



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM ECATEPEC

PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIOS PARA
UNA EMPRESA DE CANDY BAR EN EL
MUNICIPIO DE ECATEPEC

TESIS

Que para obtener el título de:
Licenciado en Administración
Presentan los C.

Marcos Bulmaro Tapia Prado

Asesor: Dr. en A. Carlos Robles Acosta

Revisores: Dra. en A.P. Edim Martínez Rodríguez

Lic. Héctor Manuel Aguayo Serrano

Guadalupe Vega Ortega

Asesora: Dra. en A.P. Edim Martínez Rodríguez

Revisores: Dr. en A. Carlos Robles Acosta

M. en A. María Angélica Reynoso Castillo

Ecatepec de Morelos, Estado de México, Mayo del 2017



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1. METODOLOGÍA	3
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.2. OBJETIVO.....	4
1.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	4
1.4. JUSTIFICACIÓN.....	5
1.5. MÉTODO	6
1.6. INSTRUMENTOS DE APOYO.....	7
1.8. TÉCNICAS DE ANÁLISIS.....	7
CAPÍTULO 2. EMPRENDEDOR DE IDEAS	8
2.1. PLAN DE NEGOCIOS	8
2.2. UTILIDAD DE PLAN DE NEGOCIOS	13
2.3. VENTAJAS DEL PLAN DE NEGOCIOS.....	14
2.4. BENEFICIOS DEL PLAN DE NEGOCIOS.....	15
2.5. TIPOS DE PLANES DE NEGOCIOS.....	16
2.5.1. METODOLOGÍA PARA LA ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS DE ARIAS, PORTILLA Y ACEVEDO.....	17
2.5.2. METODOLOGÍA DE OSTERWALDER Y PIGNER.....	18
2.5.3. METODOLOGÍA DE RAMÍREZ.....	20
2.5.4. METODOLOGÍA DE INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN DEL DESARROLLO ECONÓMICO Y TECNOLÓGICO A.C.....	21
2.5.5. METODOLOGÍA DE NAVEROS.....	23
2.5.6. METODOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO (UAEM).....	24
2.5.7. METODOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO (UNAM).....	26
2.5.8. METODOLOGÍA DEL INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL (IPN).....	27
2.6. INSTITUCIONES QUE APOYAN AL EMPRENDEDOR.....	33
2.6.1. INCUBADORAS Y ACELERADORAS.....	33
2.6.2. METODOLOGÍAS Y MODELOS RECONOCIDOS DEL INADEM.....	34
2.7. ELEMENTOS DEL PLAN DE NEGOCIOS.....	35

CAPÍTULO 3. ESTUDIO DE COMERCIALIZACIÓN	38
3.1 MISIÓN.....	38
3.2. VISIÓN	38
3.3. VALORES	38
3.4. UTILIDAD DEL SERVICIO	39
3.5. NECESIDAD QUE ATIENDE EL SERVICIO	40
3.6. VENTAJA COMPETITIVA	41
3.7. FODA.....	42
3.8. OBJETIVOS.....	43
3.9. ESTRATEGIAS	43
3.10. CANVAS	45
3.11. RESUMEN EJECUTIVO.....	46
3.12. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	47
3.13. MERCADO META.....	48
3.14. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	48
3.15. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	48
3.16. OFERTA Y DEMANDA.....	51
3.17. LOGOTIPO	52
3.18. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO.....	52
3.19. MARCA Y REGISTRO DE MARCA	53
3.20. ETIQUETA.....	53
3.21. EMPAQUE Y EMBALAJE	53
3.22. PUBLICIDAD	54
3.23. PROMOCIÓN	55
3.24. PRECIO	55
3.25. PLAZA.....	55
CAPÍTULO 4. ESTUDIO TÉCNICO	57
4.1. OBJETIVOS DE PRODUCCIÓN	57
4.2. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL SERVICIO.....	57
4.3. PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	59
4.4. MAQUINARIAS, EQUIPOS E INSTALACIONES.....	60
4.5. CONTROL DE INVENTARIOS Y PUNTO DE REORDEN.....	65
4.6. LOCALIZACIÓN	66
4.7. DISEÑO DE LA PLANTA	67

4.8.	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	68
4.9.	PROGRAMA DE PRODUCCIÓN	69
CAPÍTULO 5. ORGANIZACIÓN		70
5.1.	ÁREAS FUNCIONALES DE LA EMPRESA.....	70
5.2.	PERFIL Y DESCRIPCIÓN DE PUESTOS.....	71
5.3.	ORGANIGRAMA.....	72
5.4.	MARCO LEGAL.....	73
5.5.	REGIMEN FISCAL.....	83
5.6.	LICENCIAS Y PERMISOS PARA INICIAR OPERACIONES.....	85
5.6.1.	INSCRIPCIÓN AL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES (RFC)	85
5.6.2.	REGISTRO ESTATAL DE CAUSANTES (REC)	87
5.6.3.	LICENCIA DE USO DE SUELO	89
5.6.4.	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	90
5.6.5.	REGISTRO ANTE EL IMSS	90
5.6.6.	APERTURA DE ESTABLECIMIENTO ANTE LA SECRETARIA DE SALUD	92
5.6.7.	INSCRIPCIÓN EN EL SISTEMA DE INFORMACIÓN EMPRESARIAL (SIEM) ..	93
5.6.8.	INSCRIPCIÓN AL PADRON DE IMPORTADORES ANTE LA SECRETARIA DE ECONOMIA	94
5.6.9.	TRAMITE DEL REGISTRO DE LA PROPIEDAD.....	95
CAPÍTULO 6. ESTUDIO FINANCIERO		97
6.1.	PRESUPUESTO INICIAL.....	97
CAPÍTULO 7. EVALUACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIOECONÓMICO		107
7.1.	IMPACTO SOCIOECONÓMICO	109
A N E X O S.....		110
1.	SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	111
2.	ENCUESTA	112
2.1.1.	ANÁLISIS GENERAL.....	117
3.	REGISTRO DE LA MARCA	118
4.	REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES.....	121
5.	LICENCIA DE USO DE SUELO	125
6.	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	126
7.	REGISTRO ANTE EL INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL (IMSS).	127
8.	APERTURA DE ESTABLECIMIENTO ANTE LA SECRETARIA DE SALUD	130
9.	REGISTRO ANTE EL SIEM.....	131

10.	INSCRIPCIÓN AL PADRÓN DE IMPORTADORES.....	133
11.	REGISTRO DE LA PROPIEDAD	134
12.	ETIQUETA.....	135
13.	EMPAQUE Y EMBALAJE	136
14.	PUBLICIDAD	138
14.1.	REDES SOCIALES.....	139
14.2.	SERVICIOS SUBCONTRATADOS:	139
15.	DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE LA EMPRESA.....	141
	CONCLUSIÓN	146
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	150
	PÁGINAS ELECTRÓNICAS.	151

ÍNDICE DE TABLAS

2.1.1.	PALABRAS CLAVE USADAS EN CONCEPTOS DE PLAN DE NEGOCIOS	11
2.5.8.1.	ANÁLISIS DE CONTENIDO DE METODOLOGÍAS DE PLANES DE NEGOCIOS	30
3.4.1.	PRESENTACIÓN DE PAQUETES	39
3.7.1.	ANÁLISIS FODA	42
3.10.1.	MODELO CANVAS	45
3.15.1.	IDENTIFICACIÓN DE COMPETENCIA	50
3.16.1.	OFERTA Y DEMANDA	51
4.2.1.	VARIACIONES DE DULCES QUE OFRECE BOCADREAM	58
4.4.1.	MAQUINAS, EQUIPOS E INSTALACIONES	60
4.6.1.	ALTERNATIVAS DE LOCALIZACIÓN	66
4.9.1.	ACTIVIDADES PREOPERATIVAS	69
5.1.1.	ÁREAS FUNCIONALES DE LA EMPRESA	69
6.1.1.	PRESUPUESTO DE INSUMOS	97
6.1.2.	PRESUPUESTO DE MATERIAS PRIMAS	98
6.1.3.	MATERIAL Y EQUIPO	99
6.1.4.	COSTOS DE DEPRECIACIÓN	99
6.1.5.	MANO DE OBRA	100
6.1.6.	CONSTRUCCIÓN DEL LOCAL	101
6.1.7.	PROYECCIÓN DE COSTOS	101
6.1.8.	COSTOS TOTALES	102
6.1.9.	PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	103
6.1.10.	PROYECCIÓN DE INGRESOS	104
6.1.11.	ESTADO DE RESULTADOS	104
6.1.12.	FLUJO DE EFECTIVO	105
6.1.13.	PUNTO DE EQUILIBRIO	105

ÍNDICE DE FIGURAS

3.17.	LOGOTIPO	53
3.22.	PUBLICIDAD BOCADREAM	54
4.2.1.	MUESTRA DE MESA DE CUMPLEAÑOS	58
5.3.1.	ORGANIGRAMA	72

INTRODUCCIÓN

Hoy en día el emprender un negocio en México es una de las principales fuentes de empleo, ya que son negocios nuevos que ofrecen una solución a problemáticas o necesidades de la sociedad, brindando nuevos productos y fuentes de trabajo.

BocaDream es un servicio innovador que ofrece al mercado una amplia gama de mesas de snacks con productos de consumo general para hacer más ameno cualquier tipo de evento social.

En el presente plan de negocios se explican las partes fundamentales que materializan este proyecto, como por ejemplo, se da respuesta a las siguientes cuestiones: ¿Quién es?, ¿Qué ofrece?, y ¿Hacia dónde se dirige?

De igual manera se puede percibir que el servicio que se ofrece es aceptado por la sociedad, ya que en la investigación de mercado se encontraron respuestas favorables para poner en marcha dicho proyecto.

Con ello se muestra que este proyecto es rentable, además de divertido y sin igual, gracias a la amplia variedad de productos y servicios adicionales que se ofrecen y sirven como una ventaja competitiva en el mercado, y así captar la atención de más clientes.

El objetivo fundamental del estudio es mostrar que una empresa dedicada a Candy Bar es una idea muy rentable, para demostrar su efectividad el proyecto fue basado en la unidad de aprendizaje de Desarrollo Empresarial de la Licenciatura en Administración de noveno semestre ofertada en el Centro Universitario UAEM Ecatepec; ofreciendo cinco estudios correspondientes a los planes de negocio, en primer lugar el estudio de comercialización que consta de misión, visión, valores, utilidad del servicio, necesidades que atiende el servicio, ventaja competitiva, FODA, objetivos, estrategias, CANVAS, resumen ejecutivo, segmentación del mercado, mercado meta, investigación de mercado, análisis de la competencia, oferta y demanda, logotipo, definición del producto, marca y registro de marca, etiqueta, empaque y embalaje, publicidad, promoción, precio y plaza.

Posteriormente se presenta el estudio técnico, que muestra: objetivos de producción, especificaciones técnicas del servicio, proceso de producción, máquinas, equipos e instalaciones, control de inventarios y punto de reorden, localización, diseño de la planta, capacidad de producción y programa de producción.

En el estudio administrativo se definen las áreas funcionales de la empresa, perfil y descripción de puestos, organigrama, marco legal y régimen fiscal.

Siguiendo con el estudio financiero que es más complejo que los anteriores siendo el que muestra el retorno de la inversión, ofreciendo los siguientes puntos: presupuesto inicial y análisis financiero.

Finalizando con el impacto ambiental que ofrece las medidas que la empresa deberá tomar para disminuir el daño que sus funciones y operaciones puedan causar en su entorno.

Lo anterior se presenta dividido en siete capítulos para su análisis, presentando evidencias de la viabilidad que BocaDream tendría en el Municipio de Ecatepec de Morelos.

CAPÍTULO 1. METODOLOGÍA

Este capítulo tiene por objetivo determinar las bases principales que comprueban la realización de esta investigación por medio de planteamiento del problema, objetivos generales y específicos, tipo de investigación, método, instrumentos, procesos necesarios para el funcionamiento además, herramientas necesarias para la investigación y desarrollo.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

La industria de los eventos sociales en la actualidad ha dado un cambio por la gran cantidad de propuestas temáticas, mesas de dulces y organizadores de eventos que existen en la actualidad y esto es debido a que las personas que realizan una fiesta sienten la necesidad de ofrecer un mejor servicio a sus invitados y hacer de sus eventos algo diferente e inolvidable, no conformes con brindar un banquete ahora se han dado a la tarea de contratar personas que se dediquen a la colocación de *Candy bar* o dulces, pero sin ofrecer una garantía de satisfacción en los productos que ofrecen. Estas mesas son el *plus* o valor agregado que a sus fiestas e invitados les hace falta, además, las mesas de bocadillos se encuentran en un momento de innovación que permitiría un buen posicionamiento para cualquier persona que desee establecer una empresa que se dedique a este ramo donde ofrezca calidad en los productos y servicio, además de una garantía de que el establecimiento existe y no es una persona que ofrece un servicio sin ningún respaldo.

En el presente trabajo se realiza una investigación con la finalidad de determinar la viabilidad mercadológica, de producción, económica y financiera, que permita garantizar la realización del plan de negocios para una empresa dedicada a la colocación de *Candy bar* en la zona de Ecatepec de Morelos, dentro de los planes de la empresa está definir con claridad los objetivos del negocio y describir los métodos a utilizar para alcanzar los objetivos, así como también proyectar el crecimiento de la empresa a largo plazo.

Se pretende que la empresa sea viable para generar un proceso de producción y, para ello, se requiere contar con una plantilla de recursos humanos y la publicidad adecuada, mediante la planeación de negocios se deben establecer estas viabilidades lo cual es posible cuando el desarrollo de un negocio se sustenta en una planeación adecuada.

Conociendo las nuevas necesidades que la sociedad requiere para dar ese valor agregado a sus eventos y que además de buscar ese *plus* desean calidad, frescura, innovación y un establecimiento que respalde la compra, surge la siguiente pregunta para posteriormente dar respuesta.

¿Cuál es la viabilidad de mercado, producción, factor humano y económico para la implantación y desarrollo de una empresa de Candy Bar en el Municipio de Ecatepec de Morelos?

1.2. OBJETIVO.

Diseñar un plan de negocios para determinar la viabilidad de mercado, producción, factor humano y económico que permita garantizar la implantación y desarrollo de una empresa de *Candy bar* en el Municipio de Ecatepec.

1.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- I. Diseñar un estudio de comercialización para ofrecer una misión, visión, objetivos, FODA, segmentos de mercado a los que va destinado, propuesta de valor, canales de distribución que mejor se adecuan a la empresa, recursos y actividades clave, uso de las cuatro "P's" (precio, producto, promoción y plaza), características del producto, marca y ventaja competitiva.
- II. Diseñar un estudio técnico que determine las instalaciones, maquinaria, especificaciones del producto, descripción de los procesos de producción, diagramas de flujo y bloques, distribución y ubicación de la empresa.
- III. Diseñar un estudio administrativo que determine las áreas funcionales, organigrama, licencias y permisos para iniciar operaciones.
- IV.

- V. Diseñar un estudio financiero que determine la inversión inicial, balance general, comparativo y estado de resultados.
- VI. Diseñar un estudio de impacto y beneficio socioeconómico que defina el impacto ambiental, cultural, educativo, económico y beneficios sociales.

1.4. JUSTIFICACIÓN.

La revista entrepreneur (2017) dice que una dulcería boutique es uno de los giros más dinámicos con el que se pueden obtener márgenes de utilidad de hasta el 39% anual. Abarca un amplio espectro de consumidores, desde niños pequeños hasta adultos mayores. Es un negocio que trabaja todo el año, que maneja productos de rápida rotación y que se adaptan a las diferentes regiones del país. Por lo tanto puede ser considerado como una oportunidad de negocio independiente, además como línea de negocio alterna se podrían elaborar mesas y canastas de dulces para eventos sociales y corporativos, siendo las familias de nivel socioeconómico A/B, C+, C y D+ que gustan de dulces, postres y confitería en tiendas especializadas. Los niños a partir de tres años son los principales consumidores, pero el rango de edad se amplía hasta los 70 años.

Un estudio realizado por Nielsen (2014) dice que en Latinoamérica aproximadamente un tercio de todas las ventas en snacks corresponde a galletas y pastelitos. El 27 por ciento de los snacks son caramelos, el 23 por ciento son productos salados como papitas fritas y el 17 por ciento son productos refrigerados. El mercado de los snacks en América Latina representa un negocio de 30 mil millones de dólares. Y es un mercado que está en la mira de las grandes empresas fabricantes de este tipo de comida, ya que es la región geográfica con mayor crecimiento anual, 9 por ciento. Por tal razón es una idea que puede lograr una penetración en el mercado meta al que está dirigido.

La importancia de la creación de una empresa dedicada a la colocación de Candy bar radica en garantizar que existe una empresa que cuenta con una estructura prediseñada y procesos de operación que permiten la correcta administración. La idea del negocio pretende ayudar a mejorar en los procesos, calidad y servicio de otras empresas.

Los salones de eventos se ven en la obligación de renovar sus paquetes cada año, porque el consumidor está atento a lo que ofrece la competencia y necesitan innovación. Este servicio está enfocado a todo tipo de clientes, adaptándose a sus necesidades. La finalidad es tener la confianza de las personas que adquieren el servicio, contar con la seguridad de abrir nuevas sucursales en diferentes puntos estratégicos a partir del plan de negocios, siendo una fuente de creación de nuevas empresas ayudando a formalizar y hacer realidad el plan de negocios, llevando a cabo los procedimientos adecuados.

Desde el punto de vista social, estos negocios ayudan a generar empleos en la zona de Ecatepec de Morelos, contribuyendo a la economía de la población y en la nueva creación de negocios innovadores con los diferentes salones de eventos que están en las zonas aledañas.

Desde el punto de vista académico integra todos los conocimientos adquiridos en la licenciatura en administración como investigación de mercados, mezcla de MKT, capacidad de producción y estados financieros en el plan de negocios, y es necesario para que se pueda formalizar la empresa, que no sea aleatoria, sino repetible. Desde el punto de vista académico, permite hacer tangible el conocimiento administrativo que se inculca a los estudiantes de la Licenciatura en Administración.

1.5. MÉTODO

Para elaborar un plan de negocios no existe una estructura obligatoria definida, sino que se puede adoptar la estructura que se crea más idónea y conveniente de acuerdo a los objetivos que la empresa pretende alcanzar al realizar el plan, pero siempre se debe asegurar que sea entendible y que no carezca de orden ni de elementos importantes para la persona que lo está leyendo. Entre los elementos esenciales están:

- Resumen ejecutivo
- Definición del negocio
- Estudio de comercialización
- Estudio técnico

- Estudio administrativo
- Estudio financiero
- Estudio de impacto y beneficio socio-económico

Para la realización de este trabajo se basó en la unidad de aprendizaje de Desarrollo empresarial de la Licenciatura en Administración de noveno semestre impartida en el Centro Universitario UAEM Ecatepec ya que se revisaron distintas metodologías para la elaboración de un plan de negocios.

1.6. INSTRUMENTOS DE APOYO

Se realizó una encuesta de mercado a 800 personas, tomando en cuenta como base la población de la Zona de San Cristóbal Centro, Santa María Tulpetlac, Santa Clara y en Guadalupe Victoria. El servicio está dirigido a personas que tengan las siguientes características: Ser mujeres de entre 20 y 35 años de edad, tener un salario o sueldo fijo y tener un evento social o que se encuentre en la realización de uno.

1.7. MUESTRA

Ser mujeres de entre 20 y 35 años de edad, tener un salario o sueldo fijo y tener un evento social o que se encuentre en la realización de uno.

1.8. TÉCNICAS DE ANÁLISIS.

El análisis para las encuestas serán graficas que se realizarán en el programa Excel en su versión 2013.

CAPÍTULO 2. EMPRENDEDOR DE IDEAS

En este capítulo se presentan las principales conceptualizaciones de un plan de negocios y la utilidad que tiene principalmente para la puesta en marcha de un negocio. Se presenta un cuadro comparativo con los de los diferentes conceptos para así proporcionar uno nuevo.

2.1. PLAN DE NEGOCIOS

Para Karen Weinberger (2009), *“el plan de negocios es un documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planeación. Este plan sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos. Lo que busca este documento es combinar la forma y el contenido. La forma se refiere a la estructura, redacción e ilustración, cuánto llama la atención, cuán “amigable” contenido se refiere al plan como propuesta de inversión, la calidad de la idea, la información financiera, el análisis y la oportunidad de mercado”*. Es más fácil para las nuevas empresas la puesta en marcha de un negocio si se cuenta con este tipo de planes de negocios, debido a la facilidad a que está hecho para ser leído de manera clara.

El Instituto Nacional del Emprendedor define al plan de negocios como *“una guía para el emprendedor o empresario. Se trata de un documento donde se describe un negocio, se analiza la situación del mercado y se establecen las acciones que se realizarán en el futuro, junto a las correspondientes estrategias que serán implementadas, tanto para la promoción como para la fabricación de un producto o servicio”* (INADEM, 2015). Cuando se tiene la idea de un negocio, es difícil llevarla a cabo debido a que las cosas no se tienen claras; sin embargo, el plan de negocios es una guía que ayuda a entender cómo será la implementación del mismo en el negocio.

Longenecker, Moore y Petty (2001), definen el plan de negocios como *“un documento escrito que establece la idea básica que subyace en un negocio y*

determina también los aspectos o consideraciones que tienen que ver con su inicio". Para los negocios nuevos, un plan de negocios posee 4 objetivos básicos:

- *Identificar la naturaleza y contexto que representa una oportunidad de negocios.*
¿Por qué existe tal oportunidad?
- *Presentar el enfoque que se pretende tomar para desarrollar la oportunidad.*
- *Identificar los factores que más probabilidades tengan para determinar si se tendrá éxito.*
- *Servir como herramienta para captar recursos para el Financiamiento.*

En lo fundamental la preparación de un plan de negocios es un proceso continuo y sólo en segundo término el medio para llegar a un producto o resultado final. Con la ayuda del plan de negocios se puede saber si la oportunidad de negocio que se tiene es viable y tendrá éxito de principio a fin.

Rodríguez (2001) engloba el plan de negocios y los denomina "*planes de acción*" refiriéndose a ellos como *una orientación que dirige alguna área funcional de la empresa y del cual se derivan las decisiones, acciones, y procedimientos de la dirección superior*".

Para Lambing y Kuehl (1998) "*un plan de negocio bien escrito constituye una evidencia de la capacidad del empresario para planear y administrar su compañía*". El plan de negocio ayuda a la correcta administración y planificación de una empresa, dando oportunidad de crecimiento.

Anzola (1998: 24) indica que "*es una forma de aprovechar, a través del trabajo en equipo o de la iniciativa individual, todo el potencial creativo de quienes hacen un trabajo, generando una mayor participación y rendimientos adicionales, para todos los participantes*". Es una herramienta muy útil para que la empresa tenga éxito, ayuda al trabajo en equipo entre los colaboradores.

Para Siegel, For y Bornstein (1993) un plan de negocios tiene 3 definiciones.

- *Primero, y la más importante, es un plan que se puede utilizar para darnos idea de cómo debe ser dirigido el negocio. Brinda la oportunidad de afinar estrategias y cometer errores en papel, en vez de hacerlas en el mundo real, examinando a la empresa desde todas las perspectivas, tales como mercadotecnia, finanzas y operaciones.*
- *Segundo, un plan de negocios es una herramienta retrospectiva, contra la cual el administrador puede determinar el funcionamiento real de una empresa en un cierto plazo. Por ejemplo, la parte financiera de un plan de puede utilizar como base para un presupuesto de funcionamiento, y se puede supervisar cuidadosamente para considerar que tanto el negocio se está apegando a ese presupuesto.*
- *Tercero, un plan de negocio sirve para mostrar a la gente lo que realmente le interesa de un negocio, es decir, la forma en que se van a obtener utilidades. La mayoría de los inversionistas no pondrán su dinero en un negocio sin ver antes un plan.*

Siegel (1993) menciona que un plan de negocios, *“es un documento diseñado para trazar el curso de una compañía en un periodo específico. Muchas compañías escriben sus planes anualmente, que ponen énfasis en los 12 meses siguientes, y presentan de forma más general los 4 años siguientes. Pocos planes de negocio se proyectan más allá de 5 años”* Para las empresas es muy importante conocer la viabilidad que se tiene con base al plan de negocios, con esto será más fácil invertir o no en el proyecto.

Fleitman (2000) dice que *“un plan de negocios es un instrumento clave y fundamental para el éxito de los empresarios. Es una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa o proyecto con un sistema de planeación tendiente a alcanzar metas determinadas.*

El plan define las etapas de desarrollo de un proyecto de empresa y es una guía que facilita la creación o el crecimiento de la misma. Es también una carta de presentación para posibles inversionistas o para obtener financiamiento. Además, reduce la curva de aprendizaje, minimiza la incertidumbre y el riesgo del inicio o crecimiento de una empresa, amén de que facilita el análisis de la viabilidad,

factibilidad técnica y económica de un proyecto. Debe transmitir a los nuevos inversionistas, a los accionistas y a los financieros, los factores que harán de la empresa un éxito, la forma en la que recuperan su inversión y en el caso de no lograr las expectativas de los socios, la fórmula para terminar la sociedad y cerrar la empresa". Las etapas del plan de negocios son fundamentales para saber si el negocio tiene crecimiento a largo plazo y si es viable para arriesgarse a invertir.

En la tabla 2.1.1 se observa que existe una coincidencia en algunos conceptos, por lo que a continuación se presenta la recurrencia y casualidad que existe entre estos conceptos para así ofrecer una propia

TABLA 2.1.1

Palabras clave usadas en conceptos de plan de negocios

PALABRAS CLAVE USADAS EN CONCEPTOS DE PLAN DE NEGOCIOS								
Autor	Documento	Planeación	Guía	Negocio	Empresa	Empresario	Análisis	Idea
Siegel (1993)	X							
Anzola (1998)								
Lambing y Kuehl (1998)		X						
Fleitmam (2000)	X					X		
Rodríguez (2001)		X	X		X			
Longenecker Moore (2001)	X			X				X
Karen Weingeberg (2009)	X	X	X	X				
INADEM (2015)	X		X	X		X	X	
TOTAL	5	3	3	3	1	2	1	1

Continúa en la siguiente página

Tabla 2.1.1 Análisis de contenido de metodologías de planes de negocios (continuación)

PALABRAS CLAVE USADAS EN CONCEPTOS DE PLAN DE NEGOCIOS									
AUTOR	Administrar	Compañía	Éxito	Equipo	Instrumento	Estrategias	Futuro	Producto	Servicio
Siegel (1993)		X							
Anzola (1998)			X	X					
Lambing y Kuehl (1998)	X	X							
Fleitmam (2000)			X						
Rodríguez (2001)									
Longenecker Moore (2001)						X			
Karen Weingeberg (2009)									
INADEM (2015)						X	X	X	X
TOTAL	1	2	2	1	1	1	1	1	1

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la similitud de palabras encontradas se define al plan de negocios como “un documento escrito que sirve como guía para el empresario o emprendedor, donde se estructura un producto o servicio analizando la situación de inversión, estableciendo acciones y estrategias que beneficiarán al negocio en el futuro”.

2.2. UTILIDAD DE PLAN DE NEGOCIOS

La finalidad de los planes, es hacer posible el cumplimiento de los objetivos. Estos son la expresión concreta del objeto que persigue una empresa, es decir, lo que se propone hacer y lo que se piensa obtener con esta acción. Los planes de negocio abarcan el propósito de dirigir con base a las decisiones que se tienen en la empresa.

Karen Weinberger (2009: 35) en su libro Plan de negocios, herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio, dice que *el plan de negocios es una herramienta de comunicación escrita que tiene esencialmente dos funciones: una que se puede llamar administrativa o interna y otra que es conocida como financiera o externa.*

Desde el punto de vista interno, el plan de negocios sirve para:

- *Conocer en detalle el entorno en el cual se desarrollarán las actividades de la empresa.*
- *Precisar las oportunidades y amenazas del entorno, así como las fortalezas y debilidades de la empresa.*
- *Estar atentos a los cambios que pudieran representar una amenaza para la empresa y así anticiparse a cualquier contingencia que disminuiría la probabilidad de éxito de la empresa.*
- *Dar a conocer cómo se organizarán los recursos de la empresa en función a los objetivos y la visión del empresario.*
- *Atraer a las personas que se requieran para el equipo empresarial y el equipo ejecutivo.*
- *Evaluar el potencial real de la demanda y las características del mercado objetivo.*
- *Determinar las variables críticas de la empresa y aquellas que exigen un control permanente, como los puntos críticos en los procesos.*

Por otro lado, la función financiera o externa del plan de negocios está orientada a:

- *La búsqueda y consecución de los recursos del proyecto, especialmente los financieros.*

- *Informar a posibles inversionistas, sean entidades de crédito o cualquier otra persona natural*
- *Jurídica, acerca de la rentabilidad esperada y el periodo de retorno de la inversión.*
- *Buscar proveedores y clientes, con quienes establecer relaciones confiables y de largo plazo, que generen compromisos entre los interesados.*
- *Vender la idea a potenciales socios como accionistas, proveedores, clientes, sociedad en su conjunto.*
- *En general, la esencia de un plan de negocios es comunicar a todos los stakeholders (grupos de interés), que la empresa:*
 - a) *Dispone de un excelente producto o servicio con muchos clientes dispuestos a adquirirlos.*
 - b) *Cuenta con un excelente equipo empresarial y gerencial, con habilidades humanas, técnicas y administrativas destacadas.*
 - c) *Mantiene bien informados a sus clientes y proveedores, acerca de la forma de operación, los resultados esperados y las estrategias que permitirán alcanzar los objetivos establecidos y cumplir con la visión del empresario.*

La utilidad del plan de negocios ayuda a planificar y analizar la situación de la empresa. El plan de negocios ayuda a conocer la empresa a fondo, saber cuáles son las áreas de oportunidad, ayuda a detectar viabilidad en el negocio.

2.3. VENTAJAS DEL PLAN DE NEGOCIOS.

El plan de negocios da la seguridad a una empresa de tener sentido operativo, financiero, administrativo y mercadológico.

Nos permite hacer una evaluación al desempeño del negocio previo a la puesta en marcha del plan, esto nos ayuda a saber en que beneficiará el plan de negocios a futuro.

Ayuda a clarificar y enfocar las metas y objetivos del negocio.

Herramienta útil para conseguir elementos claves del negocio:

- Inversionistas.
- Proveedores.
- Equipo directivo.

Un artículo en la revista entrepreneur (2016) dice que se toma como punto de referencia para planes de nuevos proyectos que aparezcan a medida que el negocio evoluciona.

2.4. BENEFICIOS DEL PLAN DE NEGOCIOS.

El Instituto Politécnico Nacional (IPN, 2017), desarrolló su propia guía para elaborar un plan de negocios y destaca ocho beneficios clave:

1. Ayuda a clarificar y enfocar las metas y objetivos del negocio.
2. Ayuda a coordinar los diferentes factores de un negocio que son necesarios para el éxito.
3. Permite confrontar las ideas con la realidad porque la dinámica del plan fuerza a considerar todos los factores relevantes del negocio, sin olvidarse de ninguno.
4. Es una herramienta muy útil para conseguir la adhesión de elementos claves del negocio: inversionistas, proveedores, equipo directivo, etc.
5. Es un cronograma de actividades que permite coordinar la realización de tareas de acuerdo con un calendario establecido.
6. Es una herramienta para el modelado del negocio que permite trabajar con flexibilidad en la organización, al ofrecer la posibilidad de realizar cambios cuando algunos de los factores del negocio experimentan variaciones.
7. Es un instrumento de control que permita detectar desviaciones del plan original, así como evaluar el progreso del proyecto y ajustar el plan en función de resultados parciales.
8. Es un punto de referencia para futuros planes de nuevos proyectos que aparezcan a medida que el negocio evoluciona (Entrepreneur, 2017).

2.5. TIPOS DE PLANES DE NEGOCIOS.

Los planes de negocios son oportunidades para mejorar un negocio, permite realizar un proceso de planeación y elegir el camino adecuado con base a lo que la empresa desee.

Se presentan una serie de diferentes tipos de planes de negocios de los que se tomará el que se ajuste a las necesidades y objetivos de BocaDream.

Según Karen Weinberger (2009), *los planes de negocio sirven para presentar oportunidades de negocio, brindar información a potenciales inversionistas y además como una guía para la puesta en marcha y el desarrollo de las actividades de una empresa. Sin embargo, hay muchos tipos de planes de negocios que responden a las necesidades particulares de cada empresario o cada tipo de empresa.* En algunos casos, es posible desarrollar un mini plan de negocios, con la finalidad de profundizar luego en su análisis, siempre y cuando logre despertar la curiosidad y el interés de un inversionista.

El análisis de un mini plan de negocios, o más específicamente de una oportunidad de negocios, se estructura de la siguiente manera:

1. Concepto o idea de la empresa o negocio.
2. Modelo de la empresa o negocio.
3. Perfil del mercado objetivo: tamaño del mercado potencial y mercado objetivo, estrategia de mercado.
4. Información del entorno que pudiera influir en el modelo de negocio y desempeño de la organización.
5. Disponibilidad y acceso a recursos naturales o físicos.
6. Disponibilidad y acceso a recursos humanos calificados.
7. Tecnología que se empleará para el desarrollo de productos o servicios.
8. Redes empresariales.
9. Recursos financieros.

