio kilo, el 10.5% de un kilo, y en menor cantidad (6.5%), mayores a dos kilos.

Tabla 2.33 Precio que se desembolsa en la compra de totopos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Entre 15 y 45 pesos	215	72.9	72.9	72.9
Entre 46 y 75 pesos	67	22.7	22.7	95.6
Entre 76 y 105 pesos	6	2.0	2.0	97.6
Desconozco	7	2.4	2.4	100.0

	Total	295	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

Más de la mitad de los encuestados (72.9%) señalo gastar entre 15 y 45 pesos por la compra de una presentación de totopos, el 22.7% gasta entre 46 y 75 pesos, el 11.5% más de 25 pesos, el 7.1% entre 21 y 25 pesos, y el 5.8% desconoce el precio del mismo.

Tabla 2.34 Marca especifica de totopos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	SI	117	39.7	39.7	39.7
	NO	178	60.3	60.3	100.0
	Total	295	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

El 60.3% menciona no tener preferencia por alguna marca de totopos en específico, el 39.7% menciono si tener una marca en específico a la cual suelen consumirle.

Tabla 2.35Información de medios sobre obesidad influye en decisión de compra de los productos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	SI	87	29.5	29.5	29.5
	NO	208	70.5	70.5	100.0
	Total	295	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

A pesar de las constantes publicaciones sobre obesidad en los medios de comunicación, estos no afectan en el consumo de los productos mencionados, ya que el 70.5% señaló no influirle en su decisión de compra, el 29.5% si menciono que en cierta forma pudieran llegar a afectar su hacia este tipo de productos.

Tabla 2.36 Género encargado de los alimentos en los hogares.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
MASCULINO	44	14.9	14.9	14.9
FEMENINO	251	85.1	85.1	100.0
Total	295	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

Podemos observar que la compra de alimentos en los hogares es a cargo del sexo femenino (85.1%) y en menor medida del género masculino (14.9%).

Tabla 2.37 Edad del encargado de comprar los alimentos en los hogares.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mayor de 20 hasta 30	22	7.5	7.5	7.5
Mayor de 30 hasta 40	75	25.4	25.4	32.9
Mayor de 40 hasta 50	102	34.6	34.6	67.5
Mayor de 50	96	32.5	32.5	100.0
Total	295	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

También se observa que la edad donde se tiene mayor decisión de compra sobre los productos que se consumen en el hogar son personas mayores de 40 años (67.1%), en menor proporción son los que tienen más de 30 hasta 40 años (25.4%), y mayores de 20 hasta 30 años solamente cuentan con el 7.5% de la encuesta.

2.1.1. Conclusiones de la encuesta

Con la aplicación de la encuesta se pudieron conocer aspectos muy importantes a tomar en cuenta, por ejemplo, en la ciudad de origen de la empresa, el 100% de los encuestados conocía acerca de ella, e inclusive alguna vez habían consumido alguno de sus productos.

Se determinó que el producto estelar de la compañía es la tostada y se observa que actualmente este tipo de productos se están comprando en mini mercados y abarrotes e inclusive directamente en expendios de tortillas y frituras, en menor medida en súper mercados.

Además, anteponiendo el precio, calidad y marca, lo más importante es el sabor en un producto; otro aspecto importante que si llega a influir en la decisión de compra entre una marca y otra es la imagen; y en los hogares se están desembolsando aproximadamente entre 0 y 100 pesos semanales por la compra de este tipo de alimentos.

En relación a la tortilla de maíz, vemos que la mayor parte delos encuestados consume tortilla de maíz de manera diaria, y que están dispuestos a desembolsar entre 14 y 15 pesos por 1kg (presentación de venta ideal). Además de que el 62.7% de los encuestados mencionó no tener una marca específica para la compra de la misma, más bien se basan en el sabor para su respectivo consumo, además la población si tiene conocimiento de los beneficios que conlleva el consumo de tortilla de maíz y que a pesar de las tendencias a los alimentos light, esta sigue siendo un alimento importante dentro de la canasta básica de los mexicanos.

Con relación a la tortilla de harina, se observa que se está consumiendo de manera esporádica o una vez a la semana, esto debido a la tendencia actual que existe por la salud, la presentación ideal es el empaque con 12 tortillas de tamaño normal y por el cual están dispuestos a desembolsar entre 10 y 15 pesos, además cabe mencionar que la población tampoco cuenta con una marca específica para la compra de las mismas, pero hay cierto favoritismo sobre los lugares en que se elaboran tortillas de harina caseras.

El totopo es un producto que actualmente se está consumiendo de manera esporádica, el cual la población desea tener en sus casas en presentaciones pequeñas de 250 grs. y medio kilo, por el cual desembolsarían un promedio de 15 y 45 pesos (dependiendo la presentación), el 60.3% menciono no tener una marca favorita en el consumo de las mismas, pero si hubo mucha mención a los totopos elaborados por la compañía Kirkland de Costco.

Las tostadas de igual manera al totopo se están consumiendo de manera esporádicas y los encuestados prefieren tener en sus casas pequeñas presentaciones de 10 a 12 piezas y gastar entre 10 y 15 pesos por un paquete de las mismas. Al igual que los otros tres productos, la mayoría no está cerrada solamente al consumo de una sola marca.

Se observa que a pesar del tema de la obesidad en México, este tipo de productos siguen teniendo gran aceptación en la alimentación del país, y la decisión de compra de los alimentos en los hogares es en mayoría cargo de mujeres de 30 años en adelante.

2.2 Estudio de mercado

El estudio de mercado nos dará una visión de cómo se encuentra la situación relacionada al negocio, además de determinar que oportunidades existen y permite identificar a la competencia y lo que está ofreciendo.

Analizando el modelo de ciclo de vida del producto, el cual Hair, Lamb y McDaniel (2002) lo definen como una herramienta que que proporciona una forma de rastrear las etapas de la aceptación de un producto, desde su introducción (nacimiento) hasta su declinación (muerte), nos encontramos con que actualmente los productos de la empresa se encuentran en la tercer etapa del mismo (madurez), ya que el crecimiento de las ventas de detiene o se reduce.

Las características que distinguen esta etapa son las siguientes:

- En una primera etapa, las ventas siguen aumentando, pero a ritmo decreciente, hasta que llega el momento en que se detiene.
- La competencia es intensa, aunque el número de competidores primero tiende a estabilizarse, y luego comienza a reducirse.
- Las líneas de productos se alargan para atraer a segmentos de mercado adicionales. El servicio juega un papel muy importante para atraer y retener a los consumidores.
- Existe una intensa competencia de precios.
- Existe una fuerte promoción (cuyo objetivo es persuadir) que pretende destacar las diferencias y beneficios de la marca.
- Las actividades de distribución son aún más intensivas que en la etapa de crecimiento.
- Las ganancias de productores y de intermediarios decaen principalmente por la intensa competencia de precios.
- Los clientes que compran en esta etapa son la mayoría media.

Según Kotler y Armstrong, esta etapa normalmente dura más tiempo que las etapas anteriores y presenta retos importantes para la dirección de mercadotecnia. La mayor parte de los productos se encuentran en la etapa de madurez de su ciclo de vida, por lo que casi toda la dirección de mercadotecnia se ocupa de productos maduros.

Por otra parte, al analizar el mercado en el que se desenvuelve esta empresa, nos damos cuenta que es muy amplio, ya que los productos que se elaboran son base en la alimentación de nuestro país, y entre los posibles consumidores de estos alimentos se encuentran desde niños hasta adultos de edad avanzada.

Según el Censo de población realizado en el 2010 por el INEGI nos revela que en el estado de Baja California contamos con una población aproximada de 3, 155, 070 habitantes, distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 2.38 Población por municipio en el estado de Baja california.

Ciudad	Habitantes
ENSENADA	466,814
MEXICALI	936,826
ROSARITO	90,668
TECATE	101,079
TIJUANA	1,559,683
Total	3,155,070

Fuente: Censo de Población. INEGI 2010.

Además de vender los productos al público en general en puntos de venta propios, también existen comercios los cuales ocupan de este tipo de productos para llevar a cabo sus funciones, como por ejemplo:

- Supermercados
- Mini-Mercados/Abarrotes/Carnicerías
- Restaurantes/Taquerías/Rosticerías/Carretas de Mariscos/Centros Botaneros/Cocinas Económicas
- Escuelas

Uno de los medios con mayor impacto donde se pudieran ofrecer algunos de los productos de la entidad, es mediante la distribución en supermercados minoristas, los cuales tienen una gran presencia a lo largo y ancho del estado, de los cuales destacan los siguientes:

1- Calimax, que cuenta con 91 Sucursales distribuidas de la siguiente manera:

Tabla 2.39: Distribución en el estado de sucursales Calimax.

Ciudad	Sucursales
ENSENADA	18
MEXICALI	13
ROSARITO	3
TECATE	3
TIJUANA	54
Total	91

Fuente: Portal Electrónico de Calimax, Diciembre de 2013.

2- Comercial Mexicana, que cuenta 37 Sucursales distribuidas de la siguiente manera:

Tabla 2.40: Distribución en el estado de sucursales Comercial Mexicana.

Ciudad	Sucursales
ENSENADA	1
MEXICALI	8
ROSARITO	2
TECATE	0

TIJUANA	26
Total	37

Fuente: Portal electrónico Comercial Mexicana, Diciembre de 2013.

3- Walmart, que cuenta con 8 Sucursales distribuidas de la siguiente manera:

Tabla 2.41: Distribución en el estado de sucursales Walmart.

Ciudad	Sucursales
ENSENADA	2
MEXICALI	2
ROSARITO	1
TECATE	0
TIJUANA	3
Total	8

Fuente: Portal electrónico de Walmart, diciembre de 2013.

4- Soriana, que cuenta con 51 Sucursales distribuidas de la siguiente manera:

Tabla 2.42 Distribución en el estado de sucursales Soriana.

Ciudad	Sucursales
ENSENADA	12
MEXICALI	4
ROSARITO	0
TECATE	1
TIUANA	34

Total	51

Fuente: Soriana, 2013.

Además, en todo el estado existe una gran cantidad de mini-mercados, abarrotes y/o carnicerías las cuales como mínimo se encuentra uno por colonia o fraccionamiento de cada ciudad del estado, lo cual también constituyen un medio de distribución viable según datos recabados en el instrumento de recolección de datos.

En lo que respecta a los restaurantes, taquerías, rosticerías, carretas de mariscos, centros botaneros, cocinas económicas, etc. representarían una buena opción de mercado, ya que se puede ser proveedor de materias primas para la elaboración de sus respectivos alimentos.

Inclusive, las escuelas desde nivel preescolar hasta niveles universitarios serian otra opción para mantener al alcance de los consumidores alguno de los productos.

Competencia Tortilla de Maíz

En lo que respecta a la competencia de tortilla de maíz, se puede observar que existen muchos micro productores de tortilla distribuidos en todo el estado. Se observa que la calidad en sus productos es muy parecida a la que se maneja en la entidad, con ciertas diferencias como el color de la tortilla o el tamaño, y los precios por kilogramo de Tortilla de Maíz oscilan entre los 10 hasta los 17 pesos.

Con respecto a promoción en anaqueles de supermercados y mini mercados, Mission y Milpa Real son los que lo dominan, ofreciendo presentaciones de 800 grs. a precios que van desde los 17 a los 19 pesos.

También es importante tomar en cuenta que las grandes cadenas minoristas del país también elaboran tortillas de maíz y estos son los que ofrecen los precios más bajos (10 y 12 pesos por kilogramo).

Competencia Tortilla de Harina

Al igual que la tortilla de maíz, la competencia en la Tortilla de Harina es muy fuerte ya que existen bastantes micro productores que lo hacen el producto de forma casera, y se observa que la población tiene una gran aceptación a esta manera de elaborar las mismas.

Existen empresas nacionales como Tía Rosa, Del Hogar, Tortiricas y Mission que también ofrecen buenos productos a precios competitivos.

- Tía Rosa ofrece presentaciones de 12 y 22 piezas, con precios de entre 14 y 15 pesos y 24 pesos respectivamente. Dentro de su variedad de tortillas de Harina incluyen: granos enteros, 50% menos grasa, burritos, taqueritas (30 piezas chicas) y las originales.
- Del hogar ofrece una presentación de 18 piezas a 16 pesos.
- Tortiricas de igual manera ofrece una presentación de 18 piezas pero el precio varía entre los 14 y 15 pesos.
- Mission ofrece una presentación de 22 piezas con una variación en el precio de los 18 a los 19 pesos.

También se observa que las cadenas minoristas elaboran sus tortillas de harina para ofrecerlas al público, con menor calidad pero a precios muy bajos.

Competencia Totopos

Aquí la competencia también es directa con empresas nacionales y transnacionales como Del hogar, Charras, Milpa Real, Tostitos y Kirkland.

- Del hogar ofrece una presentación de 280 grs que varían entre los 17 y 18 pesos.
- La empresa regiomontana Charras, ofrece una presentación de totopos caseros de 260 grs. a un precio que varía entre los 23 y 24 pesos.
- Milpa Real ofrece medio kilogramo de totopos a un precio que varía entre los 25 y 26 pesos.

- Tostitos también ofrece una presentación de 500 grs a un precio que está entre los 29 y 30 pesos.
- La empresa elaboradora de productos de Costco ¨Kirkland¨ en colaboración con Mission ofrecen al mercado una presentación de 1.40 kgs a un precio de entre 63 y 65 pesos, la cual últimamente ha tenido mucha demanda por su precio y calidad.

También cabe mencionar, que de igual forma que las tortillas de harina y maíz, las grandes cadenas minoristas del país están elaborando sus totopos, los cuales se están ofreciendo a los precios más bajos del mercado.

Competencia Tostadas

En la región existe una gran cantidad de productores de tostada, esto debido a la gran demanda que existe en el consumo de mariscos y la tostada resulta ser un complemento ideal para tal alimento.

Se tiene competencia directa con empresas que están presentes en el mercado nacional, tal es el caso de: Tortiricas, Mission, Milpa Real, Charras, Tostitos, Trizalet y Sanissimo.

- Tortiricas ofrece una presentación de 50 piezas de tostadas lisas a un precio que va de los 30 y 31 pesos.
- Mission ofrece 32 piezas onduladas a un precio de entre 16 y 17 pesos.
- Milpa Real de igual manera cuenta con una presentación de 32 piezas a un precio de 23 pesos.
- Tostitos cuenta con presentaciones de tostadas lisas y en forma de cazuela con 15 piezas a 10 pesos.
- Trizalet maneja tostadas horneadas originales y de fibra, ambas con 20 piezas y un precio que varía de los 17 a los 18 pesos.
- Sanissimo también ofrece tostadas horneadas con las siguientes presentaciones:
  a) Tostaditas horneadas pequeñas 150 grs con precio de entre 11 y 12 pesos.

b) Tostadas horneadas tamaño normal 200 grs. con precio de entre 15 y 16 pesos.
c) Tostadas horneadas tamaño normal con nopal 200 grs. con precio de entre 15 y 16 pesos.

- Tostadas Charras tiene una gran variedad en sus presentaciones, manejando empaques de 8, 12, 18 y 20 piezas entre los que destacan sus tostadas tradicionales, horneadas (algunas contienen nopal y linaza) y otras con sabor a: chipotle, jalapeño y con ajonjolí. En lo que respecta a los precios, una presentación de 18 piezas de tostada con sabor ronda entre los 18 y 20 pesos, al igual que las horneadas pero con la diferencia que estas presentaciones son de 12 piezas; y una presentación de 12 piezas de tostadas tradicionales oscila entre los 10 y 11 pesos.

2.3 Distribución y puntos de venta

La distribución de los productos se realizará de tres formas:

1. Productor-Consumidor Final

Este se dará cuando se realice la venta directamente al público en general mediante los puntos de venta propios. Se comenzaran los primeros tres años con el único puntos de venta propio con que ya cuenta la compañía, y a mediano plazo (3-5) se tendrán 5 puntos de venta propio repartidos estratégicamente a lo largo de la ciudad de Ensenada (Frac. Costa Azul, Frac. Aguajito, El Sauzal, Maneadero, Zona Centro).

A largo plazo (mayor a 5 años) se buscará el tener como mínimo un punto de venta propio en las otras ciudades del estado, donde se ofrezca tortilla de maíz recién hecha y as diferentes presentaciones de los productos que ofrece la organización.

2. Productor-Detallista/Prestador de Servicios (Restaurantes)-Consumidor Final

Este tipo de distribución se efectuará en las ciudades de Ensenada, Tecate y Rosarito con equipo de transporte propio de la organización, donde se distribuirá

directamente a minoristas (mini mercados, súper mercados, etc.) y a prestadores de servicios de alimentos, tal es el caso de los restaurants y otros.

3. Productor-Distribuidor- Detallista/Prestador de Servicios (Restaurantes)-Consumidor Final

Esta se efectuará en las ciudades de Mexicali y Tijuana, donde se tendrá contratos con distribuidores externos que apoyen en las cuestiones de logística para llevar los diferentes productos a lo largo de esas ciudades.

2.4 Promoción del producto o servicio

Tomando en cuenta la información recabada en la encuesta mercado se sugiere que la publicidad conveniente para la empresa sería:

1. Anuncios publicitarios a la de la comida 12pm-3pm en canales locales de las diferentes ciudades del estado (Televisa) y en estaciones de radio de mayor audiencia (EXA FM), esto debido a que la decisión de compra de productos alimenticios de los hogares es a cargo de mujeres mayores de 40 años, que en muchos de los casos son amas de casa que a la hora de la comida se encuentran con el televisor o radio encendido.
2. Otro medio de promoción sería a través de cuentas de Facebook y la creación de una página web, estas con la tarea de mantener informado a los usuarios de las redes sobre las promociones que se están manejando día a día en los puntos de venta propios de la empresa, además de otros puntos de venta donde pueden encontrar los productos.
3. Publicidad impresa con contenido de especiales y promociones en los punto de venta propios dela organización, estos se distribuirían en calles cercanas y concurridas a los establecimientos.

2.5 Fijación y políticas de precio

El precio de los productos se determinó con base a los resultados de la encuesta, la competencia y el estudio financiero donde se establecieron los costos fijos y variables.

Tortilla de Maíz 1 kg = $16.00

Tortilla de Harina 12 piezas = $18.00

Tortilla de Harina Chica 12 piezas = $14.00

Tostadas 10 piezas = $9.00

Tostadas 25 piezas = $19.00

Tostadas 50 piezas = $29.00

Totopos 250 grs = $19.00

Totopos 500 grs = $28.00

Totopos 1 kg = $52.00

Totopos 2.5 kgs = $110.00

Además, cabe mencionar que como políticas de venta, se otorgarán créditos de máximo un mes a detallistas y prestadores de servicios (restaurantes y similares), siendo la forma de pago mediante transferencia bancaria, cheque nominativo o efectivo.

En los puntos de venta propios se realizará la venta al contado, aceptando las mismas formas de pago que los mencionados con anterioridad, con la diferencia que también se aceptará tarjeta de débito o crédito para el pago de productos.

2.6 Plan de introducción al mercado

Debido a que la organización ya cuenta con más de 45 años en el mercado, se buscará atraer nuevos clientes a través de las herramientas de publicidad que se comentaron con anterioridad en el punto 2.4.

2.7 Riesgos y oportunidades del mercado

Este mercado presenta muchas oportunidades, ya que se está produciendo y vendiendo uno de los alimentos más consumidos en el país (la tortilla);además, productos como la tostada, totopo y tortilla de harina tienen una gran aceptación en la mayoría de los hogares de la región, lo cual hace que el giro del negocio se considere bastante rentable.

El riego estaría implícito en la gran cantidad de competencia que existe en la actualidad; el mercado está saturado de bastantes micro productores que tienen gran aceptación por parte del mercado ya que realizan sus productos de manera casera, y las grandes compañías transnacionales tienen la ventaja de mantener costos muy bajos y poder ofrecer sus productos a precios bastante competentes

2.8 Sistema y plan de ventas

El plan de ventas de la organización se efectuará basándose en un sistema que el Instituto Nacional del Emprendedor (2014) nos menciona cuenta con 10 pasos a seguir el cual garantizará el flujo de la comunicación directamente con los posibles clientes:

- Describir quien compra los productos (edad, profesión, estado socioeconómico, ubicación geográfica, etc).
- Identificar qué es lo que los clientes prefieren de la organización, que es lo que diferencia a la empresa de los demás y cómo se puede influir en la decisión de compra del consumidor.

- Identificar cuál es el producto o mezcla de ellos que los clientes compran.
- Definir el producto y mercado meta utilizando cifras.
- Definir el mensaje por el que van a identificar a la empresa (Slogan).
- Crear los sistemas necesarios para mantener comunicación directa con clientes.
- Elegir los canales de comunicación por medio del cual los clientes recibirán promociones y anuncios relacionados a la organización (Radio, televisión, campañas de mail, redes sociales, etc.).
- Definir la forma en que se van a medir los esfuerzos de comunicación, costo por prospecto generado, costo por cliente ganado, etc.
- Lanzar una campaña de generación de prospectos, atendiendo cada solicitud, si el trabajo anterior fue realizado de manera efectiva habrá clientes más interesados por la empresa.
- Medir el proceso y generar las correcciones necesarias para seguir mejorando.

En cuestiones numéricas, se tiene como objetivo para el primer año, obtener como mínimo un 30% de utilidad sobre ventas, a mediano y largo plazo se buscará aumentarlo y mantenerlo en un aproximado de 40% de rendimiento sobre los ingresos.

2.9 Plan de abastecimiento

El departamento de compras en conjunto con el área de almacén, contaran con un sistema de control extenso sobre las materias primas y materiales (disponibles y agotados) para el debido funcionamiento de la organización, esto con la finalidad de evitar la falta de las mismas que entorpezcan los procesos productivos.

Como principales proveedores de materias primas se tiene a: Granos Patrón SA de CV (Proveedor de Maíz), Empaques Flexibles de la Costa SA de CV (Proveedor de empaques y envolturas), Molinera del Valle SA de CV (Proveedor de harina de trigo, sal, colorante y aceite), Comercial de Carnes Fresca del Norte SA de CV (Proveedor de manteca), Compañía de Gas de Ensenada SA de CV (Proveedor de gas),Rollos y Etiquetas Rollet SA de CV (Proveedor de empaques y envolturas), Distribuidora de

Materiales Rojas SA de CV (Proveedor de Cal), Casa Ley SA de CV (Proveedor de polvo para hornear), Industrias Hodoyan SA de CV (Proveedor de propinato de calcio), Manantiales del Real SA de CV (Proveedor de agua potable).

Además se tienen proveedores de otro tipo de insumos como: Office Depot de México SA de CV (Proveedor de papelería y útiles), Proveedora Sanitaria de Baja California (Proveedor de gastos de aseo) y Costco de México SA de CV (Proveedor de diversas compras y gastos).

Capítulo III

Producción

3.1 Especificaciones de los productos

A continuación se describen las especificaciones técnicas de cada uno de los productos que ofrece la organización.

Tabla 3.1 Especificaciones técnicas de la tortilla de maíz.

Nombre del producto:	**Tortilla de maíz**
Presentaciones:	1 Kg/750 grs/500 grs/250 grs
Color/Forma:	Sin color (blanco)/Redonda
Insumos requeridos:	Agua Potable
	Cal
	Envoltura de papel
	Gas LP
	Maíz
Condiciones de almacenamiento y distribución:	Lugar donde el producto mantenga un estado de calor (Hielera con trapo).
Vida en anaquel:	Un día

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3.2 Especificaciones técnicas de tortilla de harina.

Nombre del producto:	**Tortilla de Harina**
Presentaciones:	12 piezas/12 piezas chicas/60 piezas chicas
Color/Forma:	Sin color (blanco)/Redonda
Insumos Requeridos:	Agua Potable
	Envoltura de plástico
	Gas LP
	Harina de Trigo
	Manteca
	Polvo para hornear
	Propinato de calcio
	Sal
Condiciones de almacenamiento y distribución:	Lugar fresco, evitando contacto con calor o sol
Vida en anaquel:	30 Días

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3.3 Especificaciones técnicas tostada.

Nombre del producto:	**Tostada Plana**
Presentaciones:	10 piezas/25 piezas/50 piezas
Color/Forma:	Amarillo/Redonda
Insumos Requeridos:	Agua Potable
	Cal
	Colorante
	Envoltura de plástico
	Gas LP
	Maíz
	Manteca
	Sal
Condiciones de almacenamiento y distribución:	Lugar fresco, evitando contacto con calor o sol.
Vida en anaquel:	Noventa días

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3.4 Especificaciones técnicas totopos.

Nombre del producto:	**Tostada Plana**
Presentaciones:	250 grs/500 grs/1 kg/ 2.5 kgs
Color/Forma:	Amarillo/Redondo-Triangular
Insumos Requeridos:	Agua Potable

	Cal
	Colorante
	Envoltura de plástico
	Gas LP
	Maíz
	Manteca
	Sal
Condiciones de almacenamiento y distribución:	Lugar fresco, evitando contacto con calor o sol
Vida en anaquel:	Noventa días

Fuente: Elaboración propia.

3.2 Descripciones de los procesos de producción

La empresa contará con cuatro líneas de producción las cuales a continuación se describirá su respectivo proceso:

- **Elaboración de Tortilla de Maíz**
  1. Se reciben las materias primas necesarias (maíz, cal, envolturas de papel) para la producción del producto y se resguardan en el almacén.
  2. En lo que respecta al agua potable y el gas LP, se revisan los niveles de los tanques diariamente para ver si se van a necesitar rellenar.
  3. Dependiendo el volumen de producción deseado, se arroja el maíz a una paila de cocimiento la cual contiene agua potable y cal.
  4. Se cose por un tiempo aproximado de 3 horas y se deja reposar hasta el día siguiente, para después colar el agua potable que se utilizó y darle una

pequeña enjuagada al maíz para quitarle los pequeños residuos que hayan quedado de cal.

5. Se traslada el maíz ya cocido al molino de nixtamal y con el uso de poca agua potable, se realiza el molido del mismo.
6. Ya que esta molido se traslada a una revolvedora que le dará la forma de masa y la mezcla resultante se dejara reposar por un tiempo aproximado de 30 minutos.
7. Se deposita la masa en la tolva de la máquina de cocimiento y automáticamente realizará el proceso del corte de la masa a forma de tortilla y la trasladará por 3 bandas que darán el calor necesario para su cocimiento.
8. Ya cocida la tortilla, pasa por una banda de enfriamiento y cae en una canasta de recepción donde se pesa por kilos para su debido empaquetado en envolturas de papel.
9. Ya empaquetado se deposita en hieleras para resguardar la temperatura de la tortilla, y estas hieleras se quedan para su venta en establecimiento o se van por un corto plazo al almacén para que los diferentes repartidores las tomen para trasladarlas a los diferentes puntos de venta.

- **Elaboración de Tortilla de Harina**

1. Se reciben las materias primas necesarias (harina de trigo, sal, propinato de calcio, polvo para hornear, envoltura de plástico, manteca) para la producción del producto y se resguardan en el almacén.
2. En lo que respecta al agua potable y el gas LP, se revisan los niveles de los tanques diariamente para ver si se van a necesitar rellenar.
3. Dependiendo el volumen de producción deseado, se deposita la harina de trigo, sal, propinato de calcio, polvo para hornear, manteca y agua potable tibia en una batidora.
4. Se bate la mezcla por un tiempo aproximado de 10 minutos.
5. La mezcla resultante se traslada al depósito de una boleadora y cortadora la cual hace pequeñas bolitas de la mezcla (dependiendo el tamaño de la tortilla), para después pasar por un reposador que le da calor a las mismas.

6. Después de un traslado aproximado de 15 minutos por el reposador, cada bolita con la mezcla sube a la prensa donde se le da la forma de circular de tortilla y a su vez pasará por un horno de 3 bandas.
7. Ya terminando el proceso de cocimiento por el horno, sale por las bandas de enfriamiento donde se recolecta la tortilla y se empaqueta en una envoltura de plástico.
8. Se depositan las bolsas ya empaquetadas y selladas en charolas para trasladarlas al almacén de productos terminados.

- **Elaboración de Tostadas**
  1. Se reciben las materias primas necesarias (maíz, cal, envolturas de plástico, manteca, sal, colorante) para la producción del producto y se resguardan en el almacén.
  2. En lo que respecta al agua potable y el gas LP, se revisan los niveles de los tanques diariamente para ver si se van a necesitar rellenar.
  3. Dependiendo el volumen de producción deseado, se arroja el maíz a una paila de cocimiento la cual contiene agua potable y cal.
  4. Se cose por un tiempo aproximado de 3 horas y se deja reposar hasta el día siguiente, para después colar el agua potable que se utilizó y darle una pequeña enjuagada al maíz para quitarle los pequeños residuos que hayan quedado de cal.
  5. Se traslada el maíz ya cocido al molino de nixtamal y con el uso de poca agua potable, se realiza el molido del mismo.
  6. Ya que esta molido se traslada a una revolvedora que mezclará el maíz, colorante, sal y cal; esta le dará la forma de masa y la mezcla resultante se dejará reposar por un tiempo aproximado de 30 minutos.
  7. Se deposita la masa en la tolva de la máquina de cocimiento y automáticamente realizará el proceso del corte de la masa a forma de tortilla y la trasladará por 3 bandas que darán el calor necesario para su cocimiento.
  8. Ya cocida la tortilla, pasa por una banda de enfriamiento donde se recolecta la tortilla, se pesa por kilos y se coloca en jabas plásticas.

9. La tortilla se deja reposar hasta el día siguiente.
10. Después se trasladan las jabas plásticas con las tortillas a la máquina para freír, donde se van acomodando una por una para comenzar con el proceso de dorado el cual consiste en pasar por una cama de manteca hirviendo, después sale el producto por una banda de enfriamiento.
11. Se recolecta la tortilla ya dorada (tostada), se cuenta por piezas y se empaqueta en envolturas de plástico.
12. El producto ya empaquetado se deposita en cajas de cartón y se trasladan al almacén de productos terminados.

- **Elaboración de totopos**

1. Se reciben las materias primas necesarias (maíz, cal, envolturas de plástico, manteca, sal, colorante) para la producción del producto y se resguardan en el almacén.
2. En lo que respecta al agua potable y el gas LP, se revisan los niveles de los tanques diariamente para ver si se van a necesitar rellenar.
3. Dependiendo el volumen de producción deseado, se arroja el maíz a una paila de cocimiento la cual contiene agua potable y cal.
4. Se cose por un tiempo aproximado de 3 horas y se deja reposar hasta el día siguiente, para después colar el agua potable que se utilizó y darle una pequeña enjuagada al maíz para quitarle los pequeños residuos que hayan quedado de cal.
5. Se traslada el maíz ya cocido al molino de nixtamal y con el uso de poca agua potable, se realiza el molido del mismo.
6. Ya que esta molido se traslada a una revolvedora que mezclará el maíz, colorante, sal y cal; esta le dará la forma de masa y la mezcla resultante se dejará reposar por un tiempo aproximado de 30 minutos.
7. Se deposita la masa en la tolva de la máquina de cocimiento y automáticamente realizará el proceso del corte de la masa a forma de totopo (redondo/triangular) y la trasladará por 3 bandas que darán el calor necesario para su cocimiento.

8. Ya cocida la tortilla cortada, pasa por una banda de enfriamiento donde se recolecta la tortilla, se pesa por kilos y se coloca en jabas plásticas.
9. La tortilla cortada se deja reposar hasta el día siguiente.
10. Después se trasladan las jabas plásticas con la tortilla cortada a la freidora, donde se deposita la tortilla cortada por un tiempo de 10 minutos, se saca y se deja reposando durante 5 minutos para que suelte el excedente de manteca.
11. Después se traslada el producto a una banda de enfriamiento, para después caer a una charola.
12. Se pesa por kilogramos y se empaqueta en envolturas de plástico.
13. El producto ya empaquetado se deposita en cajas de cartón y se traslada al almacén de productos terminados.

3.3 Diagramas de flujo de los procesos

Para los diagramas de flujo de los procesos productivos de la organización, se utilizaron las convenciones descritas por Chase, Aquilano y Jacobs (2005) mostradas en la imagen 3.1.

Figura 3.1Diagrama de flujo.

Fuente: Elaboración propia con datos del libro Administración de producción y operaciones (Manufactura y Servicios).

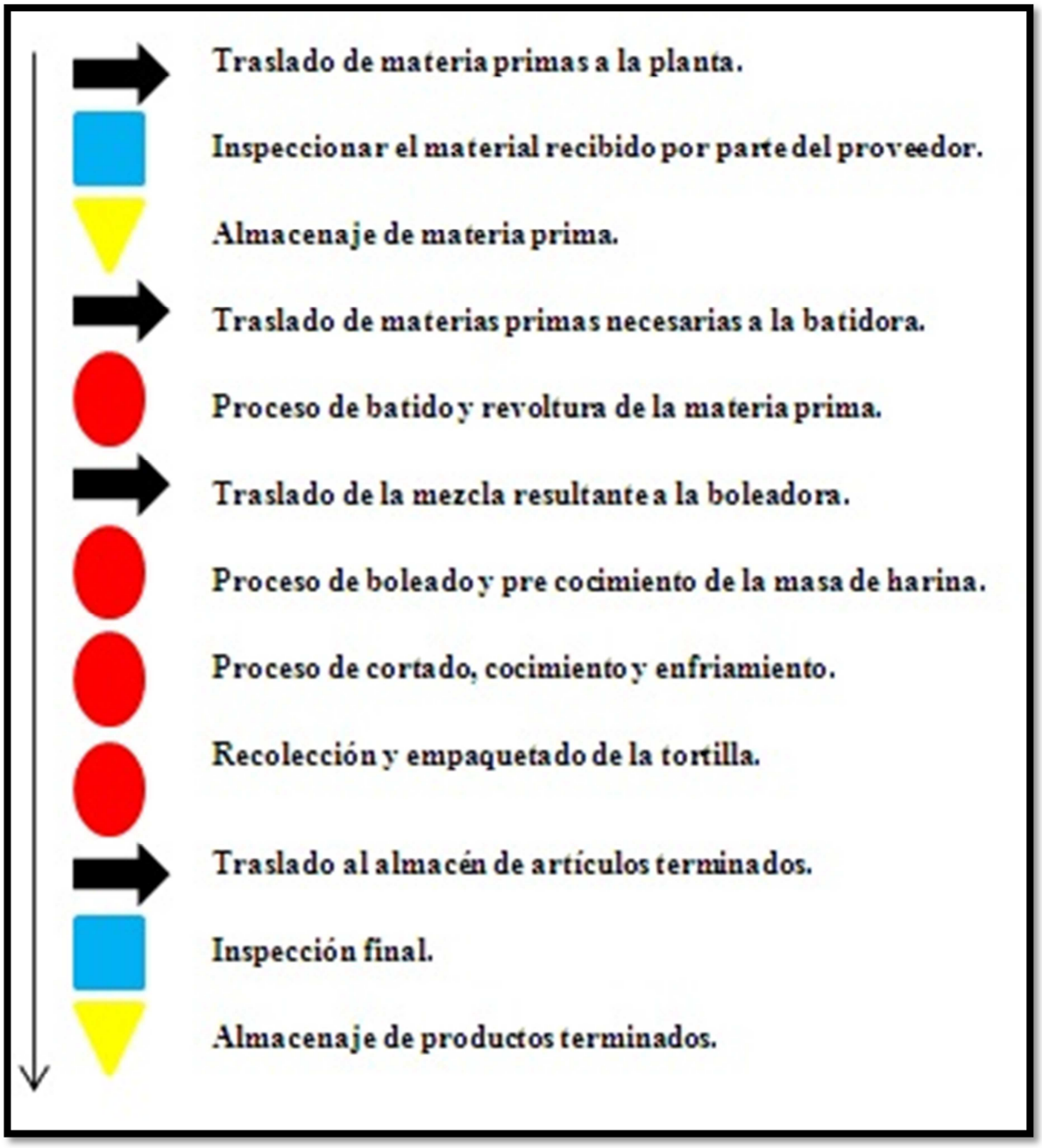
Diagrama de Flujo (Tortilla de Maíz)

Figura 3. 2 Diagramas de flujo para elaboración de tortilla de maíz.

