

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES**



**FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTO DE INVERSIÓN  
DE LA EMPRESA GREEN HOUSE**

**TESIS  
PARA OBTENER GRADO DE  
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN**

**PRESENTA**

**SANDRA LETICIA SANDOVAL GUTIÉRREZ**

**Ensenada, B.C.**

**Agosto del 2009**

## CONSTANCIA DE APROBACIÓN

Director de la tesis: \_\_\_\_\_  
M.A. Juan Manuel García Cuevas.

Aprobado por los integrantes del Sínodo:

1.- \_\_\_\_\_  
Sinodal M.P. María Concepción Ramírez Barón.

2.- \_\_\_\_\_  
Sinodal M.A. María de Lourdes Solís Tirado.

## **Agradecimientos.**

A mi esposo por su apoyo incondicional.

A mis compañeros de clase. Con los cuales viví una enriquecedora y divertida experiencia.

A todos los profesores que nos acompañaron estos dos años. En especial a mi director de tesis M.A. Juan Manuel García por su ayuda en la elaboración de la misma. Gracias por el tiempo brindado y sus consejos. A mi sinodal M.P. Concepción Ramírez Barón por la motivación y dedicación. A mi sinodal M.A. Lourdes Solís Tirado por los conocimientos transmitidos..

## Resumen.

En Ensenada hay ciudadanos con una necesidad insatisfecha. La oferta de alimentos balanceados 100 por ciento orgánicos y libre de hormonas. Y que además se puedan adquirir de manera rápida. Debido a la falta de tiempo los consumidores han cedido ante la de comida chatarra, la cual no solo no nutre sino que además engorda. La obesidad origina enfermedades como la diabetes y el colesterol. Dichos padecimientos son las principales causas de muerte en nuestro país.

Ante esta necesidad surge *Green House*, una empresa dedicada a la jugoterapia, donde los ensenadenses podrán encontrar además de jugos 100 por ciento naturales, una asesoría por médico naturista. También se venderán ensaladas y emparedados. Todos los productos van dirigidos a personas que cuiden su cuerpo y que además busquen buen sabor.

Se realizó una investigación de mercados para saber si existe la suficiente demanda para abrir la empresa. Los resultados fueron positivos. También se realizó un estudio financiero y el proyecto es viable. *Green House* aportará las vitaminas y minerales que se necesitan en una dieta saludable y como consecuencia los clientes tendrán una mejor calidad de vida. Ayudará a la economía de la ciudad porque abrirá nuevas fuentes de trabajo.

## Tabla de contenido

### Introducción

1. Contexto y Antecedentes.....	1
2. Planteamiento del estudio.....	6
3. Objetivos del trabajo terminal.....	6
4. Justificación del estudio .....	7

### Capítulo 1. Naturaleza del proyecto

1.1 Nombre de la empresa.....	10
1.1.1. Lema y logotipos.....	10
1.2 Descripción de la empresa.....	11
1.2.1. Giro o sector.....	11
1.2.2. Tamaño .....	11
1.2.3. Ubicación.....	12
1.2.4. Descripción breve de producción o servicio.....	12
1.3 Misión y visión de la empresa.....	13
1.4 Objetivos de la empresa.....	14
1.5 Ventajas competitivas.....	14
1.6 Análisis de la industria o sector.....	15
1.7 Productor y/o servicios de la empresa.....	18
1.8 Impacto tecnológico, económico y ambiental.....	19

### Capítulo 2. El mercado

2.1 Investigación de mercados.....	20
2.2 Estudio de mercado.....	24
2.3 Distribución y puntos de venta.....	40
2.4 Promoción del producto o servicio.....	41
2.5 Fijación y políticas de precio.....	41
2.6 Plan de introducción al mercado.....	42
2.7 Riesgos y oportunidades del mercado.....	44

2.8 Sistema y plan de ventas.....	45
2.9 Plan de abastecimiento.....	45

### **Capítulo 3. Producción**

3.1 Especificaciones del producto.....	46
3.2 Descripción del proceso de producción o prestación del servicio.....	46
3.3. Diagrama de flujo del proceso.....	47
3.4 Características de la tecnología.....	48
3.5 Equipo e instalaciones.....	48
3.6 Materia prima.....	48
3.6.1. Productos.....	49
3.6.2. Requisición de compra.....	50
3.7 Capacidad instalada.....	51
3.8 Manejo de inventarios.....	52
3.9 Ubicación de la empresa.....	54
3.10 Diseño y distribución de la planta y oficinas.....	55
3.11 Mano de obra requerida.....	56
3.12 Programa de producción.....	57

### **Capítulo 4. Organización**

4.1. Estructura organizacional.....	60
4.2 Funciones específicas por puesto.....	61
4.3 Capacitación del personal.....	72
4.4 Desarrollo del personal.....	73
4.5 Administración de sueldos y salarios.....	75
4.6 Evaluación del desempeño.....	76

### **Capítulo 5. Finanzas**

5.1 Sistema contable de la empresa.....	78
5.1.1 Objetivos del área contable.....	78
5.1.2 Contabilidad de la empresa.....	78

5.1.3 Catálogo de cuentas.....	79
5.1.4 Software a utilizar.....	80
5.2 Flujo de efectivo.....	80
5.2.1 Costos y gastos.....	80
5.2.2 Capital social y financiamiento.....	81
5.2.3 Ingresos.....	82
5.2.4 Egresos.....	83
5.2.5 Flujo de efectivo proyectado a 10 años.....	84
5.3 Estados financieros proyectados.....	85
5.3.1 Balance General (inicial).....	85
5.3.2 Estado de Resultados proyectado a 10 años.....	86
5.3.3 Balance General proyectado a 10 años.....	87
5.4 Supuestos utilizados en las proyecciones financieras.....	88
5.4.1 Porcentajes de Inflación proyectados.....	88
5.4.2 Inversión inicial.....	89
5.4.3 Proyección de depreciación y amortización.....	90
5.5 Sistema de financiamiento.....	91
5.5.1 Crédito refaccionario.....	91
5.5.2 Crédito de habilitación o avío.....	93
5.5.3 Préstamo para gastos antes de operación.....	93
5.6 Punto de equilibrio operativo y financiero.....	96
5.7 Análisis financiero proyectado a 10 años.....	103
5.8 Análisis de Rentabilidad.....	104
5.9 Conclusión.....	105

## **Capítulo 6. Riesgos críticos**

6.1 Riesgos financieros.....	106
6.2 Riesgos internos.....	107
6.3 Riesgos externos.....	108

## **Capítulo 7. Aspectos legales de implementación y operación**

7.1 Definición del régimen de constitución de la empresa.....	111
7.2 Trámites de apertura.....	112
7.2.1 Factibilidad del uso del suelo.....	113
7.2.2 Licencia ambiental.....	113
7.2.3 Licencia de operación.....	113
7.2.4 Instalación de anuncio.....	114
7.3 Trámites fiscales.....	114
7.3.1 Inscripción ante el Registro Federal de Contribuyentes.....	114
7.3.2 Inscripción en el Gobierno del Estado.....	115
7.4 Trámites laborales.....	115
7.4.1 Inscripción ante el instituto mexicano del seguro social.....	115
7.4.2 Inscripción de los empleados en el registro federal de contribuyentes...116	
7.4.3 Alta del reglamento interno del trabajo ante la Secretaría del Trabajo....116	
7.5 Otros trámites.....	117
7.5.1 Alta de la marca ante el instituto mexicano de la propiedad industrial....117	
7.6 Leyes y reglamentos que competen al negocio Green House.....	117

## **Anexos**

1. Formatos de trámites legales.....	119
2. Información relevante complementaria.....	137
3. Directorio de fuentes de información.....	142

<b>Referencias.....</b>	<b>143</b>
-------------------------	------------

## Lista de Tablas

Número	Página
1.1 Principales causas de mortalidad en mujeres 2003.....	3
1.2 Principales causas de mortalidad en hombres 2003.....	4
1.3 Tamaño de las empresas.....	12
2.1 Consumo aparente.....	21
2.2 Consumo aparente de ensaladas.....	21
2.3 Consumo aparente de emparedados.....	22
2.4 Participación de la competencia en el mercado.....	23
2.5 Población por edad y sexo en el Estado de Baja California 2005.....	37
2.6 Grupos por edades en Ensenada 2005.....	37
2.7 Producto Interno Bruto del Estado.....	38
2.8 Riesgos y oportunidades del mercado.....	44
3.1 Productos.....	49
3.2 Puestos de la empresa.....	56
3.3 Programa Preoperativo de Producción.....	57
4.1 Puesto de Director General.....	61
4.2 Puesto encargado de Ventas y Mercadotecnia.....	63
4.3 Puesto Encargado de Producción.....	65
4.4 Puesto de Repartidor.....	67
4.5 Puesto de Cajera.....	68
4.6 Puesto de Auxiliar de Producción.....	70
4.7 Puesto de Mantenimiento.....	71
4.8 Administración de Sueldos y salarios.....	75
4.9 Tabulador de Sueldos.....	76
5.1 Catálogo de cuentas.....	79
5.2 Resumen de la inversión.....	81
5.3 Ventas proyectadas.....	82
5.4 Costos proyectados.....	83
5.5 Flujo de efectivo proyectado.....	84

5.6	Balance General.....	85
5.7	Estado de Resultados Proyectado a 10 años.....	86
5.8	Balance General Proyectado a 10 años.....	87
5.9	Porcentajes de inflación.....	88
5.10	Inversión inicial.....	89
5.11	Depreciación y Amortización.....	90
5.12	Amortización del crédito refaccionario.....	92
5.13	Amortización del crédito de habilitación.....	93
5.14	Amortización del crédito de gastos preoperativos.....	94
5.15	Tasa Interna de Retorno.....	95
5.16	Promedio ponderado del costo de capital.....	95
5.17	Valor presente neto.....	95
5.18	Punto de equilibrio.....	96
5.19	Indicadores financieros proyectados a 10 años.....	103
5.20	Análisis de rentabilidad.....	105
6.1	Análisis de sensibilidad en diferentes escenarios.....	106
6.2	Riesgos internos.....	108
6.3	Riesgos externos.....	109

## Lista de Gráficas

Número	Página
Gráfica 2.1 Pregunta uno.....	25
Gráfica 2.2 Pregunta dos.....	26
Gráfica 2.3 Pregunta tres.....	27
Gráfica 2.4 Pregunta cuatro.....	27
Gráfica 2.5 Pregunta cinco.....	28
Gráfica 2.6 Pregunta seis.....	29
Gráfica 2.7 Pregunta siete.....	30
Gráfica 2.8 Pregunta ocho.....	31
Gráfica 2.9 Pregunta nueve.....	32
Gráfica 2.10 Pregunta diez.....	33
Gráfica 2.11 Pregunta once.....	34
Gráfica 2.12 Pregunta doce.....	34
Gráfica 2.13 Pregunta trece.....	35
Gráfica 5.1 Punto de equilibrio del año 2010.....	97
Gráfica 5.2 Punto de equilibrio del año 2011.....	97
Gráfica 5.3 Punto de equilibrio del año 2012.....	98
Gráfica 5.4 Punto de equilibrio del año 2013.....	98
Gráfica 5.5 Punto de equilibrio del año 2014.....	99
Gráfica 5.6 Punto de equilibrio del año 2015.....	99
Gráfica 5.7 Punto de equilibrio del año 2016.....	100
Gráfica 5.8 Punto de equilibrio del año 2017.....	100
Gráfica 5.9 Punto de equilibrio del año 2018.....	101
Gráfica 5.10 Punto de equilibrio del año 2019.....	101

## Lista de figuras

Número	Página
Figura 1 Logo de Green House.....	11
Figura 2 Diagrama de flujo del proceso.....	47
Figura 3 Requisición de compra.....	50
Figura 4. Mapa de la ubicación de la empresa.....	54
Figura 5 Plano de la empresa.....	55
Figura 6 Organigrama.....	60

## **Introducción.**

### **1.Contexto y Antecedente.**

A través del tiempo el ser humano ha cambiado su estilo de vida y con ello sus hábitos alimenticios, ha escalado rangos de buenos a deficientes. Los homo sapiens llevaban una dieta semi vegetariana porque les era más fácil la recolección de frutas y verduras que la cacería porque no contaban con herramientas sofisticadas para enfrentarse a los animales. Sin planearlo y quizás sin ser conscientes de ello tenían una dieta saludable. La agricultura surgida en Mesopotamia hace unos diez mil años revolucionó los hábitos alimenticios del hombre debido al poder de controlar la obtención de vegetales. El cultivo de frutas y verduras trajo como consecuencia una dieta más variada, balanceada y nutritiva. Las frutas han tenido un papel muy significativo para el hombre desde que se tiene razón de la existencia de la humanidad.

Los frutos de la vid (*vitis vinífera*), las uvas y el vino, aparecen en los registros más antiguos, asociados siempre al florecimiento de la civilización en Grecia, en Babilonia y en los pueblos del Medio Oriente., el vino está presente lo mismo en los relatos mitológicos griegos que en la Biblia, y se transfigura en sangre de Cristo en el Nuevo Testamento. (Salinas, 2000, p.17)

Cuando los españoles llegaron a México se llevaron la sorpresa de que los mesoamericanos tenían dentro de su cuadro básico alimenticio más de sesenta especies de plantas. Hernán Cortés erróneamente creyó que las frutas existentes en Tlatelolco eran de la misma especie que las europeas. Se sorprendió de la manera que le daban de comer a Moctezuma, eran manjares que constaban de carnes rojas y blancas, frutas y hierbas. Debido a la fertilidad de la tierra, México ha podido adoptar frutos originarios de todo el mundo.

Ha habido dos grandes transformaciones en los hábitos alimenticios según estudiosos: la primera es el surgimiento de la agricultura y la segunda la

industrialización en la producción de los alimentos. Cabe señalar que la comida procesada no cuenta con la misma calidad nutricional.

Antes las abuelas se quedaban en el hogar y se encargaban de preparar los alimentos. Preparaban comidas balanceadas proporcionándole a la dieta un equilibrio adecuado de vitaminas y minerales. Algunas contaban con sus propios cultivos y ganado, garantizando así alimentos 100 por ciento orgánicos y libre de hormonas. En la actualidad por diversas razones las mujeres salen a trabajar y no hay una persona encargada de tiempo completo en la buena alimentación de la familia. Aunado a esto la vida sedentaria no beneficia en nada a la salud.

Debido a la falta de tiempo cuando se cocina es común utilizar alimentos enlatados (algunos con conservadores) y comida pre cocinada para microondas. Consumir conservadores se ha vuelto una mala costumbre.

La enumeración de los diferentes tipos de conservantes que se emplean en alimentos es amplia, pero si tenemos en cuenta su toxicidad pueden considerarse 4 grupos: Los no tóxicos. Entre ellos están: ácido propiónico y sus sales, ácido enzoico y sus sales, ácido sórbico y sus sales, entre otros. Los de moderada toxicidad como agua oxigenada, formol, hexametenotetramina. Los inadmisibles por su toxicidad: ácido bórico y boratos, ácido salicílico y salicilatos, ácido monobromoacético y sus estrés, ácido dehidroacético, fluoruros, fluorosilicatos y fluoroboratos, ácido nítrídico y nitruros, cloropicrina, entre otros. Los revisables: antibióticos, Anhídrido sulfuroso (SO<sub>2</sub>) y sus derivados, dietilpirocarbonato.

Esta clasificación indica que sólo se podrán emplear los no tóxicos, mientras que en los de toxicidad moderada se deberá regular la ingesta máxima diaria admisible. Los tóxicos han de ser completamente prohibidos, mientras que, los revisables, deberán ser estudiados en cuanto a su empleo y los de posible indicios de toxicidad que se puedan presentar en un futuro. (Rodríguez , 2002, p.1).

Si el cuerpo es abastecido con los nutrientes que necesita, se desarrollan defensas suficientes para combatir a las enfermedades. Las principales enfermedades del siglo XXI son: cardíacas, cáncer y diabetes. Las cuales son causadas en parte por el estrés y la mala alimentación. Dichos padecimientos pueden ser tratados por medio de alternativas naturales.

Tabla 1.1 Principales causas de mortalidad en mujeres 2003.

<b>Causas de mortalidad</b>	<b>Defunciones</b>	<b>Tasa (100,000)</b>
1. Diabetes Mellitus	32354	61.8
2. Enfermedades isquémicas del corazón	22758	43.5
3. Enfermedades cerebrovasculares	14239	27.2
4. Enfermedades pulmonar obstructiva crónica	7827	14.9
5. Ciertas afecciones originadas en el periodo perinatal	7039	13.4
6. Enfermedades hipertensivas	6653	12.7
7. Infecciones respiratorias agudas bajas	6381	12.2
8. Cirrosis y otras enfermedades crónicas del hígado	6332	12.1
9. Nefritis y nefrosis	4954	9.5
10. Desnutrición calórico proteica	4663	8.9

Fuente: Ramírez Vega Dixia. (2007, p.1). Nutrición y salud.

Tabla 1.2 Principales causas de mortalidad en hombres 2003.

<b>Causas de mortalidad</b>	<b>Defunciones</b>	<b>Tasa (100,000)</b>
1. Enfermedades isquémicas del corazón	27978	54
2. Diabetes Mellitus	26, 730	51.6
3. Cirrosis y otras enfermedades crónicas del hígado	20478	39.5
4. Enfermedad cerebrovascular	12604	24.3
5. Enfermedad pulmonar obstructiva	10286	19.8
6. Ciertas afecciones originadas en el periodo perinatal	9986	19.3
7. Agresiones (homicidios)	8660	16.7
8. Infecciones respiratorias agudas bajas	7346	14.2
9. Accidentes de vehículo de motor (tránsito)	7289	14.1
10. Nefritis y nefrosis	5535	10.7

Fuente: Ramírez Vega Dixia. (2007, p.1). Nutrición y salud.

Para que el organismo funcione a su máxima capacidad se debe desintoxicarlo de grasas saturadas. Por lo dicho anteriormente no es de sorprenderse el encontrar un deterioro orgánico en nuestro cuerpo y un deterioro en la calidad de vida. Una alternativa saludable es la jugoterapia, también conocido como zumoterapia, que es un tratamiento naturista basado en la utilización de jugos de frutas y verduras. A través de los jugos se busca dotar a nuestro organismo de vitaminas y minerales necesarios para la salud mental y física. Los zumos además de ser bebidas deliciosas tienen propiedades terapéuticas para ciertas enfermedades. Beber jugos 100 por ciento naturales ayuda a la regeneración celular, la desintoxicación, el abastecimiento de nutrientes y mejora el sistema inmunológico.

No es nada nuevo utilizar el poder curativo de los alimentos, estos han servido como medicina desde épocas muy antiguas como por ejemplo en la Grecia Clásica donde Hipócrates utilizaba hígado crudo para curar la ceguera. Los pueblos antiguos utilizaban a los vegetales como medicamentos. El papiro Ebers escrito en Egipto en el siglo XV A.C. menciona aproximadamente 150 alimentos que se utilizaban como medicina.

Las vitaminas son vitales para nuestro organismo. Sin ellas no podríamos realizar nuestras actividades diarias. “Las Vitaminas son la chispa que enciende la maquinaria corporal. Se trata de compuestos químicos de naturaleza orgánica que están presentes en cantidades mínimas en los alimentos y son necesarias para regular la formación de diversas sustancias del organismo.”(Gutiérrez, 2006, p.210)

El mercado mexicano de jugos elaborados a base de frutas asciende a 551 millones de dólares. Es un mercado que ha crecido rápidamente debido a la evolución en los gustos de la población que exige alimentos más sanos y variados. Y también por el nuevo ritmo de vida, cada vez más agitado, que requiere alimentos preparados listos para consumir.

A pesar de que el consumo de jugos en México aún está lejos de alcanzar los niveles de países como Estados Unidos o algunos europeos como Alemania y Gran Bretaña, se ha mostrado un importante incremento en su consumo. Mientras que en 1997 se consumieron 320 millones de litros, en el año 2000 la cifra ascendió a 509 millones de litros, lo que representa un incremento de 59 por ciento en solo cuatro años.

Este incremento está dado tanto por los nuevos consumidores como por aquellos que dejan de consumir jugos elaborados de manera artesanal en sus hogares para tomar jugos elaborados industrialmente. Este aumento en la preferencia de los consumidores mexicanos por los jugos de frutas procesados ha propiciado el crecimiento de la industria, que a su vez ha generado un producto altamente competitivo en los mercados tanto nacionales como internacionales.

...el más importante por su volumen es el de naranja, que representa el 22.2 por ciento de la producción total, seguido por el de manzana con el 16.5 por ciento y por el de durazno y mango, con 15.9 y 15.0 por ciento respectivamente. Otros jugos con menor participación son los de piña y

uva. De esta manera la industria mexicana de jugos de fruta, que se considera la más grande de América Latina, ha crecido durante los últimos años a razón de 9.4 por ciento anual, por lo que se espera que para el año 2001 alcance un volumen de producción de 697.3 millones de litros con un valor de 517.4 millones de dólares. (Organización Altex, 2001, p.1).

Se observó la existencia de demanda de productos naturales a través de un estudio de mercado en Ensenada, B.C. Los clientes son personas que buscan mejorar su rendimiento físico a través del cuidado de salud, lo cual se logra con ejercicio y una buena alimentación.

## **2. Planteamiento del estudio.**

Debido a las necesidades de consumir productos saludables y a la falta de ofertas de los mismos surge *Green House*. Empresa ensenadense que ofrecerá asesoría de Jugoterapia y preparará jugos de frutas y verduras 100 por ciento frescos y naturales.

Comer las frutas y verduras recomendadas al día en ocasiones resulta difícil debido a los malos hábitos alimenticios. O simplemente no se cuenta con el tiempo necesario para preparar la comida. Para todos aquellos que se preocupan por su salud los jugos son una vía para satisfacer sus necesidades alimenticias.

## **3. Objetivos del trabajo terminal :**

- 1.- Obtener el grado de maestría
- 2.- Aprender a elaborar un plan de negocios
- 3.- Mostrar la factibilidad de la apertura de una empresa de jugoterapia en la ciudad de Ensenada.
- 4.- Crear un producto enfocado a la mejora de la calidad de vida de las personas proporcionándoles una opción más saludable de alimentación.
- 5.- Poner en práctica los conocimientos de diversas materias tomadas en el posgrado.

#### **4. Justificación del estudio.**

En la actualidad México se encuentra con dos problemas a resolver en el sector salud: las enfermedades cardiovasculares y la diabetes. Las cuales han aumentado su presencia entre los mexicanos con sobrepeso. La obesidad es causada por el consumo de comida chatarra, y el sedentarismo. Televisa y el gobierno federal lanzaron una campaña “vamos por un millón de kilos” que consiste que los mexicanos colectivamente bajen de peso. La meta, precisamente es un millón de kilos. Esta campaña fue inspirada por unos avisos que se hacían en televisa deportes: “elige estar bien contigo”

La obesidad no solo es problema de los adultos sino también de los niños mexicanos. Si los niños ven que sus padres son gordos les parecerá normal serlo también. De ahí radica la responsabilidad de los progenitores de dar un buen ejemplo. Somos el segundo país de obesos y con sobrepeso, el primero es Estados Unidos.

El instituto nacional de la salud promueve campañas para educar a los niños sobre su alimentación. El instituto mexicano del seguro social (en adelante IMSS) se sumó a esta campaña. Después de haber logrado la meta apareció una nueva llamada: “vamos por más kilos”.

Para combatir la obesidad infantil algunas televisoras están promoviendo programas que eduquen sobre la salud y a la vez sean divertidos. Por ejemplo los programas *lazy town* y plaza sésamo. Necesitan trabajar en equipo el gobierno, las televisoras, las marcas y los padres de familia.

Televisa hizo un *reality show* “¿Cuánto quieres perder?” que trata sobre 14 personas obesas compitiendo en perder peso. Lo paradójico es que por un lado la televisora combate la obesidad y por otro lado la fomenta a través de miles de anuncios publicitarios de comida chatarra que van dirigidos en horarios infantiles.

El Poder del Consumidor señala que midió la cantidad de anuncios de comida chatarra transmitidos en horario infantil por el Canal 5 de Televisa y encontró que esta empresa transmitía la mayor cantidad de anuncios de esos productos por hora en el mundo. Un cálculo conservador de EPC es que un menor de edad asiduo al Canal 5 verá al año “12 mil 400 anuncios de comida chatarra y ninguno de orientación nutricional”. (Torres, 2008, p1).

Las televisoras y las empresas que elaboran productos poco nutricionales han ejercido presión en el gobierno para que no se prohíban los anuncios en televisión de dichos productos. Y también han logrado que no se prohíban su venta en las escuelas. Debido a la importancia de este problema el Centro de Investigación en Nutrición y Salud tiene 19 proyectos de investigación sobre la obesidad, diabetes, enfermedad cardiovascular y 15 proyectos en desnutrición.

“Actívate, vive mejor” es un programa del gobierno federal. La idea es promover actividades físicas en los parques, gimnasios y canchas. Actividades gratuitas. Ya que la mitad de la población vive en la pobreza y no podría pagar el gimnasio. La idea es promover ejercicios al aire libre que no cuesten y ayuden a cambiar los malos hábitos actuales de inactividad física.

La secretaría de educación pública con el apoyo de la comisión nacional de cultura física y deporte tiene la responsabilidad de la realización de esta feria de actividades físicas, recreativas y deportivas. El 80 por ciento de los mexicanos tiene como pasatiempo ver televisión y no se ejercita.

La solución radica en que las personas empiecen a alimentarse de manera balanceada. Es recomendable comer cinco frutas y cinco verduras frescas al día para tener una buena dieta. Pero ¿cuánto tiempo tomaría comerlas? Una manera fácil de lograrlo es bebiendo jugos de frutas y verduras. Estos son una opción para los niños que no les guste comer verduras. El organismo asimila mejor los nutrientes que se le da de forma líquida. Los jugos se asimilan en un 95 por ciento.

Si se consumen jugos enlatados o embotellados sus propiedades nutritivas ya no se encuentran al 100 por ciento mucho menos si contienen conservadores. Se recomienda tomar los zumos entre tres a cinco minutos después de su preparación. Los jugos naturales son una propuesta rica y saludable para llevar una dieta balanceada. Para que estos funcionen como alternativas medicinales se necesita una asesoría de expertos en jugoterapia. Se dice que las personas son reflejo de lo que comen y si no se consumen frutas y verduras a diario, entonces se está acumulando un daño celular innecesario, que inevitablemente se reflejara en la salud, desempeño y vitalidad.

La empresa *Green House* nació al ver la necesidad de ofertas alimenticias de calidad. Se desea crear conciencia de la importancia de tener una vida saludable. Para lograrlo hay que cambiar los malos hábitos alimenticios. Los jugos naturales son una alternativa para aumentar el consumo de frutas y verduras.

## **Capítulo 1. Naturaleza del proyecto.**

### **1.1 Nombre de la empresa.**

El nombre de la empresa muestra la identidad de la misma. Se recomienda que sea corto para que sea fácil de recordar. El nombre de la empresa es *Green House*. Está en inglés debido a que la ciudad es turística y muchos ensenadenses hablan inglés. Se eligió *green* porque el color verde refleja el concepto de armonía entre la naturaleza y el ser humano. Y ese es un valor de la empresa al ofrecer productos naturales para mejorar la calidad de vida de los clientes. Y se eligió *house* porque otro valor de la empresa es que los clientes se sientan como en casa. También porque el sabor de los alimentos tendrán el sabor casero que tanto gusta y se añora cuando se está lejos de casa.

#### **1.1.1 Lema y Logotipos.**

El lema debe ser, al igual que el nombre, memorable. Es difícil la creación del mismo porque debe expresar en pocas palabras los puntos fuertes de la empresa. El lema ayuda al nombre a reforzar la identidad de la empresa. Lema de *Green House*: Disfruta tu lado verde.

El logo de la empresa es el diseño gráfico por el cual nos reconocerán los clientes. Debe ser único para que los clientes identifiquen la marca al verlo. Se utilizaron los colores negro y verde sobre fondo blanco. Se eligieron esos colores por algunos de sus significados que se asocian con el concepto de la empresa. El color negro se asocia con seriedad, prestigio, elegancia y formalidad. El verde se asocia con la naturaleza. Y se eligió el color blanco porque significa frescura y limpieza.

Figura 1 Logo de *Green House*.



Elaboración propia

## **1.2 Descripción de la empresa.**

### **1.2.1. Giro o sector.**

La empresa pertenece al sector de la industria restaurantera.

### **1.2.2. Tamaño .**

Según tabla 1.3 se puede clasificar a *Green House* por su cantidad de empleados, doce, como una pequeña empresa. Por sus activos fijos (\$1,088,400 pesos) como mediana. Y por su volumen de ventas (\$4,320,000 pesos) como una empresa grande.

Tabla 1.3 Tamaño de las empresas.

Tamaño Variable	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	+Grande
No. de Trabajadores	Hasta 10	11-20	21-50	51-250	250 en adelante
Q. Activos	Hasta 50 000	50 001 a 500 000	500 001 a 2 000 000	2 000 001 a 10 000 000	10 000 001 en adelante
Q. Volumen Ventas año	Hasta 60 000	60 001 a 300 000	300 001 a 3 000 000	3 000 001 a 20 000 000	20 000 001 en adelante

Fuente: Red de caja de herramientas mypyme ( s.f., p.1).

### 1.2.3. Ubicación.

Las instalaciones serán en Boulevard Costero en la ciudad de Ensenada. La ubicación se decidió por estrategia de marketing ya que según estudios realizados que se muestran más adelante, es un lugar clave para el éxito del negocio.

### 1.2.4. Descripción breve de producción o servicio.

*Green House* es una empresa dedicada a dar servicios gastronómicos con alto valor nutricional. Las bebidas y platillos se elaborarán con frutas y verduras 100 por ciento naturales, es decir, cero conservadores. Quien consume en *Green House* tiene la seguridad de comer fresco y sano. Contamos con altos estándares de calidad y limpieza. Dentro de las instalaciones habrá un consultorio de medicina natural. No es necesario asistir a cita médica para consumir nuestros productos, ya que estos son para el público en general. Se proporcionará el servicio de hacer una dieta especial de cada cliente si este así lo desea. Se contará con un amplio menú de jugos y platillos.

### **1.3 Misión y visión de la empresa.**

La misión es ser la mejor opción alimentaria. Ofreciendo un menú variado 100 por ciento natural, saludable y delicioso. Ofreciendo a los clientes una asesoría sobre las vitaminas y minerales necesarios para ser personas de alto rendimiento.

La visión es llegar a ser una franquicia, con presencia en toda la república mexicana, de productos naturales que ayudan a las persona a sentirse y verse bien.

Los valores de *Green House* son:

Salud. El bienestar físico y mental de una persona.

Responsabilidad social. Cuidar del bienestar de la sociedad, eso implica tener acciones altruistas y cuidar el medio ambiente a través del reciclaje. La idea es generar un entorno mejor para vivir.

Trabajo en equipo. Todos los colaboradores de la empresa forman un equipo para alcanzar las metas de la misma. Todos tienen conocimientos generales de cómo funciona la empresa. Esto con la finalidad de que si alguien falta o va retrasado en sus labores, las tareas puedan realizarse a tiempo con ayuda del equipo

Seguridad e higiene. Se hará todo lo necesario para disminuir los riesgos de un accidente. Cuidando a los trabajadores se cuidan las habilidades y actitudes necesarias para el buen funcionamiento de la empresa. Se les otorgará las condiciones físicas y psicológicas apropiadas para la salud.

Comodidad. Sentirse como en casa.

#### **1.4 Objetivos de la empresa.**

A corto plazo. Ofrecer una amplia variedad de platillos que satisfagan las necesidades alimenticias de la población ensenadense. A mediano plazo. Ser reconocidos por la calidad de nuestros productos 100 por ciento naturales y frescos. A largo plazo .Convertirse en una franquicia exitosa.

#### **1.5 Ventajas competitivas.**

El horario, será de 6:30 am a 6:30 pm.

Es un producto 100 por ciento natural y saludable.

Tiene un precio accesible.

Materias primas de calidad.

Limpieza y garantía de que los empleados están sanos ya que se les realizarán análisis periódicamente.

Instalaciones agradables y ubicación accesible.

No existe un negocio de jugos en la localidad que brinde una asesoría de jugoterapia, lo que la competencia tiene son algunas recetas generales como jugo para la gastritis, para adelgazar, para la energía, etc. pero no hay un médico naturista que valore el tratamiento.

El servicio. Podrán adquirir los productos de diferentes maneras: hablando por teléfono pueden hacer sus pedidos y se les lleva a domicilio, pueden hacer su pedidos a través de Internet, y si lo prefiere puede entrar a las instalaciones por el *drive through* o pasar al agradable comedor.

Los locales que llevan jugo a domicilio piden un mínimo de consumo para llevar el pedido, de \$ 100 a \$ 150 pesos. *Green House* tendrá la opción de llevar jugos a domicilio sin un mínimo de consumo.

### **1.6 Análisis de la industria o sector.**

Los jugos son un segmento de la industria dinámico y atractivo para los inversionistas debido que las tendencias de los consumidores se está enfocando en el cuidado de la salud. Ejemplo de esto es el lanzamiento de *Minute Maid* de la compañía Coca Cola. Sin embargo en países desarrollados la fase del cuidado de la salud va más allá de consumir jugos industrializados, esos países están buscando consumir alimentos 100 por ciento naturales. En Canadá la asociación de médicos le ha pedido al gobierno federal que grave con una tasa del siete por ciento a los alimentos bajos en nutrientes y que en las escuelas se vendan alimentos nutritivos como frutas y legumbres. Jugos 100 por ciento naturales. Esto debido a la obesidad de los niños. En México también se empieza a tomar medidas respecto a las bebidas que se anuncian como jugos y no cumplen con los contenidos de fruta necesarios, se dictarán lineamientos a través de la dirección general de normas de la Secretaría de Economía.

Analizando la competencia principal que tendría *Green House* en Ensenada son siete empresas principalmente: Nutra.C, Baja Frut, Sí ¡es natural!, La Michoacana, Jugos de Sonora, la Sonrisa y la Única.

Nutra C. Se encuentra ubicado en avenida López Mateos #1090-7, zona centro con un horario de martes a viernes de 8:00 am a 7:00 pm, sábado de 9:00 am a 7:00 pm, domingo de 9:00 am a 6:30 pm. Ofrece amplia variedad de jugos naturales y 10 recetas de jugoterapia. Tiene la ventaja competitiva de ubicarse en una zona turística y esto le da la oportunidad de hacerse de clientes de la comunidad y de extranjeros. A pesar de estar en una zona cara sus precios se mantienen en la media. Cuenta con instalaciones modernas, cuida la limpieza y el orden dentro de las mismas.

Baja Frut . Se encuentra en avenida López Mateos No. 1650 col. Obrera, con un horario de 8:00 am a 5:00 pm de lunes a sábado. Y ya abrió una sucursal en punta banda donde solo se pide para llevar. Ofrece amplia variedad de jugos naturales y combinaciones. La ventaja de esta empresa sería la calidad en sus productos y su ubicación. Su desventaja serían sus precios un poco elevados y que no cuidan la imagen de los envases de sus productos.

Sí ¡es natural! Se encuentra en boulevard Ramírez Méndez No. 250 fraccionamiento Bahía, con un horario de 7:00 am a 6:00 pm de lunes a viernes y sábado, domingos de 8:00 am a 3:00 pm. El local es acogedor, sin embargo no ha logrado introducir sus productos significativamente en la localidad. La empresa cuenta con un logo novedoso es un plátano con pies.

La Michoacana es una franquicia donde se venden nieve principalmente pero también ofrecen jugos naturales y se pueden pedir combinaciones. Está muy bien posicionada la empresa porque es una tradición en Ensenada, su desventaja sería que su producto principal son las nieves y no han desarrollado ideas originales para sus jugos. El vaso donde sirven los jugos no tiene el logo de la empresa. Han descuidado la presentación de sus productos.

Jugos de Sonora se encuentra en la calle segunda, zona centro. Horario de lunes a sábado de 7:00 am a 2:00 pm. Ofrecen amplia variedad de jugos y combinaciones, cuentan con 8 recetas de jugoterapia aproximadamente. Esta empresa tiene muy buena ubicación su mercado son personas que trabajan y pasan por los jugos muy temprano, el problema es que es muy pequeño el local y las personas tienen que estar en la banqueta mientras esperan por sus jugos. No tiene estacionamiento. Tiene los precios más bajos pero menor calidad en sus productos. El vaso donde sirven los jugos no lleva logo de la empresa.

La sonrisa tiene tres sucursales una en la calle Juárez, otra en la calle Delante y otra dentro de la macroplaza. Ofrece desayunos y comida. Es famosa por su pan

integral. Las ventajas de la sonrisa serían la ubicación de sus sucursales, la variedad de sus productos y el posicionamiento de su marca. Las desventajas son que no cuidan la imagen de sus productos, no le ponen la fecha de elaboración ni de caducidad. Las instalaciones de la calle Delante están muy descuidadas. Y las instalaciones nuevas de la macroplaza no tiene una buena decoración, las que se encuentran en buen estado son las de la calle Juárez.

Frutería la Única está ubicada en carretera transpeninsular no. 897 local 35 fraccionamiento Valle Dorado. Su ventaja es que tiene experiencia de operaciones debido a que cuenta con sucursales en San Diego y Tijuana. Otra ventaja es que tienen un menú variado aunque al igual que Baja Frut no tiene un estilo definido de *light* y comida natural, es decir, podemos encontrar dentro de su menú tacos y tortas. Su desventaja sería que de las siete empresas analizadas ésta es la que tiene los precios más elevados. Y sus instalaciones no cuentan con comedor, es decir, solo puedes ordenar para llevar o utilizar su servicio a domicilio.