10. Análisis de la oportunidad.

11. Cronograma para la puesta en marcha de la idea de negocio.

2.5.1. METODOLOGÍA PARA LA ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS DE ARIAS, PORTILLA Y ACEVEDO.

En esta metodología se presentan nueve pasos a seguir en la elaboración, en esta metodología se presentan nueve pasos a desarrollar para la elaboración del plan de negocios, en la mayoría de los planes puede variar el orden de la información, como lo es en este caso.

- 1. **Resumen ejecutivo:** Está diseñado para capturar el interés de los tomadores de decisiones y debe contener un breve resumen de los aspectos principales del negocio.*
- 2. **Alineación estratégica del negocio:** El plan de negocios debe estar coordinado con el plan estratégico de la empresa, de tal manera que se pueda establecer una relación entre sus objetivos y los objetivos generales de la misma.*
- 3. **Producto o servicio:** El plan de negocios se deriva de un producto o servicio innovador y del valor que represente para el consumidor final. Es importante indicar la forma como el producto se diferencia de aquellos que se encuentran o estarán en el mercado.*
- 4. **Equipo gerencial:** En esta parte se describen las fortalezas del equipo gerencial. Al describir las destrezas se debe estar seguro de enfatizar aquellas que tengan una particular importancia para implementar sus planes específicos. La experiencia profesional y logros laborales tienen mayor peso que los títulos académicos.*
- 5. **Mercado y competencia:** El entendimiento de los clientes y sus necesidades constituye la base de un plan de negocio exitoso. Solamente serán sus compradores los clientes a quienes se convenza de que están obteniendo un valor mayor al adquirir los productos del proyecto en lugar de los de sus competidores.*

6. **Sistema de negocio:** *Cada iniciativa empresarial está compuesta de una interrelación de actividades individuales. Cuando éstas están presentes y en relación unas con otras, resulta un sistema de negocio*
7. **Cronograma de implementación:** *Un plan realista a cinco (5) años inspirará credibilidad entre inversionistas y asociados en el negocio. Además, le ayuda a pensar en las diferentes actividades y sus interdependencias, que pueden ser:*
 - a) *Diseño del cronograma de implementación.*
 - b) *Planeación de recursos humanos.*
 - c) *Planeación de las inversiones y la depreciación.*
 - d) *Control y seguimiento de la inversión.*
8. **Oportunidades y riesgos:** *El objeto de este ejercicio es identificar el margen de error por desviaciones de sus supuestos. Si es posible con un esfuerzo razonable, sería deseable contar con los escenarios optimistas y pesimista a partir de cambios en los parámetros claves. Es aquí donde se identifican los riesgos y las oportunidades.*
9. **Planeación financiera:** *La planeación financiera lo asiste siempre y cuando el concepto de negocio sea rentable y pueda ser financiado. Para esto los resultados de los puntos anteriores deben ser resumidos y consolidados. El crecimiento en valor resulta de los flujos de caja de la operación del negocio. Estos son relevantes para la planeación de la liquidez del negocio que además produce información de las necesidades de financiación de su negocio (Arias, Portilla & Acevedo, 2008).*

Los requerimientos mínimos que debe incluir la planeación financiera de un negocio son las proyecciones por cinco años, o al menos un año después del punto de quiebre, esto es la generación de flujo de caja positivo.

2.5.2. METODOLOGÍA DE OSTERWALDER Y PIGNER.

Osterwalder (2009) ofrece un plan de negocios de nueve puntos iniciando por el segmento de mercado, para continuar con propuesta de valor, canales de

distribución, relación con los consumidores, flujo de efectivo, recursos clave, actividades y socios clave, así como estructura de costos.

1. **Segmento del mercado:** Los consumidores constituyen el elemento primordial de cualquier modelo de negocio, sin ellos la compañía sería incapaz de sobrevivir mucho tiempo.
2. **Propuesta de valor:** Es la razón por la cual los consumidores prefieren a esa empresa sobre las demás. Forma en que la empresa resuelve un problema o satisface una necesidad del cliente.
3. **Canales de distribución:** Es la forma en que la empresa hará llegar los productos a sus consumidores. Estos canales juegan un papel importante en la experiencia del consumidor, además de dar a conocer los productos y servicios de una compañía, permiten a los consumidores evaluar fácilmente la propuesta de valor.
4. **Relación con los consumidores:** La empresa debe establecer el tipo de relación que desea con los segmentos de mercado que le interesan. Las relaciones pueden ser de dos tipos: personales y automatizadas.
5. **Flujos de efectivo:** Es imprescindible que la empresa se cuestione hasta qué precio estaría dispuesto a pagar por su producto un consumidor del segmento de mercado al que se dirige y con base en esto, elegir la estrategia de precio.
6. **Recursos clave:** Bienes más importantes para trabajar el modelo de negocio. Permiten a la empresa crear y ofrecer la propuesta de valor, mantener relación con los segmentos del mercado y, por supuesto, obtener ganancias; incluye todos los tipos de recursos: físicos, de información, técnicos, humanos y financieros.
7. **Actividades clave:** Describe las acciones más importantes que una empresa realiza para hacer funcionar su modelo de negocio, pueden relacionarse con la producción, la prevención y solución de problemas o el desarrollo de sistemas de soporte a la logística de operación.
8. **Socios clave:** Red de proveedores y socios que hacen funcionar el modelo de negocio. Implica crear alianzas estratégicas para optimizar el modelo de negocio, reducir el riesgo, o adquirir recursos.

9. **Estructura de costos:** Incluye todos los costos en que se incurre, tanto para poner en marcha el modelo de negocio, como para crear y entregar el valor ofertado en la propuesta, así como mantener las relaciones con el consumidor, y generar ingresos.

2.5.3. METODOLOGÍA DE RAMÍREZ

Para Ramírez (2007) es importante en primer punto conocer el concepto de negocio y la diferencia entre producto y servicio ya que de ahí se partirá para ofrecer un correcto plan de negocios.

1. **Concepto de negocio:** *Los clientes invierten en un producto/servicio si les ofrece algo diferente a la oferta de la competencia. Se trata del valor para el cliente, si es que éste percibe ventajas en el precio, en el servicio posventa o en su funcionalidad.*
2. **Diferenciación del producto o servicio:** *Es cuando el cliente percibe que obtiene más valor del que otros productos ofrecen. Existen ocho tipos de diferenciaciones: ventajas del producto, adelantarse a la competencia, ubicación, servicio, combinación de productos/servicios, funcionalidad, alianzas con otras empresas y reputación.*
3. **Diferenciación mediante bajos costos:** *Con esta ventaja el cliente percibe que el costo del producto/ servicio es menor al de la competencia, con relación al beneficio que recibe de él.*
4. **Mercados y clientes:** *El alcance define los segmentos de mercado o áreas geográficas en donde se ofrecerá el valor, así como la definición de los diferentes tipos de productos o servicios derivados del valor.*
5. **Dimensionamiento financiero:** *Una parte importante de beneficiarse del valor que las empresas ofrecen a los clientes es contar con una estrategia de fijación de precios apropiada.*
6. **Modelo de ingresos:** *Un factor crucial del análisis del modelo de negocio es la determinación de las fuentes de ingresos y beneficios de la empresa. En la actualidad, la mayor parte de las empresas recibe sus ingresos directamente de la venta de sus productos o servicios.*

7. **Cadena de valor y estructura de procesos:** *Para entregar valor al cliente, las empresas deben realizar actividades que apuntalan el valor, esas tareas se interconectan para generar valor a la empresa.*
8. **Recursos e infraestructura:** *Define la implementación (operación), mediante los recursos e infraestructura (organización) de la empresa, al identificar su relación con la estrategia, la estructura, los sistemas y la gente.*
9. **Capacidades en entrega de servicios o productos:** *El grado en el que la ventaja es sostenible depende de cuán inimitable y difícil de sustituir sea. Hay dos razones por las que es difícil replicar o adquirir estas ventajas:*
 - *Es difícil imitar el contenido histórico en el cual se desarrollaron las ventajas.*
 - *Toma tiempo desarrollar las capacidades, dado que existe una gran ventaja de los iniciadores, la cual es complicada de igualar (alcanzar).*
10. **Sustentabilidad:** *Para sostener una ventaja competitiva, las empresas pueden, de acuerdo con sus capacidades, entorno y tecnología empleada, utilizar alguna de las siguientes estrategias genéricas: La de bloqueo creando barreras para que no las imiten, innovación frecuente o mediante alianzas estratégicas para fortalecer su modelo de negocio.*

2.5.4. METODOLOGÍA DE INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN DEL DESARROLLO ECONÓMICO Y TECNOLÓGICO A.C.

Para el Instituto de Investigación del Desarrollo Económico (2006) se debe presentar ante todo el resumen ejecutivo ya que de ahí se verá la importancia del proyecto, seguido por el perfil de la empresa.

1. Resumen Ejecutivo

2. Descripción o Perfil de la Empresa

- *Antecedentes de la Empresa*
- *Cultura Corporativa: Misión, Visión y Valores*
- *Análisis FODA*

- *Objetivos y Estrategias*

3. Organización Legal de la Empresa

- *Forma legal adoptada*

4. Mercado

- *Descripción de los productos o servicios existentes (oferta)*
- *Clientes (comportamiento)*
- *Competencia (Análisis)*
- *Estrategia comercial (4P's)*

5. Diseño Técnico

- *Localización (factores condicionantes para la localización)*
- *Requerimientos del proyecto*
- *Descripción del sitio*
- *Principales factores condicionantes del tamaño*
- *Capacidad de producción*
- *Selección de la tecnología*
- *Descripción del proceso de producción*
- *Necesidades de maquinaria y equipo, mano de obra, insumos, infraestructura*
- *Diagrama de Gantt (Cronograma de actividades)*

6. Análisis Económico-Financiero

- *Descripción de la situación actual del proyecto*
- *Estados de situación financiera*
- *Ingresos proyectados a 5 años*
- *Estados de pérdidas y ganancias proyectados a 5 años*
- *Presupuesto de inversiones*
- *Indicadores Económicos*

7.- Conclusiones

En este apartado se muestran las conclusiones del plan de negocios, donde se aborda si el proyecto resulto viable o no.

2.5.5. METODOLOGÍA DE NAVEROS.

Para Naveros (2009) lo correcto es presentar el proyecto y estudio de mercado como primeros puntos ya que cree que al ofrecer estas dos partes se demostrarán y entenderá la idea del producto.

1. Presentación general del proyecto.

- *Objetivos personales y de la empresa.*
- *Definición del producto o servicio: La idea del producto o servicio, la necesidad que satisface y el valor añadido que se ofrece al mercado.*
- *Presentación de la persona emprendedora (currículum que lo avale como emprendedor).*

2. Estudio de mercado.

- *Introducción: La información del mercado, conocer el mercado y factores de todo tipo que afectarán a la empresa.*
- *La estructura general del mercado (macro-entorno)*
- *Micro- entorno (proveedores, competidores y clientes)*

3. Plan comercial: La interacción con el mercado.

- *Producto.*
- *Precio.*
- *El punto de venta y la distribución.*
- *La comunicación y la publicidad.*
- *Control, evaluación y la toma de decisiones.*

4. Plan de producción o prestación de servicios.

- *Localización física de las instalaciones.*
- *El proceso de producción: Descripción del producto y del proceso.*
- *Relación de elementos detallados para la producción: Fijos y variables.*
- *Costes unitarios y capacidad máxima de producción o prestación.*

5. Los recursos humanos.

- *Los socios. Microempresa intensiva en capital humano.*
- *Las decisiones de personal.*
- *Confeción del organigrama general de análisis de puestos de trabajo.*

- *Gestión de los RRHH: Métodos de selección de personal, planes de formación, tipo de contrato y subcontrataciones.*

6. Análisis económico financiero.

- *Previsión de ingresos.*
- *Previsión de gastos fijos y variables: Las inversiones.*
- *El balance.*
- *La cuenta pérdida y ganancia.*
- *La previsión de tesorería.*
- *Algunas ratios: El punto de equilibrio, el rendimiento y la rentabilidad.*

7. Conclusiones.

En este apartado se muestran las conclusiones del plan de negocios, donde se aborda si el proyecto resulto viable o no.

2.5.6. METODOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO (UAEM).

En la UAEM (2004) se ha tomado como base la unidad de aprendizaje de la materia de Desarrollo empresarial de la Licenciatura en Administración de noveno semestre impartida en el Centro Universitario UAEM Ecatepec retomando algunos de los elementos del Modelo de Incubación de la empresas de la UAEMéx y uno de los más completos que existen a diferencia de los anteriores. Dividido en cinco estudios y en cada uno de ellos muestra la estructura de la empresa y su razón de ser.

1. Estudio de comercialización.

- *Misión.*
- *Visión.*
- *Valores.*
- *Utilidad del servicio.*
- *Necesidades que atiende el servicio.*
- *Ventaja competitiva.*
- *FODA.*
- *Objetivos.*

- *Estrategias.*
- *CANVAS.*
- *Resumen ejecutivo.*
- *Segmentación del mercado.*
- *Mercado meta.*
- *Investigación de mercado.*
- *Análisis de la competencia.*
- *Oferta y demanda.*
- *Logotipo.*
- *Definición del producto.*
- *Marca y registro de marca.*
- *Etiqueta.*
- *Empaque y embalaje.*
- *Publicidad.*
- *Promoción.*
- *Precio.*
- *Plaza.*

2. Estudio técnico.

- *Objetivos de producción.*
- *Especificaciones técnicas del servicio.*
- *Proceso de producción.*
- *Máquinas, equipos e instalaciones.*
- *Control de inventarios y punto de reorden.*
- *Localización.*
- *Diseño de la planta.*
- *Capacidad de producción.*
- *Programa de producción.*

3. Estudio administrativo.

- *Áreas funcionales de la empresa.*
- *Perfil y descripción de puestos.*
- *Organigrama.*

- *Marco legal.*
- *Régimen fiscal.*
- *Licencias y permisos para iniciar operaciones.*

4. Estudio financiero.

- *Presupuesto inicial.*
- *Análisis financiero.*

5. Impacto ambiental y socioeconómico.

El impacto ambiental y socioeconómico, depende del tipo de producto o servicio del plan de negocios.

2.5.7. METODOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO (UNAM).

En la UNAM (2017) el plan de negocios deberá contener los aspectos que más pueden incidir en el éxito de un proyecto. En este sentido, se recomienda que considere lo siguiente:

1. Resumen ejecutivo

2. Situación actual

- *Dirección y gerencia*
- *Análisis de mercado*
- *Análisis de la posición estratégica de la empresa*

3. Planeación estratégica de la empresa

- *Estrategia para el desarrollo de ventajas competitivas únicas y sostenibles*
- *Factores de riesgo*

4. Factibilidad Mercadológica.

- *Plan de mercadotecnia*

5. Estructura organizacional

- *Recursos humanos y estructura organizacional*

6. Factibilidad técnica

- *Proceso productivo y operativo*

7. Factibilidad financiera

- *Estructura financiera*
- *Análisis de sensibilidad*

8. Anexos.

2.5.8. METODOLOGÍA DEL INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL (IPN).

El IPN (2008) ofrece ocho puntos, resumen ejecutivo, análisis FODA, descripción de la empresa, análisis de mercado, operaciones, organización y dirección, análisis financieros y anexos.

1. Resumen ejecutivo

Debe describir en pocas palabras el producto o servicio, el mercado, la empresa, los factores de éxito del proyecto, los resultados esperados, las necesidades de financiamiento y las conclusiones generales.

2. Análisis FODA

El Análisis FODA o Análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas es una herramienta que se utiliza para conocer la situación presente de una empresa, identifica las amenazas y oportunidades que surgen del ambiente y determinar las fortalezas y debilidades internas de la organización.

3. Descripción de la empresa

Contiene la información básica del contexto y el concepto del negocio. Debe explicar qué es la empresa y qué hace. Debe incluir la historia sobre como llegó al punto o posición en que se encuentra hoy en día y hacia dónde intenta ir en el futuro. Esta sección deberá dividirse en dos, la primera deberá contener la información sobre la empresa y la segunda la información sobre el producto.

4. Análisis de mercado

El análisis de mercado es un estudio que tiene como propósito demostrar la posibilidad real de participación de un producto o servicio en un mercado determinado.

El análisis de mercado busca primordialmente definir el tamaño total del mercado, estimar el volumen o cantidad que se comercializará del bien o servicio, definir el segmento de mercado al cual se va a enfocar la empresa, identificar la competencia tanto directa como indirecta.

5. Operaciones.

En esta sección del plan de negocios se deben definir y especificar las operaciones así como el equipamiento necesario para generar y entregar su producto y/o servicio.

Algunos de los recursos que se deben considerar para la implementación del proyecto son las instalaciones, maquinaria y equipo, instrumentación, insumos, capital humano.

6. Organización y dirección

En esta parte del plan de negocios se debe describir la estructura organizacional y a los miembros clave del equipo directivo. Es necesario demostrar con claridad que cada persona del equipo es la más adecuada para las funciones que estarán a su cargo.

7. Análisis financiero

El desarrollo del análisis financiero tiene como objetivos principales el conocer la inversión o financiamiento necesario para el negocio, determinar los ingresos esperados, la tasa interna de rendimiento y de retorno de la inversión, así como el tiempo requerido para alcanzar el punto de equilibrio.

8. Anexos

Los anexos se ubican después de las conclusiones e incluyen datos de soporte al contenido del plan de negocios.

En lo posible, conviene evitar una gran cantidad de información en los anexos, a menos que sea indispensable. Todo lo que pueda ser incluido en el cuerpo principal debe figurar ahí.

La tabla 2.5.8.1 contiene la comparación de las metodologías de los planes de negocios, de las diferentes instituciones y autores más reconocidos.

Tabla 2.5.8.1. Análisis de contenido de metodologías de planes de negocios

AUTOR	Generales	Emprendedor (Ideas y naturaleza del proyecto)
	Portada, índice, introducción, paginación, formato, conclusiones, bibliografía.	Misión, visión, valores, utilidad del producto, necesidad que atiende, ventajas competitivas, FODA, objetivos, estrategias, CANVAS, resumen ejecutivo.
Arias, Portilla & Acevedo (2008)	X	X
Osteralder y Pigner (2009)		X
Ramírez (2007)	X	X
Instituto de Investigación del Desarrollo Económico y Tecnológico A.C.	X	X
Salazar. (2006)	X	X
Naveros. (2009)	X	X
UAEM (2004)	X	X
UNAM (2017)	X	X
IPN (2008)	X	X

Continúa en la siguiente página

Tabla 2.5.8.1. Análisis de contenido de metodologías de planes de negocios (continuación)

AUTOR	Estudio de comercialización	Estudio administrativo
	Segmentación del mercado, mercado meta, investigación de mercado, análisis de la competencia, oferta y demanda, logotipo, definición del producto, marca y registro de la marca, etiqueta, empaque y embalaje, publicidad, promoción, precio y plaza.	Áreas funcionales de la empresa, perfil y descripción de puestos, organigrama, marco legal de la organización, régimen fiscal, licencias y permisos para iniciar operaciones.
Arias, Portilla & Acevedo. (2008)	X	X
Osteralder y Pigner (2009)		
Ramírez (2007)	X	X
Instituto de Investigación del Desarrollo Económico y Tecnológico A.C.	X	X
Salazar. (2006)	X	X
Naveros. (2009)	X	X
UAEM (2004)	X	X
UNAM (2017)	X	X
IPN (2008)	X	X

Continúa en la siguiente página

Tabla 2.5.8.1. Análisis de contenido de metodologías de planes de negocios (continuación)

AUTOR	Estudio técnico	Estudio financiero	Impacto ambiental y socioeconómico
	Especificaciones técnicas, proceso de producción, capacidad de producción, maquinaria, equipo e instalaciones, materia prima, ubicación de plantas y oficinas, programa de producción.	Inversión inicial, fuentes de financiamiento, estados financieros, punto de equilibrio.	Impacto económico, impacto en el ambiente natural, impacto cultural y educativo, beneficios sociales.
Arias, Portilla & Acevedo. (2008)	X	X	
Osteralder y Pigner (2009)			
Ramírez (2007)	X	X	
Instituto de Investigación del Desarrollo Económico y Tecnológico A.C.			
Salazar. (2006)	X	X	
Naveros. (2009)	X	X	
UAEM (2004)	X	X	X
UNAM (2017)	x	X	
IPN (2008)	X	X	

Fuente: Elaboración propia

Después de revisar cada una de las propuestas de plan de negocios y haciendo la comparación con cada uno sus elementos, se toma la decisión de basarlo en el que ofrece la Universidad Autónoma del Estado de México a través de la materia de Desarrollo Empresarial de la Licenciatura en Administración de noveno semestre impartida en el Centro Universitario UAEM Ecatepec, ya que es el más completo de todos los comparados en la tabla anterior y en caso de presentar el proyecto ante alguna de las instituciones comparadas es más factible eliminar o agregar la información que establezca la convocatoria.

2.6. INSTITUCIONES QUE APOYAN AL EMPRENDEDOR.

El Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM, 2017) es un órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Economía, que tiene por objeto instrumentar, ejecutar y coordinar la política nacional de apoyo incluyente a emprendedores y a las micro, pequeñas y medianas empresas, impulsando su innovación, competitividad y proyección en los mercados nacional e internacional para aumentar su contribución al desarrollo económico y bienestar social, así como coadyuvar al desarrollo de políticas que fomenten la cultura y productividad empresarial.

Como organismo público especializado de vanguardia, fomentará e impulsará la cultura emprendedora; apoyará la creación y consolidación de más micro, pequeñas y medianas empresas; facilitará que más empresas crezcan de micro a pequeñas, de pequeñas a medianas y de medianas a grandes; y potenciará su inserción exitosa y competitiva en los mercados internacionales. Sobre todo, acercará los esquemas de financiamiento a la actividad productiva para que verdaderamente llegue a quienes lo requieran (INADEM, 2017).

2.6.1. INCUBADORAS Y ACELERADORAS.

El Instituto Nacional del Emprendedor en su labor de impulsar estrategias para el ecosistema emprendedor, realiza el Proceso de Reconocimiento de Aceleradoras e Incubadoras de empresas que ya forman parte de la Red de Apoyo al

Emprendedor para Mover a México, con la finalidad de apoyar a emprendedores y empresarios a impulsar la cultura emprendedora y realizar la incubación de las ideas de negocios y con ello elaborar el plan de negocios acorde a las necesidades específicas de cada negocio o idea en particular (INADEM, 2017).

Las instituciones que dan apoyo al emprendedor tienen como finalidad apoyar a los emprendedores a elaborar un modelo o plan de negocios, así como permitir a los emprendedores a recibir, procesar y dar seguimiento a las solicitudes de apoyo de una forma sencilla, eficiente y transparente, en aspectos como: Comercialización, capacitación, infraestructura, equipamiento, certificaciones, tecnologías de información, diseño e innovación, entre otros.

Entre las principales incubadoras se encuentran:

- HUB UANL
- FUNDACIÓN SUM
- Centro de Incubación e Innovación Empresarial Tec Lerma
- Club del Emprendedor
- Corporativo Caza
- Oficina de Desarrollo Empresarial
- Tecnológico de Monterrey Campus Cuernavaca

Aceleradoras:

- Aceleradora de Empresas Campus Estado de México.
- Aceleradora de Negocios IDEARSE-Anáhuac
- Aceleradoras de Empresas, Tecnológico de Monterrey y Campus Toluca.

2.6.2. METODOLOGÍAS Y MODELOS RECONOCIDOS DEL INADEM.

Consiste en un conjunto de herramientas teórico-prácticas que generan un resultado inmediato al término de su implementación.

Proceso mediante el cual el INADEM reconocerá a las metodologías y modelos de emprendimiento, con éxito probado que contribuyan eficazmente en el fomento de la cultura emprendedora.

A continuación se muestran algunas de las metodologías y modelos reconocidos.

- El lado humano del éxito.
- Diagnóstico de gestión empresarial
- Desarrollo de Habilidades Emprendedoras
- Desarrollo de Habilidades Emprendedoras-Venture Academy
- Emprende-tu “Fase 1 Diagnóstico e identificación del talento emprendedor”
- Emprende-tu “Fase 2 Desarrollo de habilidades emprendedoras”
- Emprende-tu “Fase 3 Fomento de ideas de negocio innovadoras”
- Emprende-tu “Fase 4 Simuladores de negocios”
- Emprende-tu “Fase 5 Intercambio de aprendizaje”
- Emprende-tu “Fase 6 Retos del emprendimiento”

2.7. ELEMENTOS DEL PLAN DE NEGOCIOS

El plan de negocios que se fue seleccionado para la elaboración del proyecto es el correspondiente a la unidad de aprendizaje de Desarrollo Empresarial de la licenciatura en administración de noveno semestre ofertada en el Centro Universitario UAEM Ecatepec que consta de cinco estudios, en primer lugar el estudio de comercialización, estudio técnico, estudio administrativo, estudio financiero e impacto ambiental. A continuación se mencionan los elementos que incluye cada uno de los cinco estudios.

1. Estudio de comercialización.

- Misión.
- Visión.
- Valores.
- Utilidad del servicio.
- Necesidades que atiende el servicio.
- Ventaja competitiva.
- FODA.
- Objetivos.
- Estrategias.

- CANVAS.
- Resumen ejecutivo.
- Segmentación del mercado.
- Mercado meta.
- Investigación de mercado.
- Análisis de la competencia.
- Oferta y demanda.
- Logotipo.
- Definición del producto.
- Marca y registro de marca.
- Etiqueta.
- Empaque y embalaje.
- Publicidad.
- Promoción.
- Precio.
- Plaza.

2. Estudio técnico.

- Objetivos de producción.
- Especificaciones técnicas del servicio.
- Proceso de producción.
- Máquinas, equipos e instalaciones.
- Control de inventarios y punto de reorden.
- Localización.
- Diseño de la planta.
- Capacidad de producción.
- Programa de producción.

3. Estudio administrativo.

- Áreas funcionales de la empresa.
- Perfil y descripción de puestos.
- Organigrama.
- Marco legal.

- Régimen fiscal.
- Licencias y permisos para iniciar operaciones.

4. Estudio financiero.

- Presupuesto inicial.
- Análisis financiero.

5. Impacto ambiental y socioeconómico.

En el siguiente capítulo se muestran desarrollados cada uno de los diferentes estudios del plan de negocios adecuada a una empresa dedicada al Candy Bar, ubicada en el Municipio de Ecatepec de Morelos y que recibe el nombre de BocaDream.

CAPÍTULO 3. ESTUDIO DE COMERCIALIZACIÓN

En este capítulo se presentan las principales ideas y razón de ser de BocaDream, misión, visión, análisis FODA, además de sus objetivos, Modelo de negocios CANVAS, definición de la mezcla de marketing mix (Producto, Precio, Plaza y Promoción).

3.1 MISIÓN

BocaDream es una empresa joven con ideas nuevas y contemporáneas, donde crean arte decorando y personalizando cada mesa de dulces, postres y salados para ofrecer un servicio diferente en cada evento, complaciendo así cada una de las diferentes necesidades que sus clientes desean satisfacer; proporcionando a todos ellos un servicio excepcional, con atención de primera y productos de calidad.

3.2. VISIÓN

BocaDream para el año 2021 busca ser una empresa reconocida a nivel nacional como una de las mejores en el giro de mesas de snacks, destacando por la gran variedad y calidad de postres, dulces y salados, dedicando atención a los más mínimos detalles para hacer de su evento un momento inolvidable.

3.3. VALORES

Los valores empresariales son:

- **Integridad:** Mantener altos estándares morales e higiénicos, reflejar honestidad, fiabilidad y franqueza en todas las relaciones.
- **Compromiso con el cliente:** Nada es más importante y todo puede esperar si se trata de atenderlo.
- **Mejora Continua:** Buscar la excelencia en todo lo que son y hacen.
- **Ética:** Buscar tener un respeto en todos los niveles, apoyados de la ética.

- **Atención personalizada:** Ofrecer a cada cliente la atención que se merece adecuando el servicio al tipo de evento que se realizará.
- **Calidad:** Cuidar cada proceso al momento de montar una mesa, ya que lo más importante son los clientes.

3.4. UTILIDAD DEL SERVICIO

BocaDream se caracteriza por ofrecer productos de calidad a cada uno de sus clientes. Llevan a cada uno de ellos un servicio único e inigualable con el que generan confianza y empatía.

Los beneficios al contratar este servicio es la calidad y variedad de dulces, postres y botanas que manejan, además de los diferentes paquetes que se ajustan a las necesidades de cada cliente.

Tabla: 3.4.1 Presentación de paquetes

MESAS EN TRES PRESENTACIONES		
DULCES	BOTANAS	POSTRES
Chocolates	Papas fritas	Cupcakes
Bombones	Palomitas	Pasteles
Gomitas	Pretzels	Donitas
Caramelos	Chilitos	Brownies
Mentitas	Pelón pelo rico	Tartaletas
Paletas	Piñitas enchiladas	Galletas
Paletones	Nueces de la india	Cakepops y chocoflan
Mazapán	Cacahuates enchilados	Mini roles de canela
Nuez Garapiñada	Cacahuates Japoneses	Fresas con chocolate
Fruta	Banderillas enchiladas	Gelatinas y arroz con leche
Chicles	Manzanas cubiertas con tamarindo	Brochetas de fruta
Palomitas saladas o mantequilla	Pistaches y pepitas	Fresas con crema

*CREAMOS TU PAQUETE COMBINANDO LAS TRES PRESENTACIONES DESDE \$30.00 MXN POR PERSONA (Mínimo 50 personas)

Fuente: Elaboración propia.

La presentación del servicio se adapta a cualquier tipo de evento social:

- Eventos corporativos.
- Bodas.
- Fiestas VIP.
- XV años.
- Cumpleaños.
- Primera comunión.
- Fiestas infantiles.
- Baby shower.
- Aniversarios.
- Conferencias.
- Eventos religiosos.
- Capacitaciones.
- Despedida de soltero(a).
- Graduaciones.

También, cuenta con algunos servicios adicionales que permiten, además de una diversificación, brindar a los clientes mayor confiabilidad y un servicio más amplio:

- Decoración temática.
- Invitaciones personalizadas.
- Empaque personalizado.
- Banderines.

3.5. NECESIDAD QUE ATIENDE EL SERVICIO

En el sector de eventos sociales, se percibe que quien organiza un evento social (de cualquier tipo) busca siempre algo diferente y acorde a su presupuesto, se tiene claro que cada uno de los eventos es distinto, es por ello se busca la adaptación a las necesidades del cliente ofreciendo calidad en cada producto y en el servicio.

Los beneficios que ofrece BocaDream a cada uno de sus clientes son:

- Ofrecer atención personalizada a cada uno de sus clientes.
- Cada uno de los insumos que se utilizan para elaborar los postres son de calidad, es decir, los proveedores cuentan con procesos certificados para la elaboración y distribución de insumos, por lo cual son elegidos para adquirir la materia prima.
- Se preocupan por la alimentación y bienestar de sus clientes, es por ello que cada uno de los paquetes son saludables.
- Ofrecen variedad de productos a precio accesible.

- Se adaptan a los clientes y al tipo de evento que requieren.

Cuentan con servicios adicionales como:

- Decoración temática.
- Empaque personalizado.
- Invitaciones personalizadas.
- Banderines.

3.6. VENTAJA COMPETITIVA

La ventaja competitiva se basa en que la empresa se caracteriza por diseñar la decoración de acuerdo al tipo de evento social, cuenta con una alta gama de dulces, exclusiva y original para cada evento, brindando atención personalizada al cliente, ofreciendo varios servicios adicionales, cuenta con armado y desarmado de las mesas temáticas.

3.7. FODA

Se realizó un análisis FODA, en el que se encontró lo siguiente:

Tabla 3.7.1 Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">• Servicio personalizado.• Alta gama de opciones y presupuestos que se adaptan a cada cliente.• Innovador.• Experiencia en el rubro de la decoración.• Ideas jóvenes y conservadoras.	<ul style="list-style-type: none">• Mercado en crecimiento.• El servicio se puede brindar y adaptarse a cualquier tipo de eventos.• Alta demanda en la zona.• Facilidad de hacer convenios con salones de eventos.• Facilidad de buscar clientes, usando redes sociales, venta directa.

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• Empresa de nueva creación.• Se requieren referencias para entrar al mercado y ser una empresa confiable.• Créditos limitados.• Bajo reconocimiento en el mercado.	<ul style="list-style-type: none">• Competidores.• Productos sustitutos.• Variedad de precios.• Delincuencia.

Fuente: Elaboración propia.

3.8. OBJETIVOS

Los objetivos con el fin de dar cumplimiento a la misión, visión y valores de Boca-dream son los siguientes:

- Ofrecer productos de calidad siempre diseñados a las necesidades del cliente para ser una empresa exitosa durante la estancia en el mercado.
- Obtener un número importante de clientes durante el primer año mediante la recomendación de boca en boca, a partir del segundo año en adelante diseñar campañas publicitarias.
- Posicionar las mesas de snacks como una de las 10 empresas más importantes de la zona siendo una empresa clara y fácil en cuanto a contratación durante los primeros tres años de operación.
- Cubrir al máximo la demanda de los clientes para brindar una satisfacción total contratando personal a partir del tercer año para seguir ofreciendo calidad en el servicio desde el momento del primer contacto con el cliente.
- Brindar higiene, elegancia y variedad a los clientes siendo esto lo que determine la opción de contratación a partir del inicio de las operaciones.