Fuente: Elaboración propia aplicando el método de observación al proceso productivo.

Diagrama de Flujo (Tortilla de Harina)

Figura 3. 3 Diagramas de flujo para elaboración de tortilla de harina.



Fuente: Elaboración propia aplicando el método de observación.

Diagramas de flujo para elaboración de tostada

Figura 3. 4 Diagramas de flujo para elaboración de tostada.

Fuente: Elaboración propia aplicando el método de observación.

Diagramas de flujo para elaboración de totopo

Figura 3. 5 Diagramas de flujo para elaboración de totopo.

Fuente: Elaboración propia aplicando el método de observación del proceso productivo.

3.4 Características de la tecnología

La organización contará con la tecnología que actualmente están utilizando los establecimientos que tienen el mismo giro y que son de magnitudes similares.

Los equipos consisten en máquinas motorizadas las cuales necesitan el apoyo de recurso humano para su debido funcionamiento.

3.5 Equipo e instalaciones

Debido a que la entidad ya se encuentra en funcionamiento, cuenta con gran parte del equipo y material necesario (Véase tabla 3.5) para operar.

Tabla 3.5 Equipo requerido.

Cantidad	Concepto	Unidad
3	Maquina tortilladora (Tortilla de maíz)	Pieza
4	Paila de cocimiento	Pieza
3	Molino de nixtamal	Pieza
3	Revolvedor de masa	Pieza
1	Batidora	Pieza
2	Maquina tortilladora (Tortilla para dorar)	Pieza
2	Maquinas freidora	Pieza
1	Tanque estacionario de gas 3,500 Litros.	Pieza
1	Cisterna 10,000 litros.	Pieza
1	Cazo para freír	Pieza

1	Maquina completa para tortilla de harina	Pieza
100	Charola de panadería	Pieza
20	Hielera 156 litros	Pieza
100	Jaba plástica	Pieza
3	Sellador de polietileno	Pieza
1	Banda enfriadora	Pieza
1	Charola de acero 500 lts	Pieza
5	Estante de madera	Pieza
12	Automóvil repartidor	Pieza
16	Computadora personal	Pieza
16	Escritorio personal de trabajo	Pieza
5	Fax/Teléfono	Pieza
5	Multifuncional (Impresora, Copiadora, Scanner)	Pieza
1	Paquetería Contable , Administrativa, Nominas y Punto de Venta	Pieza
16	Sillas Ejecutiva	Pieza
5	Archivero	Pieza
16	Sumadoras	Pieza
2	Equipo de Registro	Pieza

Fuente: Elaboración propia.

Al realizar un comparativo entre lo que se tiene y lo que hace falta, se encontró que se necesita el siguiente equipo para cumplir con los requerimientos mínimos para llevar a cabo el plan de consolidación y expansión.

Tabla 3.6 Equipo faltante requerido.

Cantidad	Concepto	Proveedor	Unidad	Precio (Sin IVA)
3	Automóvil Repartidor (Nissan NV2500)	Comercio Automotriz SA de CV	Pieza	374,655.00

Fuente: Elaboración propia.

3.6 Materia prima

El abastecimiento de la materia prima se realizara dependiendo su disponibilidad en almacén, y será responsabilidad del encargado del departamento de compras y almacenista.

En la tabla 3.7 se muestran los insumos requeridos para la elaboración de la tortilla de maíz, tortilla de harina, totopos y tostadas; además se muestra el proveedor con quien se comprará el insumo y su precio por unidad de medida.

Tabla 3.7 Materia prima requerida.

Concepto	Proveedor	Unidad	Precio
Agua potable	Manantiales del Real SA de CV	Metro Cubico	$60.00
Cal	Distribuidora de Materiales Rojas SA de CV	Kilogramo	$03.62*
Colorante amarillo	Molinera del Valle SA de CV	Kilogramo	$34.00*

Envoltura papel	Rollos y Etiquetas Rollet SA de CV	Pieza	$00.09*
Envoltura plástico	Empaques Flexibles de la Costa SA de CV	Pieza	$00.30*
Gas LP	Compañía de Gas de Ensenada SA de CV	Kilogramo	$11.83*
Maíz	Granos Patrón SA de CV	Tonelada	$5,200.00
Harina de trigo	Molinera del Valle SA de CV	Kilogramo	$8.07
Manteca	Molinera del Valle SA de CV	Kilogramo	$22.20
Polvo para hornear	Casa Ley SA de CV	Gramo	$.074
Propinato de calcio	Industrias Hodoyan SA de CV	Kilogramo	$108.37*
Sal	Molinera del Valle SA de CV	Kilogramo	$2.70

Fuente: Elaboración propia. Precio no incluye IVA.

3.7 Capacidad instalada

La capacidad instalada se puede definir como un indicador que nos refleja el número de unidades producidas en un tiempo determinado, además, está condicionado a la cantidad de máquinas o equipos que posee la empresa y volumen de producción que pueden llegar a generar en condiciones óptimas (Galindo, 2004).

Tomando en cuenta lo anterior y al haberse realizado un estudio real sobre las unidades terminadas en un tiempo determinado de los diferentes productos, se tienen las siguientes conclusiones:

- Para la tortilla de maíz, con el supuesto de que la masa ya se encuentra lista para ser solamente depositada en las tolvas de las máquinas (se contaran con 3 unidades) para comenzar con su proceso de cortado, cocimiento, enfriamiento y empaquetado; quedan listas para su venta 252 kilos de tortilla de maíz por hora.

Al realizar un estudio de costos sobre los insumos directos utilizados en la elaboración de la tortilla de maíz (maíz, cal, agua potable y envoltura de papel), se calculó que un kilogramo de la misma tiene un costo de $3.89 pesos (a precios 2014).

- En el proceso de la tortilla de harina, se producen 62.04 kgs. por hora, que se traducirían en 136 paquetes de 12 piezas de tortilla de tamaño normal o 188 paquetes de 12 piezas de tortilla de harina chica.

Tomando en cuenta los datos anteriores y al realizar un estudio de costo sobre de la materia prima utilizada para el producto (agua potable, harina de trigo, sal, manteca, propínato de calcio, polvo para hornear y envolturas), se determinó que a precios actuales (2014), un paquete de 12 piezas de tortilla de harina tamaño normal cuesta $5.08 pesos, y una presentación de 12 piezas de tamaño chica sale en $3.76 pesos.

- La tostada, suponiendo que la tortilla para dorar se encuentra lista para ser solamente depositada en las maquinas freidoras (se tendrán 2 unidades) y comenzar con su respectivo proceso de freído, enfriamiento y empaquetado; se observó que en un lapso de una hora quedan listas para su venta 7,200 piezas de tostadas, que serían 144 paquetes de 50 piezas o 288 paquetes de 25 piezas o 720 paquetes de 10 piezas.

De igual manera, al realizar un estudio de costos sobre las materias primas directas utilizadas en el proceso de producción de la tostada (manteca, maíz, agua potable, colorante, sal, cal y envolturas), se llegó a la conclusión que el costo de un paquete de

10 piezas cuesta $2.20 pesos, el de 25 piezas $5.05 pesos, y el de 50 piezas $9.80 pesos.

- Para el totopo, con el supuesto que la tortilla cortada para dorar se encuentra lista para depositarse en el caso freidor (1 unidad) y comenzar con su proceso de dorar, escurrir, enfriar y empaquetar, quedan listos 59 kgs de totopo por hora, los cuales pueden ser usados para cualquiera de las 4 presentaciones, y que significarían 24 paquetes de 2.5 kgs o 59 paquetes de 1 kg o 118 paquetes de 500 grs o 236 de 250 grs.

Con relación al costo incurrido por el uso de materias primas directas en la realización del totopo, una presentación de 250 grs tiene un costo de $3.31, mientras que una de medio kilo cuesta $6.32; y las presentaciones más grandes tienen un costo de $12.34 (1 kg) y 30.40 (2.50 kgs).

3.8 Manejo de inventarios

De acuerdo al tipo de productos y materias primas que se utilizan, el método para valuar los inventarios de la organización, será el de primeras entradas primeras salidas (PEPS); este consiste en darle salida a lo que se adquirió primero, y se van quedando los insumos que se compren de manera más reciente. Por lo tanto, se presenta el inventario final a su costo actual.

3.9 Ubicación de la empresa

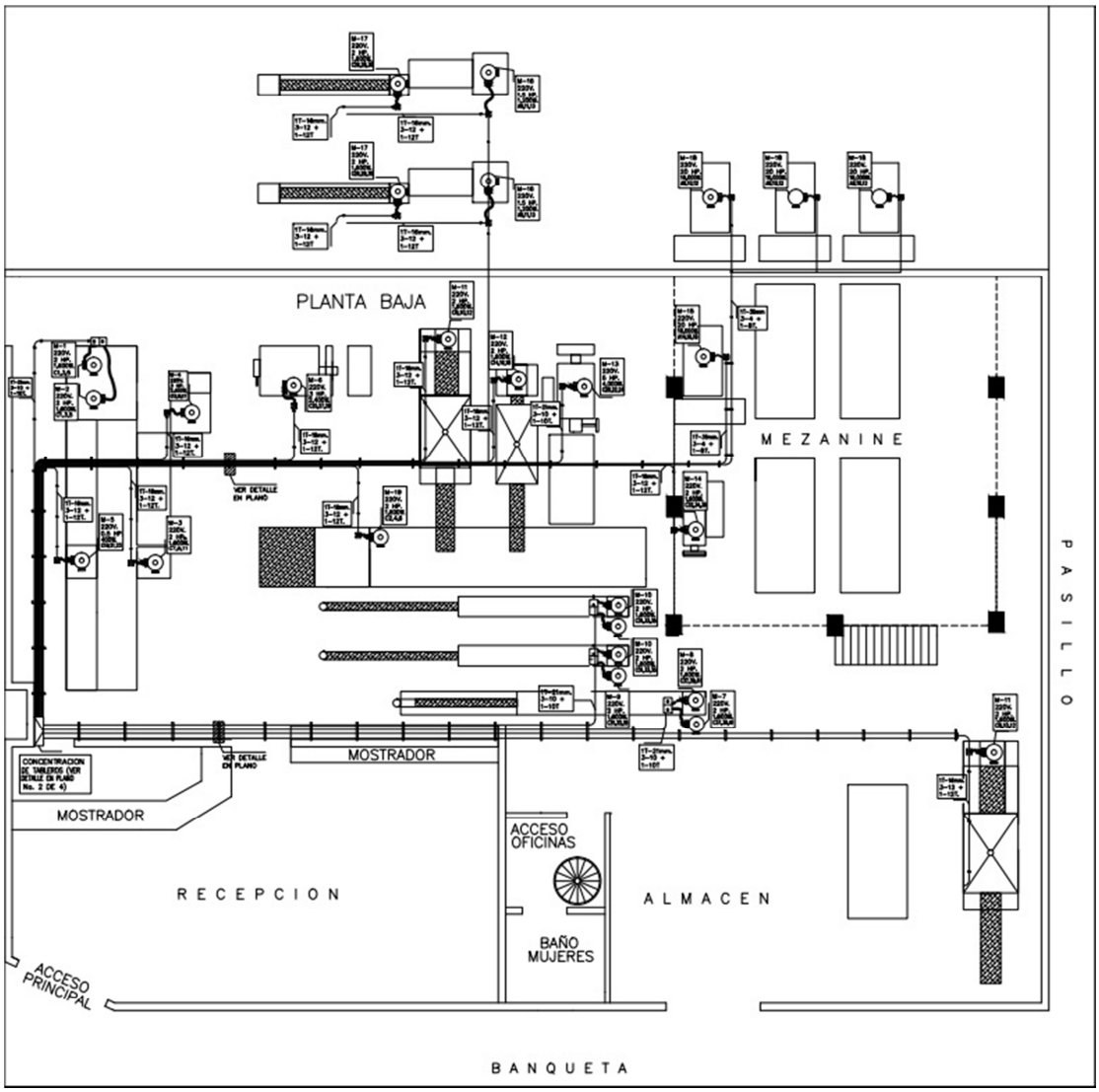
La matriz de la organización está ubicada en el Frac. Costa Azul, de la ciudad de Ensenada, Baja California; en esta lugar se contara con la maquinaria y el equipo necesario para realizar las actividades de producción, se tendrán oficinas para el personal administrativo y de ventas; además se contará con uno de los puntos de venta propios para la venta de los distintos productos.

3.10 Diseño y distribución de la planta y oficinas

En la figura 3.6 se muestra el plano de distribución de planta que actualmente se tiene, pero que sufrió algunas modificaciones para poder llevar a cabo los planes de expansión y consolidación.

Además de servir como planta de producción para la elaboración de los cuatro productos, aquí también se contará con almacén de mercancías, oficinas y un punto de venta propio con acceso al público en general.

Figura 3.6 Plano de distribución de la planta.



Fuente: Elaboración propia.

3.11 Mano de obra requerida

De inicio se requerirá un equipo de 25 personas que realizarán trabajos generales de producción para que puedan ejecutar de manera correcta los procesos productivos de los cuatro productos que ofrece la entidad (Tortillas de maíz y harina, tostadas y totopos).

Entre algunas de sus tareas estarán:

- Amasamiento y mezcla de insumos para la elaboración de los productos.
- Manejo y supervisión de maquinaria.
- Mantenimiento preventivo a maquinaria.
- Realizar el proceso de cocimiento y molienda de maíz.
- Empaquetado de los diferentes productos.

Además se contará con un encargado de compras, el cual su tarea principal será el estar al tanto de que los insumos utilizados en la entidad siempre estén disponibles a la hora de ser requeridos; y estará en constante coordinación con un almacenista que tendrá como labor el mantener los inventarios tanto de materias primas, como de productos terminados siempre actualizados y valuados.

A su vez habrá una persona encargado del mantenimiento de la planta, y todos estos involucrados en el área productiva, estarán supervisados bajo un gerente de producción el cual tendrá como tarea principal el coordinar los esfuerzos de todos estos departamentos para alcanzar las metas de producción establecidas.

3.12 Programa de producción

Como se muestra en la Tabla 3.8, el programa de producción consta de nueve horas diarias de funcionamiento de lunes a sábado, en donde estarán operando cuatro líneas productivas para realizar los distintos productos; los domingos la planta productiva estará operando seis horas y solamente producirá tortilla de maíz, este será evaluado

periódicamente y ajustado de acuerdo a la demanda; basándose en la experiencia y conocimiento previo que se tiene, quedaría dividido de la siguiente manera:

Tabla 3.8 Programa de producción.

Horario	Lunes a Sábado	Domingo
6:00-7:00	-Tortilla de Maíz -Tostadas -Totopos	-Tortilla de Maíz
7:00-8:00	-Tortilla de Maíz -Tostadas -Totopos	-Tortilla de Maíz
8:00-9:00	-Tortilla de Maíz -Tostadas -Totopos	-Tortilla de Maíz
9:00-10:00	-Tortilla de Harina -Tostadas -Totopos	
10:00-11:00	-Tortilla de Harina -Tostadas -Totopos	
11:00-12:00	-Tortilla de Harina -Tostadas	

	-Totopos	
12:00-13:00	-Tortilla de Maíz -Tostadas -Totopos	-Tortilla de Maíz
13:00-14:00	-Tortilla de Maíz -Tostadas -Totopos	-Tortilla de Maíz
14:00-15:00	-Tortilla de Maíz -Tostadas -Totopos	-Tortilla de Maíz

Fuente: Elaboración propia.

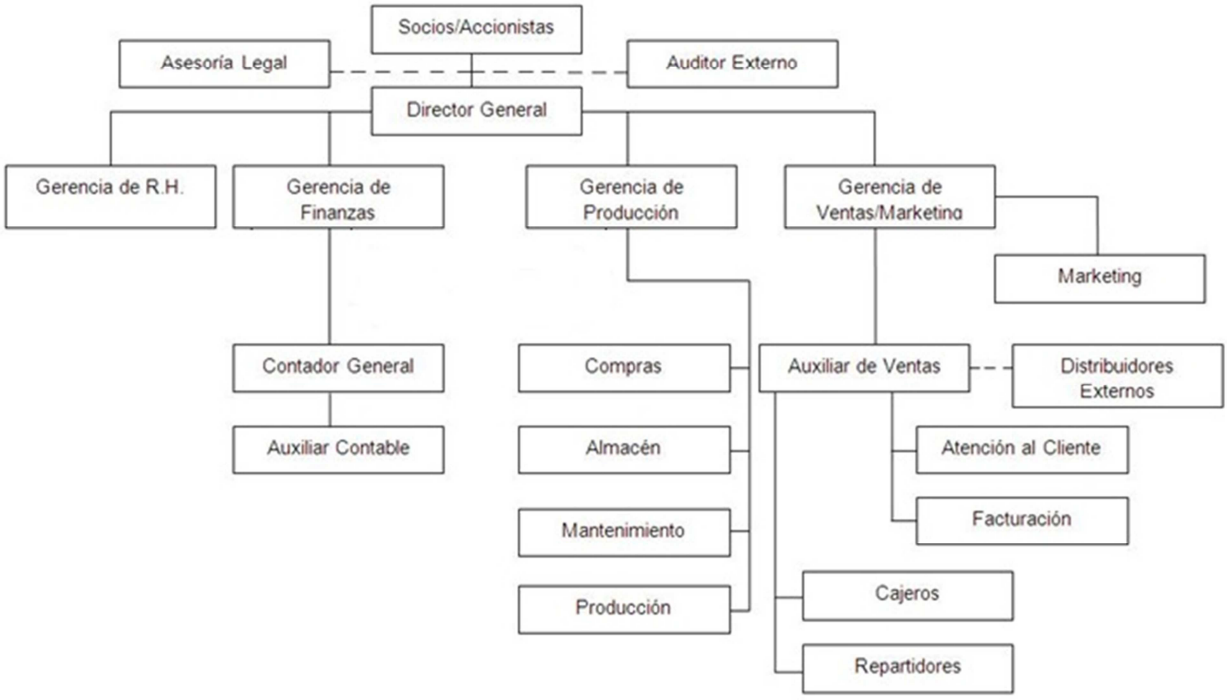
Capítulo IV

Organización

4.1 Estructura organizacional

La entidad productora de tortillas y frituras contara en un inicio con 57empleados, los cuales serán los encargados de realizar las diferentes actividades para el debido funcionamiento del negocio. En la figura 4.1 se puede observar que se trata de una estructura de organización lineal, los socios/accionistas son los encargados de establecer objetivos y metas en conjunto con el director general y gerentes de cada departamento; los cuales contaran con personal a su cargo para la debida operación de cada área dentro de la organización.

Figura 4.1 Organigrama.



Fuente: Elaboración propia.

Koont y Weihrich (2004) definen este organigrama como departamentalización por función empresarial, y tiene como ventajas el reflejar las funciones lógicas; además establecen funciones principales y se puede llevar a cabo un control de las actividades. Una desventaja que se pudiese presentar es que las responsabilidades se centran en el Director General y puede llegar a tener lenta adaptación a nuevas condiciones en el ambiente interno y externo.

Los empleados serán especializados en sus áreas donde se desarrollan, sin embargo deben contar con conocimiento para poder realizar alguna otra actividad de su mismo nivel jerárquico en caso de que se requiera. Se busca establecer claramente los valores y objetivos de la organización, y que cada empleado se sienta comprometido en proporcionar lo mejor de sí, de manera que tal compromiso se convierta en una ventaja competitiva.

A continuación se presentan las funciones que deben realizar cada uno de los puestos indicados en el organigrama.

4.2 Funciones específicas por puesto

Tabla 4.1 Descripción de puesto. Director General.

NOMBRE DE PUESTO: DIRECTOR GENERAL
Reporta a: Socios/Accionistas **Clase: Tiempo completo**
DESCRIPCIÓN • **Género Indiferente** • **Edad: Mayor de 30 años** • **Experiencia de dos o más años en puesto similar** • **Maestro en Administración con conocimientos en recursos humanos,**

finanzas, producción y ventas

- **Manejo de paquetería de office, aplicaciones de sistema operativo Windows y paqueteríaContpaq.**

RESPONSABILIDADES

- **Identificar oportunidades que logren aumentar la productividad y rentabilidad de la empresa.**
- **Crear y mantener una empresa inteligente, dinámica, creativa y rentable.**
- **Aplicar de manera eficiente los recursos físicos y financieros para el incremento de utilidades.**
- **Mejoramiento de la tecnología.**
- **Generar ventajas competitivas para lograr un crecimiento sostenido y de mejora continua.**
- **Obtener información acerca de la competencia y de nuevas formas tecnológicas para el desarrollo de los diferentes productos que ayuden a elaborar estrategias y planes de acción.**
- **Capacitación y desarrollo del personal.**
- **Establecer y acordar los objetivos de trabajo con los responsables de cada área.**
- **Con base en resultados, determinar las metas y objetivos a seguir por año.**
- **Crear canales de comunicación y Coordinar todos los departamentos de la organización.**

HABILIDADES Y APTITUDES

- **Disciplina**
- **Trabajo en equipo**
- **Liderazgo**
- **Proactivo**
- **Analítico**
- **Comunicación**
- **Integro**
- **Solución de problemas**
- **Trabajo bajo presión**
- **Personalidad influyente**
- **Orientación a objetivos**
- **Construcción de equipos de trabajo**
- **Capacidad de negociación**
- **Respeto**
- **Orden**

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.2 Descripción de puesto. Gerente de producción.

NOMBRE DE PUESTO: GERENTE DE PRODUCCIÓN
Reporta a: Director General Clase: Tiempo completo
DESCRIPCIÓN • Género Indiferente • Edad: Mayor de 25 años • Experiencia de dos años en puesto similar • Ingeniero Industrial o carrera afín con experiencia en procesos de producción (titulado) • Manejo de paquetería de office, aplicaciones de sistema operativo Windows y paquetería Contpaq
RESPONSABILIDADES • Elaboración de métodos de trabajo. • Medición del trabajo realizado. • Planeación y distribución de instalaciones. • Control de producción e inventarios. • Control de calidad. • Control de higiene y seguridad industrial. • Análisis y control de los procesos de producción. • Control de costos.
HABILIDADES Y APTITUDES • Disciplina • Trabajo en equipo • Liderazgo • Proactivo • Analítico • Comunicación • Integro • Solución de problemas • Respeto • Orden

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.3 Descripción de puestos. Gerente de recursos humanos.

NOMBRE DE PUESTO: GERENTE DE RECURSOS HUMANOS
Reporta a: Director General Clase: Tiempo completo
DESCRIPCIÓN • Género Indiferente • Edad: Mayor de 25 años • Experiencia de dos años en puesto similar • Licenciatura en psicología con conocimientos en administración, licenciado en administración de empresas con conocimientos en psicología o carrera afín con experiencia en recursos humanos (titulado) • Manejo de paquetería de office, aplicaciones de sistema operativo Windows y paquetería Contpaq I
IRRESPONSABILIDADES • Reclutamiento, selección y contratación de personal. • Elaboración de contratos de trabajo. • Creación de programas de capacitación para empleados. • Evaluación del desempeño de empleados. • Supervisión y aprobación del proceso de elaboración de nómina. • Establecer los procedimientos de seguridad e higiene. • Verificar la funcionalidad y el cumplimiento del reglamento interno de trabajo.
HABILIDADES Y APTITUDES • Disciplina • Trabajo en equipo • Liderazgo • Proactivo • Analítico • Comunicación • Integro • Solución de problemas • Respeto • Orden

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.4 Descripción de puestos. Gerente de finanzas.

NOMBRE DE PUESTO: GERENTE DE FINANZAS
Reporta a: Director General Clase: Tiempo completo
DESCRIPCIÓN • Género Indiferente • Edad: Mayor de 25 años • Experiencia de dos años en puesto similar • Licenciado en Contaduría o carrera afín con experiencia en finanzas (titulado) • Manejo de paquetería de office, aplicaciones de sistema operativo Windows y paquetería Contpaq I
RESPONSABILIDADES • Supervisión de tareas de contabilidad. • Análisis de resultados operacionales y de gestión de la empresa. • Dirigir las decisiones financieras de la empresa. • Mantenimiento y mejora de la calidad de los procedimientos financieros. • Supervisión del control interno de la organización. • Definir el destino de los fondos económicos. • Maximizar utilidades. • Prevenir posibles cambios en el entorno externo. • Generación de recursos y fondos financieros. • Toma de decisiones en cuestiones tributarias de la entidad.
HABILIDADES Y APTITUDES • Disciplina • Trabajo en equipo • Liderazgo • Proactivo • Analítico • Comunicación • Integro • Solución de problemas • Respeto • Orden

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.5 Descripción de puestos. Gerente de ventas.

NOMBRE DE PUESTO: GERENTE DE VENTAS
Reporta a: Director General Clase: Tiempo completo
DESCRIPCIÓN • Género Indiferente - Edad: Mayor de 25 años. • Experiencia de dos años en puesto similar • Licenciado en administración de empresas, negocios internacionales, mercadotecnia o carrera afín con experiencia en ventas (titulado) • Manejo de paquetería de office, aplicaciones de sistema operativo Windows y paquetería Contpaq I
RESPONSABILIDADES • Preparar planes y presupuestos de ventas. • Cálculo de demanda y pronósticos. • Creación y manejo los canales de distribución. • Coordinar al personal del área de ventas. • Planes de atracción de clientes.
HABILIDADES Y APTITUDES • Disciplina • Trabajo en equipo • Liderazgo • Proactivo • Analítico • Comunicación • Integro • Solución de problemas • Respeto • Orden

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.6 Descripción de puestos. Marketing.

NOMBRE DE PUESTO: MARKETING
Reporta a: Gerente de Ventas Clase: Tiempo Completo
DESCRIPCIÓN • Género Indiferente • Edad: Mayor de 22 años • Experiencia de un año en puesto similar • Licenciado en administración de empresas, negocios internacionales, mercadotecnia o carrera afín con experiencia en ventas (titulado) • Manejo de paquetería de office, aplicaciones de sistema operativo Windows.
RESPONSABILIDADES • Análisis de consumidores. • Análisis de competencia. • Manejo de redes sociales y pagina web. • Manejo de Promociones. • Planeación de la estrategia de marketing. • Control y evaluación de estrategias de ventas.
HABILIDADES Y APTITUDES • Disciplina • Trabajo en equipo • Liderazgo • Proactivo • Analítico • Comunicación • Integro • Solución de problemas • Respeto • Orden

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.7 Descripción de puestos. Auxiliar de ventas.

NOMBRE DE PUESTO: AUXILIAR DE VENTAS
Reporta a: Gerente de Ventas Clase: Tiempo Completo
DESCRIPCIÓN • Género Indiferente • Edad: Mayor de 22 años • Experiencia de un año en puesto similar • Licenciado en administración de empresas, negocios internacionales, mercadotecnia o carrera afín con experiencia en ventas (titulado) • Manejo de paquetería de office, aplicaciones de sistema operativo Windows y paquetería Contpaq I
RESPONSABILIDADES • Apoyo en las actividades de gerencia de ventas. • Manejo de cuentas por cobrar. • Supervisión y coordinación de las actividades de cajeros, repartidores, atención al cliente y facturación. • Estadísticas e informes de ventas. • Programar y coordinar las entrega de mercancía a clientes. • Seguimiento de clientes.
HABILIDADES Y APTITUDES • Disciplina • Trabajo en equipo • Liderazgo • Proactivo • Analítico • Comunicación • Integro • Solución de problemas • Respeto • Orden

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.8 Descripción de puestos. Cajero.

NOMBRE DE PUESTO: CAJERO
Reporta a: Auxiliar de Ventas Clase: Tiempo Completo
DESCRIPCIÓN • Género Femenino • Edad: Mayor de 18 años • Experiencia no requerida • Preparatoria terminada • Manejo de aplicaciones de sistema operativo Windows
RESPONSABILIDADES • Recibir pagos de clientes. • Procesar pagos con efectivo, tarjetas de crédito o débito. • Dar a conocer a clientes las promociones del día en la tienda. • Servicio al cliente.
HABILIDADES Y APTITUDES • Disciplina • Trabajo en equipo • Proactivo • Integro • Respeto

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.9 Descripción de puestos. Atención a clientes.

NOMBRE DE PUESTO: ATENCIÓN A CLIENTES
Reporta a: Auxiliar de Ventas Clase: Tiempo Completo
DESCRIPCIÓN • Género Femenino • Edad: Mayor de 18 años • Experiencia no requerida • Preparatoria terminada • Manejo de paquetería de office, aplicaciones de sistema operativo Windows
RESPONSABILIDADES • Encuestas de nivel de satisfacción y recomendaciones de clientes. • Monitoreo de las necesidades de clientes. • Búsqueda de nuevos clientes. • Elaboración de propuestas de servicio. • Estadísticas sobre consultas a clientes.
HABILIDADES Y APTITUDES • Disciplina • Trabajo en equipo • Liderazgo • Proactivo • Analítico • Comunicación • Integro • Solución de problemas • Respeto • Orden

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.10 Descripción de puestos. Repartidor.

NOMBRE DE PUESTO: REPARTIDOR
Reporta a: Auxiliar de Ventas Clase: Tiempo Completo
DESCRIPCIÓN • Género Masculino • Edad: Mayor de 18 años • Experiencia no requerida • Secundaria terminada • Licencia vigente
RESPONSABILIDADES • Entrega de mercancías. • Recibir pago de clientes. • Reportes de mercancías entregadas y pagos recibidos.
HABILIDADES Y APTITUDES • Disciplina • Trabajo en equipo • Proactivo • Integro • Respeto

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.11 Descripción de puestos. Facturación.

NOMBRE DE PUESTO: FACTURACIÓN
Reporta a: Auxiliar de Ventas Clase: Medio Tiempo
DESCRIPCIÓN • Género Indiferente • Edad: Mayor de 18 años • Experiencia no requerida • Preparatoria terminada • Manejo de paquetería de office, aplicaciones de sistema operativo Windows y paquetería Contpaq I
RESPONSABILIDADES • Elaboración de facturación electrónica. • Envió de facturación. • Recepción de facturación. • Ordenamiento de archivos .pdf y .xml de facturas.
HABILIDADES Y APTITUDES • Disciplina • Trabajo en equipo • Proactivo • Integro • Respeto

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.12 Descripción de puestos. Mantenimiento.

NOMBRE DE PUESTO: MANTENIMIENTO
Reporta a: Gerente de Producción Clase: Tiempo Completo
DESCRIPCIÓN • Género Masculino • Edad: Mayor de 18 años • Experiencia no requerida • Escolaridad no requerida
RESPONSABILIDADES • Mantener en buen estado las diferentes áreas de la organización. • Reparaciones y mejoras en edificio. • Uso racional de los recursos de mantenimiento.
HABILIDADES • Disciplina • Trabajo en equipo • Proactivo • Integro • Respeto

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.13 Descripción de puestos. Producción.

NOMBRE DE PUESTO: PRODUCCIÓN
Reporta a: Gerente de Producción Clase: Tiempo Completo
DESCRIPCIÓN • Género Indiferente • Edad: Mayor de 18 años • Experiencia no requerida • Escolaridad no requerida
RESPONSABILIDADES • Manejo y supervisión de maquinaria. • Mantenimiento preventivo a maquinaria. • Realizar el proceso de cocimiento y molienda de maíz. • Empaquetado de los diferentes productos. • Uso racional de los materiales de empaque. • Empaquetado de los diferentes productos. • Elaboración de productos.
HABILIDADES • Disciplina • Trabajo en equipo • Proactivo • Integro • Respeto

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.14 Descripción de puestos. Compras.

NOMBRE DE PUESTO: COMPRAS
Reporta a: Gerente de Producción Clase: Tiempo Completo
DESCRIPCIÓN • Género: Indiferente • Edad: Mayor de 18 años • Experiencia mayor de 1 año • Preparatoria terminada • Manejo de paquetería de office, aplicaciones de sistema operativo Windows y paquetería Contpaq I
RESPONSABILIDADES • Coordinación con almacenista. • Adquisición de mercancías. • Controlar la calidad de los materiales. • Seguimiento de la entrega de producto por parte de los proveedores. • Abastecer de lo necesario a cada departamento. • Monitorear los precios de los insumos con diferentes proveedores. • Verificación de las fechas de caducidad de los productos.
HABILIDADES • Disciplina • Trabajo en equipo • Proactivo • Integro • Respeto

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.15 Descripción de puestos. Almacenista.

NOMBRE DE PUESTO: ALMACENISTA
Reporta a: Gerente de Producción Clase: Tiempo Completo
DESCRIPCIÓN • Género Masculino • Edad: Mayor de 18 años • Experiencia mayor de 1 año • Preparatoria terminada • Manejo de paquetería de office, aplicaciones de sistema operativo Windows y paquetería Contpaq I
RESPONSABILIDADES • Cuidado del área de almacén. • Registro de entradas y salidas de mercancía. • Coordinación con el departamento de compras. • Verificación de las fechas de caducidad de los productos. • Inventarios físicos y electrónicos. • Mantener siempre el almacén con productos en existencia (venta o consumo propio del negocio). • Entregas de mercancía dentro del establecimiento.
HABILIDADES • Disciplina • Trabajo en equipo • Proactivo • Integro • Respeto

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.16 Descripción de puestos. Contador general.

NOMBRE DE PUESTO: CONTADOR GENERAL
Reporta a: Gerente de Finanzas Clase: Tiempo Completo
DESCRIPCIÓN • Género Indiferente • Edad: Mayor de 22 años • Experiencia de un año en puesto similar • Licenciado en contabilidad (titulado) • Manejo de paquetería de office, aplicaciones de sistema operativo Windows y paquetería Contpaq I
RESPONSABILIDADES • Elaborar estados financieros en fechas requeridas con información oportuna y verídica. • Cálculo de impuestos y elaboración de declaraciones. • Verificar y depurar cuentas contables. • Examinar el valor de inventarios de mercancía. • Revisar órdenes de cuentas por pagar y cobrar. • Revisar reportes de ventas diarios, semanales y mensuales. • Colaborar en la elaboración del presupuesto general. • Coordinar actividades de los auxiliares contables.
HABILIDADES • Disciplina • Trabajo en equipo • Liderazgo • Proactivo • Analítico • Comunicación • Integro • Solución de problemas • Respeto • Orden

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.17 Descripción de puestos. Auxiliar contable.