Para elaborar los jugos de *Green House* se comprará un extractor Zumo X para elaborar jugos de naranja exclusivamente, tiene un sistema de exprimido original patentado que permite obtener la mayor cantidad de zumo posible. Para el resto de las frutas y las verduras se comprara un exprimidor *Power Juice* que por su tecnología no se necesita quitarle la cáscara a las frutas y a las verduras ya que el mismo extractor lo hace trayendo como consecuencia un ahorro en desperdicio de tiempo y de producto.

Jugos enlatados y embotellados son productos que no se quieren vender en *Green House*, porque lo que se pretende es que sean productos 100 por ciento naturales y frescos. Sin embargo no podía quedar fuera de este plan de negocios ya que son utilizados por las familias mexicanas y el consumo va incrementando. Es una forma económica de consumir jugos. No van dirigidos a nuestro nicho de mercado pero se mencionan los jugos enlatados y embotellados como una prueba más de que la sociedad mexicana está buscando alimentarse de una manera más

sana. No es parte de esta tesis mostrar si en realidad es nutritivo consumir este tipo de productos. La siguiente cita nos ayuda a conocer el crecimiento porcentual de consumidores de jugos enlatados y embotellados; y las cuatro marcas más fuertes en el país en ventas de este tipo de jugos.

...Cálculos realizados por Crain's México, con datos del Sistema de Cuentas Nacionales, muestran que en 2005 las ventas de jugos y néctares sumaron cerca de \$6,350 millones de pesos, poco más de \$580 millones de dólares. Ese producto registró una tasa de crecimiento promedio anual de 6.6% en el periodo 1994-2005...Según información de la industria, las ventas de jugos, néctares y bebidas de fruta sumaron más de \$950 millones de dólares en 2004, mercado controlado por Jumex con una participación de 29.2 por ciento, seguido de Jugos del Valle con 23.2 por ciento, Pascual Boing que habría captado 11.2 por ciento, mientras la empresa lechera Lala registró un 8.7 por ciento, según datos de la medidora de mercados AC Nielsen. Esas cuatro compañías atendieron el 72.3 por ciento de la demanda de esos productos. (De la Rosa, 2006, p.1).

Existen muchos pequeños puestos que venden jugos. Los cuales no serán analizados con profundidad en este apartado debido a su amplia extensión. Algunos se encuentran dentro de la economía informal por lo que los convierten en empresas difíciles de analizar con exactitud. Éstas micro empresas tienen ventajas particulares como ahorros debido a la evasión de impuestos y trabajadores sin seguridad social. Al no estar enfocadas al mismo nicho de mercado que *Green House* no son consideradas competencia directa.

### **1.7 Producto y/o servicios de la empresa.**

Venta de una amplia variedad de jugos de frutas y verduras 100 por ciento naturales, ensaladas y emparedados. Asesoría de medicina naturista por medio de jugoterapia. Los productos pueden verse con más detalle en el menú que se muestra más adelante.

### **1.8 Impacto tecnológico, económico y ambiental.**

Las instalaciones de la empresa se ubicarán en boulevard costero, donde se construirá el local con cocina, comedor, almacén, baños, consultorio y un *drive through*. Dicho boulevard es zona comercial, lo cual nos facilitará el permiso de uso de suelo. Las materias primas necesarias se obtendrán de proveedores de la región para que sean más frescas y económicas. Y también para poder manejar el sistema de inventarios de justo a tiempo. Existen suficientes proveedores para elegir el que más nos convenga y poder hacer mejores negociaciones. Parte de la tecnología que se utilizará se comprará en Estados Unidos los cuales son los extractores *Power Juice* y *Zumo X*.

La empresa será de nueva creación por lo tanto requerirá contratar personal, generando doce empleos directos. Al tener proveedores también se estarán generando empleos indirectos. *Green House* es una empresa con responsabilidad social, por lo tanto cuida de no alterar el medio ambiente. Lo cual se logrará utilizando servilletas y vasos de materiales reciclados. Los sobrantes de frutas y verduras se regalarán para hacer compostas. En términos generales el proyecto no dañará el entorno, al contrario creará una cultura del cuidado del mismo.

## Capítulo 2. El mercado

Los objetivos de mercadotecnia son: A corto plazo (un año). Abrir mercado para bebidas nutritivas y competir con los locales ya establecidos. La ubicación será en el boulevard costero s/n zona centro. Alcanzando niveles de 14,400 porciones al mes. A mediano plazo (tres años). Distribuir jugos en carritos dentro de plazas comerciales. Aumentando las ventas y la capacidad de producción al 40 por ciento. Y a largo plazo (cinco años). Continuar en el mercado como jugos líderes. Iniciar con la venta de franquicias.

### 2.1 Investigación de mercado

El tamaño de mercado se calculó de la siguiente manera: En Ensenada habitan 413,481 personas, según datos del instituto nacional de estadística y geografía (en adelante INEGI). Nuestro mercado son todas las personas de clase media. Debido a eso se multiplicó por el 12.32 por ciento que representa a las personas que ganan cinco salarios mínimos en adelante. Obteniendo así el tamaño de mercado de 50,941 personas.

Las características del segmento de mercado son: Personas de cualquier edad. Hombres y mujeres. Clase media. Que deseen cuidar su alimentación para sentirse y verse bien. Dispuestas a comprar productos sanos.

El Consumo aparente en Ensenada según estudio de mercado es :

a) 869,440 jugos mensuales. Para sacar el consumo mensual se calcula primero el consumo por día y después se multiplica por 30.4 días que en promedio son los días que contiene cada mes.  $200,198 / 7 = 28,599.71 = 28,600$  jugos al día X 30.4 días = 869,440 jugos al mes.

Tabla 2.1 Consumo aparente de jugos.

Consumo semanal	Porcentaje de consumo	Tamaño del mercado	Consumidores semanales	Jugos	Jugos consumidos
1 a 2 veces semanales	11.00%	50941	5604	1.5	8405
3 a 4 veces semanales	64.00%	50941	32602	3.5	114108
5 a 6 veces semanales	15.00%	50941	7641	5.5	42026
7 a más veces semanales	10.00%	50941	5094	7	35659
Consumo semanal					200198

Elaboración propia.

b) 652,445 ensaladas mensuales. Para sacar el consumo mensual se calcula primero el consumo por día y después se multiplica por 30.4 días que en promedio son los días que contiene cada mes.  $150,235 / 7 = 21,462.14 = 21,462$  ensaladas al día X 30.4 días = 652,445 ensaladas al mes.

Tabla 2.2 Consumo aparente de ensaladas.

Consumo semanal	Porcentaje de consumo	Tamaño del mercado	Consumidores semanales	Ensaladas	Ensaladas consumidos
1 a 2 veces semanales	49.28%	50941	25103	1.5	37654.5
3 a 4 veces semanales	33.33%	50941	16978	3.5	59423
5 a 6 veces semanales	11.59%	50941	5904	5.5	32472
7 a más veces semanales	5.80%	50941	2955	7	20685
Consumo semanal					150234.5

Elaboración propia.

c) 565,926 emparedados mensuales. Para sacar el consumo mensual se calcula primero el consumo por día y después se multiplica por 30.4 días que en promedio son los días que contiene cada mes.  $130,312 / 7 = 18,616$  emparedados al día X 30.4 días = 565,926 emparedados al mes.

### 2.3 Consumo aparente de emparedados.

Consumo semanal	Porcentaje de consumo	Tamaño del mercado	Consumidores semanales	Emparedados	Emparedados consumidos
1 a 2 veces semanales	57.97%	50941	29530	1.5	44296
3 a 4 veces semanales	33.33%	50941	16979	3.5	59425
5 a 6 veces semanales	5.80%	50941	2955	5.5	16250
7 a más veces semanales	2.90%	50941	1477	7	10341
Consumo semanal					130312

Elaboración propia.

d) 21,395 suplementos alimenticios mensuales. De 50,941 personas 42 por ciento consume suplementos alimenticios, es decir, 21,395.

Utilizando campañas publicitarias se planea obtener un aumento en la demanda del 20 por ciento anual. También se buscarán alianzas con spas y gimnasios para vender nuestros jugos dentro de sus instalaciones se calcula un 20 por ciento de incremento en ventas por este concepto.

Tabla 2.4 Participación de la competencia en el mercado.

<b>Empresa</b>	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>	<b>Ventajas Competitivas</b>
Nutra C	Local atractivo.	No tiene estacionamiento.	Zona Turística.
	Su personal es bilingüe.	No se especializa en jugos .	
Baja Frut	Gran variedad de productos.	Precios altos.	Calidad de los productos.
Sí es natural!	El local es acogedor.	Nombre difícil de recorder.	Logo novedoso.
La Michoacana	Franquicia.	No se especializa en jugos.	Es una tradición en Ensenada.
		No cuida la presentación de sus productos.	
Jugos Sonora	Su ubicación le permite tener el mercado de la clase trabajadora.	Sus jugos saben como a jugos rebajados.	Precios bajos.
		Sus jugos no son frescos.	
		No cuida la presentación de sus productos.	
		Aspecto informal.	
La única	Variedad de productos. Tiene sucursales en Tijuana y en San Diego.	No tiene comedor.	Horario 7am a 12am.
La Sonrisa	Es una empresa reconocida en Ensenada.	Se le identifica más como panadería que como restaurante.	Experiencia en la elaboración de productos saludables.
	Franquicia.		

Elaboración propia.

## 2.2 Estudio de mercado.

El estudio de mercado es una herramienta que ayuda a los emprendedores o empresarios a obtener información objetiva que sirve para tres cosas principalmente: conocer al consumidor, disminuir riesgos y generar información de análisis sobre la viabilidad del producto o servicio.

El objetivo del estudio de mercado es conocer la opinión de los ensenadenses respecto a la jugoterapia y obtener la demanda posible de jugos naturales. Y así poder pronosticar las ventas y hacer los cálculos necesarios para medir la viabilidad de este plan de negocios.

La hipótesis es que en Ensenada hay una necesidad insatisfecha, de jugos de frutas y verduras 100 por ciento naturales. Que se vendan de una manera más fácil por *drive through* y que sean llevados a domicilio pidiéndolos a través de Internet y por teléfono.

El Cálculo de la muestra se hizo de la siguiente fórmula estadística:

$$N = \frac{\sigma^2 N p q}{e^2} + \sigma^2 p q$$

En donde:

$\sigma$  = Coeficiente de confianza

N = Universo de la población

p = Probabilidad a favor

q = Probabilidad en contra

e = Error de estimación

n = Tamaño de la muestra

Sustitución de valores en fórmula estadística

$\sigma$  = 95% que es igual a 1.96

N = 50,941 personas.

p = 50%

q = 50%

e = 5%

n = Tamaño de la muestra

$$n = 1.96^2 (.50)(.50) (50,941) / (.05)^2 (50941-1)+1.96^2(.50)(.50)$$

El resultado de la muestra es de 381 encuestas.

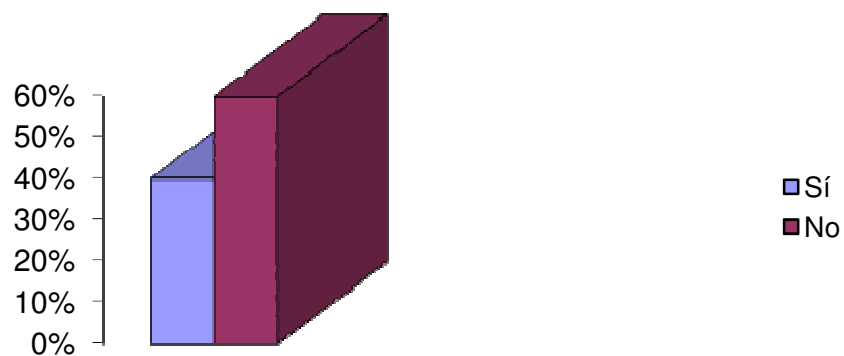
La aplicación de la encuesta se realizó de forma personalizada. Se encuestaron a personas que tuvieran las características de nuestro mercado meta. Se aplicaron en la salida de los supermercados Gigante, Comercial Mexicana, COSTCO, otras en la Universidad Autónoma de Baja California, centro de investigación científica y de educación superior de Ensenada (en adelante CICESE) y en la Escuela Normal Estatal.

1.- ¿Ha escuchado hablar de la jugoterapia?

Sí 40 por ciento

No 60 por ciento

Gráfica 2.1 Pregunta uno.



Elaboración propia.

2.- ¿Con qué frecuencia toma jugos naturales?

11 por ciento	64 por ciento	15 por ciento
1 ó 2 veces por semana	3 ó 4 veces por semana	5 ó 6 veces por semana
10 por ciento		
7 o más veces por semana		

Gráfica 2.2 Pregunta dos.



Elaboración propia.

\* Promedio de consumo por persona de cuatro jugos a la semana.

3. ¿Cuál es el jugo que más acostumbra tomar?

Naranja 45 por ciento.

Naranja-Zanahoria 32 por ciento.

Papaya 4 por ciento.

Piña 2 por ciento.

Durazno 4 por ciento.

Manzana 13 por ciento.

Gráfica 2.3 Pregunta tres.



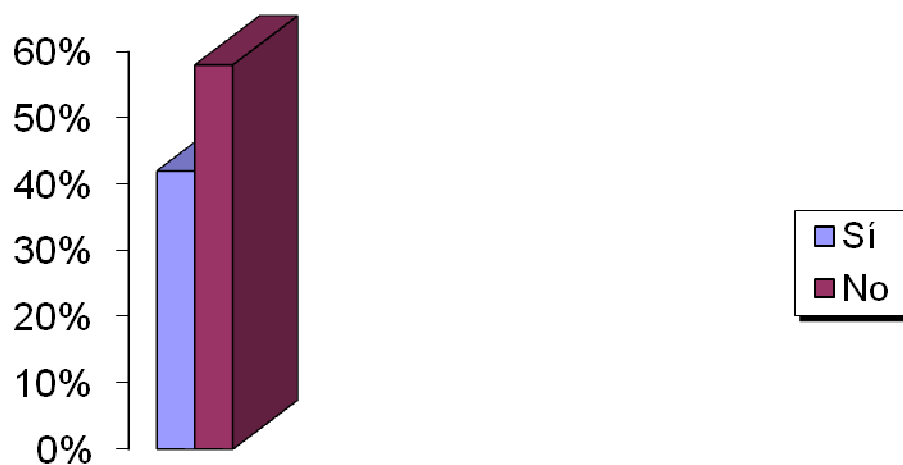
Elaboración propia.

4.- ¿Toma algún complemento alimenticio?

Sí 42 por ciento.

No 58 por ciento.

Gráfica 2.4 Pregunta cuatro.



Elaboración propia.

5.- ¿ Qué cantidad estaría dispuesto a pagar por un jugo?

10 pesos 1 por ciento.

12 pesos 2 por ciento.

15 pesos 11 por ciento.

20 pesos 39 por ciento.

25 pesos 34 por ciento.

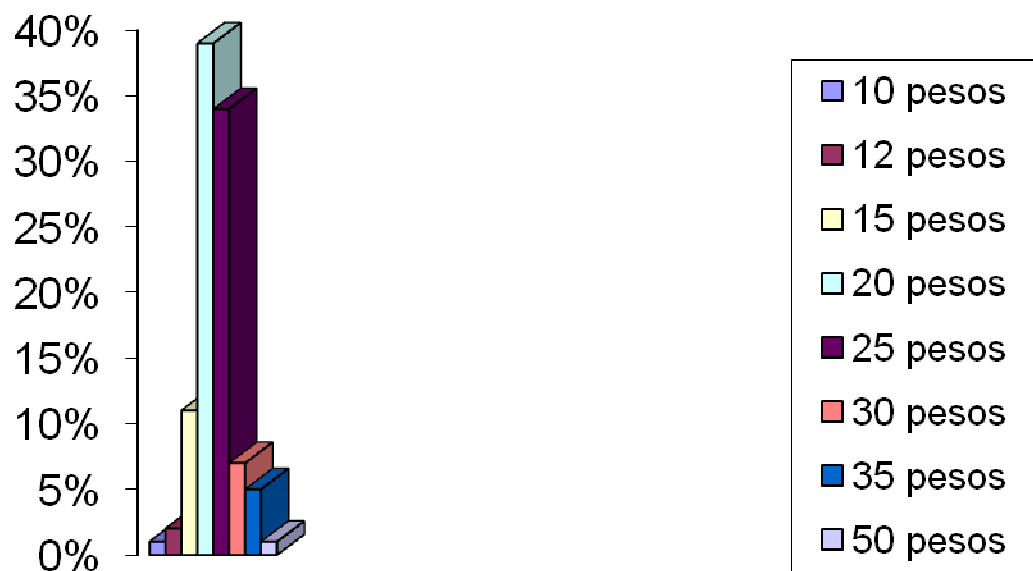
30 pesos 7 por ciento.

35 pesos 5 por ciento.

50 pesos 1 por ciento.

\* Promedio de precio por jugo de 23 pesos

Gráfica 2.5 Pregunta cinco.



Elaboración propia.

6.- ¿En qué horario prefiere tomar jugos?

Mañana 97 por ciento. Tarde 3 por ciento. Noche 0 por ciento.

Gráfica 2.6 Pregunta seis.

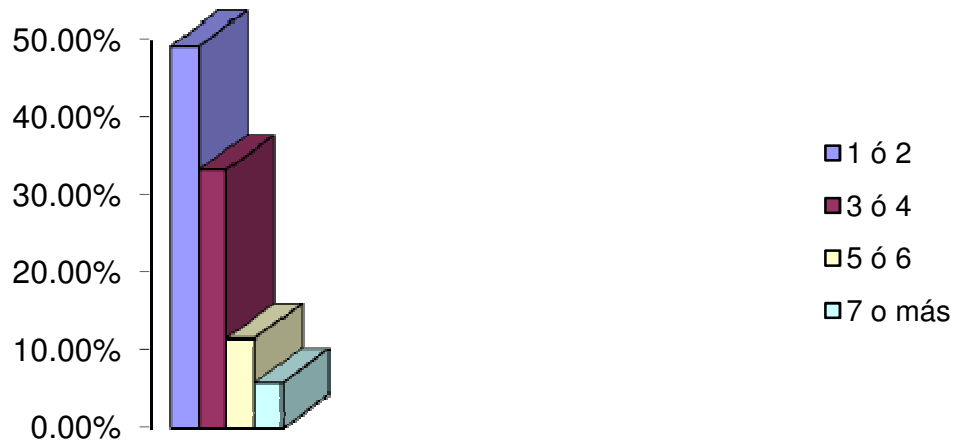


Elaboración propia.

7.- ¿Con qué frecuencia consume ensaladas?

49.28 por ciento.	33.33 por ciento	11.59 por ciento.
1 ó 2 veces por semana	3 ó 4 veces por semana	5 ó 6 veces por semana
5.80 por ciento.		
7 o más veces por semana		

Gráfica 2.7 Pregunta siete.



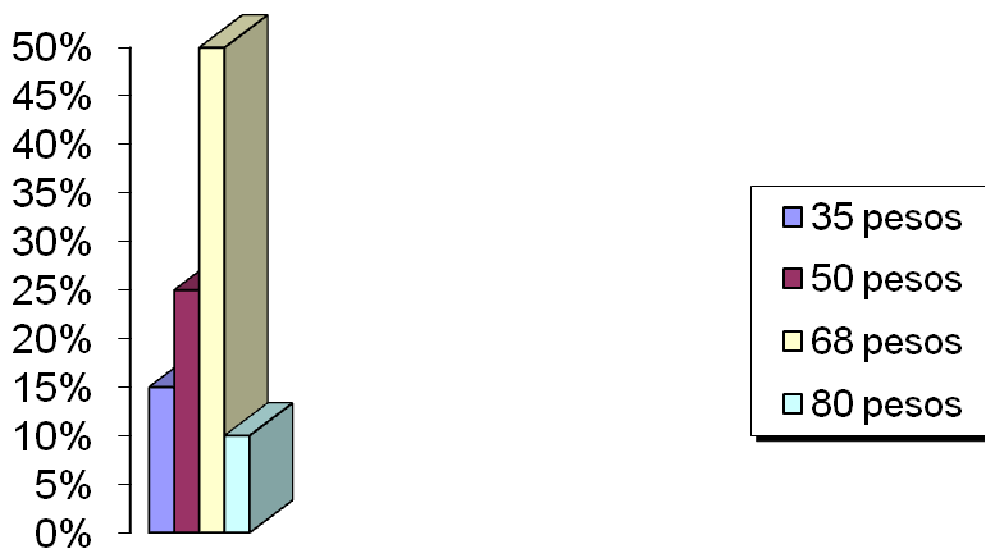
Elaboración propia.

\* Promedio de consumo por persona de 3 ensaladas por semana.

8.- ¿Qué cantidad estaría dispuesto a pagar por una ensalada?

- |               |                              |
|---------------|------------------------------|
| 15 por ciento | 35 pesos                     |
| 25 por ciento | 50 pesos                     |
| 10 por ciento | 80 pesos                     |
| 50 por ciento | otros (68 pesos en promedio) |

Gráfica 2.8 Pregunta ocho.



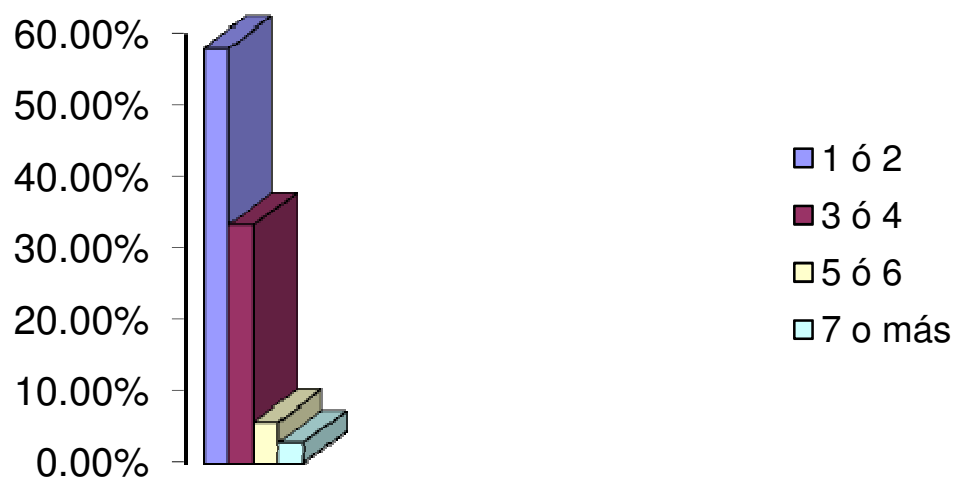
Elaboración propia.

9.- ¿Con qué frecuencia consume emparedados?

57.97 por ciento	33.33 por ciento	5.80 por ciento
1 o 2 veces por semana	3 o 4 veces por semana	5 o 6 veces por semana
2.90 por ciento		
7 o más veces por semana		

\* Promedio de consumo por persona de tres emparedados por semana.

Gráfica 2.9 Pregunta nueve.

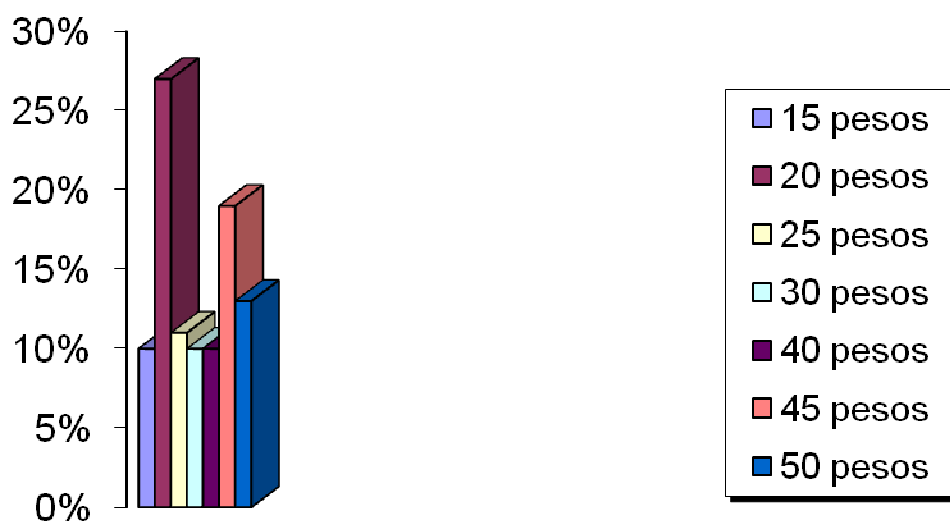


Elaboración propia.

10.-¿Qué cantidad estaría dispuesto a pagar por un emparedado?

10 por ciento	15 pesos
27 por ciento	20 pesos
11 por ciento	25 pesos
10 por ciento	30 pesos
10 por ciento	40 pesos
19 por ciento	Otros (45 pesos en promedio)
13 por ciento	50 pesos

Gráfica 2.10 Pregunta diez.



Elaboración propia.

\* Promedio de precio de 32 pesos por emparejado.

11.- ¿En qué rango entran sus ingresos mensuales?

2 por ciento	34 por ciento	44 por ciento	20 por ciento
Menos de 6000	6001-12,000	12,001-18,000	18,001 en adelante

Gráfica 2.11 Pregunta once.



Elaboración propia.

12.- ¿Dentro de qué rango entra su edad?

7 por ciento	38 por ciento	22 por ciento	33 por ciento
20-25 años	26-30 años	31-35 años	36 años en adelante

Gráfica 2.12 Pregunta doce.

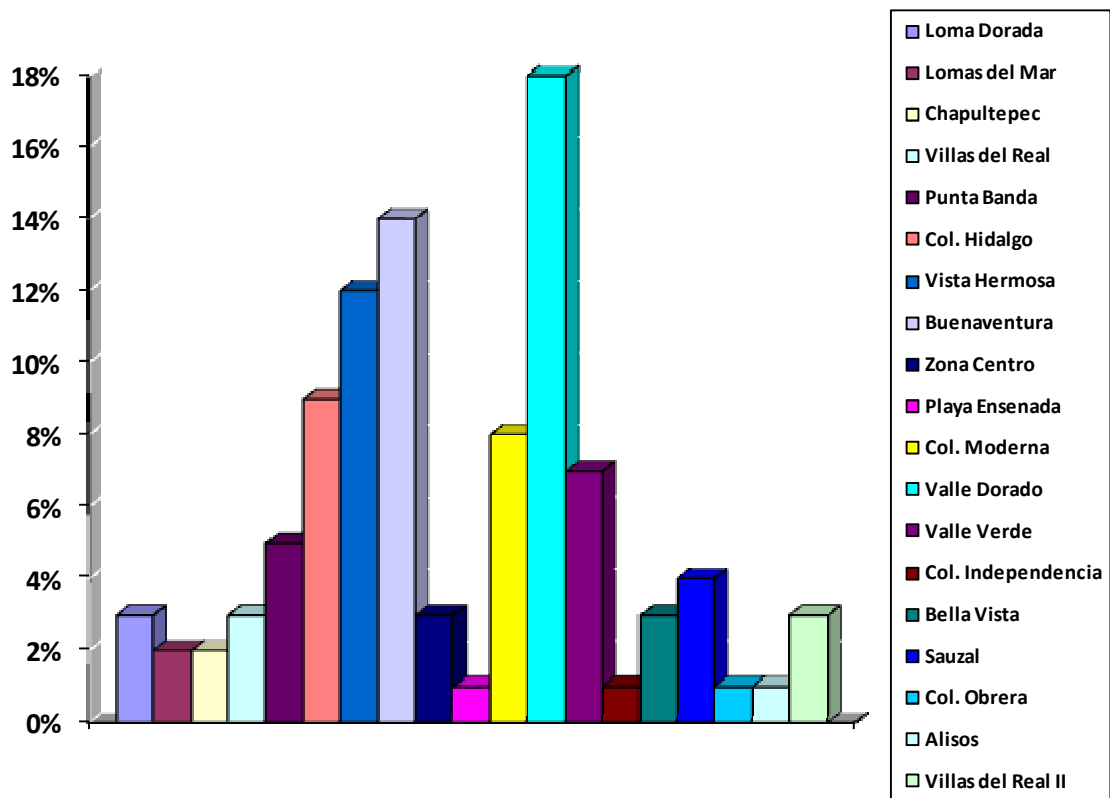


Elaboración propia.

13.- ¿En qué colonia vive?

Lomas Dorada	3 por ciento	Lomas del mar	2 por ciento
Chapultepec	2 por ciento	Villas del real	3 por ciento
Punta banda	5 por ciento	Col Hidalgo	9 por ciento
Vista Hermosa	12 por ciento	Buenaventura	14 por ciento
Zona Centro	3 por ciento	Playa Ensenada	1 por ciento
Col. Moderna	8 por ciento	Fracc. Valle Dorado	18 por ciento
Valle Verde	7 por ciento	Col. Independencia	1 por ciento
Bella Vista	3 por ciento	Sauzal	4 por ciento
Col Obrera	1 por ciento	Alisos	1 por ciento
Villas del Real II	3 por ciento		

Gráfica 2.13 Pregunta trece.



Elaboración propia.

Según los resultados de las encuestas realizadas si existe mercado suficiente para abrir *Green House*. Se comprobó la hipótesis. Existe un nicho con necesidades insatisfechas de consumo de productos 100 por ciento naturales. Los datos cuantitativos fueron explicados más ampliamente en el apartado de consumo aparente de Ensenada.

Nota: cuando se realizaron las encuestas fue en 2007 y los precios que se manejaban en el mercado oscilaban entre 20 y 25 pesos, en la actualidad están dentro de un rango de 25 y 32 pesos, por eso se decidió tener precios de 25 y 30 pesos aproximadamente. El lugar boulevard Costero es la ubicación ideal porque los clientes son de diversas zonas de la ciudad y es mejor buscar un punto céntrico donde todos tengan acceso fácil. En el horario de la mañana es donde se proyectan más ventas.

Las tendencias de la demanda son: Compras rápida debido al poco tiempo disponible y Preferencia de compra por el *drive through* ( Ejemplos : *Burguer King*, *KFC*, *Mc. Donalds*, *Carls Junior*, *La Taza*, *Coffee Break*, etc.). Los restaurante *fast food* están introduciendo comida nutritiva como ensaladas ejemplo : *Burguer King*, *Mc. Donalds*, *Carls Junior*. Otra tendencia es la preocupación por la apariencia física (Surgen productos *ligh*). Y por último la utilización de suplementos alimenticios como *Herbalife*, *GNC*, *Centrum*, *Pharmaton*, etc.

Tabla 2.5 Población por edad y sexo en el Estado de Baja California 2005.

<b>Grupos de edad</b>	<b>Total</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>
<b>Total</b>	<b>2 844 469</b>	<b>1 431 789</b>	<b>1 412 680</b>
0 - 4 años	267 954	136 245	131 709
5 - 9 años	277 635	141 538	136 097
10 - 14 años	267 938	136 669	131 269
15 - 19 años	255 309	129 298	126 011
20 - 24 años	246 968	123 808	123 160
25 - 29 años	241 951	120 390	121 561
30 - 34 años	240 879	121 987	118 892
35 - 39 años	208 125	106 746	101 379
40 - 44 años	164 598	83 803	80 795
45 - 49 años	128 512	64 198	64 314
50 - 54 años	99 356	49 179	50 177
55 - 59 años	71 624	35 077	36 547
60 - 64 años	56 711	27 276	29 435
65 - 69 años	40 660	19 468	21 192
70 - 74 años	28 923	13 866	15 057
75 - 79 años	18 815	8 983	9 832
80 - 84 años	11 375	5 240	6 135
85 - 89 años	5 453	2 363	3 090
90 -94 años	1 987	717	1 270
95 - 99 años	792	274	518
100 y más años	172	58	114
No especificado	208 732	104 606	104 126

Fuente: Instituto nacional de estadística y geografía.

Tabla 2.6 Grupos por edades en Ensenada 2005

<b>Municipio</b>	<b>Grupo de edad</b>				
	<b>Total 0 - 14 años</b>	<b>15 - 64 años</b>	<b>65 y más años</b>	<b>No especificado</b>	
<b>Entidad</b>	<b>2 844 469</b>	<b>813 527</b>	<b>1 714 033</b>	<b>108 177</b>	<b>208 732</b>
Ensenada	413 481	122 328	255 852	18 207	17 094
Mexicali	855 962	240 011	524 953	39 816	51 182
Tecate	91 034	26 356	56 376	3 498	4 804
Tijuana	1 410 687	402 489	834 147	44 056	129 995
Playas de Rosarito	73 305	22 343	42 705	2 600	5 657

Fuente: Instituto nacional de estadística y geografía.

Tabla 2.7 Producto Interno Bruto del Estado (Miles de pesos a precios corrientes)

<b>Concepto</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
<b>Total</b>	<b>189 341 710</b>	<b>210 278 857</b>	<b>244 088 677</b>	<b>264 439 299</b>	<b>294 838 022</b>
G.D. 1 Agropecuaria, silvicultura y pesca	2 854 679	3 103 894	4 664 775	3 513 632	3 715 388
G.D. 2 Minería	144 694	186 096	272 790	360 442	261 249
G.D. 3 Industria manufacturera	37 572 078	40 266 798	45 339 497	48 485 337	55 488 827
División I: Productos alimenticios, bebidas y tabaco	6 286 106	7 044 912	7 181 912	7 593 959	7 899 435
División II: Textiles, prendas de vestir e industria del cuero	1 418 737	1 461 773	1 406 903	1 327 606	1 482 131
División III: Industria de la madera y productos de madera	2 047 102	2 033 911	2 127 901	2 262 942	2 265 121
División IV: Papel, productos de papel, imprentas y editoriales	1 153 146	1 296 178	1 510 901	1 649 370	2 003 753
División V: Sustancias químicas; derivados del petróleo; productos de caucho y plásticos	1 731 496	1 895 876	2 155 980	2 496 086	2 901 987
División VI: Productos de minerales no metálicos, exceptuando derivados del petróleo y carbón	1 761 474	1 918 018	2 021 733	2 394 125	2 996 748
División VII: Industrias metálicas básicas	262 770	265 488	248 887	271 397	383 878
División VIII: Productos metálicos, maquinaria y equipo	18 691 451	19 540 913	23 114 443	24 791 841	28 675 793
División IX: Otras industrias manufactureras	4 219 796	4 809 729	5 570 838	5 698 011	6 879 982
G.D. 4 Construcción	6 796 592	6 187 451	7 428 496	8 196 746	9 989 770
G.D. 5 Electricidad, gas y agua	4 532 654	4 507 031	5 399 307	5 741 844	6 670 149
G.D. 6 Comercio, restaurantes y hoteles	50 940 420	57 845 176	69 894 618	77 293 002	85 712 400
G.D. 7 Transporte, almacenaje y comunicaciones	18 774 988	20 399 121	24 914 627	28 163 747	30 647 146
G.D. 8 Servicios financieros, seguros, actividades inmobiliarias y de alquiler	27 344 208	30 910 415	34 500 117	37 336 971	42 077 932
G.D. 9 Servicios comunales, sociales y personales	41 565 321	47 980 575	52 750 287	56 554 403	61 764 610
Menos: Cargo por los servicios bancarios imputados	-1 183 925	-1 107 700	-1 075 835	-1 206 824	-1 489 448

FUENTE: Instituto nacional de estadística y geografía.

Los gobiernos de varios países están implementando programas de anti comida chatarra debido al problema de la obesidad infantil, alentando el consumo de productos nutritivos. En septiembre del 2006 en Inglaterra se implementó una guerra contra comida chatarra, donde se quitaron las golosinas de las escuelas y se pusieron en su lugar, jugos, leche y yogurt.

En Estados Unidos de América hay un plan anti gordos, llevado a cabo por el ex presidente Bill Clinton, consiste en ir a las escuelas y dar pláticas donde se explique la importancia de una buena alimentación y de los problemas que trae consigo la obesidad.

También la secretaría de educación pública, está apoyando esta campaña, incorporará materiales educativos del buen comer en sus programas para crear hábitos de vida saludable. El ex secretario de salud de México, Julio Frenk, presentó una campaña llamada vive saludable, debido a que el 70 por ciento de la población es obesa o tiene sobrepeso según datos tomados de la encuesta nacional de nutrición 2005- 2006

La Secretaría de Salud lanzó una campaña llamada Vivir Mejor. Uno de los principales objetivos de este programa es que las familias tengan acceso a una alimentación que reúna los requisitos mínimos nutricionales a través de la ingesta de una dieta saludable. Se pretende combatir no solo la desnutrición sino también el sobrepeso y la obesidad.

El Instituto Mexicano del Seguro Social lanzó una campaña llamada prevenimss la cual también retoma los temas de la alimentación y el sobrepeso. Y no solo el sector salud se ha dado a la labor de educar a la población mexicana sobre la alimentación, también empresas privadas con responsabilidad social se han dado a la tarea de informar como es el caso de televisa. Con su campaña llamada elige estar bien contigo y de su programas ¿Cuánto quieres perder? (trata sobre personas obesas que desean llegar a su peso ideal). Como se puede observar

tanto el sector público como el sector privado ha tomado conciencia de la importancia de estar sanos. Para lograrlo, la dieta tiene un papel primordial.