3.9. ESTRATEGIAS

Boca-dream logrará sus objetivos de la siguiente manera:

- Ofrecer atención personalizada a cada uno de sus clientes, tratándolos como familia para crear un vínculo que los haga pensar en BocaDream como su primera opción en el servicio de colocación de mesas de snacks.
- Elegir cuidadosamente los productos que ofrecen los proveedores, cuidando, en el caso de los alimentos, que el sabor, color, aroma, textura, cantidad e higiene se apeguen al estándar de calidad para montarlos en las mesas de snacks; en el caso de los capacillos, moldes, bolsas, mesas, decoraciones, etc., verificar que sean resistentes, que se encuentren sellados e higiénicamente aprobados de acuerdo a las leyes que rigen a los proveedores en ese sector.

- Para expandir el mercado, cada año aumentarán la capacidad de producción en proporción a la demanda del servicio, ampliando también la capacidad de distribución para llegar a diferentes zonas del Estado.
- Organizar eventos para darse a conocer y vender productos al público en general, esto se realizará bimestralmente en distintas zonas, para obtener recursos y mantener un precio competitivo del servicio en el mercado.
- Constantemente evaluar la calidad mediante encuestas de satisfacción al cliente.

3.10. CANVAS

Para el modelo CANVAS se determina lo siguiente:

Tabla 3.10.1. Modelo CANVAS

Alianzas estratégicas	Actividades Clave	Propuesta de valor	Relaciones con los Clientes	Segmentos de Mercado
Sam's Club Materias primas	Prestación del servicio	Dulces, postres, botanas,	Trato personalizado	<ul style="list-style-type: none"> Mujeres de entre 20 y 35 años, que vivan en la Zona de San Cristóbal Centro y que se encuentren trabajando. Sus ingresos deben ser superiores a \$ 3,000.00, y deben estar por realizar o realizando un evento social. Mujeres que busquen aportar elegancia a sus eventos sociales.
Dulcerías Central de abastos Vendedores de fruta y verdura	Adquisición de materiales	y artículos para fiestas Diferentes presentaciones de paquetes para eventos en específico	Cordialidad y amabilidad Honestidad y compromiso	
City Club Papelerías	Recursos Clave		Canales de distribución y comunicación	
Walt Mart Imprentas	Mesas tipo tablones, fuente de chocolate, máquina de palomitas, base para cupcakes, basa para pastel, equipo de transporte, local acondicionado, equipo de cómputo, artículos para fiesta.		Redes sociales Anuncios publicitarios (folletos, volantes, etc.) Local Salones de eventos sociales	
Estructura de costos			Flujo de ingresos	
Renta del local, Equipo de transporte, Equipo de cómputo, Mesas, Dulces, Botanas, Fruta, Postres, Sueldos, Pago por publicidad, Pago de registro de marca.			Venta de nuestros distintos paquetes	

Fuente: Elaboración propia

3.11. RESUMEN EJECUTIVO

BocaDream es una empresa dedicada a la colocación mesas de snacks (dulces, postres y botanas), ofreciendo una amplia variedad de productos y, al mismo tiempo brindando un servicio personalizado a cada uno de sus clientes, definiéndose el segmento de mercado a mujeres de entre 20 y 35 años, en el municipio de Ecatepec de Morelos y que se encuentren trabajando con ingresos superiores a \$ 3,000.00 mensuales, y que estén por realizar un evento social. La forma en que se presentan los snacks es en paquetes dulces, salados o botanas y postres. El precio será de \$80.00 por persona que incluye dulces, botanas, mantelería e inmobiliario. La publicidad se realiza a través de las redes sociales y se realizarán tres promociones durante el año las cuales consistirán en descuentos desde el 10% hasta el 30% dependiendo el paquete y la cantidad de personas para la que se adquiriera el servicio.

BocaDream para ofrecer un servicio personalizado y de calidad cuenta con un catálogo de proveedores y cuenta con una capacidad de producción de 3 servicios por día, 15 servicios a la semana, el fin de semana se hace la colocación de las 15 mesas producidas en la semana, al igual cuenta con equipo y materiales suficientes lo cual en este tipo de negocios representa una ventaja competitiva ya que no requiere de maquinaria, equipo o así como instalaciones especiales. Con respecto a la creación de empleos se esperan crear 5 nuevos empleos y para el otorgamiento de licencias y permisos por las actividades y tipo de productos no se requiere de cubrir requisitos especiales. Actualmente, cuenta con un capital aportado por los socios de \$ 15,000.00 que se utilizarán para invertirlo en la materia prima, renta y artículos necesarios para iniciar el negocio, el estudio financiero demuestra que el proyecto el viable, el punto de equilibrio para el primer año de funcionamiento es del 55%, lo que representa un valor monetario de \$ 472,897.02. El proyecto cuenta con un TIR del 39.53% y la relación Beneficio-Costo es mayor que 1, lo que significa que por cada peso invertido se va a recuperar, y se tendrá un excedente de 1.51 y el periodo de recuperación de la inversión es inferior a 5 años.

3.12. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

BocaDream se encuentra enfocada a cubrir una necesidad clasificada en la pirámide de Maslow como “de pertenencia y amor”, ya que el servicio que ofrece es un complemento que hace lucir el evento del cliente; por ello el servicio es personalizado debido a que cada colocación y decoración de mesa de snacks se adecua al tipo de evento que realice el cliente.

Específicamente, el servicio se dirige a personas que tengan las siguientes características:

- Vivir en la zona de San Cristóbal Centro, Santa María Tulpetlac, Santa Clara y en Guadalupe Victoria.
- Ser mujeres de entre 20 y 35 años de edad.
- Deben tener un salario o sueldo fijo.
- Deben ser detallistas o que deseen innovar en su evento social.
- Que se encuentren a punto de realizar un evento social o que se encuentren planeando la realización de uno.

El servicio se dirige a estas cuatro localidades ya que son una empresa de nueva creación y su capacidad productiva no alcanzaría para cubrir más zonas, sin embargo, se tiene planeado que para el primer año de operaciones se amplíe la zona de comercialización y contemplar a todo el Municipio de Ecatepec; y para el segundo año, iniciar con el Municipio de Coacalco. Sin embargo, no dejan de lado la opción de brindar el servicio que solicite el cliente fuera de la zona que se contempla.

Estas características se determinaron gracias a las estadísticas consultadas, ya que se puede observar que existe un mayor número de mujeres en la zona y esto es favorable para la empresa, porque las mujeres son las que ponen mayor cuidado a los detalles al momento de planear y realizar una fiesta.

3.13. MERCADO META

Durante los primeros seis meses de operación se comenzará ofreciendo el servicio en la zona de San Cristóbal centro ubicado en el Municipio de Ecatepec, ya que en esta zona habitan 19,772 personas.

El perfil del público objetivo es el siguiente:

Mujeres de entre 20 y 35 años, que vivan en la Zona de San Cristóbal Centro y que se encuentren trabajando. Sus ingresos deben ser superiores a \$ 3,000.00, y deben estar por realizar o realizando un evento social.

Se determina el perfil anterior, ya que la tasa de crecimiento en mujeres se incrementa el 5% (según INEGI 2010) de manera anual y representan la parte creativa e innovadora de la familia. También, se puede decir que son las que más se saturan de actividades al ser el sustento de la familia, por ello boca-dream es su principal opción al momento de montar una mesa de snacks.

3.14. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Se realizó una encuesta en donde se identificó que, de las 50 personas que fueron objeto de estudio, el 20% se encuentran indecisas por contratar el servicio, mientras que el 80% dijo que es una opción innovadora en el mercado. También, durante la participación que se tuvo en el Networking empresarial, que se realizó en el Centro Universitario UAEM Ecatepec, se obtuvieron muy buenos comentarios de todos los asistentes hacia el servicio, así mismo se encuentra en pláticas con un posible aliado clave para tener más apoyo y difusión del servicio.

3.15. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

La ventaja competitiva se basa en la personalización de las mesas de snacks, ya que la empresa se caracteriza por diseñar la decoración, cuenta con una alta gama de dulces, exclusiva y original para cada evento, brinda atención al cliente,

ofrece un servicio adicional y cuenta con armado y desarmado de las mesas temáticas, con servicio a domicilio.

Existen varias empresas en la zona de Ecatepec centro que brindan el mismo servicio que BocaDream, tomando en cuenta solo a una de estas y dos empresas que están ubicadas en el centro de la Ciudad de México.

Estas empresas son Sweet treats, Dulce recuerdo y Ángelus eventos, las tres empresas son líder en la zona que se ubican, cuentan con servicio a domicilio y cargo adicional al momento de la entrega.

Atienden a todo tipo de clientes ya que brindan diferentes opciones para las mesas de dulces, ya sea para niños de hasta 3 años, bodas de oro, los paquetes se ajustan a las posibilidades de cada persona y a su evento. Los clientes dan preferencia a la competencia ya que tienen más variedad de paquetes.

La empresa Sweet treats ofrece servicio gourmet y carnes frías, servicio de coffe break y box lunch, karaoke, rockolas y música para los eventos, fuentes de chocolate o chamoy, catering de comida japonesa y barra de sushi, centros de mesa, organización y decoración de eventos, entre otros.

La empresa Ángelus eventos ofrece una gran variedad de postres y dulces.

BocaDream ofrece calidad garantizada en sus productos, ya que para elegir a algún proveedor se fija primero en el tipo de certificaciones de salubridad que tienen, y en el cuidado que le brindan a sus productos; también hacen la diferencia en el servicio, porque los precios de cada paquete varían de acuerdo a la cantidad de personas que asistan al evento y ofrece una amplia gama de productos en cada paquete.

Es muy importante para los clientes como se les brinda el servicio, desde que inicia con la venta del mismo hasta que se cierra el trato ya que ellos pueden encontrar una alternativa ya sea más económica o que les brinden mayor cantidad de productos.

Tabla 3.15.1 Identificación de competencia

Concepto	Sweet treats	Dulce recuerdo	Ángelus eventos
Precio	\$1,500	A convenir	A convenir
Calidad	Diseño básico del montaje, diversidad de postres, adecuación de la mesa según las requisiciones.	Materiales de calidad, empaques detallistas, figuras de acuerdo al tema.	Organizan el evento y tienen fiestas temáticas.
Variación de Alimentos	Barra de postres y bebidas.	Dulces y postres.	Diversos dulces y recuerdos con gelatinas.
Innovador	Carrito de shots y barra libre.	Cuentan con diferentes estructuras y empaques para los dulces.	Cuentan con brincolines para niños.
Servicio	Envío sin cargo, anticipo 10%, se puede incluir más de una mesa.	Envío con cargo, anticipo 50%.	Forma de pago: solo efectivo.
Decoración	Figuras de foami, globos, centros con dulces.	Pizarras con frases, letras con brillo, figuras y estructuras detallistas.	Decoración con globos, dulceros decorados y temáticos.
Ubicación	Valle de Aragón 3ª Secc.	Ciudad Cuauhtémoc, Estado de México	Col. Jardines de Morelos, sección elementos.

Fuente: Elaboración propia.

3.16. OFERTA Y DEMANDA

En base a una encuesta realizada a 100 personas en el centro de Ecatepec de entre las edades ya antes mencionadas, se obtuvieron los siguientes resultados, véase tabla 3.16.1.

Tabla 3.16.1 Oferta y demanda

Oferta

CONCEPTO	NO. DE PERSONAS
Personas que contratarían el servicio cada que tuvieran una celebración.	5
Personas que contratarían el servicio más de 5 veces al año.	15
Personas que contratarían el servicio de 1 a 4 veces al año.	25
Personas que contratarían el servicio ocasionalmente.	53
Personas que nunca contratarían el servicio	2
TOTAL	100

DEMANDA

DEMANDA POTENCIAL	NÚMERO
CORTO PLAZO (incremento del 10% en el consumo mensual aparente)	41,393 x 10%
MEDIANO PLAZO (incremento del 30% en el consumo mensual aparente)	41,393 x 30%
LARGO PLAZO (incremento del 45% en el consumo mensual aparente)	41,393 x 45%

Fuente: Elaboración propia

3.17. LOGOTIPO

Figura 3.17. Logotipo



Fuente: Elaboración propia

El logotipo que manejamos en BocaDream es el siguiente (Ver figura 3.17.):

El logotipo hace mención al nombre del servicio BocaDream, de igual manera hace mención al slogan *“Delicioso en cada bocado”*. Como se puede observar se representa en el centro del logo una mesa con algunos bocadillos o snacks ya que existe variedad para todos los gustos. Se encuentra “encerrado” en una flor porque

representa un símbolo de confianza y pureza. El color azul significa armonía, confianza y fidelidad; el cual traduce en los valores organizacionales. El rosa es significado de bondad y buenos sentimientos, lo cual refleja el valor de la honestidad.

3.18. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

El servicio se encuentra enfocado a un sector de la sociedad que desea realizar un evento social, se ofrece al cliente el montaje de una mesa con bocadillos para deleitar a sus comensales.

Se sabe que, en todos los eventos sociales, los comensales desean probar un bocadillo que sea delicioso, variado y que los haga disfrutar aún más el evento, es por ello que se ofrece una amplia variedad de productos en los diferentes paquetes. Además de ofrecer snacks o bocadillos, cuentan con el servicio de llegar hasta el evento social, montar la mesa y atender con amabilidad a todos los comensales en el evento, durante una duración aproximada de 45 minutos, que es en promedio lo que dura el tiempo en que sirven el banquete.

La diferencia con la competencia es que se ofrece una amplia variedad de productos en los distintos paquetes, además de tener precios accesibles.

3.19. MARCA Y REGISTRO DE MARCA



Fuente: Elaboración propia

Ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) se registra la marca BocaDream con el logotipo representativo. Este registro tiene un costo de \$2,457.79 y tiene una vigencia de 10 años. La marca BocaDream representa confianza, compromiso, honestidad y responsabilidad ante los clientes.

3.20. ETIQUETA

Debido a que es una empresa que brinda el servicio de montar mesas de dulces el logotipo funge como etiqueta, la cual contiene los elementos necesarios para que los clientes identifiquen cual es el servicio que se ofrece.

El objetivo de la etiqueta es brindarle al consumidor el contenido nutrimental del producto que está consumiendo, en este caso no se colocará una etiqueta a cada uno de los productos que se ofrecen ya que BocaDream no se encarga de elaborarlos.

El manual de etiquetado de la COFEPRIS menciona que los productos que se ofrecen están exentos del etiquetado y no necesitan un código de barras.

Los productos mostrarán el logotipo de “hecho en México” ya que los insumos son producidos dentro del país.

La etiqueta se colocará solamente como signo distintivo en las bolsas de papel o plástico, capacillos, manteles y materiales de apoyo para la colocación de la mesa.

3.21. EMPAQUE Y EMBALAJE

Al ser un servicio lo que ofrece BocaDream no es necesario contar con empaque y embalaje, sin embargo se usarán cajas de plástico para poder transportar los materiales e insumos que se utilizan para el montaje de la mesa.

En caso de que algunos dulces, botanas o postres no cuenten con un empaque propio se utilizarán bolsas de papel, celofán, envases de plástico y capacillos para brindar una mejor presentación del producto.

3.22. PUBLICIDAD

En materia de publicidad, de acuerdo con la NOM-051-SCFI/SSA1-2010 en el apartado número 1.1 campo de aplicación inciso b, de la COFEPRIS, se hace mención de la no aplicación en productos a granel; es decir BocaDream no requiere de un permiso ni de un aviso de publicidad ya que no fabrica, ni procesa ninguno de los alimentos que se utilizan para el montaje de las mesas.

En BocaDream la publicidad se realiza a través de las redes sociales, se cuenta con una página en Facebook e Instagram, cada página contiene el nombre de la empresa, el logotipo como foto de perfil; una galería con las mesas que se han montado y con el teléfono de contacto. Se utilizarán también como publicidad tarjetas de presentación (Ver figura 3.22.), que se distribuirán a los salones de eventos con los que se tiene convenio para que sean entregados a los clientes en el momento en que soliciten información sobre un evento a realizar. El precio promedio es de \$150.00 el millar, este precio es solo la impresión y material sin diseño, el diseño tiene un costo de entre \$50.00 y \$100.00.

Figura 3.22. Publicidad BocaDream



Fuente: Elaboración propia.

3.23. PROMOCIÓN

BocaDream contará con 3 promociones durante el año las cuales consistirán en descuentos desde el 10% hasta el 30% dependiendo el paquete y la cantidad de personas para la que se adquiriera el servicio. Las promociones se llevarán a cabo de la siguiente manera:

- **“Que la cuenta no te cueste”** del 11 al 22 de enero.
- **“Hot sale”** es una promoción que se hace a través de internet solo para tiendas en línea, pero esta será abierta al público en general y será del 23 de mayo al 3 de junio.
- **“El buen fin”** que será del 14 al 25 de noviembre.

Las promociones están sujetas a cambios de fechas, pero consistirán de dos semanas que los clientes podrán aprovechar para apartar el servicio.

3.24. PRECIO

El precio será de \$80.00 por persona incluye dulces, botanas, mantelería e inmobiliario.

Se determinó ese precio en base a la competencia ya que el precio oscila de entre \$40.00 y \$120.00 por persona, cabe mencionar que el precio de \$40.00 aunque parece ser barato no lo es ya que solo incluye los dulces y botanas, pero el mobiliario lo cobran aparte.

3.25. PLAZA

BocaDream cuenta con un establecimiento ubicado en 16 de septiembre N°11, Col. La Monera, Ecatepec de Morelos donde los clientes pueden acudir y ver una mesa de dulces ya montada y apartar el día que requieren el servicio, también se pueden comunicar por medio de las redes sociales, salones de evento con los que se tiene convenio y a través de los números telefónicos.

El establecimiento cuenta con una bodega, almacén y zona de carga y descarga de los materiales, así mismo, se encuentra acondicionado para recibir a los clientes y proveedores, cada uno en un sitio diferente para que no existan inconvenientes, cuenta con un espacio donde se exhibe una mesa de dulces para que los clientes puedan observar el trabajo que se realiza y así tomar una decisión más acertada.

CAPÍTULO 4. ESTUDIO TÉCNICO

En este capítulo se describen los principales objetivos de producción, las especificaciones con las que se va a ofrecer el servicio; se presenta la mesa de Candy bar (ver figura 4.2.1.) que ofrecerá BocaDream y las variaciones de dulces.

4.1. OBJETIVOS DE PRODUCCIÓN

- Durante los primeros doce meses se montarán 4 mesas de dulces, botanas y snacks cada mes lo que nos dará un total de 48 mesas al año.
- Se montarán 96 mesas de dulces, botanas y snacks por año durante los primeros tres años.
- A partir del cuarto año se montarán 240 mesas de dulces, botanas y snacks cada año.

4.2. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL SERVICIO

BocaDream ofrece el servicio de colocación de mesas de dulces, botanas y snacks para cualquier tipo de evento social, se adaptan a las necesidades, gustos y presupuestos de los clientes. Ofrecen una atención personalizada en sus instalaciones, por teléfono y por medio de las redes sociales; se realiza la cotización del servicio, si se cumple con las expectativas del cliente se firma el contrato y se paga el 50% del servicio, la liquidación total se realiza 15 días antes del evento; en caso de cancelación el cliente cuenta con 15 días antes del evento sin devolución de lo ya pagado. La mesa se coloca una hora antes del evento, el mobiliario se retira una hora antes de que concluya el evento para evitar el robo o extravío del mobiliario se le pide en prenda al cliente la cantidad de \$700.00 que al finalizar el servicio serán devueltos siempre y cuando el mobiliario este en buenas condiciones y completo en caso contrario se cobrará el porcentaje correspondiente del mobiliario dañado o perdido.

BocaDream ofrece dulces, botanas y snacks frescos, con un sabor delicioso, véase tabla 4.2.1.

Tabla 4.2.1. Variaciones de dulces que ofrece BOCADREAM

Paquete dulce	Paquete de botanas	Paquete de snacks
<ul style="list-style-type: none"> • Chocolates 	<ul style="list-style-type: none"> • Palomitas 	<ul style="list-style-type: none"> • Pastel
<ul style="list-style-type: none"> • Bombones 	<ul style="list-style-type: none"> • Chicharrones 	<ul style="list-style-type: none"> • Cupcakes
<ul style="list-style-type: none"> • Algodones 	<ul style="list-style-type: none"> • Cacahuates 	<ul style="list-style-type: none"> • Churros
<ul style="list-style-type: none"> • Caramelos varios 	<ul style="list-style-type: none"> • Verduras (zanahoria, pepino, jícama, betabel), entre otros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gelatinas
<ul style="list-style-type: none"> • Gomitas 		<ul style="list-style-type: none"> • Galletas, entre otros.
<ul style="list-style-type: none"> • Obleas, entre otros. 		

Fuente: Elaboración propia

Los diseños van de acuerdo a los gustos del cliente y dependiendo del tipo de evento, los paquetes pueden ir combinados para ofrecer variedad a sus invitados. Para la colocación de la mesa se utiliza una mesa rectangular plegable de madera que mide 2.40m x 75 cm; un mantel liso o decorado de 3m x 1.50m globos, listones y figuras de foami de 21.5 cm x 27.9 cm y de 50cm x 30cm.

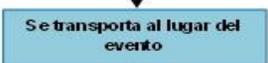
Figura 4.2.1. Muestra de mesa de cumpleaños



Fuente: Elaboración propia

La presentación de los dulces, botanas y snacks se realiza en canastas, bases de pastel, envases desechables como vasos, contenedores, platos, capachillos, bolsas de celofán, entre otros. Algunos de los bocadillos contendrán el logo de la empresa.

4.3. PROCESO DE PRODUCCIÓN

CLIENTE	COORDINADOR	AYUDANTES GENERALES	TIEMPO	
			MIN.	MAX.
			5 min	8 min
				
			20 min	30 min
			15 min	20 min
				
			5 min	15 min
			1 día	3 días
			3 días	5 días
			5 min	15 min
			1 día	2 días
			10 min	40 min
			30 min	60 min
			50 min	70 min
			20 min	30 min
			60 min	120 min
			60 min	90 min
				
TOTAL			5 días	10 días
			280 min	498 min

Fuente: elaboración propia

4.4. MAQUINARIAS, EQUIPOS E INSTALACIONES

Tabla 4.4.1. Maquinarias, equipos e instalaciones

Actividad	Puesto	Maquinaria/Equipo
Compra de materiales	Coordinador	Refrigerador
Elaboración de empaques	Ayudantes generales	Tijeras y pistola de silicón
Elaboración de alimentos	Ayudantes generales	Cuchillo, rayador y tabla para picar
Colocación del mes	Ayudantes generales	Tablón, mantel, base pastelera, tazón, centro de mesa y canastas

Fuente: Elaboración propia

EQUIPO	MANTENIMIENTO	TIEMPO
Refrigerador	Preventivo	6 meses
Tijeras	Correctivo	6 meses
Pistola de silicón	Correctivo	1 año
Tablón	Correctivo	1 año
Mantel	Correctivo	1 semana
Base pastelera	Correctivo	1 año
Tazón	Correctivo	1 año
Centro de mesa	Correctivo	1 año
Canastas	Correctivo	1 año

Fuente: Elaboración propia

Continúa en la siguiente página

Tabla 4.4.1. Maquinaria, equipos e instalaciones (continuación)

MAQUINARIA/EQUIPO						
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL	MARCA	PROVEEDOR
Tablón rectangular de 182x76 cm	Pieza	2	\$649.00	\$1,298.00	HERMES	Fábricas Hnos. Flores
Mantel rectangular 300x150 cm	Pieza	2	\$109.90	\$219.80	Parisina	Parisina
Tazón plato hondo cuadrado de vidrio 14x14 cm	Pieza	20	\$29.00	\$580.00	Crisa	Almacenes ánfora
Centro de mesa tazón de vidrio	Pieza	3	\$239.00	\$717.00	Crisa	Almacenes ánfora
Base Pastelera de vidrio	Pieza	3	\$249.00	\$747.00	Crisa	Almacenes ánfora
Cuchillo	Pieza	2	\$35.00	\$70.00	Oropeza	Almacenes ánfora
Tijeras	Pieza	2	\$47.00	\$94.00	Pilot	Grupo papelero Gutiérrez
Pistola de silicón	Pieza	2	\$28.00	\$56.00	Barrilito	Grupo papelero Gutiérrez
Rayador	Pieza	1	\$239.00	\$239.00	Metaltex	Almacenes ánfora
Tabla para picar	Pieza	2	\$79.00	\$158.00	Oropeza	Almacenes ánfora
Canasta	Pieza	3	\$80.00	\$240.00	parisina	Parisina
Refrigerador	Pieza	1	\$13,990.00	\$13,990.00	Frigidaire	Wal-Mart
TOTAL	PIEZAS	43	\$15,773.90	\$18,408.80		

Fuente: Elaboración propia

Continúa en la siguiente página

Tabla 4.4.1. Maquinaria, equipos e instalaciones (continuación)

MATERIAS PRIMAS						
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL	MARCA	PROVEEDOR
Plato de Plástico MODELO: plato 200 Paquete 20 pzas Caja 50 paquetes	Pieza	1	\$359.80	\$359.80	BOSCO	CONVERMEX
Tenedor mediano paquete con 40 Caja con 1000	Pieza	1	\$290.00	\$290.00	BOSCO	CONVERMEX
Cheesecake	Unidad	1	\$200.00	\$200.00	Sam's	Sam's
Galletas emperador Paquete 16 pzas Caja con 6 paquetes	Pieza	1	\$242.00	\$242.00	Gamesa	JM Comercializadora
Galletas Mamut Mini 59 piezas	Pieza	3	\$22.50	\$67.50	Gamesa	JM Comercializadora
Galletas Chokis paquete con 16 pzas.	Unidad	3	\$100.00	\$300.00	Gamesa	JM Comercializadora
Palomitas de maíz	Unidad	2	\$50.00	\$100.00	-	Central de abastos
Dulces "cachetadas"	Pieza	100	\$1.00	\$100.00	-	La Merced
Papas fritas	Unidad	3	\$60.00	\$180.00	-	Central de abastos

Continúa en la siguiente página

Chicharrones	Unidad	3	\$40.00	\$120.00	-	Central de abastos Sam's
Chocolates Kisses	Bolsa	2	\$139.00	\$278.00	Hershey's	
Bombones cubiertos de chocolate	Kg	2	\$125.00	\$250.00	-	La Merced
Chocolate Ferrero Rocher (32 pzas)	Pieza	1	\$205.00	\$205.00	Ferrero Rocher	La Bodega S.a de C.V
Lunetas	Kg	2	\$50.38	\$100.76	-	La Merced
Totis bolsa con 25 pzas.	Bolsa	2	\$30.00	\$60.00	Totis	La Merced
Cacahuate japonés	Kg	1	\$84.00	\$84.00	-	La Merced
Cacahuate enchilado	Kg	1	\$84.00	\$84.00	-	La Merced
Cacahuate salado	Kg	1	\$92.00	\$92.00	-	La Merced
Mangos enchilados	kg	500gr	\$190.00	\$80.00	-	La Merced
Gomitas enchiladas	kg	1	\$50.00	\$50.00	-	La Merced
Paletas de chocolate bolsa 40 pzas.	Bolsa	2	\$45.00	\$90.00	Malva bony	La Merced
Paletas de dulce bolsa 40 pzas.	Bolsa	2	\$35.00	\$70.00	Vero	La Merced
Paletas de chile bolsa 40 pzas.	Bolsa	1	\$35.00	\$35.00	Vero	La Merced
Pulparindo caja 25 pzas.	caja	1	\$35.00	\$35.00	La rosa	La Merced
Skwinkles caja 12 pzas,	caja	1	\$80.00	\$80.00	Skwinkles	La Merced

Continúa en la siguiente página

Oblea de cajeta tira 10 pzas.	tira	2	\$12.00	\$24.00	Coronado	La Merced
Monedas de chocolate caja 48 pzas.	caja	1	\$37.00	\$37.00	Nusita	La Merced
Duvalin caja 18 pzas.	caja	1	\$28.00	\$28.00	Ricolino	La Merced
Mazapán caja 30 pzas.	caja	1	\$30.00	\$30.00	La rosa	La Merced
Zanahoria	kg	1	\$8.00	\$8.00	-	Central de abastos
Pepino	kg	1	\$20.00	\$20.00	-	Central de abastos
Jícama	kg	1	\$10.00	\$10.00	-	Central de abastos
Betabel	kg	1	\$12.00	\$12.00	-	Central de abastos
Mango	Kg	1	\$25.00	\$25.00	-	Central de abastos
Sandia	Kg	1	\$8.00	\$8.00	-	Central de abastos
Papaya	kg	1	\$11.50	\$11.50	-	Central de abastos
Melón	kg	1	\$18.00	\$18.00	-	Central de abastos
TOTAL			\$2,864.18	\$3,784.56		

Continúa en la siguiente página

Tabla 4.4.1. Maquinaria, equipos e instalaciones (continuación)

PROVEEDOR	LOCALIZACIÓN	TIEMPO DE ENTREGA
Sam's club	Ecatepec, Edo. De México Av. Revolución S/N	Inmediata
Central de abastos	Av. Carlos Hank González, Col. Santa Cruz Venta de Carpio, 55060 Ecatepec de Morelos, MEX	Inmediata
La Merced	Calle Rosario S/N, Venustiano Carranza, Merced Balbuena, 15810 Ciudad de México, D.F.	Inmediata
Convermex	Calle Cinematografistas No. 316 Col. San Nicolás Tolentino, Iztapalapa, Ciudad De México. C.P. 09850	Inmediata
Hermanos flores	Internet	3 a 5 días
Wal-Mart	Av. Revolución 1560, Ecatepec de Morelos Centro, 55000 Ecatepec de Morelos, México.	Inmediata
Parisina	Av. José López Portillo, 55010 Ecatepec de Morelos, México.	Inmediata
Almacenes ánfora	Blvd. Insurgentes S/N, San Cristóbal Centro, 55000 Ecatepec de Morelos, México.	Inmediata

Fuente: Elaboración propia

4.5. CONTROL DE INVENTARIOS Y PUNTO DE REORDEN

Por ejemplo se consumen 128 piezas al mes de chocolates Ferrero roche. El proveedor tarda 1 día en entregar el tiempo de demora es de hasta dos días más.

$128/4 = 32$ piezas por día ya que los eventos solo se realizan los días sábados.

$32 * 1$ de entrega = 32 piezas en el almacén

$32 * 2$ días de margen = 64 piezas

32 en almacén + 64 de margen de seguridad

4.6. LOCALIZACIÓN

La mejor ubicación que se tiene para el negocio, se determinó realizando un cuadro de ponderaciones, en donde se compararon 3 posibles lugares, los cuales son:

- A.** Av. Revolución S/N Esq. Av. Constitución Col. Sergio Méndez Arceo, Ecatepec, 55020 México.
- B.** 16 De Septiembre S/N, La Monera, Ecatepec, 55020 México.
- C.** Blvd. Insurgentes S/N, San Cristóbal Centro, 55000 Ecatepec de Morelos, México.

Tabla 4.6.1. Alternativas de localización

Factores relevantes	Peso asignado	ALTERNATIVAS DE LOCALIZACIÓN					
		A: 30-30		B: Calle 16 de septiembre		C: Blvd. Insurgentes	
		Calif.	Calif.	Calif.	Calif.	Calif.	Calif.
		Esc:0-100	Ponderada	Esc:0-100	Ponderada	Esc:0-100	Ponderada
Costo transporte de insumos	0.09	90	8.1	90	8.1	90	8.1
Costo transporte de productos	0.09	90	8.1	90	8.1	90	8.1
Disponibilidad de mano de obra	0.09	100	9	50	4.5	100	9
Disponibilidad materia prima	0.09	100	9	40	3.6	100	9
Costo de vida	0.08	80	6.4	80	6.4	80	6.4

Continúa en la siguiente página

Tarifas servicios públicos	0.07	90	6.3	50	3.5	90	6.3
Facilidades de comunicación	0.08	90	7.2	40	3.2	90	7.2
Disponibilidad de agua	0.08	100	8	40	3.2	100	8
Espacio disponible para expansión	0.08	60	4.8	50	4	30	2.4
Costo arrendamiento	0.07	70	4.9	70	4.9	80	5.6
Posibilidades de deshacerse de desechos	0.09	90	8.1	60	5.4	90	8.1
Actitud de los vecinos frente al proyecto	0.09	90		60		90	
TOTAL	1.00	1,050	Σ	720	Σ	1,030	Σ

Fuente: Elaboración propia

La ubicación de BocaDream será en Av. Revolución S/N Esq. Av. Constitución Col. Sergio Méndez Arceo, Ecatepec, 55020 México; ya que la mayoría de los proveedores y clientes se encuentran cerca además, cuenta con varias vías de comunicación y espacio para expansión

4.7. DISEÑO DE LA PLANTA

Se cuenta con un terreno de 20 metros de frente por 15 metros de fondo, en donde el estacionamiento es subterráneo, de forma que los espacios estén bien ubicados, en la planta baja cuenta con almacén de insumos y de productos

terminados, caja de cobro, oficina de atención a clientes y un espacio especialmente para productos muestra. Recepción, cocina donde se elaboran los productos, sanitarios y escaleras que llevan a la siguiente planta. En la planta alta cuenta con las oficinas y sala de junta, sanitarios y recepción, debido a que se ofrece imagen la fachada tiene cristales grandes para resaltar la imagen de la empresa.