NOMBRE DE PUESTO: AUXILIAR CONTABLE
Reporta a: Contador General Clase: Tiempo Completo
DESCRIPCIÓN • Género Indiferente • Edad: Mayor de 22 años • Experiencia mayor de 1 año • Licenciado en contabilidad (titulado) • Manejo de paquetería de office, aplicaciones de sistema operativo Windows y paquetería Contpaq I
RESPONSABILIDADES • Revisar y ordenar ventas por día. • Captura de información al sistema contable. • Trámites en dependencias bancarias, gubernamentales y otras. • Apoyar las actividades del Contador General. • Conciliaciones Bancarias. • Pagos a proveedores.
HABILIDADES • Disciplina • Trabajo en equipo • Liderazgo • Proactivo • Analítico • Comunicación • Integro • Solución de problemas • Respeto • Orden

Fuente: Elaboración propia.

4.3 Capacitación del personal

El proceso de reclutamiento de personal se llevará a cabo a través de las bolsas de trabajo de las distintas entidades privadas y gubernamentales que existen en la ciudad.

Los aspirantes deberán llenar solicitud de empleo y entregar currículum los cuales serán evaluados por el personal de Recursos Humanos, quienes también

estarán a cargo de realizar entrevistas con cada uno de ellos. La decisión de contratación se realizará en conjunto con el director general de la organización y el gerente del área de donde se ocupará esa vacante.

Una vez seleccionado el personal se realizarán los respectivos contratos de trabajo y el personal de Recursos Humanos dará una introducción al nuevo miembro sobre las actividades que realiza la empresa, políticas de la organización, recorrido físico a las instalaciones, aclaración de preguntas o dudas, asimismo, la descripción de las actividades que realizará (responsabilidades, beneficios y obligaciones); terminado este proceso se le introducirá con el Gerente del área dónde se va a desempeñar y este se encargará de explicarle cuáles serán sus tareas a desarrollar y como las debe realizar, así mismo, se le explicará cómo presentar sus reportes o avances sobre las actividades realizadas durante un día laboral, etc.

4.4 Desarrollo del personal

El desarrollo personal es un proceso de transformación mediante el cual una persona adopta nuevas ideas, conocimientos o formas de pensamiento, que le permiten generar nuevos comportamientos y actitudes en sus actividades, que dan como resultado un mejoramiento de su calidad de vida personal y laboral (Jiménez, 2013).

En esta organización, se dará cumplimiento a lo establecido por la Secretaria del Trabajo y Previsión Social en cuestiones de Capacitación y Adiestramiento pero además se buscará que el personal tome cursos, diplomados o conferencias dependiendo su puesto. Por mencionar algunos ejemplos: el contador general de la empresa tomará cursos de actualización fiscal cada año debido a los constantes cambios que sufren las leyes tributarias del país, al personal de producción se les otorgarán cursos de seguridad laboral e higiene y de uso eficiente de los recursos materiales dela entidad, el gerente general asistirá a cursos en manejo de personal, toma de decisiones, liderazgo, entre otros.

4.5 Administración de sueldos y salarios

Tabla 4.16 Administración de sueldos y salarios.

Puesto	Sueldo Semanal
Director General (1)	5,000.00
Gerente de Recursos Humanos (1)	3,500.00
Gerente de Finanzas (1)	3,500.00
Gerente de Producción (1)	3,500.00
Gerente de Ventas/Marketing (1)	3,500.00
Contador General (1)	2,500.00
Encargado de Marketing (1)	2,500.00
Auxiliar de Ventas (1)	2,500.00
Auxiliar Contable (2)	1,800.00
Atención al Cliente (3)	1,250.00 + Comisiones
Encargado de Compras (1)	1,250.00
Almacenista (1)	1,250.00
Cajero (3)	1,000.00
Repartidor (12)	1,000.00
Personal de Producción (25)	900.00
Personal de Mantenimiento (1)	800.00
Facturación (1)	800.00 (Medio Tiempo)
Total Semanal por Concepto de Sueldos y	**$75,450.00**

Salarios

Fuente: Elaboración propia.

4.6 Evaluación del desempeño

Un sistema de evaluación de desempeño es una técnica de gestión de recursos humanos que permite determinar la actuación de cada una de las personas que estén involucradas en dicho sistema, en relación a una serie de factores establecidos de antemano y en consecuencia su aportación a la consecución de los objetivos individuales, departamentales y globales de la organización (Manene, 2010).

En esta organización, el personal de recursos humanos será el encargado de realizar programas de evaluación de desempeño anual para cada miembro de la organización, la cual consiste en evaluar los siguientes factores:

- Conocimiento del trabajo desarrollado y la empresa.
- Calidad del trabajo realizado.
- Relaciones con el personal.
- Estabilidad emocional.
- Capacidad de análisis y de síntesis.

Al tomar en cuenta los puntos mencionados con anterioridad, se podrá obtener una visión más clara sobre:

- Cualidades del sujeto evaluado.
- Contribución del sujeto al trabajo u objetivo encomendado.
- Potencial de desarrollo.

Al realizar estas evaluaciones, se podrá determinar si los empleados son aptos para subir de puesto en caso de contar con vacantes y además conocer si las funciones que realiza son las adecuadas en base a sus logros; si se tiene una evaluación positiva se le recompensara de manera económica y motivacional, en caso contrario se hablará

con la persona para conocer si los objetivos tanto de la empresa y los del empleado van encaminados a obtener beneficios mutuos.

Capítulo V

Finanzas

5.1 Sistema Contable de la Empresa

El registro de las operaciones de la entidad, la presentación de estados financieros y los aspectos fiscales con los que se tengan que cumplir, estarán a cargo del departamento de finanzas.

El catálogo de cuentas que se pretende utilizar para esta esta empresa es el mostrado en la tabla 5.1, el cual cuenta con sus respectivas cuentas de Activo, Pasivo, Capital, Resultados Deudora y Resultados Acreedora.

Tabla 5.1 Catálogo de cuentas de la organización.

Código	Nombre	Tipo
000-0100	**ACTIVO**	**A Activo Deudora**
000-0110	**CIRCULANTE**	**A Activo Deudora**
100-0000	Caja	A Activo Deudora
100-1000	Caja Chica	A Activo Deudora
101-0000	Bancos	A Activo Deudora
101-1000	Bancos MN	A Activo Deudora
101-2000	Bancos Dlls	A Activo Deudora
102-0000	Deudores Diversos	A Activo Deudora
103-0000	Clientes	A Activo Deudora
104-0000	Anticipo a Proveedores/Acreedores	A Activo Deudora

105-0000	Anticipo a Impuestos	A Activo Deudora
105-1000	ISR Pagos Provisionales	A Activo Deudora
106-0000	IVA Acreditable	A Activo Deudora
106-1000	IVA Acreditable 16%	A Activo Deudora
107-0000	Subsidio al Empleo	A Activo Deudora
107-1000	Subsidio al Empleo	A Activo Deudora
108-0000	Almacén	A Activo Deudora
108-1000	Materia Prima	A Activo Deudora
108-2000	Producto en Proceso	A Activo Deudora
108-3000	Producto Terminado	A Activo Deudora
000-0120	**FIJO**	**A Activo Deudora**
120-0000	Maquinaria y Equipo de Trabajo	A Activo Deudora
121-0000	Mobiliario y Equipo de Oficina	A Activo Deudora
122-0000	Equipo de Transporte	A Activo Deudora
123-0000	Edificios	A Activo Deudora
124-0000	Equipo de Cómputo	A Activo Deudora
125-0000	Depreciación Acumulada Activos Fijos	B Activo Acreedora
125-1000	Dep. Acumulada Maq. y Equipo de Trabajo	B Activo Acreedora
125-2000	Dep. Acumulada Mobiliario y Equipo de Oficina	B Activo Acreedora
125-3000	Dep. Acumulada Equipo de Transporte	B Activo Acreedora
125-4000	Dep. Acumulada Edificios	B Activo Acreedora
125-5000	Dep. Acumulada Equipo de Computo	B Activo Acreedora
000-0140	**DIFERIDO**	**A Activo Deudora**
140-0000	Gastos de Organización	A Activo Deudora

140-1000	Registro de Marca y Logotipo	A Activo Deudora
140-2000	Constitución de Sociedad	A Activo Deudora
141-0000	Gastos de Instalación y Adaptación	A Activo Deudora
141-1000	Diversos Gastos de Instalación	A Activo Deudora
142-0000	Amortización Activos Diferidos	B Activo Acreedora
142-1000	Amortización Gastos de Organización	B Activo Acreedora
142-2000	Amortización Gastos de Instalación y Adaptación	B Activo Acreedora
000-0200	**PASIVO**	**D Pasivo Acreedora**
000-0210	**CORTO PLAZO**	**D Pasivo Acreedora**
200-0000	Proveedores	D Pasivo Acreedora
201-0000	Acreedores Diversos	D Pasivo Acreedora
202-0000	Impuestos por Pagar	D Pasivo Acreedora
202-1000	Obligaciones Empresa	D Pasivo Acreedora
202-1001	IMSS	D Pasivo Acreedora
202-1002	SAR	D Pasivo Acreedora
202-1003	Infonavit	D Pasivo Acreedora
202-1004	Retenciones ISR	D Pasivo Acreedora
202-1005	Retenciones IVA	D Pasivo Acreedora
202-1006	1.80% Remuneraciones	D Pasivo Acreedora
202-2000	Obligaciones Empleado	D Pasivo Acreedora
202-2001	ISPT	D Pasivo Acreedora
202-2002	IMSS	D Pasivo Acreedora
202-2003	Crédito Infonavit	D Pasivo Acreedora
203-0000	Documentos por Pagar	D Pasivo Acreedora

203-1000	Documentos Bancarios	D Pasivo Acreedora
203-2000	Documentos de Particulares	D Pasivo Acreedora
204-0000	IVA Trasladado	D Pasivo Acreedora
204-1000	IVA Trasladado 16%	D Pasivo Acreedora
205-0000	PTU por pagar	D Pasivo Acreedora
000-0220	**LARGO PLAZO**	**D Pasivo Acreedora**
220-0000	Créditos Bancarios	D Pasivo Acreedora
000-0300	**CAPITAL**	**F Capital Acreedora**
000-0310	Capital Social	F Capital Acreedora
000-0320	Reserva Legal	F Capital Acreedora
000-0330	Resultado Ejercicios Anteriores	F Capital Acreedora
000-0340	Resultado del Ejercicio	F Capital Acreedora
000-0350	Utilidades Retenidas	F Capital Acreedora
000-0400	**INGRESOS**	**H Resultados Acreedora**
400-0000	Ventas	H Resultados Acreedora
400-1000	Ventas de Mostrador	H Resultados Acreedora
400-1001	Tortillas de Maíz	H Resultados Acreedora
400-1002	Tortillas de Harina	H Resultados Acreedora
400-1003	Tostadas	H Resultados Acreedora
400-1004	Totopos	H Resultados Acreedora
400-2000	Ventas de Contado	H Resultados Acreedora
400-2001	Tortillas de Maíz	H Resultados Acreedora
400-2002	Tortillas de Harina	H Resultados Acreedora
400-2003	Tostadas	H Resultados Acreedora
400-2004	Totopos	H Resultados Acreedora

400-3000	Ventas de Crédito	H Resultados Acreedora
400-3001	Tortillas de Maíz	H Resultados Acreedora
400-3002	Tortillas de Harina	H Resultados Acreedora
400-3003	Tostadas	H Resultados Acreedora
400-3004	Totopos	H Resultados Acreedora
401-0000	Productos Financieros	H Resultados Acreedora
401-1000	Utilidad Cambiaria	H Resultados Acreedora
402-0000	Venta de Activos Fijos	H Resultados Acreedora
403-0000	Ingresos Varios	H Resultados Acreedora
404-0000	Descuentos sobre Ventas	G Resultados Deudora
405-0000	Devoluciones sobre Ventas	G Resultados Deudora
000-0500	**EGRESOS**	**G Resultados Deudora**
501-0000	COSTA DE VENTAS	G Resultados Deudora
501-1000	Materia Prima	G Resultados Deudora
501-1001	Maíz	G Resultados Deudora
501-1002	Manteca	G Resultados Deudora
501-1003	Aceite	G Resultados Deudora
501-1004	Harina de Maíz	G Resultados Deudora
501-1005	Harina de Trigo	G Resultados Deudora
501-1006	Colorante	G Resultados Deudora
501-1007	Cal	G Resultados Deudora
501-1008	Gas	G Resultados Deudora
501-1009	Agua Potable	G Resultados Deudora
501-1010	Empaques y Envolturas	G Resultados Deudora
501-1011	Propinato de Calcio	G Resultados Deudora

501-1012	Sal	G Resultados Deudora
501-1013	Otras Compras	G Resultados Deudora
501-2000	Mano de Obra	G Resultados Deudora
501-2001	Sueldos y Salarios	G Resultados Deudora
501-2002	Horas Extras	G Resultados Deudora
501-2003	Prima Dominical	G Resultados Deudora
501-2004	Vacaciones	G Resultados Deudora
501-2005	Prima Vacacional	G Resultados Deudora
501-2006	Aguinaldos	G Resultados Deudora
501-2007	Gratificaciones	G Resultados Deudora
501-2008	Indemnizaciones	G Resultados Deudora
501-2009	Prima de Antigüedad	G Resultados Deudora
502-0000	GASTOS FINANCIEROS	G Resultados Deudora
502-1000	Comisiones Bancarias	G Resultados Deudora
502-2000	Intereses Pagados	G Resultados Deudora
502-3000	Perdida Cambiaria	G Resultados Deudora
503-0000	GASTOS DE OPERACIÓN	G Resultados Deudora
503-1000	Remuneraciones al Personal	G Resultados Deudora
503-1001	Sueldos y Salarios	G Resultados Deudora
503-1002	Horas Extras	G Resultados Deudora
503-1003	Prima Dominical	G Resultados Deudora
503-1004	Vacaciones	G Resultados Deudora
503-1005	Prima Vacacional	G Resultados Deudora
503-1006	Aguinaldos	G Resultados Deudora
503-1007	Gratificaciones	G Resultados Deudora

503-1008	Indemnizaciones	G Resultados Deudora
503-1009	Prima de Antigüedad	G Resultados Deudora
503-2000	Previsión Social	G Resultados Deudora
503-2001	IMSS	G Resultados Deudora
503-2002	SAR	G Resultados Deudora
503-2003	Infonavit	G Resultados Deudora
503-3000	Gastos Generales	G Resultados Deudora
503-3001	Luz y Fuerza	G Resultados Deudora
503-3002	Teléfonos	G Resultados Deudora
503-3003	Asesoría Administrativa	G Resultados Deudora
503-3004	Arrendamiento	G Resultados Deudora
503-3005	Servicio de Agua	G Resultados Deudora
503-3006	Rep. Y Mto. Maquinaria y Equipo	G Resultados Deudora
503-3007	Rep. Y Mto. Equipo de Transporte	G Resultados Deudora
503-3008	Rep. Y Mto. Edificio	G Resultados Deudora
503-3009	Rep. Y Mto. Equipo de Cómputo	G Resultados Deudora
503-3010	Rep. Y Mto. Equipo de Oficina	G Resultados Deudora
503-3011	Gasolina y Lubricantes	G Resultados Deudora
503-3012	Papelería y útiles	G Resultados Deudora
503-3013	Propaganda y Publicidad	G Resultados Deudora
503-3014	Cuotas y Suscripciones	G Resultados Deudora
503-3015	Gastos de Aseo	G Resultados Deudora
503-3016	Seguros y Fianzas	G Resultados Deudora
503-3017	Otros Impuestos y Derechos	G Resultados Deudora
503-3018	Gastos de Viaje	G Resultados Deudora

503-3019	Intereses	G Resultados Deudora
503-3020	1.80% Remuneraciones	G Resultados Deudora
503-3021	Recargos	G Resultados Deudora
503-3022	No Deducibles	G Resultados Deudora
503-3023	Otros Gastos	G Resultados Deudora
503-3024	Depreciación Maq. Y Eq. de Trabajo	G Resultados Deudora
503-3025	Depreciación Equipo de Transporte	G Resultados Deudora
503-3026	Depreciación Mobiliario y Eq. Oficina	G Resultados Deudora
503-3027	Depreciación Edificios	G Resultados Deudora
503-3028	Depreciación Equipo de Computo	G Resultados Deudora

Fuente: Elaboración propia.

5.2 Flujo de efectivo

Tabla 5.2 Flujo de Efectivo proyectado a 5 años

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Efectivo Inicial	**20,000.00**	**2,905,087.21**	**5,397,531.39**	**9,240,437.74**	**13,404,942.25**
IVA Acreditable Recuperado	488,573.21	28,147.89	31,874.82	36,095.90	18,551.59
Ingresos	16,541,366.40	18,923,323.16	23,482,123.62	26,552,863.09	33,854,900.15
Total de Entradas de Efectivo	**17,049,939.61**	**21,856,558.26**	**28,911,529.83**	**35,829,396.73**	**47,278,393.99**
Costo de Ventas	6,293,858.16	7,127,041.10	8,712,071.61	9,801,197.55	12,364,520.36
Gastos Generales	7,534,200.00	8,227,346.40	9,502,585.09	10,476,600.06	12,650,494.57
Intereses	136,584.68	112,722.04	85,699.61	55,098.97	20,446.32
Impuestos por Pagar	-	787,845.13	1,139,641.15	1,829,862.63	2,261,161.43

Acreedores Diversos	180,209.56	204,072.20	231,094.63	261,695.27	134,496.84
Total Salidas de Efectivo	**14,144,852.40**	**16,459,026.87**	**19,671,092.09**	**22,424,454.48**	**27,431,119.52**
Efectivo Final	**2,905,087.21**	**5,397,531.39**	**9,240,437.74**	**13,404,942.25**	**19,847,274.47**

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 5.2 se muestra que la organización a través de los cinco años, contara con la solvencia económica necesaria para cubrir todas sus obligaciones a corto y largo plazo. Además, nos brinda una imagen clara de cómo y en que se está desembolsando el efectivo, también se cuenta con una visión más clara sobre cuanto se pudiera estar utilizando para realizar nuevas inversiones que sirvan para obtener mejores dividendos en años futuros.

5.3 Estados financieros proyectados

Tabla 5.3 Proyección de Estado de Resultados a 5 años.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por Venta de Productos	18,379,296.00	21,025,914.62	26,091,248.47	29,503,181.21	**$37,616,555.72**
Rebajas S/Ventas (-)	1,837,929.60	2,102,591.46	2,609,124.85	2,950,318.12	3,761,655.57
Ingresos Totales (=)	16,541,366.40	18,923,323.16	23,482,123.62	26,552,863.09	$33,854,900.15
Costo de Ventas (-)	6,293,858.16	7,127,041.10	8,712,071.61	9,801,197.55	12,364,520.36
Mano de Obra	1,406,400.00	1,535,788.88	1,773,836.16	1,955,654.37	2,361,452.65
Materia Prima	4,887,458.16	5,591,252.22	6,938,235.45	7,845,543.18	10,003,067.71
Utilidad Bruta (=)	10,247,508.24	11,796,282.06	14,770,052.02	16,751,665.54	$21,490,379.79

Gastos Generales (-)	7,534,200.00	8,227,346.40	9,502,585.09	10,476,600.06	12,650,494.57
Depreciación (-)	607,110.74	607,110.74	607,110.74	567,062.94	230,312.70
Utilidad Operacional (=)	2,106,197.50	2,961,824.92	4,660,356.18	5,708,002.54	$8,609,572.52
Intereses (-)	136,584.68	112,722.04	85,699.61	55,098.97	20,446.32
Utilidad Antes de Impuestos (=)	1,969,612.82	2,849,102.88	4,574,656.57	5,652,903.57	$8,589,126.20
PTU (10%)	196,961.28	284,910.29	457,465.66	565,290.36	858,912.62
ISR (30%)	590,883.85	854,730.86	1,372,396.97	1,695,871.07	2,576,737.86
Utilidad Neta (=)	1,181,767.69	1,709,461.73	2,744,793.94	3,391,742.14	$5,153,475.72

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5.4 Proyección de Estado de posición financiera a 5 años.

ACTIVO						
CIRCULANTE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Caja	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00
Bancos	10,000.00	2,895,087.21	5,387,531.39	9,230,437.74	13,394,942.25	19,837,274.47
IVA Acreditable	603,243.41	114,670.20	86,522.31	54,647.49	18,551.59	-
TOTAL ACTIVO CIRCULANTE	**$ 623,243.41**	**$ 3,019,757.41**	**$ 5,484,053.70**	**$ 9,295,085.23**	**$ 13,423,493.84**	**$19,847,274.47**
FIJO						
Maquinaria y Equipo	2,175,211.00	2,175,211.00	2,175,211.00	2,175,211.00	2,175,211.00	2,175,211.00
Equipo de Transporte	1,266,905.34	1,266,905.34	1,266,905.34	1,266,905.34	1,266,905.34	1,266,905.34
Mobiliario y Equipo						

	127,916.00	127,916.00	127,916.00	127,916.00	127,916.00	127,916.00
Equipo de Computo	200,239.00	200,239.00	200,239.00	200,239.00	200,239.00	200,239.00
Depreciación Acumulada Activo Fijo	-	607,110.74	1,214,221.48	1,821,332.22	2,388,395.16	2,618,707.86
TOTAL ACTIVO FIJO	**$ 3,770,271.34**	**$ 3,163,160.60**	**$ 2,556,049.86**	**$ 1,948,939.12**	**$ 1,381,876.18**	**$ 1,151,563.48**
TOTAL ACTIVO	**$ 4,393,514.75**	**$ 6,182,918.01**	**$8,040,103.56**	**$11,244,024.35**	**$ 14,805,370.02**	**$ 20,998,837.95**
PASIVO						
CORTO PLAZO						
Impuestos por Pagar	-	590,883.85	854,730.86	1,372,396.97	1,695,871.07	2,576,737.86
PTU por Pagar	-	196,961.28	284,910.29	457,465.66	565,290.36	858,912.62
TOTAL PASIVO CORTO PLAZO						

	-	**$ 787,845.13**	**$ 1,139,641.15**	**$ 1,829,862.63**	**$ 2,261,161.43**	**$ 3,435,650.48**
LARGO PLAZO						
Acreedores Diversos	1,011,568.50	831,358.94	627,286.74	396,192.11	134,496.84	-
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	**$ 1,011,568.50**	**$ 831,358.94**	**$ 627,286.74**	**$ 396,192.11**	**$ 134,496.84**	**$ -**
TOTAL PASIVO	**$ 1,011,568.50**	**$ 1,619,204.07**	**$ 1,766,927.89**	**$2,226,054.74**	**$ 2,395,658.27**	**$3,435,650.48**
CAPITAL CONTABLE						
Capital Social	3,381,946.25	3,381,946.25	3,381,946.25	3,381,946.25	3,381,946.25	3,381,946.25
Resultado del Ejercicio	-	1,181,767.69	1,709,461.73	2,744,793.94	3,391,742.14	5,153,475.72
Resultado de Ejercicios Anteriores	-	-	1,181,767.69	2,891,229.42	5,636,023.36	9,027,765.50
TOTAL CAPITAL CONTABLE						

	$ 3,381,946.25	$ 4,563,713.94	$ 6,273,175.67	$ 9,017,969.61	$ 12,409,711.75	$17,563,187.47
TOTAL PASIVO + CAPITAL	$ 4,393,514.75	$ 6,182,918.01	$ 8,040,103.56	$11,244,024.35	$ 14,805,370.02	$20,998,837.95

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5.5 Determinación del Punto de Equilibrio para el Año 1.

PUNTO DE EQUILIBRIO	%P	PV	CV	MU (PV-CV)	MP	PVA (U)	PVA (M)	PVM (U)	PVM (M)	PVD (U)	PVD (M)
Tortilla de Maíz (Kg)	0.300	16.00	3.89	12.11	3.63	144,691	2,315,062.39	12,058	192,921.87	402	6,430.73
Tortilla de Harina 12 piezas (Chica)	0.020	18.00	5.08	12.92	0.26	9,646	173,629.68	804	14,469.14	27	482.30
Tortilla de Harina 12 piezas (Normal)	0.080	14.00	3.76	10.24	0.82	38,584	540,181.23	3,215	45,015.10	107	1,500.50
Tostadas 10 piezas	0.100	9.00	2.20	6.80	0.68	48,230	434,074.20	4,019	36,172.85	134	1,205.76
Tostadas 25 piezas	0.100	19.00	5.05	13.95	1.40	48,230	916,378.86	4,019	76,364.91	134	2,545.50
Tostadas 50 piezas	0.100	29.00	9.80	19.20	1.92	48,230	1,398,683.53	4,019	116,556.96	134	3,885.23
Totopos 250 grs	0.075	19.00	3.31	15.69	1.18	36,173	687,284.15	3,014	57,273.68	100	1,909.12
Totopos 500 grs	0.075	28.00	6.32	21.68	1.63	27,595	772,665.04	2,300	64,388.75	77	2,146.29

Totopos 1 kg	0.075	52.00	12.34	39.66	2.97	27,595	1,434,949.36	2,300	119,579.11	77	3,985.97
Totopos 2.5 kgs	0.075	110.00	30.40	79.60	5.97	27,595	3,035,469.80	2,300	252,955.82	77	8,431.86
	1.000				20.45		$11,708,378.24		**$975,698.19**		**$ 32,523.27**

Fuente: Elaboración propia.

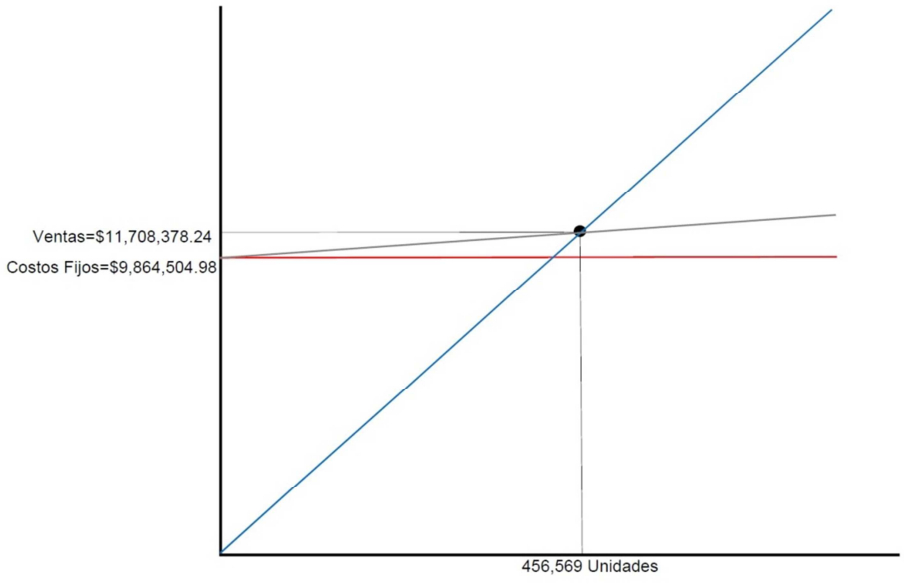
%P=Porcentaje de Participación
PV=Precio de Venta
CV=Costo Variable
MU=Margen de Utilidad
MP=Margen de Ponderación
PVA (U)=Punto de Venta Anual (Unidades)
PVA (M)=Punto de Venta Anual (Monetario)
PVM (U)=Punto de Venta Mensual (Unidades)
PVM (M)=Punto de Venta Mensual (Monetario)
PVD (U)=Punto de Venta Diario (Unidades)
PVD (M)=Punto de Venta Diario (Monetario)

Tabla 5.6 Costos Fijos para la Determinación del Punto de Equilibrio.

Costos Fijos	
Gastos Generales	7,534,200.00
Depreciación	607,110.74
Intereses	136,584.68
Mano de Obra	1,406,400.00
Acreedores	180,209.56
	9,864,504.98

Fuente: Elaboración propia.

Figura 5.1 Grafica del Punto de Equilibrio (Año 1).



Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 5.5 se observa la forma en que se determinó el punto de equilibrio para el primer año de operaciones, mismo que asciende a la cantidad de $11, 708, 378.24 por

la venta de 456,569 unidades de los distintos productos que ofrece la entidad; así mismo, en la Tabla 5.6 se muestra el valor de los Costos Fijos ($9, 864, 504.98) dentro de los cuales se contemplaron gastos generales de operación, depreciaciones, intereses, pago por mano de obra y pagos a acreedores diversos. Al calcular la diferencia entre el total de Ventas y los Costos Fijos podemos determinar que los Costos Variables implicarían un desembolso de $1, 843, 873.26.

5.4 Supuestos utilizados en las proyecciones financieras

Para la realización de los estados financieros mostrados en el punto 5.3 de este capítulo, se tomaron en cuenta los siguientes factores:

1. La proyección de los estados financieros se realiza a cinco años, esto para mostrar de manera más real los efectos que tendría el reposicionamiento y la expansión que sufriría la entidad.
2. Para el estado de posición financiera se considera que en la partida de Caja Chica, siempre se mantendrá un saldo de $10,000.00.
3. Las rebajas se consideran en un 10% sobre el total de las ventas, esto debido al descuento que se aplicara a intermediarios que intervienen en la comercialización de los productos y posibles devoluciones que se efectúen.
4. En lo que respecta a los gastos generales, estos se consideraron sin IVA, ya que al realizar una actividad con la Tasa 0% de tal impuesto, lo enteramente pagado por ese concepto se estaría regresando a la partida de Efectivo.
5. Debido a que la organización ya se encuentra en funcionamiento, todo el activo (excepto el equipo de reparto financiado) estaría siendo parte de los mismos recursos con los que ya cuenta.
6. Los Efectos Inflacionarios determinados por año fueron los siguientes:

Tabla 5.7.Factores Inflacionarias Aplicadas en la Presentación de Estados Financieros.

Año 1	-
Año 2	1.04
Año 3	1.05
Año 4	1.05
Año 5	1.05

Fuente: Elaboración propia.

7. Para el primer año se consideró que se estaría trabajando con el 50% de la capacidad instalada de la organización, para el segundo año ya con un punto de venta propio mas estaría obteniendo ingresos por el 55% de su capacidad de producción, para el tercer año agregándole un punto de venta más y al empezar a distribuir los productos en grandes cadenas minoristas de las ciudades donde ya se distribuye se estaría trabajando con un 65% de su capacidad, para el cuarto año al tener otro punto de venta más se estaría trabajando al 70%, y por último en el quinto año ya cuando se comience con la distribución a la ciudad de Mexicali, se estaría utilizando el 85% de la capacidad instalada.
8. Los precios de venta de los productos considerando los efectos de la inflación, quedarían de la siguiente manera:

Tabla 5.8 Precios de Venta (Año 1).

Producto	Precio
Tortilla de Maíz (1 kg)	$16.00
Tortilla de Harina (12 piezas	$14.00

chica)	
Tortilla de Harina (12 piezas normal)	$14.00
Tostadas (10 piezas)	$9.00
Tostadas (25 piezas)	$19.00
Tostadas (50 piezas)	$29.00
Totopos (250 grs)	$19.00
Totopos (500 grs)	$28.00
Totopos (1 kg)	$52.00
Totopos (2.5 kgs)	$110.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5.9 Precios de venta (Año 2).

Producto	Precio
Tortilla de Maíz (1 kg)	$16.64
Tortilla de Harina (12 piezas chica)	$14.56
Tortilla de Harina (12 piezas normal)	$18.72
Tostadas (10 piezas)	$9.36
Tostadas (25 piezas)	$19.76
Tostadas (50 piezas)	$30.16

Totopos (250 grs)	$19.76
Totopos (500 grs)	$29.12
Totopos (1 kg)	$54.08
Totopos (2.5 kgs)	$114.40

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5.10 Precios de venta (Año 3).

Producto	Precio
Tortilla de Maíz (1 kg)	$17.47
Tortilla de Harina (12 piezas chica)	$15.29
Tortilla de Harina (12 piezas normal)	$19.66
Tostadas (10 piezas)	$9.83
Tostadas (25 piezas)	$20.75
Tostadas (50 piezas)	$31.67
Totopos (250 grs)	$20.75
Totopos (500 grs)	$30.58
Totopos (1 kg)	$56.78
Totopos (2.5 kgs)	$120.12

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5.11 Precios de venta (Año 4).

Producto	Precio
Tortilla de Maíz (1 kg)	$18.35
Tortilla de Harina (12 piezas chica)	$16.05
Tortilla de Harina (12 piezas normal)	$20.64
Tostadas (10 piezas)	$10.32
Tostadas (25 piezas)	$21.79
Tostadas (50 piezas)	$33.25
Totopos (250 grs)	$21.79
Totopos (500 grs)	$32.10
Totopos (1 kg)	$59.62
Totopos (2.5 kgs)	$126.13

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5.12 Precios de venta (Año 5).

Producto	Precio
Tortilla de Maíz (1 kg)	$19.26
Tortilla de Harina (12 piezas chica)	$16.86
Tortilla de Harina (12 piezas normal)	$21.67
Tostadas (10 piezas)	$10.84
Tostadas (25 piezas)	$22.87
Tostadas (50 piezas)	$34.91
Totopos (250 grs)	$22.87
Totopos (500 grs)	$33.71
Totopos (1 kg)	$62.60
Totopos (2.5 kgs)	$132.43

Fuente: Elaboración propia.

9. Los costos de las materias primas involucradas en la realización de los productos de igual forma sufrirían efectos inflacionarios, por lo tanto los costos de venta por presentación quedarían de la siguiente manera:

Tabla 5.13 Costo de venta (Año 1).

Producto	Precio
Tortilla de Maíz (1 kg)	$3.89
Tortilla de Harina (12 piezas chica)	$3.76
Tortilla de Harina (12 piezas normal)	$5.08
Tostadas (10 piezas)	$2.20
Tostadas (25 piezas)	$5.05
Tostadas (50 piezas)	$9.80
Totopos (250 grs)	$3.31
Totopos (500 grs)	$6.32
Totopos (1 kg)	$12.34
Totopos (2.5 kgs)	$30.40

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5.14 Costo de venta (Año 2).

Producto	Precio
Tortilla de Maíz (1 kg)	$4.05
Tortilla de Harina (12 piezas chica)	$3.91
Tortilla de Harina (12 piezas normal)	$5.28

Tostadas (10 piezas)	$2.29
Tostadas (25 piezas)	$5.25
Tostadas (50 piezas)	$10.19
Totopos (250 grs)	$3.44
Totopos (500 grs)	$6.57
Totopos (1 kg)	$12.83
Totopos (2.5 kgs)	$31.62

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5.15 Costo de venta (Año 3).

Producto	Precio
Tortilla de Maíz (1 kg)	$4.25
Tortilla de Harina (12 piezas chica)	$4.11
Tortilla de Harina (12 piezas normal)	$5.55
Tostadas (10 piezas)	$2.40
Tostadas (25 piezas)	$5.51
Tostadas (50 piezas)	$10.70
Totopos (250 grs)	$3.61
Totopos (500 grs)	$6.90

Totopos (1 kg)	$13.48
Totopos (2.5 kgs)	$33.20

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5.16 Costo de venta (Año 4).

Producto	Precio
Tortilla de Maíz (1 kg)	$4.46
Tortilla de Harina (12 piezas chica)	$4.31
Tortilla de Harina (12 piezas normal)	$5.82
Tostadas (10 piezas)	$2.52
Tostadas (25 piezas)	$5.79
Tostadas (50 piezas)	$11.24
Totopos (250 grs)	$3.80
Totopos (500 grs)	$7.25
Totopos (1 kg)	$14.15
Totopos (2.5 kgs)	$34.86

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5.17 Costo de venta (Año 5).

