

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BAJACALIFORNIA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES**



**DISEÑO DE PLAN DE NEGOCIOS DE UNA MICROEMPRESA
DEDICADA A LOS SERVICIOS DE COPIADO, COMPUTO Y
CAFETERIA**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRO EN ADMINISTRACION**

PRESENTA

KARLA ELIZABETH RAMIREZ ALARCON

Ensenada, B. C.

Octubre del 2009

CONSTANCIA DE APROBACIÓN

Director de la Tesis: _____
M. A. Juan Manuel García Cuevas

Aprobado por los Integrantes del Sínodo:

1.- _____
M. A. María Lourdes Solís Tirado

2.- _____
Dra. María Concepción Ramírez Barón

Este trabajo está inspirado en el amor y la perseverancia que representan mi esposo Rene y mi hijo R. Samuel. A mi esposo por su apoyo y motivación, por estar en todo momento y acompañarme siempre; a ti hijo, por existir y ser una gran motivación de superación, con todo mi amor...

Agradecimientos

Agradezco primeramente a dios porque me ha permitido vivir plenamente y a mis padres por su apoyo incondicional.

Al Maestro Juan Manuel García Cuevas mi director de tesis, por sus aportaciones, y sus conocimientos que permitieron la terminación del trabajo realizado, a mis sínodos María Lourdes Solís y María Concepción Ramírez por su apoyo y sus conocimientos compartidos.

A todos los maestros que durante el curso en sus diferentes materias, por sus comentarios y consejos.

A mis compañeros por compartir sus experiencias y conocimientos; por todos los momentos agradables en los que convivimos.

A mi esposo y compañero por su amor y comprensión, por su gran apoyo y conocimientos aportados durante todo el curso.

A todos mi gratitud y reconocimiento.

Resumen

En este trabajo se presenta el desarrollo de un plan de negocios para la creación y funcionamiento de la empresa CiberKopy, microempresa dedicada a los servicios de cómputo y copiado con cafetería, destacando calidad en los servicios y ventajas competitivas como entregas a domicilio, asesoría personalizada entre otras. Cuenta con una estructura organizacional definida, con diez personas para el desempeño de las actividades necesarias para otorgar los servicios.

De acuerdo al estudio de mercado se pudo demostrar que la demanda potencial del cuatro por ciento para los servicios de cómputo y con el consumo de cinco copias por semana con respecto al total de la población, tendríamos utilidades para solventar los costos y pensar en futuras inversiones.

En el análisis de la situación financiera y partiendo de los estados financieros y del flujo de efectivo proyectados se determino que es una empresa rentable, se obtuvo una Tasa Interna de Retorno del 122 por ciento, muy por encima del costo de capital del 16.19 por ciento; el valor presente neto positivo y suficiente para cubrir costos después de recuperar su inversión inicial. Un punto muy favorable y atractivo para los inversionistas es que el periodo de recuperación es de un año y dos meses.

Tabla de Contenido

Introducción

Capítulo 1: Naturaleza del proyecto	7
1.1 Nombre de la empresa	7
1.1.1 Lema y Logotipos	7
1.2 Descripción de la empresa	8
1.2.1 Giro o sector	8
1.2.2 Tamaño	8
1.2.3 Ubicación	8
1.2.4 Descripción breve de producción o servicio	8
1.3 Misión y visión de la empresa	9
1.4 Objetivos de la empresa	10
1.5 Ventajas competitivas	10
1.6 Análisis de la industria o sector	11
1.7 Producto y/o servicio de la empresa	12
1.8 Impacto tecnológico, económico y ambiental	13
Capítulo 2: El mercado	14
2.1 Objetivos de Mercadotecnia	14
2.2 Investigación de mercados	14
2.2.1 Introducción	14
2.2.2 Planteamiento del problema	17
2.2.3 Preguntas	17
2.2.4 Hipótesis	18
2.2.5 Tamaño de mercado	18
2.2.6 Consumo aparente	19
2.2.7 Demanda potencial	20
2.2.8 Participación de la competencia en el mercado	21
2.3 Estudio de Mercado	22
2.3.1 Objetivo del estudio de mercado	22
2.3.2 Encuesta tipo	23
2.3.3 Aplicación de Encuesta	23
2.3.4 Resultados Obtenidos	24
2.3.5 Conclusiones del estudio realizado	30
2.4 Distribución y puntos de venta	31
2.5 Promoción del producto o servicio	31
2.5.1. Publicidad	31
2.5.2 Promoción de Ventas	33
2.5.3 Marcas	33
2.5.4 Etiqueta y Empaque	34
2.6 Fijación y políticas de precio	34
2.7 Plan de introducción al mercado	34
2.8 Riesgos y oportunidades del mercado	35
2.9 Sistema y Plan de Ventas	36

Capítulo 3: Producción	37
3.1 Objetivos del área de producción	37
3.2 Especificaciones del producto	38
3.3 Descripción del proceso de producción o prestación del servicio	38
3.4 Diagrama de flujo del proceso	40
3.5 Características de la tecnología	40
3.6 Equipo e instalaciones	42
3.7 Materia prima	45
3.8 Capacidad Instalada	46
3.9 Manejo de Inventarios	46
3.10 Ubicación de la empresa	47
3.11 Diseño y distribución de la planta y oficinas	48
3.12 Mano de obra requerida	49
3.13 Programa de producción	50
Capítulo 4: Organización	57
4.1 Estructura organizacional	57
4.2 Funciones específicas por puesto	59
4.3 Captación del personal	65
4.4 Desarrollo del personal	66
4.5 Administración de sueldos y salarios	67
4.6 Evaluación del desempeño	68
4.7 Relaciones de trabajo	68
Capítulo 5: Finanzas	70
5.1 Sistema Contable de la empresa	70
5.2 Situación Financiera	71
5.3 Balance General inicial	72
5.4 Concentrado por rubros de la inversión requerida	73
5.5 Proyección de depreciaciones y amortizaciones	74
5.6 Préstamo de habilitación y Avío	75
5.7 Préstamo refaccionario	76
5.8 Costos variables anuales proyectados para diez años	77
5.9 Proyección de costos fijos	78
5.10 Proyección de ingresos	79
5.11 Estado de resultados proforma	82
5.12 Flujo de efectivo proyectado	83
5.13 Proyección del Balance General Proforma	84
5.14 Punto de equilibrio operativo y financiero	85
5.15 Análisis financiero proyectado a diez años	90
5.16 Análisis de rentabilidad	91
5.17 Conclusión financiera	92

Capítulo 6: Riesgos críticos	93
6.1 Riesgos internos	93
6.2 Riesgos Externos	95
6.3 Riesgos financieros	96
Capítulo 7: Aspectos legales de implementación y operación	98
7.1 Definición del régimen de constitución de la empresa	98
7.2 Trámites de apertura	99
7.3 Trámites fiscales	100
7.4 Trámites laborales	101
Anexos	105
Referencias	131

Lista de Tablas

Número	Página
2.1 Población mayor de quince años alfabeta	19
2.2 Ventajas y desventajas de la competencia en el mercado	22
3.1 Capacidad instalada	46
3.2 Programa pre-operativo de producción de la empresa	51
3.3 Programa de trabajo para el centro de copiado, copias blanco y negro del año 2007	52
3.4 Programa de trabajo para el centro de copiado, copias a color del año 2007	53
3.5 Programa de trabajo para el centro de copiado, copias sistema Riso del año 2007	54
3.6 Programa de trabajo para el centro de copiado, servicios de engargolado del año 2007	55
3.7 Programa de trabajo para el centro de cómputo del año 2007	56
4.1 Escala de salarios mensual	67
5.1 Inversión requerida para el funcionamiento y operación de CiberKopy, expresado en m. n.	71
5.2 Balance General inicial de CiberKopy, expresado en m. n.	72
5.3 Concentrado por rubros de la inversión requerida para funcionamiento y operación de CiberKopy, expresado en m. n.	73
5.4 Depreciaciones y amortizaciones proyectadas a diez años de CiberKopy expresada en m. n.	74
5.5 Financiamiento para el capital de trabajo de CiberKopy, expresado en m. n.	75
5.6 Financiamiento para los activos fijos necesarios para el inicio de operaciones de CiberKopy, expresado en m. n.	76
5.7 Proyección de los costos variables a diez años de CiberKopy, expresado en m. n.	77
5.8 Proyección de los costos fijos a diez años de CiberKopy, expresado en m. n.	78
5.9 Ingresos del servicio de cómputo proyectados a diez años para Ciberkopy, expresado en m .n.	79
5.10 Ingresos del servicio de copiado proyectado a diez años para CiberKopy, expresado en m. n.	80
5.11 Ingresos del servicio de papelería proyectados a diez años de CiberKopy, expresado en m. n.	81
5.12 Proyección de Estado de Resultados a diez años de CiberKopy, expresado en m. n	82
5.13 Flujo de efectivo proyectado a diez años para CiberKopy, expresado en m. n.	83
5.14 Proyección del Balance General proforma por 10 años para CiberKopy expresado en m. n.	84
5.15 Punto de equilibrio operativo y financiero proyectado a diez años para CiberKopy, expresado en m. n.	86

5.16	Análisis financiero proyectado a diez años para CiberKopy	90
5.17	Análisis de rentabilidad	92
6.1	Riesgos Internos	94
6.2	Riesgos externos	95
6.3	Definición de variables	96
6.4	Análisis de sensibilidad	96

Lista de Gráficas

Número	Página
2.1 Edades de las personas que fueron encuestadas	24
2.2 Nivel de estudios de las personas encuestadas	24
2.3 Frecuencia de las personas encuestadas al internet	25
2.4 Número de horas que las personas asisten a un internet	25
2.5 Preferencia de las personas encuestadas a asistir a un internet	26
2.6 Precio por hora que han pagado las personas encuestadas	26
2.7 Fines para los que utilizan internet	27
2.8 Frecuencia en la que asisten a los centros de copiado las personas encuestadas	27
2.9 Consumo de copias a la semana por las personas encuestadas	28
2.10 Precio por copia pagado por las personas encuestadas	28
2.11 Fines para los que utilizan el centro de copiado las personas encuestadas	29
2.12 Preferencias de utilizar el servicio a domicilio de los centro de copiado	29
2.13 Horarios de preferencia de las personas encuestadas	30
3.1 Programa pre-operativo de producción de la empresa	51
5.1 Punto de equilibrio operativo del año uno, 2008	86
5.2 Punto de equilibrio operativo del año cinco, 2012	87
5.3 Punto de equilibrio operativo del año diez, 2017	87
5.4 Punto de equilibrio financiero del año uno, 2008	88
5.5 Punto de equilibrio financiero del año cinco, 2012	88
5.6 Punto de equilibrio financiero del año diez, 2017	89

Introducción

1. Contexto y Antecedentes

Es muy notorio el auge que tiene el tema de emprendedores, existe mucho apoyo por parte de instituciones de gobierno y educativas para fomentar el desarrollo y la creación de nuevas empresas. Podemos encontrar bastante información publicada sobre como iniciar un negocio, como elaborar los planes de negocios y guías de apoyo para facilitar el trabajo.

Alcaraz (2005) define un plan de negocios como una serie de pasos para la concepción y el desarrollo de un proyecto, sistema de planeación para alcanzar metas, una colección organizada de información que facilita la toma de decisiones y representa una guía específica para canalizar en forma eficiente los recursos disponibles.

Un plan de negocios según Díaz (2006) es un documento que como fundador de su propio negocio debe elaborar, donde tendrá la respuesta a varias preguntas respecto a la factibilidad o no de iniciar una empresa, su operación y la generación de ingresos. La información proporcionada por este plan servirá al emprendedor y a los que se involucren en la empresa, socios, proveedores y clientes.

Una alternativa de combinar el tradicional negocio del café con los modernos servicios virtuales marca el nacimiento de los cafés internet. Asistir a este tipo de sitios ofrece ventajas como la ayuda de expertos, otros servicios como impresiones y escáner de documentos entre otros más (Martínez, 2004).

La mensajería instantánea por Internet ya es una herramienta que no sólo sirve para establecer amigos, también representa un importante auxiliar en los negocios. Varios emprendedores la están adoptando para establecer contacto con sus

clientes, proveedores, socios y colegas profesionales que estén ubicados en puntos remotos (Ramírez, 2006, s.p.).

Con las constantes innovaciones, se espera que la mensajería instantánea sobrepase en este año al correo electrónico como la primera herramienta de comunicación, según la consultora Gartner Group, el mayor impacto se observará en empresas que trabajen en proyectos variados. Un ejemplo son los profesionales independientes y los emprendedores que requieran constante contacto con sus clientes (Ramírez, 2006).

Hoy en día los cibercafés requieren herramientas que minimicen costos, con el fin de mantenerse competitivos en un mercado cada vez más complejo, mejorar y ofrecer una imagen y servicios más atractivos para los clientes (Martínez, 2004).

Según algunos expertos en el área, más del 90 por ciento de las empresas cierran en sus primeros cuatro años debido a no contar con un sistema de planeación que logre el éxito, al anticipar eventos con los que la empresa se pueda enfrentar en un futuro (Alcaraz, 2005).

La importancia de la micro y pequeña empresa radica en la cantidad de establecimientos de éste tipo que existen en México, pero estas empresas no solo adquieren importancia en el ámbito nacional, sino también en el Internacional. Existen institutos alrededor del mundo que enseñan, financian y promueven a micro y pequeñas empresas. Este tipo de entidades han proporcionado una de las mejores alternativas para la independencia económica, estas empresas representan una gran oportunidad, a través de la cual los grupos en desventaja económica han podido iniciar y consolidarse por méritos propios (Carrasco, 2005, s.p.).

2. Planteamiento del estudio

En México la empresa pequeña está considerada como una fuente generadora de ingresos y de empleos para el país, es por ello que el gobierno tiene principal interés en el desarrollo de las mismas. El censo económico de Instituto Nacional de Estadística Geográfica e Informática (en lo sucesivo INEGI) del 2004 reveló que entre los años de 1998 a 2003 aumentó 7.1 por ciento el número de empresas en México, el país cuenta con tres millones cinco mil 157 establecimientos productivos que emplean a poco más de 16 millones de personas, un millón 600 mil trabajadores más que en 1999.

En la actualidad la empresa mexicana esta compuesta en su mayoría por micros y pequeñas empresas que conforman más del 95 por ciento del total de la industria, esto demuestra la importancia que reviste este tipo de empresas, que conforman una parte fundamental en los procesos de recuperación y de reordenación de la economía nacional y en el cambio estructural del aparato productivo que el país requiere (Carrasco, 2005, s.p.).

Las primeras cifras preliminares indican que entre 2004 (año en el que se realizaron los anteriores censos económicos) y 2009 se ha registrado un incremento de cerca del 21 por ciento en el número de establecimientos existentes en el país: de 4.3 millones registrados en 2004, ahora se identificaron 5.2 millones mediante los censos económicos de 2009.

De estas unidades económicas, el 90 por ciento son pequeños, ya que tienen a lo más cinco personas ocupadas. Cerca del seis por ciento tienen entre seis y diez personas trabajando y el resto son unidades con once y más personas ocupadas (Noticias de Querétaro, 2009, s.p.).

El avance tecnológico en los servicios de computación y copiado ha evolucionado a pasos gigantescos en los últimos años, han surgido afirmaciones tales como “una oficina sin papeles”, “archivar jamás había sido tan fácil”, “lo puedes duplicar y organizar cuantas veces quieras en un tiempo mínimo”.

El crecimiento acelerado de Ensenada principalmente en la parte sur de la ciudad nos ofrece grandes oportunidades de negocios pequeños y medianos, principalmente de servicios. La población ha crecido en gran escala, empresas desde pequeñas hasta grandes firmas, vivienda y el establecimiento de nuevas instituciones educativas y con un sin fin de necesidades de servicios aun no cubiertos en su totalidad (ver anexo 1).

El crecimiento se acelera de manera marcada a partir de 1995, observándose hasta 2007 con una orientación hacia la carretera que baja a la Península de Baja California (Padilla y Sotelo, 2009, s.p.).

La idea fascinante de un negocio propio puede resultar solo un sueño en el que pongamos todas nuestras esperanzas y esfuerzos, un plan de negocios puede ser lo que marque la diferencia entre ese sueño y una realidad, donde por escrito se presenten las ideas en una forma organizada.

Se elabora un plan de negocios para analizar la creación de una nueva empresa que ofrezca servicios integrales de “cómputo y copiado” donde estudiantes, trabajadores, amas de casa y cualquier persona o institución con la necesidad de soluciones digitales para la creación, distribución y producción de documentos, cuente con las herramientas de la computadora, internet y los diferentes tipo de fotocopiado, en un mismo espacio.

Con la elaboración de un plan de negocios tenemos la oportunidad de plantear las ideas de la empresa que queremos formar, dando mayor certeza y seguridad a lo planeado. El plan de negocios es un documento que nos proporciona Información muy valiosa para iniciar un negocio y ofrece mayor oportunidad de éxito al proyecto.

3. Objetivos del trabajo terminal

Crear fuentes de trabajo.

Obtener el grado de Maestría.

Obtener información confiable del establecimiento de un negocio.

Aplicar los conocimientos y experiencias adquiridos en la maestría en Administración.

Proporcionar información que sustente bases para obtener el financiamiento que logre poner en marcha el negocio.

Establecer un negocio de calidad para satisfacer necesidades con servicios integrales a la comunidad de Ensenada B. C.

4. Justificación del estudio

Hoy en día, bajo este concepto de la computación, una serie de avances tecnológicos hacen que impresoras, copiadoras, faxes, pizarrones electrónicos y equipos multifuncionales, entre otros dispositivos, ofrezcan soluciones a las empresas, que se traducen en ahorros de recursos como tiempo y dinero transformado en mayor productividad (Reyes, 2005).

En un mundo globalizado existe la necesidad de mantenerse informado y en constante comunicación utilizando las nuevas tecnologías como lo es el uso de internet. Agilizar tiempos y organizar trabajos en forma eficiente con el uso de la reproducción de documentos en fotocopiado, manejo de grandes volúmenes en menor tiempo.

En la actualidad los servicios de internet y servicios de red como mensajería y correo electrónico se han convertido en medios de comunicación e información muy utilizados por todas las edades y géneros en nuestros días, son una herramienta indispensable para muchas empresas y hogares.

El aumento de la población, la creación de empresas e instituciones educativas requiere de negocios dedicados a la reproducción de documentos con los diversos servicios que un centro de copiado puede ofrecer, muy útiles en la actualidad, ya que nos facilitan el organizar y duplicar la información que se genera constantemente en el trabajo diario de una empresa, una escuela o trámites personales de cualquier índole.

Con la combinación de estas dos valiosas herramientas se genera el concepto de una nueva empresa que proporcione los servicios en forma integral, un “centro de cómputo y copiado” para satisfacer ambas necesidades muy ligadas en el trabajo diario de muchas personas. La tecnología ha causado una revolución en las oficinas del mundo transformando sus procesos y por ende sus resultados.

A continuación veremos el capítulo uno que habla de la naturaleza del proyecto, enseguida el capítulo dos donde se verá todo lo que se refiera al estudio de mercado, continua el capítulo tres referente a producción, en el capítulo cuatro se desarrolla la parte de la organización de la empresa, seguido del capítulo cinco donde se analizan las finanzas del proyecto, en el capítulo seis se verán los riesgos críticos que puedan afectar de manera importante a este proyecto y por último el capítulo siete nos habla de los aspectos legales de la implementación y operación de la empresa objeto de este plan de negocios.

Capítulo 1 Naturaleza del proyecto

1.1 Nombre de la empresa

“CiberKopy”

1.1.1 Lema y Logotipo

Lema:

“Luz en la mente arte en las manos”

Personal capacitado y creativo para ofrecer soluciones de copiado y cómputo, dar un mejor servicio de calidad. Transformar un trabajo sencillo en un trabajo distinguido.

Logotipo:



1.2 Descripción de la empresa

Es una empresa de nueva creación, mas no su producto, pues el café internet y los centros de copiado existen desde hace ya buen tiempo, es un servicio muy conocido y comercializado mundialmente. La empresa esta constituida por un solo dueño, profesionista y con intenciones de implementar tecnología de punta y los nuevos conceptos de administración de calidad y servicio al cliente. El concepto de esta empresa es ofrecer soluciones a sus necesidades.

Las nuevas tendencias en el mercado son equipos de fotocopiado multifuncionales, con conectividad, con soluciones integrales como escáner y fax, compras por internet, negocios virtuales de venta de equipos y asesoría técnica. Las tendencias de la oficina moderna representan que la fotocopiadora ha dejado de ser una máquina aislada, para pasar a integrar la red de la empresa.

1.2.1. Giro o sector

Es una empresa de servicios, que forma parte de la industria de las computadoras y copadoras, del sector comercio “centro de fotocopiado y cómputo”.

1.2.2. Tamaño

Está catalogada como una empresa pequeña de servicios pues contará con diez empleados.

1.2.3. Ubicación

Su ubicación está planeada en la zona sur de esta ciudad Ensenada Baja California, entre fraccionamiento Valle Dorado y colonia Aeropuerto.

1.2.4. Descripción breve de producción o servicio

El local estará distribuido en tres áreas, las cuales estarán con diseño ergonómico.

Cafetería. Contara con una estancia de espera, con un televisor y dos sillones cómodos; una caja registradora única para todos los servicios de CiberKopy.

Centro de copiado, es la segunda área que estará compuesta por un mostrador con vitrina que ofrezca papelería de uso común y los servicios de reproducción y organización de documentos; detrás del mostrador estará el espacio de trabajo quedando dividido de los clientes. Equipos tales como tres copiadora digitales blanco y negro, totalmente equipadas, un duplicador Risograph, una copiadora a color, maquinas de engargolado, enmicado y guillotina para los cortes de documentos.

Cómputo, tercera área donde se ofrezcan los servicios de computación e internet, iniciaremos con diez equipos de cómputo instalados en red, cada computadora equipada con cámara, audífono, bocinas y micrófono. Pequeños cubículos en un espacio de dos metros cuadrados para cada equipo para mantener la privacidad; aquí mismo estará la recepción electrónica de documentos para ser atendidos a domicilio. Se tendrá un cubículo con mesa de trabajo y conexión a internet para grupos de trabajo con capacidad de seis personas.

1.3 Misión y visión de la empresa

Misión.

Ofrecer un servicio de soluciones integrales en el uso de la computación y el fotocopiado con calidad y excelencia, otorgando sobrepasar las expectativas de nuestros clientes, con equipos e instalaciones con tecnología de vanguardia.

Visión.

Ser una empresa reconocida tecnológicamente flexible a las necesidades del mercado.

1.4 Objetivos de la empresa

Obtener ingresos mayores a un millón de pesos para el primer año, generando utilidades que permitan financiar el crecimiento de la empresa y así obtener recursos necesarios para lograr los objetivos empresariales.

Proporcionar servicios de fotocopiado y cómputo de la mejor calidad y ofrecer soluciones que le den valor a los clientes.

Ofrecer servicios y soluciones que satisfagan las diversas necesidades de nuestros clientes.

Creer de manera continua con productos útiles y significativos, servicios y soluciones a los mercados en los que iniciemos nuestras actividades empresariales y buscar extendernos hacia nuevas áreas.

Proporcionar a los empleados oportunidades de trabajo, que compartan con la empresa el éxito de la misma, crear un ambiente de trabajo seguro y saludable, emocionante e integrador que valore la diversidad; que los empleados estén satisfechos con su trabajo y valoren sus logros.

Ser un negocio con responsabilidad social, estar a la altura porque somos un factor económico, intelectual y social positivo en nuestra comunidad en la que desarrollamos nuestras actividades comerciales.

1.5 Ventajas Competitivas

Una nueva modalidad de tener un servicio para la elaboración de trabajos, donde la búsqueda de información, su distribución, organización y reproducción de documentos estén en un mismo espacio y con la asesoría profesional disponible.

El servicio a domicilio mediante el uso de internet como vía de comunicación y el centro de copiado para la reproducción y organización de documentos es un

recurso de mucha utilidad para las empresas ya que se ahorra tiempo y costo al desplazarnos de un lugar a otro, tendrán la oportunidad de no preocuparse mas por los costos de almacenamiento y mantenimiento de equipos adicionales al giro de su actividad.

Un centro de copiado y cómputo con un ambiente de trabajo y entretenimiento donde es muy importante que sea un lugar seguro, saludable y de ambiente relajado, no tendrá los problemas cotidianos por no contar con las instalaciones que complacen.

Pasar demasiadas horas sentado (a) en la silla incorrecta, o usar un teclado, monitor u otros periféricos que no sean ergonómicos ha arrojado como consecuencia una epidemia de constantes afecciones causadas por el estrés y relacionadas con el entorno de trabajo, ofrecer una empresa con estas características nos dará una ventaja ante los demás (Eduteka, 2006).

1.6 Análisis de la Industria o Sector

Existe una gran cantidad de centros de copiado de todos tamaños con diferentes características, algunos muy sucios pero muy eficientes, otros muy pequeños e incómodos, algunos muy sofisticados y modernos pero sin calidad en la atención al cliente. La debilidad que se encuentra en la mayoría de estos negocios es la demora para ser atendido y la mala calidad en los trabajos.

Tenemos una gran variedad de cafés internet en la localidad, de todos tamaños y siempre llenos; estos lugares satisfacen las necesidades en forma independiente, en el momento de ocupar un servicio de copiado y de cómputo la persona se tiene que desplazar en la mayoría de los casos.

Se localizan algunos centros de cómputo que ofrezcan trabajos de fotocopiado en la localidad, solo que tienen desarrollado solo uno de los conceptos mencionados,

es decir, es café internet con servicio mínimo de copias o viceversa, es centro de copiado y tienen un servicio mínimo de cómputo, otros tienen muy bien desarrollado el concepto de cafetería y cómputo pero el copiado no es suficiente.

No se localizaron empresas en la localidad con servicio a domicilio a los negocios por vía internet. Actualmente, ya existen negocios que dan el servicio integral de fotocopiado y cómputo, con oficinas de buen tamaño, pero el servicio de manera integral no es eficiente.

1.7 Productos y/o servicios de la empresa

Los servicios que se ofrecerán como hemos venido mencionando serán referentes a la generación, reproducción, distribución y organización de documentos e información. Dentro del establecimiento contaremos con la renta de equipo de cómputo con acceso a internet totalmente equipado, uso de los accesorios como cámaras; software actualizado de Word, Excel, PowerPoint, Corel Draw; servicio de impresión de documentos enviados por correo electrónico, desde la comodidad de su hogar u oficina, con entrega a domicilio.

Copias en tamaño carta, oficio o doble carta, ampliaciones y reducciones de sus documentos, en blanco y negro y a color. Copias por sistema de duplicación Risograph en tinta a color, con calidad de originales, muy utilizado para grandes volúmenes de folletos y publicidad. Impresión y reproducción de planos en sus diferentes modalidades.

Servicio empresarial de reproducción y organización de documentos a domicilio, el cliente enviará su documento a reproducir con las especificaciones que llenará en un formato y una vez terminado su trabajo se le llevará al domicilio indicado.

En el servicio de cafetería se ofrecerán bebidas como café, refrescos, jugos embotellados y una variedad pequeña de repostería, emparedados fríos y

nutritivos; caseta telefónica y servicios de fax en llamadas nacionales e internacionales; venta de papelería de uso común, lápices, plumas, lapiceros, puntillas, borradores, hojas blancas y ralladas, discos compactos, correctores, fólders, clips, entre otros.

1.8 Impacto tecnológico, económico y ambiental

Las nuevas tecnologías de la información y de las comunicaciones como las computadoras y el uso de internet son consideradas como factores de desarrollo en áreas muy importantes como la educación, la salud, formas de distribución y funcionamiento en el consumo de las sociedades.

La creación de nuevas empresas trae consigo un impacto económico a la comunidad ya que habrá una nueva fuente de empleo, generadora de ingresos a mínimo diez hogares más. Genera una cadena de consumo al necesitar una gran variedad de proveedores de diferentes actividades como alimentos, papelería, tecnología de punta, etc. El manejo de información electrónica evita el uso de papel y tinta lo cual representa menos desechos para la comunidad.

El impacto ambiental en forma indirecta se considera la tala de árboles por el consumo de hojas. El desecho más considerable es el de las hojas que se desperdician, lo cual se considera que el papel es reciclable y se podría obtener un ingreso por la venta de papel considerado merma.

Capítulo 2

El Mercado

2.1 Los objetivos de Mercadotecnia

Los objetivos de mercadotecnia del servicio de soluciones integrales en fotocopiado y cómputo son:

1. Competir en el mercado de los servicios de internet en la plaza de Ensenada, logrando captar el uno por ciento de la demanda potencial (890 horas a la semana).
2. Obtener un volumen de ventas de veinticinco mil copias semanales, durante los primeros seis meses. Que representa el cuatro por ciento de la demanda potencial.
3. Colocar ventas por internet y a domicilio que representen el diez por ciento de mis ventas totales durante el primer año.

2.2 Investigación de mercados

2.2.1 Introducción

En Ensenada B. C. podemos observar como poco a poco se fue introduciendo el uso de computadoras primero en las grandes tiendas departamentales, restaurantes, papelerías, cambiando las cajas registradoras por equipos de cómputo con programas de cobro y control de inventarios; los médicos fueron cambiando sus maquinas de escribir, las escuelas modernizando sus centros de computo, la mayoría de las primarias ha introducido clases de computación, esto significa que los futuros jóvenes en su mayoría sabrán utilizar la computadora como una herramienta mas de trabajo, como lápiz y papel en la actualidad.

Las empresas han ido evolucionando hasta llegar a redes internas logrando la comunicación de su personal más eficiente. Los usos y las formas se han multiplicado considerablemente, se dio consigo la introducción de un sin fin de negocios establecidos como café internet, donde dan los servicios de internet y cafetería.

El crecimiento de la población y el acceso a las nuevas tecnologías ha generado un gran número de información, surgiendo la necesidad de poder organizar y duplicar esa documentación, lo que también ha dado auge al crecimiento de los centros de copiado que te facilitan la reproducción de documentos.

Estas dos formas de manejar la información se ven muy necesitada una de la otra y es por ello que están surgiendo los establecimientos con ambos servicios de Internet y computación, ahorrando costos y tiempos facilitando al usuario su combinación.

En los últimos diez años el uso de las computadoras en México ha crecido en forma acelerada, de ser un instrumento de trabajo para las empresas y ejecutivos exclusivamente paso a tener un sin fin de usos muy generales y a ser parte de la vida cotidiana de la población.

La población más joven pueda bajar música, hacer tareas, comunicarse por correo electrónico. Desde las escuelas primarias hasta universidades cuentan con clases de computación, requiriendo a los alumnos trabajos de investigación en internet, trabajos que tendrán que ser impresos y organizados para su entrega, también es frecuente el material de apoyo en copias que los alumnos tienen que reproducir y repartir entre los compañeros.