El medio ambiente que tenemos es el siguiente: Actualmente existe buena publicidad del los jugos debido a la búsqueda de consumo de frutas y verduras. Como consecuencia del ritmo de vida agitado cada vez se consumen más alimentos que se vendan preparados. También los gustos de un sector de la población han cambiado buscando comida sana para cuidar la salud y la figura.

Existe interés del producto en el mercado, debido a esto están surgiendo negocios que venden productos naturales. Ejemplos: *Omnilife*, *Herbalife*, etc. Según el resultado de las encuestas aplicadas a la muestra de la población el 100 por ciento de los encuestados mostró interés por los jugos.

### **2.3 Distribución y punto de venta**

*Green House* tendrá un sistema de distribución directa debido a que a la empresa es de servicios gastronómicos y a ésta llegarán los consumidores finales a comprar sus jugos. Se tendrá un establecimiento fijo.

El punto de venta es el boulevard costero en la zona céntrica de Ensenada. Según estudio de mercado pasan 45 carros por minuto. (Para hacer el estudio el investigador se estableció en el boulevard, en diferentes horarios, para contar los carros que pasaban. Al final se sacó un promedio). Por la ubicación se podrán tener clientes de varias zonas de la ciudad. Se abrirán otros puntos posteriormente. En plazas comerciales se instalarán carritos. Con el propósito de ser más accesibles para los clientes.

El diseño del proceso es:

Productor → Consumidor final.

En las instalaciones de *Green House* se producirán los jugos y los consumidores finales serán los clientes que lleguen a comprar a la empresa y los que clientes que pidan a domicilio. No habrá intermediarios.

#### **2.4 Promoción del producto o servicio**

Se realizará una feria de jugos naturales de frutas y verduras en la ventana al mar de la ciudad de Ensenada. La organización de dicho evento será con la ayuda de la confederación patronal de la República Mexicana (en adelante COPARMEX) y con la cámara nacional de la industria restaurantera y alimentos condimentados (en adelante CANIRAC). La empresa *Green House* será miembro de las dos cámaras con el objetivo de mantenerse actualizada. Y también para lograr una mayor vinculación con la comunidad y otras empresas.

Presupuesto:

Costo de COPARMEX \$ 750 pesos trimestrales.

Costo de CANIRAC \$ 715 pesos anuales

También se ofrecerán los productos a escuelas y hospitales. Con la finalidad de sensibilizar a las personas sobre la importancia de una buena alimentación.

#### **2.5 Fijación y políticas de precio.**

Los precios son 25 y 30 pesos dependiendo del sabor y tamaño del jugo. Si es jugoterapia el costo es de 32 precios debido a las diversas combinaciones. En el apartado de anexos se encuentra el menú.

Para poder mantener los precios se realizaran contratos a largo plazo con los proveedores. Solo se aumentaran los precios cuando sea muy necesario, es decir, cuando los nuevos contratos tengan un incremento significativo en costos. Cuando dicho aumento llegue al 10 por ciento, se cambiaran las tarifas de los precios.

Para compras donde no se tengan contratos a largo plazo se hará un análisis de los incrementos de costos con un análisis de 15 días, debido que los costos de las frutas es muy variable y no se pueden estar cambiando los precios diariamente porque habría inconformidad con los clientes. Siempre se estarán buscando los mejores proveedores no solo en precio sino también en calidad.

## **2.6 Plan de introducción al mercado**

Campaña uno :

Se usará el lema de la empresa como slogan de la campaña uno: Disfruta tu lado verde. Medios de publicidad: Radio, botargas de frutas, la página de Internet, publicidad impresa como *flyers* y *posters*.

Presupuesto para radio:

Radio exa 106.9 Programa la Papaya de lunes a viernes, costo por *spot* de 20 segundos 125.5 pesos diarios. Se contratarán dos *spots* diarios. Costo total \$ 253 pesos. Mensaje de radio de 20 segundos. Se contratarán tres dentro del programa la papaya : “Si no tienes tiempo de preparar tus alimentos y deseas alimentarte sanamente...*Green House* es la solución! Ofrece jugos de frutas y verduras 100 por ciento naturales, frescos y saludables! Contamos con servicio a domicilio teléfono (#) o visítanos en (dirección), o en *greenhouse.com*. Disfruta tu lado verde y vive mejor.”

Presupuesto para *flyers* y *posters*, tarjetas y papelería en general. El *poster* diría básicamente lo mismo con colores alegres y el logo de la casa verde. Los *flyers* serían como el poster pero podrían incluirse el menú. Se mandarían hacer 50

*posters* para ponerlos en lugares estratégicos como: *spas*, *café gourmet*, gimnasios, tiendas de deportes, universidades. Se pondrán *flyers* en esos lugares y además se entregarán en la calle con ayuda de las personas que se disfrazarán de frutas. Se harán 1000 *flyers* para iniciar.

Se comprarán disfraces de frutas para hacer promoción en lugares públicos como la macropiazza, se comprarán cinco disfraces de \$300 pesos cada uno, en total se invertirán \$1500 pesos más el pago de \$150 pesos a cada persona que se disfrazará.

Presupuesto para anunciarse en página de Internet \$800 pesos. Se contratará el servicio de publicidad de la página [ensenadahoy.com](http://ensenadahoy.com) Medidas de 194 x 100 pixeles. Se utilizará una estrategia publicitaria donde se resalte la importancia de cuidar la salud. Cuando el cliente haga su primera compra se le dará una tarjeta de cliente amigo. Dicha tarjeta contendrá 10 cuadritos, cada uno se irá llenando conforme vaya consumiendo, un cuadrito por jugo, al llenar los 10 cuadritos se le dará un jugo completamente gratis como beneficios de un programa de lealtad. El jugo se servirá en vasos con etiquetas llamativas, teniendo como logo una casita verde.

Cuidaremos las relaciones públicas de *Green House* ofreciendo pláticas gratis sobre nutrición en las escuelas. Como parte de la responsabilidad social cuidaremos que los desechos de fruta se utilicen en compostas. El presupuesto total de publicidad por el primer mes es de \$9,165 pesos por los siguientes conceptos: Por concepto de radio 253 por 5 días son \$1,265 pesos, pago único de disfraces \$1,500 pesos, pago de sueldos para las personas que se disfrazarán \$3,000 pesos (\$150 x cinco personas x cuatro domingos), publicidad impresa \$2600 pesos, publicidad en página de internet \$ 800 pesos.

## 2.7 Riesgos y oportunidades del mercado

Tabla 2.8 Riesgos y oportunidades del mercado.

<b>Riesgos</b>	<b>Acciones a realizar</b>
Error en las encuestas	Llevar a cabo una segunda encuesta con más controles para aumentar la credibilidad.
Que surjan nuevas empresas que copien nuestras ideas.	Lograr que los clientes reconozcan nuestros productos. Posicionamiento y lealtad de marca.
Las personas prefieran jugos procesados	Dar a conocer las bondades de los alimentos naturales
Las personas continúen con malos hábitos alimenticios.	Promocionar el consumo de productos de calidad. Utilización de campañas publicitarias con impacto en la comunidad
Suban los costos de las frutas	Búsqueda constante de mejores proveedores y negociación con ellos. Mantener la productividad.
<b>Oportunidades</b>	<b>Acciones a implementar</b>
Estrategias de promociones y publicidad	Elaborar un estudio de marketing
Crecimiento del mercado de las personas que comen fuera de sus casas debido a la falta de tiempo	En la publicidad mencionar que está diseñado nuestro <i>drive through</i> para personas que no tienen suficiente tiempo para preparar sus alimentos. .
Se podrían desarrollar nuevos productos	Buscar nuevas combinaciones de frutas y verduras que sean muy agradables al paladar.
Crecimiento y desarrollo. Convertirse en una franquicia	Cuidar la imagen de la empresa ofreciendo productos de calidad .

Elaboración propia.

## **2.8 Sistema y plan de ventas.**

El sistema de ventas será personal, por teléfono y por Internet. Los vendedores no recibirán comisiones porque gozarán de sueldo fijo. Quienes tendrán contacto directo con nuestros clientes serán 2 cajeras, 2 repartidores uno por cada turno.

## **2.9 Plan de abastecimiento**

*Green House* tendrá un almacén pequeño, por consecuencia se buscarán proveedores que trabajen con el sistema de justo a tiempo. Logrando así ahorrar en costos. El encargado de ventas utilizará un *manufacturing resource planning* (en adelante MRP) para calcular cuanta mercancía se necesita y en qué momento.

Nuestros proveedores serán la frutería Jimmy y la frutería Doña Blanca por la calidad de sus productos. Más adelante se explica con mayor profundidad el abastecimiento de inventario.

### **Capítulo 3. Producción.**

El objetivo de producción a corto plazo es producir 11,520 jugos mensuales, durante los primeros tres meses, después se irá incrementando poco a poco la producción. Se cuenta actualmente con una capacidad de producción de 14,400 jugos mensuales. Al producir a la máxima capacidad de las instalaciones se buscarán nuevos puntos de ubicación para aumentar las ventas de *Green House*.

Siempre se cuidará la calidad y la eficiencia en los procesos de producción para obtener los niveles mínimos de desperdicio.

#### **3.1 Especificaciones del producto.**

El producto consiste en jugos 100 por ciento naturales. Se van a empacar en vasos de plástico desechables, el cual traerá el logotipo de la empresa. Una casita verde. Se utilizarán dos medidas: un vaso mediano de 12 onzas y un vaso grande de 18 onzas. Como se mencionó el producto va a ser natural y no se le pondrán nada de conservadores. Directamente del extractor al vaso. Asegurándose así la frescura y calidad en su bebida. Aportándole vitaminas frescas a su organismo.

#### **3.2 Descripción del proceso de producción**

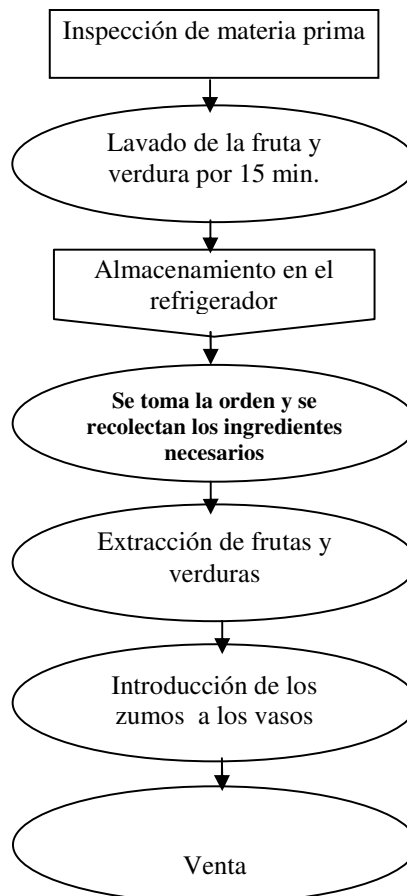
Al recibir las frutas y verduras es necesario revisarlas para verificar que se encuentren en buen estado, después se procede a desinfectarlas. Se ponen en agua con gotas para desinfectar por 15 minutos. Después se refrigeran las frutas y las verduras ya lavadas y desinfectadas.

Al recibir la comanda con la orden del jugo que pidió el cliente se procede a cortar la materia prima y a la extracción de las frutas y verduras. Los jugos deben ser elaborados con la cantidad que sea necesaria para satisfacer la orden de producción. Finalmente los jugos se sirven en los vasos para entregarlo al cliente.

### 3.3 Diagrama de flujo del Proceso.

Para elaborar un jugo son necesarias varias etapas. Lo primero es verificar que la materia prima se encuentre en perfecto estado, es decir, que las frutas y las verduras estén frescas. Las que están en mal estado se le regresan a los proveedores. Después de verificarlas se ponen en una tina con agua con bactericida (gotas para desinfectar). Se dejan 15 minutos en el agua. Después se dejan secar y se almacenan en el refrigerador. Cuando llegue un cliente y se haga la comanda, se ponen las frutas y verduras en el extractor, se pone el jugo en el vaso y se vende. En el siguiente diagrama se muestran las etapas necesarias para elaborar los jugos.

Figura 2 Diagrama de flujo del proceso.



Elaboración propia.

### **3.4 Características de la tecnología.**

El producto tiene una elaboración muy sencilla. Se utilizarán dos máquinas un extractor de jugos *Power Juice* que debido a su tecnología logra extraer más jugo que los extractores comunes. Y el otro extractor será un zumo x el cual es un extractor para naranjas solamente. Un factor importante para lograr que los jugos estén deliciosos es saber las cantidades exactas de frutas y verduras a mezclar.

### **3.5 Equipo e instalaciones.**

Dos extractores *Power Juice*.

Dos extractores Zumo X.

Tinas de aluminio.

Bandejas de estilado.

Dos refrigeradores marca Torrey modelo R-36 blanco con dos puertas de cristal, con capacidad de 890 litros, con medidas de 203 x 137 x 72 cm.

Una báscula

Herramientas :

Barras con tablas de cortar, cuchillos, guantes, mandiles, gotas BacDyn para desinfectar las frutas y verduras, materiales de limpieza en general.

### **3.6 Materia Prima**

La materia prima necesaria para la elaboración de jugos es muy diversa, dependiendo de las combinaciones que se nos soliciten. Los jugos recetados por el doctor naturista pueden ser de muchos componentes. Sin embargo para efecto de llevar un control se hizo un MRP con los jugos más solicitados en las encuestas en el estudio de mercado que se realizó previamente.

### 3.6.1. Productos.

Tabla 3.1 Productos.

Unidad de medida	Producto									
	JNAM	JNAG	JMAM	JMAG	JZAM	JZAG	JTOM	JTOG	JNZM	JNZG
KGS	5.68	8.48							2.8	4.24
KGS			8.624	13.09						
KGS					12.8	19.456			6.4	9.728
KGS							5.68	8.48		
PIEZA	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
PIEZA	0.42		0.42		0.42		0.42		0.42	
PIEZA	1.1		1.1		1.1		1.1		1.1	
PIEZA		0.45		0.45		0.45		0.45		0.45
PIEZA		1.58		1.58		1.58		1.58		1.58

Elaboración propia.

Donde :

JNAM es igual a un jugo de naranja mediano

JNAG es igual a un jugo de naranja grande

JMAM es igual a un jugo de manzana mediano

JMAG es igual a un jugo de manzana grande

JZAM es igual a un jugo de zanahoria mediano

JZAG es igual a un jugo de zanahoria grande

JTOM es igual a un jugo de toronja mediano

JTOG es igual a un jugo de toronja grande

JNZM es igual a un jugo de naranja con zanahoria mediano

JNZG es igual a un jugo de naranja con zanahoria grande

### 3.6.2. Requisición de compra.

Figura 3 Requisición de compra.

**Requisición de Compra**

Proveedor : _____	Orden de compra No. ____
Fecha del pedido : _____	

**Empresa solicitante : Green House**

Blvd. Costero s/n zona Centro CP 22800 . Tel 152-91-38

Cantidad	Concepto	Precio	Importe

Subtotal \_\_\_\_\_

Total \_\_\_\_\_

Elaboración propia.

Los costos de las materias primas de los productos son muy variados ya que el precio de las frutas y verduras cambia de un día a otro. Se seleccionaron dos proveedores iniciales: Frutería Jimmy y Frutería Doña Blanca, debido a su calidad en sus productos, seriedad en el servicio y por su sistema de crédito.

Buscando una mejora continua en nuestros productos, en un futuro se desea elaborar jugos de frutas 100 por ciento orgánicos. Se necesita abrir el mercado a ese estilo de alimentación que es más costosa, pero dicho aumento en el precio es recompensado por las vitaminas y minerales de la naturaleza y por la eliminación de componentes que dañan nuestro organismo como los pesticidas, hormonas artificiales, etc. En San Antonio de las Minas existen proveedores de productos orgánicos puros.

### **3.7 Capacidad instalada.**

Se espera tener una capacidad instalada de producción aproximadamente de 480 jugos diarios, 3360 jugos semanales, 14,400 jugos mensuales. Se cuenta con el equipo necesario para elaborar esta cantidad de unidades antes mencionada. Al abrir el negocio se tiene como meta operar un 80 por ciento de la capacidad de las instalaciones, es decir, producir 11,520 jugos mensuales.

*Green House* estará abierto 12 horas y tendrá dos turnos de seis horas cada uno. Estos turnos se realizaron por estrategia, es decir, para tener personal activo. Si se manejaran turnos de ocho horas los empleados ya no tendrían energía suficiente para producir al ritmo que la empresa necesita. Se tendrá en producción dos personas en cada turno, al igual sucede con las cajeras que atenderán a los clientes. Se utilizará al 100 por ciento de su capacidad tanto los recursos materiales como los recursos humanos.

### 3.8 Manejo de inventarios.

Se proyectan ventas de aproximadamente 14,400 jugos mensuales de los cuales 45 por ciento de jugo de naranja (6480), 32 por ciento de jugo de naranja y zanahoria (4608), 13 por ciento de jugo de manzana (1872), 10 por ciento de otros jugos (1440).

Los proveedores llevarán la mercancía al día siguiente de la orden de compra. A continuación se proyectan los inventarios que se necesitaran de naranja, zanahoria y manzana ya que estos tres componentes fueron los más solicitados en las encuestas. Los inventarios de las demás frutas lo sabremos al estudiar los gustos del consumidor basándonos en nuestras ventas diarias. También se deben considerar los zumos de la jugoterapia ahí variaría el estudio ya que no se basaría en ventas y gustos, sino en ventas y enfermedades más comunes.

Se necesitan mensualmente 62099 kg de naranja, considerando meses de 30.4 días ( $365/12=30.4$  días). Se trabajará todos los días. El consumo por día es de 2042.7 kg. ( $62099/30.4=2042.7$  kg ). El proveedor surtirá diario.

Se tomará medio día como margen = 1021 kg

2042.7 kg punto mínimo de almacén

1021 kg de margen

-----

3063.7 kg en inventario, mínimo aceptable antes de reordenar.

Se necesitan mensualmente 48771 kg de zanahoria, considerando meses de 30.4 días ( $365/12=30.4$  días) .Se trabajará todos los días. El consumo por día es de 1604 kg. ( $48771/30.4=1604$  kg ). El proveedor surtirá diario.

Se tomará medio día como margen = 802 kg

1604 kg punto mínimo de almacén

802 kg de margen

-----

2406 kg en inventario, mínimo aceptable antes de reordenar

Se necesitan mensualmente 20324 kg de manzana, considerando meses de 30.4 días ( $365/12=30.4$  días) .Se trabajará todos los días. El consumo por día es de 669 kg. ( $20324/30.4=669$  kg ) .El proveedor surtirá diario.

Se tomará medio día como margen = 334.5 kg

669 kg punto mínimo de almacén

334.5 kg de margen

-----

1003.5 kg en inventario, mínimo aceptable antes de reordenar

Se necesitan mensualmente 5098 kg de toronja, considerando meses de 30.4 días ( $365/12=30.4$  días) .Se trabajará todos los días. El consumo por día es de 669 kg. ( $5098/30.4=168$  kg ) .El proveedor surtirá diario.

Tomaremos medio día como margen = 84 kg

168 kg punto mínimo de almacén

84 kg de margen

-----

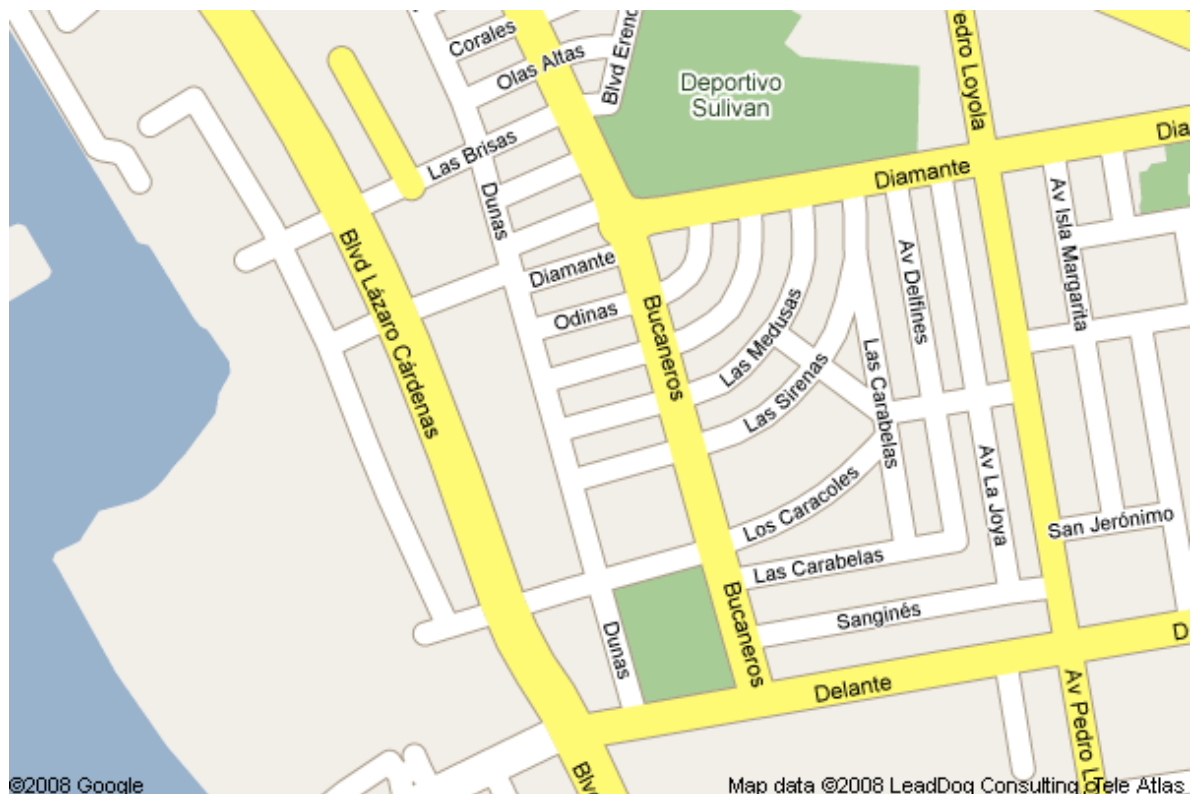
252 kg en inventario, mínimo aceptable antes de reordenar

### 3.9 Ubicación de la empresa

La empresa *Green House* estará ubicada en el boulevard Costero debido a que es una zona céntrica y por ahí transita mucha gente. Es de fácil acceso para nuestros clientes internos como externos y para nuestros proveedores. La ubicación es estratégica debido a que podemos encontrar varios nichos de mercados ya que se tiene zona residencial y zona comercial en esa dirección.

Mapa de la ubicación de la empresa en boulevard Lázaro Cárdenas conocido como boulevard Costero.

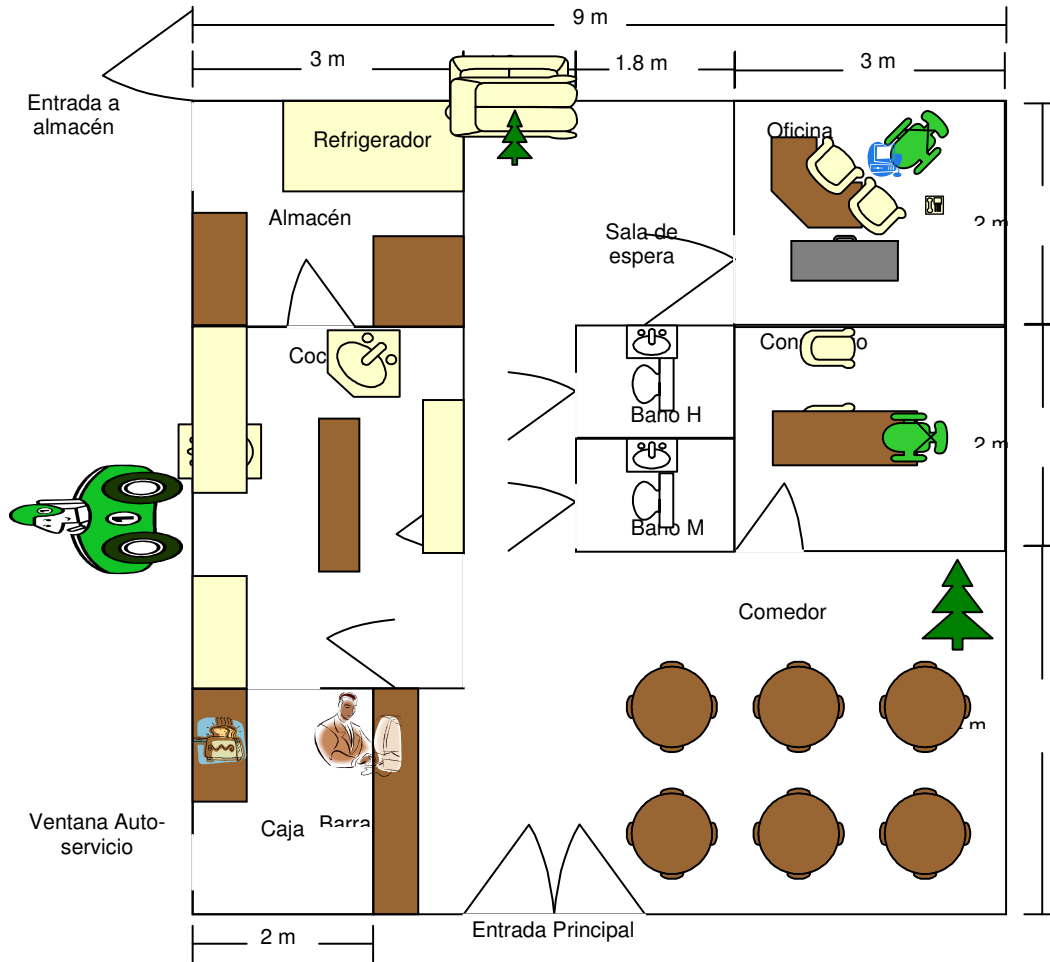
Figura 4. Mapa de la ubicación de la empresa.



Fuente: Google maps.

### 3.10 Diseño y Distribución de planta y oficinas

Figura 5 Plano de la empresa.



Elaboración propia.

### 3.11 Mano de obra requerida.

Tabla 3.2 Puestos de la empresa.

<b>Puesto</b>	<b>No. De personas</b>	<b>Salario diario</b>
<p><b>Auxiliar de producción.</b>            Funciones: lavar y la extracción de frutas y verduras. Debe ser una persona muy limpia tanto en su aspecto personal como en su forma de trabajar. Que sepa trabajar bajo <i>stress</i>. Que esté dispuesta utilizar mandil, guantes y todo lo que sea necesario para asegurar que los alimentos se encuentren en perfecto estado para ser consumidos.</p>	<b>4</b>	<b>\$ 120</b>
<p><b>Encargado de mantenimiento.</b>            Funciones: Limpiar el local.            Debe ser una persona muy limpia y amable. Con sentido común para saber en qué horarios limpiar para no incomodar a los clientes.</p>	<b>1</b>	<b>\$ 100</b>
<p><b>Cajera.</b>            Funciones: Atención al cliente y cobrar.            Debe ser una persona con excelente presentación, amable y paciente. Con habilidades humanísticas y para tratar con el cliente y con habilidades matemáticas para el correcto cobro.</p>	<b>2</b>	<b>\$ 120</b>
<p><b>Repartidor.</b>            Persona activa, responsable y con buena presentación ya que será la imagen que se lleven los clientes de nuestra empresa al hacer los pedidos a domicilio.</p>	<b>2</b>	<b>\$ 100</b>
<p><b>Director General.</b>            Honorarios \$ 12,000 mensual</p>	<b>1</b>	<b>\$400</b>
<p><b>Ventas y Mercadotecnia</b>            Honorarios \$ 6,000 mensuales</p>	<b>1</b>	<b>\$ 200</b>
<p><b>Producción</b>            Honorarios \$ 6,000 mensuales</p>	<b>1</b>	<b>\$ 200</b>
<b>Total diarios</b>		<b>\$ 1,820</b>

Elaboración propia.

### 3.12 Programa de Producción.

Se contratarán a cuatro personas para trabajar en la producción de los alimentos. Las cuales recibirán un programa de capacitación. Se contratará una consultoría para esta área con la finalidad de lograr tiempos y movimientos óptimos. Se producirá cuidando el bienestar del medio ambiente. *Green House* es una empresa con responsabilidad social que valora su entorno.

Tabla 3.3 Programa Preoperativo de Producción

<b>Actividades</b>	<b>Personal encargado</b>	<b>Período de realización</b>
1.- Acondicionar el local.	Director General.	Un mes.
2.- Compra de la maquinaria.	Director General.	Dos semanas.
3.- Contratación del personal adecuado.	Director General.	Dos semanas.
4.-Selección de proveedores y compra de materia prima.	Depto. De Producción.	Una semana.
5.-Prueba de producción.	Depto. De producción.	Dos días.
6.- Contratación de la consultoría.	Dirección General.	Un día.
7.-Capacitación de los empleados.	Depto. De Producción.	Una semana.
8.-Producir para vender.	Depto. de Producción.	Una semana.

Elaboración propia.

*Green House* no competirá por el precio de sus productos sino por su servicio y calidad. Cabe señalar que en la actualidad competir por el precio es un suicidio para las empresas. Se tendrá como estrategia cuidar que el producto siempre se prepare de la misma manera, sin importar que empleado los prepare. Es decir, los clientes tendrán la seguridad de que sus alimentos tendrán el mismo sabor y calidad de siempre.

Se les dará un curso, de una semana, a los trabajadores de producción antes de que inicien labores y hasta que lo terminen producirán para vender. También se cuidará que se tomen las medidas exactas de los ingredientes de las recetas. Para ello se generarán normas estándares de producción. Los empleados recibirán esta información desde el primer día que empiecen a laborar.

Se le pedirá al doctor(a) naturista que haga una receta por escrito de los jugos que recomienda a sus pacientes. Con las especificaciones necesarias para su preparación. La idea es asegurar que se realice correctamente la jugoterapia.

La limpieza juega un factor muy importante debido al giro del negocio. Esta se mantendrá durante todo el proceso de producción. Se utilizarán todas las herramientas necesarias para asegurar un proceso de producción higiénico: mandiles, guantes, gorros, etc.

## Capítulo 4. Organización

Los objetivos del área de organización son distribuir adecuadamente las actividades y delegar la autoridad de manera eficiente. Coordinar los esfuerzos para lograr los objetivos de la empresa y mantener sanamente el funcionamiento de la misma. Principalmente se desea tener una comunicación clara que fluya desde el primer nivel hasta el último nivel del organigrama y así evitar la duplicidad de funciones. Se piensa que al tener clara las metas de la organización es más fácil lograrlas.

Objetivos de la empresa por área funcional:

Objetivos de la dirección: Crear estrategias para alcanzar las metas de la empresa.

Objetivos de mercadotecnia y ventas: Penetrar en el mercado de la salud (productos naturales), a través de publicidad y acercamiento con el cliente. Incrementar el nivel de ventas proporcionando un excelente servicio.

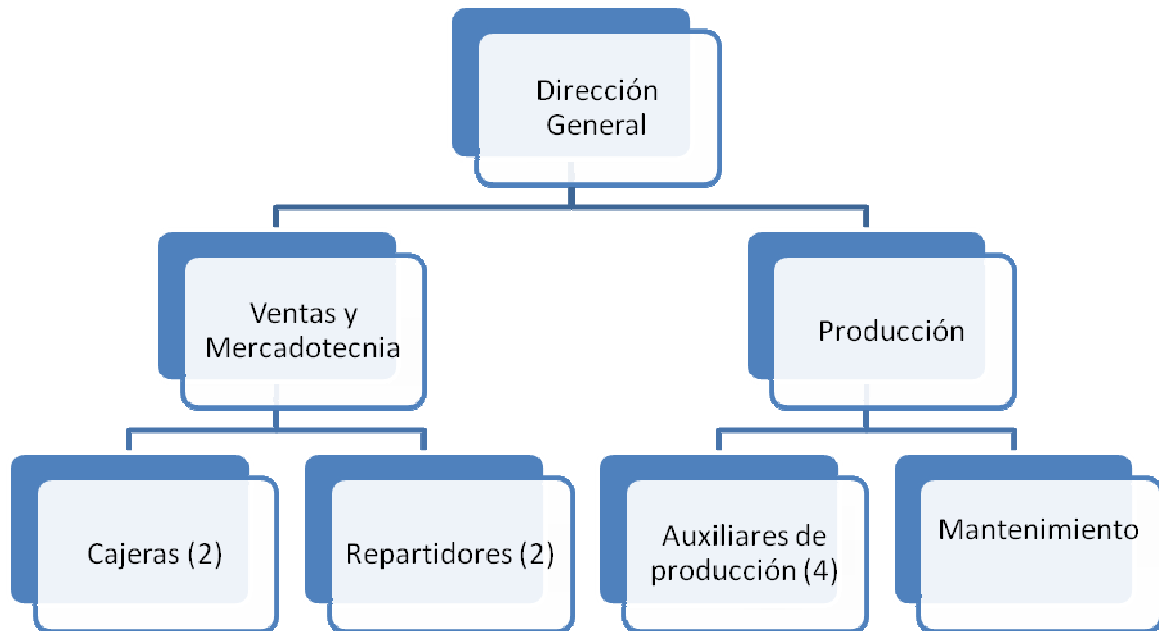
Objetivos de producción: Elaborar la cantidad de jugos que se necesiten, de una manera higiénica y con calidad en todos los procesos.

Objetivos de recursos humanos: Crear un clima laboral sano. Lograr que los empleados de todos los niveles trabajen en armonía y con eficiencia.

Objetivos de finanzas: Preparar los estados financieros de manera veraz, objetiva y oportuna. Para que dichos documentos sean interpretados y tomar decisiones financieras.

#### 4.1 Estructura organizacional.

Figura 6 Organigrama.



Elaboración propia.

## 4.2 Funciones específicas por puesto.

Tabla 4.1 Puesto de Director General.

<b>Puesto : Director General.</b>
Área a la que pertenece: Administrativa. Número de personas en el puesto: uno.
<b>I. Posición del puesto en la organización.</b>
Puesto inmediato superior: no tiene. Puesto inmediato inferior: jefe de ventas y mercadotecnia, y jefe de producción.
<b>II. Descripción genérica del puesto.</b>
En este puesto se cuida el funcionamiento e imagen de la empresa, se busca el crecimiento y mejoramiento continuo. Se plantean los objetivos a corto, mediano y largo plazo. Se buscan las ventajas competitivas. Se realiza el proceso administrativo: se prevé, planea, organiza, dirige y controla. Elabora la contabilidad y cálculo de impuestos.
<b>III. Descripción específica del puesto (funciones).</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Coordinar y supervisar a los gerentes de ventas y mercadotecnia, producción.</li><li>- Evaluar el desempeño del personal a sus órdenes.</li><li>- Establecer indicadores para medir el logro de los objetivos y metas.</li><li>- Hacer la contabilidad diaria.</li><li>- Calcular los impuestos y hacer los respectivos pagos.</li><li>- Elaborar el presupuesto anual y revisarlo, en caso de existir desviaciones en el mismo encontrar las causas.</li></ul>

- Elaboración de estados financieros.
- Presentar mensualmente a la dirección general un reporte en el cual se explique la situación de la empresa financieramente y hacer las recomendaciones correspondientes.
- Hacer las conciliaciones bancarias diarias para conocer el saldo de bancos antes de girar los cheques.
- Hacer los pagos a cargo de la empresa.
- Control de caja chica.
- Realizar los movimientos necesarios ante las instituciones gubernamentales.
- Elaboración de nóminas.
- Mantener limpio su área de trabajo.

#### **IV. Perfil del puesto.**

Necesita estudios profesionales de licenciatura en contaduría pública. Con experiencia de cinco años en puesto similar. Se requiere que tenga un amplio criterio para poder resolver problemas difíciles trascendentes que se presenten en la empresa. Que le guste tener responsabilidades y ser líder.

Elaboración propia.

Tabla 4.2 Puesto encargado de Ventas y Mercadotecnia.

<p><b>Puesto : Encargado de Ventas y Mercadotecnia</b></p>
<p>Área a la que pertenece: Administrativa. Número de personas en el puesto: uno.</p>
<p><b>I. Posición del puesto en la organización.</b></p>
<p>Puesto inmediato superior: Dirección general. Puesto inmediato inferior: cajeras y repartidores.</p>
<p><b>II. Descripción genérica del puesto.</b></p>
<p>En esta área recae la responsabilidad de dar un excelente servicio al cliente. Se cuida el producto, precio, plaza, promoción y postventa del mismo. Se coordinan los esfuerzos de venta y publicidad. Se encarga de desarrollar una necesidad de consumo de nuestros productos.</p>
<p><b>III. Descripción específica del puesto (funciones).</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecer el mercado meta de <i>Green House</i>.</li> <li>- Estudiar el comportamiento del mercado.</li> <li>- Establecer los mejores caminos de distribución.</li> <li>- Desarrollar y cuidar la imagen del producto.</li> <li>- Acercarse con los clientes para definir sus gustos.</li> <li>- Colaborar con el diseño del menú.</li> <li>- Elaboración de logos y diseños en general.</li> <li>- Creación de campañas publicitarias.</li> </ul>

- Diseñar la página de Internet.
- Realizar promociones.
- Cuidar que el área de ventas se encuentre en óptimas condiciones.
- Revisar los indicadores de volúmenes de ventas.
- Hacer arqueos de caja mínimo una vez por semana y revisar a diario el corte entregado por la cajera.
- Llevar el dinero de la venta al gerente general.
- Abrir y cerrar el local.
- Cuidar que los pedidos sean entregados a tiempo.
- Mantener limpio su área de trabajo.