Producto	Precio
Tortilla de Maíz (1 kg)	$4.68
Tortilla de Harina (12 piezas chica)	$4.53
Tortilla de Harina (12 piezas normal)	$6.12
Tostadas (10 piezas)	$2.65
Tostadas (25 piezas)	$6.08
Tostadas (50 piezas)	$11.80
Totopos (250 grs)	$3.99
Totopos (500 grs)	$7.61
Totopos (1 kg)	$14.86
Totopos (2.5 kgs)	$36.60

Fuente: Elaboración propia.

10. De acuerdo a lo establecido en el capítulo de Organización, el costo por mano de obra en el primer año, ascendería a la cantidad de $1,406,400.00 ($117,200.00 mensual), para los años posteriores se tendrían las siguientes consideraciones:

Año 2

Incremento del 5% del costo en mano de obra con relación al año anterior y efectos inflacionarios con factor del 1.04

Total: $1, 535, 788.80

Año 3

Incremento del 10% del costo en mano de obra con relación al año anterior y efectos inflacionarios con factor del 1.05

Total: $1, 773, 836.16

Año 4

Incremento del 5% del costo en mano de obra con relación al año anterior y efectos inflacionarios con factor del 1.05

Total: $1, 955, 654.37

Año 5

Incremento del 15% del costo en mano de obra con relación al año anterior y efectos inflacionarios con factor del 1.05

Total: $2, 361, 452.65

11. Con lo que respecta a los gastos generales en los que incurre la organización, se realizó un análisis sobre cuánto desembolsa actualmente en cada partida y se determinó el realizar presupuestos anuales por rubros, quedando para el primer año de la siguiente de la siguiente manera:

Tabla 5.18 Gastos generales presupuestados para el año 1.

Concepto	Mensual	Anual
Sueldos y Salarios (Administración)	$72,400.00	$868,800.00
Sueldos y Salarios (Ventas)	$112,200.00	$1,346,400.00
Luz Eléctrica	$25,000.00	$300,000.00
Teléfono	$12,000.00	$144,000.00
Servicio de Agua	$6,000.00	$72,000.00

Gas LP	$185,000.00	$2,220,000.00
Arrendamiento	$8,000.00	$96,000.00
Gasolina y Lubricantes	$41,700.00	$500,400.00
Papelería y Útiles	$5,400.00	$64,800.00
Propaganda y Publicidad	$20,800.00	$249,600.00
Seguros y Fianzas	$6,700.00	$80,400.00
Gastos de Viaje	$4,750.00	$57,000.00
Asesoría Administrativa	$15,000.00	$180,000.00
Otros Gastos	$2,500.00	$30,000.00
Aportaciones de Seguridad Social	$63,000.00	$756,000.00
Impuesto sobre Nominas	$10,000.00	$120,000.00
Otros Impuestos y Derechos	$4,000.00	$48,000.00
Rep. Y Mto. Maquinaria y Equipo	$8,400.00	$100,800.00
Rep. Y Mto. Equipo de Transporte	$12,500.00	$150,000.00
Rep. Y Mto. Edificio	$10,800.00	$129,600.00
Rep. Y Mto. Equipo de Computo	$1,700.00	20400
Total	$627,850.00	$7,534,200.00

Fuente: Elaboración propia.

Año 2

Para el segundo año se consideró un incremento del 5% sobre el total de los gastos generales del año inmediato anterior, así mismo, se aplicó el factor del 1.04 inflacionario.

Total: $8, 227, 346.40

Año 3

Para el tercer año se consideró un incremento del 10% sobre el total de los gastos generales del año inmediato anterior, así mismo, se aplicó el factor del 1.05 inflacionario.

Total: $9, 502, 585.09

Año 4

Para el cuarto año se consideró un incremento del 5% sobre el total de los gastos generales del año inmediato anterior, así mismo, se aplicó el factor del 1.05 inflacionario.

Total: $10, 476, 600.06

Año 5

Para el quinto año se consideró un incremento del 15% sobre el total de gastos generales del año inmediato anterior, así mismo, se aplicó el factor del 1.05 inflacionario.

Total: $12, 650, 494.57

12. Para las depreciaciones de los activos fijos, se tomaron en cuenta los porcentajes vigentes en el artículo 34 de la ley de ISR.

Tabla 5.19 Depreciación Año 1.

Concepto	Monto
Maquinaria y Equipo (10%)	$217,521.11
Equipo de Transporte (25%)	$316,726.33

Mobiliario y Artículos de Oficina (10%)	$12,791.60
Equipo de Cómputo (30%)	$60,071.70
Total	$607,110.74

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5.20 depreciación Año 2.

Concepto	Monto
Maquinaria y Equipo (10%)	$217,521.11
Equipo de Transporte (25%)	$316,726.33
Mobiliario y Artículos de Oficina (10%)	$12,791.60
Equipo de Cómputo (30%)	$60,071.70
Total	$607,110.74

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5.21 Depreciación año 3.

Concepto	Monto
Maquinaria y Equipo (10%)	$217,521.11
Equipo de Transporte (25%)	$316,726.33
Mobiliario y Artículos de	$12,791.60

Oficina (10%)	
Equipo de Cómputo (30%)	$60,071.70
Total	$607,110.74

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5.22 Depreciación del año 4.

Concepto	Monto
Maquinaria y Equipo (10%)	$217,521.11
Equipo de Transporte (25%)	$316,726.33
Mobiliario y Artículos de Oficina (10%)	$12,791.60
Equipo de Cómputo (30%)	$20.,023.90
Total	$567,062.94

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5.23 Depreciación año 5.

Concepto	Monto
Maquinaria y Equipo (10%)	$217,521.11
Mobiliario y Artículos de Oficina (10%)	$12,791.60
Total	$230,312.71

Fuente: Elaboración propia.

5.5 Sistema de financiamiento

Debido a que la empresa actualmente cuenta con la capacidad instalada suficiente para poder llevar a cabo los planes de expansión pretendidos en este proyecto, el financiamiento que se estaría realizando sería únicamente para poder adquirir equipo de transporte, el cual consta de 3 automóviles repartidores de marca Nissan modelo NV2500, cuyo valor unitario es de $380,649.48 (IVA incluido).

Como se puede apreciar en la tabla 5.2 el crédito automotriz a financiar sería por $1, 011, 568.50, monto que se estaría liquidando en un periodo de 5 años con una tasa de interés del 12.5% anual y considerando que se estaría realizando un anticipo del$130,379.94, el cual sería cubierto con recursos propios de la entidad.

Tabla 5.24 Amortizaciones para crédito automotriz.

Pago #	Saldo Capital	Abono Capital	Interés	Monto del Pago	SaldoActualizado
1.00	1,011,568.50	14,176.40	12,223.12	26,399.52	999,347.47
2.00	1,159,243.06	14,324.07	12,075.45	26,399.52	986,999.13
3.00	1,144,918.99	14,473.28	11,926.24	26,399.52	1,130,445.71
4.00	1,130,445.71	14,624.04	11,775.48	26,399.52	1,115,821.67
5.00	1,115,821.67	14,776.38	11,623.14	26,399.52	1,101,045.29
6.00	1,101,045.29	14,930.30	11,469.22	26,399.52	1,086,114.99
7.00	1,086,114.99	15,085.82	11,313.70	26,399.52	1,071,029.17
8.00	1,071,029.17	15,242.97	11,156.55	26,399.52	1,055,786.20
9.00	1,055,786.20	15,401.75	10,997.77	26,399.52	1,040,384.45
10.00	1,040,384.45	15,562.18	10,837.34	26,399.52	1,024,822.27
11.00	1,024,822.27	15,724.29	10,675.23	26,399.52	1,009,097.98

12.00	1,009,097.98	15,888.08	10,511.44	26,399.52	993,209.90
13.00	993,209.90	16,053.58	10,345.94	26,399.52	977,156.32
14.00	977,156.32	16,220.81	10,178.71	26,399.52	960,935.51
15.00	960,935.51	16,389.78	10,009.74	26,399.52	944,545.73
16.00	944,545.73	16,560.50	9,839.02	26,399.52	927,985.23
17.00	927,985.23	16,733.01	9,666.51	26,399.52	911,252.23
18.00	911,252.23	16,907.31	9,492.21	26,399.52	894,344.92
19.00	894,344.92	17,083.43	9,316.09	26,399.52	877,261.49
20.00	877,261.49	17,261.38	9,138.14	26,399.52	860,000.11
21.00	860,000.11	17,441.19	8,958.33	26,399.52	842,558.92
22.00	842,558.92	17,622.86	8,776.66	26,399.52	824,936.06
23.00	824,936.06	17,806.44	8,593.08	26,399.52	807,129.62
24.00	807,129.62	17,991.92	8,407.60	26,399.52	789,137.70
25.00	789,137.70	18,179.34	8,220.18	26,399.52	770,958.37
26.00	770,958.37	18,368.70	8,030.82	26,399.52	752,589.66
27.00	752,589.66	18,560.04	7,839.48	26,399.52	734,029.62
28.00	734,029.62	18,753.38	7,646.14	26,399.52	715,276.24
29.00	715,276.24	18,948.73	7,450.79	26,399.52	696,327.52
30.00	696,327.52	19,146.11	7,253.41	26,399.52	677,181.41
31.00	677,181.41	19,345.55	7,053.97	26,399.52	657,835.86
32.00	657,835.86	19,547.06	6,852.46	26,399.52	638,288.80
33.00	638,288.80	19,750.68	6,648.84	26,399.52	618,538.12

34.00	618,538.12	19,956.41	6,443.11	26,399.52	598,581.70
35.00	598,581.70	20,164.29	6,235.23	26,399.52	578,417.41
36.00	578,417.41	20,374.34	6,025.18	26,399.52	558,043.07
37.00	558,043.07	20,586.57	5,812.95	26,399.52	537,456.50
38.00	537,456.50	20,801.01	5,598.51	26,399.52	516,655.49
39.00	516,655.49	21,017.69	5,381.83	26,399.52	495,637.79
40.00	495,637.79	21,236.63	5,162.89	26,399.52	474,401.17
41.00	474,401.17	21,457.84	4,941.68	26,399.52	452,943.33
42.00	452,943.33	21,681.36	4,718.16	26,399.52	431,261.97
43.00	431,261.97	21,907.21	4,492.31	26,399.52	409,354.76
44.00	409,354.76	22,135.41	4,264.11	26,399.52	387,219.35
45.00	387,219.35	22,365.99	4,033.53	26,399.52	364,853.37
46.00	364,853.37	22,598.96	3,800.56	26,399.52	342,254.40
47.00	342,254.40	22,834.37	3,565.15	26,399.52	319,420.03
48.00	319,420.03	23,072.23	3,327.29	26,399.52	296,347.80
49.00	296,347.80	23,312.56	3,086.96	26,399.52	273,035.24
50.00	273,035.24	23,555.40	2,844.12	26,399.52	249,479.84
51.00	249,479.84	23,800.77	2,598.75	26,399.52	225,679.07
52.00	225,679.07	24,048.70	2,350.82	26,399.52	201,630.37
53.00	201,630.37	24,299.20	2,100.32	26,399.52	177,331.17
54.00	177,331.17	24,552.32	1,847.20	26,399.52	152,778.84
55.00	152,778.84	24,808.07	1,591.45	26,399.52	127,970.77

56.00	127,970.77	25,066.49	1,333.03	26,399.52	102,904.28
57.00	102,904.28	25,327.60	1,071.92	26,399.52	77,576.68
58.00	77,576.68	25,591.43	808.09	26,399.52	51,985.25
59.00	51,985.25	25,858.01	541.51	26,399.52	26,127.24
60.00	26,127.24	26,127.36	272.16	26,399.52	(0.12)

Fuente: Elaboración propia.

5.6 Tasa Interna de Retorno y Valor Presente Neto

Tabla 5.25 Tasa Interna de Retorno.

Año	Inversion Inicial	Flujo de Efectivo	TIR
0	($1,141,948.44)		
1		$2,905,087.21	
2		$5,397,531.39	
3		$9,240,437.74	
4		$13,404,942.25	
5		$19,847,274.47	
			328.72%

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a la tasa interna de retorno (Tabla 5.25), el proyecto habría recuperado su inversión en un periodo de 143 días, contando con una TIR de 328.72%; lo elevado de tal índice se debe a que el desembolso inicial que tiene que realizar la organización para concretar el proyecto de expansión es muy bajo, considerando que ya cuenta la mayor parte del equipo requerido para poder operar.

Tabla 5.26 Valor Presente Neto.

Año	Inversion Inicial	Flujo de Efectivo	Factor Descuento	Valor Presente
0	($1,141,948.44)		100.00%	($1,141,948.44)
1		$2,905,087.21	90.91%	$2,640,988.37
2		$5,397,531.39	82.64%	$4,460,769.74
3		$9,240,437.74	75.13%	$6,942,477.64
4		$13,404,942.25	68.30%	$9,155,755.93
5		$19,847,274.47	62.09%	$12,323,595.92
				$32,719,337.45

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto al Valor Presente Neto (Tabla 5.26), considerando los flujos de efectivo obtenidos en cada uno de los cinco años de las proyecciones y la inversión inicial, obtenemos como resultado la cantidad de $32, 719, 337.45 como Valor Presente del proyecto de inversión, lo cual muestra la viabilidad para realizarse ya que aplicándole una tasa de descuento del 12.50% siguió arrojando un importe positivo.

Capítulo VI

Riesgos críticos

6.1 Análisis de Sensibilidad

Para determinar los riesgos críticos que conlleva la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto, se realizó un análisis de sensibilidad donde se tomaron en cuenta tres variables principales: Ingresos, Costos y Gastos Generales de Operación, Tasa de Interés.

Por cada variable se determinaron tres posibles factores de cambio: pesimista, normal y optimista, arrojándonos los resultados que a continuación se muestran en la Tabla 6.1.

Tabla 6.1 Análisis de Sensibilidad.

Variable-Factores de Cambio	Pesimista	Normal	Optimista
Ventas ($)	**Disminución del 10%**	**-**	**Aumento del 10%**
Resultados	**TIR 157.43%** **VPN $12,345,788.59**	**TIR 328.72%** **VPN $32,719,337.45**	**TIR 484.19%** **VPN $53,092,886.04**
Costos y Gastos Generales ($)	**Aumento del 10%**	-	**Disminución del 10%**
Resultados	**TIR 190.98%** **VPN $16,487,010.80**	**TIR 328.72%** **VPN $32,719,337.45**	**TIR 458.07%** **VPN $48,951,664.13**
Tasa de Interés (%)	**15%**	**12.50%**	**10%**
Resultados	**TIR 328.72%** **VPN $30,215,132.14**	**TIR 328.72%** **VPN $32,719,337.45**	**TIR 328.72%** **VPN $35,523,587.61**

Fuente: Elaboración propia.

La tabla anterior principalmente nos muestra que en los factores pesimistas de las tres variables, tanto la Tasa Interna de Retorno y el Valor Presente Neto siguen arrojando porcentajes e importes positivos respectivamente, esto debido a que la reinversión necesaria para la realización del proyecto es muy baja comparado con los beneficios que traería a la organización; el punto donde se estaría teniendo perdidas más considerables seria en el momento en que las ventas se vieran disminuidas un 10%, y a su vez el aumento del 10% de los ingresos traería mayor redituabilidad en comparación a una disminución de los costos, gastos generales o un aumento en la tasa de interés.

Capítulo VII

Aspectos legales de implementación y operación

7.1 Definición del régimen de constitución de la empresa

La inscripción de la empresa se realizará a través de un notario o fedatario público, ante el cual se constituirá la persona moral y se expedirá un documento constitutivo debidamente protocolizado.

Esta organización se establecerá como una Sociedad Anónima de Capital Variable la cual según la Secretaria de Economía (2013) es una manera de constituir una persona moral en la que los elementos que se destacan por encima de otros son la integración del capital y la limitación de la responsabilidad de los socios. Las características personales de los socios (personas físicas o morales, nacionales o extranjeras) quedan en segundo término y cada uno es representado por el monto de la aportación que realiza para integrar el capital social. Entre más capital se aporte, mayor representación y número de votos se tiene. Su responsabilidad siempre estará limitada al pago de sus aportaciones.

También la Secretaria de Economía (2013) explica que entre los beneficios de este tipo de sociedad, se encuentran los siguientes:

1. Los accionistas son libres de determinar el valor de las acciones.
2. Las acciones adquieren un valor comercial diferente al que se establece en el acta constitutiva, es decir, es posible vender una acción por un valor mayor al que está asentado en el Libro de Variaciones de Capital .
3. El valor del negocio aumenta dependiendo de los esfuerzos realizados en conjunto por los participantes.
4. Es posible obtener nuevos recursos mediante la admisión de nuevos accionistas diferentes a los iníciales, o la emisión de obligaciones.

5. La responsabilidad se limita al monto de la aportación.
6. Se puede financiar a través de la venta de acciones sin que esto implique un interés como sí lo causaría un préstamo bancario.
7. El poder del voto de los accionistas está determinado por el número de acciones que tengan.

7.2 Trámites de apertura

Dentro de los trámites iníciales que debe realizar esta organización están los siguientes:

1. Darse de alta en el Sistema de Información Empresarial Mexicano (Ver Anexo 3).
2. Solicitud de uso de suelo, la cual se debe realizar ante la Secretaria de Administración Urbana del municipio de Ensenada (Ver Anexo 4).
3. Inscripción de la empresa ante la Secretaria de Salud (Ver Anexo 5).
4. Solicitud de Licencia Ambiental ante la Secretaria de Administración Urbana de del municipio de Ensenada (Ver Anexo 6).
5. Solicitar el registro estatal como posible generadora de descargas de aguas residuales potencialmente contaminantes para actividades industriales (Ver Anexo 7).
6. Dar aviso de funcionamiento a la Cámara correspondiente (Cámara Nacional de Producción de la Masa y la Tortilla).
7. Registro de marca, logotipos y slogan ante el Registro Público de la propiedad industrial (Ver Anexo 8).
8. Además, pedir autorización al Cuerpo de Bomberos de Ensenada y Protección Civil, con respecto a las medidas de seguridad civil e incendios.

7.3 Trámites Fiscales

Después de haber concluido el trámite de constitución de la sociedad (además de haberse realizado el aviso notarial ante la secretaria de relaciones exteriores y la inscripción ante el registro público de la propiedad y el comercio), se deberá acudir al Servicio de Administración Tributaria para realizar la inscripción en el RFC de la empresa.

Para este trámite el portal del SAT (2013) nos menciona que son necesarios los siguientes requisitos:

- Acuse con número de folio asignado de la Pre Alta realizada por internet (Ver Anexo 9).
- Copia certificada del documento constituido debidamente protocolizado.
- Original comprobante de domicilio fiscal
- Copia certificada del poder notarial con el que acredite la personalidad del representante legal, o carta poder firmada ante dos testigos y ratificadas las firmas ante las autoridades fiscales o ante Notario o Fedatario Público. Si fue otorgado en el extranjero deberá estar debidamente apostillado o legalizado y haber sido formalizado ante fedatario público mexicano y en su caso, contar con traducción al español realizada por perito autorizado.
- Original de cualquier identificación oficial vigente con fotografía y firma expedida por el Gobierno Federal, Estatal o Municipal del representante legal.

Asimismo, al realizar dicho trámite se deberá solicitar la Firma Electrónica de la empresa para poder realizar operaciones por medios electrónicos, además de que será necesaria para poder expedir facturas electrónicas.

También se deberá presentar el Aviso de inscripción ante el registro estatal de causantes (Ver Anexo 10) ya que la entidad al contar con empleados y al ser en número mayor a veinticinco se tiene que cumplir mensualmente con el 1.80% sobre

remuneraciones al trabajo personal. Es necesario llevar la contabilidad de todas las operaciones de la organización, para que mensualmente se cumpla con las obligaciones fiscales que marcan las distintas leyes tributarias de nuestro país.

7.4 Tramites laborales

Se deberá realizar el Alta Patronal ante el Instituto Mexicano del Seguro Social (Ver Anexo 11), al realizar dicho trámite, también se deberá solicitar la clave de acceso al sistema IDSE (IMSS desde su empresa) en el cual se darán de alta los trabajadores de la entidad de manera electrónica.

Basándose en el Reglamento de Clasificación de Empresas y Denominación del Grado de Riesgo del Seguro de Trabajo, la empresa estará clasificada de la siguiente manera:

- División 2: Industrias de la transformación
- Grupo 20: Elaboración de alimentos
- Fracción 2016: Fabricación de harinas y productos de molino a base de cereales
- Y leguminosas.
- Actividad: Comprende a las empresas que se dedican a la fabricación de harinas de trigo, maíz, centeno, soya, avena, cebada, mijo.

Incluye la fabricación de harina de arroz; molienda de nixtamal y empresas tortilladoras que cuenten con molinos. Excepto empresas dedicadas otros beneficios de granos, clasificadas por separado en la fracción 202.

Clase: V

Prima: 7.58875

Además ante la Secretaria de Trabajo y Previsión Social se deberán presentar ciertos formatos oficiales (Ver Anexo 12) para establecer la Comisión de Capacitación y Adiestramiento, e Inscripción de los Planes y Programas de Capacitación y Adiestramiento ante la Secretaria de Trabajo.

También ante esta misma Secretaria se deberá presentar la documentación necesaria que viene descrita en la Norma NOM-019-STPS-2011 la cual fue publicada el 13 de abril del 2011, en la cual se debe incluir la constitución, integración, organización y funcionamiento de la Comisión de Seguridad e Higiene.

Inclusive como última disposición de nuestro gobierno federal, las empresas deben inscribirse ante el FONACOT, dependencia que también les facilitará créditos a los empleados de las mismas.

Conclusiones

Al realizar la presente investigación se pudo llegar a las siguientes conclusiones:

1-Al realizarse el estudio de mercado se determinó que a demanda en el municipio de Mexicali es muy amplia y variada ya que de los 936,826 habitantes, la mayor parte es posible consumidor a alguno de los productos debido a la aceptación que tiene el maíz en la canasta básica de alimentos de la sociedad, además el estado de Baja California es un gran consumidor de mariscos frescos lo cual hace que la tostada y los totopos sean alimentos ideales para acompañar ese tipo de platillos, cabe mencionar que además cada mexicano en promedio consume alrededor de 80 kgs de tortillas de maíz al año.

2-La entidad al distribuir sus productos en grandes cadenas minoristas del país, compite directamente con empresas que distribuyen a mayor escala en el mercado nacional y en algunos casos a nivel internacional, tal es el caso de empresas como Mission (Tortilla de Maíz, Tortilla de Harina y Tostadas), Milpa Real (Tortilla de Maíz y Totopos), Tía Rosa (Tortilla de Harina), Del Hogar (Tortillas de Harina y Totopos), Charras (Totopos y Tostadas), Tostitos (Totopos y Tostadas), Kirkland (Totopos), Trizalet (Tostadas), Sanissimo (Tostadas), Tortiricas (Tortilla de Maíz), e inclusive con las mismas cadenas minoristas (Calimax, Soriana, Comercial Mexicana y Walmart) las cuales ya empiezan a producir este tipo de productos con menor calidad pero con un precio más accesible para la población.

Indirectamente se tiene competencia con pequeños establecimientos que se asientan en las diferentes ciudades del estado y venden sus productos bajo una publicidad de estar hechos de forma casera (principalmente en el caso de la tortilla de maíz y harina).

3-En el primer año, el cual sería un periodo de modificaciones y reestructuración, se planteó seguir con los mismos puntos de venta con los que actualmente se cuentan y con ello se obtendrían ingresos por la cantidad de $18, 379, 296.00.

Para el segundo año, considerando la apertura de una nueva sucursal en la ciudad de Ensenada se estarían generando ventas por $21, 025,914.62

El tercer periodo, el cual traería consigo la apertura de otra sucursal en la ciudad de Ensenada, así como la distribución en otras cadenas minoristas (Walmart, Soriana, Comercial Mexicana) del estado, lograría acumular ingresos por el importe de $26,091,248.47.

El cuarto año, mismo que traería consigo la apertura de una cuarta sucursal en la ciudad de origen dela empresa, facturaría la cantidad de $29, 503, 181.21.

Para el quinto año, que es aquí donde se comenzaría con la expansión a Mexicali, además de la apertura de una quinta sucursal de la empresa en la ciudad de Ensenada, se estarían generando ventas por $37, 616, 555.72.

4-Las estrategias operativas a llevar a cabo para poder comenzar con la expansión y consolidación de la organización son las siguientes:

-Creación de nueva sociedad mercantil, así mismo realizar el debido registro y obtención de permisos ante todas las entidades gubernamentales que aplique (Corto Plazo).

-Fortalecimiento del sistema administrativo y a las medidas de control interno de la empresa (Corto Plazo).

-Rediseño del área de producción de la planta (Corto Plazo).

-Reestructuración de puestos y áreas dentro de la organización (Corto Plazo).

-Rediseño del sistema de logística de la entidad (Corto Plazo).

-Contar con 5 puntos de venta propios en la ciudad de Ensenada (Corto, Mediano y Largo Plazo).

-Presencia en redes sociales y páginas web (Corto Plazo).

-Compra de equipo de reparto (Corto Plazo).

-Distribución a través de medios propios y ajenos a la empresa (Corto, Mediano y Largo Plazo).

-Ofrecer los productos a través de grandes cadenas minoristas, mini-mercados o abarrotes y restaurantes o lugares donde se ofrezcan alimentos preparados (Corto, Mediano y Largo Plazo).

-Anuncios Televisivos y de radio a través de los diferentes canales de las distintas ciudades del estado (Corto, Mediano y Largo Plazo).

-Renta de almacenes para la conservación de mercancías (Largo Plazo).

5-Debido a que la organización ya se encuentra en funcionamiento y cuenta con la mayor parte del equipo necesario para realizar la expansión y consolidación, solamente se requiere la inversión en equipo de reparto, misma que ascendería a la cantidad de $1, 141, 948.44 por la compra de tres vehículos nuevos, y conforme a la Tasa Interna de Retorno la inversión se recuperaría en un lapso de 143 días.

6-Al realizar el análisis financiero del proyecto, se determinó que el punto de equilibrio para el primer año de operaciones se encuentra al obtener $11, 708, 378.24 de ingresos por la venta de 456, 569 unidades de los diferentes productos; donde $9, 864, 504.98 se necesitan para cubrir costos fijos y $1, 843, 873.26 costos variables.

7-El proyecto es financieramente factible de realizarse ya que al observar los estados financieros podemos darnos cuenta que a lo largo de la proyección de los mismos, la entidad contara con la solvencia necesaria para cubrir con sus obligaciones a corto, mediano y largo plazo; además de que tendrá buen flujo de efectivo para poder realizar algún otro tipo de inversión que haga aún más ambicioso el proyecto.

En lo que respecta a margen de utilidades sobre ventas, conforme pasan los años esta se mantendría en ascenso, logrando para el primer año un margen del 6.43% y para el 5to año el 13.70%.

Anexos

Anexo 1. Diagnóstico integral

DIAGNÓSTICO INTEGRAL FASE 3 PERFIL INTERNO CUESTIONARIO											
0											
NOTA: Cada pregunta tiene cinco respuestas equivalentes a:4 muy bien, 3 bien, 2 regular, 1 mal y 0 no.											
1. ADMINISTRACIÓN											
1.1 Estructura Organizacional											
											VALORES
1. ¿Cuenta con organigrama general de la empresa?						(0)	1	2	3	4	0
2. ¿Cuenta con descripción de puestos por escrito?						(0)	1	2	3	4	0
3. ¿Están todas las responsabilidades claramente asignadas?						(0)	1	2	3	4	0
0 /12											
1.2 Planeación Estratégica											
1. ¿La empresa ha definido su misión?						(0)	1	2	3	4	0
2. ¿La misión se encuentra por escrito?						(0)	1	2	3	4	0
3. ¿Es conocida por todo el personal?						(0)	1	2	3	4	0
4. ¿Tiene objetivos y metas generales?						(0)	1	2	3	4	0
5. ¿Tiene objetivos y metas por cada una de las áreas funcionales?						(0)	1	2	3	4	0
6. ¿Participa el personal en la definición de la planeación?						(0)	1	2	3	4	0
7. ¿Los objetivos son aceptados por los miembros de la empresa?						(0)	1	2	3	4	0
0 /28						(0)	1	2	3	4	0
1.3 Toma de Decisiones											
1. ¿El empresario cuenta con experiencia y capacitación adecuada?						(0)	1	2	3	4	2
2. ¿Tiene algún método para la toma de decisiones?						(0)	1	2	3	4	0
3. ¿Los canales de comunicación existentes facilitan la toma de decisiones?						(0)	1	2	3	4	0
2 /12											
1.4 Políticas y Procedimientos											

1. ¿Están claramente establecidas las políticas?			(0)	1	2	3	4	0
2. ¿Están claramente establecidos los procedimientos?			(0)	1	2	3	4	0
3. ¿Están escritos y se explican con claridad?			(0)	1	2	3	4	0
4. ¿Actualiza los procedimientos o instrucciones escritas de los procesos que			(0)	1	2	3	4	0
actualmente se llevan a cabo?								
5. ¿Existen medios para evaluar el desempeño de las áreas de la empresa?			(0)	1	2	3	4	0
6. ¿La evaluación se realiza comparando los resultados contra lo planeado a			(0)	1	2	3	4	0
través de un reporte?								
0 /24								
2. MERCADO								
2.1 Comportamiento de las ventas								
1. ¿Establece objetivos de ventas?			(0)	1	2	3	4	0
2. ¿Ha tenido incremento real en sus ventas en los últimos 2 años?			(0)	1	2	3	4	3
3. ¿Conoce las causas de las variaciones en ventas?			(0)	1	2	3	4	0
3 /12								
2.2 Clientes								
1. ¿Puede definir quién es el cliente?			(0)	1	2	3	4	0
2. ¿Sabe por qué prefiere su producto?			(0)	1	2	3	4	0
3. ¿Conoce sus hábitos de compra?			(0)	1	2	3	4	0
4. ¿Cuenta la empresa con registros de clientes?			(0)	1	2	3	4	2
5. ¿Conoce el potencial de su segmento de mercado?			(0)	1	2	3	4	0
2 /20								
2.3 Competencia								
1. ¿Sabe quien es su competencia?			(0)	1	2	3	4	2
2. ¿Conoce y registra los precios y descuentos de la competencia?			(0)	1	2	3	4	0
3. ¿El producto compite a nivel local, regional, nacional o internacional?			(0)	1	2	3	4	2
4. ¿Es el producto superior en precio?			(0)	1	2	3	4	2
5. ¿Es el producto superior en calidad?			(0)	1	2	3	4	3
6. ¿Como es el canal de distribución de la empresa?			(0)	1	2	3	4	1
7. ¿Ha tomado en cuenta otros canales de distribución con base en costos,			(0)	1	2	3	4	0
ventajas y desventajas que tiene?								
10 /28								
2.4 Estrategia de mercado								

1. ¿Cuenta la empresa con políticas de ventas?			(0)	1	2	3	4	0
2. ¿Cuenta la empresa con estrategia de ventas?			(0)	1	2	3	4	0
3. ¿Conoce su participación en el mercado?			(0)	1	2	3	4	0
4. ¿Hace pronósticos de ventas con base en el comportamiento de su producto			(0)	1	2	3	4	0
en el mercado?								
5. ¿Podría la empresa ampliar su gama de productos?			(0)	1	2	3	4	3
3 /20								
3. FINANZAS								
3.1 Contabilidad								
1. ¿Prepara estados de resultados y están disponibles?			(0)	1	2	3	4	3
2. ¿Prepara estados de situación financiera y están disponibles?			(0)	1	2	3	4	3
3. ¿Utiliza los estados financieros para toma de decisiones?			(0)	1	2	3	4	2
4. ¿Cuenta con contador externo?			(0)	1	2	3	4	0
5. ¿Conoce el costo por producto?			(0)	1	2	3	4	0
6. ¿Conoce los costos fijos y variables?			(0)	1	2	3	4	2
10 /24								
3.2 Rentabilidad								
Genera utilidad bruta								
1. ¿En el presente ejercicio?			(0)	1	2	3	4	2
2. ¿En el ejercicio inmediato anterior?			(0)	1	2	3	4	2
3. ¿En el penúltimo año?			(0)	1	2	3	4	2
6 /12								
Genera utilidad de operación								
4. ¿En el presente ejercicio?			(0)	1	2	3	4	0
5. ¿En el ejercicio inmediato anterior?			(0)	1	2	3	4	0
6. ¿En el penúltimo año?			(0)	1	2	3	4	0
0 /12								
Genera utilidad neta								
7. ¿En el presente ejercicio?			(0)	1	2	3	4	0
8. ¿En el ejercicio inmediato anterior?			(0)	1	2	3	4	0
9. ¿En el penúltimo año?			(0)	1	2	3	4	0
0 /12								
10. ¿La generación de utilidad se compara favorablemente frente a los			(0)	1	2	3	4	0
indicadoresdel sector?								
11. ¿La empresa genera recursos?			(0)	1	2	3	4	0
12. ¿Como es la rentabilidad sobre activos?			(0)	1	2	3	4	1
13. ¿Como es la rentabilidad sobre ventas?			(0)	1	2	3	4	1

14. ¿Como es la rentabilidad sobre la inversión?	(0)	1	2	3	4	1
15. ¿Como es su punto de equilibrio?	(0)	1	2	3	4	1
4 /24						
3.3 Estructura financiera						
1. ¿Cómo es la relación de pasivo total a activo total?	(0)	1	2	3	4	1
2. ¿Cómo es la relación de pasivo total a capital contable?	(0)	1	2	3	4	1
3. ¿Cómo es la relación de pasivo circulante a pasivo total?	(0)	1	2	3	4	1
4. ¿De qué forma la utilidad después de impuestos cubre los intereses generados en el periodo?	(0)	1	2	3	4	0
5. ¿De qué forma la generación de recursos cubre las amortizaciones de los créditos vigentes?	(0)	1	2	3	4	0
3 /20						
3.4 Capitalización						
1. ¿Cómo es el capital contable?	(0)	1	2	3	4	1
2. ¿Cómo es la relación de pérdidas acumuladas a capital social?	(0)	1	2	3	4	1
3. ¿Cómo es la relación de capital social suscrito y pagado a capital contable?	(0)	1	2	3	4	0
4. ¿Cómo es la política de dividendos de la empresa?	(0)	1	2	3	4	0
2 /16						
3.5 Liquidez						
1. ¿Los flujos que genera la empresa alcanzan para cubrir las necesidades de capital de trabajo de la misma?	(0)	1	2	3	4	2
2. ¿Cuenta con liquidez para cubrir los compromisos de corto plazo?	(0)	1	2	3	4	2
4 /8						
3.6 Generación de recursos						
1. ¿Determina el flujo de efectivo?	(0)	1	2	3	4	0
2. ¿Cómo pronostica sus necesidades de flujo de efectivo?	(0)	1	2	3	4	0
3. ¿Cómo lo utiliza para la toma de decisiones?	(0)	1	2	3	4	0
0 /12						
3.7 Planeación financiera						
1. ¿Prepara presupuestos de ingresos?	(0)	1	2	3	4	0
2. ¿Prepara presupuestos de gastos?	(0)	1	2	3	4	0
3. ¿Compara lo presupuestado contra lo real?	(0)	1	2	3	4	0
4. ¿Mantiene una cartera sana con sus proveedores?	(0)	1	2	3	4	3
5. ¿Da seguimiento a las cuentas por cobrar que se encuentran vencidas?	(0)	1	2	3	4	3
6. ¿Cumple con las obligaciones fiscales?	(0)	1	2	3	4	4
7. ¿Cuenta con algún convenio fiscal?	(0)	1	2	3	4	0