En México a finales de 2005 se consideraban 17.1 millones de internautas en el país (Loeza, 2006); por todo esto se ve que la demanda de este servicio va en crecimiento. Ensenada es el municipio más grande del país, la ciudad se localiza

aproximadamente a ciento treinta kilómetros de la frontera México-EE.UU., lo cual nos favorece por tener al alcance la tecnología de punta de este país vecino, y el acceso a materiales para el funcionamiento de los equipos. A Ensenada B. C. arriban anualmente 350,000 turistas vía cruceros, cifras superada sólo por Cancún en el Caribe Mexicano.

Los cafés del internet son ya un mercado aproximado de 900 millones de dólares y se estima que el número de usuarios aumentará cerca del 25 por ciento por año (COMTEX, 2003).

El municipio de Ensenada es parte de una zona altamente atractiva para los inversionistas y visitantes de todo el mundo como es Baja California.

Cuenta con doscientos cincuenta y tres kilómetros de frontera con California - el estado más rico del mundo con quien tiene seis cruces fronterizos para tráfico terrestre y el estado de Arizona. Baja California tiene más de mil quinientos kilómetros de agradables costas, dos mares, excelentes tierras para cultivo, infraestructura y buenas comunicaciones. Se enlaza al sistema ferroviario multimodal de Estado Unidos, que conecta al este con el oeste de ese país y de ahí vía marítima a Europa y el mundo. También, forma parte de la importante zona de intercambio comercial conocida como la Cuenca del Pacífico (Banderas, 2006, s.p.).

El municipio de Ensenada se divide en su cabecera municipal, que es la ciudad y puerto de Ensenada y en las delegaciones de: Guadalupe, El Sauzal, Maneadero, Santo Tomás, San Vicente, San Telmo, Colonia Guerrero, El Alamo e Isla de Cedros. La explosión demográfica y la importancia de algunas actividades, han obligado a la creación de las subdelegaciones de Francisco Zarco, Camalú y San Quintín.

2.2.2 Planteamiento del problema

El uso de tecnología nos facilita el trabajo y ahorra tiempo, estamos en un mundo muy cambiante donde estos factores son muy importantes. El internet se ha convertido en un medio de comunicación muy interesante para las personas que se encuentran en diferentes partes del mundo, es un medio mucho más económico y rápido de comunicarse, se pueden realizar compras, operaciones con bancos y encontrar información de todas partes del mundo.

Ofrecer un servicio bajo un nuevo concepto de soluciones integrales en el manejo de la información equipado con un centro de copiado y de cómputo, un espacio donde las personas tengan acceso a internet para comunicarse, informarse o simplemente como un medio de entretenimiento, realizar sus trabajos de investigación, tareas de las escuelas y tener al alcance la opción de reproducir y organizar sus trabajos. Este concepto pretende integrar la entrega de trabajos a domicilio a empresas donde el manejo de grandes volúmenes de documentación le sea un problema y le ofrezcamos reducción de costos.

El objeto de este estudio es determinar el consumo actual de copias por persona y el uso de horas hombre en internet del mercado potencial, segmentado en las personas de sexo masculino y femenino, mayores de quince años alfabetas de la ciudad de Ensenada, Baja California.

2.2.3 Preguntas

- ¿Cuál es el consumo promedio de copias de una persona?
- ¿Cuántas horas pasan las personas en un café internet?
- ¿Cuál es el principal motivo por el que una persona utiliza un café internet?
- ¿Qué hace que las personas prefieran un café internet en especial?
- ¿Que precio se paga por los servicios de fotocopiado?
- ¿Que precio se paga por una hora en internet?

¿A que porcentaje de la población le interesa el servicio a domicilio de un centro de copiado?

2.2.4 Hipótesis

El consumo de horas hombre en promedio en los cafés internet se encuentra dentro del rango de una a tres horas por semana.

El consumo de copias por persona se encuentra dentro del rango de una a diez copias a la semana en los centros de fotocopiado.

2.2.5 Tamaño del mercado

Se segmentó el mercado de la siguiente manera: En la ciudad de Ensenada B. C., personas mayores de quince años que estén estudiando o hayan estudiado de secundaria a profesional, hombres y mujeres.

La población alfabetizada mayores de quince años para 2002 es de 209,861 hombres y mujeres, con una tasa de crecimiento del 3.9 anual, se estima para el año 2006 una población de 244,565 personas (hombres y mujeres). La población total de Ensenada estimada para 2006 es de 508,039 habitantes (Consejo Nacional de la Población, 2000).

El internauta mexicano se concentra entre los 13 y 35 años significando el 73 por ciento de la población en México, gente dinámica, dispuesta a trabajar y convivir armónicamente. El 59 por ciento son de sexo masculino y 41 por ciento Femenino, el 38 por ciento estudian o estudiaron un nivel profesional, su principal acceso es del hogar ocupando el segundo lugar los Cibercafés (Loeza, 2006).

En el contexto nacional, Baja California es de los estados con mayor ingreso per cápita, mayor nivel de educación y salud. El 98.6 por ciento de la población económicamente activa, tiene empleo. Cuenta con quince instituciones de

educación de nivel superior, cinco centros de investigación y una de las comunidades científicas más reconocidas dentro y fuera del país (Conapo, 2002).

Tabla 2.1 Población mayor de quince años, alfabeta

CONCEPTO (Datos 2002)	ENSENADA
POBLACIÓN DE 15 AÑOS Y MÁS	222,617
HOMBRES	110,700
MUJERES	111,917
POBLACIÓN ALFABETA	209,861
HOMBRES	105,463
MUJERES	104,398
POBLACIÓN ANALFABETA	12,476
MUJERES	5,083
HOMBRES	7,393

Fuente: Conapo, 2002.

2.2.6. Consumo aparente

De la población de 244,565 personas los consumos de horas internet por semana son los siguientes: 52 por ciento de la población (127,174 personas) consume de una a tres horas, 17 por ciento de la población (41,576 personas) consume de tres a cinco horas, 15 por ciento de la población (36,685 personas) consume de cinco a siete horas, siete por ciento de la población (17,120 personas) consume de siete a nueve horas, nueve por ciento de la población (22,010 personas) consume más de diez horas.

Del total de encuestados el 70 por ciento dijo no tener preferencia por algún sitio de internet, siendo esto un indicador de que podrían ser posible clientes (ver anexo 3).

De la población de 244,565 personas los consumos de copias a la semana son los siguientes: 42 por ciento de la población (102,717 personas) consume de una a diez copias, 24 por ciento de la población (58,696 personas) consume de diez a 20 copias, diez por ciento de la población (24,456 personas) consume de 20 a 30 copias, 12 por ciento de la población (29,348 personas) consume más de 30 copias, 12 por ciento de la población (29,348) No consume copias.

2.2.7 Demanda potencial

Demanda potencial para el centro de cómputo: Para el consumo de horas internet semanales tomamos como base el porcentaje del 52 por ciento de la población de 244,565 personas, representan 127,174 consumidores de una a tres horas, de los cuales el 70 por ciento dijo no tener preferencia por algún sitio de internet, si tomamos la mitad de esta población, es decir el 35 por ciento, la demanda potencial es de 44,511 personas si consideramos el rango de dos horas por persona da un total de 89,022 horas de internet a la semana.

Como podemos apreciar el rango de consumo es mínimo de una a tres horas, sin embargo debido a la gran población arroja números muy atractivos de los consumidores. Si pretendemos captar el cuatro por ciento de la demanda potencial serán 3,561 horas semanales.

Demanda potencial para el centro de copiado: Para el consumo de copias a la semana tomamos como base el dato del 42 por ciento de la población de 244,565 personas, representan 102,717 consumidores de una a diez copias, si consideramos el rango de cinco copias por persona da como resultado una demanda potencial de 513,585 copias por semana. De acuerdo a los resultados el rango de consumo es mínimo de solo cinco copias, debido a la gran población arroja números muy atractivos.

2.2.8 Participación de la competencia en el mercado

En los registros del directorio telefónico de la ciudad, contamos con treinta y cuatro centros de copiado y tres cafés Internet registrados en el municipio de Ensenada, 38 cafés internet registrados en el directorio comercial de la página de Ensenada (Ensenada.com, 2006), otros más establecimientos como videos, papelerías, ofrecen estos servicios pero están registrados bajo otros giros.

Ensenada, una ciudad costera pequeña en Baja California, tiene alrededor de diez cafés de internet con altas conexiones de banda ancha. La competencia ha bajado los costos de estos cafés del cyber hasta diez pesos. Los centros de copiado manejan costos de hasta 20 centavos la copia.

Existen establecimientos de centros de copiado que tienen más de quince años en la ciudad, posicionados en el mercado por su prestigio, bajos costos y atención al cliente, una de sus debilidades es que no manejan promociones o publicidad para mantener nuevos mercados, no salen a buscar al cliente esperan que él siga llegando a su establecimiento.

Los bajos costos que se manejan en la competencia son una desventaja a la que se enfrentara nuestro servicio, no queremos ser de los más baratos pero sí de los mejores en calidad del servicio.

El análisis de la competencia se hace en tres principales establecimientos que ya cuentan con el concepto integral de los servicios de fotocopiado y cómputo con cafetería, estos son considerados competencia directa.

Tabla 2.2 Ventajas y desventajas de la competencia en el mercado

Nombre del competidor	Ventajas competitivas	Desventajas
Copy Net Riverroll # 540 Zona Centro.	Estacionamiento exclusivo, variedad de productos, trato amable, impresiones de planos por internet, caseta telefónica.	Servicio lento, horario quebrado, falta de equipo y tecnología en copiado, no tiene cafetería en forma.
Copy Pronto Reforma # 1122 L-7, 8, 9. Centro Comercial Misión.	Amplio estacionamiento, centro comercial muy visitado, calidad en el servicio, buena atención, variedad de productos	Es caro, centro de cómputo aislado, no tiene cafetería en forma.
Johnnys Fraccionamiento Vista Hermosa, Plaza Ley Palmeras.	Cafetería instalada de buen servicio, servicio de impresión digital, amplio centro de cómputo, estacionamiento.	Copia muy cara, el servicio de copiado es malo e incompleto sin equipo ni tecnología.

Fuente: Elaboración propia.

2.3. Estudio de Mercado

2.3.1 Objetivo del estudio de mercado

El objetivo del estudio de mercado es conocer el consumo de copias y horas hombre en internet de la población mayor de quince años alfabetas habitantes de Ensenada B. C., conocer la frecuencia de la utilización de estos servicios y poder determinar a los futuros clientes de nuestros servicios multifuncionales. Darnos

cuenta si es atractivo para las personas el contar con un lugar que ofrezca estos servicios en un mismo espacio y poder ofrecer la solución de sus necesidades.

2.3.2 Encuesta tipo

Esta encuesta será utilizada para elaborar un ejercicio práctico de la materia de metodología de un alumno de la Maestría en Administración de la Universidad Autónoma de Baja California (ver anexo 2).

2.3.3 Aplicación de encuesta

La encuesta fue aplicada en forma aleatoria en la población de Ensenada Baja California, se entrevistó en forma personal pidiendo al encuestado que contestara lo más exacto posible. Las encuestas se aplicaron a personas mayores de quince años, sexo femenino y masculino, que tuvieran un nivel de educación. El producto está enfocado a personas productivas, trabajadores y consumidores de internet y centros de copiado.

Con Intervalo de Confianza 90% y margen de error del 5%

$$n = \frac{1.645^2 p q N}{s^2 (N-1) + 1.645^2 p q}$$

Donde:

N = Tamaño de la muestra

p q = .50 y .50

s = 5% margen de error

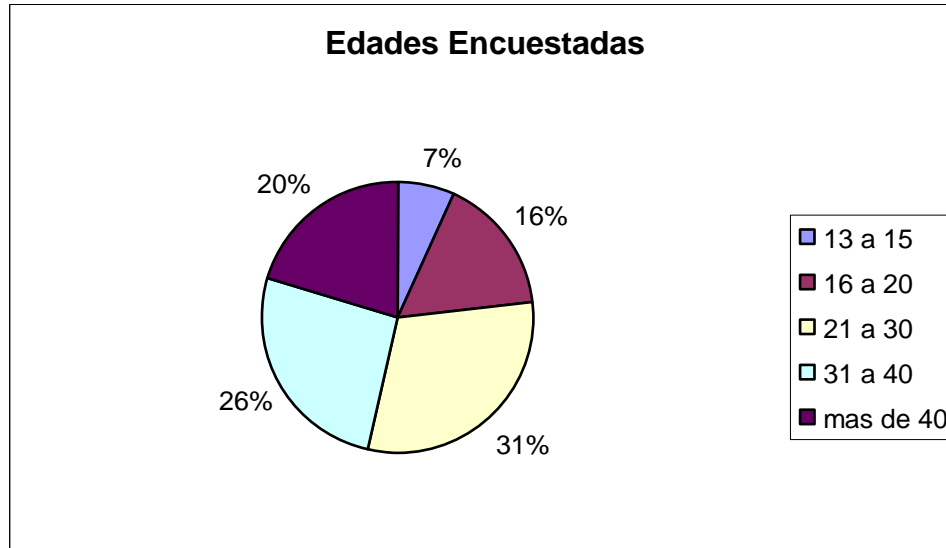
N = 244,565 habitantes mayores de 15 años alfabetas

$$n = \frac{2.7060 (.50*.50*244,565)}{.0025 (244,565-1) + (2.71*.50*.50)} = \frac{165,448.22}{612.09} = 270 \text{ Encuestas.}$$

2.3.4 Resultados Obtenidos

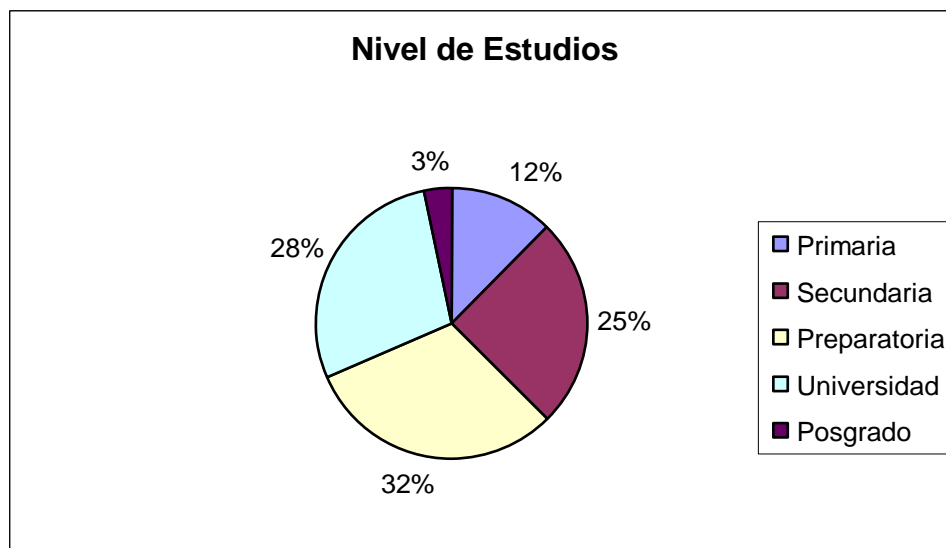
Los resultados obtenidos de la encuesta aplicada para el estudio de mercado fueron ordenados y agrupados para su mejor comprensión (ver anexo 3).

Gráfico 2.1 Edades de las personas que fueron encuestadas



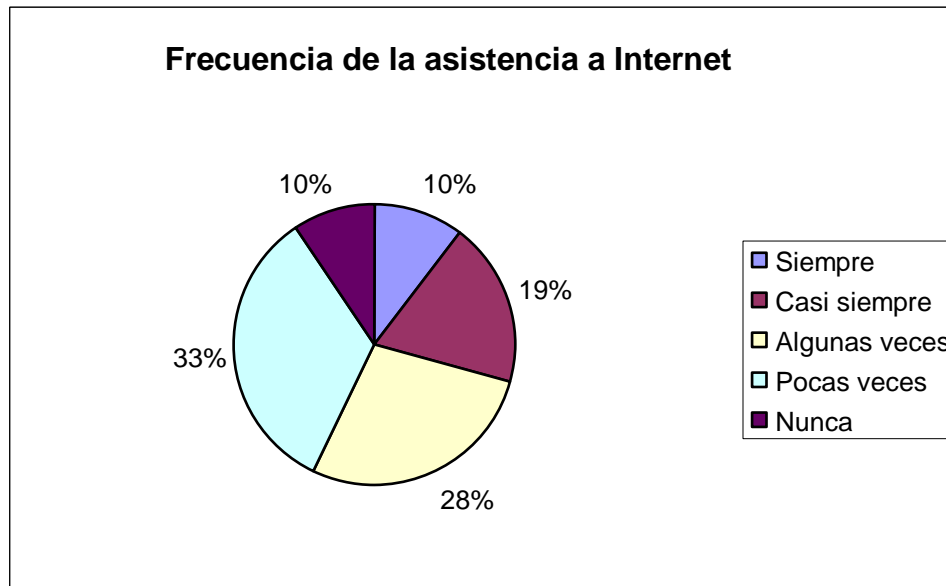
Como se aprecia en la gráfica 2.1, el mayor porcentaje de las personas encuestadas es del 31 por ciento, edades de 21 a 30 años, siguiéndole el 26 por ciento edades de 31 a 40 años, lo cual cumple con el objetivo del estudio de mercado que es encuestar a personas mayores de quince años.

Gráfico 2.2 Nivel de estudios de las personas encuestadas



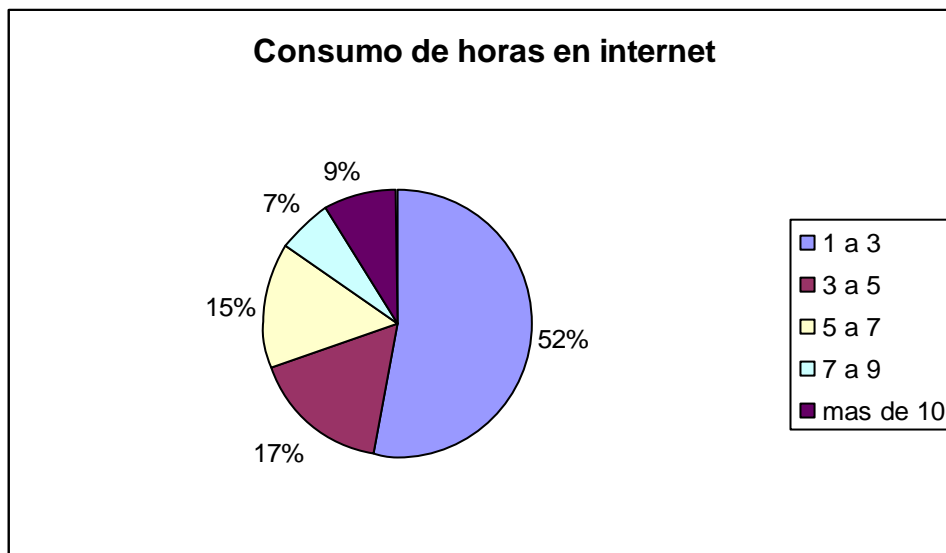
Como se aprecia en la gráfica 2.2, el 32 por ciento de las personas encuestadas contaban con preparatoria, le siguen con universidad el 28 por ciento y el 25 con secundaria, lo cual nos permite cumplir con el objetivo de mercado en referencia a que las personas encuestadas sean alfabetas.

Gráfico 2.3 Frecuencia de las personas encuestadas al internet



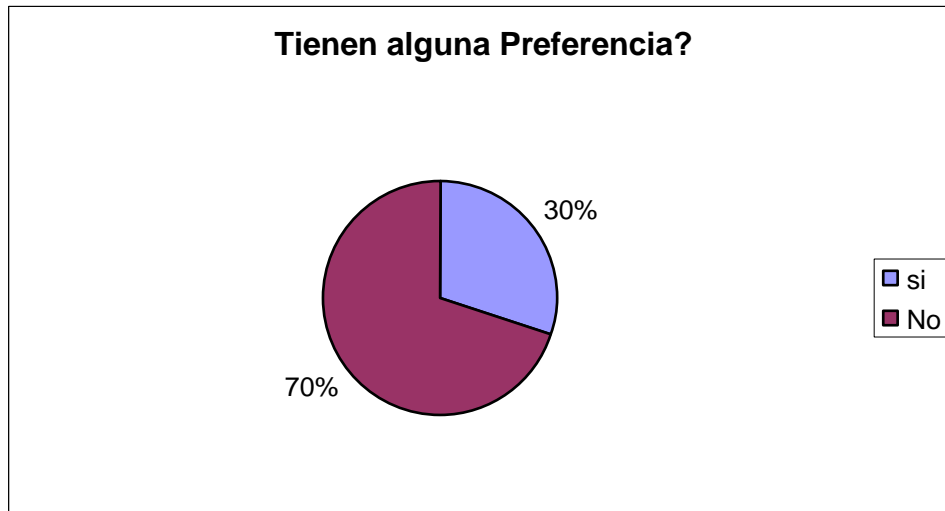
La gráfica 2.3 nos muestra que el 29 por ciento de la población entrevistada asiste siempre y casi siempre a los cafés internet y un 33 por ciento pocas veces.

Gráfico 2.4 Número de horas que las personas asisten a un internet



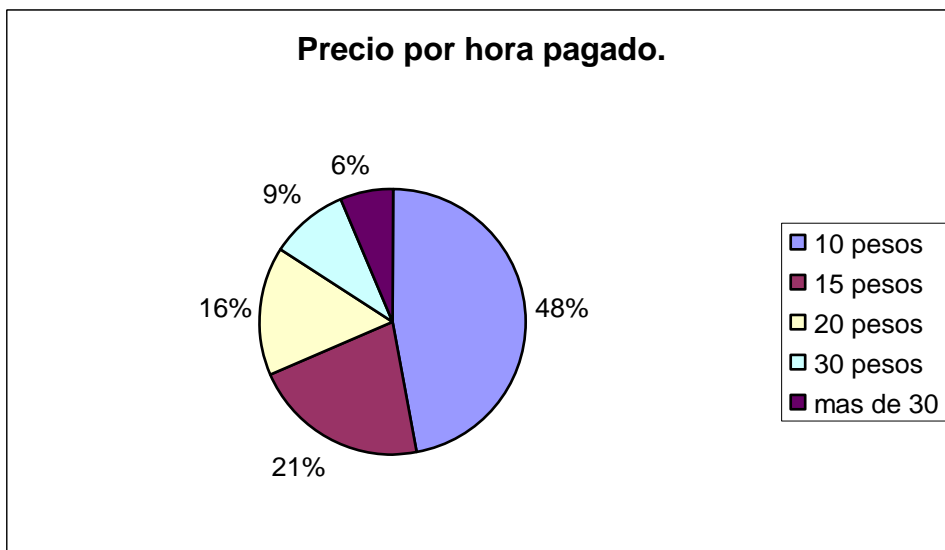
En esta gráfica 2.4 podemos observar que el 52 por ciento de la población entrevistada asiste de una a tres horas a la semana.

Gráfico 2.5 Preferencia de las personas encuestadas a asistir a un internet



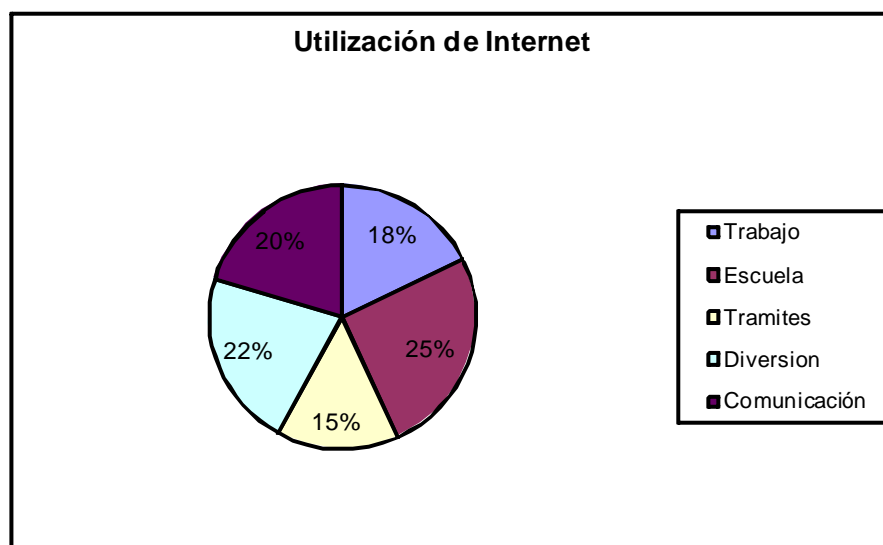
La gráfica 2.5 nos muestra como el 70 por ciento de la población no tiene preferencia, lo cual es un dato interesante ya que son clientes potenciales para CyberKopy.

Gráfico 2.6 Precio por hora que han pagado las personas encuestadas



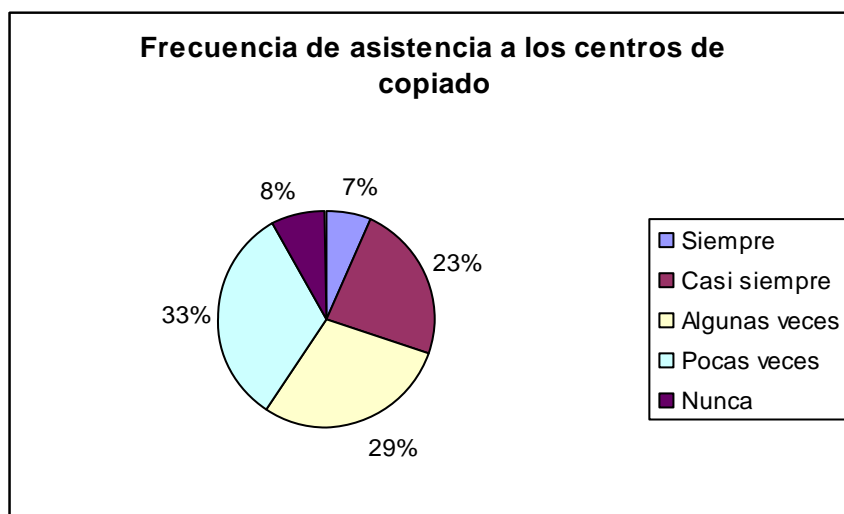
Esta gráfica 2.6 nos muestra los costos pagados por hora en centros de cómputo predominando con el 48 por ciento diez pesos y le sigue con el 21 por ciento 15 pesos.

Gráfico 2.7 Fines para los que utilizan Internet



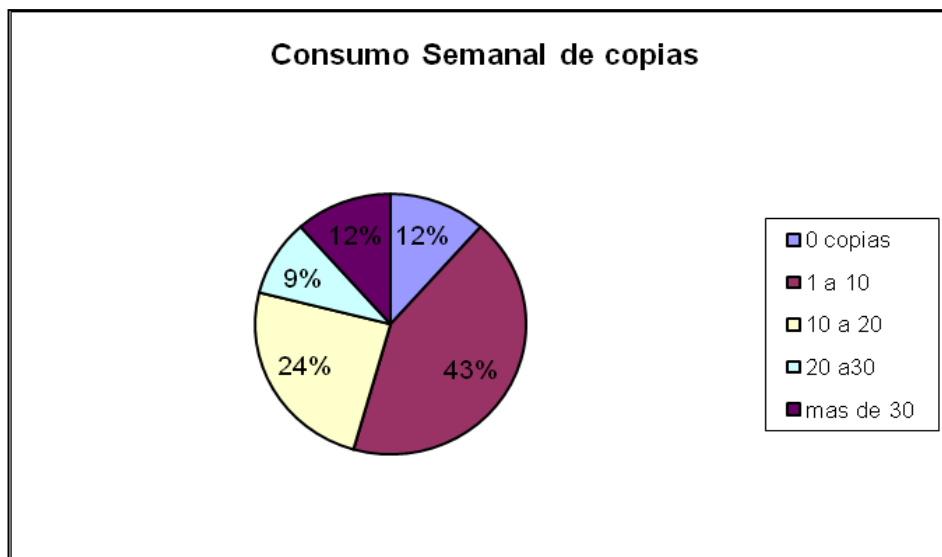
En la gráfica 2.7 se ilustra los fines para los cuales utilizan el internet las personas encuestadas, los porcentajes están muy parejos y el mayor es del 25 por ciento para la escuela y le sigue el 22 por ciento que es por diversión.

Gráfico 2.8 Frecuencia en la que asisten a los centros de copiado las personas encuestadas



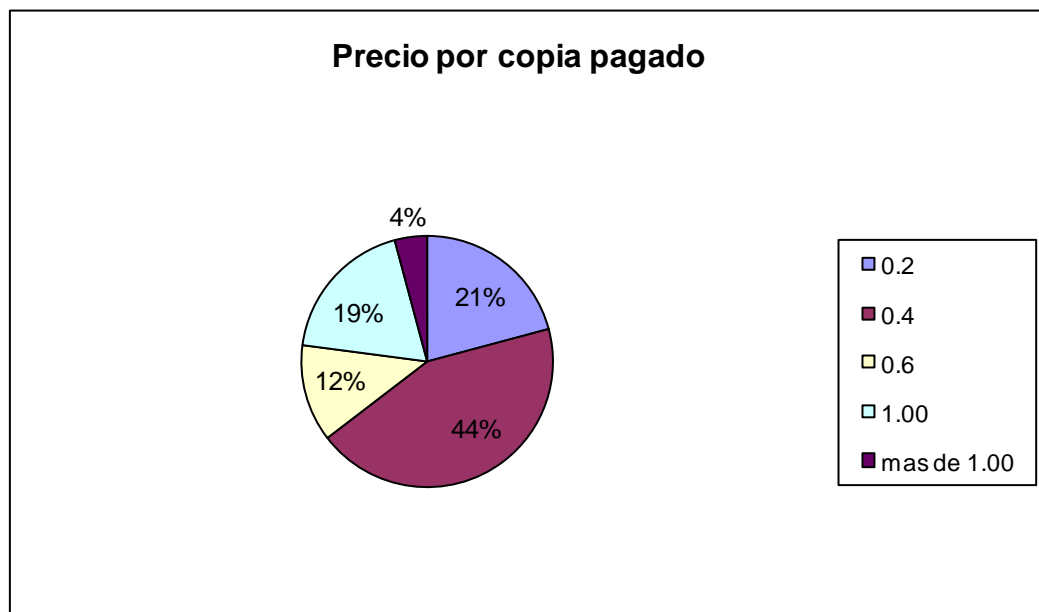
La gráfica 2.8 nos muestra con que frecuencia acuden a los centros de copiado las personas encuestadas y el 33 por ciento acude pocas veces, solo el 7 por ciento de la población acude siempre.