#### **IV. Perfil del puesto.**

Necesita estudios profesionales de la licenciatura en mercadotecnia. Con iniciativa. Persona dinámica, con creatividad. Con habilidades de relaciones públicas y análisis. Con experiencia de tres años en puesto similar. Que le agraden las ventas y que tenga don de mando.

Elaboración propia.

Tabla 4.3 Puesto Encargado de Producción.

<b>Puesto : Encargado de Producción.</b>
<p>Área a la que pertenece: Operativa.          Número de personas en el puesto: uno.</p>
<b>I. Posición del puesto en la organización.</b>
<p>Puesto inmediato superior: Dirección general.          Puesto inmediato inferior: Auxiliares de producción, y mantenimiento.</p>
<b>II. Descripción genérica del puesto.</b>
<p>En esta área se coordina el proceso de producción y se supervisa a los auxiliares de producción. Se desarrollará un MRP para controlar los pedidos de compras así como abastecer de forma óptica las solicitudes de los clientes.</p>
<b>III. Descripción específica del puesto (funciones).</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buscar a los mejores proveedores, cuidando la calidad y precio de las materias primas.</li> <li>- Coordinar y supervisar a los auxiliares de producción.</li> <li>- Hacer las compras.</li> <li>- Verificar que el almacén este abastecido con lo necesario.</li> <li>- Hacer estudios de tiempos y movimientos.</li> </ul>

- Supervisar la calidad de los jugos.
- Cuidar el orden del área de producción.
- Mantener limpio su área de trabajo.

#### **IV. Perfil del puesto.**

Necesita estudios técnicos de cocina. Que sea una persona activa y limpia, con don de mando. Con experiencia de tres años en puesto similar.

Elaboración propia.

Tabla 4.4 Puesto de Repartidor.

<b>Puesto : Repartidor</b>
<p>Área a la que pertenece: Administrativa.          Número de personas en el puesto: dos.</p>
<b>I. Posición del puesto en la organización.</b>
<p>Puesto inmediato superior: Ventas y mercadotecnia.          Puesto inmediato inferior: no tiene.</p>
<b>II. Descripción genérica del puesto.</b>
<p>En este puesto se entrega el producto a domicilio.</p>
<b>III. Descripción específica del puesto (funciones).</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entregar a tiempo los pedidos.</li> <li>- Entregar los jugos en excelentes condiciones.</li> <li>- Mantener limpio su área de trabajo.</li> </ul>
<b>IV. Perfil del puesto.</b>
<p>Necesita estudios a nivel bachillerato. Que sea una persona amable, dinámica. Con alto grado de responsabilidad. Con licencia de chofer vigente. Examen médico satisfactorio. Con carta de no antecedentes penales. Con experiencia de un año en puesto similar.</p>

Elaboración propia.

Tabla 4.5 Puesto de Cajera.

<b>Puesto : Cajera</b>
<p>Área a la que pertenece: Administrativa.          Número de personas en el puesto: dos.</p>
<b>I. Posición del puesto en la organización.</b>
<p>Puesto inmediato superior: Ventas y mercadotecnia.          Puesto inmediato inferior: no tiene.</p>
<b>II. Descripción genérica del puesto.</b>
<p>En este puesto se manejar las entradas de dinero de la empresa captadas a través de las ventas.</p>
<b>III. Descripción específica del puesto (funciones).</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tomar la orden y pasar la comanda a cocina..</li> <li>- Cobrar los jugos utilizando la caja registradora</li> <li>- Llevar los jugos a los clientes ya sea a la mesa, o a la ventanilla, dependiendo de la forma en que se haya hecho la venta.</li> <li>- Elaborar corte de caja al inicio y al final de sus labores.</li> <li>- Llevar los registros de movimientos de caja guardando los recibos y facturas de gastos.</li> </ul>

- Llenado de facturas.
- Mantener limpio su área de trabajo.

#### **IV. Perfil del puesto.**

Necesita estudios a nivel bachillerato. Con excelente presentación. Que sea una persona amable, honesta y dinámica. Con alto grado de responsabilidad. Carta de no antecedentes penales. Con experiencia de un año en puesto similar.

Elaboración propia.

Tabla 4.6 Puesto de Auxiliar de Producción.

<b>Puesto : Auxiliar de producción</b>
<p>Área a la que pertenece: Operativa.          Número de personas en el puesto: cuatro.</p>
<b>I. Posición del puesto en la organización.</b>
<p>Puesto inmediato superior: Producción.          Puesto inmediato inferior: no tiene</p>
<b>II. Descripción genérica del puesto.</b>
<p>En este puesto se encuentra la función primordial de la empresa: la elaboración de los jugos.</p>
<b>III. Descripción específica del puesto (funciones).</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desinfectar, cortar y acomodar las frutas y verduras.</li> <li>- Cuidar en seguir las normas de elaboración de los jugos.</li> <li>- Elaboración de los jugos</li> <li>- Mantener limpio el lugar de trabajo.</li> <li>- Mantener limpio su área de trabajo.</li> </ul>
<b>IV. Perfil del puesto.</b>
<p>Necesita estudios a nivel bachillerato. Que sea una persona amable, dinámica, con actitud de servicio. Examen médico satisfactorio. Carta de no antecedentes penales. Con experiencia de un año en puesto similar.</p>

Elaboración propia.

Tabla 4.7 Puesto de Encargado de Mantenimiento.

<b>Puesto : Encargado de Mantenimiento</b>
<p>Área a la que pertenece: Operativa.                  Número de personas en el puesto: uno.</p>
<b>I. Posición del puesto en la organización.</b>
<p>Puesto inmediato superior: Producción.                  Puesto inmediato inferior: no tiene.</p>
<b>II. Descripción genérica del puesto.</b>
<p>En este puesto recae la función de la limpieza en general de la empresa.</p>
<b>III. Descripción específica del puesto (funciones).</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lavar los platos, secarlos y acomodarlos.</li> <li>- Limpiar todas las áreas del local.</li> <li>- Mantener limpio su área de trabajo.</li> <li>-</li> </ul>
<b>IV. Perfil del puesto.</b>
<p>Necesita estudios a nivel secundaria. Persona limpia, honesta, activa. Con experiencia de un año en puesto similar.</p>

Elaboración propia.

### **4.3 Captación de Personal.**

La captación de personal no es una tarea fácil. Para que una empresa tenga éxito es necesario tener colaboradores de valor. Que cuenten con las cualidades indispensables para su puesto. Para encontrar al candidato idóneo se hace un proceso de reclutamiento y selección.

Proceso de reclutamiento:

Cuando exista una vacante se analizará el perfil de puestos y los medios idóneos para publicarlas. Se utilizarán los clasificados en:

- El periódico el vigía o el mexicano.
- Bolsa de trabajo a través de la página de Internet [www.ensenadahoy.com](http://www.ensenadahoy.com), y en el servicio estatal del empleo.
- Al tener horarios flexibles también sería conveniente publicar los anuncios en las universidades.

Selección:

Se aceptarán solicitudes de empleo standard que venden en las papelerías. También pueden ser currículum vitae hechos por los mismos candidatos. Siempre y cuando tengan la información necesaria como son sus datos personales, el nivel de educación, nombres de los trabajos anteriores, puesto y antigüedad que tuvieron en dichas empresas, áreas principales de experiencia, etc.

Entrevista:

La primera entrevista la realizará recursos humanos y cuando haya seleccionado dos candidatos estos serán entrevistados por segunda ocasión por la persona que sería su jefe inmediato y este último decidirá cuál de los dos candidatos se queda con el trabajo. Se usará este procedimiento debido a la importancia de mantener un buen ambiente de trabajo cuidando la química entre jefes y sus subordinados. Recursos humanos aplicará un examen psicométrico. La empresa da más valor a la actitud que a los conocimientos técnicos.

Investigación de candidatos:

Se hablará por teléfono a los antiguos trabajos de los candidatos para pedir referencias. Así como se verificarán todos sus datos.

Tipos de contratos:

Los contratos laborales son individuales. Al principio serán de tiempo determinado por 60 días y al término de este si el empleado mostró tener todas las habilidades necesarias para el puesto se elaborará un contrato por tiempo indeterminado.

En ambos contratos existirá una cláusula de confidencialidad respecto al proceso de producción de los jugos. Se darán todas las prestaciones de ley.

Aspectos laborales a considerar:

Se pagará semanalmente, los días martes.

La inducción la realizará recursos humanos.

Se tendrá un manual de bienvenida a la empresa para los empleados de nuevo ingreso. El cual contendrá la misión, visión, valores y políticas de la empresa. Se llevará a cabo un recorrido por todas las áreas de la empresa. Recursos humanos acompañará al nuevo empleado a visitar todas las áreas de la empresa y lo presentará a sus nuevos compañeros. Después el jefe inmediato le explicará en que consistirán sus funciones y le dará la capacitación.

#### **4.4 Desarrollo del personal**

La capacitación es necesaria para que los empleados puedan desempeñar bien su trabajo. También es obligatoria según la Ley Federal de Trabajo. Cada jefe de área será el encargado de capacitar a los nuevos colaboradores. Se dará una semana de capacitación.

Cada seis meses se impartirán diferentes cursos para todas los departamentos. Con esto se desea motivar a los empleados a través de su desarrollo profesional y personal. Habrá cursos técnicos y humanísticos.

Ejemplos de cursos que se impartirán: Servicio al cliente, importancia de las vitaminas en nuestro cuerpo, superación personal, tácticas de venta, etc.

Como parte del desarrollo del personal también se otorgarán becas a empleados que cumplan un año de colaborar con nosotros. Dicha ayuda consistirá en pagarle al empleado un curso de su elección.

#### 4.5 Administración de Sueldos y salarios.

Tabla 4.8 Administración de sueldos y salarios.

Impuesto federal	Somos retenedores del impuesto sobre producción y trabajo. Este impuesto varía dependiendo dentro del rango que se encuentre el sueldo.
Impuesto estatal	1.8 % sobre sueldos para el estado más el 15% del resultado del 1.8 % para educación superior
INFONAVIT	5%
IMSS	25.68% (el 19.10% se calcula sobre el salario mínimo del área geográfica y no sobre el salario diario integrado)
Retiro, cesantía en edad avanzada y vejez (RCV).	5.15%
Vacaciones y prima vacacional	1 año de antigüedad : 6 días más 25 % de prima vacacional 2 años de antigüedad : 8 días más 25 % de prima vacacional 3 años de antigüedad : 10 días más 25 % de prima vacacional 4 años de antigüedad : 12 días más 25 % de prima vacacional De 5 a 9 años de antigüedad : 14 días más 25 % de prima vacacional De 10 a 14 años de antigüedad : 16 días más 25 % de prima vacacional De 15 a 19 años de antigüedad : 18 días más 25 % de prima vacacional De 20 a 24 años de antigüedad : 20 días más 25 % de prima vacacional De 25 a 29 años de antigüedad : 22 días más 25 % de prima vacacional
Aguinaldo	15 días al año
Prima dominical si trabaja el domingo	25% de su sueldo diario
Días de descanso obligatorio	El 1º de enero El 5 de febrero El 21 de marzo EL 1º de mayo El 16 de septiembre El 20 de noviembre El 1º de diciembre de cada seis años, cuando corresponda a la transmisión del Poder Ejecutivo Federal. El 25 de diciembre.

Tabla 4.9 Tabulador de Sueldos.

<b>RESUMEN DE SUELDOS</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
1 Gerente	\$12,000.00	\$ 144,000.00
1 Subgerente de Producción	\$ 6,000.00	\$ 72,000.00
1 Subgerente de Ventas y Mercadotecnia	\$ 6,000.00	\$ 72,000.00
2 Cajeras	\$ 9,188.00	\$ 110,256.00
4 Auxiliares de producción	\$18,376.00	\$ 220,512.00
2 Repartidores	\$ 7,752.00	\$ 93,024.00
1 Limpieza	\$ 3,876.00	\$ 46,512.00
	<b>\$63,192.00</b>	<b>\$ 758,304.00</b>

Elaboración propia.

#### **4.6 Evaluación del desempeño**

Se pondrán metas mensuales para cada departamento. Fijadas y supervisadas por el director general. El cual utilizará indicadores para medir el porcentaje de avance del logro de las metas. El método de evaluación de desempeño que se utilizará será el de índices críticos. En el cual se le explica al trabajador el comportamiento clave para desempeñar eficazmente su trabajo y cuáles son los comportamientos que logran el trabajo ineficaz.

Para tener buenas relaciones de trabajo es necesario que exista una buena comunicación. Debido a que la comunicación correcta nos ayuda a transmitir y recibir con éxito la información. Para obtener un buen desempeño entre nuestros colaboradores y lograr las metas es necesario primero entenderlas y transmitir las a todos los miembros de la corporación. Se desea que exista comunicación en todos los niveles y en todas direcciones: descendiente, ascendente y lateral. Se usaran los siguientes medios de comunicación: memorándums y una junta cada siete días con duración máxima de 30 minutos.

Si el personal logra sus metas mensuales se le darán incentivos para motivarlos, estos no serán económicos sino simbólicos. Ejemplo: reconocimiento del empleado del mes, se pondrá su foto en una pizarra que se colocará en el comedor. Se le dará medio día libre a dicho trabajador.

Para fomentar la convivencia entre los empleados, en el cumpleaños de cada uno de ellos se repartirá un pastel, haciendo un convivio de 30 minutos. Y el festejado tendrá medio día libre.

También se les preguntará a los empleados que les gustaría recibir como premio por su buen desempeño. Se analizarán dichas respuestas para darles a los empleados lo que realmente desean recibir y así lograr mayor motivación de su parte.

## **Capítulo 5. Finanzas**

### **5.1. Sistema contable de la empresa**

#### **5.1.1. Objetivos del área contable.**

Utilizar la herramienta de la contabilidad para conocer los costos y gastos de la empresa con la finalidad de reducirlos y hacer más redituable a la empresa. Registrar las operaciones financieras de la empresa, elaborar estados financieros para la toma de decisiones. Analizar por medio de razones financieras la situación de la empresa. Elaborar estados financieros proyectados. Y analizar las diferentes alternativas de inversión de las utilidades.

#### **5.1.2. Contabilidad de la empresa.**

La contabilidad de la empresa la realizará una contadora pública que se va a contratar por medio de honorarios para que lleve nuestros registros contables, realice impuestos y haga contrataciones.

Este departamento es primordial para el funcionamiento exitoso de la empresa, ya que después de los registros contables se elaboran los estados financieros y estos nos ayudan a analizar la situación financiera de la empresa. Teniendo la información correcta y a tiempo se pueden tomar mejores decisiones. También es un departamento clave porque en él se realizará la selección del personal, porque es un departamento fusionado de contabilidad y de recursos humanos. Se buscará un candidato(a) que tenga conocimientos y experiencia en las dos áreas.

La clave para conseguir el éxito de una empresa es contratar el personal correcto.

### 5.1.3. Catálogo de cuentas

Tabla 5.1 Catálogo de cuentas

<b>Número de cuenta</b>	<b>Nombre de la cuenta</b>
100-000-000	<b>ACTIVO</b>
101-000-000	Caja
102-000-000	Bancos
103-000-000	Clientes
104-000-000	Documentos por cobrar
105-000-000	Deudores
106-000-000	Inventarios
107-000-000	Mobiliario y Equipo
107-002-000	Depreciación acum.. Mob. y Equipo
108-000-000	Equipo de computo
108-002-000	Depreciación Acum. Equipo de computo.
109-000-000	Equipo de transporte
109-002-000	Depreciación acum. Equipo transporte
200-000-000	<b>PASIVO</b>
201-000-000	Proveedores
202-000-000	Documentos por pagar
203-000-000	Acreedores
300-000-000	<b>CAPITAL CONTABLE</b>
300-001-000	Capital social
300-002-000	Aportaciones para futuros Aumentos
300-003-000	Utilidades acumuladas
400-000-000	<b>CUENTAS COMPLE. DE ACTIVO</b>
400-001-000	Estimación para cuentas de cobro dudoso

500-000-000	<b>CTAS DE RESULTADOS ACREED.</b>
501-000-000	<b>Ventas</b>
502-000-000	<b>Productos financieros</b>
503-000-000	<b>Otros productos</b>
600-000-000	<b>CTAS. DE RESULT. DEUDORAS</b>
601-000-000	<b>Costo de ventas</b>
602-000-000	<b>Gastos de venta</b>
603-000-000	<b>Gastos de administración</b>
604-000-000	<b>Gastos financieros</b>
605-000-000	<b>Otros gastos</b>

Elaboración propia.

#### **5.1.4. Software a utilizar.**

Se utilizarán paquetes contables de Contpaq, Nomipaq y *Mr. Chef*, este último es para la caja registradora y además a través de él se puede llevar un control de inventarios. También nos auxiliaremos de la paquetería de *Microsoft* (*Excel, word, power point*) y la computadora tendrá *Windows XP*.

## **5.2 Flujo de efectivo**

### **5.2.1. Costos y Gastos.**

Los costos y gastos de la empresa representan la parte medular de una buena planeación financiera. Es común la confusión entre que es un costo y un gasto, para dejarlo los conceptos bien definidos se encontró la siguiente definición.

...La distinción entre Costo y Gasto consiste en que el costo se identifica con el bien producido, es decir, se eroga por su causa e incrementa su valor en el inventario y por tanto se refleja en el activo, mientras que el gasto se identifica con el período que se erogó, no incrementa el valor del bien producido y no se

muestra en el balance, sino en el estado de resultados. Bajo estos principios, convencionalmente se acepta que la mano de obra y la materia prima son costos y que los gastos de administración y de ventas son gastos. (Compañía Editorial Impresora y Distribuidora, S.A. 1998, p.69)

La clasificación de costos de *Green House* son de la siguiente manera:

Costos fijos: Intereses, depreciación y amortización, sueldos administrativos, sueldos de ventas, servicios, papelería y mantenimiento.

Costos variables: Alimentos y desechables.

### 5.2.2. Capital social y financiamiento.

Como se puede observar en la siguiente tabla el capital propio de la empresa es del 20 por ciento del monto total, el cual equivale a \$ 339,680 pesos y el 80 por ciento faltante del monto total se obtendrá a través de tres financiamientos bancarios por la cantidad de \$ 1,182,844 pesos.

Tabla 5.2 Resumen de la inversión.

RESUMEN DE LA INVERSIÓN			
Rubro de inversión	Monto Total	Capital propio	Financiamiento ext.
		20%	80%
Terreno	\$ 145,200.00	\$ 29,040.00	\$ 116,160.00
Edificio	\$ 605,000.00	\$ 121,000.00	\$ 484,000.00
Maquinaria y equipo	\$ 35,000.00	\$ 7,000.00	\$ 28,000.00
Mobiliario y equipo	\$ 136,200.00	\$ 27,240.00	\$ 108,960.00
Equipo menor	\$ 7,000.00	\$ 1,400.00	\$ 5,600.00
Equipo de transporte	\$ 125,000.00	\$ 25,000.00	\$ 100,000.00
Equipo de computo	\$ 35,000.00	\$ 7,000.00	\$ 28,000.00
Capital de trabajo	\$ 240,124.00		\$ 240,124.00
Gastos preoperativos	\$ 144,000.00	\$ 72,000.00	\$ 72,000.00
Efectivo	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00	
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1,522,524.00</b>	<b>\$ 339,680.00</b>	<b>\$ 1,182,844.00</b>

Elaboración propia.

### 5.2.3. Ingresos

Tabla 5.3 Ventas proyectadas.

<b>VENTAS PROYECTADAS</b>			
<b>JUGOS</b>			
No. De JUGOS	14400 MENSUALES 12 MESES 1 AÑO		
Precio Unitario	\$27.50		
<b>INGRESOS PROYECTADOS DE JUGOS</b>			
<b>Año</b>	<b>Precio</b>	<b>No. de unidades anuales</b>	<b>Ingresos</b>
Año 1 2009	\$ 27.50	\$ 172,800.00	\$ 4,752,000.00
Año 2 2010	\$ 28.60	\$ 172,800.00	\$ 4,942,080.00
Año 3 2011	\$ 30.03	\$ 172,800.00	\$ 5,189,184.00
Año 4 2012	\$ 31.53	\$ 172,800.00	\$ 5,448,643.20
Año 5 2013	\$ 33.11	\$ 172,800.00	\$ 5,721,075.36
Año 6 2014	\$ 34.76	\$ 172,800.00	\$ 6,007,129.13
Año 7 2015	\$ 39.98	\$ 172,800.00	\$ 6,908,198.50
Año 8 2016	\$ 43.98	\$ 172,800.00	\$ 7,599,018.35
Año 9 2017	\$ 47.49	\$ 172,800.00	\$ 8,206,939.81
Año 10 2018	\$ 49.87	\$ 172,800.00	\$ 8,617,286.81
	<b>INGRESOS</b>	<b>INGRESOS SIN IVA</b>	<b>IVA</b>
Año 1 2009	\$ 4,752,000.00	\$ 4,320,000.00	\$ 43,200.00
Año 2 2010	\$ 4,942,080.00	\$ 4,492,800.00	\$ 44,928.00
Año 3 2011	\$ 5,189,184.00	\$ 4,717,440.00	\$ 47,174.40
Año 4 2012	\$ 5,448,643.20	\$ 4,953,312.00	\$ 49,533.12
Año 5 2013	\$ 5,721,075.36	\$ 5,200,977.60	\$ 52,009.78
Año 6 2014	\$ 6,007,129.13	\$ 5,461,026.48	\$ 54,610.26
Año 7 2015	\$ 6,908,198.50	\$ 6,280,180.45	\$ 62,801.80
Año 8 2016	\$ 7,599,018.35	\$ 6,908,198.50	\$ 69,081.98
Año 9 2017	\$ 8,206,939.81	\$ 7,460,854.38	\$ 74,608.54
Año 10 2018	\$ 8,617,286.81	\$ 7,833,897.10	\$ 78,338.97
<b>Total</b>	<b>\$ 63,391,555.15</b>	<b>\$ 57,628,686.50</b>	<b>\$ 576,286.87</b>

Elaboración propia.

## 5.2.4. Egresos.

Tala 5.4 Costos proyectados.

COSTOS PROYECTADOS					
Costos fijos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Intereses	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Dep. Y amortización	96320.00	96,320.00	96,320.00	89,320.00	54,570.00
Sueldos administrativos	288000.00	299520	314496	330220.8	346731.84
Sueldos de ventas	470304.00	489116.16	513571.968	539250.5664	566213.0947
Servicios	116400.00	121056	127108.8	133464.24	140137.452
Papelería	6000.00	6240	6552	6879.6	7223.58
Mantenimiento	24000.00	24960	26208	27518.4	28894.32
<b>Total costos fijos</b>	<b>\$ 1,001,024.00</b>	<b>\$ 1,037,212.16</b>	<b>\$ 1,084,256.77</b>	<b>\$ 1,126,653.61</b>	<b>\$ 1,143,770.29</b>
Total costos fijos con iva	\$ 146,400.00	\$ 152,256.00	\$ 159,868.80	\$ 167,862.24	\$ 176,255.35
iva	\$ 13,309.09	\$ 13,841.45	\$ 14,533.53	\$ 15,260.20	\$ 16,023.21
costos fijos sin iva	\$ 133,090.91	\$ 138,414.55	\$ 145,335.27	\$ 152,602.04	\$ 160,232.14
más demás costos sin iva	\$ 854,624.00	\$ 884,956.16	\$ 924,387.97	\$ 958,791.37	\$ 967,514.93
<b>Total de costos fijos sin iva</b>	<b>\$ 987,714.91</b>	<b>\$ 1,023,370.71</b>	<b>\$ 1,069,723.24</b>	<b>\$ 1,111,393.40</b>	<b>\$ 1,127,747.07</b>
<b>Costos variables</b>					
Alimentos	\$ 1,635,504.00	\$ 1,700,924.16	\$ 1,785,970.37	\$ 1,875,268.89	\$ 1,969,032.33
Desechables	341280.00	354931.2	372677.76	391311.648	410877.2304
Total costos variables	\$ 1,976,784.00	\$ 2,055,855.36	\$ 2,158,648.13	\$ 2,266,580.53	\$ 2,379,909.56
iva	\$ 179,707.64	\$ 186,895.94	\$ 196,240.74	\$ 206,052.78	\$ 216,355.41
<b>Total de costos variables sin iva</b>	<b>\$ 1,797,076.36</b>	<b>\$ 1,868,959.42</b>	<b>\$ 1,962,407.39</b>	<b>\$ 2,060,527.76</b>	<b>\$ 2,163,554.15</b>
<b>Total de Costos</b>	<b>\$ 2,784,791.27</b>	<b>\$ 3,179,421.14</b>	<b>\$ 3,296,131.06</b>	<b>\$ 3,411,256.44</b>	<b>\$ 3,518,640.43</b>
<b>Costos fijos</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>	<b>Año 9</b>	<b>Año 10</b>
Intereses	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Dep. Y amortización	54,570.00	54,570.00	54,570.00	54,570.00	54,570.00
Sueldos administrativos	364068.432	418678.6968	460546.5665	497390.2918	522259.8064
Sueldos de ventas	594523.7495	683702.3119	752072.5431	812238.3465	852850.2638
Servicios	147144.3246	169215.9733	186137.5706	201028.5763	211080.0051
Papelería	7584.759	8722.47285	9594.720135	10362.29775	10880.41263
Mantenimiento	30339.036	34889.8914	38378.88054	41449.19098	43521.65053
<b>Total costos fijos</b>	<b>\$ 1,013,162.18</b>	<b>\$ 1,156,951.01</b>	<b>\$ 1,267,189.11</b>	<b>\$ 1,364,198.64</b>	<b>\$ 1,429,680.07</b>
Total costos fijos con iva	\$ 185,068.12	\$ 212,828.34	\$ 234,111.17	\$ 252,840.06	\$ 265,482.07
iva	\$ 16,824.37	\$ 19,348.03	\$ 21,282.83	\$ 22,985.46	\$ 24,134.73
costos fijos sin iva	\$ 168,243.75	\$ 193,480.31	\$ 212,828.34	\$ 229,854.60	\$ 241,347.33
mas demas costos sin iva	\$ 1,013,162.18	\$ 1,156,951.01	\$ 1,267,189.11	\$ 1,364,198.64	\$ 1,429,680.07
<b>Total de costos fijos sin iva</b>	<b>\$ 1,181,405.93</b>	<b>\$ 1,350,431.32</b>	<b>\$ 1,480,017.45</b>	<b>\$ 1,594,053.24</b>	<b>\$ 1,671,027.40</b>
<b>Costos variables</b>					
Alimentos	\$ 2,067,483.95	\$ 2,377,606.54	\$ 2,615,367.19	\$ 2,824,596.57	\$ 2,965,826.40
Desechables	431421.0919	496134.2557	545747.6813	589407.4958	618877.8706
Total costos variables	\$ 2,498,905.04	\$ 2,873,740.80	\$ 3,161,114.87	\$ 3,414,004.06	\$ 3,584,704.27
iva	\$ 227,173.19	\$ 261,249.16	\$ 287,374.08	\$ 310,364.01	\$ 325,882.21
<b>Total de costos variables sin iva</b>	<b>\$ 2,271,731.85</b>	<b>\$ 2,612,491.63</b>	<b>\$ 2,873,740.80</b>	<b>\$ 3,103,640.06</b>	<b>\$ 3,258,822.06</b>
<b>Total de Costos</b>	<b>\$ 3,453,137.78</b>	<b>\$ 3,962,922.95</b>	<b>\$ 4,353,758.24</b>	<b>\$ 4,697,693.30</b>	<b>\$ 4,929,849.47</b>

Elaboración propia.

## 5.2.5. Flujo de efectivo proyectado a 10 años.

Tabla 5.5 Flujo de efectivo proyectado.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>GREEN HOUSE</b>										
<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>										
<b>INGRESO</b>										
CONTADO	\$ 4,752,000.00	\$ 4,942,080.00	\$ 5,189,184.00	\$ 5,448,643.20	\$ 5,721,075.36	\$ 6,007,129.13	\$ 6,308,198.50	\$ 7,599,018.35	\$ 8,206,939.81	\$ 8,617,286.81
<b>INGRESOS TOTALES</b>	<b>\$ 4,752,000.00</b>	<b>\$ 4,942,080.00</b>	<b>\$ 5,189,184.00</b>	<b>\$ 5,448,643.20</b>	<b>\$ 5,721,075.36</b>	<b>\$ 6,007,129.13</b>	<b>\$ 6,308,198.50</b>	<b>\$ 7,599,018.35</b>	<b>\$ 8,206,939.81</b>	<b>\$ 8,617,286.81</b>
<b>EGRESOS</b>										
pedido de frutas	\$ 1,499,212.00	\$ 1,695,472.48	\$ 1,778,883.18	\$ 1,867,827.34	\$ 1,961,218.71	\$ 2,059,279.65	\$ 2,351,762.99	\$ 2,595,553.81	\$ 2,807,160.79	\$ 2,954,057.24
pedido de desechables y papel	\$ 312,840.00	\$ 353,793.60	\$ 371,198.88	\$ 389,758.82	\$ 409,246.77	\$ 429,709.10	\$ 490,741.49	\$ 541,613.23	\$ 585,769.18	\$ 616,422.01
mantenimiento	\$ 22,000.00	\$ 24,880.00	\$ 26,104.00	\$ 27,409.20	\$ 28,779.66	\$ 30,218.84	\$ 34,510.65	\$ 38,088.13	\$ 41,193.33	\$ 43,348.95
Sueldos administrativos	\$ 288,000.00	\$ 298,520.00	\$ 314,496.00	\$ 330,220.80	\$ 346,731.84	\$ 364,068.43	\$ 418,678.70	\$ 460,946.57	\$ 497,390.29	\$ 522,259.81
Sueldos operativos	\$ 470,304.00	\$ 489,116.16	\$ 513,571.97	\$ 539,250.57	\$ 566,213.09	\$ 594,523.75	\$ 683,702.31	\$ 752,072.54	\$ 812,238.35	\$ 852,850.26
Servicios	\$ 122,400.00	\$ 127,296.00	\$ 133,660.80	\$ 140,343.84	\$ 147,361.03	\$ 154,729.08	\$ 177,938.45	\$ 195,732.29	\$ 211,390.87	\$ 221,960.42
Seguro	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Iva por pagar	\$ 396,000.00	\$ 447,840.00	\$ 469,872.00	\$ 493,365.60	\$ 518,033.88	\$ 543,935.57	\$ 621,191.76	\$ 685,586.37	\$ 741,479.97	\$ 780,281.02
pago impuesto	\$ 328,380.95	\$ 512,505.88	\$ 553,945.23	\$ 589,908.07	\$ 651,351.61	\$ 687,800.82	\$ 795,457.42	\$ 902,188.63	\$ 994,363.05	\$ 1,067,622.00
pago capital	\$ 167,202.79	\$ 124,191.58	\$ 125,416.73	\$ 61,778.53	\$ 66,929.17	\$ 81,285.48	\$ 98,721.22	\$ 119,896.92	\$ 145,614.81	\$ 176,849.19
Pago de Interes e IVA	\$ 270,524.49	\$ 253,930.58	\$ 222,441.15	\$ 189,156.77	\$ 173,721.95	\$ 157,212.19	\$ 137,161.10	\$ 112,809.04	\$ 83,233.47	\$ 47,313.93
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>\$ 3,876,874.23</b>	<b>\$ 4,328,546.28</b>	<b>\$ 4,509,589.94</b>	<b>\$ 4,639,019.53</b>	<b>\$ 4,869,587.71</b>	<b>\$ 5,112,562.73</b>	<b>\$ 5,809,866.08</b>	<b>\$ 6,404,087.52</b>	<b>\$ 6,919,834.11</b>	<b>\$ 7,282,964.82</b>
<b>FLUJO DE EFECTIVO NETO</b>	<b>\$ 875,125.77</b>	<b>\$ 663,533.72</b>	<b>\$ 729,594.06</b>	<b>\$ 859,623.67</b>	<b>\$ 901,487.65</b>	<b>\$ 944,566.40</b>	<b>\$ 1,148,332.41</b>	<b>\$ 1,244,930.83</b>	<b>\$ 1,337,105.70</b>	<b>\$ 1,384,321.98</b>
<b>FLUJO DE EFECTIVO INICIAL</b>	<b>\$ 240,124.00</b>	<b>\$ 1,165,249.77</b>	<b>\$ 1,778,783.48</b>	<b>\$ 2,458,377.54</b>	<b>\$ 3,268,001.21</b>	<b>\$ 4,119,488.85</b>	<b>\$ 5,014,055.25</b>	<b>\$ 6,112,387.66</b>	<b>\$ 7,307,318.49</b>	<b>\$ 8,594,424.20</b>
<b>EFFECTIVO MINIMO DE OPERACION</b>	<b>\$ 50,000.00</b>	<b>\$ 50,000.00</b>	<b>\$ 50,000.00</b>	<b>\$ 50,000.00</b>	<b>\$ 50,000.00</b>	<b>\$ 50,000.00</b>	<b>\$ 50,000.00</b>	<b>\$ 50,000.00</b>	<b>\$ 50,000.00</b>	<b>\$ 50,000.00</b>
<b>FLUJO DE EFECTIVO FINAL</b>	<b>\$ 1,165,249.77</b>	<b>\$ 1,778,783.48</b>	<b>\$ 2,458,377.54</b>	<b>\$ 3,268,001.21</b>	<b>\$ 4,119,488.85</b>	<b>\$ 5,014,055.25</b>	<b>\$ 6,112,387.66</b>	<b>\$ 7,307,318.49</b>	<b>\$ 8,594,424.20</b>	<b>\$ 9,928,746.18</b>

Elaboración propia.

### 5.3 Estados financieros proyectados

#### 5.3.1. Balance General (inicial).

Tabla 5.6 Balance General (inicial).

GREEN HOUSE SA DE CV BALANCE GENERAL (INICIAL) AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2009	
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>	<b>PASIVO CIRCULANTE</b>
Caja	Doctos por pagar a c. plazo
Bancos	Total pasivo circulante
Total activo circulante	
<b>ACTIVO FIJO</b>	<b>PASIVO LARGO PLAZO</b>
Tierrno	Credito AVIO
Edificio	Credito Refaccionario
Maq. Y Equipo	Total pasivo largo plazo
Mobiliario y equipo	
Equipo menor	<b>CAPITAL CONTABLE</b>
Equipo de transporte	Capital Social
Equipo de computo	Total capital contable
Total Activo Fijo	
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>	
Gastos Preoperativo	
Total activo Diferido	
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>SUMA DEL PASIVO Y CAPITAL</b>
\$ 1,522,524.00	\$ 1,522,524.00

Elaboración propia.

### 5.3.2. Estado de Resultados Projectado a 10 años.

Tabla 5.7 Estado de Resultados Projectado a 10 años.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
GREEN HOUSE										
ESTADO DE RESULTADOS										
INGRESOS	\$ 4,320,000.00	\$ 4,492,800.00	\$ 4,717,440.00	\$ 4,953,312.00	\$ 5,200,977.60	\$ 5,461,026.48	\$ 6,280,180.45	\$ 6,908,198.50	\$ 7,460,864.38	\$ 7,833,887.10
COSTOS DIRECTOS(-)	\$ 1,797,076.36	\$ 1,868,959.42	\$ 1,962,407.39	\$ 2,060,527.76	\$ 2,163,554.15	\$ 2,271,731.85	\$ 2,612,491.63	\$ 2,873,740.80	\$ 3,103,640.06	\$ 3,258,822.06
CONTRIBUCION MARGINAL(=)	\$ 2,522,923.64	\$ 2,623,840.58	\$ 2,755,032.61	\$ 2,892,784.24	\$ 3,037,423.45	\$ 3,189,294.63	\$ 3,667,688.82	\$ 4,034,457.70	\$ 4,357,214.32	\$ 4,575,075.03
COSTOS FIJOS (-)	\$ 967,714.91	\$ 1,023,370.71	\$ 1,089,723.24	\$ 1,111,393.40	\$ 1,127,747.07	\$ 1,161,466.83	\$ 1,350,451.32	\$ 1,480,077.43	\$ 1,594,063.24	\$ 1,671,027.46
UAI(=)	\$ 1,535,208.73	\$ 1,600,469.88	\$ 1,665,309.37	\$ 1,781,390.84	\$ 1,909,676.38	\$ 2,007,888.70	\$ 2,317,257.50	\$ 2,554,440.26	\$ 2,763,161.08	\$ 2,904,047.63
INTERESES (-)	\$ 255,763.47	\$ 218,492.10	\$ 191,148.45	\$ 162,060.12	\$ 150,062.78	\$ 135,492.02	\$ 117,795.84	\$ 96,303.81	\$ 70,201.76	\$ 38,500.80
UAI(=)	\$ 1,279,445.26	\$ 1,381,977.78	\$ 1,494,160.92	\$ 1,619,330.72	\$ 1,759,613.60	\$ 1,872,396.68	\$ 2,199,461.67	\$ 2,458,136.44	\$ 2,692,959.32	\$ 2,865,546.82
IMPUESTOS Y PTU(-) 28%+10%	\$ 486,189.20	\$ 525,151.56	\$ 567,781.15	\$ 615,345.67	\$ 668,653.17	\$ 711,510.74	\$ 835,795.43	\$ 934,091.85	\$ 1,023,324.54	\$ 1,088,907.79
UDI(=)	\$ 793,256.06	\$ 856,826.22	\$ 926,379.77	\$ 1,003,985.05	\$ 1,090,960.43	\$ 1,160,885.94	\$ 1,363,666.23	\$ 1,524,044.59	\$ 1,669,634.78	\$ 1,776,639.03

Elaboración propia.