4.8. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

$$\text{Capacidad Diseñada} = \frac{\text{Número de operarios} \times \text{Número de turnos} \times \text{Número de días laborados}}{\text{Tiempo estándar promedio}}$$

$$\text{Capacidad diseñada} = \frac{3 \times 1 \times 2}{1 \text{ día}} = 6$$

Capacidad efectiva

$$\text{Capacidad Efectiva} = \frac{(\text{Total horas laboradas/semana}) - (\text{Número de horas improductivas programadas/semana})}{\text{Tiempo estándar promedio}}$$

$$\text{Capacidad efectiva} = \frac{5 - 1}{24} = 0.16$$

Capacidad real

$$\text{Capacidad real} = \frac{(\text{Total horas laboradas/semana}) - (\text{Número de horas improductivas programadas/semana}) - (\text{Número de horas imprevistos/semana})}{\text{Tiempo estándar promedio}}$$

$$\text{Capacidad real} = \frac{5 - 1 - 1}{24} = 0.125$$

4.9. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN

Las fechas estimadas para realizar las actividades correspondientes para dar inicio con el proyecto son las siguientes:

Tabla 4.9.1. Actividades pre operativas

Tiempo/ Actividad	ACTIVIDADES PREOPERATIVAS													
	SEPTIEMBRE	OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				
	SEMANANAS													
	26-30	3-7	10-14	17-21	24-28	31-4	7-11	14-18	21-25	28-2	5-9	12-16	19-23	26-30
Acondicionamiento de instalaciones														
Instalación de mobiliario														
Instalación de equipos														
Reclutamiento de personal														
Capacitación														
Apertura														

Fuente: Elaboración propia

Continúa en la parte de abajo

Una vez que se encuentren listas las instalaciones, las fechas estimadas para brindar el servicio son:

Tabla 4.9.1. Actividades pre operativas (continuación)

Tiempo /actividad	ACTIVIDADES OPERATIVAS																													
	MINUTOS									DIAS						MINUTOS														
	5	10	15	20	25	30	35	40	45	1	2	3	4	5	6	5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60			
Contacto del cliente																														
Cotización																														
Firma del contrato																														
Pago de anticipo																														
Compra de materiales																														
Elaboración de empaques y adornos																														
Liquidación de pago																														
Elaboración de alimentos																														
Transporte al lugar del evento																														
Colocación de la mes																														

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO 5. ORGANIZACIÓN

Se presentan las áreas de la empresa y documentos con las que debe contar la empresa al momento de iniciar operaciones.

5.1. ÁREAS FUNCIONALES DE LA EMPRESA

Tabla 5.1.1. Áreas funcionales de la empresa

Ventas	Compras
<ul style="list-style-type: none">• Elaboración de presupuestos y cotizaciones• Degustación• Elaboración del paquete• Elaboración de la solicitud del contrato• Firma del contrato• Llamada de seguimiento del servicio• Encuesta de satisfacción del servicio• Recepción del cliente• Atención al cliente• Presentación del servicio	<ul style="list-style-type: none">• Requisición y compra de materia prima• Transportación de alimentos• Trato con proveedores• Revisión de inventarios
Producción	Mercadotecnia
<ul style="list-style-type: none">• Elaboración de empaques y adornos• Decorado y empaquetado de alimentos• Decoración de la mesa• Instalar máquinas de dulces o palomitas• Colocación de los dulces y postres• Realización de inventarios• Almacenamiento de materias primas	<ul style="list-style-type: none">• Diseño de folletos, tarjetas, pancartas, etc.• Impresión de folletos, tarjetas, pancartas, etc.• Servicio de volanteo.• Promociones.• Participación en ferias y exposiciones.• Diseño del bosquejo de la mesa.

Contabilidad

- Pago del 50% de anticipo
- Pago del 50% de finiquito

Fuente: Elaboración propia

5.2. PERFIL Y DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

Se presenta la lista de actividades con las que deberán de contar los distintos empleados a ocupar las vacantes de Boca Dream.

Personal de gerencia

Lista de actividades:

- Planeación estratégica de las actividades de la empresa.
- Diseño de estructuras organizacionales.
- Reclutamiento y selección de personal.
- Guiar y motivar al personal.
- Tomar decisiones y cumplir objetivos.
- Realización de trámites legales.
- Evaluación y control de la empresa, sus actividades y personal.
- Capacitación de personal.

Personal de ventas

Lista de actividades:

- Atención al cliente y presentación del servicio.
- Elaboración de presupuestos y cotizaciones.
- Degustación.
- Elaboración del paquete, solicitud y firma del contrato.
- Llamada de seguimiento del servicio y encuesta de satisfacción.

Personal de compras

Lista de actividades:

- Requisición y compra de materia prima.
- Transportación de alimentos, mobiliario y equipo al lugar del evento.
- Trato con proveedores.
- Revisión de inventarios.

Personal de producción

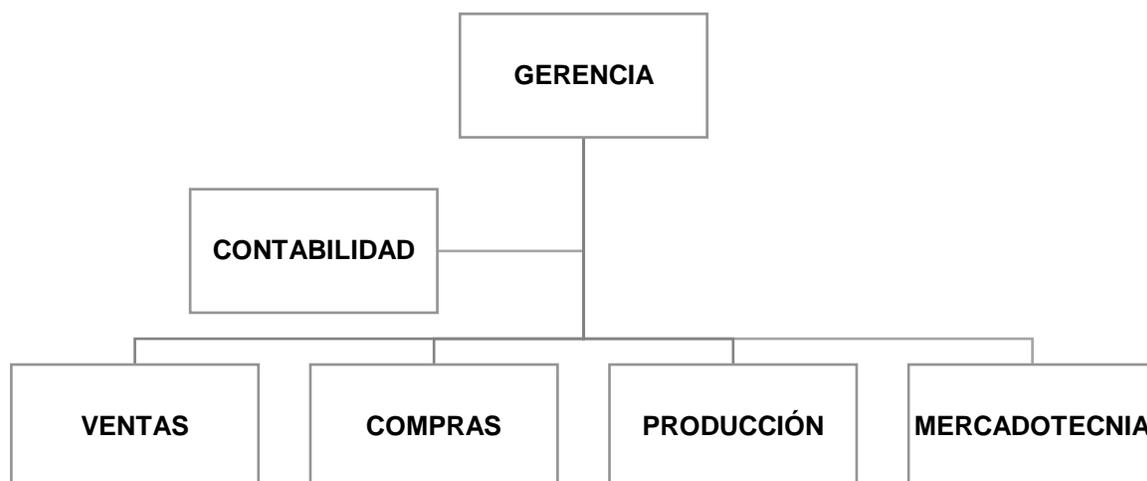
Lista de actividades:

- Elaboración de decorado y empaquetado de alimentos y bocadillos.
- Decoración de la mesa, colocación de dulces y postres.
- Instalar máquinas de dulces o palomitas.
- Realización de inventarios al término de cada evento.
- Almacenamiento de materias primas.

5.3. ORGANIGRAMA

Se presenta el organigrama para iniciar operaciones en la empresa, donde se aprecian dos niveles jerárquicos y las cuatro principales áreas de la empresa.

Figura 5.3.1. Organigrama



Fuente: Elaboración propia

Servicios subcontratados

Los servicios que se subcontratarán serán de mercadotecnia y el área de contabilidad en la parte de anexos se muestra los costos y proveedores.

Contratación:

Los candidatos deberán presentar la siguiente documentación en un horario de 9:00 a 18:00 hrs. en nuestras instalaciones.

- Solicitud de empleo elaborada
- Una copia y original del INE / IFE;
- Original y copia del CURP
- Cartas de recomendación una familiar y otra del último trabajo
- Presentarse a la entrevista el día y la hora señalada

Personal:

- Vendedores
- 2 área de compras
- Producción
- 1 cajera

Medios de selección de personal:

Se realizarán anuncios a través de Facebook e Instagram. De igual manera se publicará un anuncio en los periódicos locales.

5.4. MARCO LEGAL

De acuerdo a las condiciones específicas de la empresa se ha diseñado el Reglamento Interior de Trabajo conforme a la Ley Federal de Trabajo.

Capítulo Primero: Disposiciones generales.

Artículo 1.Obligatoriedad.- El presente reglamento contiene el conjunto de disposiciones y normas obligatorias conforme a las cuales se desarrollarán las labores en BocaDream. Para cualquier aspecto no contenido en el presente

reglamento, se estará a lo establecido en el contrato colectivo de trabajo por lo que se refiere a los Trabajadores Sindicalizados, y en caso de contradicción prevalecerá este último.

Artículo 3. Revisión.- El presente reglamento ha sido formulado de común acuerdo entre empresa, representantes del personal de confianza y el sindicato de trabajadores de BocaDream y podrá ser modificado y/o complementado en cualquier momento de común acuerdo entre las partes y notificado oportunamente a la autoridad correspondiente, así como a los trabajadores.

Artículo 7. Nuevo ingreso.- El Trabajador de nuevo ingreso debe reunir las aptitudes y capacidad necesaria requerida para el desarrollo de sus labores, para esto se le dará capacitación y adiestramiento de las labores a realizar, de lo contrario, la Empresa tendrá el derecho de prescindir de sus servicios dentro del término de 30 días conforme a lo estipulado por la Ley.

Capítulo Segundo: De los derechos y obligaciones de la empresa y de los trabajadores.

Artículo 8. Obligaciones de la empresa.- Son obligaciones de la Empresa:

- Guardar respeto y consideración hacia los trabajadores.
- Actuar de forma decidida contra cualquier forma de discriminación.
- Expedir y dar a conocer entre sus trabajadores aquellas normas y políticas que permitan mantener el orden, la disciplina y el buen funcionamiento.
- Pagar a los trabajadores los salarios y prestaciones o beneficios a que tengan derecho de conformidad.
- Proporcionar la capacitación necesaria.
- Poner a disposición de los trabajadores, las herramientas, instrumentos y materiales necesarios para el desempeño del trabajo.
- Respetar el derecho a la promoción y ascenso.
- La Empresa mantendrá como política general la gestión preventiva de los riesgos laborales, debiendo tener los medicamentos y materiales de curación necesarios para proporcionar los primeros auxilios en caso de requerirse.

Artículo 9. Obligaciones de los trabajadores.- Son obligaciones de los Trabajadores:

- Cumplir y respetar las leyes y regulaciones vigentes.
- Guardar el respeto, la compostura y disciplina debidos en los centros y horas de trabajo.
- Desempeñar el trabajo encomendado con la intensidad, esmero y cuidado debidos.
- Asistir a su trabajo puntualmente.
- Observar las medidas preventivas en materia de Seguridad e Higiene establecidas por las autoridades correspondientes.

Capítulo Tercero: Vacaciones.

Artículo 10. Vacaciones y prima vacacional.- En BocaDream el trabajador tendrá derecho a sus vacaciones al cumplimiento de cada año de servicio, previo acuerdo con su jefe inmediato, y deberá disfrutar de ellas dentro de los seis meses siguientes, sin perjudicar las labores. Se hará un calendario en el que se marcará el periodo vacacional.

Artículo 11. Prolongación de vacaciones sin causa justificada. Los días previos o posteriores a las vacaciones programadas en que el Trabajador llegue a faltar al trabajo sin permiso previo y escrito y/o sin justificación en los términos de este Reglamento, serán considerados como falta injustificada para todos los efectos.

Capítulo Cuarto: Descansos y permisos.

Artículo 12. Días de descanso semanal.- Los Trabajadores gozarán de dos días de descanso obligatorio a la semana, según la programación de eventos que se tengan, es decir, que estos días irán variando.

Los Trabajadores que laboren en día domingo percibirán por concepto de prima dominical el monto equivalente al 25% sobre el salario diario que corresponda en los días ordinarios de trabajo.

Artículo 14. Trabajo en días de descanso semanal.- Cuando algún Trabajador preste sus servicios en sus días de descanso, previa autorización por escrito de su jefe inmediato, BocaDream deberá pagar al Trabajador un salario doble, independientemente del salario que le corresponda por el día de descanso.

Artículo 15. Permisos.- Cuando por alguna causa justificada, los Trabajadores no puedan asistir a sus labores, o deban presentarse a ellas después de la hora de inicio de la jornada obligatoria, o suspenderlas antes de la conclusión de las mismas, deberán obtener el permiso de su jefe inmediato y/o escrito mencionando razones.

Artículo 16. Permisos temporales.- Los Trabajadores que necesiten permiso para faltar temporalmente a sus labores, deberán hacer la solicitud respectiva a su jefe inmediato con al menos un día de anticipación y solamente podrán ausentarse con previo permiso escrito. Se otorgará permiso por tres días con goce de sueldo en los casos de defunción de hijos, cónyuge y padres.

Se otorgará permiso por cinco días con goce de salario, en los casos de nacimiento de un hijo (a) del Trabajador. Asimismo, se otorgará permiso de un día con goce de sueldo para el día en que se celebre matrimonio civil, siempre y cuando éste se celebre en día hábil.

Cuando por las circunstancias del caso no pueda conocerse de antemano la necesidad del permiso aludido, los Trabajadores deberán acreditar la justificación de la causa que le haya impedido trabajar, a más tardar el primer día en que reanuden sus labores; de no hacerlo así, las faltas se considerarán como injustificadas.

Capítulo Quinto: De la seguridad e higiene en el trabajo.

Artículo 18. De la comisión.- Para los efectos de este capítulo, la empresa BocaDream, y el sindicato de “Trabajadores de eventos sociales” establecen una Comisión de Seguridad e Higiene permanente compuesta por igual número de representantes, la cual vigilará que tanto sus miembros como el Personal en general cumplan con los siguientes lineamientos:

- Acatar las disposiciones que establecen la Ley y los lineamientos aplicables en la materia.
- Cumplir los acuerdos que señale la Comisión Mixta de Seguridad e Higiene.
- Cumplir con las normas técnicas vigentes en la Institución tendientes a preservar la integridad del Personal y de las instalaciones.
- Prestar auxilio en cualquier tiempo que se le requiera a consecuencia de un siniestro y/o riesgo inminente en el que peligren sus compañeros, las personas o los intereses de la Empresa.
- Vigilar que los Trabajadores se abstengan de realizar todo acto que pueda poner en peligro su propia seguridad, la de sus compañeros y/o la de la Empresa.

Artículo 19. Sobre los sistemas y/o equipos de emergencia.- Los Trabajadores deberán abstenerse de hacer mal uso de los sistemas y/o equipos de emergencia y de realizar cualquier acto que pueda poner en peligro su propia seguridad, la de sus compañeros de trabajo o la de terceras personas, así como de las instalaciones de la Empresa.

Artículo 20. Prevención y primeros auxilios.- Con el objeto de prevenir los accidentes y enfermedades en los centros de trabajo e instalaciones, BocaDream se compromete a instalar y mantener en cada área de trabajo, según indicaciones de la comisión, botiquines en cantidad suficiente para prestar los primeros auxilios.

Así mismo, se compromete también en otorgarle a cada trabajador las herramientas y el equipo adecuado para realizar sus actividades.

Al mismo tiempo, se indicarán las salidas de emergencia, el lugar donde se encuentran extintores, tomas para agua y puntos de reunión en caso de siniestros.

Artículo 21. Prevención de contagios.- En caso de que algún Trabajador padezca o contraiga una enfermedad contagiosa, deberá informar inmediatamente al área de Recursos Humanos y/o a la Comisión de Seguridad e Higiene y/o a la Dirección a que pertenezca, a efecto de que pueda recibir la atención médica.

Artículo 22. Exámenes médicos.- Será responsabilidad de BocaDream que se practiquen los exámenes médicos de ingreso, los periódicos y especiales a los Trabajadores que como resultado de las actividades que realizan.

Artículo 23. Accidentes en el centro de trabajo.- En caso de algún accidente dentro de las instalaciones de BocaDream se deberá proceder de la siguiente forma:

El Trabajador que sufra un accidente o los compañeros de trabajo que se percaten de éste, tienen la obligación de dar aviso inmediato al Doctor que presta sus servicios en el consultorio médico de la Empresa.

Artículo 24. Contingencias.- En caso de incendio o temblor, los Trabajadores deberán observar el más completo orden, atendiendo a las señales e indicaciones que las personas encargadas de seguridad indiquen, a fin de conseguir la rápida evacuación de las instalaciones.

Capítulo Sexto: De las Sanciones y su Aplicación.

Artículo 26. Aplicación.- El sindicato de “Trabajadores de eventos sociales” está obligado a cumplir con las disposiciones establecidas en el presente Reglamento.

Artículo 27. Tipos de sanción.- De acuerdo con la gravedad de la falta, los Trabajadores que incumplan cualquiera de las disposiciones del presente Reglamento, sin perjuicio de lo dispuesto por el Contrato Colectivo de Trabajo y la Ley, estarán sujetos a la aplicación de medidas disciplinarias consistentes en:

- **Amonestación verbal:** Se impone cuando son faltas leves y de bajo impacto.
- **Amonestación escrita:** Se aplica cuando el Trabajador, reincide en una falta previamente indicada en forma verbal, o bien cuando el error humano o la negligencia resulten de mayor gravedad.
- **Amonestación escrita con apercibimiento:** Se aplica a infracciones de carácter severo o bien, por reincidencia en conductas graves ya sancionadas. El apercibimiento constituirá la advertencia al Trabajador para

corregir la conducta con el objeto de evitar una sanción de suspensión laboral o la terminación de la relación laboral en su caso.

- **Suspensión de uno a ocho días sin goce de sueldo:** Se aplicará a faltas muy graves o por reincidencia de una conducta ya sancionada.
- **Rescisión:** La rescisión del Contrato Individual de Trabajo se aplica en caso de que el Trabajador incurra en alguna de las causales que señala el Artículo 47 de la Ley.

Artículo 28. Sanciones.- Se aplicarán de acuerdo al caso:

Procederá una amonestación por escrito a los Trabajadores que no observen las disposiciones contenidas en el presente Reglamento. Suspensión de uno a dos días sin goce de sueldo al Trabajador que reincida en el incumplimiento de estas obligaciones.

Procederá desde una amonestación por escrito hasta una suspensión de un día sin goce de sueldo, a los Trabajadores que incurran en alguna de las prohibiciones que consignan este Reglamento. Suspensión de dos a tres días sin goce de sueldo al Trabajador que reincida en las prohibiciones que se establecen en el presente inciso.

Suspensión hasta de 8 días sin goce de sueldo al Trabajador que reincida en lo dispuesto en el presente reglamento y sea considerado como falta grave.

Artículo 29. Derecho a ser escuchado.- BocaDream previo a imponer sanciones a sus Empleados, deberá escucharlos para el efecto de que expresen lo que a sus intereses convenga y se les reciban las pruebas que en su caso ofrezcan, así como llevar a cabo una investigación objetiva para el esclarecimiento de los hechos.

Artículo 30. Doble sanción.- Ningún Trabajador podrá ser sancionado dos veces por la misma falta.

Capítulo Séptimo: De la suspensión, rescisión y terminación de las relaciones de trabajo.

Artículo 31. Son causas de suspensión temporal de las obligaciones de prestar el servicio y pagar el salario, sin responsabilidad para el trabajador y el patrón:

- La enfermedad contagiosa del Trabajador;
- La incapacidad temporal ocasionada por un accidente o enfermedad que no constituya un riesgo de trabajo;
- El arresto del Trabajador.
- El cumplimiento de los servicios y el desempeño de los cargos mencionados en el Art. 5° de la Constitución, y el de las obligaciones consignadas en el Art. 31, Frac. 3 de la misma Constitución;
- La designación de los Trabajadores como representantes ante los organismos estatales, Juntas de Conciliación, Conciliación y Arbitraje, Comisión Nacional de los Salarios Mínimos, Comisión Nacional para la Participación de los Trabajadores en las Utilidades de las Empresas y otros semejantes; y
- La falta de los documentos que exijan las leyes y reglamentos, necesarios para la prestación del servicio, cuando sea imputable al Trabajador.

Artículo 32. La suspensión surtirá efectos:

En los casos de las fracciones I y II del artículo anterior, desde la fecha en que el patrón tenga conocimiento de la enfermedad contagiosa o de la en que se produzca la incapacidad para el trabajo, hasta que termine el periodo fijado por el IMSS o antes si desaparece la incapacidad para el trabajo, sin que la suspensión pueda exceder del término fijado en la Ley del Seguro Social para el tratamiento de las enfermedades que no sean consecuencia de un riesgo de trabajo;

Tratándose de la fracción III, desde el momento en que el Trabajador acredite estar detenido a disposición de la autoridad judicial o administrativa, hasta la fecha en que cause ejecutoria la sentencia que lo absuelva, o termine el arresto;

En los casos de las fracciones IV y V, desde la fecha en que deban prestarse los servicios o desempeñarse los cargos, hasta por un período de seis años;

En el caso de la fracción VI, desde la fecha en que el patrón tenga conocimiento del hecho, hasta por un período de dos meses.

Artículo 33. El Trabajador deberá regresar a su trabajo:

En los casos de las fracciones I, II, IV y VII del Art. 42 de la Ley, al día siguiente de la fecha en que termine la causa de la suspensión; y

En los casos de las fracciones III, V y VI del Art. 42 de la Ley, dentro de los 15 días siguientes a la terminación de la causa de la suspensión.

Artículo 34. Rescisiones: Son causas de rescisión de la relación de trabajo sin responsabilidad del patrón:

Engañarlo el Trabajador o en su caso, el sindicato lo hubiese propuesto o recomendado con certificados falsos o referencias en los que se atribuyan al Trabajador capacidad, aptitudes o facultades de que carezca.

Incurrir el Trabajador, durante sus labores, en faltas de probidad u honradez, en actos de violencia, amagos, injurias o malos tratamientos en contra del patrón, sus familiares o del personal directivo o administrativo de la empresa.

Cometer el Trabajador contra alguno de sus compañeros, cualquier de los actos enumerados en la fracción anterior, si como consecuencia de ellos se altera la disciplina del lugar en que se desempeña el trabajo.

Cometer el Trabajador, fuera del servicio, contra el patrón, sus familiares o personal directivo administrativo, alguno de los actos a que se refiere la fracción II, sin son de tal manera grave que hagan imposible el cumplimiento de la relación de trabajo.

Ocasionar el Trabajador, intencionalmente, perjuicios materiales durante el desempeño de las labores o con motivo de ellas, en los edificios, obras, maquinaria, instrumentos, materias primas y demás objetos relacionados con el trabajo.

Cometer el Trabajador actos inmorales en el establecimiento o lugar de trabajo.

Revelar el Trabajador los secretos de fabricación o dar a conocer asuntos de carácter reservado, con perjuicio de la Empresa.

Tener el Trabajador más de 3 faltas de asistencia en un período de 30 días, sin permiso del patrón o sin causa justificada.

Desobedecer el Trabajador al patrón o a sus representantes, sin causa justificada, siempre que se trate del trabajo contratado.

Concurrir el trabajador a sus labores en estado de embriaguez o bajo la influencia de algún narcótico o droga enervante, salvo que en este último caso, exista prescripción médica. Antes de iniciar su servicio, el Trabajador deberá poner el hecho en conocimiento del patrón y presentar la prescripción por el médico.

El patrón deberá dar al Trabajador aviso escrito de la fecha y causa o causas de la rescisión, según lo dispuesto por el Art. 47 de la LFT.

Por virtud de lo anterior, el aviso deberá hacerse del conocimiento del Trabajador, y en caso de que éste se negare a recibirlo, el patrón dentro de los 5 días siguientes a la fecha de la rescisión, deberá hacerlo del conocimiento de la Junta respectiva, proporcionando a ésta el domicilio que tenga registrado y solicitando su notificación al trabajador.

Asimismo, son causas de rescisión de la relación de trabajo para el personal de confianza, las contenidas en el Art. 185 y demás aplicables de la Ley.

Artículo 35. Terminación de la relación de trabajo: Son causas de terminación de las relaciones de trabajo, de acuerdo a lo dispuesto en el Art. 53 de la Ley:

- El mutuo consentimiento de las partes.
- La muerte del Trabajador.
- La terminación de la obra o vencimiento del término o inversión del capital.
- La incapacidad física, mental o inhabilidad manifiesta del Trabajador, que haga imposible la prestación del trabajo.

- Los casos a que se refiere el Art. 434 de la Ley.

Capítulo Octavo: Normas especiales del servicio.

Artículo 36. Objeto: Es obligación de la Empresa y los Trabajadores brindar un excelente servicio, tanto al cliente externo como al cliente interno (colaboradores) considerando que son las personas más importantes para nuestra empresa.

Artículo 37. Capacitación: La Empresa y los Trabajadores aprovecharán en beneficio del servicio, los planes y programas previamente convenidos por la Comisión Mixta de Capacitación, así como los canales y herramientas disponibles para obtener la capacitación necesaria a fin de proporcionar la información precisa y detallada de los servicios que ofrece la Empresa.

Artículo 38. Ética: En caso de que un cliente intente entregar a algún Trabajador cualquier regalo que pueda constituir un soborno, éste deberá hacerlo del conocimiento del jefe inmediato del área para tomar las acciones pertinentes.

Artículo 39. De la atención al cliente: Los Trabajadores deberán prestar el servicio para el que fueron requeridos de forma atenta, amable y eficiente, demostrando en todo tiempo consideración, empatía y paciencia hacia cada uno de los clientes externo y/o a sus compañeros de trabajo que requieran de su colaboración con base al trabajo contratado.

5.5. REGIMEN FISCAL

BocaDream estará registrado como persona física con actividad empresarial, siendo el representante legal Tapia Prado Marcos Bulmaro; se tienen como obligaciones las siguientes:

- Contar con RFC.
- Llevar la contabilidad para registrar las declaraciones bimestrales, anuales; así como informativas y DIM (declaración informativa múltiple).
- Generar y recibir facturas electrónicas.
- Entregar nota de venta cuando tus clientes no requieran factura, es decir por las ventas o servicios prestados al público en general.

- Efectuar el pago compras e inversiones, cuyo importe sea superior a dos mil pesos, mediante cheque, tarjeta de crédito, débito o de servicios.
- Presentar una declaración informativa bimestral de tus ingresos, gastos y proveedores.

Para la inscripción al RFC se necesita:

- Acta de nacimiento o constancia de la CURP.
- Comprobante de domicilio.
- Identificación personal oficial.
- Número de folio asignado que se le proporcionó al realizar el envío de su preinscripción.
- Poder notarial con el que se acredite la personalidad del representante legal, o carta poder firmada ante dos testigos y ratificadas las firmas ante las autoridades fiscales o ante notario o fedatario público.

Para llevar el registro de la contabilidad:

- Si los ingresos en el año anterior no excedieron de dos millones de pesos, puedes llevar tu contabilidad, en el aplicativo Mis Cuentas donde se registran los ingresos, gastos e inversiones. Para ingresar al programa solo se requiere del RFC y Contraseña.
- En caso de que los ingresos sean superiores a dos millones de pesos, y se estima que los ingresos no excederán de cuatro millones de pesos, se puede utilizar el apartado de Mis Cuentas para registrar la contabilidad, presentando un caso de aclaración en Mi Portal, a más tardar el 31 de diciembre de 2016, con efectos a partir del 1o. de enero de 2016, siempre y cuando la autoridad no haya requerido la presentación de la contabilidad electrónica por internet.
- Si los ingresos excedieron de cuatro millones de pesos en el ejercicio se debe llevar la contabilidad en sistemas electrónicos con la capacidad de generar archivos en formato XML.

Por otra parte, se deben también de realizar lo siguiente:

- Formular un estado de posición financiera y levantar inventario de existencias al 31 de diciembre de cada año.
- Efectuar retenciones. Se deberá efectuar la retención del impuesto sobre la renta cuando se paguen sueldos o salarios a trabajadores, y en su caso, entregarles en efectivo las cantidades que resulten a su favor por concepto de crédito al salario.
- Expedir constancias. Se entrega a los trabajadores constancia de las percepciones que les pagues y las retenciones que les efectúes, a más tardar en el mes de febrero de cada año.
- Llevar un registro específico de las inversiones por las que se tomó la opción de deducción inmediata.
- Calcular en la Declaración Anual del impuesto sobre la renta, la participación de los trabajadores en las utilidades de la empresa (PTU).
- Presentar Declaración Informativa de Operaciones con Terceros DIOT, proporcionando mensualmente al Servicio de Administración Tributaria (SAT) información sobre las operaciones con tus proveedores.

6.6. LICENCIAS Y PERMISOS PARA INICIAR OPERACIONES.

Se presentan todas las licencias con las que una empresa como lo es Candy Bar debe tener para poner en marcha sus operaciones.

6.6.1. INSCRIPCIÓN AL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES (RFC)

Lo pueden presentar personas físicas a partir de 18 años de edad cumplidos. En el portal del SAT, en una oficina del SAT con previa cita.

Qué documentos se obtienen

- Solicitud de inscripción en el RFC.
- Acuse único de Inscripción en el RFC que contiene, la cédula de identificación fiscal y el código de barras bidimensional (QR).

- Acuse de preinscripción en el RFC. Acuse de presentación inconclusa de solicitud de inscripción o aviso de actualización en el RFC, que contiene el motivo por el cual no se terminó el trámite.

Cuándo se presenta: Dentro del mes siguiente al día en que se tenga la obligación de presentar las declaraciones periódicas, de pago o informativas propias o por cuenta de terceros o cuando exista la obligación de expedir comprobantes fiscales por las actividades que se realicen.

Requisitos En el Portal del SAT: No se requiere presentar documentación.

En la oficina del SAT y en la Entidad Federativa:

- Contar con Clave Única de Registro de Población (CURP) o:
- Carta de naturalización expedida por la autoridad competente debidamente certificada o legalizada, según corresponda, tratándose de mexicanos por naturalización (original o copia certificada); o
- Documento migratorio vigente, emitido por autoridad competente, en caso de extranjeros (original o copia certificada).

Condiciones: Llenar el formulario electrónico de inscripción que se encuentra en el Portal del SAT, proporcionando los datos solicitados. El contribuyente, su representante o apoderado legal deberá responder las preguntas que le realice la autoridad, relacionada con la identidad, domicilio y en general sobre la situación fiscal de la persona física a inscribir.

Compromisos de servicio en el portal del SAT

- Disponibilidad permanente.
- Emisión inmediata del acuse de recepción del trámite.

Atención presencial

- Duración máxima: 40 minutos por trámite.
- Calidez y amabilidad en el servicio: 100% de los casos.
- Entrega inmediata de los productos derivados del trámite.

Pasos para realizar el trámite en el portal del SAT

1. Ingresa a la sección Trámites y de la barra superior elige la opción RFC.
2. Del apartado Preinscripción, selecciona la opción personas físicas.
3. Llena los datos solicitados por el formulario electrónico: Inscripción al RFC.
4. Envía tú trámite al SAT e imprime la hoja previa con el número de folio asignado.
5. Acude con la documentación del trámite a la oficina del SAT de tu preferencia.
6. Entrega la documentación a la autoridad fiscal que atenderá tu trámite.
7. Recibe solicitud y acuse de inscripción al RFC, así como los productos derivados del trámite.

6.6.2. REGISTRO ESTATAL DE CAUSANTES (REC)

Sirve para registrar a todos aquellos contribuyentes persona física o jurídica colectiva con obligación(es) fiscales en el Estado de México, tratándose de: Impuesto sobre Erogaciones por Remuneraciones al Trabajo Personal, Impuesto sobre Loterías, Rifas, Sorteos, Concursos y Juegos permitidos con Cruce de Apuestas, Aportaciones de Mejoras por Servicios Ambientales, Impuesto sobre la Prestación de Servicios de Hospedaje, Impuesto sobre Automóviles Nuevos.

Requisitos para personas físicas:

1. Identificación oficial vigente.
2. Si el trámite no lo realiza el interesado: Poder notarial e identificación oficial vigente del apoderado legal o carta poder simple y originales de cuatro identificaciones oficiales correspondientes al otorgante, al que recibe y acepta el poder y las proporcionadas por dos testigos.
3. En caso de menores de edad y personas sin capacidad de ejercicio además del requisito 1, deberán presentar: Escrito en el cual ambos padres están de acuerdo en que uno de ellos realice el trámite correspondiente como

representante legal de su hijo(a), en este supuesto, el escrito deberá contener la firma autógrafa de los padres.

4. Si el representante legal es tutor, presentar documento jurídico emitido por la autoridad competente, que lo acredite como tal. En ambos casos, no será necesaria la presentación de los referidos documentos si la representación se encuentra acreditada ante el Servicio de Administración Tributaria o ante el Registro Estatal de Contribuyentes.
5. Identificación oficial vigente del padre, madre o tutor.
6. Para efectuar la inscripción al Registro Estatal de Contribuyentes, deberá acreditarse previamente la afiliación al Registro Federal de Contribuyentes.

Nota: Los documentos señalados se deberán presentar en original para su digitalización.

Vigencia: Permanente

Casos en los que se realiza el trámite: Cuando se realicen las situaciones jurídicas o de hecho, señaladas en el Código Financiero del Estado de México y Municipios en los artículos 56, 60, 62 y 65.

Pasos:

- Presentarse en cualquier Centro de Servicios Fiscales
- Presentar la documentación solicitada en esta cédula de información.
- Firmar de recibido la constancia de inscripción al Registro Estatal de Contribuyentes

Donde acudir: Centro de Servicios Fiscales Ecatepec: Domicilio Vía Morelos esquina Avenida Santa Clara, frente a Cerro Gordo, Centro de Servicios Administrativos "José María Morelos y Pavón", Puerta A No. Ext. Sin número No. Int. Sin número, Col. Jardines de Casa Nueva, C.P. 55430, Municipio Ecatepec de Morelos, México. De 9:00 a 18:00 horas de Lunes a Viernes.