Gráfico 2.9 Consumo de copias a la semana por las personas encuestadas



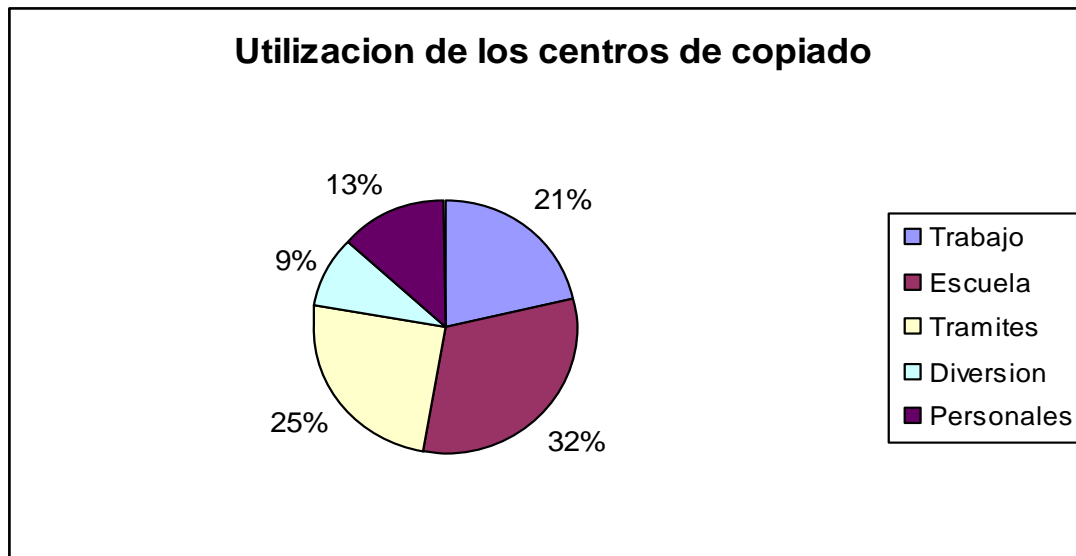
En esta gráfica 2.9 se muestra el consumo de copias en la semana por las personas encuestadas siendo de una a diez copias semanales el 43 por ciento y el 24 por ciento de diez a 20 copias por semana.

Gráfico 2.10 Precio por copia pagado por las personas encuestadas



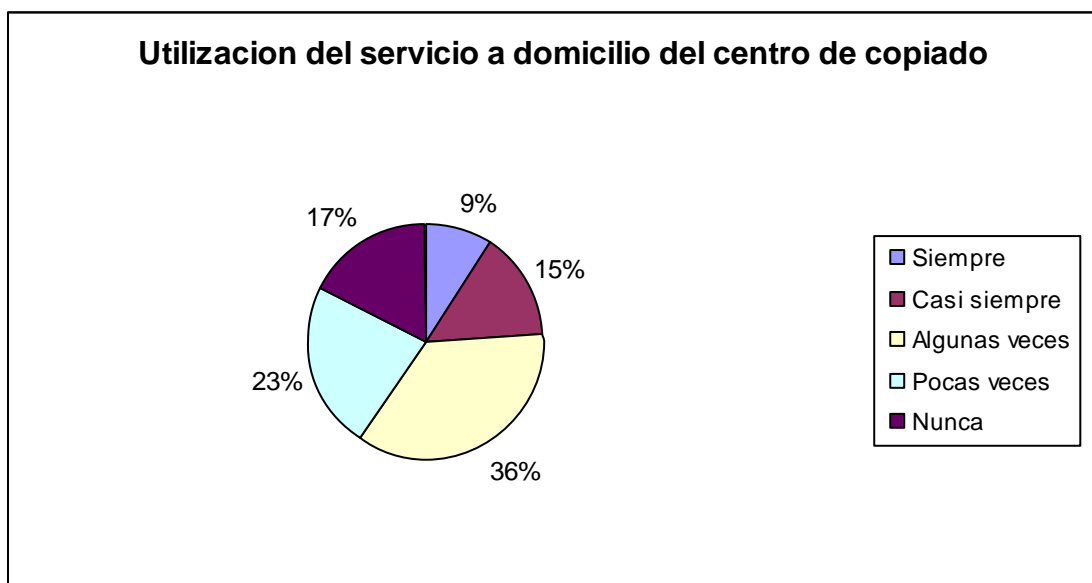
Como podemos apreciar en la gráfica 2.10, los precios de copias más comunes pagados por las personas encuestadas es de 40 centavos con el 44 por ciento y de 20 centavos el 21 por ciento.

Gráfico 2.11 Fines para los que utilizan el centro de copiado las personas encuestadas



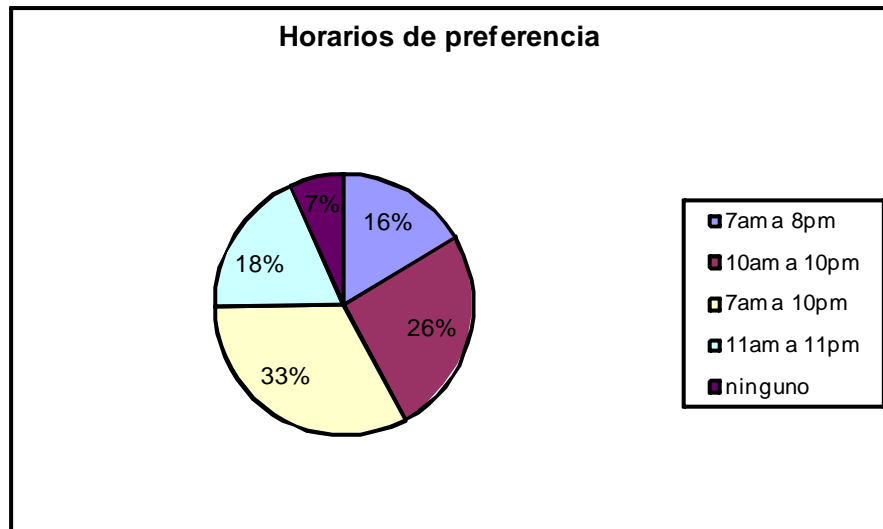
En la gráfica 2.11 se muestran con qué fin utilizan los centros de copiado las personas encuestadas, y el mayor porcentaje 32 por ciento es para la escuela siguiéndole al 25 por ciento para trámites.

Gráfico 2.12 Preferencias de utilizar el servicio a domicilio de los centro de copiado



En esta gráfica 2.12 se conoce si a las personas encuestadas les interesa el servicio a domicilio y el 36 por ciento dijo que si lo utilizaría algunas veces.

Gráfico 2.13 Horarios de preferencia de las personas encuestadas



Como podemos apreciar en la gráfica 2.13 el horario que prefirió la mayoría de las personas encuestadas es de siete de la mañana a diez de la noche.

2.3.5 Conclusiones del estudio realizado

De acuerdo a los resultados obtenidos los rangos de edad con mayor frecuencia fueron entre los 21 y los 40 años, con niveles de estudio de preparatoria seguido de universidad; para ambos servicios de fotocopiado y cómputo las encuestas demostraron que la mayor utilización es por cuestiones de estudio, lo que nos muestra que las promociones en escuelas serán consideradas importantes.

Se comprueban las hipótesis, consumo de una a tres horas con la mayor puntuación del 52 por ciento, el 70 por ciento de la población manifestó no tener preferencia por algún establecimiento en particular lo que nos indica que pueden ser nuestros posibles clientes si creamos una necesidad para ellos. El consumo de


una a diez copias por semana con el mayor porcentaje de los encuestados obteniendo casi la mitad de la población 42 por ciento.

El precio y el horario serán tomados en cuenta para establecer las políticas de la empresa. La utilización de centros de copiado tuvo una aceptación muy regular siendo la mayor puntuación para algunas veces, lo que nos indica que si hay interés en una parte de la población y que habría que trabajar en la promoción y publicidad para introducir el servicio con mayor aceptación.

2.4 Distribución y puntos de venta

El sistema de distribución seleccionado es la venta directa del productor al consumidor final. Se eligió este sistema debido a que nuestro producto es básicamente servicios, los cuales requieren de una relación directa con el cliente para poder percibir y satisfacer sus necesidades.

Diseño del proceso:

Productor  Consumidor Final

Responsable:

Será el departamento de ventas según corresponda el área de internet, copiado o cafetería.

2.5 Promoción del producto o servicio

2.5.1. Publicidad

La publicidad será principalmente con volantes de elaboración propia, el costo será el papel, tres resmas de 50 pesos y tinta de la impresora, dos cartuchos 1,600 pesos, se repartirán en puntos estratégicos de la zona sur de la ciudad, tales como la zona de Pórticos del mar, esquina de Universidad Autónoma de Baja California campus Valle Dorado, Macroplaza y zona de Villas del Real.

El spot será en Radio Cadena Enciso, elegida por su trayectoria de más de 20 años en la ciudad, se cotizo paquete por un mes, de lunes a viernes, duración de 30 segundos, tres diarios en horario de siete de la mañana a 12 de mediodía por 850 pesos. El horario se eligió pensando en la segmentación del mercado personas mayores de 15 años estudiante, profesionistas o personas laboralmente activas.

Los costos mencionados están incluidos en las proyecciones del capítulo de finanzas en la partida de gastos preoperativos. También se harán acuerdos publicitarios con proveedores.



Servicios integrales

“Luz en la mente arte en las manos”

Copias, Engargolados

Copias a color

Internet, Cafetería,

Asesoría

Y más...

Te esperamos

Ensenada B. C.

Servicios integrales “CiberKopy” , “Luz en la mente arte en las manos”, contamos con personal altamente capacitado, atento y creativo, te ofrecemos los servicios de copiado, engargolados, copias a color, contamos con internet y te damos asesoría gratuita, y para que trabajes satisfecho, la cafetería con pastelillos y comida saludable. Ven y visítanos, te esperamos. Si mencionas este anuncio o traes uno de nuestros volantes tendrás el 10 por ciento de descuento en tu consumo.

2.5.2 Promoción de Ventas

Ventas directas, internas dentro del local con el personal capacitado y externas dirigidas a empresas principalmente, cartas personalizadas ofreciendo los servicios del manejo de documentos manejando las cartas de confidencialidad. Se participara en las ferias y exposiciones que se realicen en el municipio para darnos a conocer y ofrecer los servicios.

Programa de lealtad: Cada 1000 copias se le dará un descuento del 20 por ciento en su próxima compra. Cada 50 horas en internet se le obsequiara una renta gratis de un día. En el consumo de la cafetería se obsequiaran muestras de pastelillos.

2.5.3 Marcas

Se dará a conocer la empresa por su nombre CiberKopy, el nombre se formo de dos palabras Ciber, de cibernético, que nos indica que está relacionado con todo lo de internet y Kopy de copadoras utilizando la K de Konica porque será la marca líder de las copadoras que utilizaremos en el centro de copiado; el logotipo está formado del nombre de la empresa con letras de forma que llame la atención y de una manita queriendo decir que somos una empresa amigable y dejamos huella en nuestros servicios. El nombre de la empresa así como su logotipo irán impresos en toda la papelería que se maneje.

2.5.4 Etiqueta y Empaque

Se harán bolsas para los clientes que lleven el logotipo de la empresa. Se utilizarán unos sobres para el manejo de los documentos que se dejen para su organización, garantizando su manejo y confidencialidad (ver anexo 4).

2.6 Fijación y políticas de precio

Políticas de precio: Introducir el servicio al mismo precio de la competencia e incluso un poco más arriba, ofrecer descuentos a grandes volúmenes o por introducción de la empresa al mercado. Que la calidad e imagen y variedad de servicios le dé sostén a un precio mayor que la competencia. Los precios por hora en internet son de 15 pesos; los precios por copia carta cincuenta centavos.

2.7 Plan de introducción al mercado

Las estrategias para introducirnos al mercado serán crear un nicho de mercado nuevo, con necesidades de copiado y cómputo de la misma calidad que si estuvieran separadas las instalaciones de estos servicios, es importante determinar en que fase del ciclo de vida de un producto se encuentra, aun y cuando la empresa es de nueva creación, el servicio que se va a ofrecer no lo es, “soluciones integrales de cómputo y copiado”, ya existen en el mercado empresas que satisfagan estas necesidades, ya es un producto establecido y exitoso, con una competencia fuerte.

Las acciones a realizar para posicionarnos en el mercado son: Las campañas de publicidad serán más intensas durante los primeros seis meses. Asistencia personalizada a nuestros clientes en el uso de los equipos de cómputo. Asesoría en la reproducción y organización de sus trabajos, mejoras a la calidad de los documentos.

Agregar valor al servicio ampliando los horarios, ofrecer la seguridad y confidencialidad en el manejo de sus documentos, creación de una página electrónica. La publicidad será determinante para darnos a conocer con una imagen diferente, que proyecte calidad y seguridad al cliente en el manejo de su información, ofrecemos un servicio de soluciones a sus necesidades con responsabilidad y confidencialidad.

2.8 Riesgos y oportunidades del mercado

Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas (FODA).

Fortalezas:

Ofrece servicios multifuncionales, es decir, servicio completo en el manejo de la información, (apoyo en la búsqueda, impresiones, organización y reproducción de los documentos). Pedidos por internet y entregas a domicilio. Contará con salas de estudio con acceso a internet, variedad en los servicios.

Oportunidades:

Alto índice de clientes prospectos, apoyo del gobierno en el uso de la tecnología. Existen programas de apoyo a la pequeña empresa por parte de los gobiernos municipal y estatal. Gran aceptación en las instituciones educativas.

Debilidades:

Contrataciones externas de asesoría técnica para el uso de las redes y los equipos del centro de copiado. Dependencia económica de los ciclos escolares.

Amenazas:

Fuertes competidores establecidos, gran variedad de productos sustitutos como internet en casa, en el trabajo y en las escuelas, gran cantidad de establecimientos similares. Falta de legislación en el uso de Internet.

2.9 Sistema y Plan de Ventas

Centro de cómputo: Para el consumo de horas internet semanal tomamos como base la demanda potencial de 89,022 horas a la semana, captando el uno por ciento serian 890 horas semanales. Con capacidad para diez computadoras con 15 horas de servicio diario, a un costo de 15 pesos la hora, las ventas por este servicio son de 13,500 pesos semanales.

Centro de copiado: De acuerdo a la demanda potencial de 513,585 copias por semana. Los rangos alcanzables y de acuerdo a las instalaciones de 25 mil copias semanales a un costo de 50 centavos, nos arrojan ventas de 50 mil pesos mensuales, solo tomando en cuenta el copiado en tamaño carta.

Estimaciones hechas de acuerdo a la demanda potencial y la capacidad instalada que tendrá la empresa. Las personas responsables serán, primeramente gerencia como responsable de las ventas de toda la empresa, en segundo serán los coordinadores según corresponda al área del centro de cómputo o centro de copiado.

Capítulo 3

Producción

3.1 Objetivos del área de producción

Los objetivos de producción del servicio de soluciones integrales en fotocopiado y cómputo son los siguientes:

Ofrecer servicios de fotocopiado e internet de manera eficiente y oportuna a los clientes, produciendo copias de la mejor calidad y dando asesoría de mejoras en los servicios.

Producir y vender en el mercado de los servicios de internet en la plaza de Ensenada, 3,500 horas mensuales a corto plazo. Con una proyección a largo plazo de 7,200 horas mensuales en un horario de 24 horas.

Producir volúmenes de 25 mil copias semanales, a corto plazo. En mediano plazo aumentar la producción a 40 mil copias semanales. A largo plazo mantener una producción de 80 mil copias semanales.

Generar y colocar 14,715 pesos mensuales de ventas por internet y a domicilio que representen el diez por ciento de mis ingresos totales. Generar ventas de los demás servicios como papelería, engargolados, enmicados, impresiones, etc. por cada cliente de copias o internet de al menos 500 pesos diarios.

Generar y vender durante el primer año de actividades al menos en un 50 por ciento de la capacidad instalada de la empresa.

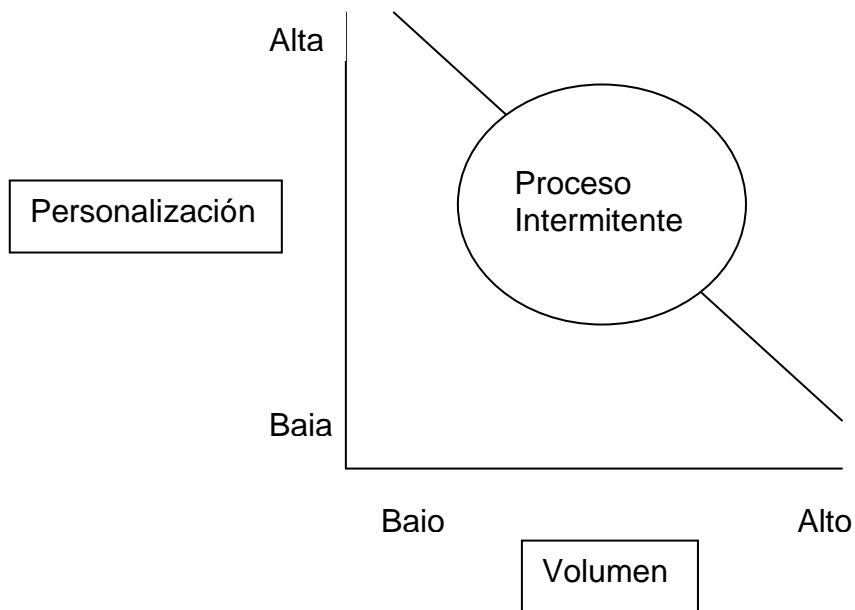
Mejorar la calidad del producto disminuyendo costos e incrementar la capacidad instalada en un 50 por ciento en un plazo de dos años. Dentro del centro de copiado obtener como máximo una merma mensual de hojas del tres por ciento.

3.2 Especificaciones del producto

Nuestros servicios de copiado consisten en la reproducción y organización de la documentación de los clientes, a través de los equipos descritos en el catalogo (ver anexo 5).

3.3 Descripción del proceso de producción o prestación del servicio

De acuerdo a la clasificación de procesos, por el grado de personalización y volumen de producción pertenecemos al “Proceso de producción intermitente o por trabajos.” La personalización de nuestros productos es relativamente alta y el volumen de cualquiera de los servicios es relativamente bajo.



El proceso de producción de “CiberKopy”, al inicio del día se procede al encendido de los equipos quince minutos antes de la hora de apertura del local, esto para poder cumplir con los clientes oportunamente ya que los equipos ocupan un tiempo de calentamiento de cinco a diez minutos, cuando no se estén utilizando cuentan con un sistema de bajo consumo de energía. El proceso de producción

esta enfocado en dos áreas, centro de copiado y centro de cómputo, se describe el proceso por separado de cada una, aunque en algunos casos se entrelacen.

En proceso de producción del centro de copiado, al inicio de las actividades, lo primero es surtir el material a todos los equipos, hojas a las charolas y tóner a las copadoras; primero se recibe al cliente en el mostrador o por solicitud de internet, se recibe el trabajo y se toman las instrucciones en la orden de trabajo; según las características del trabajo se dirige a la maquina indicada, si son copias, micas, engargolados, cortes, planos o impresiones; se procede a elaborar el trabajo; se revisa el trabajo final, se saca la cuenta y anota en un volante de cobro; si fue mostrador se entrega el trabajo al cliente en el mismo, se le ofrece papelería y se le indica que puede pasar a caja, si fue solicitud de internet, se prepara paquetería y se pasa a caja para facturación y envíos a domicilio.

En proceso de producción del centro de cómputo, al inicio de las actividades, lo primero es revisar los equipos de cómputo que estén debidamente equipados; se recibe al cliente y se le piden las características de su servicio tales como tiempo a utilizar el equipo y si requiere alguna asesoría para el manejo del mismo; se le asigna una maquina debidamente enumerada y programada para su control; cuando el cliente termina su sesión, la maquina control imprime un recibo para cobro y se le indica puede pasar a caja. La recepción de documentos por internet para reproducirlos u organizarlos será en esta área, desde el equipo de control del centro de copiado.

Al final del día, se procede a la limpieza general de todas las áreas de trabajo y acomodo de los materiales que no fueron utilizados en el transcurso del día. Se llevan a cabo los controles finales de la producción, tales como toma de lectura de las copadoras en el centro de copiado, cortes de consumo de los equipos de cómputo, y cortes de efectivo en el área de caja.

3.4 Diagrama de flujo del proceso

El flujo en el proceso del centro de copiado inicia con el encendido de los equipos, después se surte el material a casa áreas de trabajo, se atiende al cliente con la recepción de documentos, se revisa con el cliente sus peticiones y una vez de acuerdo se procede a realizar el trabajo, ya terminado se vuelve a revisar con el cliente para checar que todo esté de acuerdo a lo solicitado, se le entrega su volante de cobro para que pase a caja a pagar y se guarda el material que no se utilizo (ver anexo 6).

El flujo en el proceso del centro de cómputo inicia con equipar las computadoras, después se atiende al cliente con la recepción de trabajo, se revisa con el cliente si todo está bien o necesita algo más, se entrega su equipo y se le da asesoría en caso de solicitarlo, una vez que se quiera retirar el cliente se recibe el equipo se checa el tiempo utilizado y se le da el volante de cobro para que pase a la caja a pagar y se guarda el material que no se utilizo (ver anexo 7).

3.5 Características de la tecnología

En el desarrollo de un centro de cómputo y copiado está involucrado lo más avanzado en tecnología de la información, telecomunicaciones, reproducción y organización de documentos.

Las copadoras avanzadas a todo color usan procesos de fotografía electro digitales para producir copias de papel de alta calidad, algunas de estas copadoras trabajan con computadoras personales, permitiendo al usuario escanear una imagen directamente en la computadora o imprimirla desde ella, para conferir toda la potencia en velocidad, rendimiento y capacidad de gestión en el flujo de trabajo.

La tecnología de los equipos de copiado garantiza una salida en color y blanco y negro magnífica, nos proporcionan una funcionalidad completa, le permite copiar,

imprimir y digitalizar todo en uno. Las avanzadas características en conectividad y seguridad garantizan la fluidez en el trabajo de oficina y la mayor seguridad.

La tecnología de la información basada en la computadora hardware y software, el desarrollo tecnológico internet, comunicaciones móviles, banda ancha, satélites, microondas, etc. ha producido significativos cambios en la economía del mundo. Se han transformado las tecnologías de comunicación, se han acortado las distancias y los costos estando al alcance de todos los niveles económicos y culturales.

Konica Minolta es un proveedor líder en la industria de soluciones digitales para la creación, distribución y producción de documentos, comercializa una línea completa de impresoras digitales, copiadoras, fax y soluciones de aplicación software. Los numerosos galardones que Konica Minolta ha recibido en la industria reflejan el compromiso continuo de la compañía para alcanzar un nivel de rendimiento que sea insuperable. Konica Minolta ha recibido repetidamente el reconocimiento de la industria por parte de identidades independientes como Better Buys for Business, Buyers Laboratory, Inc. Y The Office Products Analyst. Konica Minolta cuenta con la International organization for standardization ISO 9001/9002, un símbolo de calidad asegurada reconocido ampliamente. Konica Minolta está comprometida a la protección del medio ambiente, por lo cual desarrollamos y utilizamos productos, suministros y materiales de empaque que no dañen el medio ambiente. Los productos de Konica Minolta conservan energía, reduciendo así el consumo de energía eléctrica a la vez que reducen el costo de operación (Konica Minolta, 2007).

La localidad de Ensenada tiene la gran ventaja de estar muy cerca de la frontera con Estados Unidos, uno de los proveedores con más potencial de tecnología en el mundo. La facilidad para adquirir la tecnología es basta.

Algunos equipos como el manejo de la red del sistema de cómputo requerirán personal más especializado para su manejo y capacitación constante, ya que la tecnología de internet evoluciona a pasos gigantescos y de forma constante.

3.6 Equipo e instalaciones

Equipo:	Cantidad	Marca
Computadoras	12	Acer

Descripción:

Cpu: Intel Celeron 3.20 GHz Em64T 533 MHz LGA775
Tarjeta Madre, Biostar P4M80-M7 V/S/R DDR Socket 775
Memoria, DDR 512 MB Super Talent 400 MHz
HD, Seagate 80 GB 7200 rpm
Caja, ATX 300W negra
Drive, Sony 1.44Mb Negro
Combo: 52x32x52+16x LG OEM
Teclado, A4TECH Español ps/2 negro
Mouse, Optico USB Sakar
Cámara, Intel play ME2CAM
Monitor, 19 SVA 9005 negro.

Equipo:	Cantidad	Marca
Fotocopiadora	3	Konica 7020

Descripción

Copiadora / Impresora / Fax / Escáner B/N de 20 copias por minuto, Resolución de 600 ppp, uso de tóner polimerizado de alta calidad, capacidad máxima de papel de 2550 hojas y un zoom del 25 por ciento al 400 por ciento, conexión a redes ethernet y dos posibles controladores de impresión, escanea a disco duro, a FTP y a E-mail.

Características: Diseño tipo sobremesa, manejo pantalla táctil con instrucciones de usuario detalladas, resolución exploración/impresión: 600x600 ppp, tamaños de copia A3-A5R, memoria de Imagen 32 Mb de serie, máx 288 Mb, copias por

minuto 20 copias (A4), multicopia Hasta 999, ampliación/reducción zoom del 25 por ciento al 400 por ciento, bidireccional, alimentación de papel dos bandejas de carga frontal, 500 hojas cada una, alimentador manual de 50 hojas, sistema de doble cara continua e ilimitada desde A5 hasta A3 (de serie), funciones especiales reserva de trabajo, copia desde memoria, clasificado electrónico, repetición de imagen, Inserción de imagen, etc.

Equipo:	Cantidad	Marca
Copiadora a color	1	Minolta bizhub C351

Descripción:

Velocidad de 35 copias por minuto, con una primer copia rápida de 6.8 segundos y un robusto ciclo manual de trabajo de hasta cien mil páginas. Tóner polimerizado Simitri MR y la tecnología avanzada de bizhub C351 para una reproducción superior en medios tonos; flexibilidad en el escaneo: escaneo a correo electrónico, escaneo a FTP, escaneo a PC (escaneo a SMB), escaneo a disco duro (escaneo a buzón de usuario) y escaneo Twain. Función de buzón de usuario: almacene, comparta, y accese a documentos en los buzones seguros (hasta 1,000) con toda la funcionalidad dentro de su disco duro de 40 GB. Manejo de papel pesado: cargue papel de hasta 140 lb. index stock y haga dúplex, imprima en cubiertas, aún con originales de borde a borde en 11" x 17" con salidas de papel de 12" x 18". Fax análogo Súper G3, terminadora de libretos con engrapado, y más. controlador de impresión Fiery MR IC-402 con características avanzadas de administración de color.

Equipo:	Cantidad	Marca
Duplicador	1	RISO RZ 200/230

Descripción:

Principales características y prestaciones, escáner horizontal incorporado, velocidad de impresión de 130 páginas por minuto, Riso, Quality System,

compatible con papel de 46g/m2 a 157g/m2, 300 ppp, tambores y tintas de color opcionales, interfaces de ordenador/red opcionales.

Accesorios compatibles: tambor de color RZ, Interface de ordenador Risorinc 3N, Interface de red Risorinc Net-C, alimentador de documentos automático AF-V, separador de trabajos IV:N, contador de tarjeta electrónica IV:N, Kit de alimentación de papel especial.

Equipo:	Cantidad	Marca
Engargoladora	1	Combo222km
Enmicadora	1	Minilamp
Guillotina	1	Renoud

Muebles de Oficina

Vitrina mostrador	1
Mesa de trabajo	1
Sillas	17
Televisor	1
Sillones	2
Mesas para computadora	10

<u>Servicios necesarios</u>	Cantidad	Marca
Servicio de internet	1	Prodigy
Sistema de caja	1	Punto de Venta

Instalaciones Necesarias

Instalación de Internet	1	Prodigy
Instalaciones eléctricas	1	

Sistema de redes	1	
Línea telefónica	1	Telnor

El mantenimiento será principalmente a los equipos de cómputo, se deben hacer revisiones cada tres días en busca de virus en el software, se utilizara el programa Norton. Los equipos de copiado se controlaran con el copiado diario, cada copiadora de acuerdo a su uso se le programara el servicio de mantenimiento, aproximadamente cada doscientas mil copias.

3.7 Materia prima

El servicio de cómputo no tiene materia prima, no aplica, ya que es únicamente de servicio. En el centro de copiado la materia prima serán las hojas blancas o a color, pastas para engargolado, espirales, micas de plástico, tóner de las copiadoras y tinta de la copiadora sistema Riso. Hojas resmas con 500 hojas, la caja contiene diez resmas. Paquetes de pastas con 50, paquete de espirales con 100, caja con 100 micas de plástico. Tóner con un rendimiento de 18 mil copias, tintas de la copiadora sistema Riso.

Los proveedores identificados por su calidad, precio, y cumplimiento en sus fechas de entrega son: Comercializadora Internacional de Ensenada S. A de C.V., Distribuidora Visan y Copias Ensenada.

Además se cuenta con la opción de aplicar para hacer las compras a crédito con plazos de hasta quince días. Dentro de los servicios de cómputo nuestro principal proveedor será la compañía de Teléfonos del Noroeste, en lo sucesivo Telnor.

Como políticas de compra se establece: Realizar tres cotizaciones para productos nuevos, revisar lista de precios con los proveedores una vez al mes, gestionar el crédito a quince días en compras mayores de tres mil pesos. No se autoriza pago de facturas si no se cuenta con la aprobación de gerencia.

3.8 Capacidad Instalada

La capacidad instalada va en función de los dos centros de trabajo que se tienen dentro de la empresa, y en proporción al uso de los equipos.

Tabla 3.1 Capacidad instalada

Servicio	Periodo	capacidad de Producción
Centro de cómputo	1 día	150 horas de internet
Centro de Copiado	1 día	54,000 Copias blanco y negro
Centro de Copiado	1 día	117,000 Copias sistema riso en tinta
Centro de Copiado	1 día	31,500 Copias a color

Fuente: Elaboración Propia.

Estos son los rendimientos por uso del equipo, no se esta tomando en cuenta los tiempos y movimientos del personal, lo cual es complicado estimar por la diversidad de trabajos que pueden presentar los clientes.

3.9 Manejo de Inventarios

La política de inventarios es mantener al mínimo los inventarios ya que la disponibilidad del material es muy alta, y los precios por paquetes y cajas de papel son considerados como mayoreo para las distribuidoras que investigamos, se mantendrá siempre como mínimo en existencia dos cajas de papel, un tóner adicional de cada modelo de las copiadoras, un paquete de micas, uno de espirales de cada tamaño y uno de pastas de diez colores. En casos extraordinarios donde lleguen trabajos de alto volumen se harán pedidos especiales de hojas, tintas y tóner de acuerdo a las necesidades del trabajo a realizar. En cuanto a la pequeña papelería que se tenga para su venta se hará

mediante contratos de mercancía en consignación, es decir no se pagara la mercancía hasta que se venda, el proveedor hace inventarios cada quince días.