### 5.3.3. Balance General Proyectado a 10 años.

Tabla 5.8 Balance General Proyectado a 10 años.

GREEN HOUSE SA DE CV											
BALANCE GENERAL PROYECTADO											
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>											
Caja	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00
Bancos	240,124.00	1,115,249.77	1,728,783.48	2,408,377.54	3,218,001.21	4,069,488.85	4,964,055.25	6,062,387.66	7,257,318.49	8,544,424.20	9,878,746.18
Iva acreditable	0.00	228,302.53	462,161.31	701,949.64	947,935.24	1,202,973.25	1,467,476.75	1,765,964.52	2,089,335.66	2,433,541.66	2,789,729.98
Total activo circulante	<b>290,124.00</b>	<b>1,393,552.30</b>	<b>2,240,944.79</b>	<b>3,160,327.18</b>	<b>4,215,936.44</b>	<b>5,322,462.10</b>	<b>6,481,532.00</b>	<b>7,878,352.18</b>	<b>9,398,654.15</b>	<b>11,027,965.86</b>	<b>12,718,476.16</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>											
Terreno	145,200.00	145,200.00	145,200.00	145,200.00	145,200.00	145,200.00	145,200.00	145,200.00	145,200.00	145,200.00	145,200.00
Edificio	605,000.00	605,000.00	605,000.00	605,000.00	605,000.00	605,000.00	605,000.00	605,000.00	605,000.00	605,000.00	605,000.00
depreciación edificio	-30,250.00	-60,500.00	-90,750.00	-121,000.00	-151,250.00	-181,500.00	-211,750.00	-242,000.00	-272,250.00	-302,500.00	-332,750.00
Maq. Y Equipo	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00
depreciación maq. Y equipo	-3,500.00	-7,000.00	-10,500.00	-14,000.00	-17,500.00	-21,000.00	-24,500.00	-28,000.00	-31,500.00	-35,000.00	-38,500.00
Mobiliario y equipo	136,200.00	136,200.00	136,200.00	136,200.00	136,200.00	136,200.00	136,200.00	136,200.00	136,200.00	136,200.00	136,200.00
depreciación Mob. Y equipo	-13,620.00	-27,240.00	-40,860.00	-54,480.00	-68,100.00	-81,720.00	-95,340.00	-108,960.00	-122,580.00	-136,200.00	-149,820.00
Equipo menor	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00
Equipo de transporte	125,000.00	125,000.00	125,000.00	125,000.00	125,000.00	125,000.00	125,000.00	125,000.00	125,000.00	125,000.00	125,000.00
depreciación e de transp.	-31,250.00	-62,500.00	-93,750.00	-125,000.00	-156,250.00	-187,500.00	-218,750.00	-250,000.00	-281,250.00	-312,500.00	-343,750.00
Equipo de computo	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00
depreciación e. de computo	-10,500.00	-21,000.00	-31,500.00	-42,000.00	-52,500.00	-63,000.00	-73,500.00	-84,000.00	-94,500.00	-105,000.00	-115,500.00
Total Activo Fijo	<b>1,088,400.00</b>	<b>999,280.00</b>	<b>910,160.00</b>	<b>821,040.00</b>	<b>736,920.00</b>	<b>651,800.00</b>	<b>566,680.00</b>	<b>481,560.00</b>	<b>396,440.00</b>	<b>311,320.00</b>	<b>226,200.00</b>
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>											
Gastos Preoperativo	144,000.00	144,000.00	144,000.00	144,000.00	144,000.00	144,000.00	144,000.00	144,000.00	144,000.00	144,000.00	144,000.00
amortización	-7,200.00	-14,400.00	-21,600.00	-28,800.00	-36,000.00	-43,200.00	-50,400.00	-57,600.00	-64,800.00	-72,000.00	-79,200.00
Total activo Diferido	<b>144,000.00</b>	<b>136,800.00</b>	<b>129,600.00</b>	<b>122,400.00</b>	<b>115,200.00</b>	<b>108,000.00</b>	<b>100,800.00</b>	<b>93,600.00</b>	<b>86,400.00</b>	<b>79,200.00</b>	<b>72,000.00</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>1,522,524.00</b>	<b>2,529,632.30</b>	<b>3,280,704.79</b>	<b>4,103,767.18</b>	<b>5,070,056.44</b>	<b>6,122,012.10</b>	<b>7,226,512.00</b>	<b>8,568,762.18</b>	<b>10,032,494.15</b>	<b>11,609,235.86</b>	<b>13,245,176.16</b>
<b>PASIVO CIRCULANTE</b>											
Debitos por pagar a c. plazo	72,000.00	6,788.87	9,830.07	10,507.88	4,660.97	5,660.75	6,874.98	8,349.86	10,140.66	12,315.83	14,957.58
Proveedores		9,271.97	173,401.28	182,071.34	191,174.91	200,733.66	210,770.34	242,385.89	266,624.48	287,954.44	302,352.16
Iva por pagar	36,000.00	36,000.00	37,440.00	38,312.00	41,277.60	43,341.48	45,508.55	52,334.84	57,568.32	62,173.79	65,282.48
Impuestos por pagar	157,798.25	170,443.93	184,279.85	199,717.46	217,019.01	230,928.92	271,266.94	303,170.16	332,131.65	353,417.44	374,703.23
Intereses por pagar	20,524.78	18,207.67	15,929.04	13,505.01	12,505.23	11,291.00	9,816.32	8,025.32	6,850.15	5,850.15	5,000.00
Total pasivo circulante	<b>72,000.00</b>	<b>397,115.87</b>	<b>409,322.95</b>	<b>432,100.11</b>	<b>450,335.94</b>	<b>479,260.13</b>	<b>505,373.79</b>	<b>584,153.64</b>	<b>645,528.94</b>	<b>700,425.85</b>	<b>739,218.06</b>
<b>PASIVO LARGO PLAZO</b>											
Credito AVIO	240,124.00	160,082.67	80,041.33								
Credito Refaccionario	870,720.00	839,437.70	801,578.23	755,525.02	699,593.40	631,664.45	549,164.73	448,968.83	327,280.91	179,490.93	0.00
Total pasivo largo plazo	<b>1,110,844.00</b>	<b>999,580.37</b>	<b>881,619.56</b>	<b>755,525.02</b>	<b>699,593.40</b>	<b>631,664.45</b>	<b>549,164.73</b>	<b>448,968.83</b>	<b>327,280.91</b>	<b>179,490.93</b>	<b>0.00</b>
<b>TOTAL DEL PASIVO</b>	<b>1,182,844.00</b>	<b>1,396,696.24</b>	<b>1,290,942.51</b>	<b>1,187,625.13</b>	<b>1,149,929.34</b>	<b>1,110,924.57</b>	<b>1,054,538.53</b>	<b>1,033,122.48</b>	<b>972,809.85</b>	<b>879,916.78</b>	<b>739,218.06</b>
<b>CAPITAL CONTABLE</b>											
Capital Social	339,680.00	339,680.00	339,680.00	339,680.00	339,680.00	339,680.00	339,680.00	339,680.00	339,680.00	339,680.00	339,680.00
Utilidad del ejercicio		856,826.22	926,379.77	926,379.77	1,003,985.05	1,090,960.43	1,160,885.94	1,363,666.23	1,524,044.59	1,669,634.78	1,776,639.03
Utilidades acumuladas		793,256.06	793,256.06	1,650,082.28	2,576,462.05	3,580,447.10	4,671,407.53	5,832,293.47	7,195,959.70	8,720,004.30	10,389,639.08
<b>TOTAL CAPITAL CONTABLE</b>	<b>339,680.00</b>	<b>1,132,836.06</b>	<b>1,989,762.28</b>	<b>2,916,142.05</b>	<b>3,920,127.10</b>	<b>5,011,087.53</b>	<b>6,171,973.47</b>	<b>7,535,639.70</b>	<b>9,059,684.30</b>	<b>10,729,319.08</b>	<b>12,505,958.11</b>
<b>SUMA DEL PASIVO Y CAPITAL</b>	<b>1,522,524.00</b>	<b>2,529,632.30</b>	<b>3,280,704.79</b>	<b>4,103,767.18</b>	<b>5,070,056.44</b>	<b>6,122,012.10</b>	<b>7,226,512.00</b>	<b>8,568,762.18</b>	<b>10,032,494.15</b>	<b>11,609,235.86</b>	<b>13,245,176.16</b>

Elaboración propia.

#### 5.4. Supuestos utilizados en las proyecciones financieras.

Para poder obtener la inversión inicial necesaria para iniciar operaciones la empresa tuvo que conseguir financiamiento. El 80 por ciento de la inversión se compró por medio de créditos bancarios. Las tasas de interés manejadas son de 21.45, 24 y 28 por ciento.

Las unidades vendidas proyectadas son 14,400 mensuales. Tendremos dos tamaños de jugos, el mediano y el grande. Con costos de \$ 25 y \$ 30 pesos. Para proyectar los ingresos se calculó el promedio de los precios, el cual dió como resultado \$27.50 pesos.

Como parte de la planeación financiera el gerente y subgerentes serán contratados por honorarios para ahorrar en prestaciones. En las proyecciones que se hicieron se tomó en cuenta la inflación, debido a que México es un país con inflación constante. Las tasas que se utilizaron fueron:

##### 5.4.1 Porcentajes de Inflación proyectados.

Tabla 5.9 Porcentajes de inflación.

Años	Porcentaje de inflación
1	1
2	1.04
3	1.05
4	1.05
5	1.05
6	1.05
7	1.15
8	1.1
9	1.08
10	1.05

Elaboración propia.

## 5.4.2 Inversión inicial.

Tabla 5.10 Inversión inicial.

<b>Green House</b> Inversión Inicial					
<b>Clasificación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Concepto</b>	<b>Total de Recursos</b>	<b>Propios</b>	<b>Financiamiento</b>
		<b>Adquisición</b>			
		Terreno	\$ 145,200.00	\$ 29,040.00	\$ 116,160.00
Edificio		Construcción	\$ 605,000.00	\$ 121,000.00	\$ 484,000.00
		<b>Equipo</b>			
Mobiliario	6	Mesas con 4 asientos	\$ 30,000.00	\$ 6,000.00	\$ 24,000.00
Mobiliario	4	Sillas adicionales	\$ 4,000.00	\$ 800.00	\$ 3,200.00
Mobiliario	1	Sala	\$ 10,000.00	\$ 2,000.00	\$ 8,000.00
Mobiliario	2	Muebles para computadora	\$ 16,000.00	\$ 3,200.00	\$ 12,800.00
Mobiliario	6	Sillas de oficina	\$ 6,000.00	\$ 1,200.00	\$ 4,800.00
E. comp.	3	Computadoras	\$ 24,000.00	\$ 4,800.00	\$ 19,200.00
E. comp.	3	Impresoras	\$ 3,000.00	\$ 600.00	\$ 2,400.00
Mobiliario	3	Telefonos	\$ 1,200.00	\$ 240.00	\$ 960.00
Maquinaria	2	Refrigerador para almacén	\$ 30,000.00	\$ 6,000.00	\$ 24,000.00
Mobiliario	1	Mostrador con refrigeración	\$ 8,000.00	\$ 1,600.00	\$ 6,400.00
Mobiliario	1	Barra	\$ 10,000.00	\$ 2,000.00	\$ 8,000.00
Mobiliario	6	Sillas para barra	\$ 3,000.00	\$ 600.00	\$ 2,400.00
Mobiliario	2	Sillas adicionales para barra	\$ 1,000.00	\$ 200.00	\$ 800.00
E. comp.	1	Caja registradora	\$ 8,000.00	\$ 1,600.00	\$ 6,400.00
E. menor	2	juegos de cuchillos del chef	\$ 2,000.00	\$ 400.00	\$ 1,600.00
E. menor	4	tablas de picar	\$ 800.00	\$ 160.00	\$ 640.00
Mobiliario	2	zinc para lavar frutas y verduras	\$ 12,000.00	\$ 2,400.00	\$ 9,600.00
E. menor	8	vajillas	\$ 2,400.00	\$ 480.00	\$ 1,920.00
E. menor	1	olla grande	\$ 800.00	\$ 160.00	\$ 640.00
Mobiliario	1	juego para niños	\$ 20,000.00	\$ 4,000.00	\$ 16,000.00
Maquinaria	3	Extractores Power Juice	\$ 8,000.00	\$ 1,600.00	\$ 6,400.00
Maquinaria	2	Extractores Zumo X	\$ 10,000.00	\$ 2,000.00	\$ 8,000.00
Maquinaria	1	Báscula	\$ 2,000.00	\$ 400.00	\$ 1,600.00
E. menor	10	botes de basura	\$ 1,000.00	\$ 200.00	\$ 800.00
E. de transporte	2	motos	\$ 125,000.00	\$ 25,000.00	\$ 100,000.00
		<b>TOTAL</b>	\$ 1,088,400.00	\$ 217,680.00	\$ 870,720.00
			\$ 144,000.00		
			\$ 50,000.00		
			\$ 240,124.00		
			\$ 1,522,524.00		

Elaboración propia.

### 5.4.3 Proyección de depreciación y amortización.

Tabla 5.11 Depreciación y Amortización.

TABLA DE DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN												
CONCEPTO	CANTIDAD	DEPRECIACION %	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Edificio	605,000.00	5%	30,250.00	30,250.00	30,250.00	30,250.00	30,250.00	30,250.00	30,250.00	30,250.00	30,250.00	30,250.00
Maquinaría y Equipo	35,000.00	10%	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00
Mobiliario y Equipo	136,200.00	10%	13,620.00	13,620.00	13,620.00	13,620.00	13,620.00	13,620.00	13,620.00	13,620.00	13,620.00	13,620.00
Equipo de transporte	125,000.00	25%	31,250.00	31,250.00	31,250.00	31,250.00	31,250.00	31,250.00	31,250.00	31,250.00	31,250.00	31,250.00
Equipo de cómputo	35,000.00	30%	10,500.00	10,500.00	10,500.00	10,500.00	10,500.00	10,500.00	10,500.00	10,500.00	10,500.00	10,500.00
<b>Total de depreciación</b>	<b>776,200.00</b>		<b>89,120.00</b>	<b>89,120.00</b>	<b>89,120.00</b>	<b>82,120.00</b>	<b>47,370.00</b>	<b>47,370.00</b>	<b>47,370.00</b>	<b>47,370.00</b>	<b>47,370.00</b>	<b>47,370.00</b>
SEGURO			0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
		INFLACION	1.00	1.04	1.05	1.05	1.05	1.05	1.15	1.10	1.08	1.05
			0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Amortización de gastos preoperativos		5%	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00
<b>Total de depreciación y amortización</b>			<b>96,320.00</b>	<b>96,320.00</b>	<b>96,320.00</b>	<b>89,320.00</b>	<b>54,570.00</b>	<b>54,570.00</b>	<b>54,570.00</b>	<b>54,570.00</b>	<b>54,570.00</b>	<b>54,570.00</b>

Elaboración propia.

## **5.5 Sistema de financiamiento.**

El financiamiento de la empresa se obtuvo por medio de tres créditos bancarios. El primero es un crédito refaccionario para la construcción y compra de maquinaria, mobiliario y equipo por una cantidad de \$ 870,720 pesos. El segundo es un crédito de habilitación o avío que es para pagar los gastos de cuenta corriente como lo son sueldos y compra de materia prima por un monto de \$ 240,124 pesos El tercer crédito es para los gastos antes de operación de la empresa por un monto de \$ 72,000 pesos.

### **5.5.1 Crédito refaccionario.**

El pago anual del préstamo refaccionario quedó por la cantidad de \$ 217,991.74 pesos. Con una tasa de 21.45 porciento que surgió por la TIEE de 7.45 más 14 puntos. El plazo es de 10 años.

Tabla 5.12 Amortización del crédito refaccionario.

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO REFACCIONARIO

No. De pagos	Capital	Abono a capital	Interes	Pago igual	IVA 15%	Pago total
0	870,720.00					
1	839,497.70	31,222.30	186,769.44	217,991.74	28,015.42	246,007.15
2	801,578.23	37,919.48	180,072.26	217,991.74	27,010.84	245,002.57
3	755,525.02	46,053.21	171,938.53	217,991.74	25,790.78	243,782.52
4	699,593.40	55,931.62	162,060.12	217,991.74	24,309.02	242,300.75
5	631,664.45	67,928.95	150,062.78	217,991.74	22,509.42	240,501.15
6	549,164.73	82,499.71	135,492.02	217,991.74	20,323.80	238,315.54
7	448,968.83	100,195.90	117,795.84	217,991.74	17,669.38	235,661.11
8	327,280.91	121,687.92	96,303.81	217,991.74	14,445.57	232,437.31
9	179,490.93	147,789.98	70,201.76	217,991.74	10,530.26	228,522.00
10	0.00	179,490.93	38,500.80	217,991.74	5,775.12	223,766.86

Elaboración propia.

### 5.5.2 Crédito de habilitación o avío.

Los abonos de capital en el préstamo de habilitación o avío quedaron de \$80,041.33 pesos. Con una tasa de interés de 24 por ciento. A un plazo de tres años.

Tabla 5.13 Amortización del crédito de habilitación.

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO DE HABILITACIÓN O AVÍO

No. DE PAGOS	CAPITAL	ABONO A CAPITAL	INTERES	PAGO	IVA 15%	PAGO FINAL
0	<b>240,124.00</b>					
1	160,082.67	80,041.33	57,629.76	137,671.09	8,644.46	146,315.56
2	80,041.33	80,041.33	38,419.84	118,461.17	5,762.98	124,224.15
3		80,041.33	19,209.92	99,251.25	2,881.49	102,132.74

Elaboración propia.

### 5.5.3 Préstamo para gastos antes de operación.

El pago mensual del préstamo para gastos antes de operación quedó por la cantidad de \$ 6,947.02 pesos. Con una tasa de 28 por ciento. El plazo es de 12 meses.

Tabla 5.14 Amortización del crédito de gastos preoperativos.

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO PARA GASTOS PREOPERATIVOS

No. De pagos	Capital	Abono a capital	Interés	Pago igual	IVA 15%	Pago total
0	72,000.00					
1	66,730.58	5,269.42	1,677.60	6,947.02	251.64	7,198.66
2	61,338.38	5,392.20	1,554.82	6,947.02	233.22	7,180.24
3	55,820.55	5,517.84	1,429.18	6,947.02	214.38	7,161.40
4	50,174.15	5,646.40	1,300.62	6,947.02	195.09	7,142.11
5	44,396.18	5,777.96	1,169.06	6,947.02	175.36	7,122.38
6	38,483.59	5,912.59	1,034.43	6,947.02	155.16	7,102.18
7	32,433.24	6,050.35	896.67	6,947.02	134.50	7,081.52
8	26,241.92	6,191.33	755.69	6,947.02	113.35	7,060.37
9	19,906.33	6,335.58	611.44	6,947.02	91.72	7,038.74
10	13,423.13	6,483.20	463.82	6,947.02	69.57	7,016.59
11	6,788.87	6,634.26	312.76	6,947.02	46.91	6,993.93
12	0.00	6,788.87	158.18	6,947.05	23.73	6,970.78

Elaboración propia.

Tabla 5.15 Tasa Interna de Retorno.

AÑO	CONCEPTO	CANTIDAD	TIR
0	inversion inicial	-\$ 1,522,524.00	67%
1		\$ 1,165,249.77	
2		\$ 663,533.72	
3		\$ 729,594.06	
4		\$ 859,623.67	
5		\$ 901,487.65	
6		\$ 944,566.40	
7		\$ 1,148,332.41	
8		\$ 1,244,930.83	
9		\$ 8,594,424.20	
10		\$ 9,928,746.18	

Elaboración propia.

Tabla 5.16 Promedio ponderado del costo de capital.

COSTO DE CAPITAL PROMEDIO PONDERADO				
préstamo	cantidad	participacion	costo de capital	ponderacion
pasivo circulante	\$ 72,000.00	4.73%	28	1.324117058
prestamo refaccionario	\$ 870,720.00	57.19%	21.45	12.26709333
prestamo de avio	\$ 240,124.00	15.77%	24	3.785146244
prestamo	\$ 339,680.00	22.31%	10	2.231032155
	\$ 1,522,524.00	100.00%		19.60738878

Elaboración propia.

Tabla 5.17 Valor presente neto.

VALOR PRESENTE NETO						
AÑO	CONCEPTO	CANTIDAD	FACTOR	(1+.19) <sup>-n</sup>	VPEE	
1	FE	\$ 1,165,249.77	1.196073888	-1.00	0.836069	974,228.92
2	FE	\$ 663,533.72	1.196073888	-2.00	0.699011	463,817.34
3	FE	\$ 729,594.06	1.196073888	-3.00	0.584421	426,390.25
4	FE	\$ 859,623.67	1.196073888	-4.00	0.488616	420,026.15
5	FE	\$ 901,487.65	1.196073888	-5.00	0.408517	368,272.88
6	FE	\$ 944,566.40	1.196073888	-6.00	0.341548	322,614.91
7	FE	\$ 1,148,332.41	1.196073888	-7.00	0.285558	327,915.21
8	FE	\$ 1,244,930.83	1.196073888	-8.00	0.238746	297,222.13
9	FE	\$ 8,594,424.20	1.196073888	-9.00	0.199608	1,715,515.72
10	FE	\$ 9,928,746.18	1.196073888	-10.00	0.166886	1,656,968.75
					TOTAL VPEE	6,972,972.25
						\$ 1,522,524.00
					VPN	\$ 5,450,448.25

Elaboración propia.

El costo beneficio es igual a VPEE entre inversión total lo que dio como resultado 4.57 . El periodo de recuperación es en el segundo año.

### 5.6 Punto de equilibrio operativo y financiero.

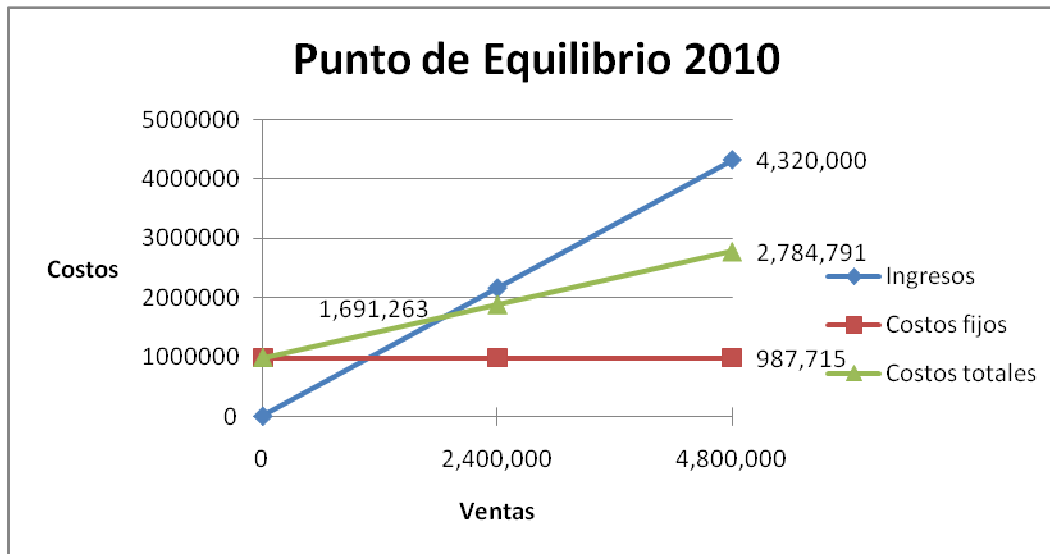
El punto de equilibrio es donde el importe de las ventas es igual al importe de los costos y gastos. No hay utilidad ni pérdida.

Tabla 5.18 Punto de equilibrio.

AÑO	P.E.O.	P.E.F.
2010	\$ 1,691,263.40	\$ 2,129,206.97
2011	\$ 1,752,316.79	\$ 2,126,440.62
2012	\$ 1,831,686.20	\$ 2,158,989.52
2013	\$ 1,903,037.98	\$ 2,180,533.38
2014	\$ 1,931,040.36	\$ 2,187,992.73
2015	\$ 2,022,920.36	\$ 2,254,923.24
2016	\$ 2,312,342.39	\$ 2,514,044.10
2017	\$ 2,534,232.62	\$ 2,699,133.56
2018	\$ 2,729,496.01	\$ 2,849,702.42
2019	\$ 2,861,298.81	\$ 2,927,223.70

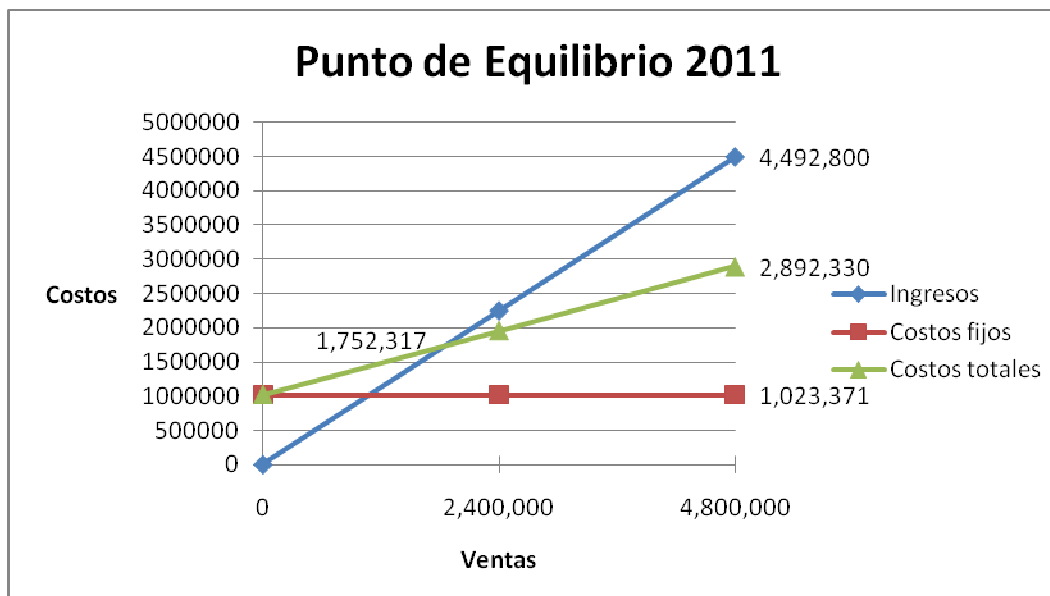
Elaboración propia.

Gráfica 5.1 Punto de equilibrio del año 2010.



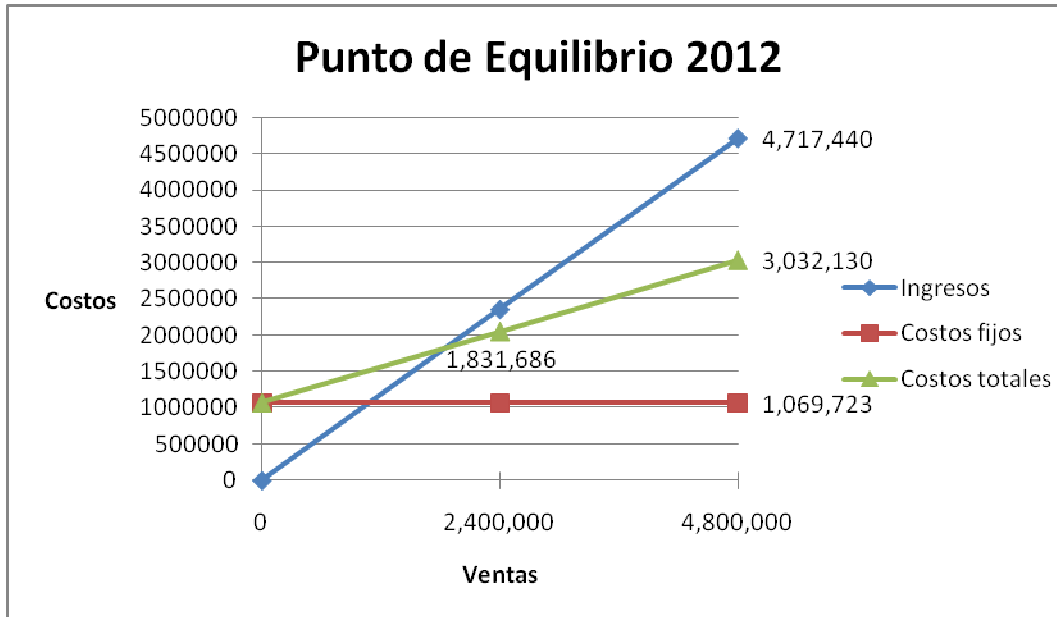
Elaboración propia.

Gráfica 5.2 Punto de equilibrio del año 2011.



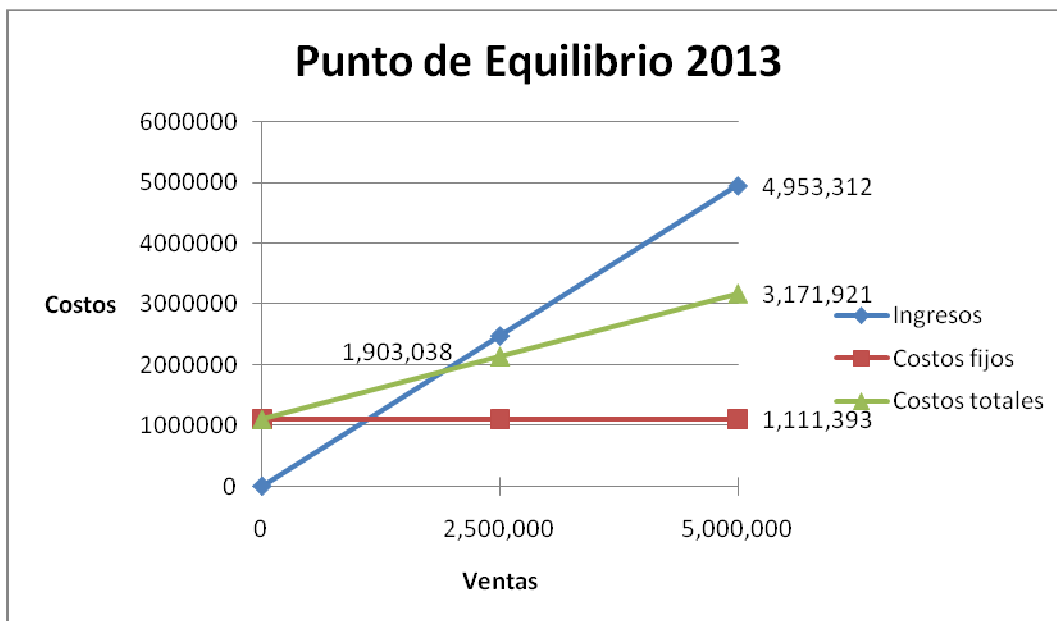
Elaboración propia.

Gráfica 5.3 Punto de equilibrio del año 2012.



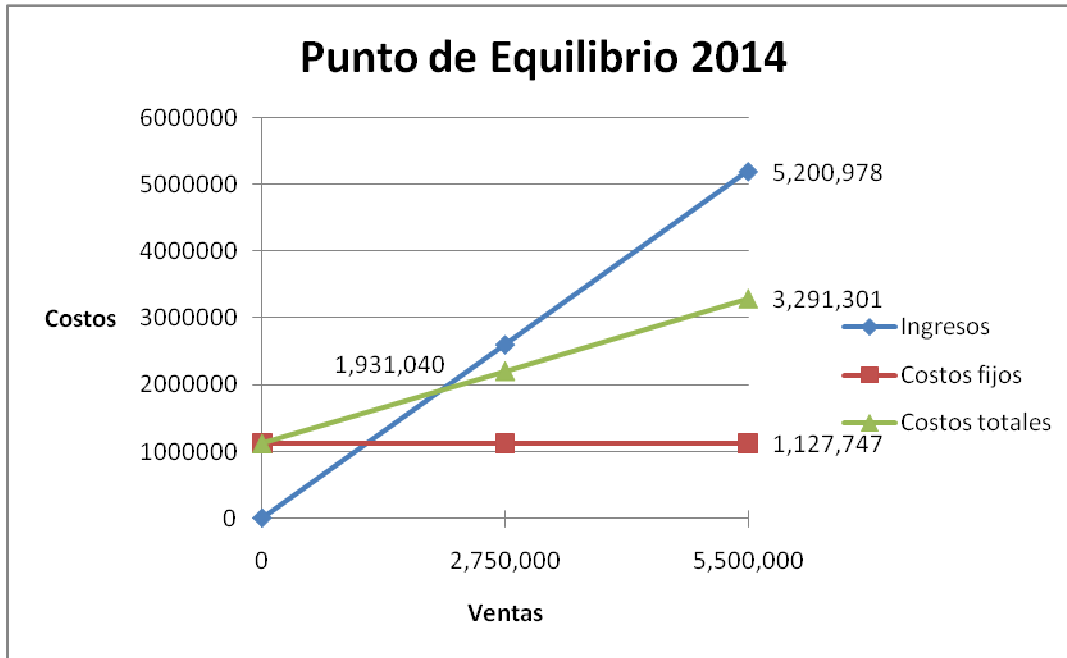
Elaboración propia.

Gráfica 5.4 Punto de equilibrio del año 2013.



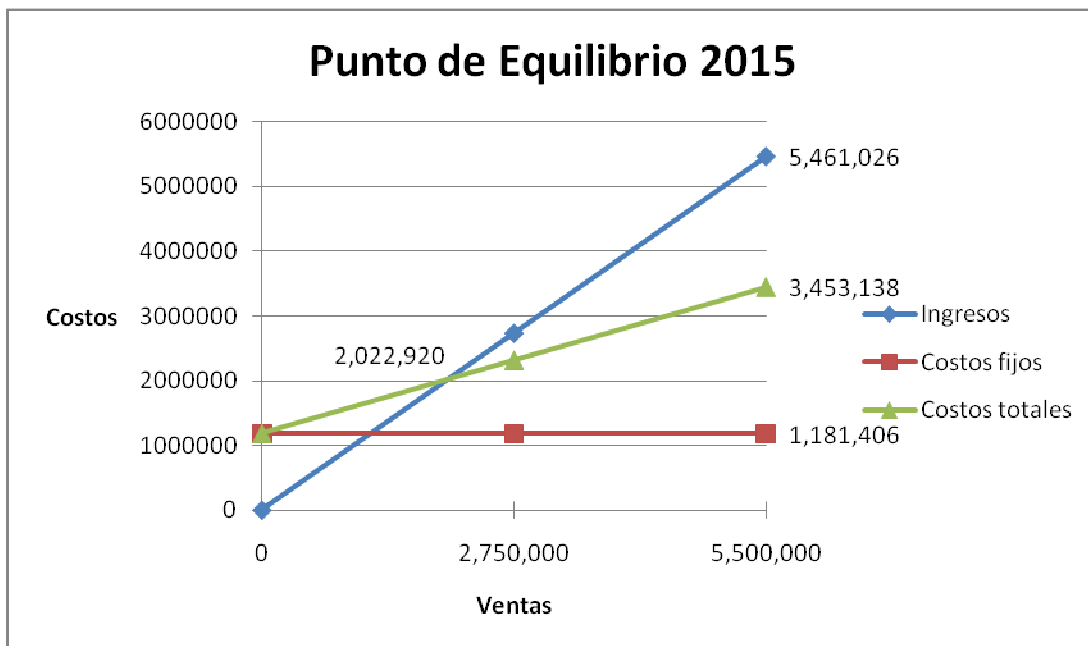
Elaboración propia.

Gráfica 5.5 Punto de equilibrio del año 2014.



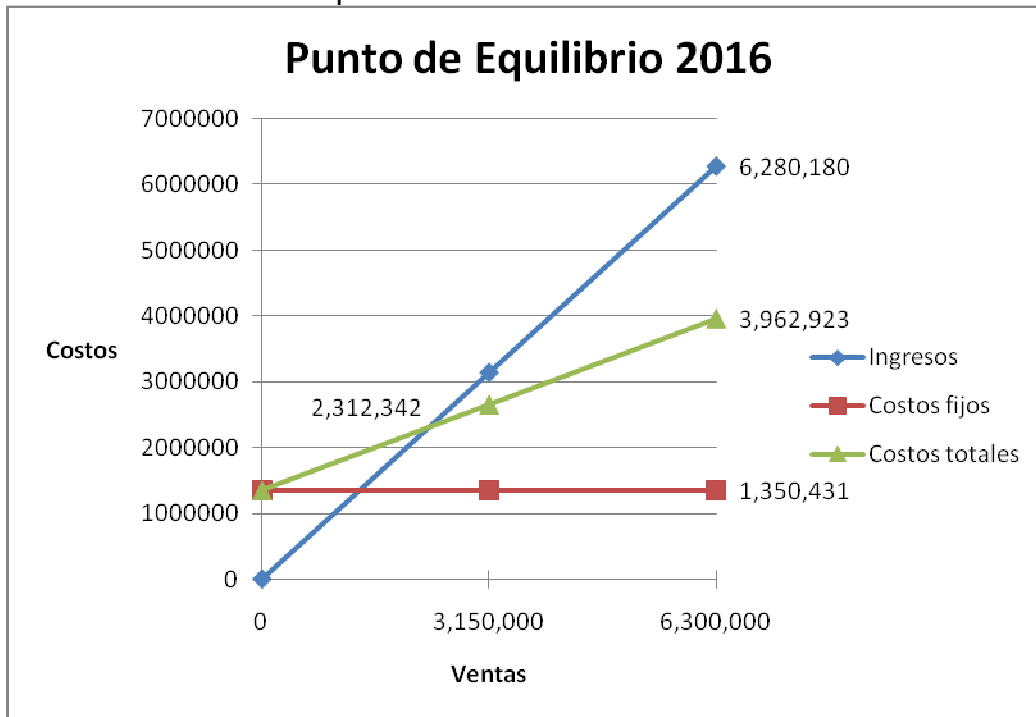
Elaboración propia.