Municipios que atiende: Ecatepec de Morelos

6.6.3. LICENCIA DE USO DE SUELO

Este documento sirve para gozar ampliamente de los derechos del terreno que se va a utilizar para la empresa en Ecatepec de Morelos.

Donde acudir: Se emite por los Ayuntamientos de Huixquilucan, Tlalnepantla, Zinacantepec, Ixtapaluca, Ixtlahuaca, Almoloya de Juárez, Metepec, Ecatepec, Toluca, Tultitlán, Cuautitlán, Cuautitlán Izcalli, San Mateo Atenco, Teotihuacán, Atizapán de Zaragoza, Huehuetoca, Naucalpan, Valle de Chalco Solidaridad y Texcaltitlán. Para los demás municipios la emite el Estado, hasta en tanto se formalice la transferencia de funciones.

De 9:00 hrs. a 18:00 hrs. de Lunes a Viernes

Requisitos:

1. Solicitud firmada por el propietario (Formato único de solicitud).
 - El croquis de localización o inmueble objeto de trámite.
 - Uso actual del suelo y el pretendido y en su caso.
 - La superficie construida o por construir.
 - Clave catastral.
2. Documento que acredite la propiedad o posesión del predio o inmueble, inscrito en el registro público de la propiedad (copia simple y original para cotejo).
3. Tratándose de usos que generan impacto regional, será necesario presentar dictamen favorable de impacto regional que emite la secretaría de desarrollo urbano y vivienda.
4. Acta constitutiva de la sociedad en caso de ser persona moral.
5. Poder notarial del representante legal.

Costo:

- 50 Veces el salario mínimo vigente del área geográfica que corresponda.
- 50 Veces el salario mínimo, cuota adicional si requiere inspección de campo.

- 50 veces el salario mínimo, en caso que se requiera realizar estudios técnicos.

Tiempo: 10 días hábiles (a partir de la entrega total de los documentos validados.)

5.6.4. LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

Este documento es necesario para poder realizar las operaciones del negocio. Tiene un costo de \$ 2,500.00. Y para poder obtener este documento, es necesario primero tener la visita de un perito de protección civil, y el peritaje que emita que servirá para obtener la licencia de funcionamiento. El costo del peritaje es de \$3,450.00 y se tarda entre 15 – 20 días hábiles realizar el peritaje y emitir el dictamen correspondiente.

El interesado estará obligado a manifestar, bajo protesta de decir la verdad, lo siguiente:

- Nombre o razón social, fecha de nacimiento, domicilio y nacionalidad del solicitante.
- RFC
- Número de folio y tipo de identificación oficial.
- Ubicación y superficie del establecimiento mercantil.
- Denominación o nombre comercial del establecimiento mercantil.
- Giro o actividad que pretende ejercer.
- Calidad de propietario o poseedor del inmueble.
- Si es persona moral, presentar el número de escritura constitutiva debidamente registrada o con el registro en trámite, fecha, notaría y entidad federativa en la cual se llevó a cabo la constitución de la empresa. Entre otros.

5.6.5. REGISTRO ANTE EL IMSS

Por la parte laboral, se debe dar de alta ante el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) de la siguiente manera:

Alta ante el IMSS como patrón.

- Persona física:
- Registro puede ser por internet en:

<http://serviciosdigitales.imss.gob.mx/portal-web/portal>

<http://serviciosdigitales.imss.gob.mx/portal-ciudadano-web-externo/home>

- Registro presencial: En la Subdelegación u Oficina auxiliar de afiliación y cobranza que te corresponda de acuerdo al domicilio fiscal o del centro de trabajo, de lunes a viernes en días hábiles para el IMSS de 8:00 a 15:30 horas.
- RFC. Copia.
- Comprobante del domicilio del centro de trabajo. Original y copia.
- Croquis de localización del domicilio del centro de trabajo, original.
- Identificación oficial con fotografía del patrón. Original y copia.
- Clave Única de Registro de Población (CURP). Copia.
- En caso de contar con representante legal, poder notarial para actos de dominio, de administración o poder especial en donde se especifique que puede realizar toda clase de trámites y firmar documentos ante el IMSS. Original y copia.
- Identificación oficial con fotografía y firma del representante legal. Original y copia.
- RFC del representante legal. Copia.
- CURP del representante legal. Copia.
- Solo en caso de reanudación de actividades; Aviso de Modificación de las empresas para el Seguro de Riesgos de Trabajo (AM-SRT). Original y dos copias.

Nota: Únicamente se podrá realizar el trámite en línea con CURP si se es contribuyente del Régimen de Incorporación Fiscal con la adhesión a los beneficios del Decreto por el que se otorgan estímulos para promover la incorporación a la Seguridad Social.

5.6.6. APERTURA DE ESTABLECIMIENTO ANTE LA SECRETARIA DE SALUD

Alta o apertura de puestos semifijos con venta de alimentos y bebidas en la calle (vía pública, tianguis, plazas y similares).

Si a usted le interesa abrir un negocio de venta de alimentos y/o bebidas en la vía pública, deberá contar con un permiso sanitario. Este permiso, se obtiene requisitado el formato ""217b40000-te-001"" solicitud de autorización sanitaria por apertura o actualización de datos, el cual lo podrá encontrar en: <http://salud.edomex.gob.mx/solicitud/solicituddeautorizaci3nssanitariaporapertura.doc> una vez requisitado, preséntelo en la jurisdicción de regulación sanitaria más cercana a su domicilio. Este trámite es gratuito y el tiempo de respuesta es de 30 días hábiles, de esta manera recibe su permiso sanitario, cuya vigencia es por 6 meses. Recuerde que en el trámite para el permiso, aplica la afirmativa ficta, lo cual quiere decir que si no recibiera respuesta alguna, se dará por hecho que puede abrir su establecimiento, siempre y cuando solicite la certificación de la afirmativa ficta en la jurisdicción donde ingreso su trámite.

Importante: Si por alguna circunstancia, traspasa o cierra su establecimiento, presente en el mismo formato su baja. Si actualmente se encuentra funcionando sin haber realizado los tramites descritos, es urgente que los efectúe a la brevedad posible. Recuerde que para el correcto funcionamiento de su establecimiento deberá cumplir con lo señalado en el reglamento de control sanitario de productos y servicios y en el reglamento de salud del estado de México. Estas especificaciones serán revisadas por el personal verificador legalmente acreditado, durante las diligencias que se programen y registren ante la secretaria de la contraloría, mismas que puede corroborar llamando al teléfono 01800-7-11-58-78 y 01800-7-20-02-02 lada sin costo. Asimismo tendrá que cubrir los siguientes requisitos: presentar licencia de uso de suelo por parte del ayuntamiento correspondiente, recibir capacitación en la misma jurisdicción sobre buenas prácticas de higiene y sanidad en la preparación de alimentos, cuya cuota de recuperación es de tres salarios mínimos vigentes. El trámite se realiza en la ventanilla única de la jurisdicción de regulación sanitaria correspondiente.

Requisitos:

- Solicitud de permiso sanitario.
- El trámite se debe realizar 30 días antes del inicio de las actividades.
- Licencia del uso de suelo concedida por el ayuntamiento.
- Constancia sobre las buenas prácticas de higiene y sanidad en la preparación de alimentos.

DE LUNES A VIERNES DE 9:00 A 14:30 HORAS.

Tramite: Gratuito, para obtener la constancia sobre las buenas prácticas de higiene y sanidad en la preparación de alimentos, de acuerdo al tabulador de cuotas de recuperación del ISEM.

Tiempo: 10 DIAS.

Documento a obtener: Permiso sanitario con vigencia de 6 meses.

5.6.7. INSCRIPCIÓN EN EL SISTEMA DE INFORMACIÓN EMPRESARIAL (SIEM)

El Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM), es un instrumento creado por la Secretaría de Economía que suministra información oportuna y confiable de los productos y servicios de las empresas registradas, que permite planear y diseñar programas efectivos, para la identificación de oportunidades comerciales y de negocios.

El registro debe hacerse anualmente en la Cámara que le corresponda, de acuerdo a la actividad principal que tenga su empresa, por lo que todas las empresas editoras de libros, revistas, periódicos u otro tipo de publicación, de cualquier parte del País deben hacerlo en la CANIEM.

Para su registro, deberá llenar el cuestionario que se anexa y cubrir el pago correspondiente; la CANIEM le entrega su recibo y calcomanía por el año en curso y captura la información para que sus datos aparezcan en el Portal del SIEM.

Es de carácter obligatorio para todas las empresas y las cuotas se pagan conforme al personal que colabore en su empresa:

- Hasta 2 empleados \$150.00
- De 3 a 5 empleados \$350.00
- De 6 en adelante \$670.00

5.6.8. INSCRIPCIÓN AL PADRON DE IMPORTADORES ANTE LA SECRETARIA DE ECONOMIA

En la actualidad el registro al Padrón de Importadores es vía electrónica, es decir hay que solicitarlo mediante el portal del SAT, este procedimiento puede llevar algunos minutos, sin embargo su autorización pudiera llevar algún par de semanas, es importante que tenga a la mano sus archivos de Firma Electrónica Avanzada

Nota: se recomienda utilizar el navegador Explorer y confirmar que tenga instalado el programa “java” actualizado.

Pasos a seguir:

- Entrar a la página www.sat.gob.mx
- Dar click a “Tramites”, se encuentra en la parte superior en el menú de opciones de franja verde
- En la página de “Tramites y Servicio” encontrara un nuevo MENU, donde tendrá que seleccionar “RFC”
- Aparecerá un SUB-MENU, donde seleccionará “Inscripción” debajo de Importadores y Sectores Específicos
- En la siguiente página accesar con RFC y Clave SIEC
- Dar click en “Servicios por internet”
- Seleccionar la carpeta de “Importadores” que está bajo la carpeta de “Padrones”
- Seleccionar “Solicitar Mov. Padrón import”
- Ingresar caracteres de SEGURIDAD

- Dar click en “Inscripción”
- Se abrirá una ventana con la Solicitud de Inscripción al Padrón de Importadores
- Verificar que todos sus datos fiscales este correctos
- Dentro de la Solicitud, escribir en el campo de Número de Patente de su Agente Aduanal y dar click en buscar

Nota: En caso de no contar con algún Agente Aduanal, la secretaría de economía pone a sus órdenes sus nuestros números de patente. Se puede llamar sin costo al 01-800-838-8883 o escribirles a contacto@padrondeimportadores.org

- Aparecerá el RFC y nombre de su Agente Aduanal
- Seleccionar la vigencia deseada de preferencia “Indefinido” para evitar actualizaciones
- Dar click en el botón de “AGREGAR”
- Dar click en el botón de “Enviar” localizado en la parte inferior de la solicitud
- Aparecerá en Pantalla la solicitud con la patente seleccionada, dar click en ACEPTAR
- Nuevamente Ingresar RFC, Clave y 2 archivos de FIEL, Dar click en “CONFIRMAR”
- Finalmente imprimir la Confirmación de la Solicitud

5.6.9. TRAMITE DEL REGISTRO DE LA PROPIEDAD

Consiste en dar publicidad a la situación jurídica de los bienes y derechos, así como a los actos y hechos jurídicos que conforme a la Ley deban registrarse para surtir efectos contra terceros, a fin de otorgar certeza y seguridad jurídica a los mismos; funcionando bajo la responsabilidad del Instituto de la Función Registral del Estado de México.

Por lo que se deberán inscribir: las enajenaciones en las que se sujete la transmisión de propiedad a condiciones suspensivas o resolutorias y el

cumplimiento de las condiciones respectivas, las resoluciones judiciales que impliquen traslación de dominio o posesión, las resoluciones dictadas en el Procedimiento de Inmatriculación Administrativa, entre otras.

Registro de Sociedades Mercantiles

Sociedades mercantiles son aquellas que tienen por objeto la realización de uno o más actos de comercio, en general, una actividad sujeta al derecho mercantil. Por lo que la Ley General de Sociedades Mercantiles, reconoce como especies de sociedades mercantiles, las siguientes:

- Sociedad en nombre colectivo;
- Sociedad en comandita simple;
- Sociedad de responsabilidad limitada;
- Sociedad anónima;
- Sociedad de comandita por acciones, y
- Sociedad cooperativa.

Las inscripciones referentes a la constitución de personas jurídico-colectivas según lo previsto en la Ley Registral para el Estado de México, deberán contener los datos siguientes:

- Número y fecha del Instrumento, y nombre y número del Notario Público ante quien se hubieren constituido;
- El nombre de los otorgantes;
- La razón social o denominación;
- El objeto, duración y domicilio;
- El capital social, si lo hubiere y la aportación con que cada socio debe contribuir;
- La manera de distribirse las utilidades y pérdidas, en su caso;
- El nombre de los integrantes de los órganos de administración y las facultades que les otorguen;
- El carácter de los socios y de su responsabilidad ilimitada cuando la tuvieren y la fecha y firma del Registrador.

CAPÍTULO 6. ESTUDIO FINANCIERO

En este capítulo se presentan los presupuestos y estudios financieros como: presupuesto de insumos, presupuesto de materias primas, material y equipo, costos de depreciación, mano de obra, construcción del local, proyección de costos, costos totales, presupuesto de inversión, proyección de ingresos, estado de resultados, flujo de efectivo y punto de equilibrio.

6.1. PRESUPUESTO INICIAL

Tabla 6.1.1. Presupuesto de insumos

INSUMOS				
CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
Capacillos	2	Caja con 100 pzas	15.00	30.00
Bolsas de celofán	3	Kilo	20.00	60.00
Bolsas de papel chicas p/palomitas	3	Kilo	15.00	45.00
Charolas medianas de plástico	2	Paquete	20.00	40.00
Domos de plástico	2	Paquete	20.00	40.00
Plato de plástico	3	Paquete	10.00	30.00
Tenedor mediano	2	Paquete	10.00	20.00
TOTAL				265.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6.1.2. Presupuesto de materias primas

PRESUPUESTO DE MATERIAS PRIMAS					
CONCEPTO	PRESENTACIÓN	COSTO DE INSUMOS	CANTIDAD SEMANAL	COSTO SEMANAL	COSTO MENSUAL
Cheesecake	Unidad	200.00	1	200.00	800.00
Galletas emperador	Caja con 6 paquetes	242.00	1	242.00	968.00
Galletas Mamut	Caja con 56 piezas	22.50	3	67.50	270.00
Galletas Chokis	Caja con 16 pzas.	100.00	3	300.00	1,200.00
Palomitas de maíz	Caja	50.00	2	100.00	400.00
Dulces Cachetadas	Caja con 100 pzas.	100.00	1	100.00	400.00
Papas fritas	Bolsa	60.00	3	180.00	720.00
Chicharrones	Bolsa	40.00	3	120.00	480.00
Chocolates kisses	Bolsa	139.00	2	278.00	1,112.00
Bombones cubiertos de chocolate	Caja	125.00	2	250.00	1,000.00
Chocolates Ferrero Rocher	Caja con 32 pzas.	205.00	1	205.00	820.00
Lunetas	Caja	50.38	2	100.76	403.04
Totis	Bolsa con 25 pzas.	30.00	2	60.00	240.00
Cacahuate Japonés	Kilo	84.00	1	84.00	336.00
Cacahuate enchilado	Kilo	84.00	1	84.00	336.00
Cacahuate salado	Kilo	92.00	1	92.00	368.00
Mangos enchilados	Kilo	190.00	500gr	80.00	320.00
Gomitas enchiladas	Kilo	50.00	1	50.00	200.00
Paletas de chocolate	Bolsa con 40 pzas.	45.00	2	90.00	360.00
Paletas de dulce	Bolsa con 40 pzas.	35.00	2	70.00	280.00
Paletas de chile	Bolsa con 40 pzas.	35.00	1	35.00	140.00
Pulparindo	Caja con 25 pzas.	35.00	1	35.00	140.00
Skwinkles	Caja con 12 pzas.	80.00	1	80.00	320.00
Oblea de cajeta	Tira con 10 pzas.	12.00	2	24.00	96.00
Moneas de chocolate	Caja con 48 pzas.	37.00	1	37.00	148.00
Duvalin	Caja con 18 pzas	28.00	1	28.00	112.00
Mazapán	Caja con 30 pzas.	30.00	1	30.00	120.00
Zanahoria	Kilo	8.00	1	8.00	32.00
Pepino	Kilo	20.00	1	20.00	80.00
Jícama	Kilo	10.00	1	10.00	40.00
Betabel	Kilo	12.00	1	12.00	48.00
Mango	Kilo	25.00	1	25.00	100.00
Sandia	Kilo	8.00	1	8.00	32.00
Papaya	Kilo	11.50	1	11.50	46.00
Melón	Kilo	18.00	1	18.00	72.00
TOTAL				3,134.76	12,539.04

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6.1.3. Material y equipo

BOCADREAM				
REQUERIMIENTO DE EQUIPOS				
18 DE NOVIEMBRE DEL 2016				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	U.M.	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Refrigerador industrial mediano	1	Pieza	\$ 13,990.00	\$ 13,990.00
Mostrador de cristal	1	Pieza	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00
Rayador de fruta	1	Pieza	\$ 239.00	\$ 239.00
Anaquele de acero	2	Pieza	\$ 8,000.00	\$ 16,000.00
TOTAL				\$ 45,229.00
REQUERIMIENTOS DE HERRAMIENTAS				
CONCEPTO	CANTIDAD	U.M.	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
Tablón rectangular	2	Pieza	\$ 649.00	\$ 1,298.00
Centro de mesa de vidrio	3	Pieza	\$ 239.00	\$ 717.00
Base pastelera de vidrio	3	Pieza	\$ 249.00	\$ 747.00
Canastas	3	Pieza	\$ 80.00	\$ 240.00
Tabla de madera para picar	2	Pieza	\$ 79.00	\$ 158.00
Mantel para tablón	2	Pieza	\$ 109.90	\$ 219.80
Tijeras	2	Pieza	\$ 47.00	\$ 94.00
Cuchillos	2	Pieza	\$ 35.00	\$ 70.00
Pistola de silicón	2	Pieza	\$ 28.00	\$ 56.00
TOTAL				\$ 3,599.80
REQUERIMIENTO DE MATERIAL DE APOYO				
CONCEPTO	CANTIDAD	U.M.	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
Mandil	5	Pieza	\$ 50.00	\$ 250.00
Guantes	1	Caja	\$ 100.00	\$ 100.00
Cofia	1	Caja	\$ 50.00	\$ 50.00
Cubre bocas	1	Caja	\$ 50.00	\$ 50.00
TOTAL				\$ 450.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6.1.4. Costos de depreciación

BOCADREAM					
COSTOS DE DEPRECIACIONES					
18 DE NOVIEMBRE DEL 2016					
DESCRIPCIÓN	VALOR ORIGINAL	TASA	AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE RESCATE
Refrigerador industrial mediano	\$ 13,990.00	10%	5	\$ 1,399.00	\$ 6,995.00
Mostrador de cristal	\$ 15,000.00	10%	5	\$ 1,500.00	\$ 7,500.00
Rayador de fruta	\$ 239.00	10%	5	\$ 23.90	\$ 119.50
Anaquele de acero	\$ 16,000.00	10%	5	\$ 1,600.00	\$ 8,000.00
TOTAL	\$ 45,229.00			\$ 4,522.90	\$ 22,614.50

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6.1.5. Mano de obra

BOCADREAM			
MANO DE OBRA			
18 DE NOVIEMBRE DEL 2016			
CONCEPTO/M.OBRA	CANTIDAD/DÍA	CANTIDAD/SEMANA	CANTIDAD/MENSUAL
Responsable de Dirección	1	7	28
Responsable de compras	1	7	28
Responsable de MKT	1	7	28
Responsable de producción	1	7	28
Responsable de contabilidad	1	7	28
Responsable de ventas	1	7	28
Ayudante general	2	14	56
TOTAL POR DÍA	8	56	224

Fuente: Elaboración propia

Continúa abajo

Tabla 6.1.5. Mano de obra Continuación

MANO DE OBRA				
CONCEPTO/M.OBRA	CANTIDAD	U.M.	PRECIO UNITARIO	COSTO MENSUAL
Responsable de Dirección	28	Jornal	\$ 100.00	\$ 2,800.00
Responsable de compras	28	Jornal	\$ 100.00	\$ 2,800.00
Responsable de MKT	28	Jornal	\$ 100.00	\$ 2,800.00
Responsable de producción	28	Jornal	\$ 100.00	\$ 2,800.00
Responsable de contabilidad	28	Jornal	\$ 100.00	\$ 2,800.00
Responsable de ventas	28	Jornal	\$ 100.00	\$ 2,800.00
Ayudante general	56	Jornal	\$ 100.00	\$ 5,600.00
TOTAL POR DÍA	224		\$ 700.00	\$ 22,400.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6.1.6. Construcción del local

CONSTRUCCIÓN DEL LOCAL				
CONCEPTOS	U.M.	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
Terreno	Lote	1	\$ 150,000.00	\$ 150,000.00
Arena	Volteo	2	\$ 1,800.00	\$ 3,600.00
Grava	Volteo	2	\$ 1,800.00	\$ 3,600.00
Cemento	Bulto	70	\$ 200.00	\$ 14,000.00
Varilla 3.8	Piezas	500	\$ 100.00	\$ 50,000.00
Cortina metálica	Piezas	2	\$ 3,400.00	\$ 6,800.00
Tube PBC	Piezas	20	\$ 150.00	\$ 3,000.00
Cableado	Metro	250	\$ 25.00	\$ 6,250.00
Lámparas	Piezas	20	\$ 500.00	\$ 10,000.00
Tinaco Rotoplas	Piezas	1	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00
Azulejo	Piezas	1200	\$ 250.00	\$ 300,000.00
Retretes	Piezas	12	\$ 1,400.00	\$ 16,800.00
Mano de obra	Obra			\$ 100,000.00
SUTOTAL				\$ 665,450.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6.1.7. Proyección de costos

PROYECCIÓN DE COSTOS						
COSTOS DEL PROYECTO	COSTOS	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
CONCEPTO	COSTO MENSUAL	1	2	3	4	5
Predio	\$ 2,500.00	\$ 30,000.00	\$ 30,300.00	\$ 30,603.00	\$ 30,909.03	\$ 31,218.12
Agua	\$ 3,000.00	\$ 36,000.00	\$ 36,360.00	\$ 36,723.60	\$ 37,090.84	\$ 37,461.74
Luz	\$ 500.00	\$ 6,000.00	\$ 6,060.00	\$ 6,120.60	\$ 6,181.81	\$ 6,243.62
Salarios	\$ 22,400.00	\$ 268,800.00	\$ 271,488.00	\$ 274,202.88	\$ 276,944.91	\$ 279,714.36
Administración	\$ 3,000.00	\$ 36,000.00	\$ 36,360.00	\$ 36,723.60	\$ 37,090.84	\$ 37,461.74
Permisos	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,120.00	\$ 12,241.20	\$ 12,363.61	\$ 12,487.25
Materia prima	\$ 12,539.04	\$ 150,468.48	\$ 151,973.16	\$ 153,492.90	\$ 155,027.83	\$ 156,578.10
Insumos	\$ 265.00	\$ 3,180.00	\$ 3,211.80	\$ 3,243.92	\$ 3,276.36	\$ 3,309.12
TOTAL	\$ 44,939.04	\$ 539,268.48	\$ 544,661.16	\$ 550,107.78	\$ 555,608.85	\$ 561,164.94

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6.1.8. Costos totales

COSTOS TOTALES						
COSTOS FIJOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Predio	\$ 30,000.00	\$ 30,300.00	\$ 30,603.00	\$ 30,909.03	\$ 31,218.12	
Agua	\$ 36,000.00	\$ 36,360.00	\$ 36,723.60	\$ 37,090.84	\$ 37,461.74	
Luz	\$ 6,000.00	\$ 6,060.00	\$ 6,120.60	\$ 6,181.81	\$ 6,243.62	
Salarios	\$ 268,800.00	\$ 271,488.00	\$ 274,202.88	\$ 276,944.91	\$ 279,714.36	
Administración	\$ 36,000.00	\$ 36,360.00	\$ 36,723.60	\$ 37,090.84	\$ 37,461.74	
Permisos	\$ 12,000.00	\$ 12,120.00	\$ 12,241.20	\$ 12,363.61	\$ 12,487.25	
TOTAL	\$ 388,800.00	\$ 392,688.00	\$ 396,614.88	\$ 400,581.03	\$ 404,586.84	

COSTOS VARIABLES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Materia prima	\$ 150,468.48	\$ 151,973.16	\$ 153,492.90	\$ 155,027.83	\$ 156,578.10	
Insumos	\$ 3,180.00	\$ 3,211.80	\$ 3,243.92	\$ 3,276.36	\$ 3,309.12	
TOTAL	\$ 153,648.48	\$ 155,184.96	\$ 156,736.81	\$ 158,304.18	\$ 159,887.22	

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Costos fijos	\$ 388,800.00	\$ 392,688.00	\$ 396,614.88	\$ 400,581.03	\$ 404,586.84	
Costos variables	\$ 153,648.48	\$ 155,184.96	\$ 156,736.81	\$ 158,304.18	\$ 159,887.22	
COSTOS TOTALES	\$ 542,448.48	\$ 547,872.96	\$ 553,351.69	\$ 558,885.21	\$ 564,474.06	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6.1.9. Presupuesto de inversión

BOCADREAM				
PRESUPUESTO DE INVERSIÓN				
18 DE NOVIEMBRE DEL 2016				
CONCEPTOS	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
ACTIVO FIJO				
Local (construcción)	M2	150	\$ 1,000.00	\$ 665,450.00
Refrigerador industrial mediano	Pieza	1	\$ 13,990.00	\$ 13,990.00
Mostrador de cristal	Pieza	1	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00
Rayador de fruta	Pieza	1	\$ 239.00	\$ 239.00
Anaquele de acero	Pieza	2	\$ 8,000.00	\$ 16,000.00
Tablón rectangular	Pieza	2	\$ 649.00	\$ 1,298.00
Centro de mesa de vidrio	Pieza	3	\$ 239.00	\$ 717.00
Base pastelera de vidrio	Pieza	3	\$ 249.00	\$ 249.00
Canastas	Pieza	3	\$ 80.00	\$ 240.00
Tabla de madera para picar	Pieza	2	\$ 79.00	\$ 158.00
Mantel para tablón	Pieza	2	\$ 109.90	\$ 219.80
Tijeras	Pieza	2	\$ 47.00	\$ 94.00
Cuchillos	Pieza	2	\$ 35.00	\$ 70.00
Pistola de silicón	Pieza	2	\$ 28.00	\$ 56.00
Mandil	Pieza	5	\$ 50.00	\$ 250.00
Guantes	Caja	1	\$ 100.00	\$ 100.00
Cofia	Caja	1	\$ 50.00	\$ 50.00
Cubre bocas	Caja	1	\$ 50.00	\$ 50.00
SUBTOTAL				\$ 714,230.80
ACTIVO DIFERIDO				
Capacitación y cursos de repostería	Presupuesto	1	\$ 18,563.00	\$ 18,563.00
CAPITAL DE TRABAJO				
Materias primas	Lote	1	12,539.04	12,539.04
Mano de obra	Jornal	224	\$ 100.00	\$ 22,400.00
Insumos	Lote	1	265.00	265.00
Administración	Servicio	1	3,000.00	3,000.00
Agua	Servicio	1	3,000.00	3,000.00
Luz	Servicio	1	500.00	500.00
SUBTOTAL				41,704.04
TOTAL				\$ 774,497.84

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6.1.10. Proyección de ingresos

PROYECCIÓN DE INGRESOS				
Precio de venta	Unidades vendidas semanal	Ingreso semanal	Ingreso mensual	Ingreso anual
\$ 35.00	200	\$ 7,000.00	\$ 28,000.00	\$ 336,000.00
\$ 40.00	150	\$ 6,000.00	\$ 24,000.00	\$ 288,000.00
\$ 50.00	100	\$ 5,000.00	\$ 20,000.00	\$ 240,000.00
TOTAL		\$ 18,000.00	\$ 72,000.00	\$ 864,000.00

Fuente: Elaboración propia continúa abajo

Tabla 6.1.10. Proyección de ingresos (continuación)

CONCEPTO	VOLUMEN	PRECIO	VENTAS	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	
	Venta mensual	UNITARIO	MENSUAL	1	2	3	4	5	
Paquete 1	800	\$ 35.00	\$28,000.00	\$336,000.00	\$352,800.00	\$370,440.00	\$ 388,962.00	\$ 408,410.10	
Paquete 2	600	\$ 40.00	\$24,000.00	\$288,000.00	\$302,400.00	\$317,520.00	\$ 333,396.00	\$ 350,065.80	
Paquete 3	400	\$ 50.00	\$20,000.00	\$240,000.00	\$252,000.00	\$264,600.00	\$ 277,830.00	\$ 291,721.50	
				\$72,000.00	\$864,001.00	\$907,202.00	\$952,563.00	\$1,000,192.00	\$1,050,202.40

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6.1.11. Estado de resultados

BOCADREAM					
ESTADO DE RESULTADOS					
Conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 864,001.00	\$ 907,202.00	\$ 952,563.00	\$ 1,000,192.00	\$ 1,050,202.40
Costos fijos	\$ 388,800.00	\$ 392,688.00	\$ 396,614.88	\$ 400,581.03	\$ 404,586.84
Costos variables	\$ 153,648.48	\$ 155,184.96	\$ 156,736.81	\$ 158,304.18	\$ 159,887.22
Costos totales	\$ 542,448.48	\$ 547,872.96	\$ 553,351.69	\$ 558,885.21	\$ 564,474.06
UTILIDAD BRUTA	\$ 321,552.52	\$ 359,329.04	\$ 399,211.31	\$ 441,306.79	\$ 485,728.34
Depreciación	\$ 4,522.90	\$ 4,749.05	\$ 4,986.50	\$ 5,235.82	\$ 5,497.61
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 317,029.62	\$ 354,579.99	\$ 394,224.81	\$ 436,070.97	\$ 480,230.72
Impuestos	\$ 31,702.96	\$ 35,458.00	\$ 39,422.48	\$ 43,607.10	\$ 48,023.07
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 285,326.66	\$ 319,121.99	\$ 354,802.33	\$ 392,463.87	\$ 432,207.65

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6.1.12. Flujo de efectivo

FLUJO DE EFECTIVO						
Conceptos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ -	\$ 864,001.00	\$ 907,202.00	\$ 952,563.00	\$ 1,000,192.00	\$ 1,050,202.40
Valor de rescate	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 22,614.50
INGRESOS TOTALES	\$ -	\$ 864,001.00	\$ 907,202.00	\$ 952,563.00	\$ 1,000,192.00	\$ 1,072,816.90
Costos fijos	\$ -	\$ 388,800.00	\$ 392,688.00	\$ 396,614.88	\$ 400,581.03	\$ 404,586.84
Costos variables	\$ -	\$ 153,648.48	\$ 155,184.96	\$ 156,736.81	\$ 158,304.18	\$ 159,887.22
COSTOS TOTALES	\$ -	\$ 542,448.48	\$ 547,872.96	\$ 553,351.69	\$ 558,885.21	\$ 564,474.06
Compra Activo Fijo	\$ 714,230.80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Compra de Activo Diferido	\$ 18,563.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Compra de Capital de Trabajo	\$ 41,704.04	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
SALDO FINAL	-\$774,497.84	\$321,552.52	\$359,329.04	\$399,211.31	\$ 441,306.79	\$ 508,342.84

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6.1.13. Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO					
Conceptos / Año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 864,001.00	\$ 907,202.00	\$ 952,563.00	\$ 1,000,192.00	\$ 1,050,202.40
Costos fijos	\$ 388,800.00	\$ 392,688.00	\$ 396,614.88	\$ 400,581.03	\$ 404,586.84
Costos variables	\$ 153,648.48	\$ 155,184.96	\$ 156,736.81	\$ 158,304.18	\$ 159,887.22
Costos totales	\$ 542,448.48	\$ 547,872.96	\$ 553,351.69	\$ 558,885.21	\$ 564,474.06
PUNTO DE EQUILIBRIO \$	\$ 472,897.02	\$ 473,722.43	\$ 474,727.61	\$ 475,904.19	\$ 477,244.55
PUNTO DE EQUILIBRIO %	55%	52%	50%	48%	45%

Fuente: Elaboración propia

Continúa abajo

Taza de actualización **20%**

Interpretación P.E.:

Como se observa, el punto de equilibrio muestra que en el primero año de funcionamiento, el punto de equilibrio es del 55%, lo que representa un valor monetario de \$ 472,897.02, esto quiere decir que no se obtendrán ganancias pero tampoco se obtendrán pérdidas.