3.10 Ubicación de la empresa

Actualmente no se encuentra establecido un punto fijo para la ubicación, aun no se localiza local que reúna las características, como punto de referencia, se esta buscando en los centros comerciales del sur de la ciudad, entre el fraccionamiento Valle Dorado y la colonia Aeropuerto de esta ciudad, buscando acortar la distancia con los clientes, con los trabajadores y con los proveedores. Para establecer los costos de renta se toma como referencia la Macroplaza.

Con los clientes, tomando como base el crecimiento de la población y de instituciones del área sur de la ciudad de Ensenada, tales como centro de Gobierno del Estado, surge una gran demanda. Una gran gama de maquiladoras como Automotive Safety Components International, Schlage, Fender por mencionar algunas e Instituciones educativas como Universidad Autónoma de Baja California Campus Valle Dorado. Como podemos observar la localización que pretendemos nos permitirá estar cerca de un gran número de clientes potenciales como los ya mencionados.

Con los trabajadores, considerando el crecimiento de casas habitación de la zona mencionada tales como, siete fraccionamientos villas del Real con un mínimo de 500 casas por cada uno, Pórticos del Mar, fraccionamiento Villa del Rey sección uno y sección dos, fraccionamiento Vista Hermosa, Lomas de San Juan, etc., son una muestra de que la población de esta zona de la ciudad se multiplico ampliamente en por lo menos cinco mil casas habitacionales en los últimos cinco años. La cercanía de los trabajadores a su centro de trabajo es un factor importante ya que ahorra costos y tiempo para ambas partes.

Con los proveedores, el crecimiento económico de esta zona es notorio, considerando los centros comerciales con diversidad de negocios como Macroplaza Del Mar con una inversión de 20 millones de dólares que cuenta con tres tiendas ancla, entre las que destacan sucursales de las cadenas Home Depot, Wal Mart Supercenter y Cinépolis, así como una serie de restaurantes como VIPS, McDonald's y Applebees entre otros, así como locales de servicios, que en conjunto dan empleo permanente a alrededor de mil 400 personas. Gabriel Coronado Rosales, representante de la firma MRA (México Retail Advisors), indicó que la "Macroplaza del Mar" es una de las más grandes del estado.

Está ubicada sobre la avenida reforma con acceso por la calle Hierro y la Pedro Loyola, junto a la zona conocida como La Lagunita; el proyecto incluye arterias interiores que enlazarán el espacio con los locales comerciales alrededor del lugar. También funcionan bancos, varias boutiques, cafés, restaurantes y doce salas de cine.

La Macroplaza tiene registrado un tráfico anual de aproximadamente ocho millones de personas; dispone de mil 700 cajones para estacionamiento; Es un centro comercial de vanguardia estilo californiano que ofrece conveniencia, variedad y seguridad para todas las familias de Ensenada.

3.11 Diseño y distribución de la planta y oficinas

El local debe medir por los menos ocho metros de largo por cinco de ancho, con dos puertas de acceso al local una para entrar y otra para salir, en el centro de copiado se instalara un mostrador, con cinco copiadoras; en el centro de cómputo se localizaran diez computadora dentro de un privado con su silla, en el área de cafetería otro mostrador con caja registradora, un área para el café a un lado de la caja, una pequeña sala de espera con sillones y televisor (ver anexo 8).

3.12 Mano de obra requerida

La mano de obra requerida para el proceso productivo esta identificada dentro del organigrama.

Actividad	No. de personas	Tipo de habilidad
Gerencia	1	Experiencia en el ramo de servicios, habilidades de liderazgo, manejo de personal. Dispuesto a trabajar por objetivos. Contador Público titulado.
Centro de cómputo	2	Experiencia en programación y manejo de paquetes de software, de preferencia con Licenciatura en sistemas.
Centro de copiado	4	Atención a clientes y habilidades para las ventas, conocimientos básicos de computación y con preparatoria.
Cafetería	2	Atención a clientes, habilidades para las ventas, conocimientos de cómputo, con preparatoria, experiencia en el manejo de caja registradora.

Envíos y distribución	1	Entrega de documentos, trato con los clientes, habilidades para manejo de moto, conocimientos del reglamento de tránsito, con preparatoria, experiencia un año.
-----------------------	---	---

El horario de la empresa será de 7:00 a.m. a 10:00 p.m.; por lo tanto el horario de trabajo del personal será dividido en dos turnos de siete horas y media corrida cada turno; el turno matutino de 7:00 a.m. a 2:30 p.m., y el segundo turno de 2:30 p.m. a 10:00 p.m.

3.13 Programa de producción

Para asegurarnos que el servicio tendrá la calidad adecuada para el cliente en precio y tiempo satisfactorio se realizara un programa de mejora continua en el cual se informara a todo el personal de la empresa sobre las acciones a seguir para la aplicación del programa de mejora continua; Se tendrá buzón de sugerencia y quejas para monitorear la satisfacción del cliente; contará con programas de capacitación y actualización al personal respecto de las tecnologías nuevas en el mercado. Se hará monitoreo semanal de los tiempos de entrega en mostrador y a domicilio.

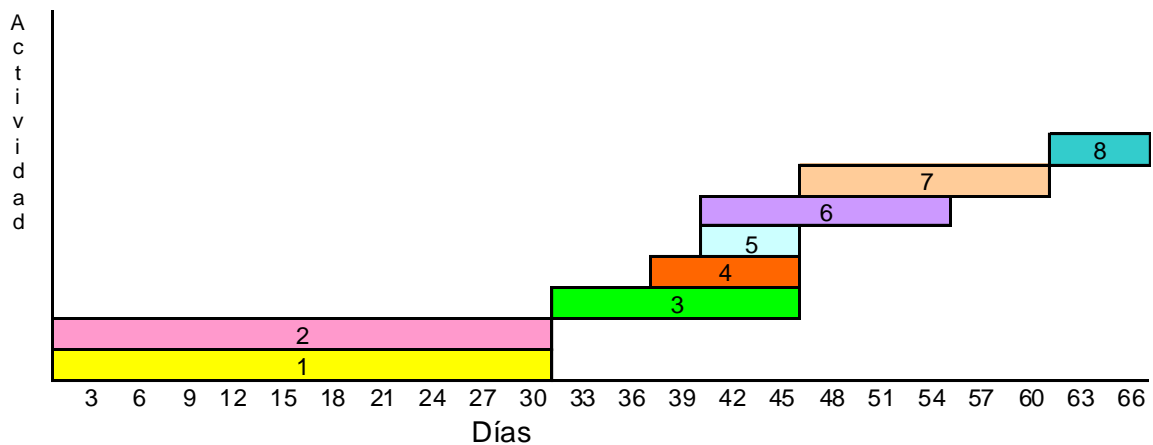
Tabla 3.2 Programa pre-operativo de producción de la empresa

El número total de días anteriores a la fecha de arranque son 66 días.

Actividad	Área encargada	Tiempo de realización
1. Trámites de apertura	Gerencia	30 días
2. Buscar el local	Gerencia	30 días
3. Acondicionar el local	Gerencia	15 días
4. Renta y compra de equipos	Gerencia	9 días
5. Compra de materiales	Gerencia	6 días
6. Contratación de personal administrativo.	Gerencia	15 días
7. Contratación de personal técnico.	Gerencia	15 días
8. Capacitación de objetivos	Gerencia	6 días

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 3.1 Programa pre-operativo de producción de la empresa



Fuente: Elaboración propia.

Programa de Producción del servicio de copiado y cómputo en un año, número estimado en base a experiencia de otros centros de trabajo ya establecidos.

Tabla 3.3 Programa de trabajo para el centro de copiado, copias blanco y negro del año 2007

MES	Dias del mes	Dias Habiles
Enero	31	26
Febrero	28	23
Marzo	31	26
Abril	30	23
Mayo	31	25
Junio	30	26
Julio	31	26
Agosto	31	27
Septiembre	30	25
Octubre	31	27
Noviembre	30	25
Diciembre	31	25

304

Copiadoras en blanco y negro

Horario de actividades

7:00:00 a.m. a 10 p.m.

Costo por copia T.carta

0.50

Estas 3 maquinas son para copias

Capacidad

20 copias por minuto

Maquina 1 Copias para libros

Equipos

3 blanco y negro

Maquina 2 Copias hoja suelta, 1-5 por persona

Horas de trabajo

15 Diarias

Maquina 3 Copias de 5 en adelante

Operadores 2 por turno matutino y 2 Vespertino

Mes	## DE COPIAS proyectadas	\$\$ COPIAS Proyectadas	Diarias Semanal	
			Diarias	Semanal
Enero	101,137	50,569	3,890	25,284
Febrero	127,317	63,659	5,536	31,829
Marzo	106,265	53,133	4,087	26,566
Abril	107,043	53,522	4,654	26,761
Mayo	118,472	59,236	4,739	29,618
Junio	88,857	44,429	3,418	22,214
Julio	83,781	41,891	3,222	20,945
Agosto	95,516	47,758	3,538	23,879
Septiembre	109,250	54,625	4,370	27,313
Octubre	101,988	50,994	3,777	25,497
Noviembre	119,033	59,517	4,761	29,758
Diciembre	129,611	64,806	5,184	32,403
TOTALES	1,288,270	\$ 644,135.00		

*Estos datos son de acuerdo a la experiencia de un centro de trabajo establecido con la misma cantidad de equipos

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3.4 Programa de trabajo para el centro de copiado, copias a color del año 2007

Copiadora a Color					
Horario de actividades 7:00:00 a.m. a 10 p.m.					
Costo por copia T.carta 15.00					
Capacidad 35 copias por minuto					
Equipos 1 A color					
Horas de trabajo 15 Diarias					
Operadores 2 por turno matutino y 2 Vespertino					
Mes	## DE COPIAS proyectadas	\$\$ COPIAS Proyectada	Diarias	Semanal	
Enero	62	930	2	16	Copiadora a color cualquier cantidad
Febrero	54	810	2	14	
Marzo	22	330	1	6	
Abril	15	225	1	4	
Mayo	13	195	1	3	
Junio	19	285	1	5	
Julio	12	180	0.46	3	
Agosto	11	165	0.41	3	
Septiembre	29	435	1	7	
Octubre	35	525	1	9	
Noviembre	44	660	2	11	
Diciembre	48	720	2	12	
TOTALES	364	\$ 5,460.00			

*Estos datos son de acuerdo a la experiencia de un centro de trabajo establecido con la misma cantidad de equipos

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3.5 Programa de trabajo para el centro de copiado, copias sistema Riso del año 2007

Copiadora sistema Riso					
Horario de actividades					
7:00:00 a.m. a 10 p.m.					
Costo por copia T.carta		0.35 p/volumen de 50			
Capacidad		130 copias por minuto			
Equipos		1 Sistema Riso			
Horas de trabajo		15 Diarias			
Operadores 2 por turno matutino y 2 Vespertino					
<i>Mes</i>	## DE COPIAS proyectadas	\$\$ COPIAS Proyectadas	Diarias	Semanal	
Enero	41,028	14,360	1,578	10,257	
Febrero	57,845	20,246	2,515	14,461	Duplicador de un solo original
Marzo	49,114	17,190	1,889	12,279	Volumen de 50 copias en adelante
Abril	50,025	17,509	2,175	12,506	Tintas Negra, Azul, Verde, Rojo.
Mayo	73,275	25,646	2,931	18,319	
Junio	92,664	32,432	3,564	23,166	
Julio	46,566	16,298	1,791	11,642	
Agosto	126,387	44,235	4,681	31,597	
Septiembre	64,850	22,698	2,594	16,213	
Octubre	156,060	54,621	5,780	39,015	
Noviembre	91,450	32,008	3,658	22,863	
Diciembre	133,700	46,795	5,348	33,425	
TOTALES	982,964	\$ 344,037.40			
*Estos datos son de acuerdo a la experiencia de un centro de trabajo establecido con la misma cantidad de equipos					

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3.6 Programa de trabajo para el centro de copiado, servicios de engargolados del año 2007

Engargolados costo \$24.00				
<i>Mes</i>	<i># de Engargolados</i>	<i>\$\$ Engargolados Proyectadas</i>	<i>Diarias</i>	<i>Semanal</i>
Enero	38	912	1	10
Febrero	42	1,008	2	11
Marzo	30	720	1	8
Abril	21	504	1	5
Mayo	48	1,152	2	12
Junio	14	336	1	4
Julio	19	456	1	5
Agosto	25	600	1	6
Septiembre	30	720	1	8
Octubre	49	1,176	2	12
Noviembre	46	1,104	2	12
Diciembre	51	1,224	2	13
TOTALES	413	\$ 9,912.00		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3.7 Programa de trabajo para el centro de cómputo del año 2007

Programa de trabajo del año 2007

MES	Dias del mes	Dias Habiles
Enero	31	26
Febrero	28	23
Marzo	31	26
Abril	30	23
Mayo	31	25
Junio	30	26
Julio	31	26
Agosto	31	27
Septiembre	30	25
Octubre	31	27
Noviembre	30	25
Diciembre	31	25

304

Datos

Horario de actividades

7:00:00 a.m. a 10 p.m.

Costo por hora 15.00 M.N.

Capacidad 10 Equipos

Horas de trabajo 15 Diarias

Programa de trabajo del centro de computo del año 2007

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembr	Octubre	Noviembr	*Diciembre
Utilización en horas de la capacidad instalada al 80%	3,120	2,760	3,120	2,760	3,000	3,120	3,120	3,240	3,000	3,240	3,000	3,000
capacidad instalada al 100%	3,900	3,450	3,900	3,450	3,750	3,900	3,900	4,050	3,750	4,050	3,750	3,750
semanal	975	863	975	863	938	975	975	1,013	938	1,013	938	938

Ingresos

Ingreso mensual del servicio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	Porcentaje
Costo por hora 15.00 \$	46,800	41,400	46,800	41,400	45,000	46,800	46,800	48,600	45,000	48,600	45,000	45,000	\$ 547,200	80%

58,500	51,750	58,500	51,750	56,250	58,500	58,500	60,750	56,250	60,750	56,250	56,250	\$ 684,000	100%
--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	------------	------

Fuente: Elaboración propia.

Capítulo 4

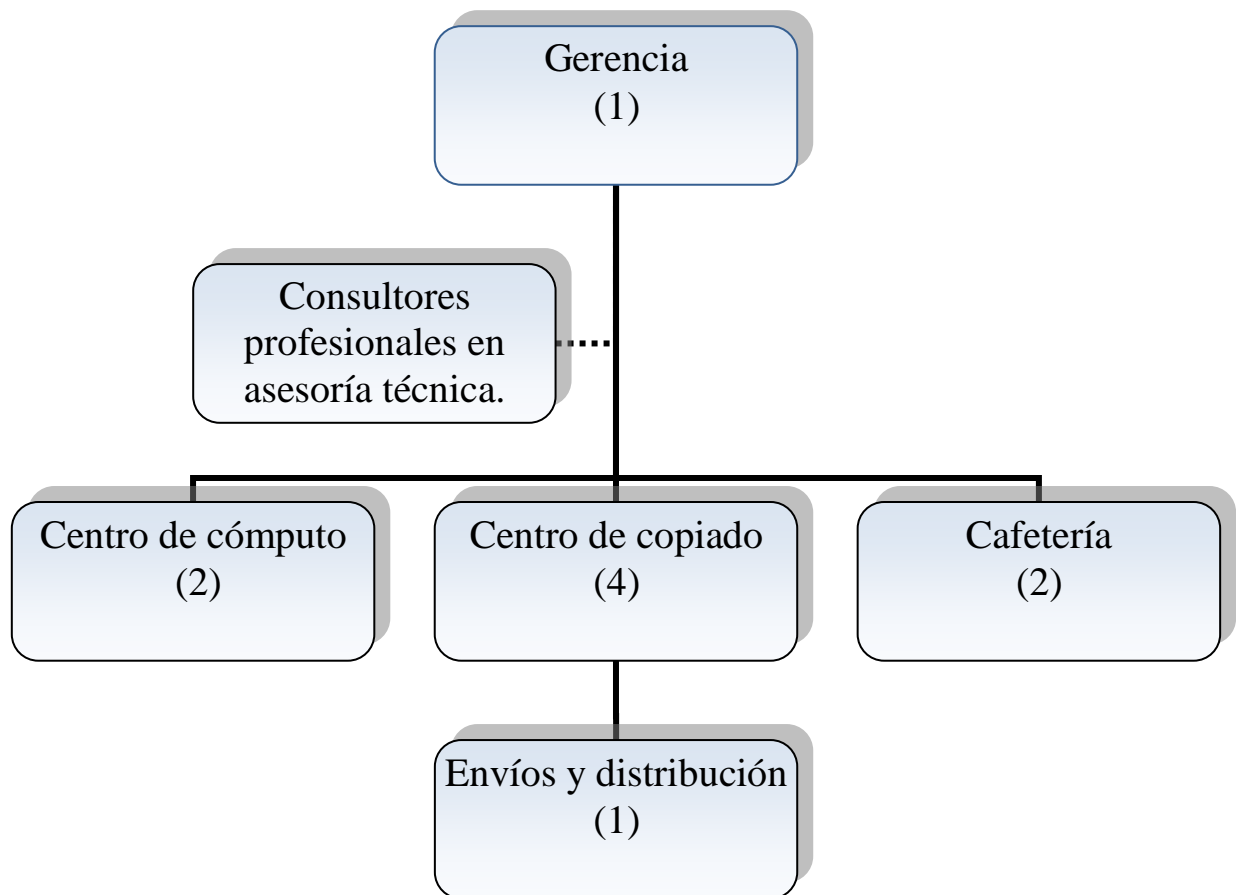
Organización

4.1 Estructura Organizacional

El organigrama que se presenta es una representación gráfica de la estructura organizacional de la empresa, al inicio de operaciones se busca una representación sencilla que sea clara y comprensible. Los niveles jerárquicos se presentan en forma escalonada. Se contará con un departamento staff que proporcione asesoría en los sistemas de cómputo y copiado. El objetivo es repartir y asignar el trabajo eficientemente, buscando una comunicación constante entre los diferentes departamentos que facilite el trabajo en equipo.

El sistema de la organización es lineal ya que por ser una empresa pequeña sus niveles jerárquicos son pocos y la autoridad y mando se concentra en una sola persona que es la gerencia y en este caso el dueño, todos los niveles le reportan a un solo departamento. El tipo de organigrama es vertical (Franklin y Gómez, 2003, p.43) ya que la jerarquía suprema se presenta en la parte superior, ligada por líneas que representan la comunicación de autoridad y responsabilidad a los demás niveles jerárquicos que se colocan hacia abajo.

Estructura Organizacional



4.2 Funciones específicas por puesto

Descripción del puesto de Gerente General

Nombre del puesto:	Gerente General
Departamento:	Gerencia
Departamento al que le reporta:	Gerencia
Requerimientos del puesto:	Experiencia profesional no menor a diez años, Contador Público titulado. Conocimientos de mercadotecnia. Liderazgo, manejo de personal, facilidad de palabra, responsable y honesto.
Descripción general del puesto:	Es el departamento de la empresa que se hará cargo de la administración de la empresa, planear, organizar, dirigir y controlar, buscando el logro de los objetivos de la organización.
Responsabilidades:	<p>Se encargara de las estrategias de mercado, considerando las 4 p, Promociones, Publicidad, Precio y Producto, para difundir el servicio de manera eficiente, estimulando a los clientes el deseo de consumir nuestros productos.</p> <p>Responsable de presentar oportunamente información financiera a través de los Estados Financieros para la toma de decisiones.</p>

<p>Funciones:</p>	<p>Representación administrativa y legal de la empresa, coordinación de las funciones de los departamentos de la organización, establecer objetivos, metas y estrategias de la empresa, aprobar la adquisición de bienes y materiales.</p> <p>Responsable del proceso de inducción, adiestramiento y capacitación, dirigir la elaboración del plan estratégico, coordinación de los departamentos a su cargo, atender los requerimientos de los clientes, estudios de la competencia, elaborar y supervisar las estrategias de mercadotecnia, elaborar reportes de ventas mensuales, buscar nuevos clientes.</p> <p>Contabilidad de la empresa, controles de cuentas por pagar y cuentas por cobrar, formulación de órdenes de compra, control de máximos y mínimos del almacén, elaboración de Estados Financieros, pago de impuestos y trámites legales y manejo de la tesorería.</p>
-------------------	---

Descripción del puesto de Coordinador del centro de cómputo

Nombre del puesto:	Coordinador del centro de cómputo
Departamento:	Centro de cómputo
Departamento al que le reporta:	Gerencia
Requerimientos del puesto:	Experiencia no menor de tres años. Carrera de técnicos en Informática o afín, experiencia en elaboración de páginas de internet. Manejo de conflictos y atención a clientes.
Descripción general del puesto:	Es el departamento de la empresa donde se llevara a cabo el servicio de internet, asesoría a los clientes dando mayor calidad a los trabajos, ventas por internet, control de los pedidos que se lleven a cabo a través de la página.
Responsabilidades:	Mantener comunicación y coordinación con los demás departamentos, es responsable de coordinar las ventas por internet y mantener contacto con los clientes.
Funciones:	Atención a clientes del café internet, asesoría a los clientes, control de materiales y equipos del departamento, manejo de la página de internet, recepción de los trabajos por internet, limpieza de su área de trabajo.

Descripción del puesto de Coordinador del centro de copiado

Nombre del puesto:	Coordinador del centro de copiado
Departamento:	Centro de copiado
Departamento al que le reporta:	Gerencia
Requerimientos del puesto:	Experiencia no menor de tres años, con preparatoria o técnica. Experiencia en el manejo de equipos de centro de copiado, manejo de conflictos y atención a clientes, manejo de personal. Experiencia en ventas.
Descripción general del puesto:	Es el departamento de la empresa donde se llevara a cabo el servicio de copiado, engargolados y organización de trabajos en general.
Responsabilidades:	Es el responsable de darles asesoría a los clientes para una mayor calidad en sus trabajos, promover las ventas en volumen a nivel empresarial y con entregas a domicilio.
Funciones:	Atención a clientes del centro de copiado, asesoría a los clientes, control de materiales y equipos del departamento, manejo de equipos de engargolado, enmicado y copiado. Recepción de los trabajos empresariales, limpieza de su área de trabajo, liderazgo y control de personal.

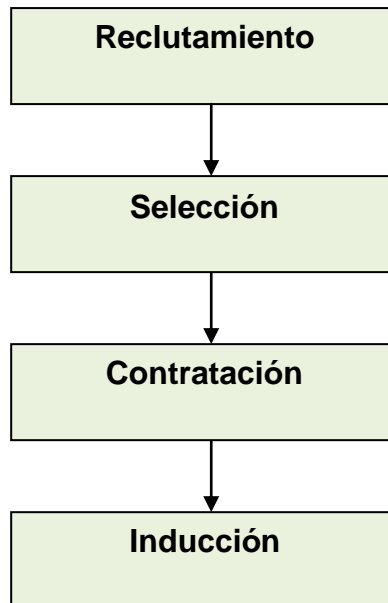
Descripción del puesto de Coordinador de cafetería y caja

Nombre del puesto:	Coordinador de cafetería y caja
Departamento:	Cafetería
Departamento al que le reporta:	Gerencia
Requerimientos del puesto:	Experiencia no menor de tres años, con preparatoria o técnica. Experiencia en el manejo de caja registradora, manejo de conflictos y atención a clientes, conocimientos de computación y experiencia en ventas.
Descripción general del puesto:	Es el departamento de la empresa donde se llevara a cabo el servicio de preparación y servicio de alimentos. Se encargara de la atención al público, será donde se reciba y oriente a los clientes.
Responsabilidades:	Es el responsable de atender y coordinar la llegada de los clientes. Responsable del manejo del dinero desde que entra a caja hasta que se deposite a los bancos.
Funciones:	Atención a clientes, orientación a los clientes, control de materiales y equipos del departamento, manejo de la caja registradora, control de almacén, manejo de máximos y mínimos, cortes de caja, manejo de caja chica, limpieza de su área de trabajo, liderazgo y control de personal.

Descripción del puesto de Repartidor

Nombre del puesto:	Repartidor
Departamento:	Envíos y distribución
Departamento al que le reporta:	Centro de copiado
Requerimientos del puesto:	Experiencia no menor de tres años, con preparatoria o técnica, contar con licencia de manejo. Experiencia en atención a clientes.
Descripción general del puesto:	Es el departamento de la empresa donde se llevara a cabo la distribución y entrega de trabajos que sean solicitados a domicilio.
Responsabilidades:	Responsable del traslado de documentos de los clientes en tiempo y forma cuidando siempre cumplir con las expectativas del cliente. Responsable del manejo del equipo de reparto y la seguridad del mismo.
Funciones:	Atención a clientes, control y cuidados de la moto o equipo a su cargo, voto de confianza sobre los trabajos que maneje y distribuya, limpieza de su área de trabajo, cobranza y entrega de facturas.

4.3 Captación del personal



Reclutamiento:

El proceso de reclutamiento será a través de las bolsas de trabajo de la localidad tales como la de Gobierno del Estado, Cámara Nacional de Comercio (CANACO), Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX) y Cámara Nacional de la Industria de Transformación (CANACINTRA).

Selección:

Se llevará mediante agenda, citas por teléfono, reciben cinco diarias, con solicitud de empleo, se le hará una entrevista, primero con el encargado del departamento que este solicitando el puesto y si aprueba entonces pasara a una segunda cita con gerencia. En un tercera etapa se le aplicaran las pruebas psicométrías y de aptitudes según sea el puesto. Se verificaran por teléfono las referencias personales.

Contratación:

Se harán contratos por tiempo indeterminado. Se formularan los contratos de acuerdo a la Ley federal del trabajo (ver anexo 9).

Inducción:

La inducción la lleva a cabo la gerencia, se tendrá un video de introducción a la compañía, un poco de historia y funcionamiento básico, la misión, visión y objetivos, la estructura organizacional, normas de seguridad, descripción del servicio, políticas y normas de la empresa. Se entrega un folleto con toda la información. En esta etapa se les informa a los trabajadores la importancia del cliente para la compañía y las políticas de atención a clientes tales como rapidez en el servicio, eficiencia y calidad en los trabajos.

4.4 Desarrollo del personal

El Gerente General será el encargado de la ejecución del adiestramiento y capacitación; para la preparación de estos se pondrá principal atención en los siguientes temas: Metas y objetivos de la empresa, atención a clientes, calidad en el servicio, gustos de los clientes, nuevas tecnologías, superación personal.

Se hará un control de cursos para que constantemente el personal este actualizado en el uso de nuevas tecnologías de internet, centros de copiado y temas relacionados con el giro.

El programa de desarrollo para el personal se iniciara al comienzo de las operaciones con metas y objetivos de la empresa y atención a clientes, impartidos por gerencia y el costo solo será el sueldo del trabajador en las horas del curso; los cursos restantes se impartirán en fechas de ventas bajas, en los meses de diciembre y julio de cada año, tendrán derecho a estos cursos los trabajadores

que tengan más de tres meses en la empresa, se enviara un trabajador por temporada, el costo de estos cursos impartidos por las cámaras de la ciudad son aproximadamente de 800 pesos por persona, así que anualmente se invertirán 1,600 pesos.

4.5 Administración de sueldos y salarios

Tabla 4.1 Escala de salarios mensual

Escala de Salarios Mensual. (Pesos)	
Gerente General (1)	10,000.00
Coordinador del centro de computo (2)	4,000.00
Coordinador del centro de copiado (4)	3,200.00
Coordinador de cafetería y caja (2)	4,000.00
Repartidor (1)	<u>3,000.00</u>
	\$24,200.00

Fuente: Elaboración propia.

Las prestaciones que se otorgaran a los trabajadores son: Aguinaldo que son quince días por año trabajado, vacaciones de acuerdo a ley, prima vacacional 25 porciento, bono de asistencia por 50 pesos semanales, bono de puntualidad por 50 pesos semanales y participación de utilidades a los trabajadores PTU.

Los Impuestos que se aplican sobre nomina son el 1.80 para el estado, cuotas al Instituto Mexicano del seguro social , Cuotas del Retiro Cesantía y vejez RCV, Instituto Nacional para el fondo nacional de vivienda para los trabajadores (INFONAVIT) el cinco porciento, retenciones de Impuestos sobre la Renta (ISR).

4.6 Evaluación del desempeño

Se establecerán objetivos y metas por puesto con tiempos e indicadores, cada seis meses se llevará a cabo la aplicación de evaluar a los trabajadores en su desempeño bajo los siguientes métodos:

Método de la dirección por objetivos (MDO) consiste en establecer clara y precisamente objetivos para el trabajo a desempeñar, desarrollo de planes de acción para alcanzar esos objetivos, dejar al empleado que implemente el plan de acción, medir el alcance de objetivos, tomar las medidas correctivas cuando sea necesario, establecer nuevos objetivos para el futuro. Para que la dirección por objetivos sea efectiva los objetivos deben ser cuantificables.

Feedback 360°: con este método los directivos, compañeros, consumidores, proveedores, rellenan un cuestionario largo acerca de las prestaciones de un empleado; después de recolectar las opiniones, la gerencia los presenta al empleado para que explique las diferencias, por lo tanto, se trata de una visión desde múltiples direcciones, lo que proporciona la evolución del desempeño.

Para los criterios de evaluación se deberá tomar en cuenta lo siguiente: deben ser objetivos más que subjetivos, deben tener relación con el puesto de trabajo o estar basados en análisis de puestos, deben estar basados en comportamientos más que en atributos, deben estar bajo el control del sujeto evaluado, deben tener que ver con funciones específicas, no con valoraciones generales.

4.7 Relaciones de trabajo

Se llevaran a cabo encuestas mensuales para conocer las inquietudes de los trabajadores, se manejaran los principios de armonía y comunicación. Se harán paseos anuales para fomentar las relaciones e integrar a todos los trabajadores.

Se tendrán juntas amistosas cada mes para arreglar todos aquellos problemas que surjan durante el desempeño de las funciones, manejando el concepto de trabajo en equipo y se aplicaran dinámicas que ayuden a que los trabajadores se vean como compañeros cooperativos y emprendedores.

Programa de actividades para motivar a los trabajadores, se premiaran aquellos que no tengan ninguna falta en todo el año, participando en una rifa con un premio de cinco mil pesos. Se llevara a cabo un paseo de verano en el mes de agosto.

La política de comunicación deberá incluir temas tales como: metas, planes y orientaciones que persigue la organización, actividades que la misma lleva a cabo, situaciones de temas controvertidos, delicados o de contenido negativo, tales como: despidos, cese temporal, traslados, etc., buscando siempre el canal adecuado y menos traumático, estímulo de flujo regular de comunicación descendente, ascendente y horizontal, garantía de que todos los recursos humanos tengan la oportunidad de discutir periódicamente su actuación con sus superiores, convocatoria a reuniones informativas, formativas y de recolección de datos, estimulando la participación activa en las mismas, información periódica a todos el personal acerca de la evolución del logro de objetivos.