Gráfica 5.6 Punto de equilibrio del año 2015.



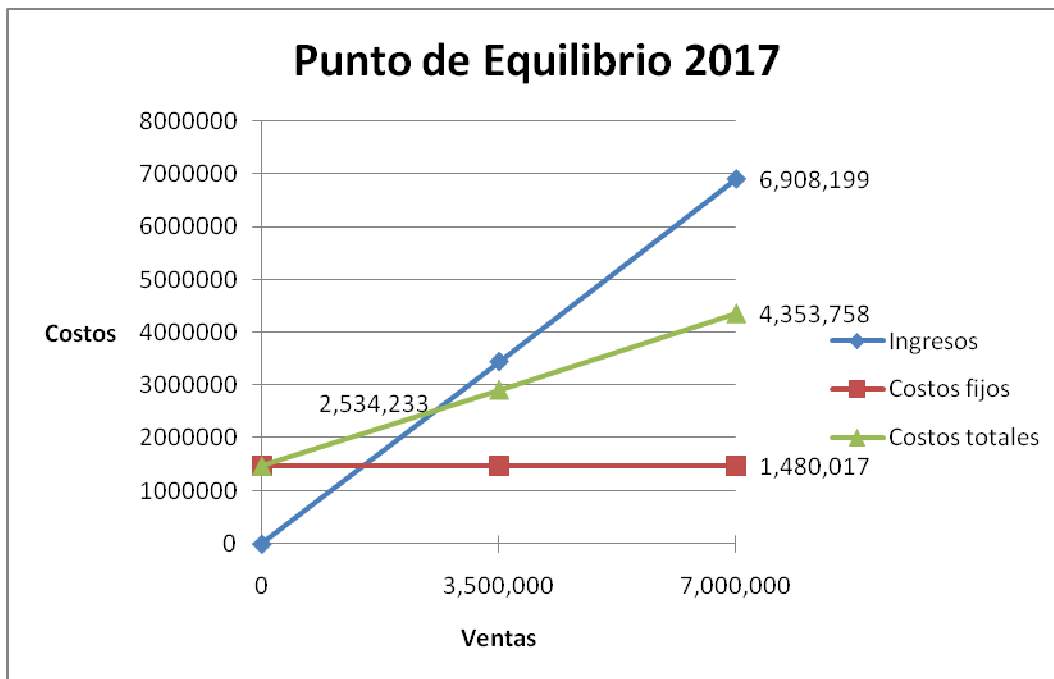
Elaboración propia.

Gráfica 5.7 Punto de equilibrio del año 2016.



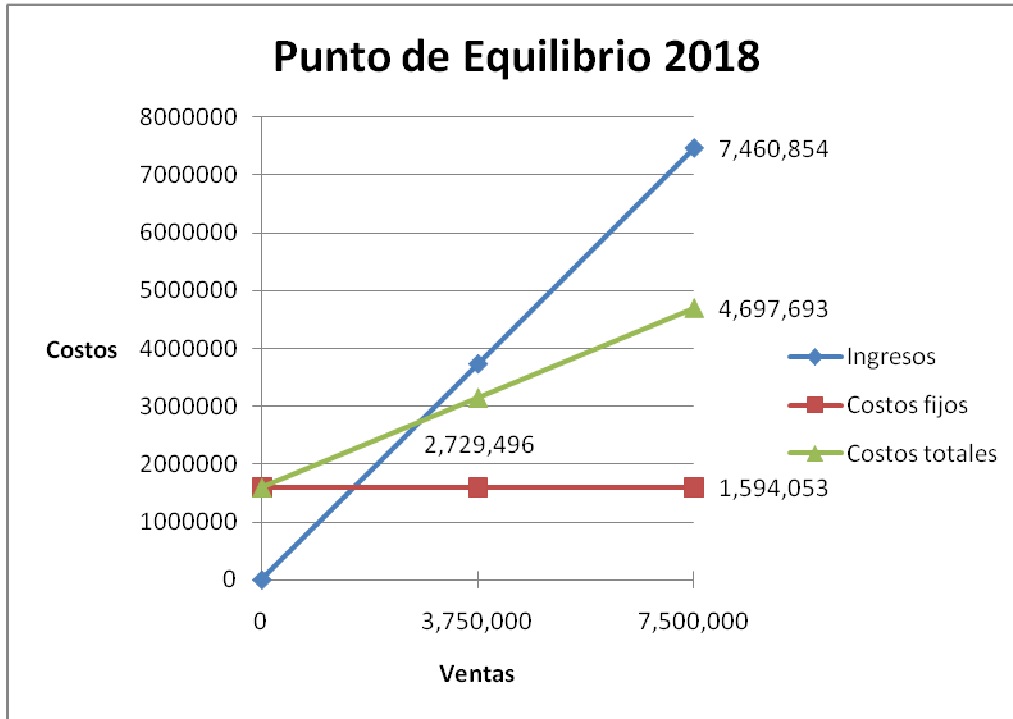
Elaboración propia.

Gráfica 5.8 Punto de equilibrio del año 2017.



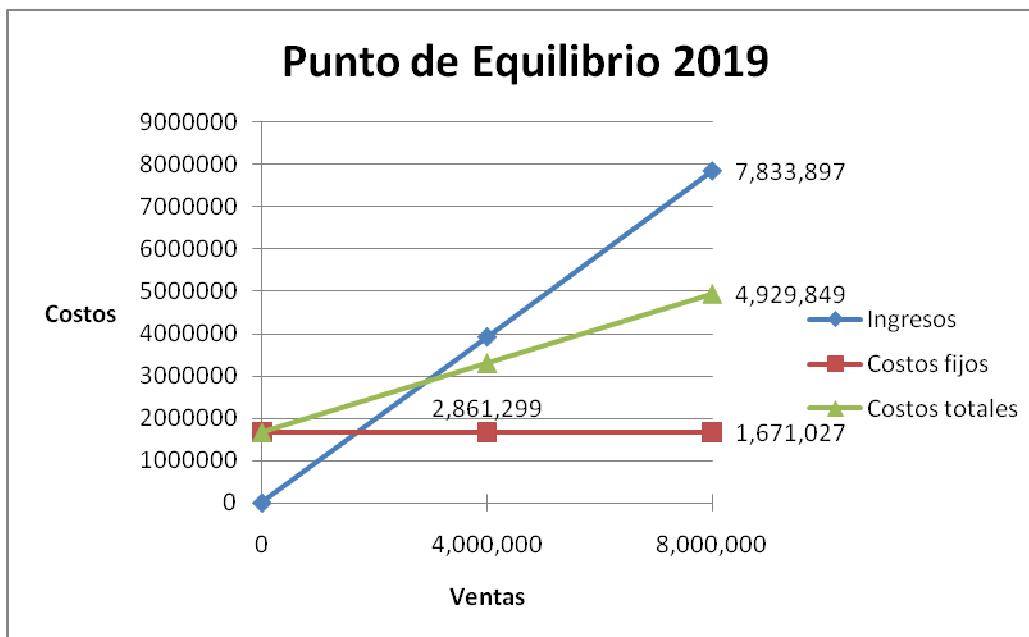
Elaboración propia.

Gráfica 5.9 Punto de equilibrio del año 2018.



Elaboración propia.

Gráfica 5.10 Punto de equilibrio del año 2019.



Elaboración propia.

Analizando la tabla del punto de equilibrio y sus gráficas podemos observar que la empresa va mejorando con el tiempo. Los ingresos de las ventas se van alejando del punto de equilibrio trayendo como resultados mayores utilidades, antes de intereses e impuestos. Convirtiendo a *Green House* en una empresa más rentable.

## 5.7 Análisis financiero proyectado a 10 años.

Tabla 5.19 Indicadores financieros proyectados a 10 años.

Año	Liquidez		Actividad		Endeudamiento		Rentabilidad			
	Razón de solvencia	Rotación de activo fijo	Razón de deuda	Razón de aportaciones	Margen utilidad neta	Margen operativo	Rendimiento de Activo	Rendimiento de Cap. Social		
2010	3.51	4.32	0.55	0.45	18.36	29.82	31.36	233.53		
2011	5.47	4.94	0.39	0.61	19.07	30.76	26.12	252.25		
2012	7.31	5.75	0.29	0.71	19.64	31.67	22.57	272.72		
2013	9.36	6.70	0.23	0.77	20.27	32.69	19.80	295.57		
2014	11.11	7.52	0.18	0.82	20.98	33.83	17.82	321.17		
2015	12.83	8.48	0.15	0.85	21.26	34.29	16.06	341.76		
2016	13.49	10.52	0.12	0.88	21.71	35.02	15.91	401.46		
2017	14.56	12.57	0.10	0.90	22.06	35.58	15.19	448.67		
2018	15.74	14.86	0.08	0.92	22.38	36.09	14.38	491.53		
2019	17.21	17.23	0.06	0.94	22.68	36.58	13.41	523.03		

Elaboración propia.

De acuerdo a la tabla 5.19 podemos observar que la liquidez aumenta cada año hasta llegar en 2019 a 17.20. La empresa tendrá capacidad todos los años para cumplir con sus obligaciones a corto plazo. Respecto a la actividad se puede observar que los activos fijos son utilizados de manera eficiente, aumentando su rotación todos los años. El grado de endeudamiento disminuye significativamente cada año. Y al mismo tiempo va aumentando el capital en relación con sus activos. Convirtiendo a *Green House* en una empresa fuerte financieramente.

El margen de utilidad operativo incrementa cada año, demostrando la eficiencia en la administración de los gastos de administrativos, de operación y financieros. El margen de utilidad neto también se incrementó cada año, como consecuencia cada período se obtiene más dinero que se puede repartir entre los socios, o invertirlos en la empresa o buscar otras alternativas de inversión. El rendimiento de activo total no tiene resultados tan altos como se esperaba debido a que los flujos de efectivo se han acumulado en bancos y se tiene como consecuencia importes muy altos en activo total. Una alternativa es buscar un mejor uso de ese dinero. El rendimiento de capital social es excelente en todos los años. Se incrementa todos los períodos llegando en el año 2019 a 523%.

### **5.8 Análisis de Rentabilidad.**

Bajo el análisis de rentabilidad de la empresa *Green House* se estimó la relación utilidad/inversión, TIR y VPN se calcularon basándose en las utilidades y flujos de efectivo de la empresa, tomando en cuenta el costo de capital promedio ponderado de 19.60 por ciento basado en cuatro tasas de interés que pagará la empresa por préstamos obtenidos.

Tabla 5.20 Análisis de rentabilidad.

Relación Utilidad/Inversión	TIR	VPN	Período de recuperación de la inversión.
7.99	67%	\$ 5,450,448.25	2 do. Año

Elaboración propia.

### 5.9 Conclusión.

En la evaluación de rentabilidad se pudo observar que la tasa interna de retorno (en adelante TIR) es 67 por ciento. La cual es mayor que el costo de capital promedio ponderado (en adelante CCPP) 19.60 por ciento, lo cual significa que se tiene más rendimiento sobre la inversión que sobre lo que se paga de intereses. Por cada peso invertido se obtiene como utilidad 7.99 pesos. El valor presente neto es positivo. El período de recuperación se da en el segundo año. Por lo anterior se concluye que el proyecto de la empresa *Green House* es viable y rentable.

## Capítulo 6. Riesgos críticos

### 6.1 Riesgos financieros.

Se proyectaron cinco diferentes escenarios para hacer el análisis de sensibilidad de la empresa: escenario normal, escenario bueno, escenario expansivo, escenario malo y escenario recesivo. Las variables más relevantes las observamos en la siguiente tabla.

Tabla 6.1 Análisis de sensibilidad en diferentes escenarios.

ESCENARIO	NORMAL	BUENO	EXPANSIVO	MALO	RECESIVO
Ingresos	\$ 4,320,000	\$4,320,000	\$ 6,480,000	\$ 3,888,000	\$ 3,672,000
Precio Unitario	\$ 27.50	\$ 27.50	\$ 27.50	\$ 24.75	\$ 23.38
Costo variable	1,797,076	\$ 1,797,076	\$ 2,695,615	\$ 1,976,784	\$ 1,797,076
Costo fijo	\$ 987,715	\$ 1,006,381	\$ 1,072,926	\$ 1,019,690	\$ 1,006,381
TIR	67%	63%	110%	26%	36%
VPN	\$ 5,450,448	\$ 2,981,645	\$5,929,530	\$ 340,673	\$ 670,474

Elaboración propia.

El escenario normal, que son las condiciones actuales, nos muestra ingresos de \$4,320,000 pesos, precio unitario de 27.50 pesos, costo variable de \$1,797,076.36 pesos, costo fijo de \$987,714,91 pesos, TIR de 67 por ciento y Valor Presente Neto (en adelante VPN) de \$ 5,450,448 pesos. El porcentaje de recursos propios es del 20 por ciento y con un financiamiento del 80 por ciento.

El escenario bueno nos muestra ingresos de \$4,320,000 pesos, precio unitario de 27.50 pesos, costo variable de \$1,797,076.36 pesos, costo fijo de \$1,006,380.91 pesos, TIR de 63 por ciento y VPN de \$ 2,981,645 pesos. El porcentaje de recursos propios del 40 por ciento y con un financiamiento del 60 por ciento.

El escenario expansivo con un aumento de ventas del 50 por ciento y aumento en gastos de mantenimiento y servicios del 50 por ciento. Con ingresos de \$6,480,000 pesos, precio unitario de 27.50 pesos, costo variable de \$2,695,614.55 pesos, costo fijo de \$1,072,926.36 pesos, TIR de 110 por ciento y VPN de \$5,929,530 pesos. El porcentaje de recursos propios del 20 por ciento y con un financiamiento del 80 por ciento.

El escenario malo donde el precio de venta bajo 10 por ciento y los gastos de mantenimiento y de servicios subieron 10 por ciento. Con ingresos de \$3,888,000 pesos, precio unitario de 24.75 pesos, costo variable de \$1,976,784 pesos, costo fijo de \$1,019,690 pesos, TIR de 26 por ciento y VPN de \$ 340,673 pesos. El porcentaje de recursos propios del 20 por ciento y con un financiamiento del 80 por ciento.

El escenario recesivo donde la inflación sube 10 por ciento, los precios bajan 15 por ciento y la tasa de interés refaccionario sube a 31.45 por ciento. Con ingresos de \$3,672,000 pesos, precio unitario de 23.38 pesos, costo variable de \$1,797,076.36 pesos, costo fijo de \$ 1,006,380.91 pesos, TIR de 36 por ciento y VPN de \$ 670,474 pesos. El porcentaje de recursos propios del 20 por ciento y con un financiamiento del 80 por ciento.

Una buena administración prevé los posibles riesgos a los que se enfrentará la empresa. *Green House* tiene un plan de contingencias, es decir, un plan de acción contra sucesos negativos que pueden suceder.

## **6.2 Riesgos internos.**

Los riesgos internos son variables que se generan dentro de la empresa. Se pueden controlar a través de las decisiones de la administración y con la elaboración de un plan de contingencias. La tabla 6.2 menciona los riesgos internos que tienen mayor probabilidad de ocurrir.

Tabla 6.2 Riesgos internos.

Riesgos internos.	Impacto	Plan de contingencias
Reducción de ventas	Alto	Ofertar nuevos productos, Lanzar nuevas campañas publicitarias.
Escasez de frutas y verduras.	Alto	Búsque de nuevos proveedores. Promocionar jugos de temporada. Hacer alianzas estratégicas con los proveedores.
Problemas sanitarios.	Medio	Implementar nuevas medidas de seguridad. Dar capacitación a todo el personal.
Problemas de calidad en la producción.	Alto	Mejorar el proceso de producción a través de capacitación al depto. De producción. Utilizar materias primas de calidad.
Problemas de calidad en el servicio.	Alto	Mejorar el servicio al cliente a través de cursos y motivación a los empleados del departamento de ventas y mercadotecnia.
Personal técnico y/o administrativo inadecuado.	Medio.	Capacitación y motivación. Nueva contratación de personal.
Malos canales de difusión.	Alto	Nuevos canales de comercialización.
Falta de liquidez.	Alto.	Búsqueda de nuevos financiamientos. Búsqueda de nuevos socios.
Alta rotación de empleados.	Medio	Cursos de motivación. Ser más selectivos en la contratación.

Elaboración propia.

### 6.3 Riesgos externos.

Los riesgos externos son variables que se generar fuera de la empresa. Y aunque no pueden ser controlados por la misma si se puede elaborar un plan de contingencias. El cual ayudará a minimizar los daños. La tabla 6.3 menciona los riesgos externos que tienen mayor probabilidad de ocurrir.

Tabla 6.3 Riesgos externos.

Riesgos externos.	Impacto	Plan de contingencias
Baja calidad en la materia prima.	Alto	Buscar nuevos proveedores.
Devaluación.	Alto.	Hacer contratos con proveedores garantizando buen precio. Tener las inversiones bancarias en moneda fuerte.
Aumento de la competencia.	Alto	Cuidar la calidad de nuestros productos y en el servicio. Buscar un producto estrella para diferenciarnos.

Elaboración propia.

## **Capítulo 7. Aspectos Legales de implementación y operación.**

En este capítulo se darán a conocer todos los trámites legales que deben realizarse para la apertura de la empresa *Green House*. Esta estará ubicada en la ciudad de Ensenada, Baja California, México. Se hace incapié de la ubicación porque los requisitos legales de implementación y operación que se mencionarán son los de esta ciudad.

Para iniciar actividades es indispensable cumplir con varios requisitos de las instituciones a nivel federal, estatal y municipal. Se darán a conocer específicamente trámite por trámite. Convirtiéndose este capítulo en una guía de apertura para un negocio de giro de servicios alimenticios.

Quizás al lector le parezca que la tramitología es algo extenuante, debido a los requisitos de las leyes mexicanas. Es importante realizar operaciones dentro del marco de la legalidad. Es mejor desde el inicio cumplir con la ley para evitarse multas más adelante. Además para los clientes es más confiable un negocio que cumpla con la ley. Por tratarse de negocios de alimentos, *Green House*, debe operar bajo la ley de salubridad para cuidar la salud de los comensales.

Se dará a conocer los costos de los trámites y el tiempo que toma cada uno para realizarlos. Así como la caducidad de los mismos, es decir, cada cuanto deben renovarse o si se realizan solo una vez. Se anexarán los formatos para cumplir con los requisitos legales de cada institución. Para iniciar con la apertura del negocio lo primero es tener claro el giro, el nombre comercial, el logo y la ubicación de la empresa.

## **7.1 Definición del régimen de constitución de la empresa**

El régimen de constitución de la empresa será de persona física bajo el régimen intermedio. Algunas consideraciones del régimen intermedio según la ley del impuesto sobre la renta (en adelante ISR) es llevar contabilidad simplificada, que consiste en un libro de ingresos, egresos y registro de inversiones y deducciones. En cobros en parcialidades, podrán anotarse al reverso del comprobante el importe de las parcialidades que se paguen.

Se debe tener máquina registradora de comprobación fiscal cuando sus ingresos, en el ejercicio inmediato anterior, sean superiores a \$1,750,000.00 sin que excedan de \$4,000,000.00. Podrán no tener en sus negocios, las máquinas registradoras de comprobación fiscal, cuando, en todos los casos, sus clientes soliciten facturas. Formular estado de posición financiera y levantar inventario. Obtener y conservar la documentación de operaciones con partes relacionadas residentes en el extranjero.

Obligaciones fiscales del Régimen Intermedio:

Presentar la declaración y pago anual del impuesto empresarial a tasa única (en adelante IETU). Fundamento ley del impuesto empresarial a tasa única (en adelante LIETU): Artículos 1 y 7.

Presentar la declaración y pago definitivo mensual de impuesto al valor agregado (en adelante IVA). Fundamento ley del impuesto al valor agregado (en adelante LIVA): Artículos 1, 2, 2-A, 5-D, código fiscal de la federación (en adelante CFF): Artículos 6, 12, 20, 31.

Presentar la declaración y pago provisional mensual del ISR del régimen intermedio para Entidades Federativas, cuando tenga establecimientos o actividades en Entidades Federativas que cuenten con convenio con la Federación para efectos de dicho régimen. Fundamento Ley del Impuesto sobre la Renta (en

adelante LISR): Artículos 127, 134. CFF: 6, 12, 20, 31. Resolución miscelánea fiscal (en adelante RMF): Capítulos 2.14, 2.15 y 2.16.

Presentar la declaración anual del ISR donde se informe sobre los clientes y proveedores de bienes y servicios. Fundamento LISR: III Artículo 86, fracción VIII. RMF: 2.9.3

Presentar la declaración anual del ISR de personas físicas. Fundamento LISR: Artículo 175, primer párrafo, CFF: Artículos 12, 31, octavo párrafo, RMF: Capítulos 2.17, 2.18, 2.19.

Proporcionar la información del Impuesto al Valor Agregado que se solicite en las declaraciones del Impuesto Sobre la Renta. Fundamento LIVA: Artículo 32, fracción VII, RMF: Regla 2.20.8

Presentar la declaración y pago provisional mensual de Impuesto Sobre la Renta del Régimen Intermedio para la Federación. Fundamento LISR: Artículos 127, 134. CFF: 6, 12, 20, 31. RMF: Capítulos 2.14, 2-15 y 2.16.

Presentar la declaración mensual donde se informe sobre las operaciones con terceros para efectos de Impuesto al Valor Agregado. Fundamento LIVA: Artículo 32, fracciones V y VIII.

Presentar la declaración y pago provisional mensual del Impuesto Empresarial a Tasa Única. Fundamento LIETU: Artículos 1 y 9, primer párrafo.

## **7.2 Trámites de apertura**

Para agilizar los trámites de apertura de un negocio el gobierno del Estado creó el sistema de apertura rápida de empresas (en adelante SARE).

### **7.2.1 Factibilidad del uso del suelo.**

Para la factibilidad del uso del suelo son dos etapas. En la primera se solicitan el recibo del impuesto predial para saber si es factible el uso del suelo al giro de nuestro negocio. Si se desea hacer el trámite por nuestra cuenta es necesario acudir a las oficinas de dirección de control urbano. La solicitud de factibilidad de uso de suelo tiene un costo de \$427. 29 pesos.

En la segunda etapa al conocer la factibilidad del suelo es necesario solicitar la licencia de uso de suelo. Se debe proporcionar al SARE tres fotografías del local una muestre la fachada exterior del frente, otra del exterior del local y sus alrededores y por último una foto del interior del local.

Se debe proporcionar identificación oficial del propietario del predio y del solicitante. Comprobante de domicilio, acta de nacimiento o copia de la CURP. También debe presentar la escritura pública de la propiedad o en su caso el contrato de arrendamiento. Si el predio es prestado debe presentarse contrato de comodato. Se anexa el recibo del pago predial y se debe de contar con un cajón de estacionamiento. La licencia de uso de suelo tiene un costo de \$1,927.13 pesos.

### **7.2.2 Licencia ambiental.**

Si no se va a solicitarla a través del SARE es necesario acudir a la dirección de ecología. Se necesita un informe fotográfico del predio. Croquis de la distribución del establecimiento por dentro y del exterior se necesita foto del estacionamiento y del nicho de basura. Copia del contrato de la empresa que presta los servicios de recolección de basura. El costo de la licencia ambiental es de \$ 328.69 pesos.

### **7.2.3 Licencia de Operación.**

Si no se va a solicitarla a través del SARE es necesario acudir a protección civil y bomberos. Es necesario llevar fotos del interior (de todas las áreas), fotos del techo interior, fotos de los señalamientos como lo son los de salida de emergencia,

ruta de evacuación y extintores. Fotos de la instalación de gas. En caso de tener tanque de gas estacionario tomarle una foto a la placa de identificación del tanque.

El costo de la licencia de operación varía según el giro del negocio. El comercio en pequeño paga \$197.21 pesos. Despachos profesionistas y giros de servicios pagan \$328.69 pesos. Lencerías, panaderías, farmacias, ferreterías, restaurantes, mercados, supermercados, café cantante, etc. Pagan \$ 986.06 pesos. En caso de *Green House* es dentro de la última clasificación de restaurantes.

#### **7.2.4 Instalación de anuncio.**

Si no se va a solicitarla a través del SARE es necesario acudir a dirección de control urbano. Se necesitan fotografías de donde se colocará. Las medidas. Especificaciones de materiales, el costo varía según los materiales de que está hecho.

### **7.3 Trámites fiscales**

#### **7.3.1 Inscripción ante el Registro Federal de Contribuyentes.**

Al empezar un negocio se tiene un mes para darse de alta en el registro federal de contribuyentes. Para hacerlo se deben llevar los siguientes documentos: Formulario de Registro R-1 y anexo 5, ambos por duplicado. Acta de nacimiento en copia certificada (que se otorga en el registro civil). Original y copia de comprobante de domicilio. Original y copia de identificación oficial del contribuyente o del representante legal, en su caso.

En caso de representante legal, copia certificada y copia del poder notarial. Una vez inscrito, se le entregará su constancia de inscripción y su cédula de identificación fiscal. Como comprobante del trámite de inscripción deberá conservar el acuse de su trámite realizado en el módulo de asistencia.

Inscripción inmediata en el RFC.

También se puede realizar a través del servicio de atención personalizada integral con los siguientes beneficios: Atención por medio de cita. Eliminación del

uso de formato fiscal. Posibilidad de recibir en forma inmediata la cédula de identificación fiscal. Entrega inmediata de la constancia de registro o constancia de inscripción. Podrá verificar personalmente que los datos con los que quede registrado en el sistema son correctos. Orientación fiscal para el cumplimiento de las obligaciones que adquiere. Es un trámite gratuito.

### **7.3.2 Inscripción en el Gobierno del Estado.**

Es necesario llevar la siguiente documentación: Formato de aviso de alta en gobierno del Estado. Copia del alta de hacienda. Copia de identificación oficial. Copia de un comprobante de domicilio. Croquis. Es un trámite gratuito.

## **7.4 Trámites laborales**

### **7.4.1 Inscripción ante el instituto mexicano del seguro social (en adelante IMSS).**

En todos los casos el patrón debe de presentar:

Hoja de inscripción de las empresas en el seguro de riesgos de trabajo Avisos de inscripción del trabajador (en adelante AFIL-02). Comprobantes para personas físicas: Registro federal de contribuyentes (en adelante RFC). Poder notarial del representante legal, en su caso. Comprobante de domicilio. Identificación oficial con fotografía y firma del sujeto obligado.

En la actualidad el portal del IMSS utiliza un sistema llamado IMSS desde su empresa (en adelante IDSE) para facilitarle a los patrones la presentación de varios trámites desde la comodidad de su oficina. Los servicios que actualmente se ofrecen por el programa IDSE: afiliación, emisión, confronta, determinación de la prima, programa primer empleo, sistema de afiliación de trabajadores de la industria de la construcción.

Para poder hacer los movimientos de manera electrónica es necesario contar con una certificado digital, para lograrlo primero hay que llenar una solicitud para

obtener el número patronal de identificación electrónica y archivo de certificado digital. En la siguiente dirección se puede hacer el trámite:

<http://idse.imss.gob.mx/certificacion/jsp/representante/requerimiento/captura.jsp>

Después de llenar el formato se espera respuesta vía correo electrónico. Se grava en un diskette o CD y el formato firmado por el contribuyente y se entrega al IMSS. Es un trámite gratuito.

Al dar de alta a los empleados en el IMSS automáticamente quedan ingresados en el instituto del fondo nacional de la vivienda para los trabajadores y en las administradoras de fondos para el retiro.

#### **7.4.2 Inscripción de los empleados en el registro federal de contribuyentes.**

Es necesario hacer lo siguiente:

1. Capturar y guarde la información solicitada en el formulario electrónico en la página [www.sat.gob.mx](http://www.sat.gob.mx)
2. Se le otorgará un número de folio a su solicitud y se debe imprimir.
3. Tramitar una cita en el módulo de asistencia tributaria.
4. Asistir a dicha cita con los documentos necesarios para la inscripción.

#### **7.4.3 Alta del reglamento interno del trabajo ante la Secretaría del Trabajo.**

Según el fundamento de la ley federal del trabajo, ley del impuesto sobre la renta, ley orgánica de la administración pública del Estado de Baja California, reglamento interno de la secretaría del trabajo y previsión social. Las empresas deben dar de alta su reglamento interno ante la secretaría de trabajo y previsión social. Es un trámite gratuito.

## **7.5. Otros trámites**

### **7.5.1 Alta de la marca ante el instituto mexicano de la propiedad industrial (en adelante IMPI).**

La marca está constituida por una denominación o frase que distingue a la empresa. Es necesario registrarla ante el IMPI para protegernos contra la piratería. Por el estudio de una solicitud para el registro de una marca hasta la conclusión del trámite el costo es de \$2,167.83 pesos. Horarios de atención de 8:45 a 16:00 horas de lunes a viernes. En anexos se podrá ver el formato de la solicitud. La vigencia es de 10 años contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud. Se puede renovar.

## **7.6 Leyes y reglamentos que competen al negocio *Green House*.**

Ley del Impuesto Sobre la Renta.

Reglamento de la Ley del Impuesto Sobre la Renta.

Código Fiscal de la Federación.

Reglamento del Código Fiscal de la Federación.

Ley del Impuesto al Valor Agregado.

Reglamento de la Ley del Impuesto al Valor Agregado.

Ley Federal del Trabajo.

Reglamento de la Ley Federal de Trabajo.

Ley del Seguro Social.

Reglamento de la Ley del Seguro Social.

Ley de INFONAVIT.

Reglamento de la Ley de INFONAVIT.

Ley del Gobierno del Estado de Baja California.

Ley General de Salud.

Reglamento de la Ley General de Salud.


Código Fiscal del Estado de Baja California

Ley de la Propiedad Industrial.

# **ANEXOS**

# 1. Formatos de trámites fiscales.

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



**SAT**  
Servicio de Administración Tributaria  
SECRETARÍA DE HACIENDA Y CREDITO PÚBLICO

**SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN  
AL REGISTRO FEDERAL DE  
CONTRIBUYENTES**  
ANTES DE INICIAR EL LLENADO DE ESTA  
SOLICITUD, LEA LAS INSTRUCCIONES

**R-1**  
R1P1A03

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

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

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

**4 DATOS DEL CONTRIBUYENTE QUE SE INSCRIBE**

**4.1 SÓLO TRATÁNDOSE DE PERSONAS FÍSICAS (Ver instrucciones)**

APELLIDO PATERNO

APELLIDO MATERNO

NOMBRE (S)

**4.2 SÓLO TRATÁNDOSE DE PERSONAS MORALES (Ver instrucciones)**

DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL

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

NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN FISCAL ASIGNADO EN EL PAÍS EN QUE RESIDAN

PAÍS DE RESIDENCIA FISCAL

**4.4 DATOS POR FIDEICOMISO**

SI SE TRATA DE LA INSCRIPCIÓN DE UN FIDEICOMISO, INDIQUE:  
DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL DE LA FIDUCIARIA

RFC DE LA FIDUCIARIA  NÚMERO DE FIDEICOMISO

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

CALLE

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

COLONIA

LOCALIDAD

MUNICIPIO O DELEGACIÓN

CÓDIGO POSTAL  TELÉFONO

ENTIDAD FEDERATIVA

CORREO ELECTRÓNICO

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

FIRMA O HUELLA DIGITAL DEL CONTRIBUYENTE, DEL ASOCIANTE, O BIEN DEL REPRESENTANTE LEGAL, QUIEN MANIFIESTA BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, QUE A ESTA FECHA EL MANDATO CON EL QUE SE OSTENTA NO LE HA SIDO MODIFICADO O REVOCADO

SE PRESENTA POR DUPLICADO

## 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 extranjeros 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 mexicanos 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 asociante 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 subarriendo acompañado del contrato de arrendamiento correspondiente y último recibo de pago de renta vigente que cumpla 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 extranjeros, 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 ratificadas 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 como 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 ejerzan la patria potestad de menores de edad y actúen 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 funja como representante.

- 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.
- 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.
- Esta solicitud se deberá presentar ante los módulos de la Administración Local de Asistencia al Contribuyente que corresponda al domicilio fiscal del contribuyente.
- 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.
- 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 solo se inscriban 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 efectuar 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 "AVISOS AL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES. CAMBIO DE SITUACIÓN FISCAL".
- 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 tranqueador.

## RUBRO 4 DATOS DEL CONTRIBUYENTE QUE SE INSCRIBE

## Apartado 4.1 SOLO 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 SOLO TRATÁNDOSE DE PERSONAS MORALES

- Las personas morales residentes en México, así como las personas morales residentes en el extranjero con o sin establecimiento permanente en México, anotarán la denominación o razón social como aparece en el documento que deben acompañar a esta solicitud, de acuerdo con el listado del cuadro que aparece al principio de esta página.
- Tratándose de contratos de asociación en participación, se anotará el nombre, denominación o razón social del asociante, enseguida la leyenda: "Asociación en Participación, contrato número . . . . .", utilizando una forma R-1 para cada contrato. El asociante 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
  - 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.
  - 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 designen.



REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES.  
PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES  
EMPRESARIALES DEL RÉGIMEN  
INTERMEDIO.

ANTES DE INICIAR EL LLENADO DE ESTE ANEXO, LEA LAS INSTRUCCIONES

REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES  
(Sólo en caso de aumento de obligaciones)

1. DATOS DEL CONTRIBUYENTE (Sólo en caso de inscripción)

APELLIDO PATERNO

APELLIDO MATERNO

NOMBRE(S)

2. IMPUESTO SOBRE LA RENTA

2.1 SI REALIZA ACTIVIDADES DEL SECTOR PRIMARIO, MARQUE CON "X" SI ES:

AGRICULTOR.  GANADERO.  SILVICULTOR.  PESCADOR.

SI SEÑALÓ ALGUNA DE LAS PREGUNTAS ANTERIORES, MARQUE CON "X" SI:

OPTA POR REALIZAR PAGOS PROVISIONALES SEMESTRALES.

MARQUE CON "X" SI:

AGRICULTOR INTEGRANTE DE UNA PERSONA MORAL DEL RÉGIMEN SIMPLIFICADO.

GANADERO INTEGRANTE DE UNA PERSONA MORAL DEL RÉGIMEN SIMPLIFICADO.

SILVICULTOR INTEGRANTE DE UNA PERSONA MORAL DEL RÉGIMEN SIMPLIFICADO.

PESCADOR INTEGRANTE DE UNA PERSONA MORAL DEL RÉGIMEN SIMPLIFICADO.

INDIQUE EL RFC DE LA PERSONA MORAL O DE LA PERSONA MORAL DE DERECHO AGRARIO:

2.2 SI REALIZA ACTIVIDADES DEL SECTOR AUTOTRANSPORTE, MARQUE CON "X" SI ES:

AUTOTRANSPORTISTA TERRESTRE DE CARGA

AUTOTRANSPORTISTA TERRESTRE DE PASAJEROS

AUTOTRANSPORTISTA TERRESTRE DE CARGA INTEGRANTE DE UN COORDINADO O DE OTRA PERSONA MORAL, CONFORME AL RÉGIMEN SIMPLIFICADO, QUE PAGA SUS IMPUESTOS A TRAVÉS DE UN COORDINADO O DE OTRA PERSONA MORAL.

AUTOTRANSPORTISTA TERRESTRE DE PASAJEROS INTEGRANTE DE UN COORDINADO O DE OTRA PERSONA MORAL, CONFORME AL RÉGIMEN SIMPLIFICADO, QUE PAGA SUS IMPUESTOS A TRAVÉS DE UN COORDINADO O DE OTRA PERSONA MORAL.

INDIQUE EL RFC DE LA PERSONA MORAL O DE LA PERSONA DE DERECHO AGRARIO:

2.3 MARQUE CON "X" SI:

ES SOCIO DE UNA EMPRESA INTEGRADORA.

INDIQUE EL RFC DE LA EMPRESA INTEGRADORA:

2.4 SI LOS INGRESOS DERIVAN DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES EN COPROPIEDAD O SOCIEDAD CONYUGAL, MARQUE CON "X" SI ES:

REPRESENTADO.

REPRESENTANTE COMÚN.

DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD QUE LOS DATOS CONTENIDOS EN ESTE ANEXO SON CIERTOS

FIRMA O HUELLA DIGITAL DEL CONTRIBUYENTE, DEL ASOCIANTE, O BIEN, DEL REPRESENTANTE LEGAL QUIEN MANIFIESTA BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, QUE EL MANDATO CON EL QUE SE OSTENTA NO LE HA SIDO MODIFICADO O REVOCADO

SE PRESENTA POR DUPLICADO

<b>2.5 MARQUE CON "X" SI:</b>	
<input type="checkbox"/> REALIZA ACTIVIDADES EMPRESARIALES DISTINTAS DE LAS SEÑALADAS EN LOS APARTADOS ANTERIORES.	
<b>3. RETENCIONES DE ISR</b>	
<b>MARQUE CON "X" EL(LOS) CONCEPTO(S) QUE PAGA PARA LA REALIZACIÓN DE SUS OPERACIONES:</b>	
<input type="checkbox"/> SALARIOS Y DEMÁS PRESTACIONES QUE DERIVEN DE UNA RELACIÓN LABORAL. (Ver instrucciones).	<input type="checkbox"/> PREMIOS POR LOTERIAS, RIFAS, SORTEOS, JUEGOS CON APUESTAS Y CONCURSOS.
<input type="checkbox"/> INGRESOS ASIMILADOS A SALARIOS (Ver instrucciones).	<input type="checkbox"/> OTROS INGRESOS A PERSONAS FÍSICAS (Título IV Capítulo IX de la Ley del ISR).
<input type="checkbox"/> A RESIDENTES EN EL EXTRANJERO SIN ESTABLECIMIENTO PERMANENTE EN EL PAÍS.	<input type="checkbox"/> ADQUISICIONES COMPROBADAS MEDIANTE AUTOFACTURACIÓN (Ver instrucciones).
<b>4. IMPUESTO AL ACTIVO (Sólo deberá marcar una opción)</b>	
<b>4.1 MARQUE CON "X" SI:</b>	<b>4.2 MARQUE CON "X" SI:</b>
<input type="checkbox"/> ES SUJETO DEL IMPUESTO AL ACTIVO.	<input type="checkbox"/> ES SUJETO EXENTO DEL PAGO DEL IMPUESTO DE ACUERDO CON EL ARTÍCULO 6° DE LA LEY DE IMPAC (Excepto el penúltimo párrafo).
<b>5. IMPUESTO AL VALOR AGREGADO</b>	
<b>5.1 MARQUE CON "X" SI:</b>	
<input type="checkbox"/> POR LOS ACTOS O ACTIVIDADES QUE REALIZA CAUSA ESTE IMPUESTO.	<input type="checkbox"/> POR LOS ACTOS O ACTIVIDADES QUE REALIZA ESTÁ EXENTO DEL PAGO DE ESTE IMPUESTO.
<b>5.2 MARQUE CON "X" SI:</b>	
<input type="checkbox"/> ES RETENEDOR DE ESTE IMPUESTO.	
<b>5.3 SI REALIZA ACTIVIDADES AGRÍCOLAS, GANADERAS Y/O PESQUERAS, MARQUE CON "X" SI:</b>	
<input type="checkbox"/> OPTA POR NO PRESENTAR DECLARACIONES DE PAGO DE ESTE IMPUESTO (Ver instrucciones).	
<b>INSTRUCCIONES</b>	
<p>1. Este anexo deberán presentarlo las personas físicas que tributen en el Régimen Intermedio de las Personas Físicas con Actividades Empresariales (Sección II, del Capítulo II, del Título IV de la Ley del ISR), así como las personas físicas integrantes de personas morales del Régimen Simplificado (Capítulo VII, Título II de la Ley del ISR), que realizan actividades agrícolas, ganaderas, silvícolas, pesqueras, o bien de autotransporte terrestre de carga o pasajeros.</p> <p>2. Se presentará debidamente llenado en los siguientes casos:</p> <p>a) Con la Forma Fiscal R-1, cuando se solicite la inscripción al Registro Federal de Contribuyentes.</p> <p>b) Con la Forma Fiscal R-2, cuando se presente un aviso de aumento de obligaciones ante el citado registro.</p> <p>3. En el caso de que realicen operaciones que gravan IEPS, ISAN, ISTUV (TENENCIA) y/o Derechos sobre concesión y/o asignación minera, deberán acompañar adicionalmente el <b>Anexo 8</b>.</p> <p>4. 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.</p> <p><b>RUBRO 1. DATOS DEL CONTRIBUYENTE</b></p> <p>- En el caso de inscripción al RFC, las personas físicas deberán anotar su nombre tal y como se señalan en la Forma Fiscal R-1.</p> <p>- Tratándose de un aviso de aumento de obligaciones, no se deberá hacer anotación alguna en este rubro, únicamente se anotará la clave del RFC en el campo correspondiente.</p> <p><b>RUBRO 2. IMPUESTO SOBRE LA RENTA</b> <b>Apartado 2.2.</b></p> <p>- Cuando los contribuyentes cumplan sus obligaciones fiscales por conducto de varios coordinados o personas morales, deberán 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 uno de los coordinados o personas morales de los cuales sean integrantes.</p> <p><b>RUBRO 3. RETENCIONES DE ISR</b></p> <p>- Para determinar las obligaciones en materia de retenciones, se deberán indicar los conceptos que se pagan para realizar las operaciones.</p> <p>- También marcarán con "X" el campo "Salarios y demás prestaciones que deriven de una relación laboral", los contribuyentes dedicados a actividades agrícolas, ganaderas, silvícolas o de pesca, que conforme a la Resolución de Facilidades Administrativas absorban el crédito al salario que corresponda.</p> <p>Se consideran "Ingresos asimilados a salarios":</p> <p>a) Los honorarios que se paguen a personas que presten servicios preponderantemente a un prestatario, siempre que los mismos se lleven a cabo en las instalaciones de este último.</p> <p>b) Los honorarios que se paguen a las personas físicas que prestan servicios personales independientes, cuando comuniquen por escrito al prestatario que optan por pagar el impuesto en los términos del Capítulo I del Título IV de la Ley del ISR. (De los Ingresos por Salarios y en General por la Prestación de un Servicio Personal Subordinado).</p> <p>c) Los ingresos que se paguen a las personas físicas por las actividades empresariales que realicen, cuando comuniquen por escrito a la persona que efectúe el pago que optan por pagar el impuesto en los términos del Capítulo I del Título IV de la Ley del ISR. (De los Ingresos por Salarios y en General por la Prestación de un Servicio Personal Subordinado).</p> <p>- Tratándose de adquisiciones comprobadas mediante <b>AUTOFACTURACIÓN</b>, las personas físicas que están obligadas a retener este impuesto, son entre otras, las que se ubican en el caso señalado para <b>AUTOFACTURACIÓN</b> en el apartado 5.2 del rubro 5, de las instrucciones de este anexo, las que adquieran los bienes señalados en la Resolución Miscelánea Fiscal, cuya actividad preponderante sea la comercialización o industrialización de dichos bienes y opten por comprobar tales adquisiciones mediante <b>AUTOFACTURACIÓN</b>, así como las que celebren contratos de obra inmueble, por los pagos efectuados a personas físicas, relacionados directamente con la construcción de las obras, en los términos y cumpliendo los requisitos señalados en la Resolución Miscelánea Fiscal para comprobar mediante <b>AUTOFACTURACIÓN</b> tales erogaciones.</p> <p><b>RUBRO 4. IMPUESTO AL ACTIVO</b></p> <p>- Cuando se ubiquen en cualquiera de los supuestos establecidos en el penúltimo párrafo del artículo 6° de LIMPAC deberán marcar el campo 4.1.</p> <p><b>RUBRO 5. IMPUESTO AL VALOR AGREGADO</b> <b>Apartado 5.2</b></p> <p>- Se consideran "retenedores" de este impuesto: Las personas físicas residentes en México o residentes en el extranjero con establecimiento permanente en México que adquieran bienes tangibles, o los usen o gocen temporalmente, enajenados u otorgados por residentes en el extranjero sin establecimiento permanente en el país.</p> <p>- Las personas físicas que opten por comprobar mediante <b>AUTOFACTURACIÓN</b> los pagos que hagan a personas físicas por el arrendamiento de inmuebles para la colocación de anuncios publicitarios panorámicos y promocionales, así como para la colocación de antenas utilizadas en la transmisión de señales de telefonía, en los términos y cumpliendo los requisitos señalados en la Resolución Miscelánea Fiscal.</p> <p><b>Apartado 5.3</b></p> <p>- Los contribuyentes dedicados a la agricultura, ganadería o pesca comercial, por cuyas actividades únicamente sea aplicable la tasa del 0%, podrán optar por quedar liberados de presentar declaraciones de pago noteniendo derecho a devolución alguna de IVA.</p> <p>* Para cualquier aclaración en el llenado de este anexo, puede obtener información de Internet en las siguientes direcciones: <a href="http://www.shcp.gob.mx">www.shcp.gob.mx</a> <a href="http://www.sat.gob.mx">www.sat.gob.mx</a> <a href="mailto:asisnet@shcp.gob.mx">asisnet@shcp.gob.mx</a> <a href="mailto:asisnet@sat.gob.mx">asisnet@sat.gob.mx</a> o comunicarse en el Distrito Federal al 5227-0297, en la zona metropolitana de Monterrey al (81) 8329-8688, 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.</p>	

6.

OTROS IMPUESTOS

MARQUE CON "X" SI:

PAGARÁ EL IMPUESTO SUSTITUTIVO DEL CRÉDITO AL SALARIO.

7.

OTROS

7.1 MARQUE CON "X" SI:

ES RESIDENTE EN EL EXTRANJERO CON ESTABLECIMIENTO PERMANENTE EN MÉXICO.

FABRICA Y/O IMPORTA EQUIPO O SISTEMAS ELECTRÓNICOS DE REGISTRO FISCAL.

PAGA FINANCIAMIENTO PROVENIENTE DE RESIDENTES EN EL EXTRANJERO.

REALIZA OPERACIONES CON PARTES RELACIONADAS RESIDENTES EN EL EXTRANJERO (EMPRESAS MULTINACIONALES).

REALIZA INVERSIONES EN TERRITORIOS CON RÉGIMENES FISCALES PREFERENTES.

REALIZA ACTIVIDADES EMPRESARIALES A TRAVÉS DE FIDEICOMISOS. INDIQUE:

RFC DEL FIDEICOMISO  
(Si es necesario, anexe  
listado).

7.2 MARQUE CON "X" SI:

REALIZA ACTIVIDADES AGRÍCOLAS, GANADERAS, SILVÍCOLAS O PESQUERAS Y SUS INGRESOS NO EXCEDERÁN EN EL AÑO DE CALENDARIO DE 40 VECES EL SALARIO MÍNIMO GENERAL CORRESPONDIENTE AL ÁREA GEOGRÁFICA ELEVADO AL AÑO. (1)

ES INTEGRANTE DE UNA PERSONA MORAL DE AUTOTRANSPORTE TERRESTRE DE CARGA O DE PASAJE Y PAGARÁ SUS IMPUESTOS INDIVIDUALMENTE. (2)

INDIQUE EL RFC DE LA  
PERSONA MORAL

(1) Deberá además marcar alguna de las opciones en el apartado 2.1.

(2) Deberá además marcar alguna de las dos primeras opciones en el apartado 2.2.



# GOBIERNO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA

## AVISO AL REGISTRO ESTATAL DE CAUSANTES



TIPO DE AVISO  
 Alta  Cambios  Baja

Fecha

Municipio

DATOS GENERALES DEL CAUSANTE			
Registro Federal de Contribuyentes (RFC)	Sucursal	Clave Única de Registro de Población (CURP)	
Nombre, razón o denominación social (sin abreviaturas)			
Nombre comercial del establecimiento (sin abreviaturas)			
Giro o actividad preponderante			
Calle, Av., Blvd., Cjon. Etc.	No. exterior	No. interior	Colonia
Localidad o Poblado	Municipio	Código Postal	

ALTA: INSCRIPCIÓN <input type="checkbox"/>		REANUDACIÓN DE ACTIVIDADES <input type="checkbox"/>	
<b>Obligaciones</b>	<b>SI</b>	Fecha de inicio o reanudación de actividades:	Tipo de Contribuyente: <input type="checkbox"/> Único <input type="checkbox"/> Matriz <input type="checkbox"/> Sucursal
Impuesto Sobre Remuneraciones al Trabajo Personal No. Empl.		Maquillador: <input type="checkbox"/>	Exportador: <input type="checkbox"/>
Impuesto Sobre Actividades Mercantiles e Industriales		Pago de Impuestos Estatales por: <input type="checkbox"/> Matriz <input type="checkbox"/> Sucursal	Domicilio de la matriz:
Impuesto Sobre Loterías, Rifas, Sorteos, Juegos permitidos y Concursos			
Impuesto Sobre Servicios de Hospedaje			
Impuesto Ambiental			
Impuesto Sobre Automóviles Nuevos			
Impuesto Sobre la Renta Régimen Intermedio			
Impuesto Sobre la Renta Régimen Pequeños			
Impuesto Sobre la Renta Enajenación de Terrenos o Construcciones		<b>Datos del representante legal</b>	
Nombre Completo (sin abreviaturas)	Registro Federal de Contribuyentes		
Calle, Av., Blvd., Cjon. Etc.	No. exterior	No. interior	Colonia
Localidad o Poblado	Municipio	Código Postal	

CAMBIOS		Fecha en que ocurrió el cambio:	(Llenar únicamente renglones afectados)
DOMICILIO:	Calle, Av., Blvd., Cjon. Etc.	No. exterior	No. interior
			Colonia
	Localidad o Poblado	Municipio	Código Postal
<b>RAZÓN O DENOMINACIÓN SOCIAL:</b>			
<b>GIRO O ACTIVIDAD:</b>			
<b>AUMENTO DE OBLIGACIONES:</b>			
<b>DISMINUCIÓN DE OBLIGACIONES:</b>			
<b>R.F.C.:</b>			
<b>REPRESENTANTE LEGAL:</b> Nombre Completo (sin abreviaturas)		Registro Federal de Contribuyentes	

BAJA: CLAUSURA DEFINITIVA <input type="checkbox"/>	SUSPENSIÓN DE ACTIVIDADES <input type="checkbox"/>
FECHA DE CLAUSURA DEFINITIVA O SUSPENSIÓN DE ACTIVIDADES:	
DOMICILIO DONDE SE CONSERVAN LOS COMPROBANTES PARA EFECTOS FISCALES	
Calle, Av., Blvd., Cjon. Etc.	No. exterior
	No. interior
	Colonia
Localidad o Poblado	Municipio
	Código Postal



Recibió en Ventanilla \_\_\_\_\_ NOMBRE Y FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

BAJA: CLAUSURA DEFINITIVA <input type="checkbox"/>	SUSPENSIÓN DE ACTIVIDADES <input type="checkbox"/>
FECHA DE CLAUSURA DEFINITIVA O SUSPENSIÓN DE ACTIVIDADES:	
DOMICILIO DONDE SE CONSERVAN LOS COMPROBANTES PARA EFECTOS FISCALES	
Calle, Av., Blvd., Cjon. Etc.	No. exterior
	No. interior
	Colonia
Localidad o Poblado	Municipio
	Código Postal



Recibió en Ventanilla \_\_\_\_\_ NOMBRE Y FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

## AVISO DE INSCRIPCIÓN O CAMBIOS AL REGISTRO ESTATAL DE CAUSANTES INSTRUCTIVO DE LLENADO

### REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES

ANOTAR EL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES ASIGNADO POR LA SECRETARIA DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO

### SUCURSAL

ANOTAR EL NUMERO DE SUCURSAL QUE CORRESPONDA EJEMPLO: 001  
O SI ES ESTABLECIMIENTO UNICO O MATRIZ DEBERA ANOTAR: 000

### TIPO DE AVISO

INDICAR QUE TIPO DE AVISO ESTA PRESENTANDO.

**ALTA.** - POR INSCRIPCIÓN POR REANUDACION DE ACTIVIDADES O POR PASAR DE UNA SITUACION FISCAL OBLIGADO A REGISTRARSE EN EL ESTADO, A UNA SITUACION DE SI TENER LA OBLIGACION.

**CAMBIOS.** - INDICAR SI EL TIPO DE AVISO CORRESPONDE A ALGUN CAMBIO.

**BAJA.** - POR CLAUSURA DEFINITIVA O POR SUSPENSION DE ACTIVIDADES

*Nota:* se podria presentar los tres tipos de avisos simultaneamente en un solo formato. Y no se podran presentar simultaneamente en uno mismo formato dos avisos de alta (inscripción y reanudación) o de baja (suspención y clausura).

### DATOS GENERALES DEL CAUSANTE

LOS DATOS GENERALES DEBERAN DE LLENARSE PARA LA PRESENTACION DE CUALQUIER TIPO DE AVISO. EN EL CASO DE AVISO DE CAMBIO DEBERAN ANOTARSE LOS DATOS ANTERIORES AL CAMBIO DEBERA ANOTAR DEBAJO DE CADA LEYENDA COMO SE INDICA A CONTINUACION:

#### NOMBRE DEL CONTRIBUYENTE, RAZON O DENOMINACION SOCIAL

NOMBRE COMPLETO QUE IDENTIFIQUE A LA PERSONA FISICA O MORAL

#### NOMBRE COMERCIAL DEL ESTABLECIMIENTO

ANOTAR EL NOMBRE COMERCIAL DEL ESTABLECIMIENTO

#### GIRO O ACTIVIDAD PREPONDERANTE

DEBERA ANOTAR EL GIRO O ACTIVIDAD PREPONDERANTE REGISTRADO EN LA CEDULA DEL R. F. C.

#### DOMICILIO FISCAL

SE DEBERA ANOTAR EL DOMICILIO FISCAL EN EL ORDEN QUE SE INDICA EN EL FORMATO

### ALTA

DEBERA INDICAR SI CORRESPONDE A UNA ALTA POR INSCRIPCIÓN O POR REANUDACION DE ACTIVIDADES:

#### OBLIGACIONES

DEBERA INDICAR SI ESTA OBLIGADO A PRESENTAR DECLARACIONES DE LOS IMPUESTOS QUE APARECEN ENLISTADOS Y EN EL CASO DEL IMPUESTO SOBRE REMUNERACIONES AL TRABAJO PERSONAL ANOTAR LA CANTIDAD DE EMPLEADOS DEL CONTRIBUYENTE

#### FECHA DE INICIO O REANUDACION DE ACTIVIDADES

ANOTAR LA FECHA EN QUE INICIO O REANUDO ACTIVIDADES.

#### TIPO DE CONTRIBUYENTE

INDICAR SI ES CONTRIBUYENTE UNICO, MATRIZ O SUCURSAL

#### PAGO DE IMPUESTOS ESTATALES POR

DEBERA INDICAR COMO PAGA LOS IMPUESTOS ESTATALES, SI LOS PAGA LA MATRIZ O SI CADA SUCURSAL PAGA POR SEPARADO

#### DOMICILIO DE LA MATRIZ

EN CASO DE SER SUCURSAL ANOTAR EL DOMICILIO FISCAL DE LA MATRIZ.

#### DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL

DEBERA DE ANOTAR DEBAJO DE CADA LEYENDA LOS DATOS QUE SE SOLICITAN DEL REPRESENTANTE LEGAL

### CAMBIOS

DEBERA ANOTAR LA FECHA EN QUE OCURRIO EL CAMBIO Y LLENAR UNICAMENTE LOS RENGLONES QUE CONTIENEN LOS DATOS QUE CAMBIARON.

SE HARA CAMBIO DE R.F.C. SOLO CUANDO POR ERROR DEL CONTRIBUYENTE O DE LA S.H.C.P SE HAYAN ANOTADO INCORRECTAMENTE ALGUNA LETRA O NUMERO DEL REGISTRO.

### BAJAS

DEBERA INDICAR SI CORRESPONDE A UNA BAJA POR CLAUSURA DEFINITIVA O POR SUSPENSION DE ACTIVIDADES.

#### FECHA DE CLAUSURA DEFINITIVA O SUSPENSION DE ACTIVIDADES

DEBERA ANOTAR LA FECHA EN QUE SUSPENDIO ACTIVIDADES O LA FECHA EN QUE SE CANCELA EL R.F.C.

#### DOMICILIO DONDE SE CONSERVAN LOS COMPROBANTES PARA EFECTOS FISCALES

SE DEBERA ANOTAR EL DOMICILIO EN EL ORDEN QUE SE INDICA EN EL FORMATO

#### FIRMAS DE NO ADEUDO

DEBERA RECOPIRAR LAS FIRMAS DE NO ADEUDO EN CADA UNA DE LAS VENTANILLAS



SERVICIOS DE AFILIACIÓN VIGENCIA

AVISO DE INSCRIPCIÓN PATRONAL  
O DE REANUDACIÓN DE ACTIVIDADES

AFIL 01-A

EXCLUSIVO IMSS	
CLAVE DE MUNICIPIO	ARGUMENTO

1. NUMERO DE REGISTRO PATRONAL
_____
10 DÍGITOS DIG. VER

2. REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES
_____

3. CLAVE ÚNICA DE REGISTRO DE POBLACIÓN
_____

4. PERSONA MORAL ( )  
5. PERSONA FÍSICA ( )

6. NOMBRE, DENOMINACIÓN, RAZÓN SOCIAL DEL PATRÓN O SUJETO OBLIGADO (ARTÍCULO 5-A FRAC. VIII DE LA LEY DEL SEGURO SOCIAL)					
EN CASO DE PERSONA FÍSICA NOMBRE (S)		APELLIDO PATERNO		APELLIDO MATERNO	
7. NOMBRE COMERCIAL					
8. ACTIVIDAD O GIRO PRINCIPAL DE LA EMPRESA					
9. CLASE DE RIESGO MANIFESTADA	10. FRACCIÓN	11. PRIMA	12. FECHA DE LA CAUSA DEL AVISO		
			DÍA (2 DIG.)	MES (2 DIG.)	AÑO (4 DIG.)
13. DOMICILIO FISCAL (DE CONFORMIDAD CON EL ARTÍCULO 10 DEL CÓDIGO FISCAL DE LA FEDERACIÓN)					
CALLE Y/O MANZANA		NÚMERO EXTERIOR - INTERIOR		COLONIA Y/O POBLACIÓN	
MUNICIPIO		ENTIDAD		C.P. TELÉFONO	
14. DOMICILIO DEL PRINCIPAL CENTRO DE TRABAJO SI TIENE MÁS DE UNO					
CALLE Y/O MANZANA		NÚMERO EXTERIOR - INTERIOR		COLONIA Y/O POBLACIÓN	
MUNICIPIO		ENTIDAD		C.P. TELEFONO	
15. DOMICILIO PARA RECIBIR Y OIR NOTIFICACIONES EN LA LOCALIDAD					
CALLE Y/O MANZANA		NÚMERO EXTERIOR - INTERIOR		COLONIA Y/O POBLACIÓN	
MUNICIPIO		ENTIDAD		C.P. TELÉFONO	
16. AFILIACIÓN A CÁMARA O AGRUPAMIENTO :					
17. ANOTAR DATOS DEL ACTA CONSTITUTIVA					EXCLUSIVO IMSS ACUSE DE RECIBO
No. DE FOLIO MERCANTIL	FECHA	No. DE LIBRO	No. DE FOJA		
No. DE ACTA CONSTITUTIVA		No. DE NOTARÍA			
REGISTRO PÚBLICO DE LA PROPIEDAD Y DEL COMERCIO			LUGAR Y FECHA DE CONSTITUCIÓN		
18. MARQUE CON UNA X LA CAUSA DE PRESENTACIÓN DE ESTE AVISO					
<input type="checkbox"/> ALTA PATRONAL		<input type="checkbox"/> REANUDACIÓN DE ACTIVIDADES			
19. FIRMA DEL PATRÓN O SUJETO OBLIGADO O REPRESENTANTE LEGAL					DELEGACIÓN
PATRÓN <input type="checkbox"/> SUJETO OBLIGADO <input type="checkbox"/> REPRESENTANTE LEGAL <input type="checkbox"/>					SUBDELEGACIÓN
CONSERVE ESTE DOCUMENTO PARA CUALQUIER ACLARACIÓN MARQUE CON UNA X SEGÚN CORRESPONDA					

**ANOTAR LOS SIGUIENTES DATOS**

20. PROPIETARIO O SUJETO OBLIGADO
APELLIDO PATERNO:
APELLIDO MATERNO:
NOMBRES:
21. CURP:
22. <b>DOMICILIO</b>
CALLE:
No. Y/O LETRA EXTERIOR, MANZANA Y LOTE:
No. Y/O LETRA INTERIOR:
COLONIA O POBLACIÓN:
DELEGACIÓN O MUNICIPIO:
CÓDIGO POSTAL:
CIUDAD:
ENTIDAD:
TELÉFONO (S):
FAX:
CORREO ELECTRÓNICO:
No. DE FOLIO DE LA CREDENCIAL DE ELECTOR

23. REPRESENTANTE LEGAL (PRINCIPAL)
APELLIDO PATERNO:
APELLIDO MATERNO:
NOMBRES:
24. CURP:
25. <b>DOMICILIO</b>
CALLE:
No. Y/O LETRA EXTERIOR, MANZANA Y LOTE:
No. Y/O LETRA INTERIOR:
COLONIA O POBLACIÓN :
DELEGACIÓN O MUNICIPIO:
CÓDIGO POSTAL:
CIUDAD:
ENTIDAD:
TELÉFONO (S):
FAX:
CORREO ELECTRÓNICO:
No. DE FOLIO DE LA CREDENCIAL DE ELECTOR

26. REPRESENTANTE LEGAL
APELLIDO PATERNO:
APELLIDO MATERNO:
NOMBRES:
27. CURP:
28. <b>DOMICILIO</b>
CALLE:
No. Y/O LETRA EXTERIOR, MANZANA Y LOTE:
No. Y/O LETRA INTERIOR:
COLONIA O POBLACIÓN :
DELEGACIÓN O MUNICIPIO:
CÓDIGO POSTAL:
CIUDAD:
ENTIDAD:
TELÉFONO (S):
FAX:
CORREO ELECTRÓNICO:
No. DE FOLIO DE LA CREDENCIAL DE ELECTOR
OTROS REPRESENTANTES: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>

26. REPRESENTANTE LEGAL
APELLIDO PATERNO:
APELLIDO MATERNO:
NOMBRES:
27. CURP:
28. <b>DOMICILIO</b>
CALLE:
No. Y/O LETRA EXTERIOR, MANZANA Y LOTE:
No. Y/O LETRA INTERIOR:
COLONIA O POBLACIÓN :
DELEGACIÓN O MUNICIPIO:
CÓDIGO POSTAL:
CIUDAD:
ENTIDAD:
TELÉFONO (S):
FAX:
CORREO ELECTRÓNICO:
No. DE FOLIO DE LA CREDENCIAL DE ELECTOR
OTROS REPRESENTANTES: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>

**DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, DE FORMA VOLUNTARIA, QUE LOS DATOS ASENTADOS EN EL PRESENTE AVISO SON CIERTOS Y SE CORRESPONDEN CON LO DISPUESTO EN LA LEY DEL SEGURO SOCIAL, DEL INFONAVIT Y SUS REGLAMENTOS.**

19. FIRMA DEL PATRÓN O SUJETO OBLIGADO O REPRESENTANTE LEGAL  
 PATRÓN  SUJETO OBLIGADO  REPRESENTANTE LEGAL

MARQUE CON UNA X SEGÚN CORRESPONDA

**ANOTAR LOS SIGUIENTES DATOS**

29. **SOCIO**

APELLIDO PATERNO:
APELLIDO MATERNO:
NOMBRES:
30. CURP:
31. <b>DOMICILIO</b>
CALLE:
No. Y/O LETRA EXTERIOR, MANZANA Y LOTE:
No. Y/O LETRA INTERIOR:
COLONIA O POBLACIÓN :
DELEGACIÓN O MUNICIPIO:
CÓDIGO POSTAL:
CIUDAD:
ENTIDAD:
TELÉFONO (S):
FAX:
CORREO ELECTRÓNICO:

29. **SOCIO**

29. **SOCIO**

APELLIDO PATERNO:
APELLIDO MATERNO:
NOMBRES:
30. CURP:
31. <b>DOMICILIO</b>
CALLE:
No. Y/O LETRA EXTERIOR, MANZANA Y LOTE:
No. Y/O LETRA INTERIOR:
COLONIA O POBLACIÓN :
DELEGACIÓN O MUNICIPIO:
CÓDIGO POSTAL:
CIUDAD:
ENTIDAD:
TELÉFONO (S):
FAX:
CORREO ELECTRÓNICO:

29. **SOCIO**

APELLIDO PATERNO:
APELLIDO MATERNO:
NOMBRES:
30. CURP:
31. <b>DOMICILIO</b>
CALLE:
No. Y/O LETRA EXTERIOR, MANZANA Y LOTE:
No. Y/O LETRA INTERIOR:
COLONIA O POBLACIÓN :
DELEGACIÓN O MUNICIPIO:
CÓDIGO POSTAL:
CIUDAD:
ENTIDAD:
TELÉFONO (S):
FAX:
CORREO ELECTRÓNICO:

APELLIDO PATERNO:
APELLIDO MATERNO:
NOMBRES:
30. CURP:
31. <b>DOMICILIO</b>
CALLE:
No. Y/O LETRA EXTERIOR, MANZANA Y LOTE:
No. Y/O LETRA INTERIOR:
COLONIA O POBLACIÓN :
DELEGACIÓN O MUNICIPIO:
CÓDIGO POSTAL:
CIUDAD:
ENTIDAD:
TELÉFONO (S):
FAX:
CORREO ELECTRÓNICO:

**DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, DE FORMA VOLUNTARIA, QUE LOS DATOS ASENTADOS EN EL PRESENTE AVISO SON CIERTOS Y SE CORRESPONDEN CON LO DISPUESTO EN LA LEY DEL SEGURO SOCIAL, DEL INFONAVIT Y SUS REGLAMENTOS.**

19. FIRMA DEL PATRÓN O SUJETO OBLIGADO O REPRESENTANTE LEGAL  
 PATRÓN  SUJETO OBLIGADO  REPRESENTANTE LEGAL

MARQUE CON UNA X SEGÚN CORRESPONDA

INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL  
 SERVICIOS DE AFILIACIÓN VIGENCIA  
 AVISO DE INSCRIPCIÓN PATRONAL O DE  
 REANUDACIÓN DE ACTIVIDADES AFIL 01 - A

INSTITUTO DEL FONDO NACIONAL DE LA  
 VIVIENDA PARA LOS TRABAJADORES

**ANOTAR LOS SIGUIENTES DATOS**

<b>14. CENTRO DE TRABAJO</b>
<b>DOMICILIO</b>
CALLE:
No. Y/O LETRA EXTERIOR, MANZANA Y LOTE:
No. Y/O LETRA INTERIOR:
COLONIA O POBLACIÓN:
DELEGACIÓN O MUNICIPIO:
CÓDIGO POSTAL:
CIUDAD:
ENTIDAD:
TELÉFONO (S):
FAX:
CORREO ELECTRÓNICO:

<b>14. CENTRO DE TRABAJO</b>
<b>DOMICILIO</b>
CALLE:
No. Y/O LETRA EXTERIOR, MANZANA Y LOTE:
No. Y/O LETRA INTERIOR:
COLONIA O POBLACIÓN:
DELEGACIÓN O MUNICIPIO:
CÓDIGO POSTAL:
CIUDAD:
ENTIDAD:
TELÉFONO (S):
FAX:
CORREO ELECTRÓNICO:

<b>14. CENTRO DE TRABAJO</b>
<b>DOMICILIO</b>
CALLE:
No. Y/O LETRA EXTERIOR, MANZANA Y LOTE:
No. Y/O LETRA INTERIOR:
COLONIA O POBLACIÓN:
DELEGACIÓN O MUNICIPIO:
CÓDIGO POSTAL:
CIUDAD:
ENTIDAD:
TELÉFONO (S):
FAX:
CORREO ELECTRÓNICO:

<b>14. CENTRO DE TRABAJO</b>
<b>DOMICILIO</b>
CALLE:
No. Y/O LETRA EXTERIOR, MANZANA Y LOTE:
No. Y/O LETRA INTERIOR:
COLONIA O POBLACIÓN:
DELEGACIÓN O MUNICIPIO:
CÓDIGO POSTAL:
CIUDAD:
ENTIDAD:
TELÉFONO (S):
FAX:
CORREO ELECTRÓNICO:

**DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, DE FORMA VOLUNTARIA, QUE LOS DATOS ASENTADOS EN EL PRESENTE AVISO SON CIERTOS Y CORRESPONDEN CON LO DISPUESTO EN LAS LEYES DEL SEGURO SOCIAL, DEL INFONAVIT Y SUS REGLAMENTOS.**

19. NOMBRE Y FIRMA DEL PATRÓN, SUJETO OBLIGADO O REPRESENTANTE LEGAL

- PATRÓN                       SUJETO OBLIGADO                       REPRESENTANTE LEGAL

MARQUE CON UNA X SEGÚN CORRESPONDA

**14. CROQUIS DE LOCALIZACION**

EL INCUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES RELACIONADAS CON EL AVISO DE INSCRIPCIÓN PATRONAL O DE MODIFICACIÓN EN SU REGISTRO PUEDE CONLLEVAR A LA CONFIGURACIÓN DE LAS INFRACCIONES Y DELITOS PREVISTOS Y SANCIONADOS EN EL TÍTULO SEXTO DE LA LEY DEL SEGURO SOCIAL

PARA CUALQUIER ACLARACIÓN, DUDA Y/O COMENTARIO CON RESPECTO A ESTE TRÁMITE, SIRVASE LLAMAR AL SISTEMA DE ATENCIÓN TELEFÓNICA A LA CIUDADANÍA (SACTEL) AL TELÉFONO 54 80 20 00 EN EL D.F., Y ÁREA METROPOLITANA; DEL INTERIOR DE LA REPÚBLICA SIN COSTO AL USUARIO AL 01 800 00 14800; DESDE ESTADOS UNIDOS Y CANADA AL 1 888 594 3372 O AL SISTEMA DE ATENCIÓN TELEFÓNICA DEL IMSS AL 52 41 02 45.