Tabla 6.1.13. Punto de equilibrio (continuación)

AÑO	INGRESOS	COSTOS	FLUJO DE EFECTIVO	TASA (1+t) ⁻ⁿ	FLUJO DE EFECTIVO DESCONTADO	FLUJO DE EFECTIVO ACUMULADO
0	\$ -	\$ 774,497.84	-\$ 774,497.84	1.000	-\$ 774,497.84	-\$ 774,497.84
1	\$ 864,001.00	\$ 542,448.48	\$ 321,552.52	0.833	\$ 267,960.43	-\$ 506,537.41
2	\$ 907,202.00	\$ 547,872.96	\$ 359,329.04	0.694	\$ 249,534.05	-\$ 257,003.35
3	\$ 952,563.00	\$ 553,351.69	\$ 399,211.31	0.579	\$ 231,025.06	-\$ 25,978.29
4	\$ 1,000,192.00	\$ 558,885.21	\$ 441,306.79	0.482	\$ 212,821.56	\$ 186,843.27
5	\$ 1,050,202.40	\$ 564,474.06	\$ 508,342.84	0.402	\$ 204,291.58	\$ 391,134.85
TOTAL	\$ 4,774,160.40	\$ 3,541,530.25	\$ 1,255,244.65		\$ 391,134.85	

Fuente: Elaboración propia

VAN \$391,134.85
TIR 39.53%
B/C 1.51

Interpretación: El proyecto es viable de acuerdo a la evaluación realizada, ya que tiene el VAN mayor a cero, lo que significa que el proyecto es viable ya que presenta recuperación, utilidades y ganancias entre finales del tercer año y principios del cuarto año.

El proyecto cuenta con un TIR del 39.53%, que es mayor a la evaluación (tasa de actualización) que es del 20%, lo que indica viabilidad.

Por último, la relación Beneficio-Costo es mayor que 1, lo que significa que por cada peso invertido se va a recuperar, y se tendrá un excedente de 1.51. También, podemos observar que el periodo de recuperación de la inversión es inferior a 5 años.

CAPÍTULO 7. EVALUACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIOECONÓMICO

En este capítulo se presenta la propuesta con la que la BocaDream buscará apoyar el impacto ambiental que generará la producción, usando métodos y alternativas en beneficio del medio ambiente; ofrece de igual forma los beneficios económicos que se verán reflejados en el Municipio de Ecatepec de Morelos.

1. Estado que guarda el ambiente.

El medio ambiente natural de la zona de Ecatepec de Morelos es malo debido a las afectaciones que recibe de las zonas más cercanas como es “Cerro Gordo”, generando contaminación al aire, agua, suelo, flora, fauna, modificación del paisaje, malos olores, generación de fauna nociva y residuos sólidos urbanos.

En las áreas donde vamos a generar impacto son:

Suelo: Construimos el local en un terreno que está dentro de la localidad, el escombros no tiene un reúso.

Agua: Se contamina el agua cuando lavamos los diferentes instrumentos de trabajo e insumos.

La empresa generará contaminación ya que tenemos basura que tarda años en desintegrarse por ejemplo, plástico, madera y papel.

2. Identificar y evaluar los efectos significativos que producirá el proyecto sobre el ambiente y proponer un plan de manejo ambiental.

El mal aprovechamiento y la mala calidad de agua hacen que sea un recurso muy escaso y se debe poner en marcha un programa para reutilizarla, en la empresa, proponemos tener nuestro propio filtro para el agua que utilizamos para lavar los diferentes materiales y las verduras o frutas que se lleguen usar, el agua que ya no se pueda recuperar con el filtro, se utilizará para los baños.

Podemos utilizar el escombros para hacer una jardinera y así la posibilidad de plantar árboles para ayudar a que la flora del estado crezca.

El desecho de las verduras o frutas que utilizemos lo contemplaremos como abono para la jardinera.

3. Considerar métodos.

Tener consciencia ambiental dentro de la empresa, no es una moda, es una necesidad.

Dentro de las instalaciones, en cada área, se colocarán los valores ambientales los cuales ayudarán a los colaboradores a relacionarse más con las áreas naturales y aprenderán a respetar la naturaleza.

Los valores ambientales son los siguientes:

- **Amor ambiental:**
Proteger, valorar y conservar el lugar que habitamos, en buenas condiciones.
- **Conciencia ambiental:**
Entender cómo influyen las acciones del hombre de cada día en el medio ambiente y como esto afecta el futuro de la empresa.
- **Conservación ambiental:**
Garantizar la subsistencia de los recursos naturales con los que contamos.
- **Responsabilidad ambiental:**
Responder de los actos o decisiones que otros hacen.
- **Justicia ambiental:**
Controlar, regular y castigar las acciones cometidas por el hombre en el medio ambiente.
- **Responsabilidad con los recursos:**
Hacer uso adecuado de los recursos naturales con los que cuenta la empresa.

El uso de tecnologías es muy importante ya que con ellas se puede ayudar a mejorar el ambiente que nos rodea.

El establecimiento contará con sensores de movimiento, cuando en algún departamento no se esté ocupando la luz estas automáticamente se apagarán, y ayudarán a ahorrar energía durante el día y la noche.

7.1. IMPACTO SOCIOECONÓMICO

A nivel social BocaDream generará en su arranque una fuente de trabajo para siete personas, por consiguiente se beneficiarán a las familias de estos empleados, fortaleciendo la economía de la zona de Ecatepec de Morelos y el espíritu emprendedor de los trabajadores.

En un futuro no muy lejano, brindará trabajo a aquellas personas que no cuentan con experiencia, se podrá dar la oportunidad de laborar medio tiempo a estudiantes que se encuentren en una mala situación económica y en riesgo de abandonar sus estudios por este problema y dependiendo de la demanda y posicionamiento de la empresa en el mercado se irán anexando más trabajadores al grupo de trabajo de BocaDream.

A N E X O S

1. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Para segmentar el mercado, se consideraron las variables demográficas, geográficas y psicográficas, en las que se determinó lo siguiente:

VARIABLE	CRITERIOS
Geográfica	<ul style="list-style-type: none">• Zona o región: San Cristóbal Centro, Santa María Tulpetlac, Santa Clara y Guadalupe Victoria.
Demográfica	<ul style="list-style-type: none">• Sexo: Mujer• Edad: De 20 a 35 años.• Ocupación: Empleado
Psicográfica	<ul style="list-style-type: none">• Personalidad: Detallista, Innovador en sus eventos.

Dichos criterios fueron seleccionados, ya que las estadísticas muestran que:

- La población económicamente activa para el último trimestre del 2015 es de 699, 245 personas. De las cuales, las personas de entre 20 y 34 años de edad son las que representan el mayor número de personas con un trabajo.
- BocaDream está dirigida principalmente a las mujeres, ya que representan el mayor número de habitantes en la zona de Ecatepec, ya que los datos muestran que son 863, 201 mujeres.

Las estadísticas consultadas fueron las del portal del Municipio de Ecatepec, datos al segundo trimestre del año 2016

- Investigación de mercado

2. ENCUESTA

INSTRUCCIONES: Subraye o coloque una marca, según corresponda, en la respuesta que crea usted más conveniente.

Género: Masculino ____ Femenino ____

Edad: De entre 20 a 25 años ____ De 26 a 30 años ____ Otro: ____

1. En fechas importantes o celebraciones, ¿realiza reuniones?

- a) Sí
- b) No
- c) En ciertas ocasiones

2. Cuándo realiza reuniones, ¿en qué lugar se llevan a cabo?

- a) Casa propia
- b) Salón o jardín de eventos
- c) Calle

3. Para usted, ¿qué es lo más difícil al ofrecer una fiesta?

- a) Conseguir el lugar
- b) Elegir que alimentos ofrecer y prepararlos
- c) Tener el dinero necesario

4. Respecto a los alimentos a consumir, usted:

- a) Compra ya todo hecho
- b) Elabora todos y cada uno de los alimentos
- c) Algunas cosas las compra ya hechas y otras las elabora

5. ¿Ofrece botanas, bocadillos o postres en sus eventos?

- a) Siempre
- b) En algunas ocasiones
- c) Nunca

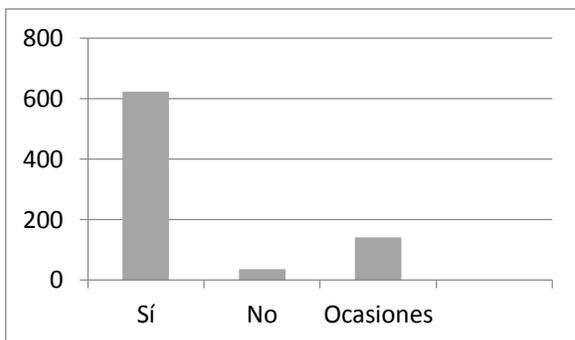
6. ¿Le agradecería colocar una Candy Bar en sus eventos?

- a) Siempre
- b) En algunas ocasiones
- c) Nunca

- 7. ¿Qué presentación prefiere para la Candy Bar?**
- a) Dulces y postres
 - b) Salado y picante
 - c) Frutas y verduras
 - d) Galletas y panadería
 - e) Todas las anteriores
- 8. ¿Alguna vez ha contratado servicio de Candy Bar para un evento?**
- a) Siempre
 - b) En algunas ocasiones
 - c) Nunca
- 9. ¿Le agradaría contratar el servicio de Candy Bar en una empresa formalmente constituida y que ofrezca garantía por sus servicios?**
- a) Sí
 - b) Mejor con conocidos
 - c) Me da lo mismo
- 10. ¿Qué tan frecuentemente recurriría a estos servicios?**
- a) Para todas las reuniones y eventos
 - b) Para la mayoría
 - c) Nunca
- 11. Marque para qué tipo de eventos recurriría al servicio de Candy Bar**
- () Cumpleaños
 - () Bodas
 - () Aniversario
 - () Fiesta infantil
 - () Evento religioso
 - () XV Años
 - () Conferencias formales

2.1. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

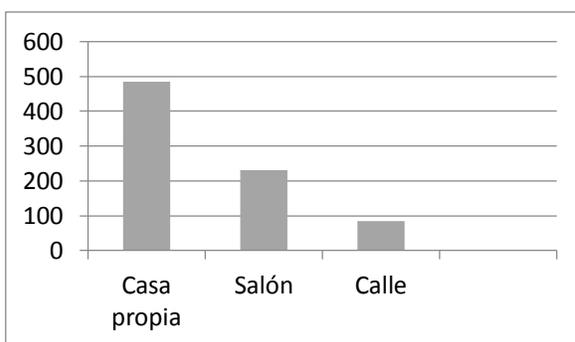
1) En fechas importantes o celebraciones, ¿realiza reuniones?



Interpretación: Se aprecia que 623 personas de las 800 que se encuestaron realizan eventos sociales para celebrar y solo 35 dejan pasar la ocasión sin festejar.

Fuente: Elaboración propia

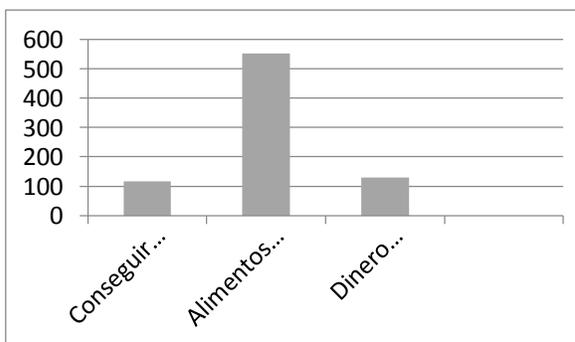
2) Cuándo realiza reuniones, ¿en qué lugar se llevan a cabo?



Interpretación: La mayoría de las personas encuestadas realizan sus eventos en casa, sin embargo, también existe una población potencial en los salones de eventos.

Fuente: Elaboración propia

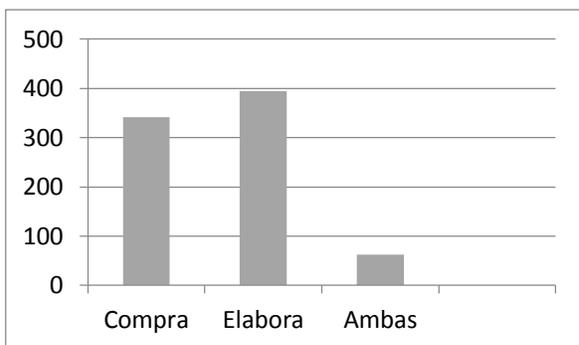
3) Para usted, ¿qué es lo más difícil al ofrecer una fiesta?



Interpretación: Con 553 personas, conseguir o preparar los alimentos es lo que más se les dificulta a las personas, conseguir lugar y dinero no resultó un impedimento.

Fuente: Elaboración propia

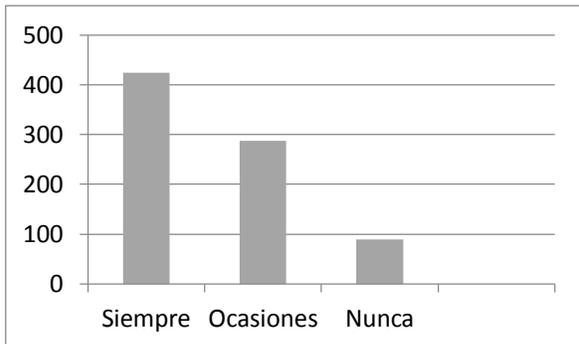
4) Respecto a los alimentos a consumir, usted:



Interpretación: Casi la mitad de los encuestados elabora sus propios alimentos, aunque también están competidas las personas que lo compran ya hecho.

Fuente: Elaboración propia

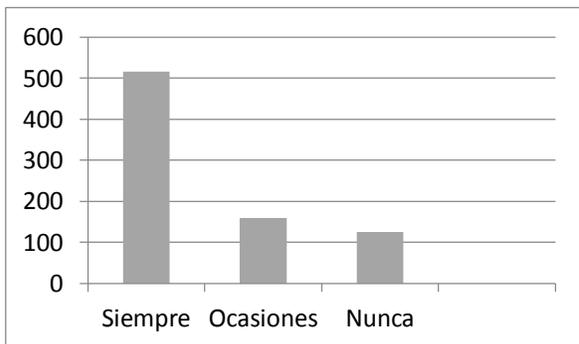
5) ¿Ofrece botanas, bocadillos o postres en sus eventos?



Interpretación: Más de la mitad de los encuestados ofrece bocadillos o botanas adicionales al banquete, 287 personas lo hacen ocasionalmente, lo que permite que sea una buena idea la colocación de este servicio.

Fuente: Elaboración propia

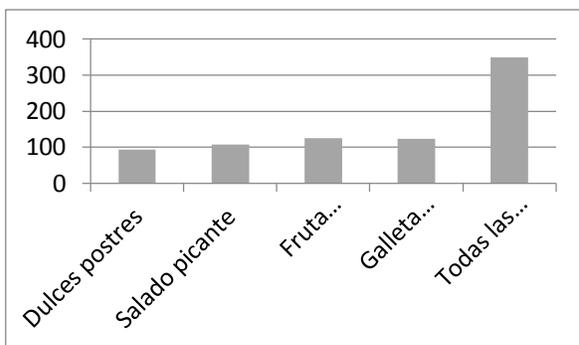
6) ¿Le agradaría colocar una Candy Bar en sus eventos?



Interpretación: 516 personas de 800 dijeron que les agradaría, 159 dijeron que ocasionalmente y solo 125 no les agradaría, por lo tanto 675 podrían ser clientes potenciales del servicio.

Fuente: Elaboración propia

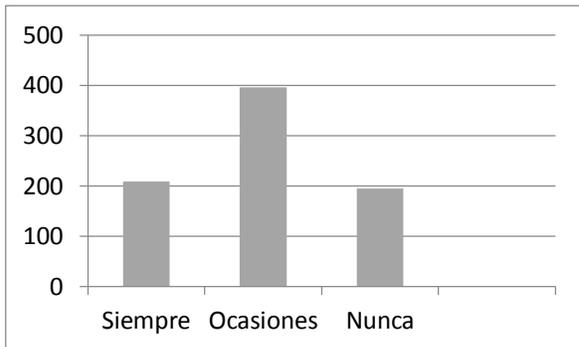
7) ¿Qué presentación prefiere para la Candy Bar?



Interpretación: Todas las presentaciones de Candy Bar que se ofrecen son del agrado de los encuestados y dejaron ver que a la mayoría le agrada una combinación de todas.

Fuente: Elaboración propia

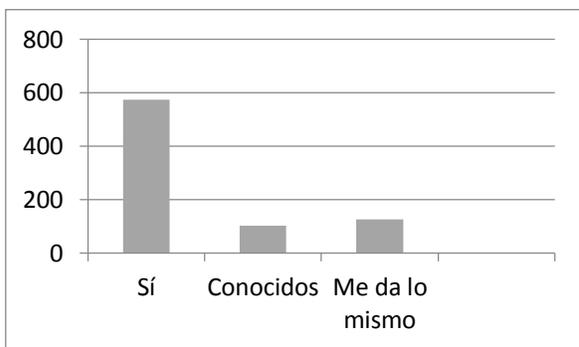
8) ¿Alguna vez ha contratado servicio de Candy Bar para un evento?



Interpretación: 209 personas contratan estos servicios para sus eventos y 396 lo hacen ocasionalmente, la cifra es similar a la respuesta de la pregunta seis demostrando el gusto por el servicio.

Fuente: Elaboración propia

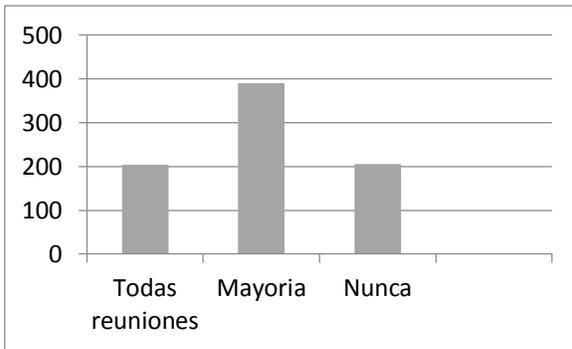
9) ¿Le agradecería contratar el servicio de Candy Bar en una empresa formalmente constituida y que ofrezca garantía por sus servicios?



Interpretación: 573 personas demuestran que se sentirían más seguros al contratar un servicio de Candy Bar con una empresa que garantice el servicio y no con gente que no lo hace.

Fuente: Elaboración propia

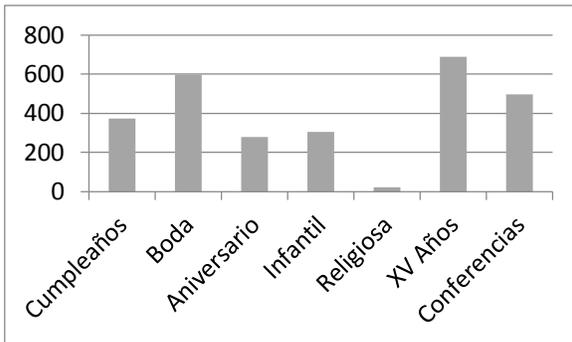
10) ¿Qué tan frecuentemente recurriría a estos servicios?



Interpretación: 390 personas lo harían la mayoría de las ocasiones y 204 en ocasiones lo que da un total de 594 personas que comprarían el servicio.

Fuente: Elaboración propia

11) Marque para qué tipo de eventos recurriría al servicio de Candy Bar



Interpretación: XV años, bodas, conferencias e infantiles son los eventos que más contratarían el servicio, mientras que religiosos no demuestra ser un mercado favorable para la empresa.

Fuente: Elaboración propia

2.1.1. ANÁLISIS GENERAL

BocaDream demuestra ser una propuesta de empresa rentable para el mercado al que está dirigido, siendo una empresa que podría crecer por el gusto que existe por los dulces en Latinoamérica, además, las personas sentirían más confianza de contratar este servicio con una empresa que ofrezca calidad, seguridad, higiene y garantía en el servicio.

3. REGISTRO DE LA MARCA

A continuación, se presenta el formato impreso del registro de marca que proporciona el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI).

gob mx																	
Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial																	
Solicitud de Registro o Publicación de Signos Distintivos																	
<table border="1"> <tr> <th>Homoclave del formato</th> </tr> <tr> <td>IMPI-00-001</td> </tr> </table>	Homoclave del formato	IMPI-00-001	<table border="1"> <tr> <th>Folio</th> </tr> <tr> <td> </td> </tr> </table>	Folio													
Homoclave del formato																	
IMPI-00-001																	
Folio																	
<table border="1"> <tr> <th>*Fecha de publicación del formato en el DOF</th> </tr> <tr> <td>28 / 07 / 2015</td> </tr> </table>	*Fecha de publicación del formato en el DOF	28 / 07 / 2015	<table border="1"> <tr> <th>Fecha de solicitud del trámite</th> </tr> <tr> <td>DD / MM / AAAA</td> </tr> <tr> <td>29 / 09 / 2016</td> </tr> </table>	Fecha de solicitud del trámite	DD / MM / AAAA	29 / 09 / 2016											
*Fecha de publicación del formato en el DOF																	
28 / 07 / 2015																	
Fecha de solicitud del trámite																	
DD / MM / AAAA																	
29 / 09 / 2016																	
Datos generales del o de los solicitante(s)																	
<table border="1"> <tr> <th>Personas físicas</th> </tr> <tr> <td>CURP (opcional): MOLJ940813HDFNYN04</td> </tr> <tr> <td>Nombre(s): JONATHAN</td> </tr> <tr> <td>Primer apellido: MONTES</td> </tr> <tr> <td>Segundo apellido: LEYVA</td> </tr> <tr> <td>Nacionalidad: MEXICANA</td> </tr> <tr> <td>Teléfono (lada, número, extensión): 5580277852</td> </tr> <tr> <td>Correo electrónico: montesleyvaj@yahoo.com.mx</td> </tr> <tr> <td><input type="radio"/> Continúa en anexo</td> </tr> </table>	Personas físicas	CURP (opcional): MOLJ940813HDFNYN04	Nombre(s): JONATHAN	Primer apellido: MONTES	Segundo apellido: LEYVA	Nacionalidad: MEXICANA	Teléfono (lada, número, extensión): 5580277852	Correo electrónico: montesleyvaj@yahoo.com.mx	<input type="radio"/> Continúa en anexo	<table border="1"> <tr> <th>Personas morales</th> </tr> <tr> <td>RFC (opcional):</td> </tr> <tr> <td>Denominación o razón social:</td> </tr> <tr> <td>Nacionalidad:</td> </tr> <tr> <td>Teléfono (lada, número, extensión):</td> </tr> <tr> <td>Correo electrónico:</td> </tr> <tr> <td><input type="radio"/> Continúa en anexo</td> </tr> </table>	Personas morales	RFC (opcional):	Denominación o razón social:	Nacionalidad:	Teléfono (lada, número, extensión):	Correo electrónico:	<input type="radio"/> Continúa en anexo
Personas físicas																	
CURP (opcional): MOLJ940813HDFNYN04																	
Nombre(s): JONATHAN																	
Primer apellido: MONTES																	
Segundo apellido: LEYVA																	
Nacionalidad: MEXICANA																	
Teléfono (lada, número, extensión): 5580277852																	
Correo electrónico: montesleyvaj@yahoo.com.mx																	
<input type="radio"/> Continúa en anexo																	
Personas morales																	
RFC (opcional):																	
Denominación o razón social:																	
Nacionalidad:																	
Teléfono (lada, número, extensión):																	
Correo electrónico:																	
<input type="radio"/> Continúa en anexo																	
Domicilio del solicitante																	
Código postal: 55020																	
Calle: Avenida Revolución Esq. Av. Constitución																	
<small>(Por ejemplo Avenida Insurgentes Sur, Boulevard/Ávila Camacho, Calzada, Corredor, etc.)</small>																	
Número exterior: S/N	Número interior:																
Colonia: Sergio Mendez Arceo																	
<small>(Por ejemplo Ampliación Juárez, Residencial Hidalgo, Fraccionamiento, Sección, etc.)</small>																	
Municipio o Delegación: Ecatepec de Morelos	Localidad: San Cristóbal Centro																
Estado o Distrito Federal: México	Entre calles (opcional):																
País: México	Calle posterior (opcional):																
Domicilio para oír y recibir notificaciones																	
Código postal: 55020																	
Calle: Avenida Revolución Esq. Av. Constitución																	
<small>(Por ejemplo Avenida Insurgentes Sur, Boulevard/Ávila Camacho, Calzada, Corredor, etc.)</small>																	
Número exterior: S/N	Número interior:																
Colonia: Sergio Mendez Arceo																	
<small>(Por ejemplo Ampliación Juárez, Residencial Hidalgo, Fraccionamiento, Sección, etc.)</small>																	
Municipio o Delegación: Ecatepec de Morelos	Localidad: San Cristóbal Centro																
Estado o Distrito Federal: México	Entre calles (opcional):																
México	Calle posterior (opcional):																
<p>En caso de que, por cuestiones ajenas al Instituto, las notificaciones no puedan realizarse en este domicilio éstas se efectuarán mediante publicación en la Gaceta de la Propiedad Industrial, en términos del artículo 13 del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial.</p> <p>Notificación por Gaceta de la Propiedad Industrial: Marque con una X, sólo si está de acuerdo:</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Manifiesto expresamente mi conformidad para que todas las notificaciones previas a la resolución definitiva del presente trámite, se realicen a través de la Gaceta de la Propiedad Industrial.</p>																	
<table border="0"> <tr> <td>  </td> <td>  </td> <td>  </td> <td> Contacto Arenal # 550, Pto 2, Pueblo Santa María Tolepán, Delegación Xochimilco, C.P. 16020, México, D.F. Teléfono: (01) (55) 53-34-07-00 en el D.F. y área metropolitana, del Interior de la República sin costo para el usuario 01-800-570-59-90, extensiones 10180, 10181 y 10088. Correo electrónico: dm@impi.gob.mx </td> </tr> </table>					Contacto Arenal # 550, Pto 2, Pueblo Santa María Tolepán, Delegación Xochimilco, C.P. 16020, México, D.F. Teléfono: (01) (55) 53-34-07-00 en el D.F. y área metropolitana, del Interior de la República sin costo para el usuario 01-800-570-59-90, extensiones 10180, 10181 y 10088. Correo electrónico: dm@impi.gob.mx												
			Contacto Arenal # 550, Pto 2, Pueblo Santa María Tolepán, Delegación Xochimilco, C.P. 16020, México, D.F. Teléfono: (01) (55) 53-34-07-00 en el D.F. y área metropolitana, del Interior de la República sin costo para el usuario 01-800-570-59-90, extensiones 10180, 10181 y 10088. Correo electrónico: dm@impi.gob.mx														

Datos del signo distintivo	
Tipo de signo distintivo que solicita: <small>Marcar con una X sólo una casilla</small> <input checked="" type="checkbox"/> Registro de Marca <input type="checkbox"/> Registro de Aviso Comercial <input type="checkbox"/> Registro de Marca Colectiva <input type="checkbox"/> Publicación de Nombre Comercial	
Tipo de marca: <small>Marcar con una X sólo una casilla</small> <input checked="" type="checkbox"/> Nominativa <small>(denominación formada por letras, palabras y/o números)</small> <input type="checkbox"/> Innominada <small>(diseño, logotipo o figura)</small> <input type="checkbox"/> Mixta <small>(denominación y diseño)</small> <input type="checkbox"/> Mixta <small>(diseño y forma tridimensional)</small> <input type="checkbox"/> Tridimensional <small>(forma en tres planos)</small> <input type="checkbox"/> Mixta <small>(denominación y forma tridimensional)</small> <input type="checkbox"/> Mixta <small>(denominación, diseño y forma tridimensional)</small>	
Fecha de primer uso: <input type="text"/> / <input type="text"/> / <input type="text"/> <input checked="" type="checkbox"/> No se ha usado <small>DD / MM / AAAA</small>	
Clase: <input type="text"/>	Productos o Servicios, en el caso de Marca o Aviso Comercial/ Giro preponderante, en el caso de Nombre Comercial: Servicio de colocación de mesas de snack's <input type="checkbox"/> Continúa en anexo
Denominación: <small>(Sólo marcas mixtas con denominación)</small> BOCADREAM Leyendas o figuras no reservables: <small>(Sólo en caso de Marca)</small> <input type="checkbox"/> Continúa en anexo	Signo distintivo: <small>Anota, reproduce o adhiere el signo distintivo que desea proteger</small> 
Ubicación del establecimiento Código postal: 55020 Calle: Avenida Revolución Esq. Av. Constitución <small>(Por ejemplo Avenida Insurgentes Sur, Boulevard/Avda Camacho, Calzada, Corredor, etc.)</small> Número exterior: S/N Número interior: Colonia: Sergio Mendez Arceo <small>(Por ejemplo Arroyo de San Juan, Residencial Héroles, Fraccionamiento, Sección, etc.)</small> Localidad: San Cristóbal Centro Municipio o Delegación: Ecatepec de Morelos Estado o Distrito Federal: México Entre calles (opcional): Entre calles (opcional): Calle posterior (opcional): País: México	
Prioridad reclamada: <small>(Sólo en caso de Marca o Aviso Comercial presentado en el extranjero)</small> País (oficina) de origen: <input type="text"/> Número: <input type="text"/> Fecha de presentación: <input type="text"/> / <input type="text"/> / <input type="text"/> <small>DD / MM / AAAA</small>	
Manifiesto, bajo protesta de decir verdad, que los datos asentados en esta solicitud son ciertos y que, en caso de actuar como mandatario, cuento con facultades suficientes para llevar a cabo el presente trámite. Asimismo, me doy por enterado del tratamiento que se les dará a los datos personales contenidos en la presente solicitud.	
MONTES LEYVA JONATHAN <input type="text"/> Nombre y firma del solicitante o de su representante	
<small>*De conformidad con los artículos 5, fracción II del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial y 4 y 69-M, fracción V de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, las formas oficiales del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial deberán publicarse en el Diario Oficial de la Federación (DOF)</small>	

Documentos anexos	
<input checked="" type="checkbox"/>	Comprobante de pago. Copia.
<input type="checkbox"/>	Documento que acredite la personalidad del mandatario, en su caso. Original o copia certificada.
<input type="checkbox"/>	Constancia de inscripción en el Registro General de Poderes del IMPI, en su caso. Copia.
<input type="checkbox"/>	Reglas de uso, sólo en caso de solicitud de Registro de Marca Colectiva o si el signo distintivo se presenta por más de un solicitante (cotitularidad). Original o copia certificada.
<input checked="" type="checkbox"/>	Acta constitutiva de la sociedad o asociación, sólo en caso de solicitud de Registro de Marca Colectiva. Original o copia certificada.
<input type="checkbox"/>	Fe de hechos que acredite el uso efectivo del nombre comercial, sólo en caso de solicitud de Publicación de Nombre Comercial. Original o copia certificada.
<input type="checkbox"/>	Hoja adicional complementaria al punto "Datos Generales de los Solicitantes", sólo en caso de cotitularidad. Original.
<input type="checkbox"/>	Hoja adicional complementaria al punto "Productos o servicios, en caso de Marca o Aviso Comercial/Giro comercial preponderante", en su caso. Original.
<input type="checkbox"/>	Hoja adicional complementaria al punto "Leyendas o figuras no reservables", en su caso. Original.
<input type="checkbox"/>	Traducción de los documentos presentados en idioma distinto al español, en su caso. Original.
<input type="checkbox"/>	Legalización o apostilla de los documentos anexos provenientes del extranjero, en su caso. Original.

Fuente: IMPI (2016).

4. REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES

A continuación, se presenta el formato impreso del Registro Federal de Contribuyentes.

The screenshot shows the SAT website interface for registration. At the top, there are logos for SHCP (Secretaría de Hacienda y Crédito Público) and SAT (Servicio de Administración Tributaria). The page title is "Trámites y servicios". A navigation menu includes "Buzón tributario", "Declaraciones", "Factura electrónica", "RFC", "Trámites", "Servicios", and "Consultas". The current step is "Paso 1. Datos de identificación". The main heading is "Inscripción al RFC". Below this, there is a paragraph explaining the process: "Captura tu Clave Única de Registro de Población (CURP). En caso de no conocer tu CURP, puedes consultarla en <http://cuentas.con.gob.mx>. En caso de no tener cuentas con CURP, puedes completar la inscripción capturando tus datos de identificación tal como se muestran en naturalización o documento migratorio." There are three input fields: "CURP:" (with a help icon), "Nombre(s)*:", "Primer apellido*:", and "Segundo apellido:". The date "Domingo 04 de diciembre de 2016" is displayed at the top left, and "Inicio / Iniciar sesión ¿Olvidaste tu contraseña?" is at the top right. The system tray at the bottom shows the date "04/12/2016" and time "11:54".

Fuente: SHCP (2016).

The image shows a printed document titled "CONSTANCIA DE REGISTRO EN EL RFC" from SAT. The document is divided into two sections: "ANVERSO" (front) and "REVERSO" (back). The "ANVERSO" section contains the following information: "CONSTANCIA DE REGISTRO EN EL RFC", "RFC:", "Nombre:", "Folio", "Fecha de Inicio de Operaciones 01-03-2009", and "Fecha de inscripción". The "REVERSO" section contains: "CURP", a barcode, and "Nombre:". Below the document, there is a "Corte Aquí" (Cut Here) instruction. Underneath, there is a "Cadena Digital" (Digital Chain) section with a "Sello Digital" (Digital Seal) and a "Fecha y Hora de emisión 13-02-2014". At the bottom, there is a notice: "Sr. Contribuyente se le informa que a través de esta Constancia, se le da a conocer su Clave del Registro Federal de Contribuyentes, así como su Clave Única de Registro de Población, las cuales deberán ser utilizadas para realizar sus trámites ante el Servicio de Administración Tributaria." Below this notice, it says: "Si desea recibir asesoría fiscal especializada en forma gratuita y confidencial vía telefónica, el horario de atención es de lunes a sábado de 08:00 a 21:00 horas, en el número telefónico que a continuación se indica:" followed by the "01800 INFOSAT" logo and the phone number "4 6 3 6 7 2 8".