Capítulo 5

Finanzas

5.1 Sistema Contable de la empresa

La empresa llevara el registro contable mediante los programas de ContPAQ y Excel. El sistema contable es un listado enumerado de las cuentas que la empresa va a utilizar para la contabilización de las operaciones de la misma (ver anexo 10).

El sistema contable en la administración, es un conjunto específico de procedimientos y métodos aplicables a las transacciones de una organización y relacionados entre sí por una serie de principios generales que le dan la fisonomía de sistema para hacer contabilidad. Entiéndase para ello "método" como la norma o regla, es decir, como un enunciado breve y concreto que fija la forma o modo de hacer o dejar de hacer algo para lograr un propósito. El "procedimiento" contempla uno o más métodos. Cuando las normas o reglas se complementan con la acción de las personas en espacio y tiempo se construye un procedimiento concreto (Villalobos, 2000, s.p.).

5.2 Situación Financiera

Tabla 5.1 Inversión requerida para el funcionamiento y operación de CiberKopy, expresado en m. n.

INVERSION INICIAL				
Cantidad	Concepto	Total de Recursos	Propios	Financiamientos
Equipo de Computo				
12	Computadoras Acer	85,800.00	17,160.00	68,640.00
	Cpu: Intel celeron3.20 GHz Em64T 533 MHz LGA775			
	Tarjeta Madre, Biostar P4M80-M7 V/S/R DDR Socket 775			
	Memoria, DDR 512 MB Super Talent 400 MHz			
	HD, Seagate 80 GB 7200 rpm,			
	Caja, ATX 300W negra, Drive, Sony 1.44Mb Negro			
	Combo: 52x32x52+16x LG OEM			
	Teclado, A4TECH Español ps/2 negro			
	Mouse, Optico USB Sakar, Cámara, Intel play ME2CAM			
	Monitor, 19 SVA 9005 negro.			
1	Impresora HP Laserjet 1020	1,699.00	339.80	1,359.20
1	Impresora HP Laserjet 2600N Color	4,799.00	959.80	3,839.20
1	Escaner HP Scanjet 2400	939.00	187.80	751.20
Equipo de Copiado				
3	Fotocopiadora Konica 7020	21,450.00	4,290.00	17,160.00
	Copiadora / Impresora / Fax / Escáner B/N de 20 cxm			
	Resolución 600 ppp, uso de toner polimerizado alta calidad			
1	Copiadora a color Minolta bizhub C351	20,250.00	4,050.00	16,200.00
	Velocidad de 35 copias por minuto			
1	Duplicador RISO RZ 200/230	27,000.00	5,400.00	21,600.00
	Velocidad de impresión de 130 páginas por minuto			
1	Engargoladora Combo222km	1,899.00	379.80	1,519.20
1	Enmicadora Minilamp	639.00	127.80	511.20
1	Guillotina Renoud	467.00	93.40	373.60
Mesas y asientos				
10	Mesas para computadoras	2,500.00	500.00	2,000.00
17	Sillas	4,250.00	850.00	3,400.00
1	Mesa de trabajo	406.00	81.20	324.80
1	Vitrina	6,800.00	1,360.00	5,440.00
2	Sillones	3,800.00	760.00	3,040.00
1	Televisor	1,287.00	257.40	1,029.60
Equipo adicional				
3	Botes de basura	1,050.00	210.00	840.00
1	Portagarrafon c\2 garrafondes	270.00	54.00	216.00
Equipo de reparto				
1	Moto Dayun modelo DY-50-QT	10,943.00	2,188.60	8,754.40
Equipo Menor				
2	Engrapadoras	225.00	45.00	180.00
2	Calculadora	130.00	26.00	104.00
2	Portatype	60.00	12.00	48.00
12	Reguladores de voltaje	4,068.00	813.60	3,254.40
1	switch	180.00	36.00	144.00
1	Cableado de 8 hilos nivel 5	1,085.00	217.00	868.00
1	Papeleria diversa para mostrador	3,646.00	729.20	2,916.80
24	Puntas para computadoras	520.8	104.16	416.64
TOTALES		\$ 206,162.80	\$ 41,232.56	\$ 164,930.24

5.3 Balance General Inicial

Tabla 5.2 Balance General Inicial de CyberKopy, expresado en m.n.

Estado de Posición Financiera, Balance General al 28 de Febrero de 2007.			
ACTIVO		PASIVO	
Activo circulante		Pasivo circulante	
Caja	\$ 5,000.00	Doctos por pagar a cp	\$ 22,764.00
Bancos (Capital de trabajo)	<u>95,400.51</u>	Suma pasivo a c.plazo	\$ 22,764.00
Total Activo circulante	\$ 100,400.51	Pasivo a largo plazo	
Activo Fijo		Crédito Avío	95,400.51
Equipo de Computo	93,237.00	Crédito refaccionario	<u>164,930.24</u>
Mob. Y Equipo	90,748.00	Suma Pasivo a largo plazo	<u>260,330.75</u>
Equipo menor	9,914.80	Suma del Pasivo	283,094.75
Equipo Adicional	1,320.00		
Equipo de Reparto	<u>10,943.00</u>	Capital Contable	
Total Activo fijo	206,162.80	Capital social	55,988.56
Activo diferido		Suma Capital	55,988.56
Gtos preoperativos	32,520.00		
Suma Activo diferido	<u>32,520.00</u>	Suma del Pasivo y capital	<u>\$ 339,083.31</u>
Suma del Activo	\$ 339,083.31		

5.4 Concentrado por rubros de la inversión requerida

Tabla 5.3 Concentrado por rubros de la inversión requerida para funcionamiento y operación de CyberKopy, expresado en M.N.

Rubro de Inversión	Monto total	Capital propio	Financiamiento externo
Equipo de computo	93,237.00	18,647.40	74,589.60
Equipo de reparto	10,943.00	2,188.60	8,754.40
Mobiliario y equipo	90,748.00	18,149.60	72,598.40
Equipo menor	9,914.80	1,982.96	7,931.84
Equipo adicional	1,320.00	264.00	1,056.00
Capital de trabajo	95,400.51		95,400.51
Gastos preoperativos	32,520.00	9,756.00	22,764.00
Efectivo	5,000.00	5,000.00	0
Total	\$ 339,083.31	\$ 55,988.56	\$ 283,094.75

5.6 Préstamo de Habilitación y Avío

Tabla 5.5 Financiamiento para el capital de trabajo de CyberKopy, expresado en m.n

Datos	
Préstamo Habilitación o Avío	
Tasa de interes	17.50%
Plazo	4 Años
Pago a capital igual	

No. De pagos	Capital	Abono a Capital	Intereses	Pago igual	IVA 15%	Pago Total
0	\$ 95,400.51					
1	71,550.38	23,850.13	16,695.09	40,545.22	2,504.26	43,049.48
2	47,700.25	23,850.13	12,521.32	36,371.44	1,878.20	38,249.64
3	23,850.13	23,850.13	8,347.54	32,197.67	1,252.13	33,449.80
4	-	23,850.13	4,173.77	28,023.90	626.07	28,649.97
SUMA			\$ 37,563.95	\$ 109,114.33	\$ 5,634.59	\$ 114,748.92

5.7 Préstamo Refaccionario

Tabla 5.6 Financiamiento para los activos fijos necesarios para el inicio de operaciones de CyberKopy, expresado en m.n

Financiamiento para la inversión inicial						
Crédito Refaccionario						
Datos.						
CAPITAL A SOLICITAR		164,930.24				
14 Puntos Banco		17.50%				
TIIE		7.69				
PLAZO (años)		4				
No. de pagos	Capital	Abono a Capital	Intereses	Pago igual	IVA 15%	Pago Total
0	\$ 164,930.24					
1	133,077.26	\$ 31,852.98	\$ 28,862.79	\$ 60,715.77	\$ 4,329.42	\$ 65,045.19
2	95,650.01	37,427.25	23,288.52	60,715.77	3,493.28	64,209.05
3	51,673.00	43,977.02	16,738.75	60,715.77	2,510.81	63,226.58
4	0.00	51,673.00	9,042.77	60,715.77	1,356.42	62,072.19

5.8 Costos variables anuales proyectados para 10 años

Tabla 5.7 Proyección de los costos variables a 10 años de CiberKopy, expresado en M.N.

Costos	Mensual	1er año	2do año	3er año	4to año	5to año	6to año	7mo año	8vo año	9no año	10mo año
		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
		total	% inflacion 1.04	% inflacion 1.05	% inflacion 1.05	% inflacion 1.05	% inflacion 1.05	% inflacion 1.15	% inflacion 1.10	% inflacion 1.08	% inflacion 1.05
Sum.del Copiado	\$19,229.77	\$ 230,757.24	\$ 239,987.53	\$ 247,187.16	\$ 254,602.77	\$ 262,240.85	270,108.08	\$ 278,211.32	\$ 286,557.66	\$ 295,154.39	\$ 304,009.02
Sum.computo	3,758.00	45,096.00	46,899.84	48,306.84	49,756.04	51,248.72	52,786.18	54,369.77	56,000.86	57,680.89	59,411.31
Gtos de Manto.	4,250.00	51,000.00	53,040.00	54,631.20	56,270.14	57,958.24	59,696.99	61,487.90	63,332.53	65,232.51	67,189.49
Servicios	12,369.33	148,432.00	154,369.28	159,000.36	163,770.37	168,683.48	173,743.98	178,956.30	184,324.99	189,854.74	195,550.39
Total	\$39,607.10	\$ 475,285.24	\$ 494,296.65	\$ 509,125.55	\$ 524,399.32	\$ 540,131.30	\$ 556,335.23	\$ 573,025.29	\$ 590,216.05	\$ 607,922.53	\$ 626,160.21

5.9 Proyección de costos fijos

Tabla 5.8 Proyección de los costos fijos a 10 años de CiberKopy, expresado en m.n.

DATOS		
Depreciaciones	Años	% Anual
Mobiliario y Equipo	10	10%
Eq de Reparto	4	25%
Equipo de Cómputo	3	33%

Costos Fijos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Poliza de seguro	\$ 7,500.00	\$ 7,800.00	\$ 8,034.00	\$ 8,275.02	\$ 8,523.27	\$ 8,778.97	\$ 9,042.34	\$ 9,313.61	\$ 9,593.02	\$ 9,880.81
Sueldos operativos	381,600.00	381,600.00	381,600.00	381,600.00	381,600.00	381,600.00	381,600.00	381,600.00	381,600.00	381,600.00
Sueldos admivos	120,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00
Impuestos s/nomina	167,920.86	167,920.86	167,920.86	167,920.86	167,920.86	167,920.86	167,920.86	167,920.86	167,920.86	167,920.86
Depreciación										
Mobiliario y equipo	9,074.80	9,074.80	9,074.80	9,074.80	9,074.80	9,074.80	9,074.80	9,074.80	9,074.80	9,074.80
Equipo de cómputo	31,075.89	31,075.89	31,075.89	9.32						
Equipo de reparto	2,735.75	2,735.75	2,735.75	2,735.75						
Amortización										
Gastos preoperativos	1,626.00	1,626.00	1,626.00	1,626.00	1,626.00	1,626.00	1,626.00	1,626.00	1,626.00	1,626.00
Totales	\$ 721,533.30	\$ 721,833.30	\$ 722,067.30	\$ 691,241.75	\$ 688,744.93	\$ 689,000.63	\$ 689,264.00	\$ 689,535.27	\$ 689,814.68	\$ 690,102.47

5.10 Proyección de Ingresos

Tabla 5.9 Ingresos del servicio de cómputo proyectados a 10 años para CyberKopy, expresado en m.n.

Ingresos 2008			
Renta de equipo de cómputo			
No.de equipos			10
Horas habiles diarias			15
Dias de operación			304
Precio unitario por juego incluye I.V.A.			15
Capacidad instalada 80%			80%
Ingreso anual			
\$	547,200.00	Subtotal \$	497,454.55
		IVA \$	49,745.45

Ingresos Computo	Total	Sub-Total	I.V.A
2008 Año 1	\$ 547,200.00	\$ 497,454.55	\$ 49,745.45
2009 Año 2	566,461.44	514,964.95	51,496.49
2010 Año 3	586,117.65	532,834.23	53,283.42
2011 Año 4	606,455.93	551,323.58	55,132.36
2012 Año 5	627,499.96	570,454.50	57,045.45
2013 Año 6	649,274.20	590,249.28	59,024.93
2014 Año 7	671,804.02	610,730.93	61,073.09
2015 Año 8	695,115.62	631,923.29	63,192.33
2016 Año 9	719,236.13	653,851.03	65,385.10
2017 Año 10	744,193.62	676,539.66	67,653.97
Suma	\$ 6,413,358.58	\$ 5,830,325.98	\$ 583,032.60

5.10 Proyección de Ingresos

Tabla 5.10 Ingresos del servicio de copiado proyectados a 10 años para CyberKopy, expresado en m.n.

Ingresos 2008			
Servicio de Copiado			
No. Copiadoras	5	\$	1,003,544.40
Horas habiles diarias	15		
Dias de operación	304		
Precios unitario	Según la copia		
Capacidad	De acuerdo al plan de ventas		
Ingreso Anual			
\$	1,003,544.40	Subtotal \$	912,313.09
		IVA \$	91,231.31

Ingresos Copiado	Total	Sub-Total	I.V.A
2008 Año 1	\$ 1,003,544.40	\$ 912,313.09	\$ 91,231.31
2009 Año 2	1,038,869.16	944,426.51	94,442.65
2010 Año 3	1,074,917.92	977,198.11	97,719.81
2011 Año 4	1,112,217.57	1,011,106.89	101,110.69
2012 Año 5	1,150,811.52	1,046,192.30	104,619.23
2013 Año 6	1,190,744.68	1,082,495.17	108,249.52
2014 Año 7	1,232,063.53	1,120,057.75	112,005.78
2015 Año 8	1,274,816.13	1,158,923.75	115,892.38
2016 Año 9	1,319,052.25	1,199,138.41	119,913.84
2017 Año 10	1,364,823.36	1,240,748.51	124,074.85
Suma	11,761,860.54	\$ 10,692,600.49	\$ 1,069,260.05

5.10 Proyección de Ingresos

Tabla 5.11 Ingresos del servicio de papelería proyectados a 10 años para CyberKopy, expresado en m.n.

Ingresos 2008	
Papelería	
Inventario mensual de papelería	\$ 3,646.00
% utilidad	90%
Anual	12
Ingreso Anual	
\$ 83,128.80	Subtotal \$ 75,571.64
	IVA \$ 7,557.16

Ingresos Papelería	Total	Sub-Total	I.V.A
2008 Año 1	\$ 83,128.80	\$ 75,571.64	\$ 7,557.16
2009 Año 2	86,054.93	78,231.76	7,823.18
2010 Año 3	89,041.04	80,946.40	8,094.64
2011 Año 4	92,130.76	83,755.24	8,375.52
2012 Año 5	95,327.70	86,661.55	8,666.15
2013 Año 6	98,635.57	89,668.70	8,966.87
2014 Año 7	102,058.23	92,780.21	9,278.02
2015 Año 8	105,599.65	95,999.68	9,599.97
2016 Año 9	109,263.96	99,330.87	9,933.09
2017 Año 10	113,055.41	102,777.65	10,277.76
Suma	974,296.06	\$ 885,723.69	\$ 88,572.37

5.11 Estado de Resultados Proforma

Tabla 5.12 Proyección de Estado de Resultados a 10 años de CiberKopy, expresado en M.N.

Estado de Resultados proyectado a 10 años.										
	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos	\$ 1,485,339.27	\$ 1,537,623.22	\$ 1,590,978.74	\$ 1,646,185.70	\$ 1,703,308.35	\$ 1,762,413.15	\$ 1,823,568.88	\$ 1,886,846.72	\$ 1,952,320.30	\$ 2,020,065.82
Costos directos	432,077.49	449,360.59	462,841.41	476,726.65	491,028.45	505,759.30	520,932.08	536,560.05	552,656.85	569,236.55
Contribucion Marginal	\$ 1,053,261.78	\$ 1,088,262.62	\$ 1,128,137.33	\$ 1,169,459.05	\$ 1,212,279.90	\$ 1,256,653.84	\$ 1,302,636.80	\$ 1,350,286.68	\$ 1,399,663.46	\$ 1,450,829.27
	0.70911	0.70776	0.70908	0.71041	0.71172	0.71303	0.71433	0.71563	0.71692	0.71821
Costos fijos	721,533.30	721,833.30	722,067.30	691,241.75	688,744.93	689,000.63	689,264.00	689,535.27	689,814.68	690,102.47
Ut. Antes de Interes	\$ 331,728.48	\$ 366,429.32	\$ 406,070.03	\$ 478,217.30	\$ 523,534.97	\$ 567,653.21	\$ 613,372.80	\$ 660,751.41	\$ 709,848.78	\$ 760,726.80
Intereses	47,772.97	35,809.84	25,086.30	13,216.55	-	-	-	-	-	-
Ut. A. de Imptos	\$ 283,955.51	\$ 330,619.48	\$ 380,983.73	\$ 465,000.76	\$ 523,534.97	\$ 567,653.21	\$ 613,372.80	\$ 660,751.41	\$ 709,848.78	\$ 760,726.80
Imptos 28% ISR, 10% PTU	107,903.10	125,635.40	144,773.82	176,700.29	198,943.29	215,708.22	233,081.66	251,085.54	269,742.54	289,076.18
Utilidad Desp/imptos	\$ 176,052.42	\$ 204,984.08	\$ 236,209.91	\$ 288,300.47	\$ 324,591.68	\$ 351,944.99	\$ 380,291.14	\$ 409,665.87	\$ 440,106.24	\$ 471,650.62

5.12 Flujo de efectivo proyectado

Tabla 5.13 Flujo de efectivo proyectado a 10 años para CiberKopy, expresado en M.N.

Flujo de Efectivo proyectado a 10 años										
Conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingreso	\$ 1,633,873.20	\$ 1,691,385.54	\$ 1,750,076.61	\$ 1,810,804.27	\$ 1,873,639.18	\$ 1,938,654.46	\$ 2,005,925.77	\$ 2,075,531.40	\$ 2,147,552.33	\$ 2,222,072.40
Contado										
Ingresos totales	1,633,873.20	1,691,385.54	1,750,076.61	1,810,804.27	1,873,639.18	1,938,654.46	2,005,925.77	2,075,531.40	2,147,552.33	2,222,072.40
Egresos										
Sum.del Copiado	211,527.47	239,218.34	246,587.19	253,984.80	261,604.35	269,452.48	277,536.05	285,862.13	294,438.00	303,271.14
Sum.computo	41,338.00	46,749.52	48,189.59	49,635.27	51,124.33	52,658.06	54,237.80	55,864.94	57,540.89	59,267.11
Gastos de Manto	46,750.00	52,870.00	54,498.60	56,133.56	57,817.56	59,552.09	61,338.65	63,178.81	65,074.18	67,026.40
Sdos Admvos	120,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00
Personal operativo	381,600.00	381,600.00	381,600.00	381,600.00	381,600.00	381,600.00	381,600.00	381,600.00	381,600.00	381,600.00
Impuestos s/nomina	167,920.86	167,920.86	167,920.86	167,920.86	167,920.86	167,920.86	167,920.86	167,920.86	167,920.86	167,920.86
Servicios	148,432.00	154,369.28	159,000.36	163,770.37	168,683.48	173,743.98	178,956.30	184,324.99	189,854.74	195,550.39
Seguros	7,500.00	7,800.00	8,034.00	8,275.02	8,523.27	8,778.97	9,042.34	9,313.61	9,593.02	9,880.81
Iva por pagar	136,156.10	153,326.62	158,653.24	164,158.51	169,854.81	175,748.77	181,847.26	188,157.36	194,686.42	201,442.04
Pago de Impuestos	72,881.92	119,880.18	138,562.23	166,338.19	191,724.07	210,266.97	227,442.92	245,242.17	263,687.19	282,801.23
Pago de Capital	71,773.51	62,864.52	67,281.33	74,881.79	6,293.59	-	-	-	-	-
Pago de Int.+ IVA	50,538.54	42,149.91	29,876.91	16,336.55	1,266.59	-	-	-	-	-
Egresos totales	1,456,418.39	1,548,749.23	1,580,204.31	1,623,034.92	1,586,412.91	1,619,722.19	1,659,922.18	1,701,464.88	1,744,395.29	1,788,759.97
Flujo de efec.neto	177,454.81	147,636.30	174,872.31	192,769.35	292,226.27	323,932.27	351,003.59	379,066.52	408,157.04	438,312.43
Flujo de efec.Inicial	95,400.51	277,855.32	420,491.62	590,363.92	778,133.28	1,065,359.55	1,384,291.82	1,730,295.41	2,104,361.93	2,507,518.97
Efectivo min de op	5,000.00	- 5,000.00	- 5,000.00	- 5,000.00	- 5,000.00	- 5,000.00	- 5,000.00	- 5,000.00	- 5,000.00	- 5,000.00
Flujo de efec.final	\$ 277,855.32	\$ 420,491.62	\$ 590,363.92	\$ 778,133.28	\$ 1,065,359.55	\$ 1,384,291.82	\$ 1,730,295.41	\$ 2,104,361.93	\$ 2,507,518.97	\$ 2,940,831.40

5.13 Proyección del Balance General Proforma

Tabla 5.14 Proyección del Balance General Proforma por 10 años para CyberKopy, expresado en m.n.

ACTIVO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Activo circulante											
Caja	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Bcos (Cap.de trabajo)	95,400.51	272,855.32	415,491.62	585,363.92	773,133.28	1,060,359.55	1,379,291.82	1,725,295.41	2,099,361.93	2,502,518.97	2,935,831.40
IVA Acreditable	49,799.73	100,233.61	150,414.74	200,218.25	249,486.31	300,062.24	352,155.44	405,811.45	461,077.13	518,000.79	
Total Activo circulante	\$ 100,400.51	327,655.05	520,725.22	740,778.66	978,351.53	1,314,845.85	1,684,354.05	2,082,450.85	2,510,173.37	2,968,596.10	3,458,832.19
Activo Fijo											
Mobiliario y equipo	90,748.00	90,748.00	90,748.00	90,748.00	90,748.00	90,748.00	90,748.00	90,748.00	90,748.00	90,748.00	90,748.00
Deprec. Acumul.	-	9,074.80	18,149.60	27,224.40	36,299.20	45,374.00	54,448.80	63,523.60	72,598.40	81,673.20	90,748.00
Equipo de Cómputo	93,237.00	93,237.00	93,237.00	93,237.00	93,237.00	93,237.00	93,237.00	93,237.00	93,237.00	93,237.00	93,237.00
Deprec. Acumul.	-	31,075.89	62,151.78	93,227.68	124,303.57	155,379.46	186,455.35	217,531.24	248,607.13	279,683.02	310,758.91
Equipo de Reparto	10,943.00	10,943.00	10,943.00	10,943.00	10,943.00	10,943.00	10,943.00	10,943.00	10,943.00	10,943.00	10,943.00
Deprec. Acumul.	-	2,735.75	5,471.50	8,207.25	10,943.00	13,678.75	16,414.50	19,150.25	21,886.00	24,621.75	27,357.50
Equipo menor	9,914.80	9,914.80	9,914.80	9,914.80	9,914.80	9,914.80	9,914.80	9,914.80	9,914.80	9,914.80	9,914.80
Equipo adicional	1,320.00	1,320.00	1,320.00	1,320.00	1,320.00	1,320.00	1,320.00	1,320.00	1,320.00	1,320.00	1,320.00
Total Activo fijo	\$ 206,162.80	163,276.36	120,389.92	77,503.47	65,683.60	56,608.80	47,534.00	38,459.20	29,384.40	20,309.60	11,234.80
Activo diferido											
Gtos preoperativos	32,520.00	32,520.00	32,520.00	32,520.00	32,520.00	32,520.00	32,520.00	32,520.00	32,520.00	32,520.00	32,520.00
Amortización	-	1,626.00	3,252.00	4,878.00	6,504.00	8,130.00	9,756.00	11,382.00	13,008.00	14,634.00	16,260.00
Total Activo diferido	\$ 32,520.00	30,894.00	29,268.00	27,642.00	26,016.00	24,390.00	22,764.00	21,138.00	19,512.00	17,886.00	16,260.00
Suma del Activo	\$ 339,083.31	521,825.41	670,383.14	845,924.13	1,070,051.14	1,395,844.65	1,754,652.05	2,142,048.05	2,559,069.77	3,006,791.70	3,486,326.99
PASIVO											
Pasivo circulante											
Doctos x pagar a CP	\$ 22,764.00	2,051.67									
Doctos x pagar a LP		4,641.93	5,106.45	5,652.26	6,293.59						
proveedores		27,237.77	28,327.28	29,177.10	30,052.41	30,953.98	31,882.60	32,839.08	33,824.25	34,838.98	35,884.15
IVA x Pagar		12,377.83	12,813.53	13,258.16	13,718.21	14,194.24	14,686.78	15,196.41	15,723.72	16,269.34	16,833.88
Imptos por pagar		35,021.18	40,776.40	46,987.99	53,350.09	60,000.00	67,000.00	74,400.00	82,200.00	90,400.00	99,000.00
Interes por pagar		3,826.41	2,984.15	2,090.52	1,101.38						
Suma pasivo a c.plazo	22,764.00	85,156.78	90,007.81	97,166.04	108,515.69	109,717.53	116,579.94	123,684.80	131,040.65	138,656.33	146,541.01
Pasivo a largo plazo											
Crédito Avío	95,400.51	71,550.38	47,700.25	23,850.13							
Crédito refaccionario	164,930.24	133,077.26	95,650.01	51,673.00							
Suma Pasivo a L.P	\$ 260,330.75	\$ 204,627.64	\$ 143,350.27	\$ 75,523.12							
Suma del Pasivo	283,094.75	289,784.43	233,358.08	172,689.16	108,515.69	109,717.53	116,579.94	123,684.80	131,040.65	138,656.33	146,541.01
Capital Contable											
Capital social	55,988.56	55,988.56	55,988.56	55,988.56	55,988.56	55,988.56	55,988.56	55,988.56	55,988.56	55,988.56	55,988.56
Utilidad del ejercicio		176,052.42	204,984.08	236,209.91	288,300.47	324,591.68	351,944.99	380,291.14	409,665.87	440,106.24	471,650.62
Ut. Acum ejerc.ant.		-	176,052.42	381,036.50	617,246.41	905,546.88	1,230,138.56	1,582,083.56	1,962,374.69	2,372,040.57	2,812,146.81
Suma Capital	55,988.56	232,040.98	437,025.06	673,234.97	961,535.44	1,286,127.12	1,638,072.12	2,018,363.25	2,428,029.13	2,868,135.37	3,339,785.99
Suma Pasivo y capital	\$ 339,083.31	\$ 521,825.41	\$ 670,383.14	\$ 845,924.13	\$ 1,070,051.14	\$ 1,395,844.66	\$ 1,754,652.06	\$ 2,142,048.05	\$ 2,559,069.78	\$ 3,006,791.71	\$ 3,486,326.99

5.14 Punto de equilibrio operativo y financiero

El punto de equilibrio operativo es una herramienta que le permite a la empresa CiberKopy conocer el volumen de ventas necesario para no tener pérdidas, es un punto donde ni se gana ni se pierde; para determinarlo es necesario conocer los costos fijos y variables de CiberKopy. Los costos fijos son aquellos que independientemente del volumen de ventas siempre son los mismos, como la renta del local, las depreciaciones de activos fijos, amortizaciones de los gastos preoperativos, sueldos administrativos, póliza de seguro, entre otros. Los costos variables son aquellos que si tienen relación directa con el volumen de ventas, tales como suministros de los servicios de copiado y computo, gastos de mantenimiento y servicios varios, entre otros.

El punto de equilibrio financiero al igual que el operativo es aquel que le permite a la empresa CiberKopy conocer el volumen de ventas necesario para no tener pérdidas, es el punto donde ni se gana ni se pierde, pero considerando en su cálculo a los costos financieros como son los intereses, se le suman a los costos fijos.

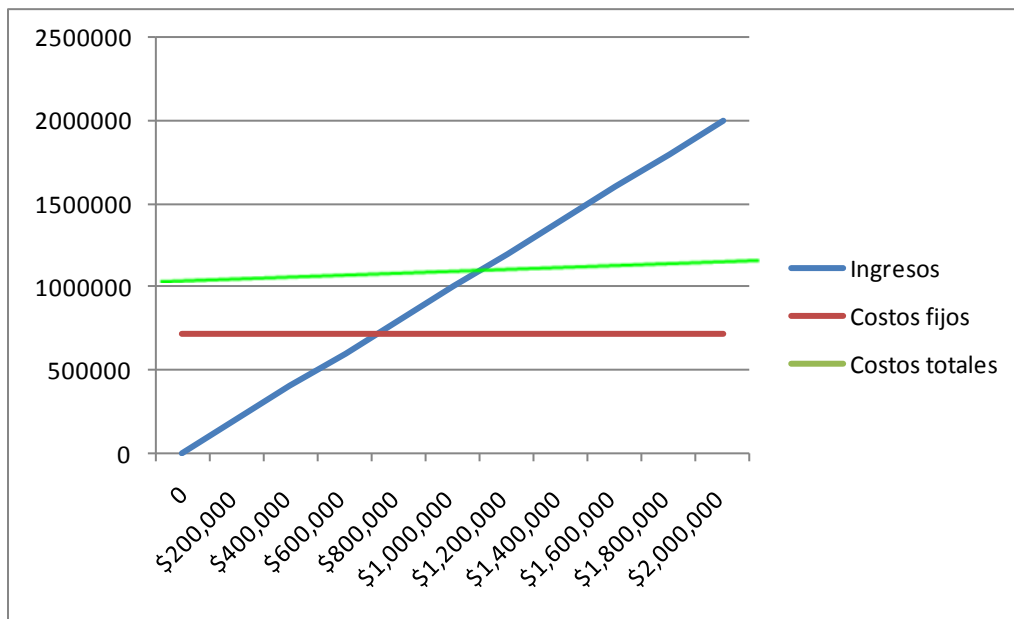
Como podemos apreciar en la tabla 5.16 el punto de equilibrio financiero es mayor que el operativo ya que requiere cubrir además de los costos de operación los costos financieros; a partir del año 2011, el punto de equilibrio operativo y financiero son iguales ya que los financiamientos que están incluidos en el punto de equilibrio financiero se terminan a los cuatro años. Conforme pasan los años el punto de equilibrio disminuye, cada vez se requiere menos ventas para cubrir los costos y obtener utilidad, esto es porque los ingresos aumentan así como los costos variables en proporción a las ventas, pero los costos fijos se mantienen iguales e incluso disminuyen en los años 2011 y 2012, lo que representa que la empresa está siendo más productiva.

Tabla 5.15 Punto de equilibrio operativo y financiero proyectado a 10 años para CyberKopy, expresado en m. n.