**Aviso de Inscripción Patronal AFIL 01-A**

1. Fundamento Jurídico del Trámite:
  - 1.1. Ley del Seguro Social, (DOF: 21 diciembre de 1995, sus reformas y adiciones), artículos: 15 Fracción I.
  - 1.2. Reglamento de la Ley del Seguro Social en Materia de Afiliación, Clasificación de Empresas, Recaudación y Fiscalización (DOF: 1 de noviembre 2002), artículos: 3 y 12.
2. Plazo de resolución del trámite:
  - 2.1. No aplica, es un aviso que realiza el patrón o sujeto obligado bajo protesta de decir verdad, que se recibe por el Instituto, otorgando copia sellada de recibido el mismo día de su presentación en la Subdelegación.
3. Número de tantos a presentarse del formato y su distribución:
  - 3.1. Original. - Expediente Delegacional.
  - 3.2. 1ª. Copia.- Patrón o Sujeto Obligado
4. Documentos o formatos adicionales para el aviso de Inscripción Patronal : (En todos los casos deberá presentarse cuando menos un formato AFIL 02 Aviso de Inscripción del Trabajador).  
La presentación de este trámite debe realizarse simultáneamente al de Inscripción de las Empresas en el Seguro de Riesgos de Trabajo. Todos los documentos se deben presentar en original o copia certificada y copia simple.
  - 4.1. Instituciones de Asistencia Privada.
    - 4.1.1. RFC de la Institución de Asistencia Privada
    - 4.1.2. Acta Constitutiva
    - 4.1.3. Poder Notarial del Representante Legal, en su caso
    - 4.1.4. Oficio de la H. Junta de Asistencia Privada
    - 4.1.5. Identificación Oficial con fotografía y firma del sujeto obligado o representante legal
  - 4.2. Sociedades Cooperativas.
    - 4.2.1. RFC
    - 4.2.2. Acta Constitutiva
    - 4.2.3. Poder Notarial del Representante Legal, en su caso
    - 4.2.4. Certificado de Inscripción en el Registro Publico de Comercio
    - 4.2.5. Constancia de Inscripción en el Registro Cooperativo Nacional
    - 4.2.6. Identificación Oficial con fotografía y firma del sujeto obligado o representante legal
  - 4.3. Personas Físicas dedicadas a la actividad de la construcción.
    - 4.3.1. RFC
    - 4.3.2. Poder Notarial del Representante Legal, en su caso
    - 4.3.3. Comprobante de domicilio
    - 4.3.4. Identificación Oficial con fotografía y firma del patrón, sujeto obligado o representante legal

- 4.4. Personas Físicas que realizan por eventualidad una obra de construcción.
  - 4.4.1. Comprobante de domicilio
  - 4.4.2. Identificación Oficial con fotografía y firma del patrón, sujeto obligado o representante legal
  - 4.4.3. Poder Notarial del Representante Legal, en su caso
- 4.5. Condominio o Copropiedad.
  - 4.5.1. RFC
  - 4.5.2. Poder Notarial del Representante Legal, en su caso
  - 4.5.3. Escritura Publica o acta de asamblea
  - 4.5.4. CURP del Representante Legal
  - 4.5.5. Identificación Oficial con fotografía y firma del administrador o su representante legal
- 4.6. Sociedades y Asociaciones Diferentes a la Mexicana.
  - 4.6.1. RFC
  - 4.6.2. Acta Constitutiva
  - 4.6.3. Poder Notarial del Representante Legal, en su caso
  - 4.6.4. Identificación Oficial con fotografía y firma del patrón, sujeto obligado o representante legal
  - 4.6.5. Documento Expedido por la Secretaría de Relaciones Exteriores.
- 4.7. Sindicatos.
  - 4.7.1. RFC
  - 4.7.2. Poder Notarial del Representante Legal, en su caso
  - 4.7.3. Identificación Oficial con fotografía y firma del sujeto obligado o representante legal
  - 4.7.4. Certificado de Registro por la ST y PS
  - 4.7.5. Toma de nota expedida por la ST y PS
- 4.8. Personas Físicas que cuenten con un negocio establecido dentro del domicilio particular y carezcan de documentación oficial.
  - 4.8.1. Comprobante de domicilio
  - 4.8.2. Identificación Oficial con fotografía y firma del sujeto obligado
- 4.9. Menores de Edad.
  - 4.9.1. RFC del representante del menor
  - 4.9.2. Identificación Oficial con fotografía y firma
  - 4.9.3. Documento que acredite la Representación del menor
  - 4.9.4. Mención expresa bajo protesta de decir verdad de que el patrón es un menor de edad
  - 4.9.5. Escrito del representante legal del menor comprometiéndose a cumplir y a responder por las obligaciones derivadas de la inscripción patronal del menor
- 4.10. Patrones del Campo.
  - 4.10.1. RFC
  - 4.10.2. Identificación Oficial con fotografía y firma del patrón, sujeto obligado o representante legal
  - 4.10.3. Permiso de Siembra
  - 4.10.4. Recibo de pago de agua para riego
- 4.11. Personas Físicas Dedicadas al Transporte Público de Pasaje o Carga.
  - 4.11.1. RFC
  - 4.11.2. Poder Notarial del Representante Legal, en su caso
  - 4.11.3. Comprobante de domicilio
  - 4.11.4. Identificación Oficial con fotografía y firma del sujeto obligado
  - 4.11.5. Tarjeta de circulación
  - 4.11.6. Permiso de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.
- 4.12. Instituciones Educativas.
  - 4.12.1. RFC
  - 4.12.2. Acta Constitutiva
  - 4.12.3. Poder Notarial del Representante Legal, en su caso
  - 4.12.4. Identificación Oficial con fotografía y firma del patrón o sujeto obligado o del representante legal

- 4.13 Personas Físicas en General.
  - 4.13.1. RFC
  - 4.13.2. Poder Notarial del Representante Legal, en su caso
  - 4.13.3. Comprobante de domicilio
  - 4.13.4. Identificación Oficial con fotografía y firma del sujeto obligado
- 4.14. Personas Morales Dedicadas a la Construcción.
  - 4.14.1. RFC
  - 4.14.2. Acta Constitutiva
  - 4.14.3. Poder Notarial del Representante Legal, en su caso
  - 4.14.4. Comprobante de domicilio
  - 4.14.5. Identificación Oficial con fotografía y firma del patrón, sujeto obligado o representante legal
- 4.15. Personas Morales que Realizan Eventualmente una Obra de Construcción.
  - 4.15.1. RFC
  - 4.15.2. Acta Constitutiva (sólo en los casos que no se encuentre registrado)
  - 4.15.3. Poder Notarial del Representante Legal, en su caso
  - 4.15.4. Identificación Oficial con fotografía y firma del patrón, sujeto obligado o representante legal
  - 4.15.5. Tarjeta de Identificación Patronal del registro patronal con la actividad diferente a la construcción.
- 4.16. Para Sociedades o Asociaciones de Nacionalidad Mexicana.
  - 4.16.1. RFC
  - 4.16.2. Acta Constitutiva
  - 4.16.3. Poder Notarial del Representante Legal, en su caso
  - 4.16.4. Identificación Oficial con fotografía y firma del patrón, sujeto obligado o representante legal
- 5. Unidad administrativa ante la que se presenta el trámite.
  - 5.1. Subdelegación u Oficina Administrativa en el Municipios de control de acuerdo con el domicilio del patrón
- 6. Unidad administrativa que resuelve el trámite.
  - 6.1. Subdelegación u Oficina Administrativas en el Municipio de control de acuerdo con el domicilio del patrón
- 7. Numero telefónico para quejas:
  - 7.1. Orientación telefónica 52 41 02 45 en el Distrito Federal y el 01 800 905 9600 para larga distancia sin costo o consultar en página de Internet: [www.imss.gob.mx](http://www.imss.gob.mx)

**A. Instrucciones Generales del Formato AFIL 01- A**

- 1. Este formato deberá ser llenado por el patrón o sujeto obligado o su representante legal y verificada la información por personal del Instituto con base en la documentación e información proporcionada a través de medios electrónicos.
- 2. En el alta patronal o reanudación de actividades, deberá presentar los avisos de inscripción de sus trabajadores y la documentación descrita. Además en la reanudación de actividades anotar según corresponda el nombre anterior, denominación o razón social del patrón o sujeto obligado.
- 3. Este formato únicamente aplica para las modalidades: 10, 13, 14, 17, 30, 33, 34, 38, 40, 42, 43 y 44.
- 4. El patrón o sujeto obligado o representante legal deberá firmar la solicitud o asentar su huella digital, en presencia del empleado institucional.

**B. Instrucciones Específicas**

- 1.- Número de Registro Patronal;
- 2.- Número del Registro Federal de Contribuyentes;
- 3.- Número de la Clave Única de Registro de Población si es Persona Física;
- 4.- Persona Moral marcar con una X, si la causa de presentación es alta o reanudación de actividades;
- 5.- Persona Física marcar con una X, si la causa de presentación es alta o reanudación de actividades;
- 6.- Nombre, denominación o razón social del patrón o sujeto obligado (se debe anotar de forma completa y sin utilización de abreviaturas);
- 7.- Nombre comercial o marca registrado para la empresa.
- 8.- Describir la actividad o giro principal de la empresa;
- 9.- Clase de riesgo, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 18 del Reglamento de la Ley del Seguro Social en Materia de Afiliación, Clasificación de Empresas, Recaudación y Fiscalización;
- 10.- Fracción que corresponda a la actividad, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 18 del Reglamento de la Ley del Seguro Social en Materia de Afiliación, Clasificación de Empresas, Recaudación y Fiscalización;

11.- Prima de riesgo que corresponda a la fracción antes señalada de conformidad con lo dispuesto en el artículo 18 del Reglamento de la Ley del Seguro Social en Materia de Afiliación, Clasificación de Empresas, Recaudación y Fiscalización;

12.- Fecha de la causa de presentación de este aviso;

13.- Domicilio fiscal de conformidad con lo establecido en el Código Fiscal de la Federación:

Se considera Domicilio Fiscal:

I. Tratándose de personas físicas:

a). Cuando realicen actividades empresariales, el local en que se encuentre el principal asiento de sus negocios.

b). Cuando no realicen las actividades señaladas en el inciso anterior y presten servicios personales independientes, el local que utilicen para el desempeño de sus actividades.

c). En los demás casos, el lugar donde tengan el asiento principal de sus actividades.

II. En el caso de personas morales:

a). Cuando sean residentes en el país, el local en donde se encuentre la administración principal del negocio.

b). Si se trata de establecimientos de personas morales residentes en el extranjero, dicho establecimiento; en el caso de varios establecimientos, el local en donde se encuentre la administración principal del negocio en el país, o en su defecto el que designen.

Las autoridades fiscales podrán practicar diligencias en el lugar que conforme a este artículo se considere domicilio fiscal de los contribuyentes, en aquellos casos en los que éstos hubieran designado como domicilio fiscal un lugar distinto al que les corresponda de acuerdo con lo dispuesto en este mismo precepto. Lo establecido en este párrafo no es aplicable a las notificaciones que deban hacerse en el domicilio a que se refiere el cuarto párrafo del artículo 18 del Código Fiscal de la Federación.

14.- Domicilio del principal centro de trabajo, en el caso de tener más de uno, complementar la información en los espacios destinados para tal efecto en la hoja 3 de este formato. En el supuesto que sean más de dos centros de trabajo señalar en hoja anexa los datos relativos al domicilio de todos los que tenga en el municipio correspondiente o en el Distrito Federal;

15.- Domicilio para oír y recibir notificaciones en la localidad (únicamente si el domicilio es diferente al del domicilio fiscal o centro de trabajo) y anotar en el croquis de la página 4, las calles entre las cuales se localiza;

16.- Afiliación a Cámara o Agrupamiento en la cual se encuentra registrado en su caso;

17.- Anotar los siguientes datos del acta constitutiva:

16.1 Número de Folio mercantil y fecha de asignación por el Registro Público de la Propiedad y del Comercio

16.2 Número de Libro, (En el caso de no contar con Folio Mercantil)

16.3 Número de Foja, (En el caso de no contar con Folio Mercantil)

16.4 Número de acta constitutiva,

16.5 Número de la notaria en que se constituyó la empresa,

16.6 Lugar y fecha de constitución.

18.- Marcar con una x si la causa de la presentación es alta patronal o reanudación de actividades;

19.- Nombre completo y firma marcando X según corresponda, patrón o sujeto obligado o representante legal de la empresa;

20.- Nombre completo del propietario o sujeto obligado;

21.- Clave Única de Registro de Población (CURP) en 18 posiciones;

22.- Domicilio completo;

23.- Nombre completo del representante legal (principal);

24.- Clave Única de Registro de Población (CURP) en sus dieciocho posiciones;

25.- Domicilio completo;

26.- Nombre completo del segundo representante legal;

27.- Clave Única de Registro de Población (CURP) en sus dieciocho posiciones;

28.- Domicilio completo;

Además, en caso de contar con más representantes legales, relacionarlos en hoja(s) anexa(s) los datos mencionados respecto a los otros representantes legales si los tuviere.

29.- Nombre completo, de los socios de la empresa en términos del capital aportado;

30.- Clave Única de Registro de Población (CURP) en sus dieciocho posiciones;

31.- Domicilio completo de los socios. (Además en caso de contar con más socios deberá anexar en hoja (s) anexa (s) los datos relativos según corresponda.);

32.- Nombre completo y firma del patrón o sujeto obligado o representante legal de la empresa;

\*Para cualquier aclaración, duda y/o comentario con respecto a este trámite, sírvase llamar al sistema de atención telefónica a la ciudadanía (SACTEL) a los teléfonos 54.80.20.00 en el Distrito Federal y área metropolitana, del interior de la República sin costo para el usuario al 01.800.00.14800 o al 1.888.594.3372 desde Estados Unidos y Canadá\*.

Los datos personales recabados serán protegidos, incorporados y tratados en el Sistema de Datos Personales Sistema Integral de Derechos y Obligaciones (S.IN.D.O.) con fundamento en el Artículo 15 de la Ley del Seguro Social y 14 del Reglamento de la Ley del Seguro Social en Materia de Afiliación, Clasificación de Empresas, Recaudación y Fiscalización y cuya finalidad es contener, proteger, ordenar y clasificar los datos de los patrones y asegurados, el cual fue registrado en el Listado de Sistemas de Datos Personales ante el Instituto Federal de Acceso a la Información Pública ([www.ifai.org.mx](http://www.ifai.org.mx)), y podrán ser transmitidos al INFONAVIT y a la CONSAR con la finalidad de que el asegurado ejerza sus derechos de ejercicio de créditos de vivienda y disposición de los seguros de retiro, cesantía en edad avanzada y vejez, además de otras transmisiones previstas en la Ley. La Unidad Administrativa responsable del Sistema de Datos Personales es la Dirección de Incorporación y Recaudación del Seguro Social en coordinación con la Dirección de Innovación y Desarrollo Tecnológico del IMSS y la Unidad Administrativa donde el interesado podrá ejercer los derechos de acceso y corrección ante la misma es la Subdelegación de control que corresponde al domicilio del patrón. Lo anterior se informa en cumplimiento del Decimoséptimo de los Lineamientos de Protección de Datos Personales, publicados en el Diario Oficial de la Federación el 30 de septiembre de 2005.

---

32.- Nombre y Firma del Patrón o Sujeto Obligado o Su Representante Legal

**INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL**  
SERVICIOS DE AFILIACION-VIGENCIA DE DERECHOS  
**AVISO DE INSCRIPCION PATRONAL  
O DE  
MODIFICACION EN SU REGISTRO**

INSTITUTO DEL FONDO NACIONAL DE LA VIVIENDA PARA LOS TRABAJADORES **AFIL-01**

<b>EXCLUSIVO I.M.S.S.</b>		NUMERO DE REGISTRO PATRONAL	
TIPO DE MOV.	CAUSA	CLAVE MUNICIPIO	ARGUMENTO
		REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES	

NOMBRE, DENOMINACION, RAZON SOCIAL DEL PATRON O SUJETO OBLIGADO

EN CASO DE PERSONA FISICA NOMBRE(S) \_\_\_\_\_ APELLIDO PATERNO \_\_\_\_\_ APELLIDO MATERNO \_\_\_\_\_

ACTIVIDAD O GIRO DE LA EMPRESA \_\_\_\_\_

EXCLUSIVO I.M.S.S. EN SEGUROS ESPECIALES				FECHA DE LA CAUSA DEL AVISO		
CLASE DE RIESGO MANIFESTADA POR EL PATRON	FRACCION	PRIMA	MES	FORMA PAGO	S.S.F. IDENTIFICACION CONVENIO	AÑO (4 DIGITOS)

**DOMICILIO DEL PATRON**

CALLE Y/O MANZANA \_\_\_\_\_ NUMERO \_\_\_\_\_ COLONIA Y/O POBLACION \_\_\_\_\_

MUNICIPIO \_\_\_\_\_ ENTIDAD \_\_\_\_\_ C.P. \_\_\_\_\_

**MARQUE CON UNA "X" LA CAUSA DE PRESENTACION DE ESTE AVISO**

<input type="checkbox"/> <b>A</b> ALTA PATRONAL	<input type="checkbox"/> <b>B</b> REANUDACION ACTIVIDADES	<input type="checkbox"/> <b>C</b> CAMBIO DOMICILIO O CIRCUNSCRIPCION	<input type="checkbox"/> <b>D</b> CAMBIO NOMBRE O RAZON SOCIAL
<input type="checkbox"/> <b>E</b> SUSTITUCION PATRONAL	<input type="checkbox"/> <b>F</b> DUPLICIDAD	<input type="checkbox"/> <b>G</b> BAJA	<input type="checkbox"/> <b>H</b> HUELGA

**IMPORTANTE: LEA LAS INSTRUCCIONES AL REVERSO**

	DELEGACION
	SUBDELEGACION

NOMBRE Y FIRMA DEL PATRON, SUJETO OBLIGADO O SU REPRESENTANTE LEGAL

**LOS MOVIMIENTOS QUE AMPARA ESTE FORMATO SURTEN EFECTOS TANTO PARA EL IMSS COMO PARA EL INFONAVIT CONFORME A SUS RESPECTIVAS LEYES. CONSERVE ESTE DOCUMENTO PARA CUALQUIER ACLARACION.**

**AVISOS/ORIGINALES**

**EXCLUSIVO IMSS: PARA LAS CAUSAS A, B, D, Y E ANOTE LOS DATOS DEL ACTA CONSTITUTIVA O DE OTROS DOCUMENTOS AFINES**

	INFORMACION ADICIONAL
No. DE NOTARIA _____ No. DE ACTA _____ No. DE LIBRO _____ No. DE FOJA _____	
REG. PUBLICO DE LA PROPIEDAD Y COMERCIO _____ LUGAR Y FECHA DE CONSTITUCION _____	

**INSTRUCCIONES PARA EL PATRON**

<b>CAUSA A ALTA</b>	PRESENTE LOS AVISOS DE INSCRIPCION DE TODOS SUS TRABAJADORES
<b>CAUSA B REANUDACION ACTIVIDADES</b>	ANOTE LOS DATOS REGISTRADOS ANTERIORMENTE EN EL IMSS, PRESENTANDO ADEMAS LOS AVISOS DE INSCRIPCION DE SUS TRABAJADORES.
<b>CAUSA C CAMB. DE DOM. O CIRCUNSCRIPCION</b>	ANOTE EL DOMICILIO ANTERIOR: EN CAMBIOS DE CIRCUNSCRIPCION PRESENTE, EN LA NUEVA CIRCUNSCRIPCION, LOS AVISOS CONFORME CAUSA "A" (EXCEPTO D.F.)
<b>CAUSA D CAMBIO NOMBRE O RAZON</b>	ANOTE EL NOMBRE DENOMINACION O RAZON SOCIAL ANTERIOR:
<b>CAUSA E SUSTITUCION PATRONAL</b>	ANOTE NOMBRE Y NUMERO DEL REGISTRO DEL PATRON SUSTITUIDO, (SOLICITE INFORMACION ADICIONAL):
<b>CAUSA F DUPLICIDAD</b>	ANOTE LOS Nos. DE REGISTRO PATRONAL APLICADOS Y SOLICITE INFORMACION ADICIONAL:
<b>CAUSA G BAJA</b>	ANOTE EL MOTIVO DE LA BAJA: NOTA: • EN CASO DE QUE LA BAJA CORRESPONDA A UNO DE LOS CENTROS DE TRABAJO O FILIALES DE UNA EMPRESA, CONTROLADOS POR UN MISMO REGISTRO PATRONAL, PRESENTE UNICAMENTE LOS AVISOS DE BAJA DE LOS TRABAJADORES ADSCRITOS A ESE CENTRO O FILIAL.
<b>CAUSA H HUELGA</b>	LAS EMPRESAS EN ESTADO DE HUELGA NO PRESENTAN AVISOS DE BAJA. SOLO DEBEN INFORMAR LOS NOMBRES Y NUMEROS DE SEGURIDAD SOCIAL DE LOS TRABAJADORES QUE NO ESTAN EN HUELGA.

**NOTA:**

- PARA LAS CAUSAS A, B, D, Y E ADJUNTE COPIA DEL ACTA CONSTITUTIVA DE LA EMPRESA, DEBIDAMENTE PROTOCOLIZADA Y COPIA DEL REGISTRO EN LA S.H.C.P. U OTRA DEPENDENCIA QUE AUTORICE EL EJERCICIO, ADEMAS DE LA FORMA HOJA DE INSCRIPCION DE LAS EMPRESAS EN EL SEGURO DE RIESGOS DE TRABAJO (ESTA ULTIMA EXCEPTO EN CAUSA "D").
- PARA LA CAUSA C ADJUNTE COPIA DEL AVISO DE CAMBIO DE DOMICILIO (S.H.C.P.)

**INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL**  
SERVICIOS DE AFILIACION-VIGILANCIA DE DERECHOS

**INSTITUTO DEL FONDO NACIONAL DE LA VIVIENDA PARA LOS TRABAJADORES**

AFIL-02

**AVISO DE INSCRIPCION DEL TRABAJADOR**

I.M.S.S. CLAVE DE ARGUMENTO		TIPO DE CONTRATACION DEL TRABAJADOR PERMANENTE 1 EVENTUAL 2 EVENTUAL CONST. 3		NUMERO DE SEGURIDAD SOCIAL DEL TRABAJADOR INDIGITO _____ DIG. VER _____	
NUMERO DE REGISTRO PATRONAL _____		TRÍDIGITOS _____		CLAVE ÚNICA DE REGISTRO DE POBLACION _____	
NOMBRE COMPLETO DEL TRABAJADOR (SIN ABREVIATURAS) _____					
APELLIDO PATERNO _____		APELLIDO MATERNO _____		NOMBRE(S) _____	
SALARIO BASE DE COTIZACION \$ _____		TIPO DE SALARIO FIJO 0 _____ VARIABLE 1 _____ MIXTO 2 _____		EXCLUSIVO IMSS FECHA Y HORA DE RECEPCION DE ESTE AVISO EN EL IMSS	
FECHA DE INGRESO AL TRABAJO _____		EN CASO DE JORNADA O SEMANA REDUCIDA ANOTAR LOS DIAS QUE LABORA O EL HORARIO _____		OCUPACION DEL TRABAJADOR _____	
DIA (2 DIG.) _____ MES (2 DIG.) _____ AÑO (4 DIG.) _____		SEXO MASC. 1 _____ FEM. 2 _____		U . M . F .	
LUGAR DE NACIMIENTO (ESTADO) _____		FECHA DE NACIMIENTO _____		NOMBRE DEL PADRE (AUN FINADO) _____	
NOMBRE DE LA MADRE (AUN FINADA) _____		DOMICILIO DEL TRABAJADOR CALLE Y/O MANZANA _____ NUMERO _____ COLONIA Y/O POBLACION _____		MUNICIPIO _____ ENTIDAD _____ C.P. _____	
UBICACION DEL CENTRO DE TRABAJO CALLE Y/O MANZANA _____ NUMERO _____ COLONIA Y/O POBLACION _____		MUNICIPIO _____ ENTIDAD _____ C.P. _____		NOMBRE, DENOMINACION, RAZON SOCIAL DEL PATRON O SUJETO OBLIGADO _____	
FIRMAR EL PATRON O SUJETO OBLIGADO O SU REPRESENTANTE LEGAL _____		FIRMAR O HUELLA DEL TRABAJADOR _____		EXTEMPORANEO 1 _____	

LOS MOVIMIENTOS QUE AMPARA ESTE FORMATO SURTEN EFECTO TANTO PARA EL IMSS COMO PARA EL INFONAVIT CONFORME A SUS RESPECTIVAS LEYES. CAPTURE AVISOS ORIGINALES. CONSERVE ESTE DOCUMENTO PARA CUALQUIER ACLARACION.

**IMPORTANTE PARA EL PATRON**

- PARA LA INTEGRACION DEL SALARIO CONSIDERE LOS ART'S 27, 28, 29, 30 Y 32 DE LA LEY DEL SEGURO SOCIAL Y 29 DE LA LEY DEL INFONAVIT.
- LAS INSCRIPCIONES DE LOS TRABAJADORES QUE YA TIENEN NUMERO DE SEGURIDAD SOCIAL PODRAN PRESENTARSE MEDIANTE DISPOSITIVOS MAGNETICOS, SOLICITE MAYOR INFORMACION EN EL IMSS

**IMPORTANTE PARA EL TRABAJADOR**

A PARTIR DE ESTA FECHA, HA QUEDADO USTED INSCRITO CON DERECHO A RECIBIR LAS PRESTACIONES DE LAS LEYES DEL IMSS E INFONAVIT, UNA VEZ REUNIDAS LAS CONDICIONES ESTABLECIDAS EN ELAS.

RECUERDE QUE EL NUMERO DE SEGURIDAD SOCIAL QUE SE LE HA ASIGNADO ES UNICO E INTRANSFERIBLE Y DEBERA PROPORCIONARLO CADA VEZ QUE SOLICITE ALGUN TRAMITE ANTE LOS INSTITUTOS O ANTE LA AFOR DE SU ELECCION.

PARA LA OBTENCION DEL SERVICIO MEDICO, DEBERA USTED ACUDIR A LA UNIDAD DE MEDICINA FAMILIAR QUE APARECE ANOTADA EN ESTE AVISO PARA QUE LE SEA ENTREGADA SU TARJETA DE AFILIACION Y SU TARJETA DE CITAS MEDICAS

PARA EL REGISTRO DE SUS BENEFICIARIOS LEGALES DEBERA CUMPLIR CON LOS REQUISITOS QUE ESTABLECE LA LEY DEL SEGURO SOCIAL, ADEMAS DE PRESENTAR LOS SIGUIENTES DOCUMENTOS:

- ESPOSA (O): \_\_\_\_\_
- CONCUBINA (RIO): (CON HIJOS PROCREADOS) \_\_\_\_\_  
(SIN HIJOS PROCREADOS) \_\_\_\_\_
- HIJOS: (HASTA LOS 16 AÑOS) \_\_\_\_\_  
(DE 16 A 25 AÑOS) \_\_\_\_\_
- PADRES: \_\_\_\_\_
- COPIA CERTIFICADA DEL ACTA DE MATRIMONIO CIVIL
- COPIA CERTIFICADA DEL ACTA DE NACIMIENTO DE UNO DE LOS HIJOS
- COMPROBACION DE CONVIVENCIA Y DEPENDENCIA ECONOMICA CON EL ASEGURADO. MINIMA DE 5 AÑOS.
- COPIA CERTIFICADA DEL ACTA DE NACIMIENTO
- COPIA CERTIFICADA DEL ACTA DE NACIMIENTO Y COMPROBANTE DE LA ESCUELA DEL SISTEMA EDUCATIVO NACIONAL, DONDE REALIZA ESTUDIOS, QUE INDIQUE INICIO Y TERMINO DEL CICLO ESCOLAR
- COPIA CERTIFICADA DEL ACTA DE NACIMIENTO DEL ASEGURADO Y COMPROBACION DE CONVIVENCIA Y DEPENDENCIA ECONOMICA CON EL ASEGURADO

PARA TODO TRAMITE Y SOLICITUD DE PRESTACIONES DEBE PRESENTAR LA TARJETA DE AFILIACION.

- IMPORTANTE:**
- CUALQUIER CAMBIO DE DOMICILIO COMUNIQUELO AL I.M.S.S., A TRAVES DE LA UNIDAD DE MEDICINA FAMILIAR DE SU ADSCRIPCION
  - REVISE QUE SU SALARIO ESTE CORRECTAMENTE ANOTADO, YA QUE ES LA BASE PARA OTORGARLE LOS BENEFICIOS QUE ESTABLECEN LAS LEYES DEL SEGURO SOCIAL Y DEL INFONAVIT.

## 2. Información relevante complementaria.

### NÓMINA GREEN HOUSE PERIODO SEMANAL NO. 1

Nombre del trabajador	Puesto	Salario diario	Salario diario de cotización
JOSE MARIA LOPEZ	Aux. de Producción	120	125.42
<b>Días pagados 7</b>	<b>horas extras 0</b>		
Sueldo	\$ 720.00	CAS acreditado	-\$ 77.97
Séptimo día	120	Crédito al salario	-39.51
		ISPT antes del CAS	38.46
		IMSS	20.85
Total de percepciones	\$ 840.00	Total de deducciones	-\$ 18.66
Neto a pagar	\$ 858.66		

Nombre del trabajador	Puesto	Salario diario	Salario diario de cotización
EDUARDO MARTINEZ GRANADOS	Aux. de Producción	120	125.42
<b>Días pagados 7</b>	<b>horas extras 0</b>		
Sueldo	\$ 720.00	CAS acreditado	-\$ 77.97
Séptimo día	120	Crédito al salario	-39.51
		ISPT antes del CAS	38.46
		IMSS	20.85
Total de percepciones	\$ 840.00	Total de deducciones	-\$ 18.66
Neto a pagar	\$ 858.66		

Nombre del trabajador	Puesto	Salario diario	Salario diario de cotización
TERESA GUTIERREZ MEZA	Aux. de Producción	120	125.42
<b>Días pagados 7</b>	<b>horas extras 0</b>		
Sueldo	\$ 720.00	CAS acreditado	-\$ 77.97
Séptimo día	120	Crédito al salario	-39.51
		ISPT antes del CAS	38.46
		IMSS	20.85
Total de percepciones	\$ 840.00	Total de deducciones	-\$ 18.66
Neto a pagar	\$ 858.66		

Nombre del trabajador	Puesto	Salario diario	Salario diario de cotización
SAMARA SALAZAR RENTERIA	Aux. de Producción	120	125.42
<b>Días pagados 7</b>	<b>horas extras 0</b>		
Sueldo	\$ 720.00	CAS acreditado	-\$ 77.97
Séptimo día	120	Crédito al salario	-39.51
		ISPT antes del CAS	38.46
		IMSS	20.85
Total de percepciones	\$ 840.00	Total de deducciones	-\$ 18.66
Neto a pagar	\$ 858.66		

Nombre del trabajador	Puesto	Salario diario	Salario diario de cotización
PEDRO HERNANDEZ GARCIA	Mantenimiento	100	104.52
<b>Días pagados 7</b>	<b>horas extras 0</b>		
Sueldo	\$ 600.00	CAS acreditado	-\$ 82.89
Séptimo día	100	Crédito al salario	-51.44
		ISPT antes del CAS	31.46
		IMSS	17.38
Total de percepciones	\$ 700.00	Total de deducciones	-\$ 34.06
Neto a pagar	\$ 734.06		

**ATENCION AL CLIENTE**

<b>Nombre del trabajador</b>	<b>Puesto</b>	<b>Salario diario</b>	<b>Salario diario de cotización</b>
LAURA ARMEDARIZ GRAJEDA	Cajera	120	125.42
<b>Días pagados 7</b>	<b>horas extras 0</b>		
Sueldo \$ 720.00		CAS acreditado -\$ 77.97	
Séptimo día 120		Crédito al salario -39.51	
		ISPT antes del CAS 38.46	
		<u>IMSS 20.85</u>	
Total de percepciones \$ 840.00		Total de deducciones -\$ 18.66	
Neto a pagar \$ 858.66			

<b>Nombre del trabajador</b>	<b>Puesto</b>	<b>Salario diario</b>	<b>Salario diario de cotización</b>
CINTHYA PATRICIA DOMINGES HERNANDEZ	Repartidor	120	125.42
<b>Días pagados 7</b>	<b>horas extras 0</b>		
Sueldo \$ 720.00		CAS acreditado -\$ 77.97	
Séptimo día 120		Crédito al salario -39.51	
		ISPT antes del CAS 38.46	
		<u>IMSS 20.85</u>	
Total de percepciones \$ 840.00		Total de deducciones -\$ 18.66	
Neto a pagar \$ 858.66			

<b>Nombre del trabajador</b>	<b>Puesto</b>	<b>Salario diario</b>	<b>Salario diario de cotización</b>
CARLOS SALAZAR SOLORZANO	Repartidor	100	104.52
<b>Días pagados 7</b>	<b>horas extras 0</b>		
Sueldo \$ 600.00		CAS acreditado -\$ 82.89	
Séptimo día 100		Crédito al salario -51.44	
		ISPT antes del CAS 31.46	
		<u>IMSS 17.38</u>	
Total de percepciones \$ 700.00		Total de deducciones -\$ 34.06	
Neto a pagar \$ 734.06			

<b>Nombre del trabajador</b>	<b>Puesto</b>	<b>Salario diario</b>	<b>Salario diario de cotización</b>
MIGUEL JUAREZ GARCIA	Repartidor	100	104.52
<b>Días pagados 7</b>	<b>horas extras 0</b>		
Sueldo \$ 600.00		CAS acreditado -\$ 82.89	
Séptimo día 100		Crédito al salario -51.44	
		ISPT antes del CAS 31.46	
		<u>IMSS 17.38</u>	
Total de percepciones \$ 700.00		Total de deducciones -\$ 34.06	
Neto a pagar \$ 734.06			

**TOTAL GENERAL**

<b>Sueldo</b> \$ 6,120.00	<b>CAS acreditado</b> -\$ 716.49
<b>Séptimo día</b> 1020	<b>Crédito al salario</b> -391.38
	<b>ISPT antes del CAS</b> 325.14
	<u><b>IMSS</b> 177.24</u>
<b>Total de percepciones</b> \$ 7,140.00	<b>Total de deducciones</b> -\$ 214.14
<b>Neto a pagar</b> \$ 7,354.14	



GREEN HOUSE																	
DETERMINACIONE CUOTAS OBRERO PATRONALES																	
CORRESPONDIENTE AL PRIMER BIMESTRE 2009																	
INCID.	AUS.	TRABAJADOR	DIAS	SALARIO DIARIO	SDI	20 VSMG	BASE 904.80	SEG. RET. PATRON	2%	CYV PATRON	3.15%	CYV TRABAJ.	1.125% IMSS	TOTAL INFO.	5% TRABAJ.	TOTAL PATRON	TOTAL GENERAL
		<b>PRODUCCION</b>															
		JOSE MARIA LOPEZ	60	120	125.42	7,525.44	150.51	237.05	84.66	472.22	376.27	84.66	763.83	848.49			
		TERESA GUTIERREZ MEZA	60	120	125.42	7,525.44	150.51	237.05	84.66	472.22	376.27	84.66	763.83	848.49			
		EDUARDO MARTINEZ GRANADOS	60	120	125.42	7,525.44	150.51	237.05	84.66	472.22	376.27	84.66	763.83	848.49			
		SAMARA SALAZAR RENTERIA	60	120	125.42	7,525.44	150.51	237.05	84.66	472.22	376.27	84.66	763.83	848.49			
		PEDRO HERNANDEZ GARCIA	60	100	104.52	6,271.20	125.42	197.54	70.55	393.52	313.56	70.55	636.53	707.08			
		<b>ATENCION AL CLIENTE</b>															
		Laura ARMEDARIZ GRAJEDA	60	120	125.42	7,525.44	150.51	237.05	84.66	472.22	376.27	84.66	763.83	848.49			
		CINTHYA PATRICIA DOMINGES HERNANDEZ	60	120	125.42	7,525.44	150.51	237.05	84.66	472.22	376.27	84.66	763.83	848.49			
		CARLOS SALAZAR SOLORZANO	60	100	104.52	6,271.20	125.42	197.54	70.55	393.52	313.56	70.55	636.53	707.08			
		MIGUEL JUAREZ GARCIA	60	100	104.52	6,271.20	125.42	197.54	70.55	393.52	313.56	70.55	636.53	707.08			
																	<b>7,212.19</b>

# Menú



Bienvenidos a Green House !

...Disfruta tu lado verde.

## Clásicos

	Mediano	Grande
Jugo de naranja .....	\$25.....	\$30
Jugo de manzana.....	\$25.....	\$30
Jugo de zanahoria .....	\$25.....	\$30
Jugo de toronja. ....	\$25.....	\$30
Jugo de naranja con zanahoria.....	\$25.....	\$30

Pregunte por el jugo del mes. Sabor al mejor precio por ser fruta de temporada.

## Jugoterapia

- **Para la energía.**

Energaizer express (manzana, zanahoria y limón).....\$32

- **Para la buena digestión y úlceras.**

El bombero (zanahoria, papa, brócoli y pepino).....\$32

- **Para la vista, la piel, resfriados y úlceras.**

Dulce digestión (piña, zanahoria, lima y limón).....\$32

- **Para úlceras y desintoxicar el organismo.**

Tropical smoothie (piña, papaya, kiwi y hielo).....\$32

- **Para el resfriado .**

Naranjada exótica (Naranja, lima, limón y H2O).....\$32

Pacific Paradise (piña, kiwi, lima y limón).....\$32

- **Para la piel y el cabello.**

Manzana burbujeante (manzana y agua mineral).....\$32

- **Para la memoria.**

Para recordar T (betabel, zanahoria y manzana).....\$32

- **Para la piel.**

Eterna juventud (fresas, blueberries, toronja y leche).....\$32

## Por puro gusto

Kiwi cooler (kiwi, agua mineral y limón).....\$32

## Directorios de fuentes de información

Centro de Atención Empresarial  
Lic. Melina Ortega

Teléfono 177-33-75

Empreser de México, A.C.  
Patricia Fernández  
Calle segunda No. 416 Col. Hidalgo C.P. 22880

Teléfono 172-22-58

Secretaría de Desarrollo Económico  
Promotor de inversión Francisco Siqueiros

Teléfono 177-33-75

## Referencias

Alcaraz, R. (2001). El emprendedor de éxito. México. McGraw-Hill Interamericana Editores SA de CV.

Bateman, T.& Snell, S. (1999). Administración, una ventaja competitiva. México. McGraw-Hill Interamericana Editores SA de CV.

Colección Buena Salud Temática. (2005). Jugos y hierbas que curan. México. Blotta&Blotta cominication group S.A.

Comité de problemas de productos básicos. (2003). Mercados principales de cítricos y jugos de cítricos orgánicos. Consultado el 15 de junio del 2006: [http://www.fao.org/DOCREP/MEETING/006/Y9059S.HTM#P343\\_37700](http://www.fao.org/DOCREP/MEETING/006/Y9059S.HTM#P343_37700)

Compañía Editorial Impresora y Distribuidora, S.A. (1998). México, D.F.

De la Rosa, T. (2006). Coca Cola va por mercado de Jumex , Jugos del Valle y Pascual Boing. Consultado el 05 de marzo del 2006 en: [http://mail.elasesor.com.mx/Snews/news\\_display.php?story\\_id=633](http://mail.elasesor.com.mx/Snews/news_display.php?story_id=633)

Flores Huerta. Consultado el 03 de agosto del 2006 en: [www.esmas.com/salud/766524.html](http://www.esmas.com/salud/766524.html)

Gutiérrez, G. (2006) Vitaminas, lo que le falta a su vitalidad. Entrepreneur. Volumen 14 210-215

Hernández, G. (2006). Regularán bebidas energéticas. El Universal. Consultado el 02 de febrero del 2006 en: <http://www.google.com/search?q=industria+de+jugos+en+mexico&hl=en&lr=&start=70&sa=N>

Instituto nacional de estadística y geografía. Consultado el 12 de mayo del 2006 en: [www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx).

Google maps. Consultado el 12 de mayo del 2006 en <http://maps.google.com>.

Maleskey, G. & Kittel, M. ( 2001). La conexión hormonal. USA. Rodale Inc.

Moller, E.(2002). La dieta del arcoiris, coma salud, coma frutas y verduras. México. Editoriales Grijalbo, SA de CV.

## Referencias

Organización Altex. (2001). El mercado mexicano de jugos de fruta. Consultado el 19 de marzo del 2007 en:

[http://www.grupoaltex.com.mx/AltexSitio.nsf/\(\\$NotXWeb\)/E5F1D7A830ED0C5006256B180069E4AF?OpenDocument](http://www.grupoaltex.com.mx/AltexSitio.nsf/($NotXWeb)/E5F1D7A830ED0C5006256B180069E4AF?OpenDocument)

Red de Cajas de Herramientas mypyme. Consultado el 30 de mayo del 2009 en:

[http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/Gt\\_ch\\_04.htm](http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/Gt_ch_04.htm)

Salinas, S. (2000). La jugosa historia de las frutas. Clío, 2000, 1-37.

Sánchez, J. (1986). Tenochtitlán, la última batalla de los aztecas. México. Editorial Grijalbo, SA de CV.

Schermerhorn, J. (2002). Administración. México. Editorial Limusa SA de CV.

Torres Ruíz Gladys. Consultado el 10 de octubre del 2008 en:

<http://www.cimacnoticias.com/site/08050803-Televisa-lanza-rea.33082.0.html>