Fuente: SHCP (2016).

REC

MANIFIESTO

Sabedor de las penas en que incurre quienes declaran con falsedad o quienes presentan documentos falsos para realizar cualquier trámite ante una autoridad pública, previstas en los artículos 156 fracción I, 167, 168, 169 y 170 del Código Penal del Estado de México, y artículos 243, 244, 245, 246 fracción VII y 247 fracción I, del Código Penal Federal; declaro bajo protesta de decir verdad, que los datos registrados en el Portal Electrónico de Servicios del Gobierno del Estado de México y documentación que adjunto en archivo digital, los cuales servirán de sustento legal para realizar el trámite solicitado, así como posteriormente verificados por la autoridad, son auténticos y veraces.

[CONSULTA LOS REQUISITOS](#)

He leído y estoy de acuerdo con el [Aviso de Privacidad](#)

Si aún no cuentas con tu Código de acceso [OBTENLO AQUÍ](#)

Código de acceso [INGRÉSALO AQUÍ](#)

Para continuar con tu trámite, favor de validar que no eres un robot

Fuente: SHCP (2016).



Solicitud de Inscripción al Registro Estatal de Contribuyentes

Mojinenses con más y mejores servicios

DATOS DEL CONTRIBUYENTE

Tipo de Persona *

Fuente: SHCP (2016).

IDENTIFICACIÓN

RFC * ?

CURP * ?

Nombre * ?

Primer apellido * ?

Segundo apellido ?

Sexo * Hombre Mujer ?

Pseudónimo: ?

Fecha de nacimiento * ?

País de nacimiento *
 ?

Fecha de inicio de operaciones * ?

Fecha de inicio de actividades estatales * ?

País de origen de los recursos *
 ?

Fecha de recepción ?

Institución de seguridad social *
 ?

Número de seguridad social ?

Correo electrónico ?

Identificación * ?

Número de identificación * ?

Fuente: SHCP (2016).

DOMICILIO FISCAL ESTATAL

Calle * ?

No. Ext * ?

No. Int ?

Entre las calles de * ?

Y ?

Entidad Federativa * ?

Municipio * ?

Asentamiento * ?

Tipo asentamiento

Código postal ?

Clave catastral ?

Teléfono 1 * ?

Teléfono 2 ?

Móvil ?

?

Sin Geolocalización ?

Mismo Domicilio Fiscal Federal ?

Fuente: SHCP (2016).

ACUSE DE RECEPCIÓN ELECTRÓNICA

Fecha y hora de recepción: **07/01/2016 15:01:33**

Tipo trámite: **Solicitud de Inscripción al Registro Estatal de Contribuyentes (REC)**
Folio de presentación: **2903**
R.F.C.: **SERT560412H25**
Contribuyente: **ANGELA DIAZ RUIZ**

Documentación registrada

1. IDENTIFICACIÓN OFICIAL DEL CONTRIBUYENTE
2. DOCUMENTO PROBATORIO
3. COMPROBANTE DE DOMICILIO
4. CÉDULA DE RFC

Tiempo de validación: **Dentro de 8 horas hábiles siguientes al envío de la solicitud.**

Sello digital:]-éáá ç Û*ÁÑ½*Ð*N? #J G-Y/F;Q g @7[2 Q1 w v
b m q z i
_'IE4 1 4K-ŋ0ç @%ðÁÿÿ á



Sus datos personales son incorporados, protegidos y tratados en los archivos de la Secretaría de Finanzas conforme a la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de México y sólo podrán ser transmitidos en términos del artículo 55 del Código Financiero del Estado de México y Municipios y demás ordenamientos legales aplicables.

GOBIERNO DEL ESTADO DE MÉXICO

Mayores Informes: Dirección de Atención al Contribuyente (Valle de Toluca) 2 26 17 51, (resto del Estado) 01 800 715 43 50.

Correo electrónico: asismex@edomex.gob.mx

Fuente: Gobierno del Estado de México (2016).

6. LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

A continuación, se presenta el formato impreso de la licencia de funcionamiento.



Ecatepec
Progreso y Bienestar
2019-2015

TESORERÍA MUNICIPAL

SOLICITUD DE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

PERSONAS FÍSICAS

ESTE FORMATO ACREDITA EL INGRESO DE LA DOCUMENTACIÓN PARA EL TRÁMITE DE LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO 2015

FECHA: ___/___/___ No. DE CONTRIBUYENTE: _____

DE ACUERDO AL ART. 117 DEL BANDO MUNICIPAL SE DECLARA A ECATEPEC DE MORELOS MUNICIPIO SATURADO DE LOS GIROS CON VENTA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN BOTELLA ABIERTA O AL COPEO, CON O SIN PISTA DE BAILE, VIDEO BARES, BARES, RESTAURANTE BAR, CANTINAS, PULQUERÍAS, LONCHERÍAS, CENTROS BOTANEROS, CERVECERÍAS, CABARETS Y CENTROS NOCTURNOS, DISCOTECAS, ASÍ COMO TIANGUIS, PUESTOS FIJOS, SEMIFIJOS Y AMBULANTES; POR LO QUE SE ANALIZARÁ CADA SOLICITUD EN PARTICULAR, AL RESPECTO DEL FUNCIONAMIENTO DE DICHS GIROS, PARA SU AUTORIZACIÓN EN SU CASO.

LA TESORERÍA MUNICIPAL SE RESERVA EL DERECHO A REVOCAR EL TRÁMITE Y PODRÁ REALIZAR INSPECCIONES EN LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES. ART. 11 Y 13 FRACC II DEL REGLAMENTO DE LICENCIAS DE FUNCIONAMIENTO.

MANIFIESTO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, ENTERADO DE LAS PENAS EN QUE INCURREN QUIENES DECLARAN CON FALSEDAD, EN TÉRMINOS DEL ARTÍCULO 156, FACCIÓN I DEL CÓDIGO PENAL DEL ESTADO DE MÉXICO Y CON FUNDAMENTO EN LO DISPUESTO POR EL ARTÍCULO 47, FACCIÓN VI DEL CÓDIGO FINANCIERO DEL ESTADO DE MÉXICO Y MUNICIPIOS VIGENTE, QUE LOS DATOS PROPORCIONADOS EN EL PRESENTE FORMATO SON VERDADEROS.

DATOS GENERALES		
NOMBRE DEL PROPIETARIO O RAZÓN SOCIAL:	R.F.C.:	CLAVE CATASTRAL:
NOMBRE COMERCIAL:	TELÉFONO:	ACTIVIDAD O GIRO:
DOMICILIO		
CALLE:		

LT:	MZ:	N° EXTERIOR:	N° INTERIOR:	COLONIA:	C.P.:
SUPERFICIE TOTAL DEL PREDIO:		SUPERFICIE CONSTRUIDA:		SUPERFICIE DEL LOCAL COMERCIAL:	
DOMICILIO PARA RECIBIR NOTIFICACIONES. CALLE:				MUNICIPIO:	
LT:	MZ:	N° EXTERIOR:	N° INTERIOR:	COLONIA:	C.P.:

TRAMITE SOLICITADO			
<input type="checkbox"/> EXPEDICIÓN	<input type="checkbox"/> REFRENDO	<input type="checkbox"/> CAMBIO DE DOMICILIO	<input type="checkbox"/> AUMENTO DE GIRO
<input type="checkbox"/> BAJA	<input type="checkbox"/> CAMBIO DE RAZÓN SOCIAL	<input type="checkbox"/> CAMBIO DE GIRO	<input type="checkbox"/> DISMINUCIÓN DE GIRO
DATOS A ACTUALIZAR O MODIFICAR:		Sector:	Tipo:
		<input type="checkbox"/> COMERCIAL <input type="checkbox"/> INDUSTRIAL <input type="checkbox"/> SERVICIOS	<input type="checkbox"/> BAJO IMPACTO <input type="checkbox"/> ALTO IMPACTO
FECHA DE INICIO DE OPERACIONES:			
OBSERVACIONES:			
*** EL REFRENDO O REVALIDACIÓN DE LA LICENCIA DEBERÁ REALIZARSE DURANTE LOS TRES PRIMEROS MESES DEL AÑO FISCAL CORRESPONDIENTE *** ART. 159 INCISO J) DEL CÓDIGO FINANCIERO DEL ESTADO DE MÉXICO Y MUNICIPIOS, ART. 10 FRACC. IV DEL REGLAMENTO DE LICENCIAS DE FUNCIONAMIENTO, ART. 109 INCISO A) DEL BANDO MUNICIPAL VIGENTE.			
PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL	Vo. Bo. REVISIÓN DE DOCUMENTOS (VENTANILLA ÚNICA)	Vo. Bo. SUBDIRECTOR DE LICENCIAS E IMPUESTOS DIVERSOS	
NOMBRE Y FIRMA	NOMBRE Y FIRMA	NOMBRE Y FIRMA	

TODO REPRESENTANTE LEGAL DEBERÁ ADJUNTAR A LA SOLICITUD DOCUMENTO QUE ACREDITE SU PERSONALIDAD JURÍDICA, CONFORME A LO ESTABLECIDO EN EL ARTICULO 118 FRACCIONES I Y II Y ART. 232 DEL CÓDIGO DE PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS DEL ESTADO DE MÉXICO VIGENTE. TANTO PARA TRÁMITAR COMO PARA RECOGER LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO.

PARA MAYOR INFORMACION COMUNICARSE A LOS TELEFONOS: 58-36-15-55 O 58-36-14-05.

Fuente: Gobierno del Estado de México (2016).

7. REGISTRO ANTE EL INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL (IMSS).

A continuación, se presenta el formato impreso del registro ante el IMSS.

CAPTURAS DE DATOS			
Solicitud de Número de Registro Patronal			
Personas Físicas en el Régimen Obligatorio			
			Datos Opcionales (*)
Fecha de presentación de este aviso	<input type="text" value="16-10-2016"/>	Fecha a partir de la cual surte efectos este movimiento	<input type="text"/>
Datos generales del patrón o sujeto obligado			
Apellido paterno	<input type="text"/>	Apellido materno	<input type="text"/>
Nombre (s)	<input type="text"/>	RFC	<input type="text"/>
CURP	<input type="text"/>		
Nombre Comercial	<input type="text"/>		
Domicilio fiscal			
Calle	<input type="text"/>		
Número y/o letra exterior	<input type="text"/>	Número y/o letra interior	<input type="text"/>
Entre la calle de	<input type="text"/>		
Y la calle de	<input type="text"/>		
Entidad Federativa	<input type="text" value="Seleccione uno"/>		
Municipio o Delegación	<input type="text" value="Seleccione uno"/>	Código Postal	<input type="text"/>
Colonia	<input type="text" value="Seleccione uno"/>	Localidad	<input type="text" value="Seleccione uno"/>
Teléfono fijo con clave de larga distancia (*)	<input type="text"/>	Extensión (*)	<input type="text"/>
Teléfono fijo2 con clave de larga distancia (*)	<input type="text"/>	Extensión (*)	<input type="text"/>
Dirección de correo electrónico (*)	<input type="text"/>		
Representante legal			
Representante legal			
Poder para	<input type="checkbox"/> Actos de administración		
Apellido paterno	<input type="text"/>	Apellido materno	<input type="text"/>
Nombre(s)	<input type="text"/>	RFC	<input type="text"/>
CURP	<input type="text"/>		
Teléfono fijo con clave de larga distancia (*)	<input type="text"/>	Extensión (*)	<input type="text"/>
Teléfono móvil con clave de larga distancia (*)	<input type="text"/>	Dirección de correo electrónico (*)	<input type="text"/>
Datos del centro de trabajo por el que solicita el registro patronal			
<input type="checkbox"/> Si es el mismo que el domicilio fiscal			
Domicilio			
Calle	<input type="text"/>		
Número y/o letra exterior	<input type="text"/>	Número y/o letra interior	<input type="text"/>
Entre la calle de	<input type="text"/>		
Y la calle de	<input type="text"/>		
Entidad Federativa	<input type="text" value="Seleccione uno"/>		
Municipio o Delegación	<input type="text" value="Seleccione uno"/>	Código Postal	<input type="text"/>
Colonia	<input type="text" value="Seleccione uno"/>	Localidad	<input type="text" value="Seleccione uno"/>
Teléfono fijo con clave de larga distancia (*)	<input type="text"/>	Extensión (*)	<input type="text"/>
Teléfono fijo2 con clave de larga distancia (*)	<input type="text"/>	Extensión (*)	<input type="text"/>
Dirección de correo electrónico (*)	<input type="text"/>		
Datos de las personas autorizadas para presentar avisos de afiliación (hasta 3)			
Apellido paterno	<input type="text"/>	Apellido materno	<input type="text"/>
Nombre(s)	<input type="text"/>	RFC (*)	<input type="text"/>

Datos de las personas autorizadas para presentar avisos de afiliación (hasta 3)									
Apellido paterno				Apellido materno					
Nombre(s)				RFC (*)					
CURP									
Teléfono fijo con clave de larga distancia (*)				Extensión (*)					
Teléfono móvil con clave de larga distancia (*)				Dirección de correo electrónico (*)					
									Agregar
Ap. Paterno	Ap. Materno	Nombre(s)	RFC	CURP	Teléfono fijo	Extensión	Teléfono movil	Correo Electronico	

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

Especificar su Giro

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

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

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

Clasificación	Clave	Descripción
División Económica	Seleccione uno: ▼	
Grupo	Seleccione uno: ▼	
Fracción	Seleccione uno: ▼	
Clase:		

Clase:
Prima Media:

Datos de la actividad económica que declaró

Principales productos elaborados o servicios prestados (máximo diez)

Descripción	Descripción	Agregar

Principales materias primas y materiales utilizados (máximo diez)

Descripción	Descripción	Agregar

Maquinaria y equipos utilizados [excepto equipo de transportes]

Número de Unidades	Nombre	Capacidad o Potencia	Agregar	
#	Nombre	Uso	Capacidad	Tipo

Equipos de transporte utilizado

Número de Unidades	Nombre	Capacidad o Potencia	Agregar	
#	Nombre	Uso	Capacidad	Tipo

Procesos de trabajo de la actividad del patrón o sujeto obligado

Procesos Iniciales (Descripción)

Procesos Intermedio (Descripción)

Procesos Finales (Descripción)

Procesos Finales (Descripción)	
Personal	
Número de Trabajadores	<input type="text"/>
Oficio u ocupación	<input type="text"/>
<input type="button" value="Agregar"/>	
#	Oficio u ocupación
Actividades complementarias a la principal	
Distribución o entrega de mercancías	
<input type="checkbox"/> Con transporte propio	<input type="checkbox"/> Servicios de instalación, reparación o mantenimiento para otras personas.
<input type="checkbox"/> Con transporte ajeno	
<input type="checkbox"/> No distribuye, ni entrega mercancías	
<input type="button" value="Aceptar"/> <input type="button" value="Cancelar"/>	

Fuente: IMSS (2016).

8. APERTURA DE ESTABLECIMIENTO ANTE LA SECRETARIA DE SALUD

A continuación, se presenta el formato impreso del registro de apertura de establecimiento ante la Secretaría de Salud.

COMISIÓN FEDERAL PARA LA PROTECCIÓN CONTRA RIESGOS SANITARIOS FORMATO SOLICITUDES



No. DE INGRESO (USO EXCLUSIVO DE LA COFEPRIS)		NO. RUPA										
ANTES DE LLENAR ESTE FORMATO LEA CUIDADOSAMENTE EL INSTRUCTIVO, LA GUIA Y EL LISTADO DE DOCUMENTOS ANEXOS. LLENAR CON LETRA DE MOLDE LEGIBLE O A MÁQUINA.												
1.- SOLICITUD DE:												
LICENCIA <input type="checkbox"/> CERTIFICADO <input type="checkbox"/> PERMISO <input type="checkbox"/> REGISTRO <input type="checkbox"/> NUEVO <input type="checkbox"/> MODIFICACIÓN <input type="checkbox"/>	ALTA O NUEVO <input type="checkbox"/> MODIFICACIÓN <input type="checkbox"/> PRÓRROGA <input type="checkbox"/> REVOCACIÓN <input type="checkbox"/>	PERMISO DE IMPORTACIÓN/EXPORTACIÓN <input type="checkbox"/> PRIMERA VEZ <input type="checkbox"/> SUBSECUENTE <input type="checkbox"/> MODIFICACIÓN <input type="checkbox"/> PRÓRROGA <input type="checkbox"/>	VISITA DE VERIFICACIÓN SANITARIA <input type="checkbox"/> PARA CERTIFICACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS DE FABRICACIÓN DE FÁRMACOS, MEDICAMENTOS Y OTROS INSUMOS PARA LA SALUD EN ESTABLECIMIENTOS UBICADOS EN MÉXICO Y EN EL EXTRANJERO PARA EL OTORGAMIENTO O PRORROGA DEL REGISTRO SANITARIO POR LA COMISIÓN FEDERAL PARA LA PROTECCIÓN CONTRA RIESGOS SANITARIOS <input type="checkbox"/> OTRAS VISITAS <input type="checkbox"/>									
AUTORIZACIÓN <input type="checkbox"/> DE PROTOCOLO <input type="checkbox"/> NUEVO <input type="checkbox"/>		DE COMERCIALIZACIÓN E IMPORTACIÓN PARA SU COMERCIALIZACIÓN DE ORGANISMOS GENÉTICAMENTE MODIFICADOS <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>										
HOMOCLAVE DEL TRÁMITE:		NOMBRE DEL TRÁMITE:										
MODALIDAD DEL TRÁMITE:												
2.- MODIFICACIÓN DE: (solo en caso de haber seleccionado este campo en la sección 1)												
NÚMERO DE DOCUMENTO A MODIFICAR:												
DICE / CONDICIÓN AUTORIZADA		DEBE DECIR / CONDICIÓN SOLICITADA										
SI EL ESPACIO ES INSUFICIENTE ANEXAR HOJA CON MODIFICACIONES												
3.- DATOS DEL ESTABLECIMIENTO / PROPIETARIO												
CLAVE (SCIAN)		DESCRIPCIÓN DE SCIAN										
NOMBRE DEL PROPIETARIO (PERSONA FÍSICA) O RAZÓN SOCIAL (PERSONA MORAL)		R.F.C.										
		C.U.R.P. (DATO OPCIONAL)										
DOMICILIO FISCAL												
CALLE Y NÚMERO	COLONIA	DELEGACIÓN O MUNICIPIO										
LOCALIDAD	CÓDIGO POSTAL	ENTIDAD FEDERATIVA										
ENTRE CALLE	Y CALLE											
RAZÓN SOCIAL O DENOMINACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO		R.F.C.										
DOMICILIO DEL ESTABLECIMIENTO												
CALLE Y NÚMERO	COLONIA	DELEGACIÓN O MUNICIPIO										
LOCALIDAD	CÓDIGO POSTAL	ENTIDAD FEDERATIVA										
ENTRE CALLE	Y CALLE											
No. DE LICENCIA SANITARIA. O INDICAR SI PRESENTÓ AVISO DE FUNCIONAMIENTO.		(a) RFC DEL RESPONSABLE SANITARIO O DE OPERACIÓN Y FUNCIONAMIENTO										
HORARIO DE ACTIVIDADES:		TEL. (S)	FECHA DE INICIO DE OPERACIONES (b)									
D	L	M	M	J	V	S	DE	A	TEL. (S)	FECHA DE INICIO DE OPERACIONES (b)		
D	L	M	M	J	V	S	DE	A	FAX	DÍA	MES	AÑO

(a) SOLO PARA ALTA DE LICENCIA SANITARIA.

Fuente: Comisión Federal para la Protección Contra Riesgos Sanitarios (2016).

9. REGISTRO ANTE EL SIEM

A continuación, se presenta el formato impreso del registro ante SIEM.

			
DIRECCION GENERAL DE NORMATIVIDAD MERCANTIL REGISTRO DE EMPRESAS			
Este cuestionario se aplica conforme a la Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones, publicado en el Diario Oficial de la Federación del 20 de enero de 2005			
*NUMERO DE CONTROL UNICO <input type="text"/>	<input type="checkbox"/> *Nueva <input type="checkbox"/> G. N. S. <input type="checkbox"/> *Actualización		
*M ONTO <input type="text"/>			
I DATOS GENERALES			
R.F.C. <input type="text"/>	(Escriba su RFC y homoclave igual que en su registro de alta en SHCP, si es preciso consúltelo)		
Nombre o denominación social <input type="text"/>			
<input type="checkbox"/> *Física	<input type="text"/>		
<input type="checkbox"/> M oral	<input type="text"/>		
Escriba el nombre de la empresa tal y como se dio de alta en la SHCP, sin abreviar, sin quiones y sin comillas			
Nombre Comercial <input type="text"/>			
Escriba el nombre como se le conoce al establecimiento, por ejemplo "Tortillería María"			
Ubicación			
Tipo de vialidad <input type="text"/>	Nombre de la vialidad <input type="text"/>		
Consulte el catálogo al reverso Por ejemplo: Venustiano Carranza, Mahatma Gandhi, entre otras.			
Número Exterior <input type="text"/>	Edificio, piso o nivel <input type="text"/>		
Por ejemplo 4525 Por ejemplo : Edificio Lafayette, piso 2			
Número de local <input type="text"/>	Código postal <input type="text"/>		
Por ejemplo: B Por ejemplo 104			
Asentamiento humano			
Tipo <input type="text"/>	Nombre <input type="text"/>		
Consulte el catálogo al reverso Por ejemplo : Las flores, Río Blanco, entre otros			
Centro comercial, parque industrial u otro			
Tipo <input type="text"/>	Nombre <input type="text"/>		
Por ejemplo: Centro comercial, mercado Por ejemplo : Perisur, la Lagunilla			
Entrevialdades			
Tipo 1 <input type="text"/>	Nombre 1 <input type="text"/>		
Tipo 2 <input type="text"/>	Nombre 2 <input type="text"/>		
Vialidad posterior			
Tipo <input type="text"/>	Nombre <input type="text"/>		
Descripción de ubicación <input type="text"/>			
Entidad Federativa <input type="text"/>	Clave <input type="text"/>		
Por ejemplo: Frente a la escuela Melquiades Moreno			
Localidad <input type="text"/>	Clave <input type="text"/>		
Municipio o Delegación <input type="text"/>			
II DATOS DE CONTACTO DEL ESTABLECIMIENTO PARA NEGOCIOS			
*Nombre <input type="text"/>	*Puesto <input type="text"/>		
*Indique el medio de contacto a través del cual se pueda establecer contacto con su empresa <input type="checkbox"/> Teléfono <input type="checkbox"/> Email <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> Cual <input type="text"/>			
Clave LD y teléfono <input type="text"/>	Extensión <input type="text"/>		
Email <input type="text"/>			
Sitio web <input type="text"/>			
III PERFIL GENERAL DE LA EMPRESA			
*Fecha de inicio de operaciones <input type="text"/>	Empresa <input type="checkbox"/> Unica <input type="checkbox"/> Matriz <input type="checkbox"/> Sucursal <input type="checkbox"/>		
Día <input type="text"/> Mes <input type="text"/> Año <input type="text"/>			
El establecimiento tiene instalaciones <input type="checkbox"/> Fijas <input type="checkbox"/> Semifijas <input type="checkbox"/> *La actividad se desarrolla en vivienda			
*Este establecimiento se dedica principalmente a (Marque solo una casilla):			
<input type="checkbox"/>	Producir bienes, comercializar mercancías o prestar servicios a terceros.		
<input type="checkbox"/>	Producir bienes exclusivamente para otros establecimientos de la misma empresa.		
<input type="checkbox"/>	Proporcionar servicios de apoyo exclusivamente para otros establecimientos con los que comparte la misma razón social o entidad propietaria.		
*El principal servicio de apoyo que proporciona a los establecimientos con los que comparte la razón social es (Marque solo una casilla)			
<input type="checkbox"/>	Administración, contabilidad o representación legal		
<input type="checkbox"/>	Taller de reparación o servicio de garantía sin costo		
<input type="checkbox"/>	Bodega o almacén		
<input type="checkbox"/>	Establecimiento		
<input type="checkbox"/>	Oficina de cobro o recepción de pagos		
<input type="checkbox"/>	Otros (especifique) <input type="text"/>		
*¿Obtiene ingreso por esta actividad? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	**¿Exporta? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No		
*Ámbito de operación <input type="checkbox"/> Local <input type="checkbox"/> Estatal <input type="checkbox"/> Nacional <input type="checkbox"/> Internacional	País <input type="text"/>		
*¿Es proveedor del gobierno? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	País <input type="text"/>		
*Rango de ventas netas (Miles de pesos en el último año completo)			
<input type="checkbox"/> 0 a 100 <input type="checkbox"/> 501 a 1,000 <input type="checkbox"/> 6,001 a 12,000	**¿Importa? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No		
<input type="checkbox"/> 101 a 200 <input type="checkbox"/> 1,001 a 3,000 <input type="checkbox"/> 12,001 a 30,000	País <input type="text"/>		
<input type="checkbox"/> 201 a 500 <input type="checkbox"/> 3,001 a 6,000 <input type="checkbox"/> 30,001 o más	País <input type="text"/>		
IV ACTIVIDAD ECONOMICA			
¿Cuál es la actividad principal del establecimiento según los ingresos obtenidos?			
Indique los tres productos o servicios principales respecto de los ingresos, incluyendo el porcentaje de participación			
1 <input type="text"/>	2 <input type="text"/>		
% <input type="text"/>	% <input type="text"/>		
Código de actividad <input type="text"/>	3 <input type="text"/>		
%			
V *PERSONAL OCUPADO			
¿Cuántas personas trabajaron para esta establecimiento?	Total <input type="text"/>	Mujeres <input type="text"/>	
¿Cuántos trabajadores fueron propietarios sin sueldo base o salario fijo?	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
¿Cuántas personas fueron trabajadores sin sueldo base o salario fijo (familiares, becarios, voluntarios)?	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
¿Cuántos trabajadores asalariados estaban ligados directamente a la producción, ventas o a prestar servicios?	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
¿Cuántos trabajadores con sueldo fijo fueron empleados administrativos, contables y de dirección?	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
¿Cuántas personas que trabajaron en este establecimiento fueron contratadas y proporcionadas por otra razón social?	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
¿Cuántos trabajadores recibieron un pago exclusivamente por honorarios o comisiones sin sueldo base?	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
VI OFERTA Y DEMANDA			
Principales productos o servicios que ofrece		Principales insumos que demanda	
<input type="text"/>	Destino <input type="checkbox"/> Nal. <input type="checkbox"/> Ext.	<input type="text"/>	Origen <input type="checkbox"/> Nal. <input type="checkbox"/> Ext.
<input type="text"/>	<input type="checkbox"/> Nal. <input type="checkbox"/> Ext.	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/> Nal. <input type="checkbox"/> Ext.
<input type="text"/>	<input type="checkbox"/> Nal. <input type="checkbox"/> Ext.	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/> Nal. <input type="checkbox"/> Ext.

VII *INFORMACIÓN ADICIONAL

Áreas de atención (Áreas que considera importantes para el desarrollo de su empresa)

Financiamiento Comercialización Gestión empresarial Capacitación y consultoría Innovación y desarrollo tecnológico

¿Obtuvo créditos, préstamos o financiamiento para la operación del establecimiento?

Antes de abrir Después de abrir Ambas Ninguna (Si la respuesta es Ninguna no conteste la siguiente pregunta)

¿De qué provinieron los créditos, préstamos o financiamiento?

Gobierno Privado Ambos

¿Cuenta con equipo de tecnología digital para las actividades del establecimiento?

Sí No

¿Cuenta con servicio de internet?

Sí No

¿Ha utilizado publicidad para su negocio?

Antes de abrir Después de abrir Ambas Ninguna (Si la respuesta es Ninguna no conteste la siguiente pregunta)

¿Recibió capacitación para la operación de su establecimiento?

Antes de abrir Después de abrir Ambas Ninguna

¿Qué sector le proporcionó la capacitación?

Gobierno Privado Ambos

VIII **INFORMACIÓN COMERCIAL

Escriba url de los sitios de internet correspondientes. Por ejemplo: https://es-es.facebook.com/miempresa_mx

Facebook

Twitter

Grupo empresarial

Puede incluir el nombre del grupo empresarial al que pertenece o la url del sitio de internet

Cámara y/o asociación

Clúster

Cadena productiva

Cuenta con distintivo Sí No ¿Cuál?

Los campos marcados con * no serán publicados en el portal del sistema

Está de acuerdo con publicar en el sistema la información de los campos marcados ** Sí Firma No

(Reverso)

<p>TIPO DE VIALIDAD (Seleccione el tipo de ubicación que corresponde al establecimiento)</p> <p>U01 Ampliación U02 Andador U03 Avenida U04 Boulevard U05 Calle U06 Callejón U07 Calzada U08 Cerrada U09 Circuito U10 Circunvalación U11 Continuación U12 Corredor U13 Diagonal U14 Eje vial U15 Pasaje U16 Peatonal U17 Periférico U18 Privada U19 Prolongación U20 Retorno U21 Viaducto U22 Carretera U23 Camino</p>	<p>TIPO DE ASENTAMIENTO (Seleccione el tipo de asentamiento humano que corresponde al establecimiento)</p> <p>A01 Aeropuerto A02 Ampliación A03 Barrio A04 Canton A05 Ciudad A06 Ciudad industrial A07 Colonia A08 Condominio A09 Conjunto habitacional A10 Corredor industrial A11 Coto A12 Cuartel A13 Ejido A14 Ex-hacienda A15 Fracción A16 Fraccionamiento A17 Granja A18 Hacienda A19 Ingenio A20 Manzana A21 Paraje</p>	<p>A22 Parque Industrial A23 Privada A24 Prolongación A25 Pueblo A26 Puerto A27 Ranchería A28 Rancho A29 Región A30 Residencial A31 Rinconada A32 Sección A33 Sector A34 Súper manzana A35 Unidad A36 Unidad habitacional A37 Villa A38 Zona Federal A39 Zona industria A40 Zona militar A41 Zona naval</p>
---	--	---

SECTOR ECONOMICO (Seleccione el sector que corresponde al establecimiento conforme al SCIAN y anote el número en el punto 3.1 del cuestionario)

11 Agricultura, ganadería, aprovechamiento forestal, pesca y caza
21 Minería
22 Electricidad, agua y suministro de gas por ductos al consumidor final
23 Construcción
31 Industrias manufactureras
33
43 Comercio al por mayor
46 Comercio al por menor
48 Transportes, correos y almacenamiento
49
51 Información en medios masivos
52 Servicios financieros y de seguros
53 Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles y de intangibles
54 Servicios profesionales, científicos y técnicos
55 Dirección de corporativos y empresas
56 Servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación
61 Servicios educativos
62 Servicios de salud y de asistencia social
71 Servicios de esparcimiento, culturales y deportivos, y otros servicios recreativos
72 Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas
81 Otros servicios excepto actividades de gobierno
93 Actividades del gobierno y de organismos internacionales y extraterritoriales

Nota: La información contenida en el presente formato de sujetará a lo dispuesto en la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la información Pública Gubernamental y demás disposiciones legales en la materia.

PARA USO EXCLUSIVO DEL ENTREVISTADOR

CONTACTO

CARGO

OBSERVACIONES

FECHA DE LA ENTREVISTA NÚM. DE RECIBO

Fuente: Secretaria de Economía (2016).

10. INSCRIPCIÓN AL PADRÓN DE IMPORTADORES

A continuación, se presenta el formato impreso del registro al padrón de importaciones.




Trámites y servicios

Inicio / Iniciar sesión
¿Olvidaste tu contraseña?

Domingo 04 de diciembre de 2016

Buzón tributario
Declaraciones
Factura electrónica
RFC
Trámites
Servicios
Consultas

Inscripción	Actualización	Padrones	Importadores y Sectores Específicos
Simulador	Cambio de domicilio	Inscripción de Contadores Públicos	Inscripción
Con CURP	Reanudación de actividades	Inscripción de Despachos	Reinscripción
Preinscripción	Suspensión de actividades	Alta y actualización de colegios	Actualización de encargos conferidos
Personas físicas	Aumento y disminución de obligaciones	Actualización de norma de educación, socio activo y certificación	Actualización de sectores específicos
Personas morales	Apertura de establecimiento		Suspensión
Búsqueda de trámites	Cierre de establecimiento		Evaluación de Encargos
Básica			Consulta de Solicitudes
Avanzada			

[¿Olvidaste tu Contraseña?](#)

Si aún no cuentas con tu Contraseña, obténla [aquí](#).




Trámites y servicios

Inicio / Iniciar sesión
¿Olvidaste tu contraseña?

Domingo 04 de diciembre de 2016

Buzón tributario
Declaraciones
Factura electrónica
RFC
Trámites
Servicios
Consultas

Acceso a los servicios electrónicos

RFC:

Contraseña:

[¿Olvidaste tu Contraseña?](#)

Si aún no cuentas con tu Contraseña, obténla [aquí](#).

Fuente: SHCP (2016).

11. REGISTRO DE LA PROPIEDAD

A continuación, se presenta el formato impreso del registro de la propiedad.