Año	Punto de equilibrio operativo	Punto de equilibrio financiero
2008	\$ 1,017,526.48	\$ 1,084,897.25
2009	1,019,889.52	1,070,485.79
2010	1,018,310.18	1,053,688.64
2011	973,024.48	991,628.71
2012	967,717.93	967,717.93
2013	966,299.33	966,299.33
2014	964,904.71	964,904.71
2015	963,534.18	963,534.18
2016	962,187.87	962,187.87
2017	960,865.92	960,865.92

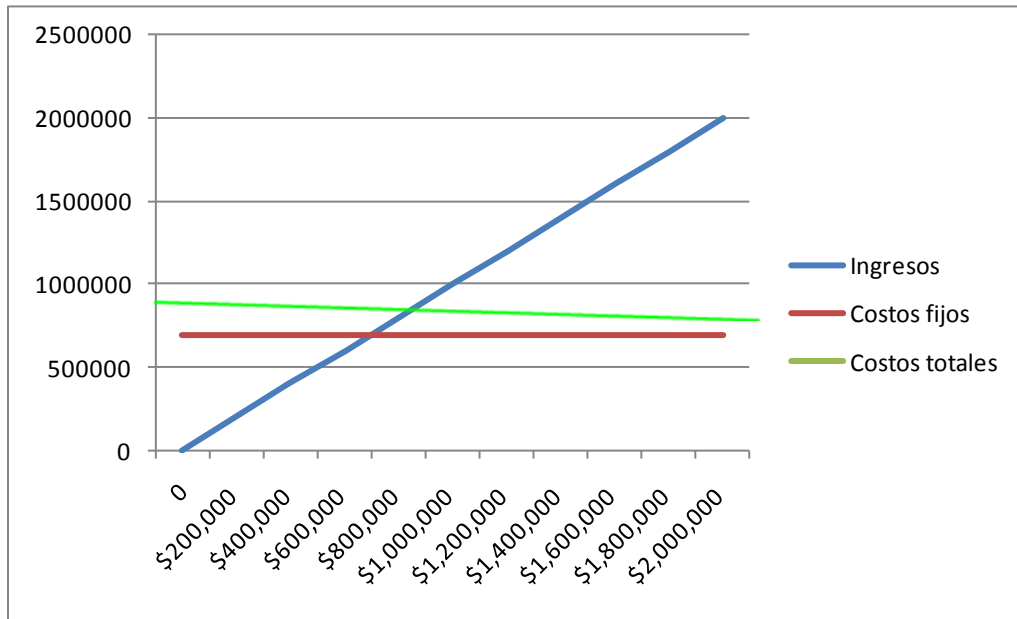
Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 5.1 Punto de equilibrio operativo del año 1, 2008



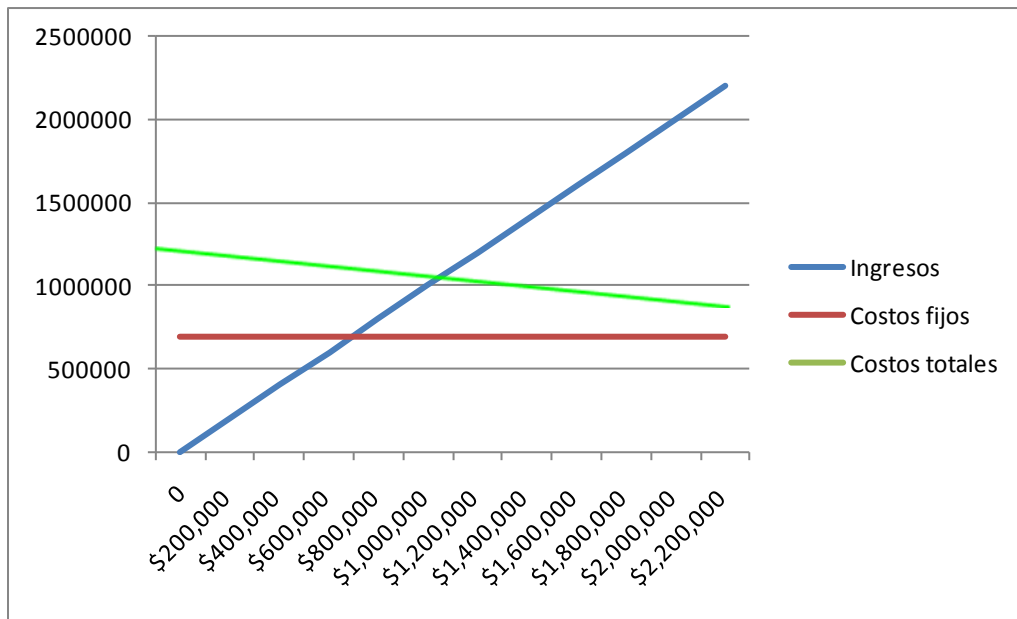
En la gráfica 5.1 podemos ver que el punto de equilibrio del año 2008 es de \$1,017,526.48, partiendo de costos fijos de \$721,533.30, costos totales de \$1,153,610.79 y los ingresos de \$1, 485,339.27 m. n.

Gráfico 5.2 Punto de equilibrio operativo del año 5, 2012



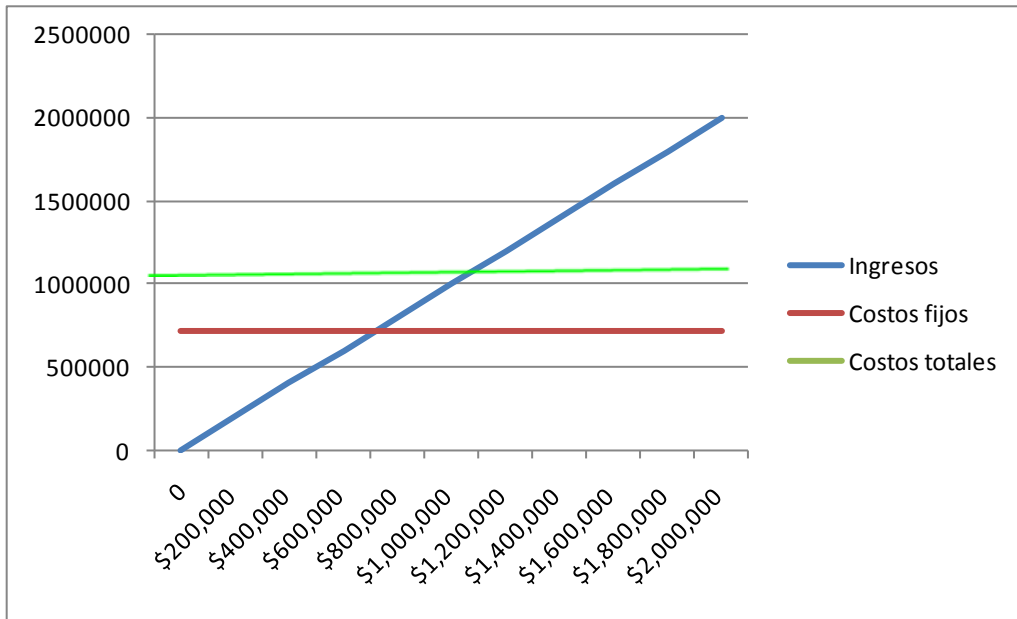
El punto de equilibrio del año 2012 de la gráfica 5.2 es de \$967,717.93, partiendo de costos fijos de \$688,744.93, costos totales de \$1,179,773.38 y los ingresos de \$1,703,308.35 m. n.

Gráfico 5.3 Punto de equilibrio operativo del año 10, 2017



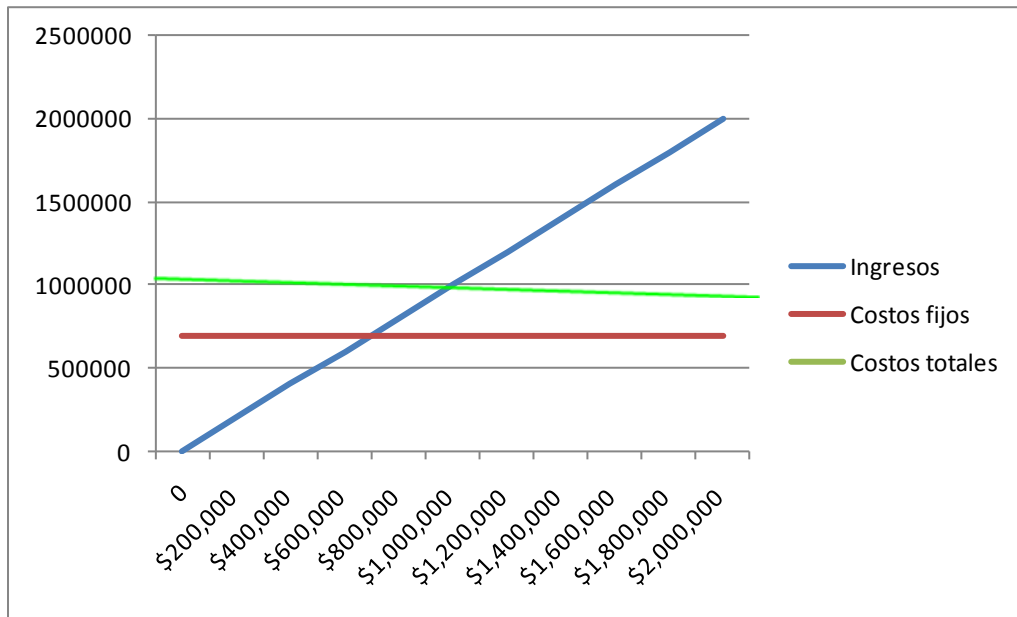
El punto de equilibrio del año 2017 como vemos en la gráfica 5.3 es de \$960,865.92, partiendo de costos fijos de \$690,102.47, costos totales de \$1,259,339.02 y los ingresos de \$2,020,065.82 m. n.

Gráfico 5.4 Punto de equilibrio financiero del año 1, 2008



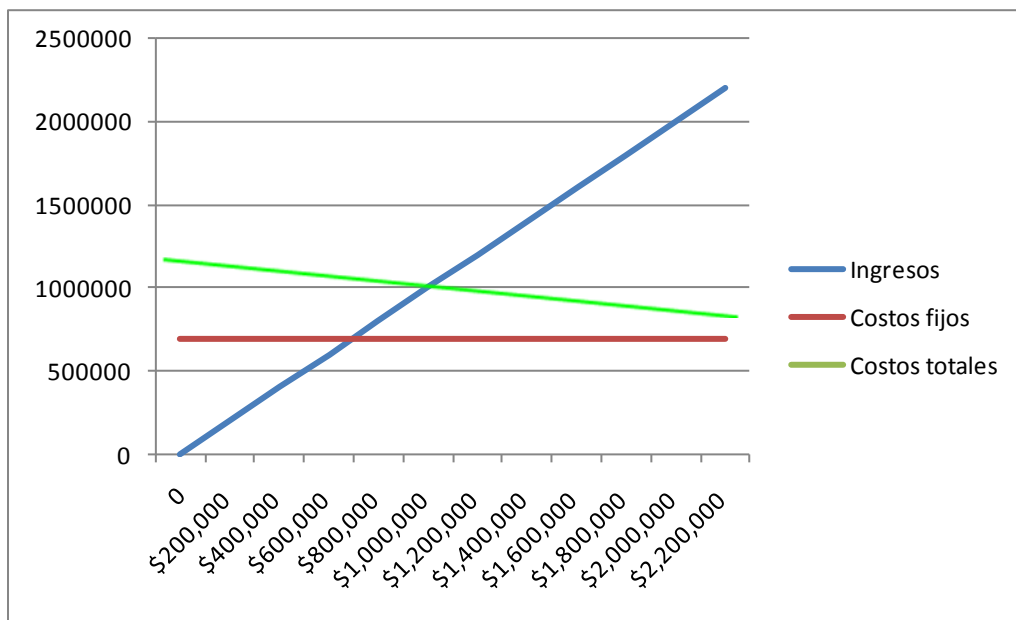
En la gráfica 5.4 el punto de equilibrio financiero del año 2008 es de \$1,084,897.25 m. n. y podemos ver que los costos totales se mantienen muy estables.

Gráfico 5.5 Punto de equilibrio financiero del año 5, 2012



En la gráfica 5.5 el punto de equilibrio financiero del año 2012 es de \$967,717.93 m. n., también se aprecia como los costos totales bajan.

Gráfico 5.6 Punto de equilibrio financiero del año 10, 2017



En la gráfica 5.6 el punto de equilibrio financiero del año 2017 es de \$960,865.92 m. n., los costos fijos se mantienen y los costos totales tienen una tendencia a la baja.

5.15 Análisis financiero proyectado a 10 años

Tabla 5.16 Análisis financiero proyectado a 10 años para CiberKopy

Análisis de Razones Financieras												
Razones de Liquidez		(cálculo)	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Liquidez	(A.C. / P.C.)		3.8	5.8	7.6	9.0	12.0	14.4	16.8	19.2	21.4	23.6
Capital de trabajo	(AC-PC)		242,498.26	430,717.41	643,612.62	869,835.84	1,205,128.32	1,567,774.11	1,958,766.05	2,379,132.72	2,829,939.77	3,312,291.18
Razones de endeudamiento		(calcula)	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Pasivo a Capital	(P.L.P. / C.S.)		3.65	2.56	1.35							
Cobertura de intereses	U.Op./Intereses		6.94	10.23	16.19	36.18						
Razones de Rentabilidad		(cálculo)	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Margen Bruto	(Ut. Bruta/Ventas)		70.91%	70.78%	70.91%	71.04%	71.17%	71.30%	71.43%	71.56%	71.69%	71.82%
Margen Operativo	(U.Op. / Vtas.)		22.33%	23.83%	25.52%	29.05%	30.74%	32.21%	33.64%	35.02%	36.36%	37.66%
Margen Neto	(U.N. / Vtas.)		11.85%	13.33%	14.85%	17.51%	19.06%	19.97%	20.85%	21.71%	22.54%	23.35%

Razones de Liquidez. Los resultados que arroja el análisis de las razones de liquidez nos presenta que la empresa CiberKopy tiene solvencia, ya que en el año 2008 cuenta con 3.8 pesos para respaldar el pasivo, aumentado considerable cada año hasta llegar al año diez con 23.6 pesos. El capital de trabajo que es con lo que cuenta para enfrentar deudas y nuevas inversiones arroja números positivos y cada año aumenta hasta llegar a 3,312,291.18 moneda nacional.

Razones de Endeudamiento. La empresa CiberKopy solicitó préstamos a uno y cuatro años en los cuales podemos ver que el análisis de endeudamiento da resultados muy favorables ya que la empresa cuenta con utilidades y capital suficientes para respaldar dicho endeudamiento.

Razones de Rentabilidad. Como resultado del análisis de Rentabilidad podemos concluir que la empresa CiberKopy es rentable ya que el porcentaje de margen bruto para el primer año es de 70.91 por ciento, con un margen operativo del 22.33 por ciento y principalmente el margen neto es del 11.85 por ciento aumentado considerablemente a 23.5 por ciento en el año diez.

5.16 Análisis de Rentabilidad

En el análisis de Rentabilidad de la empresa se estimó la relación Utilidad con Inversión, Tasa Interna de Retorno (TIR) y Valor Presente Neto (VPN), se calcularon tomando como base las utilidades y los flujos de efectivo de la empresa, tomando en cuenta el costo de capital del 16.26 por ciento basado en las tasas de interés bancarias actuales para financiamiento.

Tabla 5.17 Análisis de rentabilidad

RELACION UTILIDAD/COSTO	TIR	VPN	PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION.
106.19%	122%	\$ 3,904,254.90	La inversión se recupera en un año, un mes y 23 días.

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a las ventas y costos se genera un flujo de efectivo que va aumentando año con año. El periodo de recuperación es de un año y dos meses, un lapso que se puede considerar corto y atractivo para los inversionistas. Como se puede observar el costo de capital es muy inferior a la Tasa Interna de Retorno (TIR), lo que nos indica que este proyecto es muy factible ya que la tasa máxima por la que la empresa puede pagar por el financiamiento del proyecto (TIR) está por debajo del costo. El Valor Presente Neto (VPN) resulta muy positivo y representa que habrá una recuperación de efectivo una vez descontada la inversión inicial.

5.17 Conclusión financiera

De acuerdo a los resultados obtenidos del análisis de la situación financiera de la empresa CiberKopy para su creación y funcionamiento, podemos concluir que es una empresa rentable, se tomo como base estados financieros proyectados y flujo de efectivo, obteniendo una Tasa Interna de retorno (TIR) de 122 por ciento muy por encima del costo de capital promedio ponderado donde la utilidad sobre costo es del 106.9 por ciento. El valor presente neto positivo y suficiente para cubrir costos después de recuperar su inversión inicial. Un punto muy favorable y atractivo para los inversionistas es que el periodo de recuperación es de un año y dos meses.

Capítulo 6

Riesgos Críticos

Una vez concluido el análisis financiero de la empresa CiberKopy podemos apreciar que los datos claramente nos indican que es un proyecto rentable, pero además es importante considerar el estudio de otros conceptos que pueden afectar de manera importante la estabilidad económica de la empresa, como son los riesgos internos, externos y financieros. En las tablas siguientes 6.1, 6.2 y 6.3, se enuncian algunos de los principales riesgos que podrían ocurrir, así como el impacto que tendrían sobre la empresa y los planes de contingencia para enfrentar el daño y que pueda ser minimizado o nulo.

6.1 Riesgos internos

Los riesgos internos son aquellos que pueden surgir por el funcionamiento normal de la empresa, los cuales pueden ser controlados o prevenidos con una correcta administración de los recursos.

Tabla 6.1 Riesgos internos

Riesgo	Probabilidad de ocurrencia	Impacto	Plan de Contingencia
Rotación de personal	60%	Alto	Establecer programa de lealtad. Coordinación con las bolsas de trabajo de la localidad.
Mermas y desperdicios	60%	Alto	Controles de la materia prima con responsabilidades compartidas de los diferentes departamentos como son copiado, cómputo y cafetería.
Coordinación y trabajo en equipo deficiente entre las áreas de los servicios de copiado, cómputo y cafetería	50%	Medio	Establecer cursos de capacitación para el trabajo en equipo de los departamentos de la empresa. Promover un paseo anual para la convivencia entre los empleados.
No cumplir con las expectativas del cliente	50%	Alto	Aplicar encuestas a los clientes de satisfacción de los servicios y establecer un buzón de quejas y sugerencias para la empresa.

Fuente: Elaboración propia.

6.2 Riesgos externos

Los riesgos externos son aquellas variables que afectan a la empresa y no dependen de ella sino del entorno económico, no son controladas por la empresa pero si se pueden prevenir o contrarrestar con los planes de contingencia.

Tabla 6.2 Riesgos externos

Riesgo	Probabilidad de ocurrencia	Impacto	Plan de Contingencia
Competencia	60%	Alto	Administrar eficientemente las ventajas competitivas.
Fluctuaciones en el tipo de cambio	40%	Medio	Alianzas con empresas mexicanas, promoviendo el consumo de producto mexicano.
Crisis económica	70%	Alto	Promover el ahorro y la eficiencia de los recursos de la empresa. Controles sobre mermas y desperdicios, utilizar el reciclaje.
Nuevas tecnologías	40%	Medio	Programas de capacitación en vinculación con las cámaras de la ciudad. Alianzas con las marcas como Konica Minolta que son una firma importante y a la vanguardia.
Problemas con el financiamiento	50%	Alto	Reestructuración de los créditos y búsqueda de nuevos inversionistas. Solicitar créditos con gobierno del estado.

Fuente: Elaboración propia.

6.3 Riesgos financieros

Tabla 6.3 Definición de variables

El análisis de sensibilidad se llevo a cabo utilizando las siguientes variables:	
Proyecciones del bueno	
1.	Aumentan las ventas del centro de cómputo en un 20 porciento.
2.	El porcentaje de aportación de los socios aumenta al 40 porciento y el financiamiento disminuye a un 60 porciento.
3.	Se consigue una compra de oferta del equipo de cómputo al 50 porciento.
Proyecciones del malo	
1.	Bajan las ventas del centro de cómputo en un 50 porciento.
2.	Aumentan los costos variables en un 20 porciento (mantenimiento y servicios).

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6.4 Análisis de sensibilidad

	Valor Actual Neto y TIR		
	Bueno	Malo	Normal
TIR	181%	15%	122%
VPN	5,768,470.28	- 131,152.27	3,904,254.90
Variables	Rango		
	Bueno	Malo	Normal
Aportaciones de los socios	83,313.12	76,604.84	55,988.56
Ingresos	20,752,854.81	15,942,835.88	19,149,515.17
Costos Directos	4,997,179.42	5,416,547.58	4,997,179.42
Costos fijos	6,950,241.91	7,090,596.96	6,993,137.62
Financiamiento externo	212,870.19	368,883.74	283,094.75

Fuente: Elaboración propia.

Conclusión del análisis de sensibilidad

Las variables que se utilizaron para el análisis de sensibilidad de este proyecto en las condiciones de bueno y malo, fueron elegidas de acuerdo a la experiencia laboral del autor de este plan de negocios y porque se considera que los ingresos y los costos son elementos básicos de la empresa, los cambios en estos conceptos ya sea favorable o desfavorable impactará de manera importante. Las aportaciones de los socios y el financiamiento externo son considerados pilares fundamentales para la creación e implementación de este proyecto, es necesaria dicha inversión para poder llevarlo a cabo.

Los resultados obtenidos de las proyecciones del bueno nos muestran una TIR del 181 por ciento muy superior al costo de capital del 15.39 por ciento, el Valor Presente Neto como se aprecia es positivo y representa los flujos de efectivo traídos a valor actual una vez recuperada la inversión. Al aumentar las ventas en un 20 por ciento la empresa trabaja al 100 por ciento de la capacidad instalada. Al reducir el porcentaje de financiamiento externo, el costo financiero disminuye y por consiguiente la utilidad será mayor. Las compras de oferta por mayoreo siempre son una opción y de conseguirlo se disminuyen los costos fijos y aumenta la utilidad.

Los resultados obtenidos de las proyecciones del malo nos muestran una Tasa Interna de Retorno del 15 por ciento, la cual comparada con 122 por ciento del proyecto normal resulta muy pequeña, y por debajo del costo de capital del 16.21 por ciento, el Valor Presente Neto es negativo lo que significa que no se recupera la inversión, por lo tanto en estas condiciones el proyecto no es rentable. La caída de las ventas del 50 por ciento y el aumento de costos no solo muestra pérdida en los estados financieros sino una mala administración en los recursos debido a que los costos variables aumentan en un 20 por ciento. El aumento de los costos fijos se debe a un alza de precios inesperada.

Capítulo 7

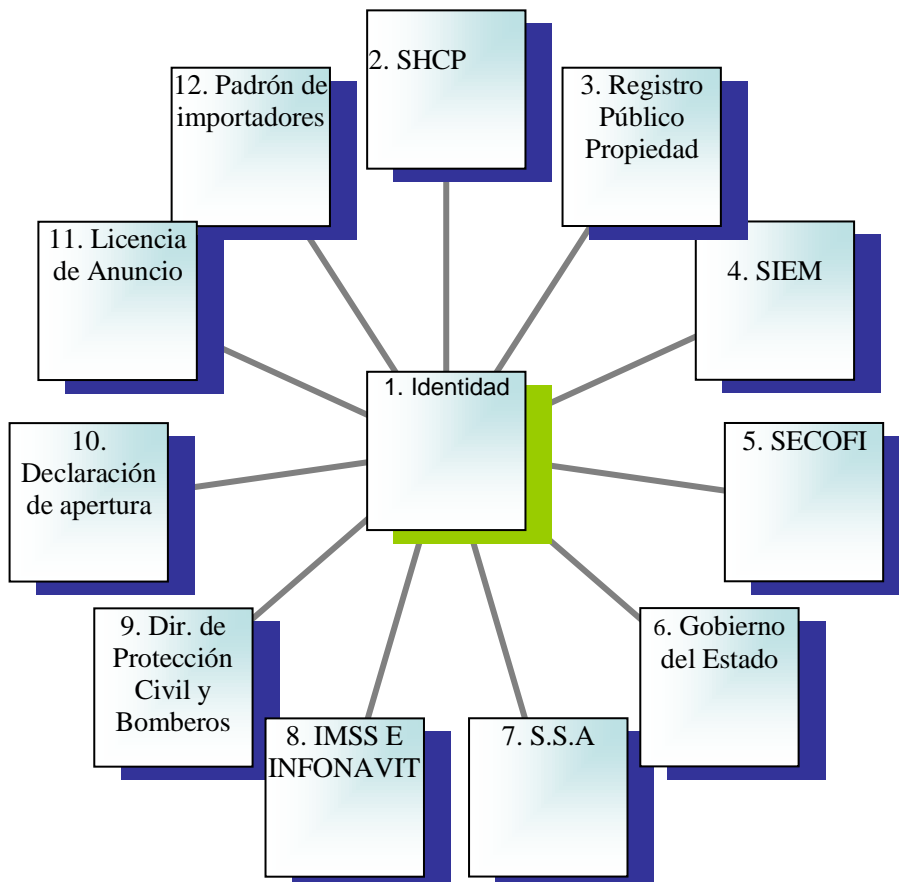
Aspectos legales de implementación y operación

7.1 Definición del régimen de constitución de la empresa

La empresa denominada “CiberKopy” se constituirá como persona física con actividad empresarial y profesional, estará formada por un solo dueño, se eligió de esta manera porque en este momento no se cuenta ni con el capital ni con las personas adecuadas para integrar una sociedad.

Persona física: Karla Elizabeth Ramírez Alarcón, con domicilio en privada Viena # 763, Villa del Real sección 1, C. P. 22785. Ensenada Baja California, nacionalidad Mexicana.

Diagrama 7.1 Trámites legales de implementación y operación



7.2 Trámites de apertura

Los trámites de apertura para este negocio serán los siguientes:

1. Comprobar identidad como persona física, los documentos que avalan la personalidad son el acta de nacimiento y la credencial federal electoral.
2. Registro ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para obtener el Registro Federal del Contribuyente.
3. Inscripción en el Registro Público de la propiedad y el Comercio, donde se da de alta a la empresa como comercio formalmente establecido.
4. Alta en el sistema de información empresarial mexicano (SIEM), Sistema de Información Empresarial Mexicano. Se gestiona en la cámara correspondiente, Información SIEM 01 800 410 2000. www.siem.gob.mx Cámara Nacional de Comercio Servicios y Turismo de Ensenada av. Adolfo López Mateos no. 693-segundo piso, colonia centro código postal. 22800 Baja California, Ensenada tel. 01 (646) 178-23-22 fax 01 (646) 178-29-75 www.canacoensenada.com Correo: canacoens@prodigy.net.mx tiempo de respuesta es inmediata. vigencia de un año, mediante el llenado del formato registro SIEM, el costo varía para comercio y/o servicios; hasta dos empleados cien pesos tres o menos empleados trescientos pesos, cuatro o más empleados 600 pesos.
5. Inscripción ante Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI).
6. Inscripción en Gobierno del Estado.
7. Registro ante la Secretaría de Salubridad para el control sanitario de la cafetería.
8. Registro ante el Instituto Mexicano del Seguro Social en lo sucesivo IMSS, e Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores en lo sucesivo INFONAVIT.
9. Inspección y certificación de medidas de seguridad, evaluación de la capacidad de respuesta por parte de la Dirección de protección civil y bomberos para atender una contingencia en el terreno a desarrollar. Dirección de protección civil y Bomberos, Ave. Reforma y Calle once Ensenada, B.C. Lada (61)

Teléfono 177-13-25 (de ocho de la mañana a tres de la tarde). Vigencia Anual. Mediante el formato “Inspección y Certificación de Medidas de Seguridad”, costo variable según inspección.

10. Declaración de apertura, trámite que se realiza para obtener el documento con el que deberán contar los titulares de establecimientos, se gestiona en Dirección de Administración Urbana calle Tercera. y Floresta # 1323-3, Zona Centro, Ensenada, B.C. Lada (646) Tel. 177 24 50 (de ocho de la mañana a tres de la tarde). En quince días hábiles, con una vigencia variable a través del formato: DAU001, el costo varía dependiendo de la actividad y metros cuadrados.
11. Licencia de anuncio, trámite mediante el cual se otorga la licencia o permiso para fijar, instalar o colocar un anuncio. Se gestiona en Administración Urbana calle Tercera y Floresta # 1323-3, Zona Centro, Ensenada, B.C. Lada (646) teléfono 177 24 50 (de ocho de la mañana a tres de la tarde). Respuesta de tres a cuatro días hábiles. Vigencia de un año. El formato de permiso para colocación de anuncios y rótulos, el costo es dependiendo del diseño y estructura.
12. Solicitud de Inscripción al Padrón de Importadores, ingresar a la liga “solicitud de inscripción vía internet” de la página de Aduana México.

Para iniciar un negocio como persona física es importante definir dos aspectos, el régimen de contrato matrimonial y designar ante notario a quien heredará a su muerte el negocio.

7.3 Trámites fiscales

Las dependencias en las que se tiene la obligación de registrarse para el cumplimiento de sus obligaciones fiscales son la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y Gobierno del Estado.

Trámite mediante el cual se lleva a cabo la inscripción ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público en lo sucesivo SHCP. Las personas físicas, al

momento de tramitar su inscripción en el Registro federal de contribuyentes, deberán presentar su Clave única de Registro de Población en lo sucesivo CURP.

Gestión: Secretaría de Hacienda y Crédito Público – Recaudación ave. López Mateos y mar #1306 local 18 edificio pronaf, zona centro. Ensenada, B. C., lada (646) Teléfono 172-31-02, 172-31-08 (de nueve de la mañana a dos de la tarde y de tres de la tarde a cinco treinta de la tarde), la respuesta es de uno a dos días hábiles, la vigencia es indefinida.

Formato: R1 "Solicitud de inscripción al Registro Federal de Contribuyentes" por duplicado (ver anexo 11). "Registro Federal de Contribuyentes. Personas físicas con actividades empresariales y profesionales" Anexo 4 y Solicitud de la CURP, una identificación oficial, el costo es gratuito.

El Trámite para darse de alta en la Secretaría de Planeación y Finanzas de Gobierno del Estado de Baja California se hace dentro de los diez días posteriores a la apertura del negocio. Aviso de inscripción en el registro estatal de causantes para cumplir con la obligación de inscribirse en el padrón de contribuyentes.

Gestión en Recaudación de Rentas del Estado, centro de gobierno, blvd. Las Dunas y Rocas. Ensenada, B. C. Lada (61) Tel. 72 30 00 Extensión 3157 (de 8:00 AM a 15:00 PM). http://www.bajacalifornia.gob.mx/servicios_dependencias.htm. La respuesta es inmediata, de cinco a diez minutos con una vigencia indefinida. El Formato es "Aviso de Inscripción o Cambios al Registro Estatal de Causantes" acompañar al trámite la cédula de inscripción expedida por S.H.C.P, croquis de ubicación, identificación con fotografía, el costo es gratuito.