8. ¿Aprovecha las ventajas que da la ley para el pago de los impuestos?					(0)	1	2	3	4	2
9. ¿Cuenta con seguros y fianzas?					(0)	1	2	3	4	3
15 /36										
4. PRODUCCION										
4.1 Costos										
1. ¿Conoce los costos directos e indirectos de producción?					(0)	1	2	3	4	0
2. ¿Cuenta con un sistema de costos?					(0)	1	2	3	4	0
3. ¿Obtiene sus materias primas fácilmente?					(0)	1	2	3	4	4
4. ¿Compara cotizaciones de proveedores antes de adquirir las materias primas?					(0)	1	2	3	4	2
5. ¿Está integrado el proceso de producción?					(0)	1	2	3	4	0
6 /20										
4.2 Inventarios										
1. ¿Tiene el almacén un flujo lógico?					(0)	1	2	3	4	2
2. ¿Cuenta con algún sistema de inventarios?					(0)	1	2	3	4	0
3. ¿Cuenta con almacén de materia prima, producción en proceso y de producto terminado?					(0)	1	2	3	4	2
4. ¿La rotación de los inventarios se encuentra en parámetros del sector?					(0)	1	2	3	4	3
7 /16										
4.3 Distribución de planta										
1. ¿La producción tiene un flujo lógico?					(0)	1	2	3	4	2
2. ¿Se identifican claramente las líneas de producción?					(0)	1	2	3	4	3
3. ¿La planta se encuentra localizada en una zona industrial?					(0)	1	2	3	4	0
4. ¿Cuenta con todos los servicios y la infraestructura necesarios?					(0)	1	2	3	4	3
8 /16										
4.4 Maquinaria y equipo										
1. ¿La antigüedad del equipo es razonable en función de la actividad de la empresa?					(0)	1	2	3	4	2
2. ¿Cuenta con mantenimiento?					(0)	1	2	3	4	3
3. ¿La capacidad utilizada de la maquinaria y equipo es superior al 50%?					(0)	1	2	3	4	3
8 /12										
4.5 Sistemas de producción										
1. ¿Cuenta con manuales de operación?					(0)	1	2	3	4	0
2. ¿Cuenta con diagramas de operaciones de proceso y de flujo de materiales?					(0)	1	2	3	4	0
3. ¿Cuenta con un departamento que determine la producción?					(0)	1	2	3	4	0
4. ¿Registra los tiempos y movimientos de la producción?					(0)	1	2	3	4	0
5. ¿El proceso de producción está automatizado?					(0)	1	2	3	4	0
6. ¿El sistema de producción está automatizado?					(0)	1	2	3	4	0

0	/24										
4.6 Tecnología											
1. ¿La tecnología empleada es adecuada a las actividades de la empresa?						(0)	1	2	3	4	2
2. ¿Cuenta con tecnología propia?						(0)	1	2	3	4	0
3. ¿La tecnología de la empresa corresponde a la empleada en el sector?						(0)	1	2	3	4	3
4. ¿La tecnología de la empresa corresponde a la empleada por la competencia?						(0)	1	2	3	4	3
5. ¿La tecnología de la empresa es competitiva a nivel local, regional, nacional o internacional?						(0)	1	2	3	4	3
6. ¿Cuenta con información sobre nuevos equipos y procesos aplicables a su empresa?						(0)	1	2	3	4	3
14	/24										
4.7 Calidad											
1. ¿Es el producto confiable y funcional?						(0)	1	2	3	4	3
2. ¿Utiliza información estadística para mejorar la calidad de su producto?						(0)	1	2	3	4	0
3. ¿Cuenta por escrito con las especificaciones de calidad que debe tener el producto?						(0)	1	2	3	4	0
4. ¿Cuida la calidad desde la selección de proveedores?						(0)	1	2	3	4	3
5. ¿Cuenta por escrito con las especificaciones de calidad que deben tener las materias primas?						(0)	1	2	3	4	0
6. ¿El nivel de devoluciones y quejas se encuentra en límites razonables?						(0)	1	2	3	4	4
7. ¿La empresa registra las fallas que ocurren en las etapas del proceso productivo?						(0)	1	2	3	4	0
8. ¿Cuenta con certificaciones de calidad oficiales?						(0)	1	2	3	4	0
9. ¿Existe alguna norma para su producto y la cumple?						(0)	1	2	3	4	0
10	/36										
4.8 Control Ambiental											
1. ¿Cuenta con los permisos de las instituciones correspondientes?						(0)	1	2	3	4	2
2. ¿Cuenta con los equipos y/o procesos necesarios para controlar la contaminación?						(0)	1	2	3	4	2
4	/8										
5. RECURSOS HUMANOS											
5.1 Reclutamiento y selección											
1. ¿Existe una política interna en materia de selección de personal?						(0)	1	2	3	4	0
2. ¿Cuenta con perfiles de personal por escrito?						(0)	1	2	3	4	0
3. ¿Son entrevistados los solicitantes por una persona especializada en la materia?						(0)	1	2	3	4	0
4. ¿Comprueba las referencias?						(0)	1	2	3	4	0
5. ¿Existe un proceso de inducción?						(0)	1	2	3	4	0

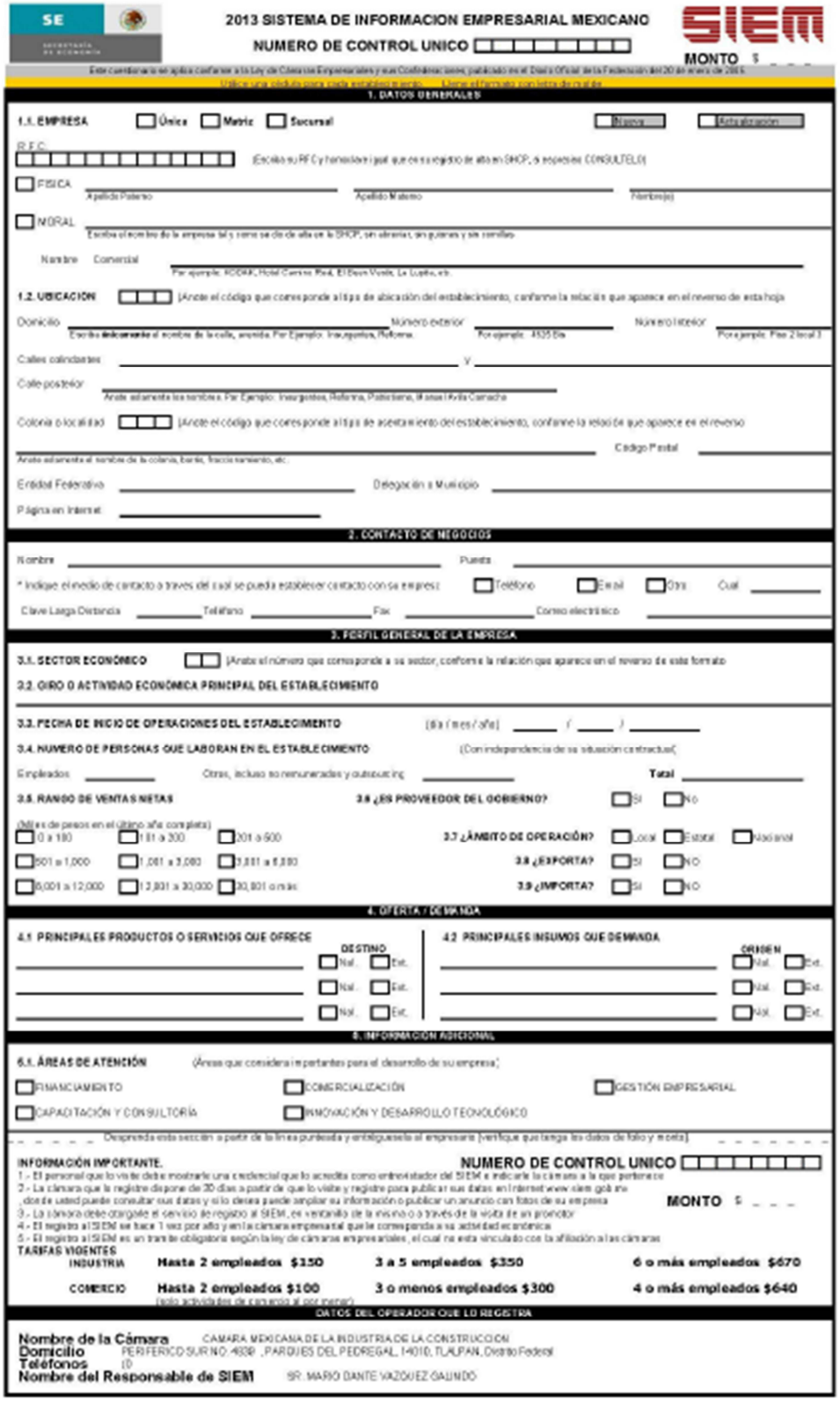
0	/20										
5.2 Capacitación											
1. ¿Cuenta con programas de capacitación permanentes?						(0)	1	2	3	4	0
2. ¿Ha definido las necesidades de capacitación que tiene la empresa?						(0)	1	2	3	4	0
3. ¿Evalúa los resultados de la capacitación?						(0)	1	2	3	4	0
0	/12										
5.3 Permanencia											
1. ¿La rotación del personal corresponde a los parámetros del sector?						(0)	1	2	3	4	4
2. ¿Son comparables las condiciones de trabajo con las de otras empresas						(0)	1	2	3	4	4
similares?											
8	/8										
5.4 Situación laboral											
1. ¿El clima laboral es favorable?						(0)	1	2	3	4	2
2. ¿Cómo es la relación con el sindicato?						(0)	1	2	3	4	0
2	/8										

Anexo 2. Análisis y diseño organizacional

ANALISIS Y DISEÑO ORGANIZACIONAL.				
HERRAMIENTA: PERFIL INTERNO. DIAGNOSTICO INTEGRAL.				
TABLA DE VALORES				
DIAGNÓSTICO INTEGRAL		ORGANIZACION:		
VALORES DE CUESTIONARIO				D*100/C
				Porcentaje de
1	ADMINISTRACION	Max Valor	Valor Obtenido	Cumplimiento
1.1	Estructura Organizacional	12	0	0%
1.2	Planeación Estratégica	28	0	0%
1.3	Toma de Decisiones	12	2	17%
1.4	Políticas y Procedimientos	24	0	0%
	TOTAL PARCIAL	76	2	3%
2	MERCADO			
2.1	Comportamiento de las ventas	12	3	25%
2.2	Clientes	20	2	10%
2.3	Competencia	28	10	36%
2.4	Estrategia de mercado	20	3	15%
	TOTAL PARCIAL	80	18	23%
3	FINANZAS			
3.1	Contabilidad	24	10	42%
3.2	Rentabilidad	60	10	17%
3.3	Estructura financiera	20	3	15%
3.4	Capitalización	16	2	13%
3.5	Liquidez	8	4	50%
3.6	Generación de recursos	12	0	0%
3.7	Planeación financiera	36	15	42%
	TOTAL PARCIAL	176	44	25%
4	PRODUCCION			
4.1	Costos	20	6	30%
4.2	Inventarios	16	7	44%
4.3	Distribución de planta	16	8	50%
4.4	Maquinaria y equipo	12	8	67%
4.5	Sistemas de producción	24	0	0%
4.6	Tecnología	24	14	58%
4.7	Calidad	36	10	28%

4.8	**Control Ambiental**	8	4	50%	
	TOTAL PARCIAL	156	57	37%	
5	**RECURSOS HUMANOS**				
5.1	**Reclutamiento y selección**	20	0	0%	
5.2	**Capacitación**	12	0	0%	
5.3	**Permanencia**	8	8	100%	
5.4	**Situación laboral**	8	2	25%	
	TOTAL PARCIAL	48	10	21%	
	VALOR DE CUMPLIMIENTO PARA LA ORGANIZACION				
		536	131	24%	

Anexo 3. Sistema de información empresarial mexicano



SE

2013 SISTEMA DE INFORMACION EMPRESARIAL MEXICANO

NUMERO DE CONTROL UNICO

SIEM

MONTO $

Este cuestionario se aplica conforme a la Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones, publicada en el Diario Oficial de la Federación del 20 de enero de 2005.

Utilice una cédula para cada establecimiento. Llénese a máquina o con letra de molde.

1. DATOS GENERALES

1.1. EMPRESA ☐ Única ☐ Matriz ☐ Sucursal ☐ Alta ☐ Actualización

R.F.C. (Escriba su RFC y homoclave tal que es su registro de alta en SHCP, o en caso de CONSULTELO)

☐ FISICA Apellido Paterno Apellido Materno Nombre(s)

☐ MORAL Escriba el nombre de la empresa tal y como se dio de alta en la SHCP, sin abreviar, sin guiones y sin comillas

Nombre Comercial Por ejemplo: KODAK, Hotel Camino Real, El Buen Vecino, La Lupita, etc.

1.2. UBICACION ☐☐☐ (Anote el código que corresponde al tipo de ubicación del establecimiento, conforme la relación que aparece en el reverso de esta hoja

Domicilio Escriba **únicamente** el nombre de la calle, avenida Por Ejemplo: Insurgentes, Reforma. Número exterior Por ejemplo: 4535 Bis Número interior Por ejemplo: Piso 2 local 3

Calles colindantes y

Calle posterior Anote solamente los nombres Por Ejemplo: Insurgentes, Reforma, Patriotismo, Manuel Avila Camacho

Colonia o localidad ☐☐☐ (Anote el código que corresponde al tipo de asentamiento del establecimiento, conforme la relación que aparece en el reverso

Anote solamente el nombre de la colonia, barrio, fraccionamiento, etc. Código Postal

Entidad Federativa Delegación o Municipio

Página en Internet

2. CONTACTO DE NEGOCIOS

Nombre Puesto

* Indique el medio de contacto a través del cual se pueda establecer contacto con su empresa: ☐ Teléfono ☐ E-mail ☐ Otro Cual

Clave Larga Distancia Teléfono Fax Correo electrónico

3. PERFIL GENERAL DE LA EMPRESA

3.1. SECTOR ECONÓMICO ☐☐ (Anote el número que corresponde a su sector, conforme la relación que aparece en el reverso de este formato

3.2. GIRO O ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL DEL ESTABLECIMIENTO

3.3. FECHA DE INICIO DE OPERACIONES DEL ESTABLECIMIENTO (día / mes / año) ___ / ___ / ___

3.4. NUMERO DE PERSONAS QUE LABORAN EN EL ESTABLECIMIENTO (Con independencia de su situación contractual)

Empleados Otras, incluso no remuneradas y outsourcing Total

3.5. RANGO DE VENTAS NETAS (Miles de pesos en el último año completo)

☐ 0 a 150 ☐ 151 a 300 ☐ 301 a 500
☐ 501 a 1,000 ☐ 1,001 a 3,000 ☐ 3,001 a 6,000
☐ 6,001 a 12,000 ☐ 12,001 a 30,000 ☐ 30,001 o más

3.6 ¿ES PROVEEDOR DEL GOBIERNO? ☐ SI ☐ NO

3.7 ¿ÁMBITO DE OPERACIÓN? ☐ Local ☐ Estatal ☐ Nacional

3.8 ¿EXPORTA? ☐ SI ☐ NO

3.9 ¿IMPORTA? ☐ SI ☐ NO

4. OFERTA / DEMANDA

4.1 PRINCIPALES PRODUCTOS O SERVICIOS QUE OFRECE — DESTINO

	☐ Nal.	☐ Ext.
	☐ Nal.	☐ Ext.
	☐ Nal.	☐ Ext.

4.2 PRINCIPALES INSUMOS QUE DEMANDA — ORIGEN

	☐ Nal.	☐ Ext.
	☐ Nal.	☐ Ext.
	☐ Nal.	☐ Ext.

5. INFORMACIÓN ADICIONAL

6.1. ÁREAS DE ATENCIÓN (Áreas que considera importantes para el desarrollo de su empresa)

☐ FINANCIAMIENTO ☐ COMERCIALIZACIÓN ☐ GESTIÓN EMPRESARIAL
☐ CAPACITACIÓN Y CONSULTORÍA ☐ INNOVACIÓN Y DESARROLLO TECNOLÓGICO

Desprenda esta sección a partir de la línea punteada y entréguesela al empresario (verifique que tenga los datos de folio y monto)

INFORMACIÓN IMPORTANTE.

NUMERO DE CONTROL UNICO

1.- El personal que lo visite debe mostrarle una credencial que lo acredita como entrevistador del SIEM e indicarle la cámara a la que pertenece
2.- La cámara que le registre dispone de 20 días a partir de que lo visite y registre para publicar sus datos en Internet www.siem.gob.mx , donde usted puede consultar sus datos y si lo desea puede ampliar su información o publicar un anuncio con fotos de su empresa
3.- La cámara debe otorgarle el servicio de registro al SIEM, en ventanilla (de la misma o a través de la visita de un promotor
4.- El registro al SIEM se hace 1 vez por año y en la cámara empresarial que le corresponda a su actividad económica
5.- El registro al SIEM es un trámite obligatorio según la ley de cámaras empresariales, el cual no esta vinculado con la afiliación a las cámaras

MONTO $

TARIFAS VIGENTES

INDUSTRIA	Hasta 2 empleados $150	3 a 5 empleados $350	6 o más empleados $670
COMERCIO	Hasta 2 empleados $100 (solo actividades de comercio al por menor)	3 o menos empleados $300	4 o más empleados $640

DATOS DEL OPERADOR QUE LO REGISTRA

Nombre de la Cámara CAMARA MEXICANA DE LA INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCION
Domicilio PERIFERICO SUR NO. 4839 , PARQUES DEL PEDREGAL, 14010, TLALPAN, Distrito Federal
Teléfonos ()
Nombre del Responsable de SIEM SR. MARIO DANTE VAZQUEZ GALINDO

Anexo 4. Solicitud de factibilidad de uso de suelo

GOBIERNO MUNICIPAL

MUNICIPIO DE ENSENADA

SECRETARÍA DE ADMINISTRACIÓN URBANA

DIRECCIÓN DE CATASTRO Y CONTROL URBANO

DEPARTAMENTO DE USO DE SUELO

SOLICITUD FACTIBILIDAD DE USO DE SUELO

POR VERIFICACIÓN DE CONGRUENCIA

CON FECHA: _____ DE _____ DE _____

_____ C. _____ E-MAIL _____

DE LA EMPRESA: _____ TEL: _____

DIRECCIÓN: _____

SOLICITO POR ESTE MEDIO VERIFICACIÓN DE CONGRUENCIA DE USO DE SUELO PARA EL PREDIO

CON **CLAVE CATASTRAL**: _____ SUP: _____

LOTE: _____ MANZANA: _____ CALLE: _____

No.: _____ NO TENGO NÚMERO OFICIAL, DE PROCEDER SOLICITO ASIGNACIÓN DEL MISMO ☐

COLONIA: _____ FRACCIONAMIENTO: _____

PARA REALIZAR LA ACTIVIDAD DE: CONSTRUCCIÓN ☐ OPERACIÓN ☐

DEL PROYECTO DENOMINADO: _____

DETALLAR ACTIVIDAD: _____

A FIN DE APOYAR EN LA UBICACIÓN DEL PREDIO Y EL ANÁLISIS DE USO DE SUELO, ANEXO:

- ☐ **IDENTIFICACIÓN** DEL PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL
- ☐ **ACTA CONSTITUTIVA** YA QUE REPRESENTO PERSONA MORAL
- ☐ **CONSTANCIA DE PROPIEDAD** Y/O **CONTRATO DE ARRENDAMIENTO**
- ☐ **DESLINDE CATASTRAL** INDICANDO LOTIFICACIONES COLINDANTES
- ☐ **ANTEPROYECTO** A ESCALA CON MEDIDAS GENERALES Y **ÁREA ESTACIONAMIENTO** CONFORME AL REGLAMENTO DE LA LEY DE EDIFICACIONES.
- ☐ COPIA RECIBO DE **PREDIAL** AL CORRIENTE
- ☐ COPIA RECIBO PAGO DE DERECHOS DEL PRESENTE TRÁMITE CUENTA 4143-7-4-193-0 POR UN IMPORTE DE **$506.431**M.N.
- ☐ **INFORME FOTOGRAFICO** DEL PREDIO SOLICITADO Y DE LOS PREDIOS COLINDANTES
- ☐ **Vo Bo DIRECCIÓN DE ALCOHOLES Y ESPECTÁCULOS PÚBLICOS** YA QUE PRETENDO VENTA DE CERVEZA Y/O LICORES; LUGAR DE REUNIÓN O LOCAL DE VIDEOJUEGOS.

EN CASO DE SER CONGRUENTE LA ACTIVIDAD PRETENDIDA CON EL USO DE SUELO DEFINIDO PARA EL PREDIO EN EL ACUERDO DE AUTORIZACIÓN O EN EL PROGRAMA DE DESARROLLO URBANO QUE CORRESPONDA, REQUIERO CONOCER TAMBIÉN LOS COEFICIENTES DE OCUPACIÓN Y UTILIZACIÓN DE SUELO A FIN DE CONSIDERARLOS EN EL PROYECTO CONDUCENTE.

EL DOCUMENTO SOLICITADO MEDIANTE LA PRESENTE ES DETERMINANTE DE LA VARIABLE RELATIVA A LA CONGRUENCIA CON LOS ACUERDOS DE AUTORIZACIÓN Y/O PLANES Y PROGRAMAS DE DESARROLLO URBANO VIGENTES, FALTANDO VERIFICAR LA VARIABLE DE AUTORIZACIÓN EN MATERIA AMBIENTAL, DENTRO DEL PROCEDIMIENTO DE OBTENCIÓN DEL DICTAMEN DE USO DE SUELO REQUERIDO PARA LA AUTORIZACIÓN DE CONSTRUCCIÓN EN EL ARTÍCULO 57 DE LA LEY DE EDIFICACIONES DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA

_____

NOMBRE Y FIRMA

PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL

ORIGINAL Y COPIA FORMATO CU1002

GOBIERNO MUNICIPAL

H. AYUNTAMIENTO DE ENSENADA BAJA CALIFORNIA

SECRETARÍA DE ADMINISTRACIÓN URBANA

DIRECCIÓN DE CATASTRO Y CONTROL URBANO

DEPARTAMENTO DE USO DE SUELO

MEMORANDUM DE PAGO FACTIBILIDAD DE USO DE SUELO

POR VERIFICACIÓN DE CONGRUENCIA

CON FECHA: _____ DE _____ DE _____

_____ C. _____

DIRECCIÓN: _____

ME PERMITO ENTERAR A LA CAJA AUXILIAR DE LA TESORERÍA MUNICIPAL, EL IMPORTE DE **$506.432 (**QUINIENTOS SEIS PESOS 43/100 M.N.) CORRESPONDIENTE A LA CLAVE 4143-22-193-0-0 PARA EL PAGO DE VERIFICACIÓN DE FACTIBILIDAD (POR CONGRUENCIA) DE USO DEL SUELO

DESGLOSE PAGO	
6.5 SMD	$405.145
10%	$40.515
15%	$60.772
IMPORTE	$506.431

CON CLAVE CATASTRAL: _____ SUP: _____

FORMATO CU1002MEMO

Anexo 5. Inscripción ante la Secretaria de Salud

Cofepris
Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios

Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios
AUTORIZACIONES, CERTIFICADOS Y VISITAS

SALUD

No. DE INGRESO (USO EXCLUSIVO DE LA COFEPRIS)	NO. RUPA

ANTES DE LLENAR ESTE FORMATO LEA CUIDADOSAMENTE EL INSTRUCTIVO, LA GUÍA Y EL LISTADO DE DOCUMENTOS ANEXOS.
LLENAR CON LETRA DE MOLDE LEGIBLE O A MÁQUINA O A COMPUTADORA.

1 SOLICITUD DE:

		ALTA O NUEVO		MODIFICACIÓN	PRÓRROGA	OTROS
LICENCIA	☐	○		○		
PERMISO	☐	○		○		
PERMISO DE IMPORTACIÓN O EXPORTACIÓN	☐	1a VEZ ○	SUBSECUENTE ○	○	○	
REGISTRO	☐	○		○	○	REVOCACIÓN ○
AUTORIZACIÓN	☐	○		SÓLO PARA PROTOCOLOS ○	SÓLO PARA TERCERO AUTORIZADO ○	
CERTIFICADO	☐	○		○		
VISITA DE VERIFICACIÓN	☐	○				

HOMOCLAVE DEL TRÁMITE:	NOMBRE DEL TRÁMITE:

MODALIDAD DEL TRÁMITE:

2 MODIFICACIÓN DE: (sólo en caso de haber seleccionado este campo en la sección 1)

NÚMERO DE DOCUMENTO A MODIFICAR:

DICE / CONDICIÓN AUTORIZADA	DEBE DECIR / CONDICIÓN SOLICITADA

SI EL ESPACIO ES INSUFICIENTE PODRÁ AMPLIAR EL CAMPO.

3 DATOS DEL PROPIETARIO :

NOMBRE DEL PROPIETARIO (PERSONA FÍSICA) O RAZÓN SOCIAL (PERSONA MORAL)		R.F.C.	
		C.U.R.P.	(DATO OPCIONAL)
CALLE, NÚMERO EXTERIOR Y NÚMERO O LETRA INTERIOR	COLONIA	DELEGACIÓN O MUNICIPIO	
LOCALIDAD	CÓDIGO POSTAL	ENTIDAD FEDERATIVA	
ENTRE CALLE	Y CALLE	TELÉFONO	FAX

4 DATOS DEL ESTABLECIMIENTO:

RAZÓN SOCIAL O DENOMINACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO		R.F.C.	
CALLE, NÚMERO EXTERIOR Y NÚMERO O LETRA INTERIOR	COLONIA	DELEGACIÓN O MUNICIPIO	
LOCALIDAD	CÓDIGO POSTAL	ENTIDAD FEDERATIVA	
ENTRE CALLE	Y CALLE	TELÉFONO	FAX

No. DE LICENCIA SANITARIA O INDIQUE SI PRESENTÓ AVISO DE FUNCIONAMIENTO	R.F.C. DEL RESPONSABLE SANITARIO

CLAVE SCIAN	DESCRIPCIÓN DEL SCIAN

HORARIO:	D	L	M	M	J	V	S	DE		A		FECHA DE INICIO DE OPERACIONES (a)	DÍA	MES	AÑO
	D	L	M	M	J	V	S	DE		A					

(a) SÓLO PARA EL ALTA DE LICENCIA SANITARIA.

INDIQUE NOMBRE COMPLETO , C.U.R.P. Y CORREO ELECTRÓNICO		
REPRESENTANTE LEGAL		
NOMBRE COMPLETO	C.U.R.P. **(DATO OPCIONAL)**	CORREO ELECTRÓNICO
PERSONA AUTORIZADA		
NOMBRE COMPLETO	C.U.R.P. **(DATO OPCIONAL)**	CORREO ELECTRÓNICO

5 DATOS DEL PRODUCTO:

Consultar instructivo de llenado.	PRODUCTO	PRODUCTO
1) NOMBRE DE LA CLASIFICACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO		
2) ESPECIFICAR		
3) DENOMINACIÓN ESPECÍFICA DEL PRODUCTO		
4) NOMBRE (MARCA COMERCIAL) O DENOMINACIÓN DISTINTIVA		
5) DENOMINACIÓN COMÚN INTERNACIONAL (DCI) O DENOMINACIÓN GENÉRICA O NOMBRE CIENTÍFICO O IDENTIFICADOR ÚNICO DE LA ODDE		
6) FORMA FARMACÉUTICA O FORMA FÍSICA		
7) TIPO DE PRODUCTO		
8) FRACCIÓN ARANCELARIA		
9) CANTIDAD DE LOTES		
10) UNIDAD DE MEDIDA		
11) CANTIDAD O VOLUMEN TOTAL		
12) NÚMERO DE PIEZAS A FABRICAR		
13) Kg. o g POR LOTE		
14) No. DE PERMISO SANITARIO DE IMPORTACIÓN O EXPORTACIÓN O CLAVE ALFANUMÉRICA		
15) No. REGISTRO SANITARIO		
16) No. DE ACTA		
17) PRESENTACIÓN		
18) USO ESPECÍFICO O PROCESO	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26
19) CLAVE DEL(OS) LOTE(S)		

20) INDICACIONES DE USO		
21) CONCENTRACIÓN		
22) INDICACIONES TERAPÉUTICAS		
23) FECHA DE FABRICACIÓN		
24) FECHA DE CADUCIDAD		
25) TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO		
26) TEMPERATURA DE TRANSPORTE		
27) MEDIO DE TRANSPORTE O ADUANA DE ENTRADA		
28) IDENTIFICACIÓN DE CONTENEDORES		
29) ENVASE PRIMARIO		
30) ENVASE SECUNDARIO		
31) TIPO DE EMBALAJE Y No. DE UNIDADES DE EMBALAJE		
32) No DE PARTIDA		
33) CLAVE DEL CUADRO BÁSICO O CATÁLOGO DEL SECTOR SALUD (CBSS)		
34) PRESENTACIÓN DESTINADA A	EXPORTACIÓN ☐ GENÉRICO ☐ SECTOR SALUD ☐ VENTA ☐	EXPORTACIÓN ☐ GENÉRICO ☐ SECTOR SALUD ☐ VENTA ☐
35) FABRICACIÓN DEL PRODUCTO	NACIONAL ☐ EXTRANJERO ☐	NACIONAL ☐ EXTRANJERO ☐
36) UNIDAD DE MEDIDA DE APLICACIÓN DE LA TIGIE (UMT)		
37) CANTIDAD DE UNIDAD DE MEDIDA DE APLICACIÓN DE LA TIGIE		
38) TIPO DE ORGANISMO GENÉTICAMENTE MODIFICADO (OGM) SÓLO UN PRODUCTO POR SOLICITUD		
39) NÚMERO DE PROGRAMA IMMEX (SOLO PARA EMPRESAS QUE ESTÉN DENTRO DEL PROGRAMA PARA LA INDUSTRIA MANUFACTURERA, MAQUILADORA Y DE SERVICIOS DE EXPORTACIÓN		

NOTA: REPRODUCIR ESTE RECUADRO, TANTAS VECES COMO SEA NECESARIO CONFORME A LO ESTABLECIDO EN CADA TIPO DE TRAMITE.

6 INFORMACIÓN PARA CERTIFICADOS:

USO DEL CERTIFICADO (PARA EXPORTACIÓN, REGISTRO, PRORROGA Y OTROS)	PAÍS DESTINO
ESPECIFICAR CARACTERÍSTICAS	

7 PROTOCOLO DE INVESTIGACIÓN:

NUEVO ☐ MODIFICACIÓN O ENMIENDA ☐

TÍTULO DEL PROTOCOLO
VÍA DE ADMINISTRACIÓN (Medicamentos o Dispositivos Médicos)
NOMBRE DEL INVESTIGADOR PRINCIPAL
NOMBRE(S) DE LA(S) INSTITUCIÓN(ES) DONDE SE REALIZARÁ LA INVESTIGACIÓN

DATOS DE CON QUIEN EFECTUA LA OPERACIÓN:

8A PARA REGISTRO (MAQUILA):

NOMBRE DEL MAQUILADOR NACIONAL O EXTRANJERO (PERSONA FISICA) O RAZÓN SOCIAL (PERSONA MORAL)			R.F.C. (a)
CALLE Y NÚMERO	COLONIA		DELEGACIÓN O MUNICIPIO
LOCALIDAD	CÓDIGO POSTAL	ENTIDAD FEDERATIVA	
ETAPA DEL PROCESO DE FABRICACIÓN		No. DE LICENCIA SANITARIA O AVISO DE FUNCIONAMIENTO	
NOMBRE DEL RESPONSABLE SANITARIO			R.F.C. DEL RESPONSABLE SANITARIO
TELÉFONO Y FAX	CORREO ELECTRÓNICO		

8B FABRICACIÓN, DISTRIBUCIÓN O ALMACENAMIENTO DE PRODUCTOS IMPORTADOS O NACIONALES:

NOMBRE DEL FABRICANTE EN EL EXTRANJERO PARA PRODUCTOS DE IMPORTACIÓN (PERSONA FISICA) O RAZÓN SOCIAL (PERSONA MORAL)			
CALLE Y NÚMERO	COLONIA O EQUIVALENTE		LOCALIDAD O EQUIVALENTE
PAIS	CÓDIGO POSTAL	ESTADO	
NOMBRE DEL PROVEEDOR O DISTRIBUIDOR (PARA INSUMOS PARA LA SALUD)			R.F.C. (a)
CALLE Y NÚMERO	COLONIA O EQUIVALENTE		DELEGACIÓN O MUNICIPIO (a)
LOCALIDAD O EQUIVALENTE	CÓDIGO POSTAL (a)	ENTIDAD FEDERATIVA (a)	
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO QUE ACONDICIONARÁ O ALMACENARÁ LOS INSUMOS PARA LA SALUD (PERSONA FISICA) O RAZÓN SOCIAL (PERSONA MORAL)			R.F.C. (a)
CALLE Y NÚMERO	COLONIA O EQUIVALENTE		DELEGACIÓN O MUNICIPIO (a)
LOCALIDAD O EQUIVALENTE	CÓDIGO POSTAL	ENTIDAD FEDERATIVA (a)	

NOTA: EN CASO DE SER MAS DE UN FABRICANTE O DISTRIBUIDOR, REPRODUCIR EL APARTADO 8 B) EN UNA HOJA ANEXA, CUANTAS VECES SEA NECESARIO.

8C IMPORTACIÓN / EXPORTACIÓN / REGISTRO:

RÉGIMEN DE IMPORTACIÓN (SÓLO PARA IMPORTACIÓN)	TEMPORAL ☐		DEFINITIVA ☐	DEPÓSITO FISCAL ☐	
NOMBRE DEL FABRICANTE					R.F.C. (a)
CALLE Y NÚMERO	COLONIA				DELEGACIÓN O MUNICIPIO (a)
LOCALIDAD O EQUIVALENTE	CÓDIGO POSTAL		ENTIDAD FEDERATIVA O PAIS		
NOMBRE DEL PROVEEDOR O DISTRIBUIDOR					R.F.C. (a)
CALLE Y NÚMERO	COLONIA O EQUIVALENTE				DELEGACIÓN O MUNICIPIO (a)
LOCALIDAD O EQUIVALENTE	CÓDIGO POSTAL		ENTIDAD FEDERATIVA O PAIS		
NOMBRE DEL DESTINATARIO (destino final)					R.F.C.
CALLE Y NÚMERO	COLONIA O EQUIVALENTE				DELEGACIÓN O MUNICIPIO (a)
LOCALIDAD O EQUIVALENTE	CÓDIGO POSTAL		ENTIDAD FEDERATIVA O PAIS		
NOMBRE DEL FACTURADOR (b)					R.F.C.
CALLE Y NÚMERO	COLONIA O EQUIVALENTE				DELEGACIÓN O MUNICIPIO
LOCALIDAD O EQUIVALENTE	CÓDIGO POSTAL		ENTIDAD FEDERATIVA O PAIS		
PAIS DE ORIGEN			PAIS DE PROCEDENCIA		
PAIS DE DESTINO			ADUANA DE ENTRADA O SALIDA (Especifique sólo una)		

(a) SÓLO CUANDO EL ESTABLECIMIENTO SEA NACIONAL.
(b) SÓLO PARA INSUMOS PARA LA SALUD.