	Anexo: Solicitud de certificado de inscripción	Edición: Segunda
	Dirección de Control y supervisión de Oficinas Registrales	Fecha: 07/01/2016
	Proceso: Expedición de certificaciones e información en actos registrales	Código: 227B13000
	Tipo de Proceso: Sustantivo	Página: 1 de 1

SOLICITUD DE CERTIFICADO DE INSCRIPCIÓN NO HAY TRÁMITES URGENTES	
C. TITULAR DE LA OFICINA REGISTRAL DE _____ ESTADO DE MÉXICO C. _____ Promoviendo por mi propio derecho, señalando como domicilio para recibir notificaciones los estrados de esta Oficina Registral y autorizando para los mismos efectos, así como para realizar cualquier trámite relacionado con la presente solicitud, recoger documentos y firmar por su recibo, conjunta o separadamente a _____; respetuosamente expongo:	
En términos del presente escrito, solicito a Usted la expedición de un certificado de inscripción del inmueble que indico; para lo cual doy cumplimiento a los requisitos establecidos en el artículo 114 del Reglamento de la Ley Registral para el Estado de México:	
UBICACIÓN DEL INMUEBLE: _____ DENOMINACIÓN DEL INMUEBLE (EN CASO DE QUE LO TENGA): _____ LOTE: _____; MANZANA: _____; SECCIÓN: _____ COLONIA O FRACCIÓN: _____	
MEDIDAS Y COLINDANCIAS	
AL NORTE _____ metros con _____; AL SUR _____ metros con _____; AL ORIENTE _____ metros con _____; AL PONIENTE _____ metros con _____; SUPERFICIE: _____ metros cuadrados.	
NOMBRE DEL PROPIETARIO: _____ FOLIO REAL ELECTRÓNICO NÚMERO: _____	
ANTECEDENTES REGISTRALES	
PARTIDA: _____; VOLUMEN: _____; LIBRO: _____; SECCIÓN: _____. FECHA DE INSCRIPCIÓN: _____.	
Por lo expuesto; a USTED C. REGISTRADOR , atentamente pido:	
ÚNICO.- Expedir el certificado que solicito, previa acreditación del pago de derechos que legalmente corresponden, dentro del término de ley. _____, Estado de México, ___ de _____ del 201___.	
_____ FIRMA DEL SOLICITANTE	
*Si usted desea recibir información sobre el estado de su trámite, favor de requisitar el siguiente apartado:	
Número celular: _____.	
Correo electrónico: _____.	
NOTA: ANTES DE PRESENTAR A TRÁMITE ESTE DOCUMENTO, SE LE SUGIERE VERIFICAR QUE LOS DATOS SOLICITADOS SEAN CORRECTOS, EN RAZÓN DE QUE NO SE EXPEDIRÁN CERTIFICACIONES A SOLICITUDES QUE CONTENGAN TACHADURAS O ENMENDADURAS.	

En base a los artículos 9 y 18 de la Ley de Protección de Datos Personales del Estado de México, se informa que la entrega de sus datos personales en la presente solicitud constituye su consentimiento tácito para su tratamiento en términos de lo establecido en el "Aviso de Tratamiento de Datos Personales", documento que indica el uso y resguardo de los mismos, el cual puede consultar a través de la liga: http://ifrem.edomex.gob.mx/aviso_datos_personales.



Fuente: Instituto de la función Registral del Estado de México (2016).

12. ETIQUETA.

El proveedor es una imprenta que está localizada en el municipio de San Cristóbal Centro Ecatepec, realizará las etiquetas y colocará el diseño en los manteles y servilletas que se usarán durante cualquier evento.

El material que se utilizará es papel para los capacillos, donde se colocarán los cupcakes y algunos dulces que se presentarán en la mesa, los manteles serán propiedad de BocaDream y serán prestados el día del evento con la etiqueta de la empresa impreso, el color del mantel será color blanco, esto con la finalidad de resaltar la etiqueta y para que la presentación de la mesa sea adecuada.



Fuente: Elaboración propia

13. EMPAQUE Y EMBALAJE

BocaDream ofrece un servicio por lo que no es necesario contar con un empaque, sin embargo se usaran cajas de plástico con tapa para el mejor traslado de los materiales para el montaje de la mesa. Las características de la caja son las siguientes:



Fuente: The Home Depot

Caja de plástico en color azul muy resistente con tapas intercambiables. Medida 59.69 x 46.67 x 40.96 cm fondo. Construcción duradera que es ideal para el almacenamiento de artículos para el hogar. La tapa se ajusta herméticamente a la base.

Esta caja será adquirida a un precio de \$145.00

c/u. los proveedores serán:

The home depot: Vía José María Morelos y Pavón Km 20.5, Jalapa, 55090 Ecatepec de Morelos, Méx.

Bodega comercial mexicana: Entre Av. Del Trabajo y Gral. Donato Guerra, Av. Revolución s/n, Centro, 55000 Ecatepec de Morelos, Méx.

Bodega Aurrera: Vía José María Morelos Km. 21, Laureles, 55040 Ecatepec de Morelos, Méx.

En la tapa se colocaran adhesivos con la leyenda de frágil y de igual manera el logotipo de BocaDream

Algunos productos no cuentan con envoltura propia por ello se colocaran en bolsas de celofán, bolsas de papel, envases de plástico o capacillos los cuales serán adquiridos en las siguientes tiendas.

Dulcería Mariana: Melchor Ocampo 35, Centro, 55000 Ecatepec de Morelos, Méx.

Mercado municipal: Melchor Ocampo, San Cristóbal Centro, 55000 Ecatepec de Morelos, Méx.



Fuente: Globalbag



Fuente: AliExpress



Fuente: Inversiones Bezaleel



Fuente: Linio

14. PUBLICIDAD

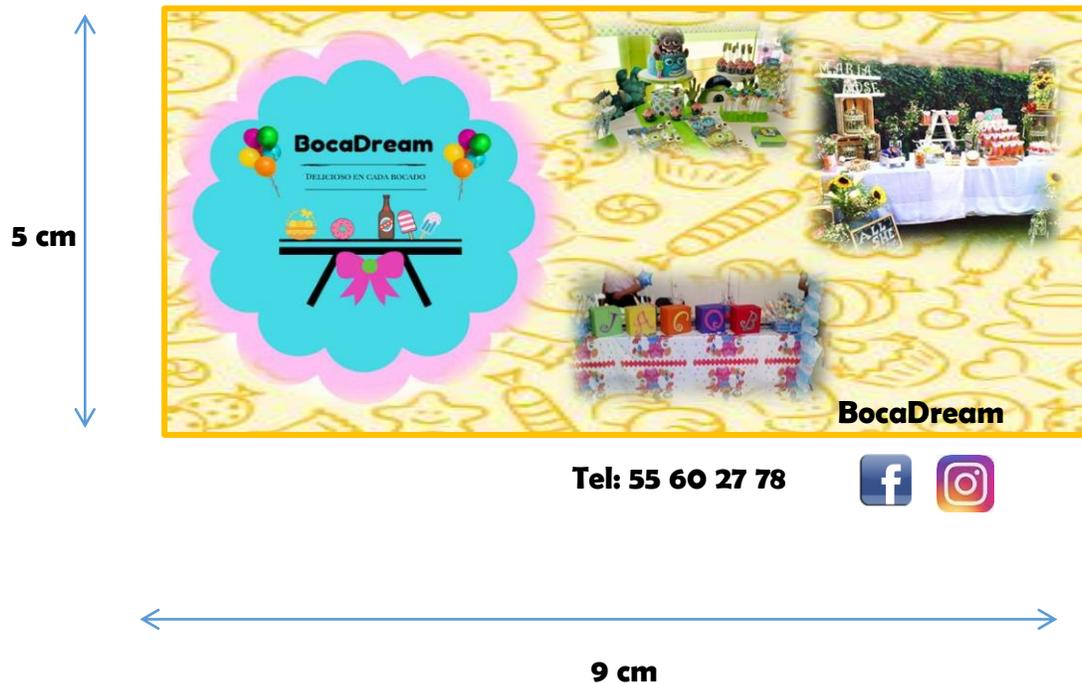
Se realizarán tarjetas de presentación los proveedores de dichas tarjetas serán:

Athena Publicidad ubicada en la Calle Benito Juárez Nte 41, San Cristóbal Centro, 55000 Ecatepec de Morelos, Méx.;

Arte y Diseño ubicada en la Calle Benito Juárez Nte 62, San Cristóbal Centro, 55000 Ecatepec de Morelos, Méx.; Tel: 55 6593 9500

El precio promedio es de \$150.00 el millar, este precio es solo la impresión y material sin diseño, el diseño tiene un costo de entre \$50.00 y \$100.00.

Las características de las tarjetas son las siguientes:



Fuente: Elaboración propia

14.1. REDES SOCIALES



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

14.2. SERVICIOS SUBCONTRATADOS:

Imagen publicitaria: Mayoreo y medio mayoreo, reparto de publicidad, offset y serigrafía, precios especiales, distribución de documentos confidenciales - Mar De Japón Mza. 16 No. Lote 32, Prados De Santa Clara (55450) Ecatepec, Estado de México - Teléfono: 55.2646-2468.

Volanteo en Casa o Avenidas D. F. y Edo. Mex. (Incluye Permiso de la Delegación o Municipio en zona determinada a partir de 5 mil volantes). Volanteo de mil Flyers: 990 pesos + Iva (reparto en 1 día). Volanteo de 2 mil Flyers: 1, 980 pesos + Iva

Contadores PCR: Av. Revolución 55 lote 2 local C, San Cristóbal Ecatepec Centro, Ecatepec de Morelos, Estado de México. C.P. 55000; (55)-3874-0297; contadorespcr@gmail.com.

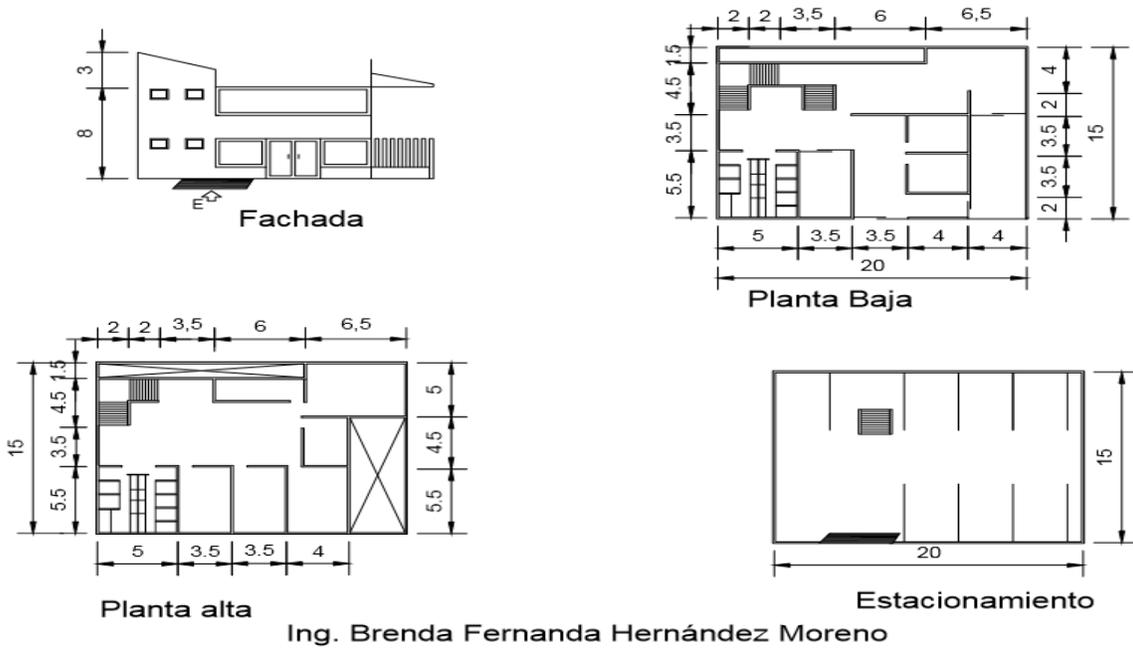
- **Régimen fiscal:**

Se anexan los formatos para realizar el alta como persona física.

- **Licencias y permisos:**

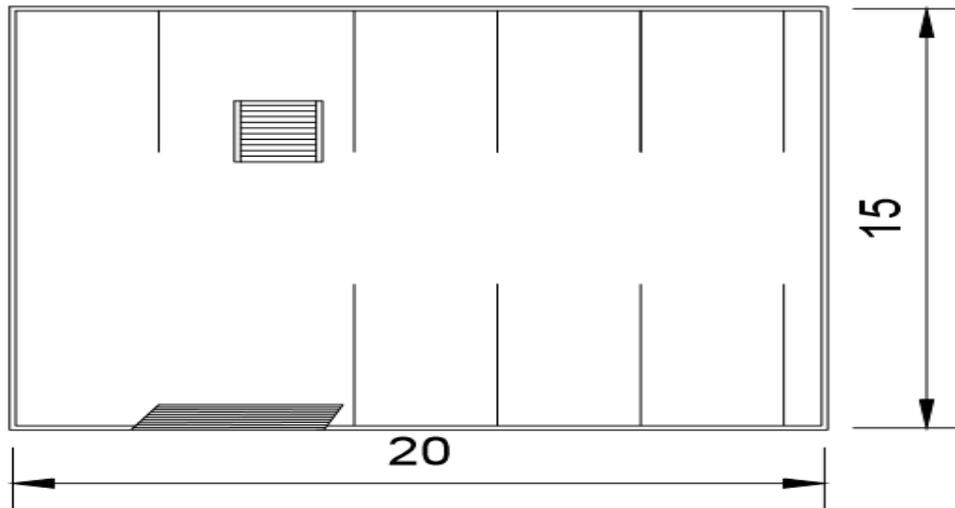
Se anexan los formatos de las licencias y los permisos que se necesitan para iniciar operaciones.

15. DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE LA EMPRESA



Fuente: Elaboró Ing. Fernanda Hernández Moreno

- **Estacionamiento**

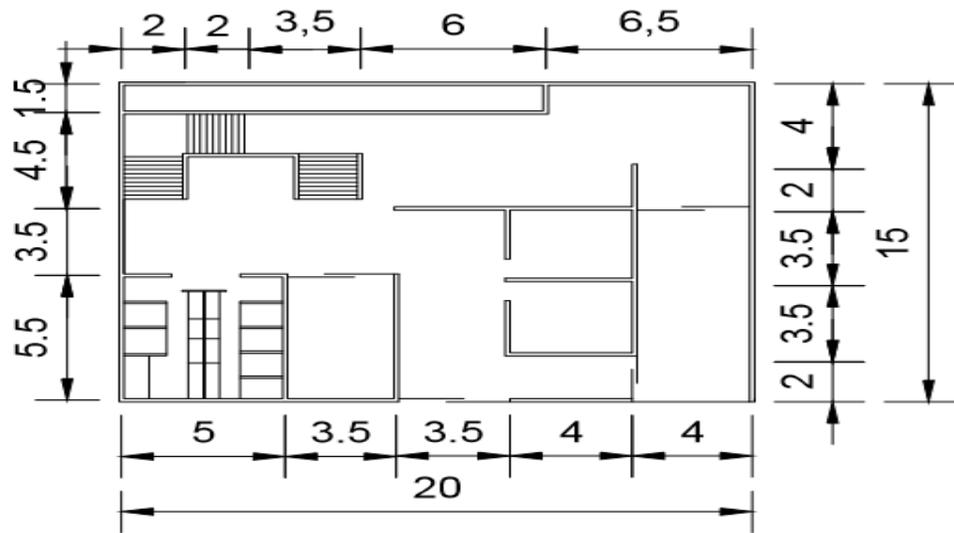


Estacionamiento

Ing. Brenda Fernanda Hernández Moreno

Fuente: Elaboró Ing. Fernanda Hernández Moreno

- **Planta baja**

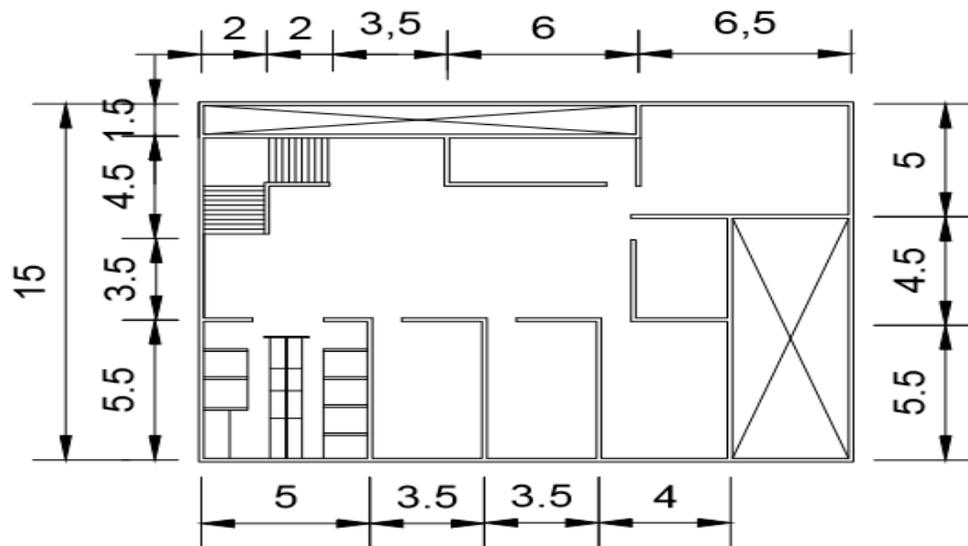


Planta Baja

Ing. Brenda Fernanda Hernández Moreno

Fuente: Elaboró Ing. Fernanda Hernández Moreno

- **Planta alta**

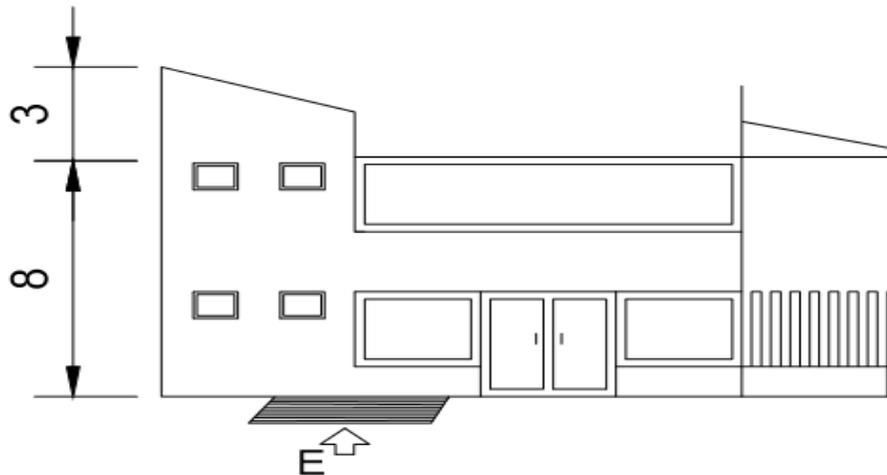


Planta alta

Ing. Brenda Fernanda Hernández Moreno

- Fuente: Elaboró Ing. Fernanda Hernández Moreno

- Fachada



Fachada

Ing. Brenda Fernanda Hernández Moreno

Fuente: Elaboró Ing. Fernanda Hernández Moreno

16. COTIZACIÓN DE HERRAMIENTAS, EQUIPO, MATERIAL DE APOYO Y MATERIAS PRIMAS

Nueva WalMart de México		
COTIZACIÓN DE HERRAMIENTAS		
Unidad	Producto	Precio
1 pieza	Tablón rectangular	\$ 859.00
1 pieza	Centro de mesa de vidrio	\$ 239.00
1 pieza	Base pastelera de vidrio	\$ 249.00
1 pieza	Canastas	\$ 59.00
1 pieza	Tabla de madera para picar	\$ 79.00
1 pieza	Mantel para tablón	\$ 80.00
1 pieza	Tijeras	\$ 50.78
1 pieza	Cuchillo	\$ 35.00
1 pieza	Pistola de silicón	\$ 29.00

COTIZACIÓN DE EQUIPO

Unidad	Producto	Precio
1 pieza	Refrigerador	\$ 13,990.00
1 pieza	Mostrador de cristal	\$ 14,999.99
1 pieza	Rayador	\$ 229.00
1 pieza	Anaqueles	\$ 7,597.80

COTIZACIÓN MATERIAL DE APOYO

Unidad	Producto	Precio
1 pieza	Mandil	\$ 49.00
1 pieza	Guantes	\$ 112.90
1 pieza	Cofia	\$ 56.50
1 pieza	Cobre bocas	\$ 43.50

Fuente: Elaboración propia

Nueva WalMart de México**COTIZACIÓN DE MATERIAS PRIMAS (dulces)**

Unidad	Producto	Precio
1 pieza	Cheesecake	\$ 330.00
1 caja	Galletas emperador	\$ 247.29
1 caja	Galletas mamut	\$ 22.73
1 caja	Galletas Chokis	\$ 100.10
1 bolsa	Palomitas de maíz	\$ 53.82
1 bolsa	Chocolate Kisses	\$ 148.00
1 caja	Chocolate Ferrero Rocher	\$ 205.00
1 caja	Lunetas	\$ 65.00
1 bolsa	Totis	\$ 20.00
1 caja	Cacahuates	\$ 44.00
1 bolsa	Gomitas de mango	\$ 41.00
1 bolsa	Gomitas enchiladas	\$ 50.69
1 bolsa	Paletas de chocolate	\$ 42.77
1 bolsa	Paletas dulce Vero	\$ 33.35
1 bolsa	Paletas de chile Vero	\$ 35.06
1 bolsa	Pulparindo	\$ 45.00

1 caja	Skwinkles	\$	42.00
1 caja	Obleas	\$	9.50
1 caja	Monedas de chocolate	\$	33.50
1 caja	Duvalin	\$	14.00
1 caja	Mazapán	\$	45.00
1 kilo	Zanahoria	\$	11.50
1 kilo	Pepino	\$	13.90
1 kilo	Jícama	\$	16.90
1 kilo	Betabel	\$	20.50
1 kilo	Mango	\$	44.90
1 kilo	Sandía	\$	10.90
1 kilo	Papaya	\$	27.90
1 kilo	Melón	\$	19.90

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIÓN

Emprender un negocio en México es un tema relevante, ya que por causas políticas, económicas y de desempleo, la gente se ve en la necesidad de ofrecer algo, ya sea un producto o un servicio que a largo plazo genere ganancias.

Una idea de negocio debe ser clara, precisa y real, es decir, debe satisfacer una necesidad o de igual manera crear una necesidad para que el producto o servicio que se ofrece sea adquirido por los consumidores.

De igual manera se necesitan una serie de requisitos, tanto administrativos como legales para el funcionamiento de un negocio, en esta parte es donde la mayoría de los emprendedores ignoran la información y es por ello que se encuentran dentro del comercio informal o en el peor de los casos en quiebra.

Hoy en día existen una serie de apoyos que ofrece el gobierno para los emprendedores, pero en ocasiones los trámites son largos y tediosos, por lo tanto la gente opta por adquirir créditos particulares que a largo plazo no pueden cubrir y se ven en la necesidad de cerrar el negocio.

Tener un negocio no solo implica una idea, sino también esfuerzo, dedicación y constancia, es de suma importancia plantear objetivos a corto, mediano y largo plazo; acercarse a gente especializada en el tema que ofrece asesoría gratuita o a un precio bajo para poner en marcha la idea de negocio.

Actualmente existen un sin número de Mipymes que por falta de información no participan en la economía del país, es por ello que se deben tomar acciones para que la difusión de los apoyos sea mayor, de igual manera se deben tomar en cuenta requisitos muy básicos para que las personas puedan acceder a este tipo de apoyos ya que la mayoría de las veces la gente no cubre todos los requisitos y se encuentran descartados de manera inmediata, se debe tomar en cuenta que algunas personas no cuentan con estudios, simplemente con ideas geniales que se convierten en grandes empresas.

Este plan de negocios muestra la búsqueda escrita y en cifras para la creación de un Candy Bar o mejor conocidas como mesas de dulces, estos datos son actuales y ofrecen información sobre la forma en la que se manejan los mercados y sus forma de segmentarlos, el comportamiento de los individuos y la aceptación que tendría el servicio al ponerlo a la venta y sus aproximaciones.

Permite plantear mejor los objetivos y estrategias que ayudarán a la empresa a crear una competencia sana contra empresas del mismo giro, haciendo que los consumidores del servicio se vuelvan fieles a la marca y servicio, que al mismo tiempo servirá para identificar las características de los clientes que adquieren el servicio, para así ampliar el mercado, creando una segmentación más amplia llegando a otras zonas.

El plan de negocios logró cumplir el objetivo de la investigación que consistía en proponer un plan de negocios para una empresa de Candy Bar en el Municipio de Ecatepec, así como los objetivos específicos que consistían en realizar un estudio de comercialización, estudio técnico, estudio administrativo, estudio financiero y estudio de impacto y beneficio socioeconómico, con base a los estudios realizados se demuestra la viabilidad de la empresa dedicada a la colocación de Candy Bar en el Municipio de Ecatepec.

El análisis de comercialización demostró que existe demanda del servicio y que la empresa tiene la capacidad de ofrecerlo a esa demanda que busca el servicio de Candy Bar, sin importar que existan competidores; los encuestados mostraron que sentirían más confianza al contratar este tipo de servicios en una empresa que esté constituida y que ofrezca garantía en los servicios. La formalidad respalda a quienes ofrecen el mismo servicio ya que quienes pertenecen a la economía subterránea no podrán ofrecer. Además, la demanda está dispuesta a pagar el precio del servicio, esto permite el diseño de estrategias que ayudarán en la fijación del precio, producto, promoción y plaza.

El estudio técnico demuestra que el proyecto sí es viable ya que es posible ponerlo en marcha tanto física como materialmente con los requerimientos de materiales, maquinaria e insumos que necesita para preparar el servicio que se

busca ofrecer y gracias a eso refleja una producción óptima y de calidad en cada producto que constituye el servicio y al optimizar los procesos con eficiencia reducen los costos de producción obteniendo así la pronta recuperación económica de la inversión. De igual forma se cuenta con una capacidad de producción en promedio de 6 días desde la recepción del posible cliente hasta la colocación de la mesa de dulces en el lugar y fecha especificado.

El estudio administrativo demuestra que la empresa cuenta con personal calificado que tienen habilidades, capacidades y conocimientos para la operación y puesta en marcha del servicio, lo que se transmite como reducción de costo de capacitación, la viabilidad del servicio que se ofrece también radica en que la misma empresa podrá capacitar a sus empleados sin la necesidad de contratar agentes externos, lo anterior beneficia porque demuestra que la empresa cuenta con la calidad necesaria que buscan los clientes.

En este mismo sentido, se determina que con base a la investigación que se realizó ante las distintas dependencias de gobierno, es posible contar con las licencias y permisos necesarios para su apertura.

El estudio financiero demuestra que el proyecto es viable porque el servicio que se ofrece es capaz de generar altos ingresos. El estudio financiero permite explicar la factibilidad en números que son fácilmente entendibles, que explican claramente el flujo del efectivo y al convertirse en indicadores permiten el cálculo de una VAN (Valor Anual Neto), la TIR (Tasa Interna de Retorno), los cuales son indicadores de rentabilidad y viabilidad de proyecto. El proyecto Candy Bar en Ecatepec demostró que en un plazo no mayor a cuatro años logrará recuperar la inversión en su totalidad y después de ese año empezará a generar ganancias para los socios, el punto de equilibrio muestra para el primer año de funcionamiento el 55%, lo que representa un valor monetario de \$ 472,897.02. El proyecto cuenta con un TIR del 39.53%, que es mayor a la evaluación (tasa de actualización) que es del 20%, lo que indica viabilidad.

Por último, la relación Beneficio-Costo es mayor que 1, lo que significa que por cada peso invertido se va a recuperar, y se tendrá un excedente de 1.51.

También, se observa que el periodo de recuperación de la inversión es inferior a 5 años.

El estudio de impacto y beneficio socioeconómico demuestra que a pesar de que el producto pudiera llegar a contaminar es viable por el reciclaje de sus envolturas ya que están hechas a base de plástico y cartón y existen empresas que hacen uso de esos materiales reciclados para la elaboración de nuevos productos. En el aspecto social el proyecto generará oportunidades de trabajo para las personas que viven en el municipio de Ecatepec y con ellos no solo se verá beneficiado el trabajador sino su familia.

Por todo lo anterior se puede apostar a la creación de BocaDream, ya que ha demostrado que será una empresa rentable y viable en todos los aspectos descritos en esta investigación y que será capaz de convertirse en una empresa sólida e innovadora en un mercado competitivo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alcaraz Rodríguez, Rafael Eduardo. El emprendedor de éxito: guía de planes de negocios. 2 ed. México: McGraw-Hill, 2001.

Anzola Rojas Sérvulo. "Administración de pequeñas empresas". 3ª edición. Ed. McGraw-Hill. México, 2007.

Anzola Rojas, Sérvulo. De la idea a tu empresa: Una guía para emprendedores. 2 ed. México: Limusa; Noriega editores, 1998.

Fleitman, Jack. Negocios Exitosos: Cómo empezar, administrar y operar eficientemente un negocio. México: McGraw-Hill Interamericana, 2000.

Karen, Weinberger Villarán, "Plan de negocios, Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio" 1ª ed. USAID PERU 2009.

Longenecker, J. G., Moore, C. W. (2001) Administración de Pequeñas Empresas: un enfoque emprendedor. –México, Thomson

Naveros J. A. (2009). Plan de negocio, España: Editorial Publicaciones Vértice S.L.

Siegel, E. S., Ford, B. R. y Bornstein, J. M. (1993). The Ernst & Young business plan guide (2nd. Ed.). New York: John Wiley & Sons, Inc.

PÁGINAS ELECTRÓNICAS.

AliExpress (2016) Cotización de bolsas de cartón, disponible en: <https://es.aliexpress.com/w/wholesale-recycled-brown-bags.html>, consultado el 15 de noviembre del 2016.

Entrepreneur (2017) 10 beneficios de tener un plan de negocios, disponible en: <https://www.entrepreneur.com/article/267493>, consultado el 18 de enero del 2017.

Entrepreneur (2017) Haz negocio con una dulcería boutique, disponible en: <https://www.entrepreneur.com/article/269203>, consultado el 25 de octubre del 2016.

Gaceta de la Propiedad Industrial (2015) Lista Complementaria a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios, disponible en: http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/94310/Lista_Complementaria_Dic15.pdf, consultado el 04 de octubre del 2016.

Global Bag (2016) Cotización de bolsas de celofán, disponible en: <http://www.globalbag.com.mx/>, consultado el 10 de febrero del 2017.

Gobierno del Estado de México (2016) Inscripción al registro estatal del contribuyente, disponible en: <http://sistemas2.edomex.gob.mx/TramitesyServicios/Tramite?tram=598&content=0>, consultado el 14 de marzo del 2017.

IMPI (2016) Registro de la marca, disponible en: <http://www.gob.mx/impi>

INADEM (2017) Incubadoras, disponible en: <https://www.inadem.gob.mx/>, consultado el 20 de febrero de 2017.

INADEM (2017) Instituto Nacional del Emprendedor, disponible en: <https://www.inadem.gob.mx/>, consultado el 20 de febrero de 2017.

Instituto de Investigación del Desarrollo Económico y Tecnológico A.C (2016) Metodología para el Desarrollo de Empresas de Base Tecnológica,

disponible en:
http://www.contactopyme.gob.mx/archivos/metodologias/FP2006-1479/metodologia_empresas_base_tecnologica/metodologiaebt.pdf,
consultado el 20 de febrero del 2017.

Inversiones Bezaleel (2016), cotización de vasos, disponible en:
<http://inversionesbezaleel.com/productos.php?subcategoria=Vasos>,
consultado el 29 de abril del 2017.

IPOMEX Ecatepec (2016) Estadísticas, disponible en:
<http://www.ipomex.org.mx/ipo/portal/ecatepec/estadisticas/2016/0/1.web>,
consultado el 29 de abril del 2017.

Linio (2016) Cotización de capacillos, disponible en:
<https://www.linio.com.mx/p/paquete-de-100-capacillos-para-reposteria-a-ibili-50-rosas-y-50-azules-modelo-735906-multicolor-leybte>, consultado el 29 de abril del 2017.

Revista MBA EAFIT (2010) Innovación en modelos de negocio: la metodología de Osterwalder en la práctica, disponible en:
<http://www.eafit.edu.co/revistas/revistamba/documents/innovacion-modelo-negocio.pdf>, consultado el 16 de septiembre del 2016.

Secretaría de economía (2016) Dirección general de normatividad mercantil, disponible en: www.siem.gob.mx, consultado el 18 de marzo del 2017.

Tesis (2016) Plan de negocios de Siegel, Ford y Bornstein, disponible en:
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/rosas_r_f/capitulo2.pdf,
, consultado el 09 de septiembre del 2016.

The Home Depot (2016) Cotización de cajas azules de plástico, disponible en:
<http://www.homedepot.com.mx/comprar/es/coapa-del-hueso/caja-plastica-solida-de-68-l-azul>, consultado el 20 de marzo del 2017.

UNAM (2017) Plan de negocios. Disponible en:
<http://www.ingenieria.unam.mx/~guiaindustrial/negocios/info/3/1.htm>,
consultado el 30 de enero 2017.

UNAM (2017) Plan de negocios. Disponible en:
<http://www.ingenieria.unam.mx/~guiaindustrial/negocios/info/3/1.htm>,
consultado el 30 de enero 2017.

Vitónica México (2014) Los snacks alrededor del mundo, disponible en:
<https://www.vitonica.com.mx/alimentos/los-snacks-alrededor-del-mundo>,
consultado el 30 de enero del 2017.