7.4 Trámites laborales

Las disposiciones laborales son reguladas por la Secretaría del trabajo y Previsión Social, mediante la aplicación de la Ley Federal del Trabajo. Debe elaborarse un contrato individual de trabajo (ver anexo 9), cualquiera que sea su forma o

denominación, es aquel por virtud del cual una persona se obliga a prestar a la empresa un trabajo personal subordinado, mediante el pago de un salario. Se presumen la existencia del contrato y de la relación de trabajo entre el que presta un trabajo personal y el que lo recibe.

Las condiciones de trabajo deben hacerse constar por escrito cuando no existan contratos colectivos aplicables. Se harán dos ejemplares, por lo menos, de los cuales quedará uno en poder de cada parte. En este sentido el escrito en que consten las condiciones de trabajo deberá contener:

I. Nombre, nacionalidad, edad, sexo, estado civil y domicilio del trabajador y del patrón.

II. Si la relación de trabajo es por obra o tiempo determinado o tiempo indeterminado.

III. El servicio o servicios que deban prestarse, los que se determinarán con la mayor precisión posible.

IV. El lugar o los lugares donde debe prestarse el trabajo.

V. La duración de la jornada.

VI. La forma y el monto del salario.

VII. El día y el lugar de pago del salario.

VIII. La indicación de que el trabajador será capacitado o adiestrado en los términos de los planes y programas establecidos o que se establezcan en la empresa, conforme a lo dispuesto en esta Ley.

IX. Otras condiciones de trabajo, tales como días de descanso, vacaciones y demás que convengan el trabajador y el patrón.

La falta de este escrito no priva al trabajador de los derechos que deriven de las normas de trabajo y de los servicios prestados, pues se imputará el patrón la falta de esa formalidad.

Conforme a lo dispuesto en el artículo 804 de la Ley Federal del Trabajo, el patrón tiene la obligación de conservar y exhibir los documentos que acrediten la existencia de la relación de trabajo, así como del cumplimiento de todas las obligaciones derivadas de ella, por lo tanto, es recomendable que se integre un expediente por cada trabajador que contenga, por lo menos, los documentos siguientes:

- a) Solicitud de empleo
- b) Acta de nacimiento
- c) Comprobante de domicilio y de los cambios de éste
- d) Copia de identificación, para conocimiento de firma
- e) Contrato individual de trabajo
- f) Resultado de exámenes médicos
- g) Copias de las amonestaciones, permisos, suspensiones, etc.
- h) La renuncia, cuando sea el caso

Adicionalmente, el patrón debe conservar original de los recibos de pagos de salarios, primas dominicales, participación de utilidades, días de descanso laborados y cualquier prestación que se le cubra, firmados de conformidad por el trabajador; original de los controles de asistencia; autorizaciones por escrito para laborar jornadas extraordinarias.

La empresa deberá registrarse al igual que a sus trabajadores en el régimen obligatorio ante el Instituto Mexicano del Seguro Social, cumpliendo con lo establecido en la Ley del Seguro Social, al hacerlo automáticamente quedarán registrados ante el Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores INFONAVIT Y Retiro Cesantía y Vejez RCV.

El registro del patrón es a través de hoja de inscripción de las empresas en el seguro de riesgos de trabajo (CLEM-01). Avisos de inscripción del trabajador (AFIL-02). Con los siguientes comprobantes: Registro Federal del Contribuyente, comprobante de domicilio, identificación oficial con fotografía y firma.

Se debe realizar el proceso de certificación digital patronal vía internet, comienza con la elaboración y envío de una solicitud para obtener el número patronal de identificación electrónica y archivo de Certificado Digital, antes de comenzar con la elaboración de la solicitud, es recomendable contar con una dirección de correo electrónico personal y privada en donde recibir la confirmación del proceso y avisos del IMSS, durante el tiempo de vigencia del Certificado Digital; se le solicitará una contraseña, guárdela y no la difunda, esta contraseña sólo usted la conocerá, por lo que el IMSS no tendrá la capacidad de recordársela o recuperarla. Esta contraseña será utilizada para acceder a los sistemas en internet del IMSS y estará asociada a su Certificado Digital.

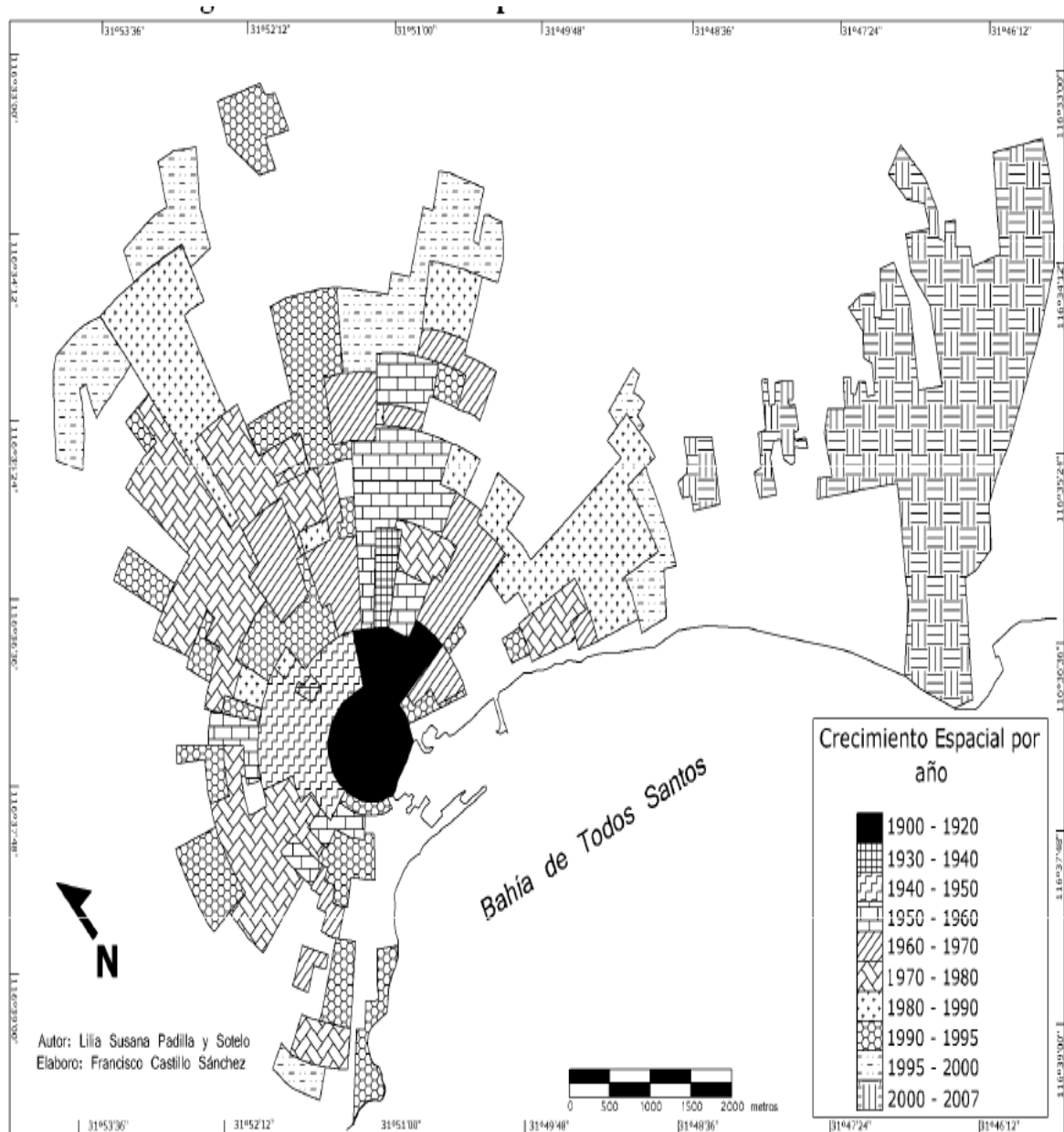
Una vez que cuente con el Certificado mencionado se podrán registrar los trabajadores a través del portal de IMSS desde su Empresa. (IDSE), <http://idse.imss.gob.mx/imss/>, donde se realizan los trámites de captura vía electrónica, los datos del trabajador tales como el nombre completo del trabajador, número de afiliación, en caso de ser su primer registro solicitar primero el número por correo electrónico, salario diario integrado, tipo de salario y el tipo de jornada.

Se gestiona en oficina de afiliación, ave. Alvarado #297 Zona Centro. Ensenada, B. C. Lada (646) Tel. 178 87 05 (de lunes a jueves de 8:00 a 15:00 horas y viernes de 8:00 a 13:00 horas). La respuesta es al día siguiente de realizar la captura electrónica, la vigencia es indefinida y no tiene costo el trámite.

Anexos

Anexo 1

Crecimiento de Ensenada (1900-2007)



Fuentes: Mapa de Ensenada del Instituto Municipal de Investigación y Planeación de Ensenada (IMIP) 2007

Anexo 2

Encuesta realizada para el estudio de mercado

Favor de contestar las siguientes preguntas señalando con una X la opción.

1. ¿Que edad tiene?

13 a 15 16 a 20 21 a 30 31 a 40 Mas de 40

2. Nivel de estudios:

Primaria Secundaria Preparatoria Universidad Posgrado

3. ¿Con que frecuencia acude a un café internet?

Siempre Casi siempre Algunas veces Pocas veces Nunca

4. ¿Cuántas horas a la semana utiliza un café internet?

1 a 3 3 a 5 5 a 7 7 a 9 Mas de 10

5. Tiene alguna preferencia

Si NO Motivo: _____

6. ¿Que precio paga por una hora de internet?

10 pesos 15 pesos 20 pesos 30 pesos Más de 30 pesos

7. ¿Con que fin utiliza los cafés internet?

Para el trabajo Para la escuela Trámites Diversión Comunicación

8. ¿Con que frecuencia acude a un centro de copiado?

Siempre Casi siempre Algunas veces pocas veces Nunca

9. ¿Cuántas copias a la semana consume?

0 copias 1 a 10 10 a 20 20 a 30 Mas de 30

10. ¿Que precio paga por una copia?

0.20 0.40 0.60 1.00 Mas de 1.00

11. ¿Con que fin utiliza los centros de copiado?

Para el trabajo Para la escuela Trámites Diversión Personales

12. Si los centros de copiado tuvieran entrega a domicilio ¿lo utilizaría?

Siempre casi siempre Algunas veces pocas veces Nunca

13. ¿En que horario le gustaría utilizar los servicios de internet y copiado?

7am a 8pm 10am a 10pm 7am a 10pm 11am a 11pm Ninguno

14. ¿Si el café internet y el centro de copiado tuvieran cafetería que le gustaría encontrar?

15. ¿Que otro servicio le gustaría encontrar en un café internet y un centro de copiado?

Gracias por su tiempo y cooperación.

Anexo 3

Resultados de la encuesta aplicada para el estudio de mercado

Pregunta 1	13 a 15	16 a 20	21 a 30	31 a 40	Más de 40	totales
Edades	10	24	45	38	30	147
Porcentaje %	7	16	31	26	20	100

Pregunta 2	Primaria	Secundaria	Preparatoria	Universidad	Posgrado	
Nivel de estudios	18	37	46	41	5	147
Porcentaje %	12	25	31	28	3	100

Pregunta 3	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Pocas veces	Nunca	
Frecuencia asistencia a internet	15	28	41	49	14	147
Porcentaje %	10	19	28	33	10	100

Pregunta 4	1 a 3	3 a 5	5 a 7	7 a 9	Más de 10	
Horas utilizadas semanales	73	23	21	9	12	138
Porcentaje %	53	17	15	7	9	100

Pregunta 5	Sí	No	Motivos			
Si tienen alguna preferencia	42	98	Económicos 3	Cercanía 11	Costumbre 3	140
Porcentaje %	30	70	Eficientes 8	Bonito 7		100

Pregunta 6	10 pesos	15 pesos	20 pesos	30 pesos	Más de 30	
Precio por hora pagado	66	30	22	13	9	140
Porcentaje %	47	21	16	9	6	100

Pregunta 7	Trabajo	Escuela	Trámites	Diversión	Comunicación	
Utilización de internet	29	41	24	35	33	162
Porcentaje %	18	25	15	22	20	100

Pregunta 8	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Pocas veces	Nunca	
Asistencia centros de copiado	10	34	43	48	12	147
Porcentaje %	7	23	29	33	8	100

Pregunta 9	0 copias	1 a 10	10 a 20	20 a30	Más de 30	
Consumo de copias p/semana	17	63	36	14	17	147
Porcentaje %	12	43	24	10	12	100

Pregunta 10	0.2	0.4	0.6	1.00	Más de 1.00	
Precio por copia pagado	30	63	18	27	6	144
Porcentaje %	21	44	13	19	4	100

Pregunta 11	Trabajo	Escuela	Trámites	Diversión	Personales	
Utilización de centros de copiado	35	51	41	15	22	164
Porcentaje %	21	31	25	9	13	100

Pregunta 12	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Pocas veces	Nunca	
Entrega a domicilio de copias	13	21	51	33	25	143
Porcentaje %	9	15	36	23	17	100

Pregunta 13	7am a 8pm	10am a 10pm	7am a 10pm	11am a 11pm	ninguno	
Horarios de preferencia	24	38	48	27	10	147
Porcentaje %	16	26	33	18	7	100

Las respuestas a la pregunta 14 ¿Si el café internet y el centro de copiado tuvieran cafetería que le gustaría encontrar? Fueron:

Dulces 5
 Chocolate 1
 Capuchinos y galletas
 Comida ligera 3
 Panadería
 Botanas
 Paletas de hielo
 Desayunos
 Pastelitos
 Ensaladas 2
 Jugos naturales y frutas 2

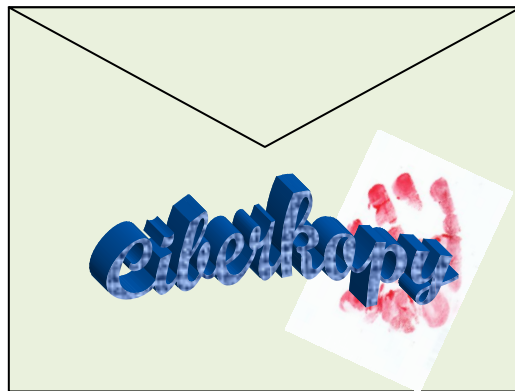
Las respuestas a la pregunta 15 ¿Que otro servicio le gustaría encontrar en un café internet y un centro de copiado? fueron:

Buena atención	Videos y juegos 6	Tarjetas de teléfono 2
Televisión 8	Maquinitas	Venta de tintas
Escáner 7	Caseta de teléfono 13	Área para fumadores
Películas 6	Diseños tipo imprenta	Sodas 2
Masaje 2	Calcomonias	Comida, Guardería
Invitaciones y dibujos	Servicio de fax 10	Cajero automático
Papelería 15	Juegos de mesa	Asesoría 7
Cámaras 2	Mesa de trabajo 3	Sala de descanso 3

Anexo 4
Etiqueta y Empaque



Bolsa



Sobre

Anexo 5

Catalogo de productos

Copiadoras. La reproducción de documentos es a través de copias, copiar un documento significa que a través de una maquina copiadora o duplicador se reproduzca la cantidad que se solicite de hojas iguales a su original, ya sea en colores o blanco y negro, existen tres tamaños, la hoja carta, oficio y doble carta. Las ampliaciones consisten en aumentar su documento a una proporción mayor que la que su original o reducción que es lo contrario, reducir su documento original.



Engargoladoras. Para organizar su trabajo tenemos servicios como el engargolado, consta de dos pastas de plástico o de cartón, con un resorte llamado espiral, las hojas se introducen a la maquina engargoladora y las perfora de manera que el espiral entre por los orificios y sujete una cantidad de hojas que al unirlos se forme como un cuaderno, existen diferentes tamaños dependiendo del grosor de su trabajo.



Maquina Engargoladora



Enmicadora. El enmicado es otro de los servicios para organizar y asegurar la conservación de sus documentos, el uso más común es para gafetes y credenciales, su documento es introducido en una hoja de plástico especial para mica, se introduce en el aparato que trabaja basándose en calor y sella los lados, se recorta y queda de su mismo tamaño.

Enmicadora



Las impresiones digitales serán desde cualquier dispositivo que traiga para bajar su información, memoria portátil, discos compactos, diskettes.



Algunos documentos requieren ser recortados, y los servicios de cortes será con la maquina guillotina.

Venta de papelería de uso común, lápices, plumas, lapiceros, puntillas, borradores, hojas blancas y ralladas, discos compactos, correctores, fólder, clips, entre otros.



Los servicios de internet se ofrecerán a través de centros de cómputo individuales para el usuario, que consta de su monitor, bocinas, computadora, cámara digital, micrófono, teclado, mouse, acceso a internet con paquetería como Microsoft Office.



En el servicio de copiado vía internet a domicilio se recibirán las solicitudes de trabajo por correo electrónico, documentos para ser duplicados, organizados o impresos simplemente, los envíos serán con acuse de recibo y en el mismo día de recepción, la entrega se podrá pactar dentro de las 24 horas siguientes de haber recibido la orden de trabajo.



El servicio de cubículos con mesa de trabajo y conexión a internet para grupos de estudio con capacidad de seis personas.



La caseta telefónica y servicios de fax en llamadas nacionales e internacionales.

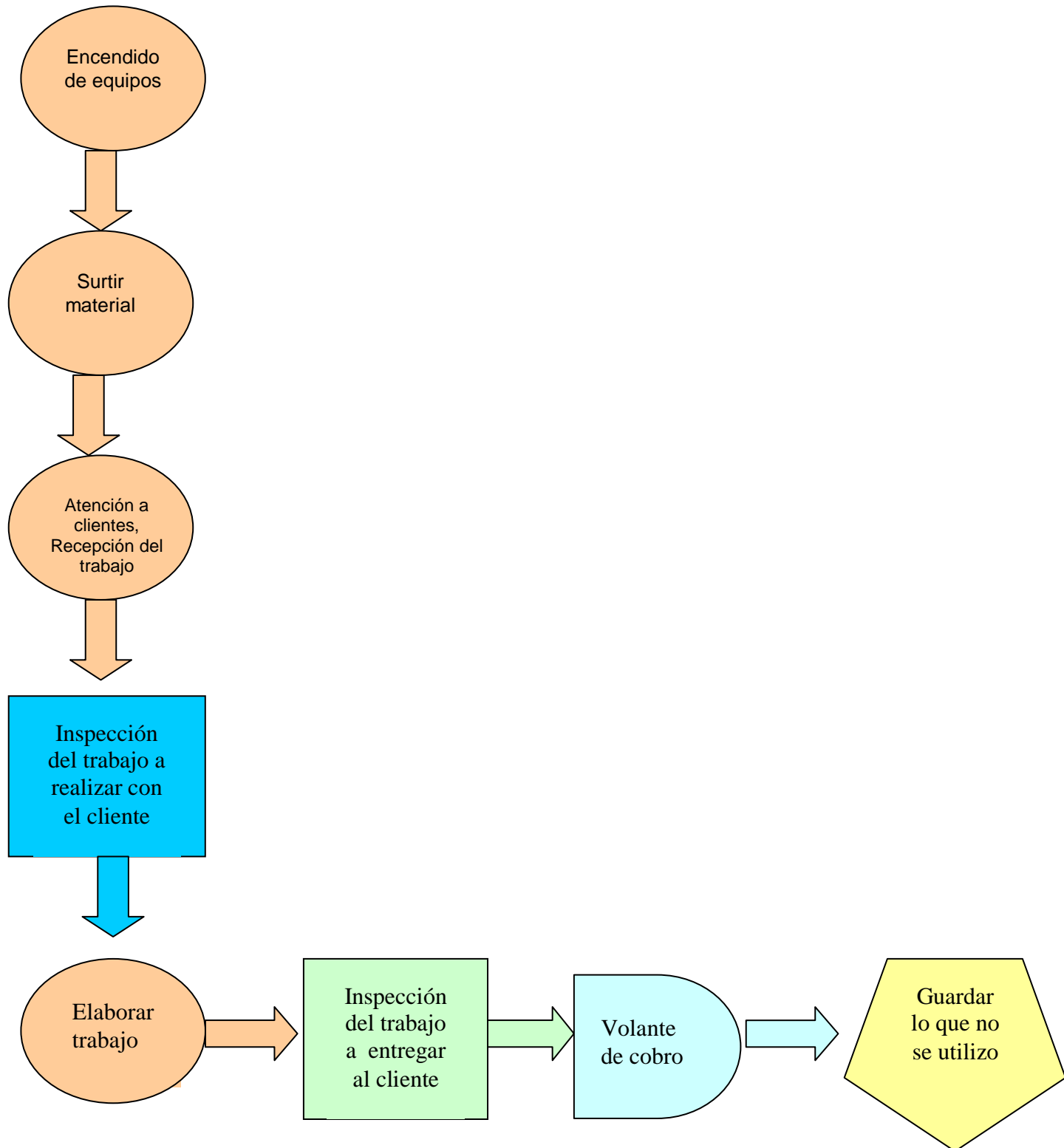


Servicio de cafetería, se ofrecerán bebidas como café, refrescos, jugos y agua embotellada, una variedad pequeña de pastelillos, emparedados fríos, sabritas, etc. productos ya procesados y empaquetados listos para servir al cliente.



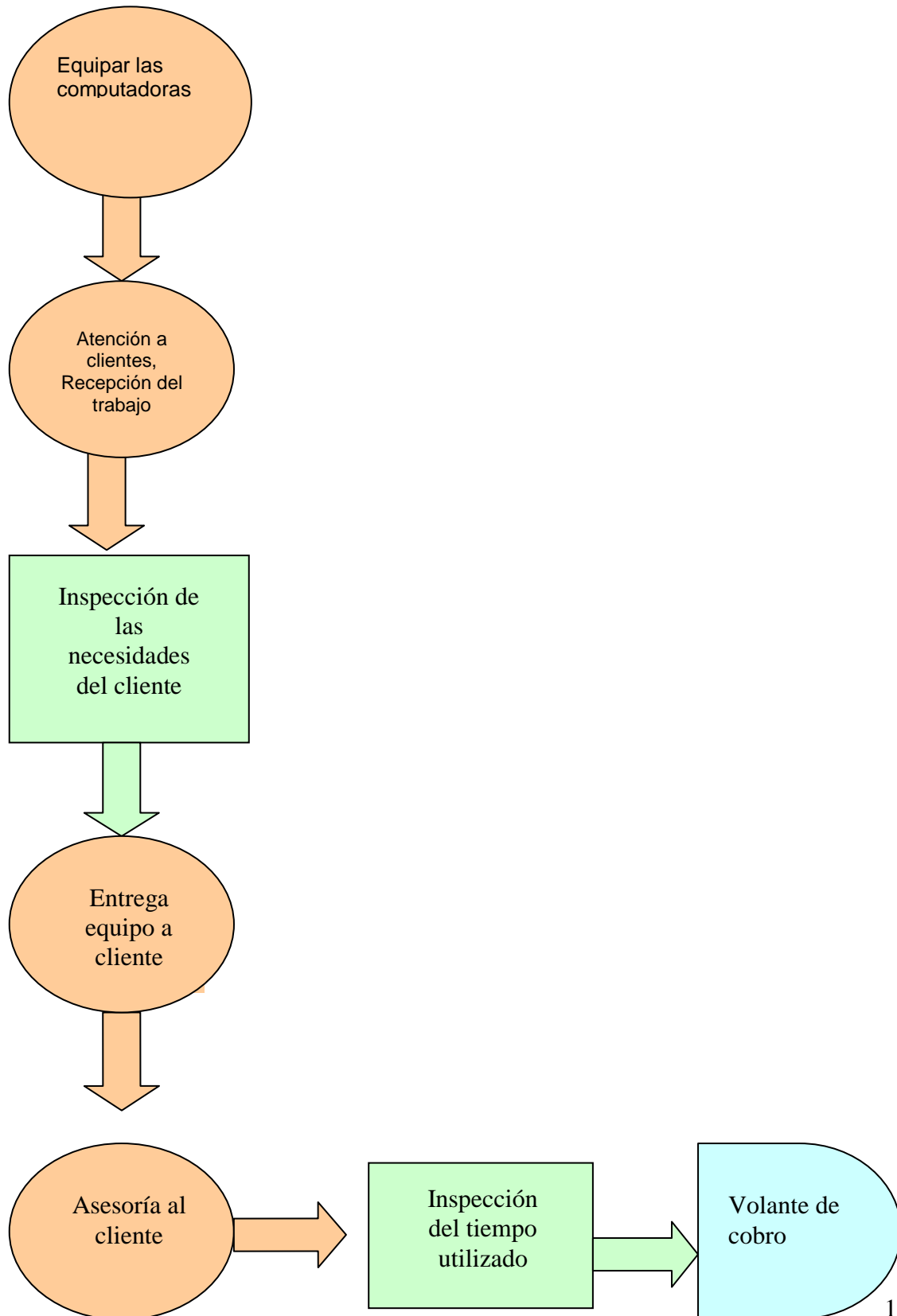
Anexo 6

Diagrama de flujo del proceso del centro de copiado.



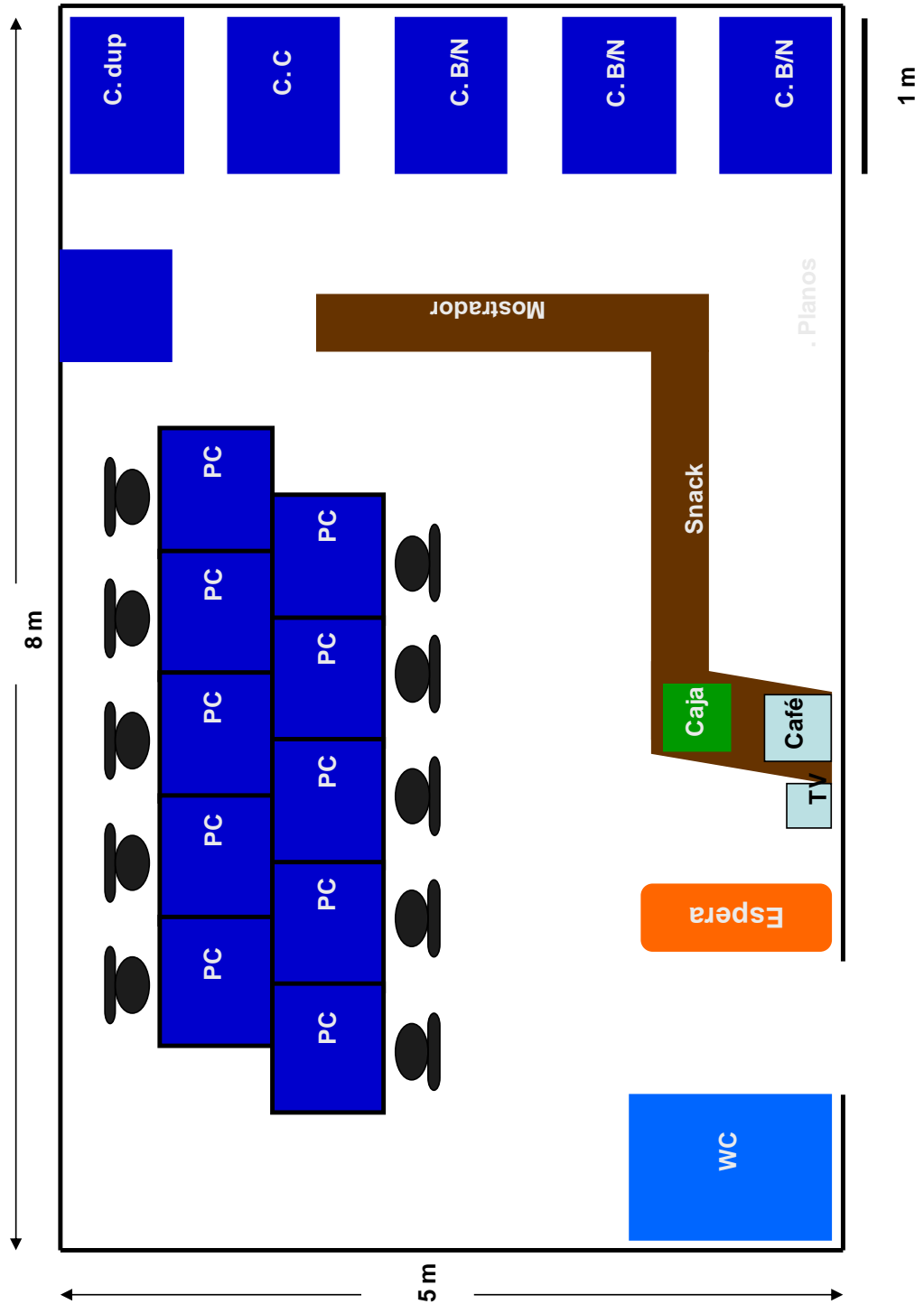
Anexo 7

Diagrama de flujo del proceso del centro de cómputo



Anexo 8

Diseño y distribución de la planta y oficina



Anexo 9

Contrato para la empresa CiberKopy

CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO QUE CELEBRAN POR UNA PARTE CIBERKOPY, REPRESENTADA EN ESTE ACTO POR LA CONTADORA KARLA E. RAMIREZ ALARCÓN A QUIEN EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARA EL PATRON Y POR LA OTRA LA C. _____ Y A QUIEN EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARA LA TRABAJADORA AL TENOR DE LAS SIGUIENTES:

DECLARACIONES

A) Declara LA TRABAJADORA:

- 1.- Haber nacido el día ____ de _____ de _____ tener ____ años de edad, de nacionalidad _____ con domicilio ubicado en _____.
- 2.- Tener los conocimientos y experiencia necesarios para prestar sus servicios al EL PATRON en el puesto de _____.

B) Declara EL PATRÓN:

- 1.- Ser una persona física mercantil mexicana, constituida conforme a las leyes del país.
- 2.- Tener su domicilio en _____
- 3.- Tener por Objeto Social el de _____
- 4.- Desear utilizar los servicios de LA TRABAJADORA, para desempeñar el puesto de _____ y los demás que sean similares a dicha actividad.

CLAUSULAS

PRIMERA.- Este Contrato se celebra por tiempo indefinido y en términos de los

artículos 20 y 21 de la Ley Federal del Trabajo.

SEGUNDA.- La TRABAJADORA se obliga a prestar sus servicios personales subordinados a EL PATRON consistentes en el puesto de _____, desempeñándolos bajo la dirección y dependencia de EL PATRON y en general todos aquellos que estén relacionados con esa actividad como son de manera enunciativa y no limitativa:

_____ sin perjuicio de cualesquiera otros que éste le encomiende, debiendo desempeñar sus servicios en el domicilio de la empresa o en cualquier otro que esta le indique.