9 DATOS DE PUBLICIDAD:

MEDIO PUBLICITARIO

AGENCIA (Nombre o razón social)

DOMICILIO DE LA AGENCIA (CALLE, No Y LETRA, COLONIA, LOCALIDAD, C.P., TELÉFONO, CORREO ELECTRÓNICO)

NUMERO DE PRODUCTOS O TIPO DE SERVICIO	DURACIÓN O TAMAÑO

NOTA: SE DEBERÁ PRESENTAR UNA SOLICITUD POR CADA PROYECTO Y MEDIO PUBLICITARIO

10 AUTORIZACIÓN DE TERCEROS:

NUEVO ☐ PRÓRROGA ☐

A) LABORATORIO DE PRUEBA

ANÁLISIS DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y SUPLEMENTOS ALIMENTICIOS Y PRODUCTOS DE PERFUMERIA Y BELLEZA ☐

ANÁLISIS DE MEDICAMENTOS Y DISPOSITIVOS MÉDICOS ☐

ANÁLISIS DE PLAGUICIDAS, FERTILIZANTES Y NUTRIENTES VEGETALES ☐

☐ OTRO (ESPECIFIQUE) _____

B) PRUEBAS DE INTERCAMBIABILIDAD PARA MEDICAMENTOS GENÉRICOS INTERCAMBIABLES

UNIDAD CLÍNICA PARA REALIZAR ESTUDIOS DE BIODISPONIBILIDAD Y/O BIOEQUIVALENCIA ☐

UNIDAD ANALÍTICA PARA REALIZAR ESTUDIOS DE BIODISPONIBILIDAD Y/O BIOEQUIVALENCIA ☐

UNIDAD ANALÍTICA PARA ESTUDIOS DE PERFILES DE DISOLUCIÓN ☐

C) UNIDADES DE VERIFICACIÓN.

VERIFICACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS ☐ OTRO ☐

MUESTREO ☐ (ESPECIFIQUE) _____

DECLARO BAJO PROTESTA DECIR VERDAD QUE CUMPLO CON LOS REQUISITOS Y NORMATIVIDAD APLICABLE, SIN QUE ME EXIMAN DE QUE LA AUTORIDAD SANITARIA VERIFIQUE SU CUMPLIMIENTO, ESTO SIN PERJUICIO DE LAS SANCIONES EN QUE PUEDO INCURRIR POR FALSEDAD DE DECLARACIONES DADAS A UNA AUTORIDAD, Y ACEPTO QUE LA NOTIFICACIÓN DE ESTE TRÁMITE SE REALICE A TRAVÉS DEL CENTRO INTEGRAL DE SERVICIOS U OFICINAS EN LOS ESTADOS CORRESPONDIENTES AL SISTEMA FEDERAL SANITARIO (Artículo 35 fracción II de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo)

LOS DATOS O ANEXOS PUEDEN CONTENER INFORMACIÓN CONFIDENCIAL, ¿ESTÁ DE ACUERDO EN HACERLOS PUBLICOS? SI ☐ NO ☐

_____

NOMBRE Y FIRMA DEL PROPIETARIO, O REPRESENTANTE LEGAL O RESPONSABLE SANITARIO

PARA CUALQUIER ACLARACIÓN, DUDA Y/O COMENTARIO CON RESPECTO A ESTE TRÁMITE, SÍRVASE LLAMAR AL SISTEMA DE ATENCIÓN TELEFÓNICA A LA CIUDADANÍA (SACTEL) A LOS TELÉFONOS 2000-2000 EN EL D.F. Y ÁREA METROPOLITANA, DEL INTERIOR DE LA REPÚBLICA SIN COSTO PARA EL USUARIO AL 01-800-112-0584 O DESDE ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ AL 1-800-475-2393, O A LOS TELÉFONOS DE LA COFEPRIS EN EL D.F. DE CUALQUIER PARTE DEL PAÍS MARQUE SIN COSTO EL 01-800-033-5050 Y EN CASO DE REQUERIR EL NÚMERO DE INGRESO Y/O SEGUIMIENTO DE SU TRÁMITE ENVIADO AL ÁREA DE TRAMITACIÓN FORÁNEA MARQUE SIN COSTO AL 01-800-420-4224.

Anexo 6. Solicitud de licencia ambiental

GOBIERNO MUNICIPAL
XX AYUNTAMIENTO

SECRETARIA DE ADMINISTRACION URBANA
DIRECCION DE ECOLOGÍA

SOLICITUD DE LICENCIA AMBIENTAL

COMERCIOS Y SERVICIOS

Este formato deberá ser llenado a máquina.

1. DATOS GENERALES DE LA PERSONA FÍSICA O MORAL SOLICITANTE:

Nombre _____

RFC/CURP _____

Nacionalidad: _____

Tipo de Actividad Solicitada ( ) Comercial ( ) Servicio

1.1 UBICACIÓN FÍSICA DE LA OBRA O ACTIVIDAD PROYECTADA:

Calle _____ Número _____ Colonia _____

Delegación _____ C.P. _____ Teléfono/Fax _____

Situación actual del Inmueble (Indique con una X) ( ) Construido ( ) Baldío ( ) Rentado ( ) Propio

Clave catastral _____ Colonia _____ Manzana _____ Lote _____

1.2 DOMICILIO PARA OIR Y RECIBIR NOTIFICACIONES:

Calle _____ Número _____ Colonia _____

Delegación _____ C.P. _____ Teléfono/Fax _____

Fecha de inicio de actividades Día _____ Mes _____ Año _____

1.3 ACTIVIDADES DESARROLLADAS COLINDANTES AL PREDIO:

*Nota (las vialidades no son actividades colindantes)

Norte: _____ Sur: _____

Este: _____ Oeste: _____

- Presentar escrito dirigido al Director, describiendo la información presentada.
- Anexo I: Presentar copia de la Factibilidad de Usos de Suelo
- Anexo II: Presentar un informe fotográfico (hacia los cuatro puntos cardinales, así como el frente de su predio), colocando las fotografías en hojas tamaño carta con su rótulo indicativo
- Anexo III: Copia de proyecto (Planta de sembrado o conjunto) (incluir el nicho para basura)
- Anexo IV: Presentar documento que avale la legal posesión para la utilización del predio
- Anexo V: En caso de tener representante legal presentar documento probatorio
- Anexo VI: Presentar copia de identifiacion del promovente y del representante legal (si aplica)
- Anexo VII: Copia del recibo predial actualizado
- Anexo VIII. Anexar programa de abandono del sitio

- **Anexo IX: Presentar Indice de todos los anexos.**
- **Presentar engargolado la solicitud y anexos.**

2. PROYECTO

Superficie total del predio m^2 _____
Superficie de Operación. m^2 _____
Planta baja m^2 _____
Planta alta m^2 _____
Numero de Niveles _____
Escaleras m^2 _____
Áreas Verdes m^2 _____
Patio de Servicio m^2 _____
Pasillo m^2 _____
Estacionamiento m^2 _____
Nicho para basura m^2 _____
Fosa Séptica m^2 _____

2.1 LISTA DE MATERIAS PRIMAS QUE SE UTILIZAN DURANTE LA ACTIVIDAD **(anexe hojas si es necesario).**

Nombre común o comercial	Estado físico	Consumo o producción mensual	Tipo de almacenamiento

2.2 LISTADO DE MAQUINARIA O EQUIPO A UTILIZAR PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD **(anexe hojas si es necesario).**

_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

2.3 DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD O PROYECTO OBJETO DE LA PRESENTE SOLICITUD **(anexe hojas si es necesario).**

_____
_____
_____
_____
_____

3. ENERGÍA Y COMBUSTIBLES.

3.1 Tipo de energía que utilizará en su actividad (puede marcar más de una):

( ) Eléctrica ( ) Solar ( ) Eólica ( ) Otra (especifique) _____

3.2 Tipo de combustible que utilizará en su actividad:

( ) Diesel ( ) Combustóleo ( ) Gasolina ( ) Gas ( ) Otro (especifique): _____

Volumen total de combustible que utilizará: _____

3.3 Capacidad de almacenaje de combustible(s), indicando tipo y obra de contención proyectada:

_____

4. USO DE SUELO.

4.1 Vocación del suelo donde se localiza el comercio o servicio

( ) Habitacional ( ) Industrial ( ) Recreativo ( ) Comercio y servicios ( ) Turístico ( ) Preservación Ecológica

( ) Zona Agrícola ( ) Restringido al Desarrollo ( ) Areas de Conservación ( ) Otro (especifique): _____

4.2 Tipo de vialidad donde se localiza el comercio o servicio:

( ) Eje Estructural Primario ( ) Eje Estructural Secundario ( ) Circuito Turístico (Centro-Costa)

5. RESIDUOS GENERADOS

5.1 Tipo de residuos que son generados durante la actividad del comercio o servicio:

Sólidos:	Líquidos:
( ) Biológicos	( ) Solventes.
( ) Metálicos	( ) Agua no tratada
( ) Plásticos y hules	( ) Aceites
( ) Madera y papel	
( ) Domésticos	
( ) Otros (especifique) _____	

Area y tipo de almacenamiento de los residuos: _____

_____

5.2 Disposición final de los residuos generados:

Sólidos :	Líquidos:
( ) Relleno sanitario	( ) Incineración
( ) Centro de acopio	( ) Reciclaje
( ) Reciclaje	( ) Confinamiento definitivo
( ) Incineración	
( ) Otros (especifique)	

_____

6. AGUA.

6.1 Consumo mensual estimado (m³) por el comercio o servicio (marque solo uno):

( ) 0-10 ( ) 10-20 ( ) 30-50 ( ) 50-100 ( ) 100-200 ( ) >200

Fuente de abastecimiento: _____

Volumen planeado para la actividad poyectada (m³/mes): _____

Volumen total estimado para servicios (m³/mes): _____

6.2 Volumen total mensual de descarga (m³) por el comercio o servicio (marque solo uno):

( ) 0-10 ( ) 10-20 ( ) 30-50 ( ) 50-100 ( ) 100-200 ( ) >200

Destino de la descarga: _____

6.3 Se dará tratamiento a la descarga?: ( ) Si ( ) No

Si su respuesta es 'Si', anexar copia del proyecto ejecutivo de la planta de tratamiento de aguas residuales en el que se demuestre la memoria técnica y descriptiva, planos en el que se indiquen las pendientes, longitudes y diámetros, equipos depuradores, manual de operación y mantenimiento, así como tratamiento y destino final de los sólidos y/o lodos resultantes a partir de este proceso.).

7. AIRE.

7.1 SE REALIZARÁN OPERACIONES O ACTIVIDADES GENERADORAS DE EMISIONES A LA ATMÓSFERA?:

( ) SI ( ) NO

7.2 Tipo de las emisiones:

( ) Gases ( ) Humos ( ) Vapores ( ) Olores ( ) Polvos ( ) Aerosoles

( ) Otros (especifique): _____

Utilizará caldera?: ( ) Si ( ) No Capacidad: _____

8. RUIDO.

8.1 Se realizarán operaciones o actividades generadoras de emisiones de ruido?

( ) Si ( ) No

Horario de las emisiones: _____

dB de las emisiones: _____

Ubicación de la fuente de ruido (anexar croquis) _____

En caso de requerir información complementaria, la Dirección lo hará saber al solicitante dentro de un término máximo de cinco días hábiles posteriores a la presentación de la solicitud. De no presentar el solicitante la información adicional, en un plazo de diez días hábiles posteriores a la notificación de requerimiento de información, se tendrá por no

interpuesta la solicitud y se archivará el trámite como asunto concluido, de acuerdo al artículo 115 del reglamento para el Control de la Calidad Ambiental del Municipio de Ensenada, Baja California.

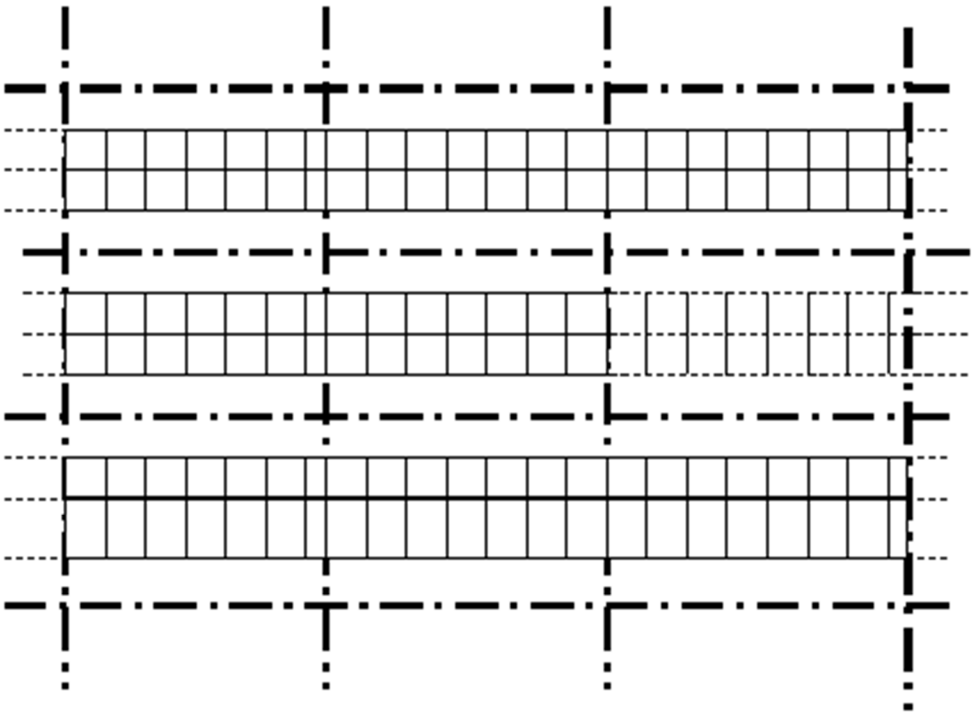
Bajo protesta de decir verdad manifestamos que la información contenida en esta solicitud y sus anexos, es verídica y se otorga en cumplimiento de las disposiciones contenidas en el Reglamento para el Control de la Calidad Ambiental del Municipio de Ensenada, Baja California, aceptamos que en caso de encontrar falsedad en la información o incumplimiento, la Dirección negará la solicitud de referencia y se sujetará a las sanciones establecidas por el Artículo 176, Fracc. VII del Reglamento antes citado.

Nombre del solicitante o representante: _____

Firma: _____

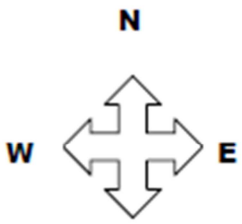
Fecha: Ensenada, Baja California a ____ de _____ de 201___

CROQUIS DE LOCALIZACION

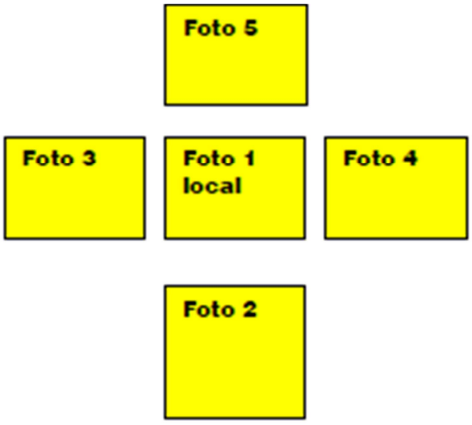


1.- Ubique la localización del predio.

2.-Anote las vialidades circundantes al predio.



Ubique el Croquis de acuerdo al Norte Geográfico



El Anexo fotográfico debe de estar distribuido como se indica en la figura.

***Una foto en cada hoja .**

Nombre del tramite:
Licencia Ambiental Modalidad Comercio y Servicios

- **Clave:** 4143-7-4-414
- **Concepto:** Superficie de hasta 150 m^2
- **Vsmvri:** 5 + 15
- $ 389.56 + 1,168.69 m.n.

- **Clave:** 4143-7-4-415
- **Concepto:** Superficie de 151 m^2 hasta 500 m^2
- **Vsmvri:** 5 + 25
- $ 389.56 + 1,947.82 m.n.

- **Clave:** 4143-7-4-416
- **Concepto:** Superficie de 501 m^2 hasta 1000 m^2
- **Vsmvri:** 5 + 40
- $ 389.56 + 3116.50 m.n.

- **Clave:** 4143-7-4-417
- **Concepto:** Superficie de 1000 m^2 hasta 5000 m^2
- **Vsmvri:** 5 + 60
- $ 389.56 + 4,674.75 m.n.

Tiempo de respuesta:
20 días

Observaciones:

Artículo 115 del Reglamento para el Control de la Calidad Ambiental para el Municipio de Ensenada, B.C.: En caso de requerir información complementaria, la dirección lo hará saber al promovente dentro de un término máximo de 5 días hábiles posteriores a la presentación de la solicitud. De no presentar el promovente la información adicional, en un plazo de 10 días hábiles posteriores a la notificación, se tendrá por no interpuesta la solicitud y se archivará el trámite como asunto concluido.

Anexo 7. Formato de registro estatal de descargas de aguas residuales potencialmente contaminantes para actividades industriales

SECRETARÍA DE PROTECCIÓN AL AMBIENTE
DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA

FORMATO DE REGISTRO ESTATAL DE DESCARGAS DE AGUAS RESIDUALES POTENCIALMENTE CONTAMINANTES PARA ACTIVIDADES INDUSTRIALES

Para ser llenado por la Dependencia.

Número de Registro:_____ Fecha de vencimiento:_____

CON FUNDAMENTO EN LO ESTABLECIDO EN EL ARTICULO 130 FRACCIÓN I DE LA LEY DE PROTECCIÓN AL AMBIENTE PARA EL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA Y LOS ARTICULOS 9, 10 Y 12 DEL REGLAMENTO DE LA LEY DEL EQUILIBRIO ECOLÓGICO Y PROTECCIÓN AL AMBIENTE DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA EN MATERIA DE PREVENCIÓN Y CONTROL DE LA CONTAMINACIÓN DEL AGUA, EL SUELO Y LA ATMÓSFERA, ESTA SECRETARÍA DE PROTECCIÓN AL AMBIENTE DEL GOBIERNO DEL ESTADO, TIENE HA BIEN EXPEDIR EL PRESENTE FORMATO DE SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN AL REGISTRO ESTATAL DE DESCARGAS DE AGUAS RESIDUALES POTENCIALMENTE CONTAMINANTES PARA ACTIVIDADES INDUSTRIALES. EN CASO DE CUMPLIR CON LAS DISPOSICIONES LEGALES APLICABLES, SE EXTENDERÁ LA AUTORIZACIÓN CORRESPONDIENTE PARA DESCARGAR BAJO CONTROL AGUAS RESIDUALES.

1.0 DATOS GENERALES.

1.1 Nombre o razón social de la empresa responsable de la descarga:

_____

1.2 Nacionalidad de la empresa: _____

1.3 R. F. C.: _____ 1.4 Clave Catastral del predio:_____

1.5 Ubicación física de la empresa:

_____
Calle Número Colonia

_____
Delegación Municipio C.P.

1.6 Domicilio para oír y recibir notificaciones:

_____
Calle Número Colonia

_____
Delegación Municipio C.P.

_____
Teléfono Extensión FAX

_____
Correo Electrónico

1.7 ANEXO I: Presentar Acta Constitutiva de la Sociedad y Poder Legal debidamente certificada.

2.0 CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA.

2.1 Descripción de la actividad:

_____

_____

2.2 Número de empleados por turno y horas de operación:

[ ] Matutino: _____ de _____ a _____ hrs. Días/Semana:_____ Semanas/Año:_____

[ ] Vespertino: _____ de _____ a _____ hrs. Días/Semana:_____ Semanas/Año: _____

[ ] Nocturno: _____ de _____ a _____ hrs. Días/Semana: _____ Semanas/Año:_____

2 . 3 Valor de sus ventas netas anuales:

[ ] Menor de $ 900
[ ] $ 900 a $ 9,000
[ ] $ 9,000 a $ 20,000
[ ] Mayor a $ 20,000

3.0 PRODUCCIÓN

3.1 **ANEXO II.** Materia prima utilizada e Insumos Agrupada por proceso, actividad o servicio auxiliar que incluya nombre comercial, nombre químico, composición en (%), consumo mensual, Cantidad Máxima Almacenada, estado físico, clave CRETIB, Número CAS, y forma de almacenamiento, conforme a la tabla 3.1.1 del instructivo de llenado. Mencione si se incorpora al agua e Incluir las Hojas de Seguridad de los Materiales.

3.2 **ANEXO III.** Productos y subproductos obtenidos por orden de importancia y residuos generados, que incluya producción mensual, estado físico, clave CRETIB, cantidad máxima de almacenamiento y forma de almacenamiento y compañía contratada para el manejo y disposición final, conforme a las tablas 3.2.1, 3.2.2 y 3.2.3 del instructivo de llenado.

4.0 ABASTECIMIENTO Y UTILIZACIÓN DEL AGUA

4.1 Indicar la(s) fuente(s) de abastecimiento de agua:

[ ] Red municipal
[ ] Pozo
[ ] Otro, especifique: _____

4.2 **ANEXO IV.** Presentar contrato de conexión con el organismo operador de agua potable y alcantarillado, así como constancia del consumo de agua en el último año de pagos.

4.3 Promedio mensual de consumo de agua (m^3): _____

4.4 Proporciona tratamiento previo al agua antes de utilizarse ? [ ] Si [ ] No

Si su respuesta es afirmativa, especifique el tipo y razón por la que se da un tratamiento.

_____

4.5 Usos que se le da al agua:

[ ] En servicios sanitarios.
[ ] En los procesos.
[ ] Otro(s). especifique: _____

4.6 maquinaria, equipos y servicios auxiliares que tengan contacto directo o indirecto con el agua, el área o proceso donde se encuentra, la materia prima o insumo que utiliza y la descarga final a la que se dirige, conforme a la tabla 4.6.1 del instructivo de llenado.

5.0 CARACTERÍSTICAS DE LA DESCARGA

5.1 Número y tipo de descargas:

[ ] De servicios sanitarios.
[ ] De procesos.
[ ] Otro(s), especifique:_____

5.2 Configuración de cada descarga final y Registro previo al sistema de alcantarillado o cuerpo receptor:

[ ] Separadas. Especifique:_____Registro:_____
[ ] Combinadas. Especifique:_____Registro:_____
[ ] Mixtas. Especifique:_____Registro:_____

5.3 **ANEXO V.** Plano hidráulico a escala legible en un tamaño de hoja no menor a doble carta y en código de colores, que incluya las líneas de conducción y ubicación precisa de la(s) descarga(s) de las aguas residuales, debidamente identificadas; con la letra "S" para la(s) descarga(s) de los servicios sanitarios y con la letra "P" para la(s) descarga(s) de los procesos, asimismo enumerarla según corresponda a la cantidad de las mismas (Ej. #1S, #1P, #2S, etc.).
En dicho plano deberá indicar cada uno de los procesos, equipos y actividades generadoras de agua residual, tuberías de las descargas, los registros previos a la conexión al sistema de alcantarillado y lugar preciso del punto de muestreo de la(s) descarga(s), así como las descargas que ingresan a dichos registros.

5.4 **ANEXO VI.** Presentar el balance hidráulico que tiene lugar desde la toma de agua hasta su descarga. Incluir un diagrama de flujo donde se indiquen los procesos productivos, las máquinas y equipos que se utilizan, puntos de utilización de agua, pérdidas, tratamientos y descargas de aguas residuales, conforme al punto 5.4 y tabla 5.4.1 del instructivo de llenado.

DESCARGA(S) DE LOS PROCESOS

5.5 Fecha en que dio inicio a la(s) descarga(s) distintas a las sanitarias: DIA/ MES /AÑO
__/__/__ Descarga _____

__/__/__ Descarga _____

__/__/__ Descarga _____

5.6 Gasto promedio descargado por día en (m^3), anotando si la descarga es intermitente [I] o continua [C]

Descarga _____ [ ] gasto:_____

Descarga _____ [ ] gasto:_____

Descarga:_____ [ ] gasto:_____

5.7 Si la(s) descarga(s) es (son) intermitente(s), indicar horarios, días de la semana y meses del año en que se efectúa:

Descarga	Horario		Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do	Días /mes	Meses/año
	De:	A:									

5.8 Proporciona tratamiento a las aguas residuales provenientes de los procesos?

[ ] Si [ ] No

Si su respuesta es afirmativa, especifique la cantidad de agua tratada (m^3/mes), el tipo de tratamiento que se utiliza e indique si el agua residual tratada es reutilizada.

5.9 **ANEXO IX** En el caso de existir sistema(s) de tratamiento para las aguas residuales procedentes de los procesos, presentar una descripción del mismo, diagrama de flujo, listado de la totalidad de equipos y reactivos utilizados, detallar las características de diseño, operación y mantenimiento. Presentar un estudio de peligrosidad de los lodos generados del sistema de tratamiento de las aguas residuales, de acuerdo a la normatividad existente en un laboratorio autorizado por la autoridad federal correspondiente indicando el tratamiento y almacenamiento temporal. Anexar documentación que acredite la legal disposición final o reuso que se les da a los mismos.

5.10 Indicar el receptor de la(s) descarga(s):

[ ] Sistema de alcantarillado.
[ ] Fosa séptica.
[ ] Otro(s) especifique:_____

5.11 **ANEXO X** Si la respuesta al punto anterior es fosa séptica, indicar el funcionamiento y mantenimiento de la misma, asimismo anotar el nombre y domicilio de la empresa contratada para el mantenimiento y extracción de las aguas residuales, si éste fuera el caso.

5.12 **ANEXO XI** Presentar los resultados de los análisis de las aguas residuales provenientes de los procesos para los parámetros que se establecen en la NOM-002-SEMARNAT-1996.

Si existe el conocimiento o sospecha de la presencia de otros contaminantes que se puedan incorporar en las aguas residuales considerados o no en la Tabla A, remitir los análisis correspondientes.

NOTA: LOS RESULTADOS DE LOS ANÁLISIS SE DEBERAN OBTENER DEL ANÁLISIS DE MUESTRAS COMPUESTAS, QUE RESULTEN DE MUESTRAS SIMPLES, TOMADAS EN VOLUMENES PROPORCIONALES AL GASTO, MEDIDO ESTE EN EL SITIO Y MOMENTO DEL MUESTREO, CONFORME A LA TABLA B DE ESTE FORMATO Y A LA NOM-002-SEMARNAT-1996.

TABLA A

[ ] Temperatura (°C)
[ ] Potencial de Hidrógeno (Unidades de pH)
[ ] Sólidos sedimentables (ml/l)
[ ] Grasas y aceites (mg/l)
[ ] Conductividad eléctrica (micro mhos/cm)
[ ] Aluminio (mg/l)
[ ] Arsénico (mg/l)
[ ] Cadmio (mg/l)
[ ] Cianuros (mg/l)
[ ] Cobre (mg/l)
[ ] Cromo hexavalente (mg/l)
[ ] Cromo total (mg/l)
[ ] Fluoruros (mg/l)
[ ] Mercurio (mg/l)
[ ] Níquel (mg/l)
[ ] Plata (mg/l)
[ ] Plomo (mg/l)
[ ] Zinc (mg/l)
[ ] Fenoles (mg/l)
[ ] Sustancias activas al azul de metileno (mg/l)

TABLA B

Horas por día que opera el proceso Generador de la descarga	Número de muestras simples Intervalo entre toma de muestras	Intervalo entre toma de muestras simples. (Horas)	
		Mínimo	Máximo
Menor que 4	Mínimo 2	-	-
De 4 a 8	4	1	2
Más de 8 y hasta 12	4	2	3
Más de 12 y hasta 18	6	2	3
Más de 18 y hasta 24	6	3	4

BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD MANIFESTAMOS QUE LA INFORMACIÓN CONTENIDA EN ESTA SOLICITUD Y SUS ANEXOS, ES VERÍDICA Y SE OTORGA EN CUMPLIMIENTO DE LAS DISPOSICIONES CONTENIDAS EN LA LEY DE PROTECCIÓN AL AMBIENTE PARA EL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA, ACEPTAMOS QUE EN CASO DE ENCONTRAR FALSEDAD EN LA INFORMACIÓN O INCUMPLIMIENTO, LA SECRETARÍA NEGARA LA SOLICITUD DE REFERENCIA Y SE SUJETARA A LAS SANCIONES ESTABLECIDAS POR EL ARTICULO 187 DE LA LEY ANTES CITADA.

Auditor Ambiental o responsable de la elaboración del trámite

No. de registro: _____

Nombre:_____

Firma: _____

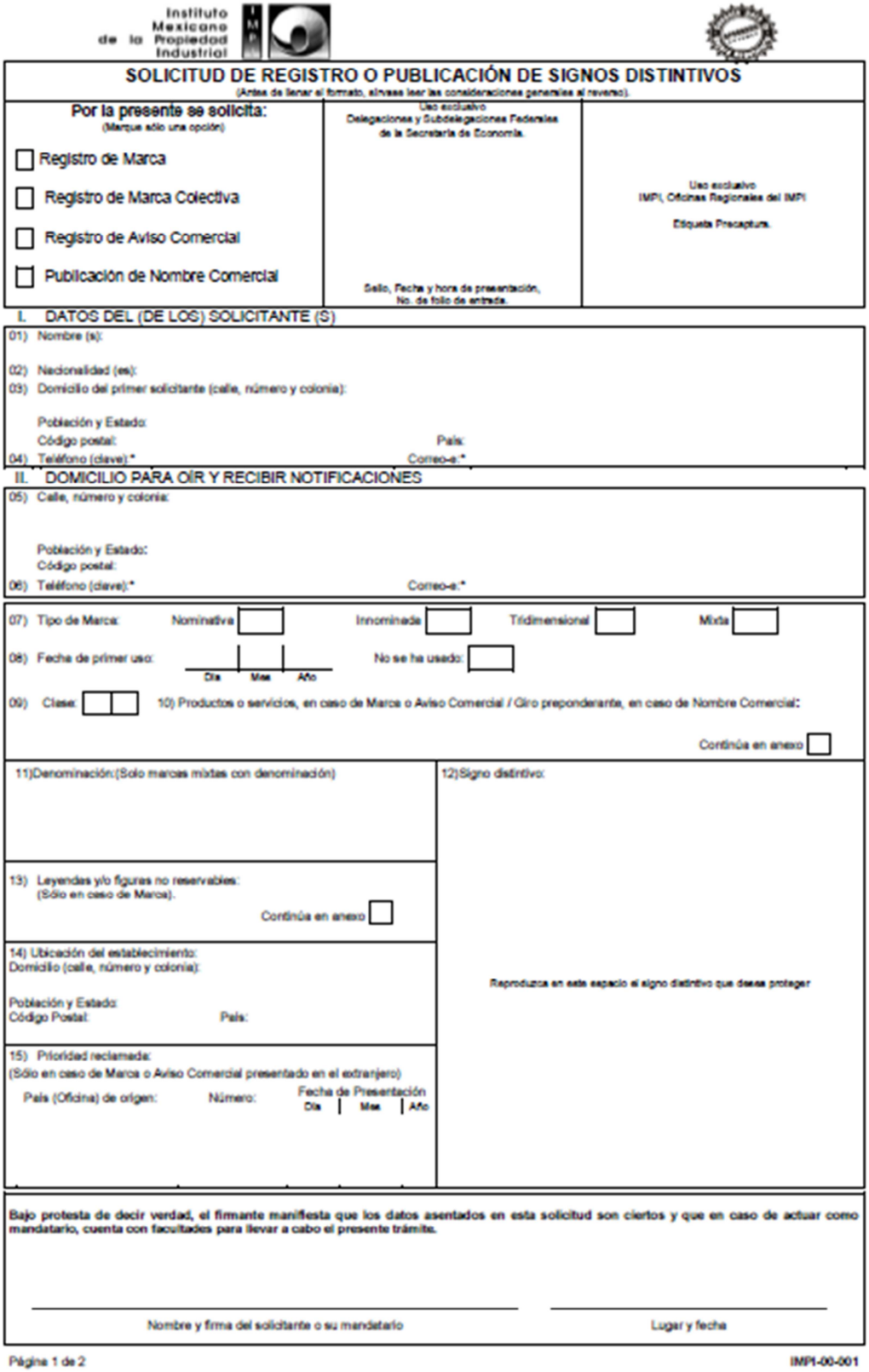
Lugar y fecha:_____

Representante Legal

Nombre _____

Firma: _____

Anexo 8. Solicitud de Registro o publicación de signos distintivos



Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial

SOLICITUD DE REGISTRO O PUBLICACIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS

(Antes de llenar el formato, sírvase leer las consideraciones generales al reverso).

Por la presente se solicita:
(Marque sólo una opción)

- ☐ Registro de Marca
- ☐ Registro de Marca Colectiva
- ☐ Registro de Aviso Comercial
- ☐ Publicación de Nombre Comercial

Uso exclusivo
Delegaciones y Subdelegaciones Federales de la Secretaría de Economía.

Sello, Fecha y hora de presentación, No. de folio de entrada.

Uso exclusivo
IMPI, Oficinas Regionales del IMPI

Etiqueta Precaptura.

I. DATOS DEL (DE LOS) SOLICITANTE (S)

01) Nombre (s):

02) Nacionalidad (es):

03) Domicilio del primer solicitante (calle, número y colonia):

Población y Estado:
Código postal: País:

04) Teléfono (clave):* Correo-e:*

II. DOMICILIO PARA OÍR Y RECIBIR NOTIFICACIONES

05) Calle, número y colonia:

Población y Estado:
Código postal:

06) Teléfono (clave):* Correo-e:*

07) Tipo de Marca: Nominativa ☐ Innominada ☐ Tridimensional ☐ Mixta ☐

08) Fecha de primer uso: ___ Día ___ Mes ___ Año No se ha usado: ☐

09) Clase: ☐☐ 10) Productos o servicios, en caso de Marca o Aviso Comercial / Giro preponderante, en caso de Nombre Comercial:

Continúa en anexo ☐

11)Denominación:(Solo marcas mixtas con denominación)

12)Signo distintivo:

Reproduzca en este espacio el signo distintivo que desea proteger

13) Leyendas y/o figuras no reservables:
(Sólo en caso de Marca).

Continúa en anexo ☐

14) Ubicación del establecimiento:
Domicilio (calle, número y colonia):

Población y Estado:
Código Postal: País:

15) Prioridad reclamada:
(Sólo en caso de Marca o Aviso Comercial presentado en el extranjero)

País (Oficina) de origen: Número: Fecha de Presentación Día | Mes | Año

Bajo protesta de decir verdad, el firmante manifiesta que los datos asentados en esta solicitud son ciertos y que en caso de actuar como mandatario, cuenta con facultades para llevar a cabo el presente trámite.

Nombre y firma del solicitante o su mandatario

Lugar y fecha

Página 1 de 2

IMPI-00-001

Consideraciones generales para su llenado:

- Los datos contenidos en la presente solicitud y sus documentos anexos son de carácter público. Los rubros marcados con un asterisco * son datos opcionales.
- Este formato es de distribución gratuita. Se autoriza su libre reproducción, siempre y cuando éste no sea alterado y sea presentado impreso su anverso (Página 1) y reverso (Página 2) en una sola hoja de papel blanco y en tamaño oficio.
- Debe llenarse en idioma español, preferentemente a través del Sistema Asistido de llenado de Solicitudes de Registro de Marca, Aviso Comercial y Solicitud de Publicación de Nombre Comercial (SOLMARNET) disponible en www.impi.gob.mx. No obstante, podrá llenarse por otros medios, siempre que la solicitud sea legible. La información de la solicitud debe ser requisitada toda por el mismo medio, sin tachaduras ni enmendaduras.
- El formato de solicitud por duplicado, redactado en idioma español, debidamente requisitado y firmado en todos sus ejemplares, así como sus documentos anexos, deben presentarse en la Coordinación Departamental de Recepción y Control de Documentos de la Dirección Divisional de Marcas del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, con domicilio en Arenal # 550, Piso 2, Pueblo Santa María Tepepan, Delegación Xochimilco, C.P. 16020, México, D.F., con horario de atención de 8:45 a 16:00 horas de lunes a viernes o en la ventanilla de las Oficinas Regionales del IMPI o las Delegaciones o Subdelegaciones Federales de la Secretaría de Economía.
- También podrá remitirse la solicitud por correo, servicios de mensajería u otros equivalentes o, en su caso, presentarse por transmisión telefónica facsimilar, en los términos previstos en el artículo 5o. del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial.
- Los documentos anexos redactados en idioma distinto al español deberán acompañarse de la traducción correspondiente.
- Los documentos anexos provenientes del extranjero, cuando proceda, deberán acompañarse de la legalización o, en su caso, apostilla correspondiente.

Por la presente se solicita: En el recuadro correspondiente marque con una "X" la solicitud que desea presentar.

I.- DATOS DEL (DE LOS) SOLICITANTE (S): Anote los datos completos de la persona que será, en su caso, titular de la Marca, Aviso Comercial ó Nombre Comercial.

7) Tipo de Marca: Marque el recuadro que corresponda al tipo de Marca: NOMINATIVA.- (denominación) cuando se deseen registrar elementos literales, así como una o varias palabras desprovistas de todo diseño; INNOMINADA.- (diseño) si se desea registrar una figura, diseño o logotipo desprovisto de todo elemento literal; TRIDIMENSIONAL.- (forma tridimensional) cuando se desea registrar el empaque, envoltura o envase del producto en tres dimensiones, o MIXTA.- si se desea registrar la combinación de cualquiera de las anteriores, (por ejemplo: denominación y diseño; denominación y forma tridimensional; diseño y forma tridimensional; denominación, diseño y forma tridimensional).

8) Fecha de primer uso: Señale la fecha a partir de la cual el signo distintivo se ha venido usando en forma ininterrumpida. En caso contrario, marque el recuadro correspondiente a "No se ha usado".

9) Clase: Cuando se conozca, anote en el recuadro el número de la clase a que corresponden los productos o servicios para los que se solicita el registro; para tal efecto, puede consultar el Listado de productos y servicios de la Clasificación de Productos y Servicios para el registro de las Marcas (Clasificación de Niza) vigente, disponible en www.impi.gob.mx

10) Producto(s) o servicio(s): SI LA SOLICITUD ES DE REGISTRO DE MARCA O MARCA COLECTIVA, especifique el o los productos o servicios que se protegen. SI SE SOLICITA EL REGISTRO DE AVISO COMERCIAL, anote el o los productos o servicios que se anuncian con el mismo. SI SE TRATA DE LA PUBLICACIÓN DE UN NOMBRE COMERCIAL, anote el giro preponderante del respectivo establecimiento. En el caso de que dicho espacio resulte insuficiente, deberá indicarse en un anexo.

11) Denominación: Solo en caso de Marcas Mixtas, deberá indicar la denominación que desea proteger en exclusiva y que aparece en la etiqueta correspondiente.

12) Signo distintivo: Se entenderá que el solicitante se reserva el uso exclusivo de la Marca, tal y como aparezca en este recuadro. En caso de ser marca nominativa, deberá plasmar en este recuadro la denominación que ampara sin tipografía estilizada y en color negro. En el caso de Marcas Innominadas o Mixtas adhiera en el recuadro la etiqueta con las medidas reglamentarias, no mayores de 10 cm x 10 cm, ni menores de 4 cm x 4 cm y en caso que contenga Denominación esta deberá coincidir con la plasmada en el rubro 11). Para Marcas Tridimensionales adhiera en el recuadro correspondiente la impresión fotográfica o el dibujo en los tres planos (anchura, altura y profundidad) con las medidas reglamentarias no mayores de 10 cm x 10 cm, ni menores de 4 cm x 4 cm.

13) Leyendas y figuras no reservables: Sólo en caso de Marcas Innominadas, Tridimensionales o Mixtas, indique las palabras y/o figuras que aparezcan en el ejemplar del signo distintivo solicitado y que conforme a la Ley de la Propiedad Industrial no pueden ser de uso exclusivo, por ejemplo: Hecho en México, Talla, Ingredientes, Peso, Registro de Salud, etc.

14) Ubicación del establecimiento: En caso de haber señalado fecha de primer uso deberá indicar el domicilio del establecimiento o negociación relacionado con el signo distintivo solicitado. En el Nombre Comercial el señalamiento de la ubicación del establecimiento es obligatorio.

15) Prioridad reclamada: En caso de contar con Derecho de Prioridad, deberá indicar los datos de la misma.

Domicilios señalados en la solicitud: Deberá señalar de manera completa y precisa los domicilios que indique en la solicitud, incluyendo el Código Postal y el asentamiento en donde se ubique el domicilio bajo la denominación en que sea conocido; por ejemplo: Colonia, Pueblo, Municipio, etcétera.

Las resoluciones, requerimientos y demás actos del Instituto se notificarán a los solicitantes por correo certificado con acuse de recibo al domicilio que hubiesen señalado al efecto. También podrán notificarse personalmente en el domicilio señalado, en las oficinas del Instituto o por publicación en la Gaceta, en términos del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial.

Los datos consistentes en Teléfono y Correo electrónico contenidos en el presente formato son opcionales y tiene por objeto el facilitar un medio de contacto entre el solicitante y los usuarios interesados en la solicitud en trámite.

Nombre y firma del solicitante o su mandatario: Anote el nombre completo de una sola persona, ya sea el solicitante o su mandatario, quien deberá firmar la solicitud. En caso de que el titular sea una persona moral, deberá proporcionar únicamente el nombre y firma de la persona física que esté actuando en su representación.

Continúa en anexo: Marque con una "X" sólo en caso de que sea necesario usar una hoja anexa para completar la información requerida.

Trámite al que corresponde la forma: Solicitud de Registro de Marcas, Avisos Comerciales y Publicación de Nombres Comerciales.
Número de Registro Federal de Trámites y Servicios: IMPI-01-001, IMPI-01-002, IMPI-01-003, IMPI-01-004.
Fecha de autorización de la forma por parte de la Dirección General Adjunta de Propiedad Industrial del IMPI: 2-VII-2012.
Fecha de autorización de la forma por parte de la Comisión Federal de Mejora Regulatoria: 10-VII-2012.

Fundamento jurídico-administrativo:
Ley de la Propiedad Industrial. Arts. 6 fracción III, 87-90, 93, 96, 98, 99-119, 121-126 y 179-183 (D.O.F. 27-VI-91, reformas D.O.F. 2-VIII-94, 25-X-96, 26-XII-97,17-V-99, 26-I-04, 16-VI-05, 25-I-06, 06-V-09, 05-I-10, 18-VI-10, 28-VI-10 y 27-I-12).
Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial. Arts. 5-7, 16, 17, 53, 56-61 y 67 (D.O.F. 23-XI-94, reformas D.O.F. 10-IX-02, 19-IX-03 y 10-VI-11).
Acuerdo por el que se da a conocer la Tarifa por los servicios que presta el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Arts. 14a, 14c y 14e (D.O.F. 23-VIII-95, reformas D.O.F. 28-XII-95, 10-XII-96, 2-V-97, 4-VI-98, 23-II-99, 11-X-00, 17-X-01, 13-XI-01, 24-XII-01, 27-II-02, 14-III-02, 14-XI-02, 04-III-03, 8-X-03, 27-X-04, 23-III-05, 13-IX-07, 1-VI-09, 10-VIII-09, 24-VIII-09, 1-X-10 y 10-V-11).
Acuerdo que establece las reglas para la presentación de solicitudes ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Arts. 11 y 34 (D.O.F. 14-XII-94, reformas D.O.F. 22-III-99, 14-XII-00, 20-VI-03, 11-VII-03, 18-III-10, 2-V-10 y 10-I-12).
Acuerdo por el que se establecen reglas y criterios para la resolución de diversos trámites ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Arts. 19-26. (D.O.F. 9-VIII-04).
Acuerdo por el que se dan a conocer los horarios de trabajo del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Art.1. (D.O.F. 31-III-99, reforma D.O.F. 20-I-11).

Documentos anexos:

- ☐ Comprobante de pago de la tarifa (original y copia).
- ☐ Reglas de uso (sólo en caso de Marca en copropiedad o Marca Colectiva).
- ☐ Documento que acredita la personalidad del mandatario (original o copia certificada) o, en su caso, copia simple de la constancia de inscripción en el Registro General de Poderes del IMPI.
- ☐ Fe de hechos en caso de Nombre Comercial en la que el fedatario público incluya nombre del titular, giro y ubicación del establecimiento, así como una fotografía de la fachada donde se ostenta el Nombre Comercial.
- ☐ Hoja adicional complementaria a los puntos 10) y 13).

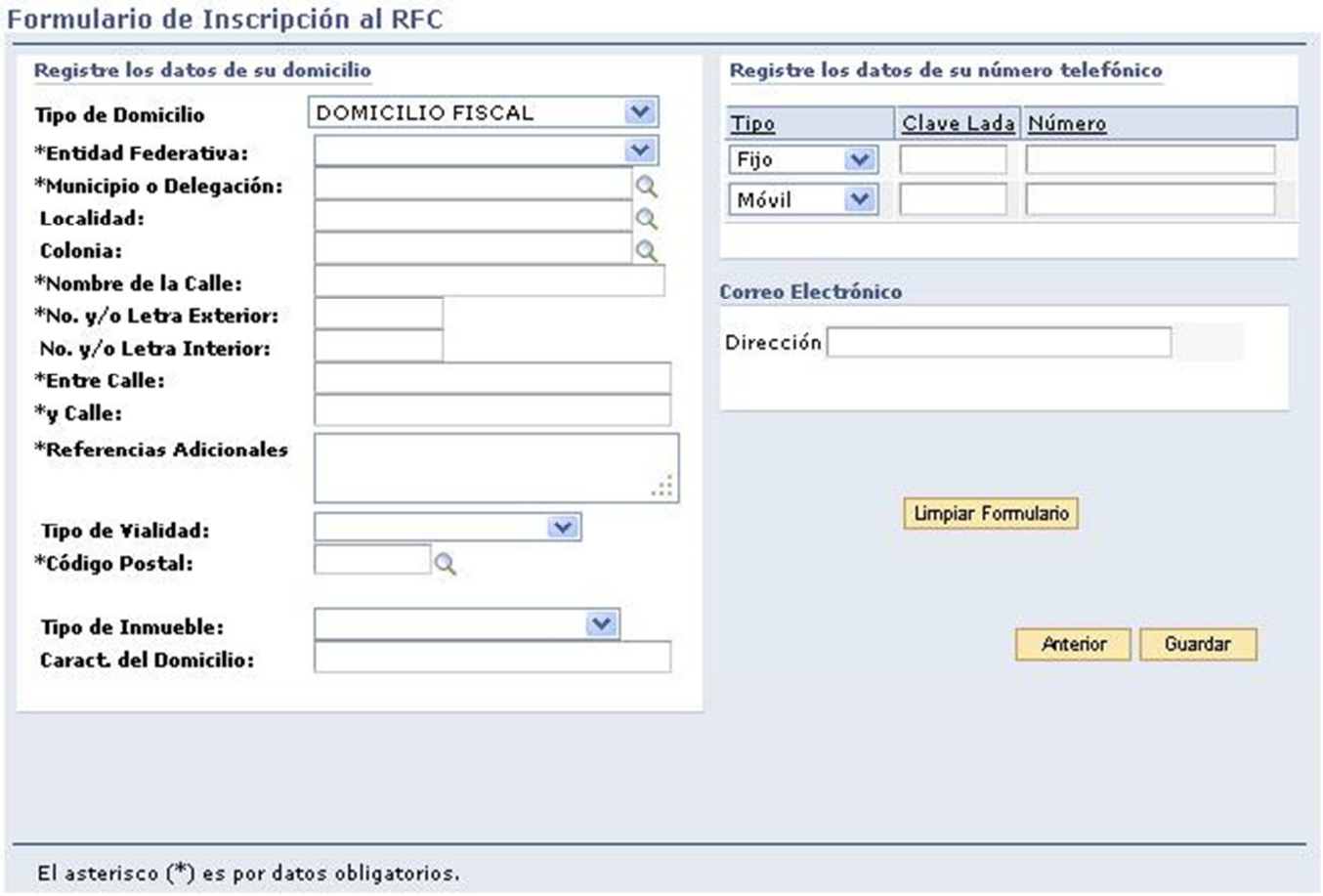
Tiempo de respuesta: El plazo de primera respuesta es de 4 meses por lo que respecta al examen de forma y de 6 meses por lo que respecta al examen de fondo. Aplica la positiva ficta al examen de forma. No aplica la negativa ni la positiva ficta al examen de fondo.

Número telefónico para quejas:
Órgano Interno de Control en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial
5624-04-12 ó 13 (directo) 5624-04-00 (conmutador)
Extensiones: 11237 y 11231, Fax: 5624-04-36
Correo electrónico: quejanet@impi.gob.mx

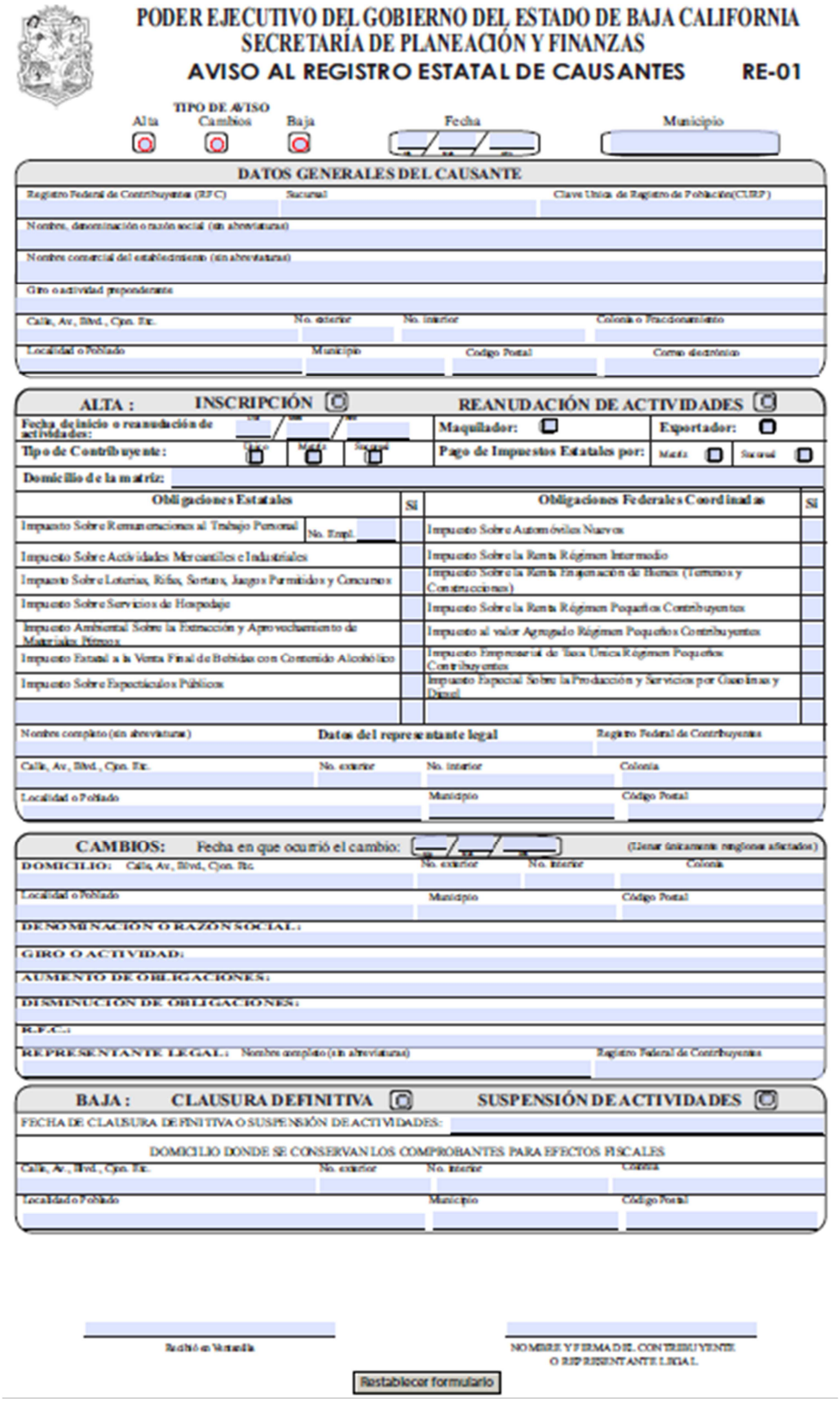
Para cualquier aclaración, duda y/o comentario con respecto a este trámite, sírvase llamar al Sistema de Atención Telefónica a la Ciudadanía-SACTEL a los teléfonos: 20002000 en el D.F. y área metropolitana, del interior de la República sin costo para el usuario al 01-800-FUNCION (386-2466) o desde Estados Unidos y Canadá al 1-800-475-23-93.

Número telefónico del responsable del trámite para consultas: 53-34-07-00 en el D.F. y área metropolitana, del interior de la República sin costo para el usuario 01-800-570-59-90, extensiones 10180 y 10181, o bien, consultar la página en Internet : www.impi.gob.mx

Anexo 9. Inscripción al Registro federal de contribuyentes


Formulario de Inscripción al RFC
Registre los datos de su domicilio
Tipo de Domicilio
DOMICILIO FISCAL
*Entidad Federativa:
*Municipio o Delegación:
Localidad:
Colonia:
*Nombre de la Calle:
*No. y/o Letra Exterior:
No. y/o Letra Interior:
*Entre Calle:
*y Calle:
*Referencias Adicionales
Tipo de Vialidad:
*Código Postal:
Tipo de Inmueble:
Caract. del Domicilio:
Registre los datos de su número telefónico
Tipo
Clave Lada
Número
Fijo
Móvil
Correo Electrónico
Dirección
Limpiar Formulario
Anterior
Guardar
El asterisco (*) es por datos obligatorios.

Anexo 10. Aviso al registro estatal de causantes



PODER EJECUTIVO DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA
SECRETARÍA DE PLANEACIÓN Y FINANZAS
AVISO AL REGISTRO ESTATAL DE CAUSANTES RE-01

TIPO DE AVISO: Alta ○ Cambios ○ Baja ○ Fecha ___/___/___ Municipio

DATOS GENERALES DEL CAUSANTE

Registro Federal de Contribuyentes (RFC) | Sucursal | Clave Única de Registro de Población(CURP)

Nombre, denominación o razón social (sin abreviaturas)

Nombre comercial del establecimiento (sin abreviaturas)

Giro o actividad preponderante

Calle, Av., Blvd., Cjon. Etc. | No. exterior | No. interior | Colonia o Fraccionamiento

Localidad o Poblado | Municipio | Código Postal | Correo electrónico

ALTA : INSCRIPCIÓN ○ REANUDACIÓN DE ACTIVIDADES ○

Fecha de inicio o reanudación de actividades: Día ___ Mes ___ Año ___

Maquilador: ○ Exportador: ○

Tipo de Contribuyente: Único ○ Matriz ○ Sucursal ○

Pago de Impuestos Estatales por: Matriz ○ Sucursal ○

Domicilio de la matriz:

Obligaciones Estatales	SI	Obligaciones Federales Coordinadas	SI
Impuesto Sobre Remuneraciones al Trabajo Personal (No. Empl. ___)		Impuesto Sobre Automóviles Nuevos	
Impuesto Sobre Actividades Mercantiles e Industriales		Impuesto Sobre la Renta Régimen Intermedio	
Impuesto Sobre Loterías, Rifas, Sorteos, Juegos Permitidos y Concursos		Impuesto Sobre la Renta Enajenación de Bienes (Terrenos y Construcciones)	
Impuesto Sobre Servicios de Hospedaje		Impuesto Sobre la Renta Régimen Pequeños Contribuyentes	
Impuesto Ambiental Sobre la Extracción y Aprovechamiento de Materiales Pétreos		Impuesto al valor Agregado Régimen Pequeños Contribuyentes	
Impuesto Estatal a la Venta Final de Bebidas con Contenido Alcohólico		Impuesto Empresarial de Tasa Única Régimen Pequeños Contribuyentes	
Impuesto Sobre Espectáculos Públicos		Impuesto Especial Sobre la Producción y Servicios por Gasolinas y Diesel	

Datos del representante legal

Nombre completo (sin abreviaturas) | Registro Federal de Contribuyentes

Calle, Av., Blvd., Cjon. Etc. | No. exterior | No. interior | Colonia

Localidad o Poblado | Municipio | Código Postal

CAMBIOS: Fecha en que ocurrió el cambio: ___/___/___ (Llenar únicamente renglones afectados)

DOMICILIO: Calle, Av., Blvd., Cjon. Etc. | No. exterior | No. interior | Colonia

Localidad o Poblado | Municipio | Código Postal

DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL:

GIRO O ACTIVIDAD:

AUMENTO DE OBLIGACIONES:

DISMINUCIÓN DE OBLIGACIONES:

R.F.C.:

REPRESENTANTE LEGAL: Nombre completo (sin abreviaturas) | Registro Federal de Contribuyentes

BAJA : CLAUSURA DEFINITIVA ○ SUSPENSIÓN DE ACTIVIDADES ○

FECHA DE CLAUSURA DEFINITIVA O SUSPENSIÓN DE ACTIVIDADES:

DOMICILIO DONDE SE CONSERVAN LOS COMPROBANTES PARA EFECTOS FISCALES

Calle, Av., Blvd., Cjon. Etc. | No. exterior | No. interior | Colonia

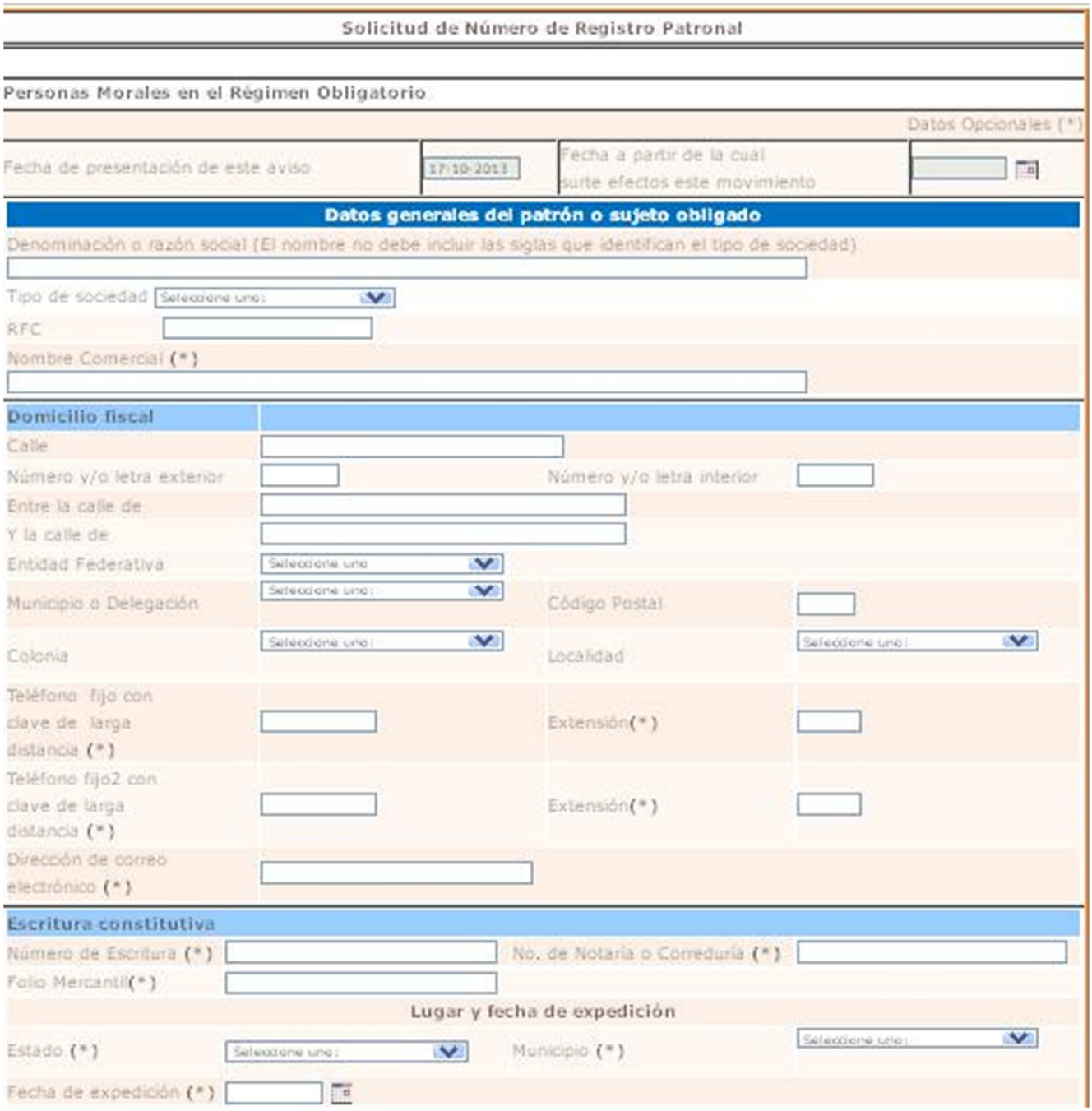
Localidad o Poblado | Municipio | Código Postal

Recibió en Ventanilla

NOMBRE Y FIRMA DEL CONTRIBUYENTE O REPRESENTANTE LEGAL

Restablecer formulario

Anexo 11. Solicitud de número de Registro Patronal



Solicitud de Número de Registro Patronal

Personas Morales en el Régimen Obligatorio

Datos Opcionales (*)

Fecha de presentación de este aviso: 17-10-2013

Fecha a partir de la cual surte efectos este movimiento:

Datos generales del patrón o sujeto obligado

Denominación o razón social (El nombre no debe incluir las siglas que identifican el tipo de sociedad)

Tipo de sociedad: Seleccione uno:

RFC:

Nombre Comercial (*):

Domicilio fiscal

Calle:

Número y/o letra exterior:

Número y/o letra interior:

Entre la calle de:

Y la calle de:

Entidad Federativa: Seleccione uno

Municipio o Delegación: Seleccione uno:

Código Postal:

Colonia: Seleccione uno:

Localidad: Seleccione uno:

Teléfono fijo con clave de larga distancia (*):

Extensión(*):

Teléfono fijo2 con clave de larga distancia (*):

Extensión(*):

Dirección de correo electrónico (*):

Escritura constitutiva

Número de Escritura (*):

No. de Notaría o Correduría (*):

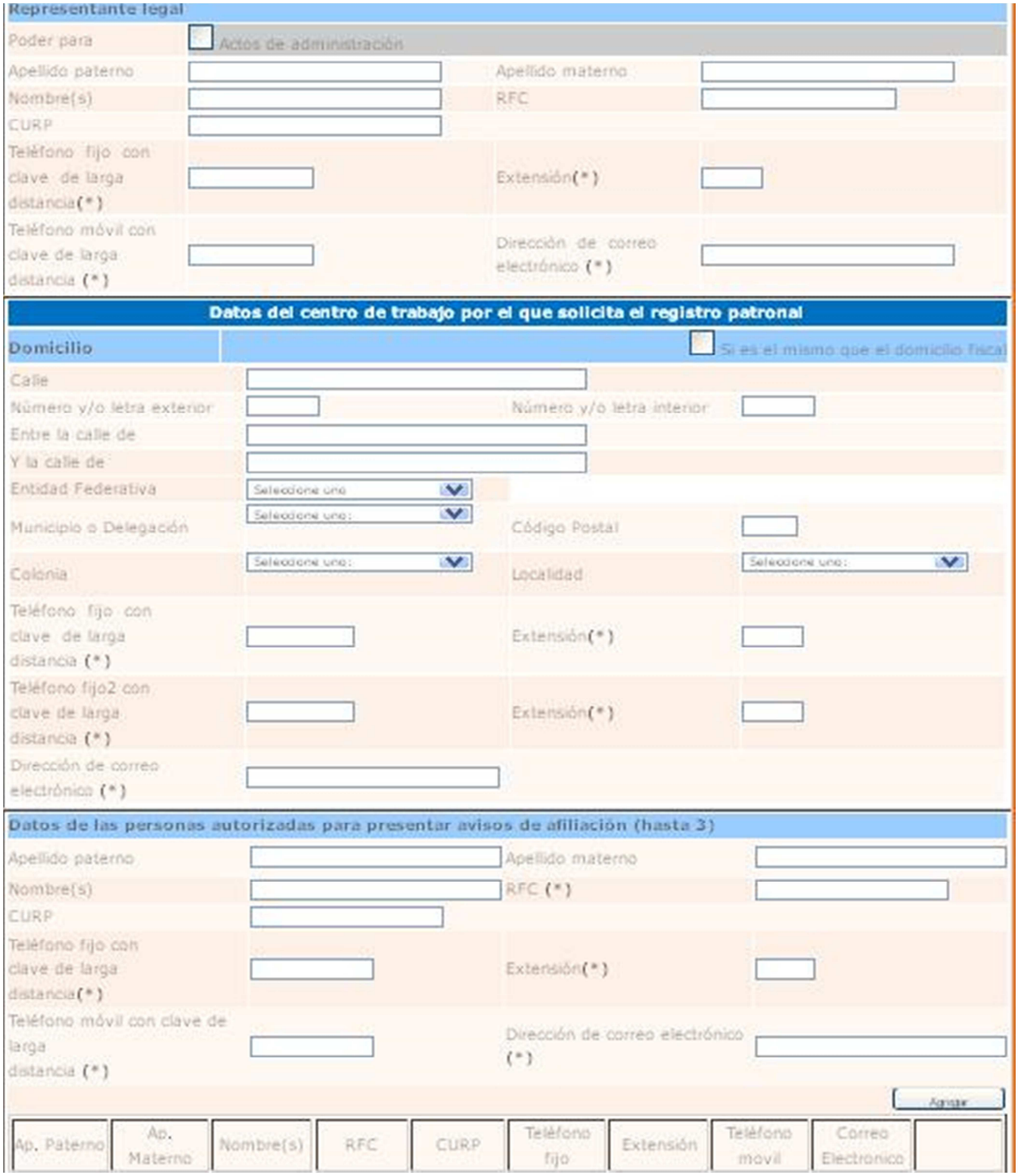
Folio Mercantil(*):

Lugar y fecha de expedición

Estado (*): Seleccione uno:

Municipio (*): Seleccione uno:

Fecha de expedición (*):


Representante legal
Poder para
Actos de administración
Apellido paterno
Apellido materno
Nombre(s)
RFC
CURP
Teléfono fijo con clave de larga distancia(*)
Extensión(*)
Teléfono móvil con clave de larga distancia (*)
Dirección de correo electrónico (*)
Datos del centro de trabajo por el que solicita el registro patronal
Domicilio
Si es el mismo que el domicilio fiscal
Calle
Número y/o letra exterior
Número y/o letra interior
Entre la calle de
Y la calle de
Entidad Federativa
Seleccione uno
Municipio o Delegación
Seleccione uno:
Código Postal
Colonia
Localidad
Teléfono fijo con clave de larga distancia (*)
Extensión(*)
Teléfono fijo2 con clave de larga distancia (*)
Dirección de correo electrónico (*)
Datos de las personas autorizadas para presentar avisos de afiliación (hasta 3)
Apellido paterno
Apellido materno
Nombre(s)
RFC (*)
CURP
Teléfono fijo con clave de larga distancia(*)
Extensión(*)
Teléfono móvil con clave de larga distancia (*)
Dirección de correo electrónico (*)
Agregar
Ap. Paterno
Ap. Materno
Nombre(s)
RFC
CURP
Teléfono fijo
Extensión
Teléfono movil
Correo Electronico

Clasificación de actividad económica para el registro en el Seguro de Riesgos de Trabajo, manifestada por el patrón

Especificar su Giro

☐ Presta servicios de personal | Indique el número de centros de trabajo | Solicita Registro Patronal por Clase: ☐

El Registro Patronal por Clase aplica únicamente para empresas "outsourcing" o prestadoras de servicio de personal, e implica cumplir con las disposiciones establecidas en los artículos 15 A y 75, de la Ley del Seguro Social, y proporcionar la información descrita en los numerales 74, 75, y 76, del Instructivo de llenado del formato ARP Sólo podrá marcar este campo de Registro Patronal por Clase al acudir a la subdelegación

Clasificación conforme al Reglamento de la Ley del Seguro Social en Materia de Afiliación, Clasificación de Empresas, Recaudación y Fiscalización

Clasificación	Clave	Descripción
División Económica	Seleccione uno:	
Grupo	Seleccione uno:	
Fracción	Seleccione uno:	
Clase:		
Prima Media:		

Datos de la actividad económica que declaró

Principales productos elaborados o servicios prestados (máximo diez)

Descripción | Agregar

Descripción	

Principales materias primas y materiales utilizados (máximo diez)

Descripción | Agregar

Descripción	

Maquinaria y equipos utilizados [excepto equipo de transportes]

Número de Unidades | Nombre

Uso | Capacidad o Potencia

Tipo: Seleccione uno: | Agregar

#	Nombre	Uso	Capacidad	Tipo	

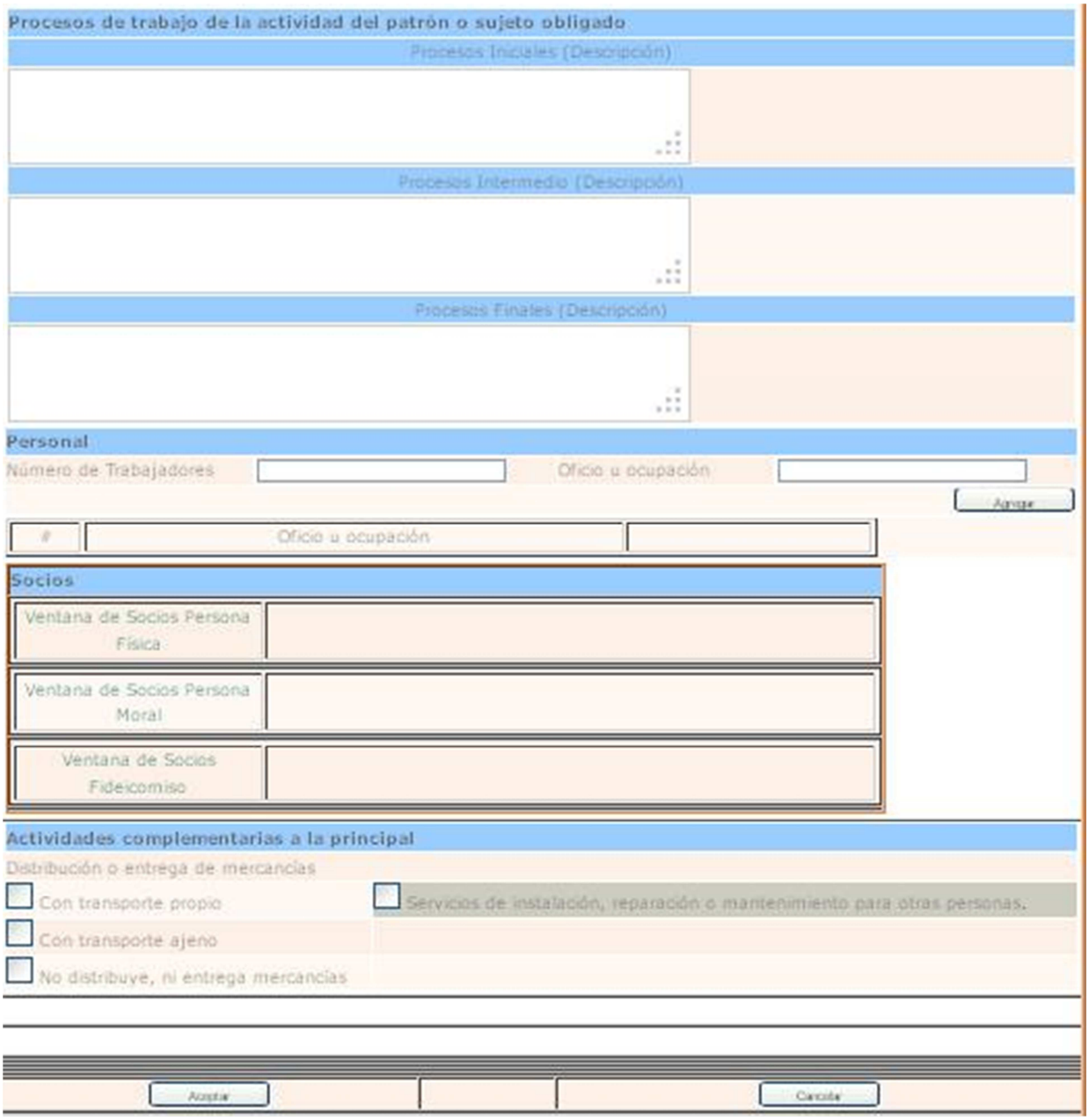
Equipos de transporte utilizado

Número de Unidades | Nombre

Uso | Capacidad o Potencia

Combustible o Energía: Seleccione uno: | Agregar

#	Nombre	Uso	Capacidad	Tipo	


Procesos de trabajo de la actividad del patrón o sujeto obligado
Procesos Iniciales (Descripción)
Procesos Intermedio (Descripción)
Procesos Finales (Descripción)
Personal
Número de Trabajadores
Oficio u ocupación
Agregar
#
Oficio u ocupación
Socios
Ventana de Socios Persona Física
Ventana de Socios Persona Moral
Ventana de Socios Fideicomiso
Actividades complementarias a la principal
Distribución o entrega de mercancías
Con transporte propio
Con transporte ajeno
No distribuye, ni entrega mercancías
Servicios de instalación, reparación o mantenimiento para otras personas.
Aceptar
Cancelar

Anexo 12. Formatos ante la Secretaria del Trabajo y Previsión Social

SECRETARÍA DEL TRABAJO
Y PREVISIÓN SOCIAL

SUBSECRETARÍA DE INCLUSIÓN LABORAL
DIRECCIÓN GENERAL DE CAPACITACIÓN

CONSTITUCIÓN DE LA COMISIÓN MIXTA DE CAPACITACIÓN, ADIESTRAMIENTO Y PRODUCTIVIDAD
Formato DC-1
INFORME SOBRE LA CONSTITUCIÓN DE LA COMISIÓN MIXTA DE CAPACITACIÓN, ADIESTRAMIENTO Y PRODUCTIVIDAD

DATOS DE LA EMPRESA		
Nombre o razón social (En caso de persona física, anotar apellido paterno, apellido materno y nombre(s))		
Registro Federal de Contribuyentes con homoclave (SHCP) -- --		Registro patronal del I.M.S.S.(Una letra o número y 10 dígitos) --
Clave Única de Registro de Población. - En caso de persona física *		
Calle	No. Exterior / No. Interior / Colonia	
Código postal (5 dígitos) / Entidad federativa		Municipio o delegación política
Localidad		Teléfono (s)
Actividad o giro principal		Número de trabajadores de la empresa

DATOS DE LA COMISIÓN MIXTA DE CAPACITACIÓN, ADIESTRAMIENTO Y PRODUCTIVIDAD		
Número de establecimientos en que rige [1]	Número total de integrantes	Fecha de constitución: Año / Mes / Día

Los datos se proporcionan bajo protesta de decir verdad, apercibidos de la responsabilidad en que incurre todo aquél que no se conduce con verdad.