TERCERA.- Los servicios contratados en los términos del presente contrato conforme a la cláusula que antecede los desempeñara LA TRABAJADORA, en Ensenada B.C., pero EL PATRON podrá en cualquier momento fijar a LA TRABAJADORA otro lugar de trabajo dentro del Estado de Baja California.

CUARTA.- Por sus servicios a EL PATRON, durante la vigencia del presente contrato, LA TRABAJADORA percibirá un salario _____ por la cantidad de _____, con las deducciones correspondientes por la cantidad de _____ por concepto de SAR Y _____ por concepto de cuota al I.M.S.S., resultando un neto a pagar de _____ (_____ pesos 00/100 m. n.), en el que queda comprendido el pago correspondiente a séptimos días y días de descanso obligatorio que establece la Ley Federal del Trabajo o en que pueda convenir a EL PATRON, mismo que será cubierto los días viernes el día próximo hábil en caso de ser sábado o domingo; en el domicilio de la empresa.

QUINTA.- Las partes convienen en que los servicios de LA TRABAJADORA son de carácter estrictamente confidencial, por lo que el puesto para el que será contratada se considerará de confianza para todos los efectos legales.

SEXTA.- La duración de la Jornada de trabajo será _____, de las _____ horas a _____ horas, con un descanso para reposar y tomar sus alimentos de _____ a _____ horas; tomándolas como mejor convenga a LA TRABAJADORA. Siendo esta la duración máxima de la jornada y quedando estrictamente prohibido el trabajar horas extras sin el consentimiento previo y permiso por escrito debidamente firmado por EL PATRON, en el que se señale, la fecha, las horas, el motivo, y el monto a pagar, sin que exceda de tres horas diarias ni de tres veces por semana.

SEPTIMA.- Para efectos del Seguro Social EL PATRON dará de alta a LA TRABAJADORA y cubrirá sus aportaciones.

OCTAVA.- LA TRABAJADORA disfrutará de un periodo anual de vacaciones en los términos del artículo 76 de la Ley Federal del Trabajo obligándose a firmar constancia de estas así como del pagó de la prima correspondiente.

NOVENA.- EL PATRON se reserva el derecho a dar por terminado el presente contrato en cualquier tiempo, en caso de que LA TRABAJADORA no cumpla con las obligaciones que contrae y con las que se derivan de la Ley de la materia.

DECIMA.- LA TRABAJADORA reconoce que todos los artículos, estudios, escritos, formatos, expedientes, documentos, libros, mobiliario, información verbal que se le proporcione con motivo de la relación de trabajo, así como los que la propia trabajadora prepare o formule con relación con sus servicios, son propiedad exclusiva de EL PATRON en todo tiempo y se obliga a conservarlos en buen estado, a no sustraerlos del lugar de trabajo salvo por necesidades de servicio y con autorización expresa y por escrito de EL PATRON en el momento en que así

se requiera por lo que en caso contrario se le responsabilizara de cualquier pérdida o faltante.

DECIMO PRIMERA.- LA TRABAJADORA se obliga a no divulgar ninguno de los aspectos de los negocios de EL PATRON, ni proporcionará a tercera persona, verbalmente o por escrito, directa o indirectamente, información alguna sobre los sistemas y actividades de cualquier clase que observe de EL PATRON y no en el desarrollo de sus actividades y no mostrará a terceros los documentos, expedientes, escritos, artículos, contratos, bitácora, estados de cuenta, y demás materiales e información que le proporcione EL PATRON o que prepare o formule con relación a sus servicios.

DECIMO SEGUNDA.- LA TRABAJADORA se obliga no obstante de la rescisión del presente contrato, a no divulgar ni a servirse personalmente de los negocios de EL PATRON, que fueren de su conocimiento con motivo de la relación de trabajo ni a proporcionar a terceros la información y documentos señalados en la cláusula que antecede. Para el caso contrario LA TRABAJADORA quedara sujeta a la responsabilidad civil por daños y perjuicios que causare a EL PATRON, así como a las sanciones de carácter penal a que se hiciere acreedora.

DECIMO TERCERA.- EL PATRON reconoce de forma expresa que la antigüedad de LA TRABAJADORA es a partir del día _____

DECIMO CUARTA.- Ambas partes contratantes declaran que respecto a las obligaciones y derechos que mutuamente les corresponde en sus respectivas calidades de Patrón y de Trabajadora y que no hayan sido motivo de cláusula expresa en el presente contrato, se sujetarán a las disposiciones de la Ley Federal del Trabajo.

Leído que fue por ambas partes este documento ante los testigos que también firman e impuestos de su contenido y sabedores de las obligaciones que contraen,

lo firman por duplicado en la Ciudad de Ensenada B.C., a _____ días del mes de _____ del año _____.

PATRON

TRABAJADOR

EMPLEADO

EMPRESA

Anexo 10
Catalogo de cuentas para CiberKopy

Catalogo de Cuentas, CiberKopy.	
100.000.000.000	ACTIVO
100.001.000.000	Activo circulante
100.001.001.000	Caja
100.002.001.000	Bancos
100.002.001.001	Cuenta de cheques xxx
100.003.001.000	Clientes
100.004.001.000	Deudores diversos
100.005.001.000	Documentos X cobrar
100.006.001.000	Almacén
100.007.001.000	IVA Acreditable
100.008.000.000	Subsidio al empleo
200.000.000.000	Activo fijo
200.001.000.000	Mobiliario y equipo
200.001.001.000	-Depreciación acum. de mobiliario y equipo
200.002.000.000	Equipo de cómputo
200.002.001.000	-Depreciación acumulada de equipo de cómputo
200.003.000.000	Equipo de reparto
200.003.001.000	-Depreciación acumulada de equipo de reparto
200.004.000.000	Equipo menor
200.005.000.000	Equipo adicional
300.000.000.000	Activo diferido
300.001.000.000	Gastos preoperativos
300.001.001.000	Amortización de gastos diferidos
400.000.000.000	PASIVO
400.001.000.000	Pasivo circulante

400.001.001.000	Proveedores
400.001.001.001	Comercializadora Int. de Eda S. A de C.V.
400.001.001.002	Distribuidora Visan
400.001.001.003	Copias Ensenada
400.001.002.000	Acreedores diversos
400.001.003.000	Documentos x pagar a corto plazo
400.001.004.000	Documentos x pagar a largo plazo
400.001.005.000	IVA x Pagar
400.001.006.000	Impuestos por pagar
400.001.007.000	Intereses por pagar
400.002.000.000	Pasivo a largo plazo
400.002.001.000	Crédito Avío
400.002.002.000	Crédito Refaccionario
500.000.000.000	Capital
500.001.000.000	Capital contable
500.001.001.000	Capital social
500.001.002.000	Resultado del ejercicio
500.001.003.000	Resultados acumulado de ejercicios anteriores
600.000.000.000	Ingresos
600.001.000.000	Ventas
600.001.001.000	Ventas del Centro de Cómputo
600.001.002.000	Ventas del Centro de Copiado
600.001.003.000	Ventas de Cafetería
600.002.000.000	Productos financieros
600.002.001.000	Intereses ganados
600.003.000.000	Otros ingresos
700.000.000.000	Egresos
700.001.000.000	Compras
700.001.001.000	Suministros para copadoras
100.007.002.000	Suministros para cómputo

100.007.003.000	Cafetería
700.002.000.000	Gastos de venta
700.002.001.000	Publicidad
700.002.002.000	Servicio periódico de copiadoras
700.002.003.000	Servicio periódico de computadoras
700.003.000.000	Gastos de Administración
700.003.001.000	Sueldos y salarios
700.003.002.000	Aguinaldo
700.003.003.000	Vacaciones
700.003.004.000	Prima vacacional
700.003.005.000	Agua
700.003.006.000	Luz
700.003.007.000	Renta del local
700.003.008.000	Teléfono
700.003.009.000	Papelería y artículos de oficina
700.003.010.000	Artículos de limpieza
700.003.011.000	Gasolina
700.004.012.000	Seguros y fianzas
700.004.013.000	I.M.S.S.
700.004.014.000	SAR
700.004.015.000	INFONAVIT
700.004.016.000	1.80 Estatal
700.005.017.000	Honorarios
700.004.000.000	Gastos financieros
700.004.001.000	Comisiones bancarias
700.005.000.00	Otros Gastos

INSTRUCCIONES

DOCUMENTOS QUE SE DEBEN ACOMPAÑAR A ESTA SOLICITUD

PERSONAS FÍSICAS:

- Solicitud de Cédula de Identificación Fiscal con Clave Única de Registro de Población (duplicado) y documento que en la misma se señala (solo en caso de personas físicas de nacionalidad mexicana por nacimiento, extranjeras residentes en el país o de nacionalidad mexicana por naturalización).
- Acta de nacimiento en copia certificada o en copia fotostática certificada por funcionario público competente o fedatario público.
- Tratándose de extranjera con residencia en el país, el documento migratorio vigente que corresponda emitido por autoridad competente. Asimismo deberán proporcionar en su caso, copia fotostática debidamente certificada, legalizada o apostillada por autoridad competente, del documento con que acrediten su número de identificación fiscal del país en que residen cuando tengan obligación de contar con éste en dicho país.
- Tratándose de mexicana por naturalización, carta de naturalización expedida por autoridad competente debidamente certificada o legalizada, según corresponda.

PERSONAS FÍSICAS RESIDENTES EN EL EXTRANJERO:

- Original y fotocopia del documento migratorio vigente que corresponda, emitido por la autoridad competente. El original le será devuelto previo cotejo con la copia.
- En su caso, fotocopia del documento con el que acrediten su número de identificación fiscal asignado en el país en el que residen, debidamente certificado, legalizado o apostillado según corresponda, por autoridad competente, cuando tengan obligación de contar con éste en dicho país.

PERSONAS MORALES:

- **Sociedades Mercantiles:**
 - Copia certificada del documento constitutivo.
- **Personas Distintas a Sociedades Mercantiles:**
 - Documento constitutivo en copia certificada o, en su caso, fotocopia de la publicación en el Órgano Oficial.
- **Asociaciones en Participación:**
 - Original y fotocopia del contrato de Asociación en Participación con firma autógrafa del asociado y asociados o sus representantes legales. El original le será devuelto previo cotejo con la copia.

FIDEICOMISOS:

- Original y fotocopia del contrato de Fideicomiso con firma autógrafa del fideicomitente, fideicomisario o sus representantes legales, así como del representante legal de la institución fiduciaria. El original le será devuelto previo cotejo con la copia.

PERSONAS MORALES RESIDENTES EN EL EXTRANJERO:

- Acta o documento constitutivo (estatutos sociales, certificado de inscripción u otro que aplique de acuerdo con la legislación en el país de residencia) debidamente apostillado o certificado, según proceda. Cuando el acta o documento constitutivo conste en idioma distinto al español deberá presentar una traducción autorizada. En su caso, fotocopia del documento con el que acrediten su número de identificación fiscal asignado en el país en el que residen, debidamente certificado, legalizado o apostillado según corresponda, por autoridad competente, cuando tengan obligación de contar con éste en dicho país.

DOMICILIO:

- Los sujetos antes señalados, también deberán presentar original y fotocopia del comprobante del domicilio fiscal manifestado en el apartado 4.4, que cuente con los datos solicitados en dicho apartado: estado de cuenta bancaria. Dicho documento no deberá tener una antigüedad mayor a dos meses.
- Recibos de pago: Último pago del impuesto predial, en el caso de pagos parciales el recibo no deberá tener una antigüedad mayor a 4 meses y tratándose de pago anual éste deberá corresponder al ejercicio en curso (este documento puede estar a nombre del contribuyente o de un tercero); último pago de los servicios de luz, teléfono o de agua, siempre y cuando dicho recibo no tenga una antigüedad mayor a 4 meses (este documento puede estar a nombre del contribuyente o de un tercero).
- Última liquidación del Instituto Mexicano del Seguro Social a nombre del contribuyente.
- Contratos de Arrendamiento, acompañado del último recibo de pago de renta vigente que cumpla con los requisitos fiscales o bien, el contrato de subarrendamiento acompañado del contrato de arrendamiento correspondiente y último recibo de pago de renta vigente que cumple con los requisitos fiscales (este documento puede estar a nombre del contribuyente o de un tercero); fideicomiso debidamente protocolizado; apertura de cuenta bancaria que no tenga una antigüedad mayor a 2 meses (este documento puede estar a nombre del contribuyente o de un tercero); servicio de luz, teléfono o agua que no tenga una antigüedad mayor a 2 meses (este documento puede estar a nombre del contribuyente o de un tercero).
- Carta de radicación o residencia expedida por los Gobiernos Estatal, Municipal o Distrito Federal, según corresponda.

IDENTIFICACIÓN:

- Además de lo anterior, la persona física o el representante legal de la persona de que se trate, deberá acompañar original y fotocopia de cualquiera de los siguientes documentos: credencial para votar del Instituto Federal Electoral, Pasaporte vigente, Cédula Profesional o, en su caso, Cartilla del Servicio Militar Nacional. El original le será devuelto previo cotejo con la copia. Tratándose de extranjero, el documento migratorio vigente correspondiente emitido por autoridad competente.

ACREDITAMIENTO DE LA PERSONALIDAD DEL REPRESENTANTE LEGAL:

- Original y fotocopia del poder notarial o de la carta poder firmada ante dos testigos y notificadas las firmas ante las autoridades fiscales, notario o fedatario público. El original le será devuelto previo cotejo con la copia.
- Tratándose de residentes en el extranjero con o sin establecimiento permanente en México, deberán acompañar fotocopia del documento notarial con el que haya sido designado el representante legal para efectos fiscales.
- Tratándose de los padres que ejercen la patria potestad de menores de edad y actúan como representantes de los mismos, para acreditar la paternidad, presentarán copia certificada del acta de nacimiento del menor, expedida por el Registro Civil, así como alguno de los documentos de identificación requeridos en el punto anterior, del padre que funcione como representante.

1. Esta solicitud es únicamente de inscripción. En el caso de cambio de situación fiscal al RFC, deberá utilizar la Forma Fiscal R-2. Tratándose de solicitud de servicios, deberá presentarse la Forma Fiscal 5.
2. Únicamente se harán anotaciones dentro de los campos para ello establecidos. En el caso de llenado a mano, se deberá utilizar letra de molde, empleando mayúsculas, a tinta negra o azul.
3. Esta solicitud se deberá presentar ante los módulos de la Administración Local de Asistencia al Contribuyente que corresponda al domicilio fiscal del contribuyente.
4. La solicitud de inscripción se tendrá por no presentada en el caso de que no esté debidamente llenada, o no se acompañe la documentación correspondiente.
5. Los residentes en el extranjero sin establecimiento permanente en México, cuando no tengan representante legal en territorio nacional, presentarán esta solicitud junto con el anexo 9, excepto en los casos en que se describen como socios o accionistas, o bien como asociados de asociación en participación, ante el consulado mexicano más próximo al lugar de su residencia. En caso contrario, deberá presentarse de la misma forma ante la Administración Central de Recaudación de Grandes Contribuyentes.

RUBRO 2 CLAVE ÚNICA DE REGISTRO DE POBLACIÓN

- Las personas físicas que cuenten con la Clave Única de Registro de Población (CURP), la anotarán a 18 posiciones en este campo.

RUBRO 3

- Si la solicitud se presenta por primera vez (normal), se señalará con "N" el campo correspondiente.
- Cuando se presente la solicitud para completar o sustituir los datos de una solicitud anterior, se señalará con "C" el campo correspondiente, (COMPLEMENTARIA). En este caso, el contribuyente deberá proporcionar nuevamente la información solicitada en esta Forma Fiscal R-1, además de exhibir el cambio motivo de la presentación de la Solicitud de Inscripción Complementaria.
- En el caso de que se modifique la situación fiscal del contribuyente ya inscrito, en lugar de usar la Forma Fiscal R-1, se deberá presentar la Forma Fiscal R-2 "AVISO AL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES. CAMBIO DE SITUACIÓN FISCAL".
- **Apartado 3.1**
- Tratándose de COMPLEMENTARIA, se indicará el número de FOLIO asignado por la Autoridad en la solicitud anterior, ubicado en el cuadro correspondiente a la certificación o sello del reloj franquador.

RUBRO 4 DATOS DEL CONTRIBUYENTE QUE SE INSCRIBE

Apartado 4.1 SÓLO TRATÁNDOSE DE PERSONAS FÍSICAS

- Las personas físicas deberán anotar su nombre completo como aparece en el acta de nacimiento expedida por el Registro Civil.
- Tratándose de personas físicas de nacionalidad extranjera residentes en México, así como de nacionalidad mexicana por naturalización, deberán anotar su nombre completo como aparece en el documento migratorio o en la carta de naturalización, según corresponda.
- Tratándose de personas físicas residentes en el extranjero con o sin establecimiento permanente en México, deberán anotar su nombre completo como aparece en el pasaporte vigente, anotando en "apellido paterno" el primero y en "apellido materno" los siguientes, en su caso.
- **Apartado 4.2 SÓLO TRATÁNDOSE DE PERSONAS MORALES**
- Las personas morales residentes en México, así como las personas morales residentes en el extranjero con o sin establecimiento permanente en México, anotarán la denominación o razón social como aparece en el documento que deben acompañar a esta solicitud, de acuerdo con el listado del cuadro que aparece al principio de esta página.
- Tratándose de contratos de asociación en participación, se anotará el nombre, denominación o razón social del asociado, seguida la leyenda: "Asociación en Participación, contrato número", utilizando una forma R-1 para cada contrato. El asociado asignará el número en forma progresiva, de acuerdo a la fecha de celebración de los contratos en los que participe.
- En el caso de fideicomisos, únicamente se deberá anotar el nombre del fideicomiso, utilizando una forma R-1 para cada fideicomiso.

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

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

Apartado 4.4 DATOS POR FIDEICOMISO

- Deberá anotar la denominación o razón social de la fiduciaria, el RFC de la misma y el número de fideicomiso.

Apartado 4.5 DOMICILIO FISCAL DEL CONTRIBUYENTE QUE SE INSCRIBE

a) Personas físicas:

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

b) Personas morales:

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

6 DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL (Ver instrucciones)

REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES	<input type="text"/>	CLAVE ÚNICA DE REGISTRO DE POBLACIÓN	<input type="text"/>
APELLIDO PATERNO, MATERNO Y NOMBRE(S)			
<input type="text"/>			

7 DATOS GENERALES (Ver instrucciones)

7.1 FECHA DE NACIMIENTO DE LA PERSONA FÍSICA O FECHA DE FIRMA DE LA ESCRITURA CONSTITUTIVA O DOCUMENTO CONSTITUTIVO O DE LA CELEBRACIÓN DEL CONTRATO, DE ACUERDO CON EL DOCUMENTO QUE DEBE ACOMPAÑAR	AÑO	MES	DÍA	7.2 FECHA DE INICIO DE OPERACIONES	AÑO	MES	DÍA
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

8 ACTIVIDAD PREPONDERANTE

8.1 INDIQUE LA ACTIVIDAD PREPONDERANTE A DESARROLLAR

8.2 INDIQUE EL NÚMERO DEL SECTOR AL QUE CORRESPONDE LA ACTIVIDAD PREPONDERANTE A DESARROLLAR: (Ver instrucciones)

MARQUE CON "X" SI: PRODUCE BIENES. VENDE BIENES. PRESTA SERVICIOS

8.3 REALIZARÁ ACTIVIDADES CON EL PÚBLICO EN GENERAL CONTARÁ CON MÁQUINA REGISTRADORA DE COMPROBACIÓN FISCAL

9 OTROS

9.1 MARQUE CON "X" SI SE REGISTRA EN EL RFC COMO:

SOCIO O ACCIONISTA DE PERSONA MORAL (Ver instrucciones) EN CASO DE ESTAR INSCRITA, INDIQUE EL RFC DE LA PERSONA MORAL (De ser necesario acompañar listado)

9.2 MARQUE CON "X" SI SE REGISTRA EN EL RFC COMO:

ASOCIANTE DE ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN INDIQUE EL RFC DE LA ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN (De ser necesario acompañar listado)

ASOCIADO DE ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN INDIQUE EL RFC DE LA ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN (De ser necesario acompañar listado)

10 TRATÁNDOSE DE FUSIÓN Y ESCISIÓN DE SOCIEDADES

MARCAR CON "X" SI DERIVA DE:

FUSIÓN INDICAR RFC DE LAS SOCIEDADES FUSIONADAS (De ser necesario acompañar listado).

ESCISIÓN EN ESCISIÓN DE SOCIEDADES, SI SE TRATA DE SOCIEDAD ESCINDIDA DESIGNADA, INDICAR RFC DE LA SOCIEDAD ESCINDENTE:

11 APERTURA DE ESTABLECIMIENTO (Sólo si el domicilio es distinto al señalado en el rubro 4.4)

CALLE

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

COLONIA CÓDIGO POSTAL TELÉFONO

LOCALIDAD

MUNICIPIO O DELEGACIÓN

ENTIDAD FEDERATIVA CORREO ELECTRÓNICO

12 ANEXOS

MARQUE CON "X" LOS ANEXOS QUE ACOMPAÑA:

<input type="checkbox"/> ANEXO 1 Personas Morales del Régimen General y del Régimen de las Personas Morales con Fines No Lucrativos.	<input type="checkbox"/> ANEXO 4 Personas Físicas con Actividades Empresariales y Profesionales.	<input type="checkbox"/> ANEXO 7 Personas Físicas con Otros Ingresos.
<input type="checkbox"/> ANEXO 2 Personas Morales del Régimen Simplificado y sus Integrantes Personas Morales.	<input type="checkbox"/> ANEXO 5 Personas Físicas con Actividades Empresariales del Régimen Intermedio.	<input type="checkbox"/> ANEXO 8 Personas Morales y Físicas. IEPS, ISAN, ISTUV (Tenencia) y Derechos Sobre Concesión y/o Asignación Minera.
<input type="checkbox"/> ANEXO 3 Personas Físicas con Ingresos por Salarios, Arrendamiento, Enajenación y Adquisición de Bienes, Premios e Intereses.	<input type="checkbox"/> ANEXO 6 Personas Físicas con Actividades Empresariales del Régimen de Pequeños Contribuyentes.	<input type="checkbox"/> ANEXO 9 Residentes en el extranjero sin Establecimiento Permanente en México.

INSTRUCCIONES (Continuación)**RUBRO 6 DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL**

Se anotarán los datos del Representante Legal cuando éste presente la solicitud en los siguientes casos:

Tratándose de personas físicas, se proporcionarán los datos solicitados en este rubro sólo cuando tengan representante legal y éste actúe por cuenta del contribuyente.

Tratándose de personas morales, se anotarán los datos de su representante legal. En el caso de contratos de Asociación en Participación, si el asociante es persona física se anotarán los datos de ésta.

Si el asociante es persona moral, se deberán anotar los datos del representante legal de dicha persona moral.

Los residentes en el extranjero con o sin establecimiento permanente en México, anotarán los datos de su representante legal residente en México, que para efectos fiscales designaron.

Los sujetos antes mencionados se identificarán y, en su caso, acreditarán su personalidad con los documentos que acompañen a esta solicitud, de acuerdo con el listado del cuadro que aparece al principio de esta página.

La solicitud deberá ser firmada por el contribuyente o, en su caso, por su representante legal. En el caso de que no sepan o no puedan firmar, imprimirán su huella digital.

RUBRO 7 DATOS GENERALES**Apartado 7.1 FECHA DE NACIMIENTO DE LA PERSONA FÍSICA O FECHA DE FIRMA DE LA ESCRITURA CONSTITUTIVA O DOCUMENTO CONSTITUTIVO O DE LA CELEBRACIÓN DEL CONTRATO, DE ACUERDO CON EL DOCUMENTO QUE DEBE ACOMPAÑAR.**

Las personas físicas residentes en México y las residentes en el extranjero con o sin establecimiento permanente en México, anotarán la fecha de nacimiento que conste en el documento que deben acompañar a esta solicitud, de acuerdo con el listado del cuadro que aparece al principio de esta página.

Las personas morales residentes en México y las residentes en el extranjero con o sin establecimiento permanente en México, anotarán la fecha en la que se firmó el documento que deben acompañar a esta solicitud de acuerdo con el listado del cuadro que aparece al principio de esta página.

En ambos casos, utilizarán cuatro números arábigos para el año, dos para el mes y dos para el día.

Ejemplo:

Fecha de nacimiento: 1° de junio de 1972 AÑO MES DÍA Fecha de firma del documento: 23 de mayo de 2002 AÑO MES DÍA

RUBRO 8 ACTIVIDAD PREPONDERANTE**Apartado 8.2**

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

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

Apartado 8.3

Los contribuyentes personas físicas del régimen intermedio de las actividades empresariales, cuyos ingresos en el ejercicio rebasen de 1,750,000 pesos, estarán obligados a tener máquinas registradoras, equipos o sistemas electrónicos de comprobación fiscal.

RUBRO 9 OTROS

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

RUBRO 10 TRATÁNDOSE DE FUSIÓN Y ESCISIÓN DE SOCIEDADES

En el caso de fusión de sociedades, la sociedad que se inscribe deberá indicar el RFC de las sociedades que desaparecen con motivo de la fusión. Si las sociedades que desaparecen son más de 3, deberá acompañar además del(los) anexo(s) y documento(s) respectivo(s), un escrito libre con el listado que contenga las claves del RFC de cada una de las sociedades que desaparecen.

Si se trata de la inscripción de la sociedad escindida designada, para cumplir con las obligaciones de la escidente deberá indicar el RFC de la sociedad que desaparece con motivo de la escisión.

RUBRO 12 ANEXOS

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

Para cualquier aclaración en el llenado de esta solicitud, puede obtener información de Internet en las siguientes direcciones: www.shcp.gob.mx www.sat.gob.mx asinet@shcp.gob.mx asinet@sat.gob.mx o comunicarse en el Distrito Federal al 5227-0297, en la zona metropolitana de Monterrey al (81) 8329-6660, en la zona metropolitana de Guadalajara al (33) 3678-7140, en Puebla (audiorepuesta) al (222) 246-45-14, en el resto del país 01-800-90-450-00 sin costo; o bien, acudir a las Administraciones Locales de Asistencia al Contribuyente. Quejas al teléfono 01-800-728-2000.

Referencias

Carrasco, A. (2005). La micro y pequeña empresa mexicana. Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (45). Consultado el 24 de abril de 2006 en: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/index.htm>

Alcaraz, R. (2005). El Emprendedor de éxito. Guía de planes de negocios. México: McGraw-Hill.

Martínez, A. (2004). Una tacita de tecnología. Revista Pcworld México. Consultado el 20 de abril de 2006 en: http://www.pcworld.com.mx/pcw_completo_revista.asp?pcwid=154

Banderas (2006). Baja California, un estado joven de historia, dinámico presente y gran futuro. Consultado el 11 de agosto de 2006 en: http://banderas.com.mx/baja_california.htm

Benassini, M. (2001). Introducción a la investigación de mercados (1a. ed.). México: Prentice Hall.

Padilla, L., Sotelo, A. (2009). Cambios en los patrones espaciales de crecimiento en una ciudad media: Ensenada en la península de Baja California, México1. Consultado el 17 de agosto de 2009 en: http://egal2009.easyplanners.info/area05/5418_Padilla_y_Sotelo_Lilia_Susana.pdf

COMTEX (2003). "Internet Cafes are Main Access Points for Internet in Mexico," COMTEX News Network (August 20).

Villalobos, L. (s.f.). Conceptos básicos de contabilidad, consultado el 23 de agosto de 2009 en: <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/Empresarios/IRIS/conceptos.htm>

Consejo Nacional de Población (2006). Proyecciones de la población en México. Consultado el 14 de agosto de 2006 en: <http://www.conapo.gob.mx/>

DeCenzo, D, Robbins, S. (2001). Administración de Recursos Humanos (1a.ed.). México: Limusa.

EduTEKA (2006). Ergonomía Básica. Consultado el 22 de abril de 2006 en: <http://www.eduteka.org/ErgonomiaBasica.php>

Ensenada.com (2006). Directorio comercial. Consultado el 15 de agosto de 2006 en: <http://www.ensenadahoy.com/directorio/categoria.php?cat=4>

Fischer, L. (1998). Mercadotecnia (2a. ed.). México: McGraw-Hill

Franklin, B., Gómez, G. (2002). Organización y métodos. Un enfoque competitivo (1a. ed.). México: McGraw-Hill.

Franklin, E. (1999). Organización de Empresas. Análisis, diseño y estructura (1a. ed.). México: McGraw-Hill.

Reyes, G. (2005). Proyectos Corporativo Tijuana: Wireless y FEA Aportación. Boletín Tress (abril). Consultado el 23 de abril de 2006 en: <http://www.tress.com.mx/es/>

Curry, J., Contreras, O., Kenney, M. (2004) The Mexican Internet after the Boom: Challenges and Opportunities. Berkeley Roundtable on the International Economy (University of California, Berkeley). Paper BRIEWP159. Consultado el 15 de julio del 2007 <http://repositories.cdlib.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1105&context=brie#search=%22auge%20de%20los%20cafes%20internet%20Ensenada%20B.C.%22>

Konica Minolta (2007). Página Principal. Consultado el 15 de octubre de 2007 en: <http://konicaminolta.com.mx/company.htm>

Krajewski, L., Ritzman L. (2005). Administración de Operaciones. Estrategia y análisis (5a. ed.). México: Prentice Hall.

Loeza, M. (2006). El sol de Zacatecas. Horizonte económico. Consultado el 11 de agosto de 2006 en: http://www.oem.com.mx/elsoldezacatecas/notas_e.asp?urlnota=col110802

Díaz, M. (2006). Elabore su plan de negocio! Y triunfe como emprendedor. Adminístrate hoy, (141), p.7

Noticias de Querétaro (2009). Concluye INEGI levantamiento de censos económicos. Consultado el 18 de agosto de 2009 en: <http://www.inqro.com/libre/2009/08/03/concluye-inegi-levantamiento-de-censos-economicos/>

Proyectos de centros comerciales a nivel nacional (s.f.). Consultado el 20 de octubre del 2007 en: <http://www.cmic.org/mnsectores/industria/centroscomerciales/centros.htm>

Proyectos de construcciones en Ensenada (2006). Consultado el 11 de diciembre de 2006 en: <http://www.skyscrapercity.com/archive/index.php/index.php?t-339031.html>.

Ramírez (2006). Llamada por Internet. Entrepreneur II. Consultado el 20 de abril de 2006 en: <http://www.soyentrepreneur.com/pagina.hts?N=15115&Ad=S>

Secretaria de Turismo (2003). La modernización de la empresa, factor de competitividad. Consultado el 20 de abril de 2006 en: <http://www.sectur.gob.mx/work/resources/LocalContent/11249/3/Lamodernizacondelaempresa.pdf>

Secretaria del Trabajo y Previsión Social (s.f.). Contrato colectivo de trabajo. Consultado el 6 de diciembre de 2006 en: <http://www.stps.gob.mx/>