Nombre y firma del patrón o representante legal de la empresa

Lugar y fecha de elaboración de este informe

Año / Mes / Día

NOTAS E INSTRUCCIONES

[1] Asentar en el reverso de esta forma el domicilio completo, R.F.C. y registro del I.M.S.S., de los establecimientos adicionales en donde rige la comisión. Si el reverso del formato no es suficiente para relacionar los establecimientos, puede reproducirlo cuantas veces sea necesario.

- Llenar un formato por cada comisión mixta que exista en la empresa.
- Llenar a máquina o con letra de molde.
- Llenar el formato y conservarlo en los registros internos de la empresa, junto con la documentación de la integración y funcionamiento de la comisión mixta y las actividades durante los últimos doce meses.

* Datos no obligatorios

DC-1 ANVERSO

ESTABLECIMIENTOS EN LOS QUE RIGE LA COMISION MIXTA DE CAPACITACION, ADIESTRAMIENTO Y PRODUCTIVIDAD			
Número consecutivo	Domicilio (Anotar el domicilio conforme a los datos solicitados en el anverso de este formato, para cada uno de los establecimientos adicionales)	R.F.C. con homoclave (SHCP)	Registro patronal del I.M.S.S.

Consultas sobre el trámite llamar a la Dirección General de Capacitación al Teléfono 2000-5126 o realizar la consulta al correo electrónico registro@stps.gob.mx

DC-1 REVERSO

SECRETARÍA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL

La falta de información en los datos opcionales, no será motivo para negar la presentación respectiva

SUBSECRETARÍA DE INCLUSIÓN LABORAL
DIRECCIÓN GENERAL DE CAPACITACIÓN

APROBACIÓN DE PLANES Y PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN Y ADIESTRAMIENTO
Formato DC-2
PRESENTACIÓN DEL PLAN Y PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN Y ADIESTRAMIENTO

DATOS DE LA EMPRESA

Nombre o razón social (En caso de persona física, anotar apellido paterno, apellido materno y nombre(s))

Registro Federal de Contribuyentes con homoclave	Registro patronal del I.M.S.S.
- -	-

Calle	No. Exterior	No. Interior	Colonia

Localidad	Código postal	Municipio o delegación política

Entidad federativa	Teléfono (s)	Fax (Opcional)

Correo electrónico (Opcional)	Clave Única de Registro de Población. - En caso de persona física (Opcional)

Actividad o giro principal

Número de trabajadores de la empresa (Opcionales excepto el total)	Total	Menores	Discapacitados	Adultos mayores	Indígenas
	0	0	0	0	0
Hombres (Opcionales)	0	0	0	0	0
Mujeres (Opcionales)	0	0	0	0	0

Tipo de contrato (Marcar con una X): Individual ☐ Colectivo ☐ Ley ☐

Fecha de celebración o revisión del Contrato Colectivo o Contrato Ley — Año Mes Día: 0 0 0 0 0 0 0 0

INFORMACIÓN SOBRE EL PLAN Y PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN Y ADIESTRAMIENTO

Objetivos del plan de capacitación
Señalar del 1 al 5 en orden descendente de importancia

Actualizar y perfeccionar conocimientos y habilidades	
Proporcionar información de nuevas tecnologías	
Preparar para ocupar vacantes o puestos de nueva creación	
Prevenir riesgos de trabajo	
Incrementar la productividad	

Modalidad de la capacitación
Marcar con una X la modalidad correspondiente

Han y programas específicos de la empresa	☐
Han y programas comunes de un grupo de empresas	☐
Sistema general de una rama de actividad económica	☐

Número de establecimientos en los que rige el plan */

Periodo de vigencia del plan (No deberá exceder de cuatro años)
Del 0 0 0 0 0 0 0 0 al 0 0 0 0 0 0 0 0
Año Mes Día Año Mes Día

Número de etapas del plan

LA EMPRESA DECLARA QUE TIENE EN REGISTROS INTERNOS, A DISPOSICIÓN DE LA SECRETARÍA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL, LA INFORMACIÓN SOBRE EL NOMBRE, OBJETIVOS Y CONTENIDOS DE LOS PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN Y LOS PUESTOS A LOS QUE ESTÁN DIRIGIDOS.

Los datos se proporcionan bajo protesta de decir verdad, apercibido de la responsabilidad en que incurre todo aquel que no se conduce con verdad.

Nombre y firma del patrón o representante legal de la empresa

Lugar y fecha de elaboración de este informe

Año 0 0 0 0 Mes 0 0 Día 0 0

*/ Asentar en el reverso de este formato el domicilio completo, R.F.C. y registro del I.M.S.S. de los establecimientos adicionales en los que rigen el plan y los programas. Si el reverso del formato no es suficiente para relacionar los establecimientos, puede reproducirlo cuantas veces sea necesario.

NOTAS E INSTRUCCIONES

- Llenar a máquina o con letra de molde.
- Escribir con letra de molde, arriba de la homoclave del Registro Federal de Contribuyentes, el nombre de los números o letras que la conforman.
- Entregar el formato a la autoridad laboral solamente en original. En su caso, puede presentar una copia si requiere que se le acuse de recibo.

DC-2 ANVERSO

ESTABLECIMIENTOS EN LOS QUE RIGE EL PLAN Y PROGRAMAS DE CAPACITACION Y ADIESTRAMIENTO			
Número consecutivo	Domicilio (Anotar el domicilio completo para cada uno de los establecimientos adicionales)	R.F.C. con homoclave (SHCP)	Registro patronal del I.M.S.S.

Para cualquier aclaración, duda y/o comentario con respecto al trámite, sírvase llamar al Centro de Contacto Ciudadano a los Teléfonos 2000-2000 en el D.F. y área metropolitana, del interior de la República sin costo para el usuario al 01-800-386-2466, o al 01-800-475-2393 desde los Estados Unidos y Canadá. Correo electrónico contactociudadano@stps.gob.mx

Consultas sobre el trámite llamar a la Dirección General de Capacitación al Teléfono 2000-5100 extensión 3526.

Para quejas comunicarse al número telefónico del Órgano Interno de Control en la STPS al 01 (55) 50-02-33-64 o al 01-800-08-31500. Correo electrónico quejas.oic@stps.gob.mx .

DC-2 REVERSO

SECRETARÍA DEL TRABAJO
Y PREVISIÓN SOCIAL

SUBSECRETARÍA DE INCLUSIÓN LABORAL
DIRECCIÓN GENERAL DE CAPACITACIÓN

AVISO DE ELABORACIÓN DE SISTEMAS GENERALES DE CAPACITACIÓN Y ADIESTRAMIENTO
Formato DC-2B
SISTEMA GENERAL DE CAPACITACIÓN Y ADIESTRAMIENTO

DATOS DEL SOLICITANTE

Nombre o razón social de la asociación empresarial			
Calle	No. Exterior	No. Interior	Colonia
Localidad	Código postal	Municipio o delegación política	
Entidad federativa	Teléfono (s)		
Nombre del sistema general			

Hoja ___ de ___

DESCRIPCIÓN DE LOS PROGRAMAS GENERALES DEL SISTEMA

Nombre del programa	Contenido temático

Los datos se proporcionan bajo protesta de decir verdad, apercibidos de la responsabilidad en que incurre todo aquel que no se conduce con verdad.

Nombre y firma del representante legal de la asociación empresarial que solicita el registro del sistema general

Lugar y fecha de elaboración de esta solicitud

Año Mes Día

INSTRUCCIONES

- Llenar a máquina o con letra de molde
- Anexar el número de hojas que sea necesario. Solamente deberá asentarse la firma en la última hoja que se presente.
- Entregar el formato a la autoridad laboral solamente en original. En su caso, puede presentar una copia si requiere que se le acuse de recibo.

Para cualquier aclaración, duda y/o comentario con respecto al trámite, sírvase llamar al Centro de Contacto Ciudadano a los Teléfonos 2000-2000 en el D.F. y área metropolitana, del interior de la República sin costo para el usuario al 01-800-386-2466, o al 01-800-475-2393 desde los Estados Unidos y Canadá. Correo electrónico contactociudadano@trabajo.gob.mx

Consultas sobre el trámite llamar a la Dirección General de Capacitación al Teléfono 2000-5100 extensión 3526.

Para quejas comunicarse al número telefónico del Órgano Interno de Control en la STPS al 01 (55) 50-02-33-64 o al 01-800-08-31500. Correo electrónico quejas.stps@stps.gob.mx .

DC-2B ANVERSO

En este espacio la empresa puede imprimir su logotipo y, en su caso, también se puede imprimir el del agente capacitador externo.

FORMATO DC-3
CONSTANCIA DE HABILIDADES LABORALES

DATOS DEL TRABAJADOR

Nombre (Anotar apellido paterno, apellido materno y nombre (s))

Clave Única de Registro de Población	Ocupación específica (Catálogo Nacional de Ocupaciones) 1/

DATOS DE LA EMPRESA

Nombre o razón social (En caso de persona física, anotar apellido paterno, apellido materno y nombre(s))

Registro Federal de Contribuyentes con homoclave (SHCP)	Registro patronal ante el I.M.S.S. (Una letra o número y 10 dígitos)
- -	-

Actividad o giro principal

DATOS DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN Y ADIESTRAMIENTO

Nombre del curso

Duración en horas	Periodo de ejecución	De	Año	Mes	Día	a	Año	Mes	Día

Área temática del curso 2/

Agente capacitador (Externo o interno, según corresponda)

Los datos se asientan en esta constancia bajo protesta de decir verdad, apercibidos de la responsabilidad en que incurre todo aquel que no se conduce con verdad.

Capacitador	Representantes de la Comisión Mixta de Capacitación y Adiestramiento	
	Por la empresa	Por los trabajadores
Nombre y firma	Nombre y firma	Nombre y firma

INSTRUCCIONES

- Llenar a máquina o con letra de molde.
- Deberá entregarse al trabajador dentro de los veinte días hábiles siguientes al término del curso de capacitación aprobado.

1/ Las áreas y subáreas ocupacionales del Catálogo Nacional de Ocupaciones se encuentran disponibles en el reverso de este formato y en la página www.stps.gob.mx

2/ Las áreas temáticas de los cursos se encuentren disponibles en el reverso de este formato y en la página www.stps.gob.mx

DC-3
ANVERSO

CLAVES Y DENOMINACIONES DE ÁREAS Y SUBÁREAS DEL CATÁLOGO NACIONAL DE OCUPACIONES

CLAVE DEL ÁREA/SUBÁREA	DENOMINACIÓN
01	Cultivo, crianza y aprovechamiento
01.1	Agricultura y silvicultura
01.2	Ganadería
01.3	Pesca y acuacultura
02	Extracción y suministro
02.1	Exploración
02.2	Extracción
02.3	Refinación y beneficio
02.4	Provisión de energía
02.5	Provisión de agua
03	Construcción
03.1	Planeación y dirección de obras
03.2	Edificación y urbanización
03.3	Acabado
03.4	Instalación y mantenimiento
04	Tecnología
04.1	Mecánica
04.2	Electricidad
04.3	Electrónica
04.4	Informática
04.5	Telecomunicaciones
04.6	Procesos industriales
05	Procesamiento y fabricación
05.1	Minerales no metálicos
05.2	Metales
05.3	Alimentos y bebidas
05.4	Textiles y prendas de vestir
05.5	Materia orgánica
05.6	Productos químicos
05.7	Productos metálicos y de hule y plástico
05.8	Productos eléctricos y electrónicos
05.9	Productos impresos
06	Transporte
06.1	Ferroviario
06.2	Autotransporte
06.3	Aéreo
06.4	Marítimo y fluvial
06.5	Servicios de apoyo
07	Provisión de bienes y servicios
07.1	Comercio
07.2	Alimentación y hospedaje
07.3	Turismo
07.4	Deporte y esparcimiento
07.5	Servicios personales
07.6	Reparación de artículos de uso doméstico y personal
07.7	Limpieza
07.8	Servicio postal y mensajería
08	Gestión y soporte administrativo
08.1	Bolsa, banca y seguros
08.2	Administración
08.3	Servicios legales
09	Salud y protección social
09.1	Servicios médicos
09.2	Inspección sanitaria y del medio ambiente
09.3	Seguridad social
09.4	Protección de bienes y/o personas
10	Comunicación
10.1	Publicación
10.2	Radio, cine, televisión y teatro
10.3	Interpretación artística
10.4	Traducción e interpretación lingüística
10.5	Publicidad, propaganda y relaciones públicas
11	Desarrollo y extensión del conocimiento
11.1	Investigación
11.2	Enseñanza
11.3	Difusión cultural

CLAVES Y DENOMINACIONES DEL CATÁLOGO DE ÁREAS TEMÁTICAS DE LOS CURSOS

CLAVE DEL ÁREA	DENOMINACIÓN
1000	Producción general
2000	Servicios
3000	Administración, contabilidad y economía
4000	Comercialización
5000	Mantenimiento y reparación
6000	Seguridad
7000	Desarrollo personal y familiar
8000	Uso de tecnologías de la información y comunicación
9000	Participación social

DC-3
REVERSO

SECRETARÍA DEL TRABAJO
Y PREVISIÓN SOCIAL

SUBSECRETARIA DE INCLUSION LABORAL
DIRECCIÓN GENERAL DE CAPACITACIÓN

LISTA DE CONSTANCIAS DE HABILIDADES LABORALES
Formato DC-4

DATOS DE LA EMPRESA

Nombre o razon social (En caso de persona fisica, anotar apellido paterno, apellido materno y nombre(s))

Registro Federal de Contribuyentes con homoclave (SHCP)	Registro patronal del IMSS (Una letra o número y 10 digitos)	Registro en el Sistema de Información Empresarial Mexicano SIEM *
- -	-	

Marcar con una 'X' segun se trate				Folio del plan y programas de capacitacion y adiestramiento al que se refiere esta lista
Establecimiento que presentó el plan y programas		Establecimiento que pertenece al plan y programas		

Calle	No. Exterior	No. Interior	Colonia

Localidad	Codigo postal (5 digitos)	Municipio o delegacion politica

Entidad federativa	Telefono (s)	Fax

Correo electronico	Clave Unica de Registro de Poblacion C.U.R.P. - En caso de persona fisica

Actividad o giro principal

Número de constancias expedidas	Hombres	Mujeres	Total

Los datos se proporcionan bajo protesta de decir verdad, apercibido de la responsabilidad en que incurre todo aquel que no se conduce con verdad.

Nombre y firma del patron o representante legal de la empresa

Lugar y fecha de elaboracion de este informe

Año Mes Dia

NOTAS E INSTRUCCIONES

- Llenar a maquina o con letra de molde.
- Escribir arriba de cada digito de la homoclave del Registro Federal de Contribuyentes, la palabra número. Ejemplos: número 0, número 1, número 2, etc.
- Entregar el formato a la autoridad laboral solamente en original. En su caso, puede presentar una copia si requiere que se le acuse de recibo.
- La empresa o patrón deberá conservar copia de las constancias reportadas en la o las listas de constancias presentadas ante la autoridad laboral en el formato DC-4 durante el último año.
- Las empresas deberan adjuntar la informacion de los trabajadores y de cada constancia de habilidades laborales entregada a los trabajadores capacitados.

* Datos no obligatorios

Para cualquier aclaración, duda y/o comentario con respecto al trámite, sírvase llamar al Centro de Contacto Ciudadano a los Teléfonos 2000-2000 en el D.F. y área metropolitana; del interior de la República sin costo para el usuario al 01-800-386-2466. Correo electrónico contactociudadano@trabajo.gob.mx
Consultas sobre el trámite llamar a la Dirección General de Capacitación al teléfono 2000-5100 extensión 3526.
Para quejas comunicarse al número telefónico del Órgano Interno de Control en la STPS al 01 (55) 50-02-33-68 o al 01-800-083-1500. Correo electrónico quejas.stps@trabajo.gob.mx

DC-4
ANVERSO (primera parte)

LISTA DE CONSTANCIA S DE HABILIDADES LABORALES
Formato DC-4

CLAVES Y DENOMINACIONES DE ÁREAS Y SUBÁREAS DEL CATÁLOGO NACIONAL DE OCUPACIONES

CLAVE DEL ÁREA/SUBÁREA	DENOMINACION
01	Cultivo, crianza y aprovechamiento
01.1	Agricultura y silvicultura
01.2	Ganadería
01.3	Pesca y acuacultura
02	Extracción y suministro
02.1	Exploración
02.2	Extracción
02.3	Refinación y beneficio
02.4	Provisión de energía
02.5	Provisión de agua
03	Construcción
03.1	Planeación y dirección de obras
03.2	Edificación y urbanización
03.3	Acabado
03.4	Instalación y mantenimiento
04	Tecnología
04.1	Mecánica
04.2	Electricidad
04.3	Electrónica
04.4	Informática
04.5	Telecomunicaciones
04.6	Procesos industriales
05	Procesamiento y fabricación
05.1	Minerales no metálicos
05.2	Metales
05.3	Alimentos y bebidas
05.4	Textiles y prendas de vestir
05.5	Materia orgánica
05.6	Productos químicos
05.7	Productos metálicos y de hule y plástico
05.8	Productos eléctricos y electrónicos
05.9	Productos impresos
06	Transporte
06.1	Ferroviario
06.2	Autotransporte
06.3	Aéreo
06.4	Marítimo y fluvial
06.5	Servicios de apoyo
07	Provisión de bienes y servicios
07.1	Comercio
07.2	Alimentación y hospedaje
07.3	Turismo
07.4	Deporte y esparcimiento
07.5	Servicios personales
07.6	Reparación de artículos de uso doméstico y personal
07.7	Limpieza
07.8	Servicio postal y mensajería
08	Gestión y soporte administrativo
08.1	Bolsa, banca y seguros
08.2	Administración
08.3	Servicios legales
09	Salud y protección social
09.1	Servicios médicos
09.2	Inspección sanitaria y del medio ambiente
09.3	Seguridad social
09.4	Protección de bienes y/o personas
10	Comunicación
10.1	Publicación
10.2	Radio, cine, televisión y teatro
10.3	Interpretación artística
10.4	Traducción e interpretación lingüística
10.5	Publicidad, propaganda y relaciones públicas
11	Desarrollo y extensión del conocimiento
11.1	Investigación
11.2	Enseñanza
11.3	Difusión cultural

CLAVES Y DENOMINACIONES DEL CATÁLOGO DE ÁREAS TEMÁTICAS DE LOS CURSOS

CLAVE DEL ÁREA	DENOMINACION
1000	Producción general
2000	Servicios
3000	Administración, contabilidad y economía
4000	Comercialización
5000	Mantenimiento y reparación
6000	Seguridad
7000	Desarrollo personal y familiar
8000	Uso de tecnologías de la información y comunicación
9000	Participación social

DC-4
REVERSO (primera parte)

SECRETARÍA DEL TRABAJO
Y PREVISIÓN SOCIAL

SUBSECRETARIA DE INCLUSION LABORAL
DIRECCION GENERAL DE CAPACITACION

LISTA DE CONSTANCIAS DE HABILIDADES LABORALES
Formato DC-4

DATOS DEL TRABAJADOR

Apellido paterno, materno, nombres (s)

Clave Única de Registro de Población

N° de afiliación al IMSS *

Tipo de discapacidad * 1. Motriz | 2. Visual | 3. Mental | 4. Auditiva | 5. De lenguaje

Estado civil * 1. Casado | 2. Soltero | 3. Otro | N° de hijos dependientes económicos *

Lugar de residencia | Entidad federativa | Municipio o delegación política

Ocupación específica (consultar catálogo al reverso)

DATOS DE CERTIFICACIÓN DE COMPETENCIAS LABORALES

Nombre de la norma *

Fecha de emisión del certificado * Año | Mes | Día

DATOS ACADÉMICOS

Nivel máximo de estudios terminados

1. Primaria
2. Secundaria
3. Bachillerato
4. Carrera técnica
5. Licenciatura
6. Especialidad
7. Maestría
8. Doctorado

Documento probatorio

1. Título
2. Certificado
3. Diploma
4. Otro

Año de emisión*

Nombre del estudio / carrera

Institución educativa *

1. Pública
2. Privada

DATOS DE CAPACITACIÓN

Nombre del curso

Duración (horas)

Área temática del curso (consultar catálogo al reverso)

Fecha de término Año | Mes | Día

Agente capacitador 1. Interno | 2. Externo

N° de registro de agente capacitador externo en la STPS

Modalidad de la capacitación

1. Presencial
2. En línea
3. Mixta

Objetivo de la capacitación

1. Actualizar y perfeccionar conocimientos y habilidades
2. Proporcionar información de nuevas tecnologías
3. Preparar para ocupar vacantes o puestos de nueva creación
4. Prevenir riesgos de trabajo
5. Incrementar la productividad

Notas:
- Llenar a máquina o con letra de molde.
- Entregar el formato a la autoridad laboral solamente en original.
- El Catálogo Nacional de Ocupaciones se encuentra disponible en el reverso de la primera parte del formato DC-4 y en la página www.stps.gob.mx
- El catálogo de áreas temáticas se encuentra disponible en el reverso de la primera parte del formato DC-4 y en la página www.stps.gob.mx
- En caso de que el trabajador haya recibido más de una constancias de habilidades laborales, deberá proporcionar del apartado "Datos del Trabajador" únicamente su nombre y los datos de capacitación las veces que sean necesario en el formato DC-4 (segunda parte), así como en su caso, los datos que requiere actualizar.

* Datos no obligatorios

DC-4
ANVERSO (segunda parte)

SECRETARÍA DEL TRABAJO
Y PREVISIÓN SOCIAL

La falta de información en los datos opcionales, no será motivo para negar la presentación respectiva

SUBSECRETARÍA DE INCLUSIÓN LABORAL
DIRECCIÓN GENERAL DE CAPACITACIÓN

AUTORIZACIÓN Y REGISTRO
MODIFICACIÓN DE CURSOS O PROGRAMAS Y/O MODIFICACIÓN DE PLANTILLA DOCENTE
Formato DC-5
SOLICITUD DE REGISTRO DE AGENTE CAPACITADOR EXTERNO

DATOS DEL SOLICITANTE

Nombre o razón social (En caso de persona física, anotar apellido paterno, apellido materno y nombre(s))

Registro Federal de Contribuyentes con homoclave (SHCP)	Registro patronal del I.M.S.S.

Calle	No. Exterior	No. Interior	Colonia

Localidad	Código postal (5 dígitos)	Municipio o delegación política

Entidad federativa	Teléfono (s)	Fax (Opcional)

Correo electrónico (Opcional)	Clave Única de Registro de Población CURP. - En caso de persona física (Opcional)

Tipo de solicitud que presenta (Marcar con una X)

Registro inicial	☐	Modificación de programas o cursos	☐
Modificación de plantilla de instructores	☐	Registro de nuevos programas o cursos	☐

Hoja ____ de ____

PROGRAMAS O CURSOS QUE REGISTRA

Número consecutivo	Nombre del programa o curso	Temas principales del programa o curso (Anotar la denominación completa de los temas)	Duración del curso en horas

NOTAS E INSTRUCCIONES

- Llenar a máquina o con letra de molde. Este formato se debe presentar en todos los trámites.
- Escribir con letra de molde, arriba de la homoclave del Registro Federal de Contribuyentes, el nombre de los números o letras que la conforman.
- Anexar el número de hojas que sea necesario. Solamente deberá asentarse la firma en la última hoja que se presente.
- Cuando desee modificar o dar de baja algún programa, curso o instructor, indíquelo junto al número consecutivo.
- Entregar el formato a la autoridad laboral solamente en original. En su caso, puede presentar una copia si requiere que se le acuse de recibo.

DC-5 ANVERSO

PLANTILLA DE INSTRUCTORES
Llenar solamente en el caso de institución capacitadora

Número consecutivo	Nombre del instructor (Anotar apellido paterno, apellido materno y nombre(s))	Registro Federal de Contribuyentes con homoclave (SHCP)	Especialidad del instructor

Los datos y anexos se proporcionan bajo protesta de decir verdad, apercibidos de la responsabilidad en que incurre todo aquel que no se conduce con verdad.

Nombre y firma del solicitante o representante legal

Lugar y fecha de elaboración de esta solicitud

Año Mes Día

Para cualquier aclaración, duda y/o comentario con respecto al trámite, sírvase llamar al Centro de Contacto Ciudadano a los Teléfonos 2000-2000 en el D.F. y área metropolitana, del interior de la República sin costo para el usuario al 01-800-386-2466, o al 01-800-475-2393 desde los Estados Unidos y Canadá. Correo electrónico contactociudadano@funcionpublica.gob.mx
Consultas sobre el trámite llamar a la Dirección General de Capacitación al Teléfono 2000-5100 extensión 3528.
Para quejas comunicarse al número telefónico del Órgano Interno de Control en la STPS al 01 (55) 50-02-33-64 o al 01-800-08-31800. Correo electrónico quejas_oic@stps.gob.mx.

DC-5 REVERSO

Referencias

Aaker D., Kumay V. & Day G (2001) Investigación de Mercados. Editorial: Limusa.

Álvarez J. (2011) Estrategias Competitivas: Cómo Determinar las Ventajas Competitivas de una Empresa. Revista Ser Competitivos.

Bateman T. & Snell S. (2005) Administración: Una Ventaja Competitiva. Editorial: McGraw-Hill.

Belausteguigoitia I. (2013) La empresa familiar y el espíritu emprendedor. Revista Entrepreneur México.

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2005) Reglamento de la Ley del Seguro Social en Materia de Afiliación, Clasificación de Empresas, Recaudación y Fiscalización.

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2014) Articulo 39 de la Ley del Impuesto sobre la Renta.

Cámara Nacional de Maíz Industrializado (CNMI) (2006) Publicación ¨Estimaciones en la Demanda Nacional de Maíz en el Año 2006¨.

Celorio Maquinas Tortilladoras (2013) Maquinaria. Recuperado de: http://www.tortilladorascelorio.com.mx

Cetys Universidad (2003) Herramienta de Diagnóstico Integral para las Empresas, Modificado y Ampliado por IIMA Cecilia Silva (2010-2013) para Materia de Análisis y Diseño Organizacional.

Consejo Regulador de la Masa y la Tortilla (2012) Boletín de Prensa.

Czinkota M.R. *&* Kotabe M. (2001) Administración de la Mercadotecnia. Editorial: Thomson Learning.

Diario Oficial de la Federación (2011) Norma Oficial Mexicana NOM-019-STPS-2011, Constitución, Integración, Organización y Funcionamiento de las Comisiones de Seguridad e Higiene.

Diario Oficial de la Federación (2009) Publicación del Día 30 de Junio del 2009. Recuperado de: http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5096849&fecha=30/06/2009

Diario Oficial de la Federación (2002) Reglamento de Clasificación de Empresas y Denominación del Grado de Riesgo del Seguro de Trabajo (Publicación del 1ero. de Noviembre del 2002).

Entrepreneur México (2013) Como Crear Un Logotipo Ganador. Recuperado de: http://www.soyentrepreneur.com/4044-como-crear-un-logo-ganador.html

Entrepreneur México (2011) Tips para Crear un Buen Slogan. Recuperado de: http://www.soyentrepreneur.com/tips-para-crear-un-buen-slogan.html

Entrepreneur México (2010) 12 Tramites para Constituir una Empresa. Recuperado de: http://www.soyentrepreneur.com/2499-los-12-tramites-para-constituir-una-empresa.html

García M. & Ramírez L. (2012) Potencial del Plátano Macho Verde para la Elaboración de Botanas Saludables. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo.

Grupo Villamex (2013) Nuestra Maquinaria. Recuperado de: http://www.gvillamex.com

Hammer & Chapy (1995) Reingeniería 7ma Edición, Editorial: Norma.

INEGI (2013) Banco de Información Económica. Recuperado de: http://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/

INEGI (2010) Censo de Población y Vivienda 2010.

Jiménez J. (2013) ¿Qué es Desarrollo Personal? Coaching para el Desarrollo Humano.

Koontz H. &Weihrich H. (2004) Administración: Una Perspectiva Global. Editorial: McGraw-Hill.

Manene L. (2010) Evaluación del Desempeño en las Organizaciones. Gestión del Personal.

Maquinas Tortilladoras Verduzco y Molinos de Nixtamal en México (2013) Productos. Recuperado de: http://www.tortilladoras.com.mx

Maseca (2013) Propiedades de la Tortilla. Recuperado de: http://www.mimaseca.com/es/propiedades-tortilla/

Mextor Tortilladoras de México (2013) Productos. Recuperado de: http://www.mextor.com.mx

Minsa, S.A. de C.V. (2011) Estudio para la Creación de una Planta Tratadora de Aguas Residuales en la Empresa Maíz Industrializado del Norte S.A. de C.V.

Munuera J. &Rodríguez A. (2007) Estrategias de Marketing: Un Enfoque Basado en el Proceso de Dirección. Editorial: Esic.

Parkin M. (2006) Microeconomía. Editorial: Apolo.

Servicio de Administración Tributaria (2013) Portal de Trámites y Servicios al Contribuyente. Recuperado de: https://siat.sat.gob.mx/PTSC/

Servicio de Administración Tributaria (2013) Inscripción en el RFC de personas morales en la ALSC del SAT. Recuperado de: http://www.sat.gob.mx/sitio_internet/informacion_fiscal/tramites_fiscales/registrot/101_11659.html

Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP) (2007) Estudio sobre la Industria del Maíz Actual.

Secretaria de Economía (2012) Análisis de la Cadena de Valor Maíz-Tortilla: Situación Actual y Factores de Competencia Local.

Secretaria de Economía (2013) Sociedades Anónimas Promotoras de Inversión. Recuperado de: http://www.tuempresa.gob.mx/asesoria/legal/mercantil//asset_publisher/b7z6f2vqvKZd/content/id/26534

Secretaria de Medio Ambiente y Recursos Naturales (2013) Inicio. Recuperado de: http://tramites.semarnat.gob.mx

Soto B. (2011) El Impacto de la Tecnología en la Empresa. Gestion.org Magazine.

Vega A. (2010) Guía de Trámites para tu Negocio. Recuperado de: http://www.soyentrepreneur.com/guia-de-tramites-para-tu-negocio.html

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2014) Articulo 39 de la Ley del Impuesto sobre la Renta.