



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**  
**Centro Universitario UAEM Texcoco**

---

---

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE KITS  
PARA LA CREACIÓN DE MASCARILLAS”**

**TESIS**

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**PRESENTA:**

LÓPEZ MARTÍNEZ PERLA

**ASESOR:**

DR. EN.U. ENRIQUE MORENO SÁNCHEZ

**REVISORES:**

ANIBAL ISMAEL MUÑOZ MEDRANO  
MIGUEL ANGEL HERNÁNDEZ MARTÍNEZ

**TEXCOCO, ESTADO DE MÉXICO, AGOSTO 2019**

## ÍNDICE GENERAL

**¡Error! Marcador no definido.**

ÍNDICE GENERAL .....	i
ÍNDICE CUADROS .....	iv
ÍNDICE FIGURAS .....	vi
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	vii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. JUSTIFICACIÓN .....	4
III. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	6
IV. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL .....	7
V. METODOLOGÍA .....	13
a) Método de estudio. ....	13
b) Tipo de Investigación.....	14
c) Técnicas y herramientas. ....	15
VI. OBJETIVOS.....	17
a) Objetivo general. ....	17
b) Objetivos específicos.....	17
VII. HIPÓTESIS.....	17
a) Hipótesis de trabajo.....	17
b) Hipótesis nula.....	17
CAPITULO I. PLAN DE NEGOCIOS.....	18
1.1. ¿Qué es un plan de negocios? .....	18
1.2. Importancia del plan de negocios.....	18
1.3. Estructura del plan de negocios. ....	20
1.4. Presentación de un plan de negocios. ....	23
CAPITULO II. DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS DE “TUTORIALES ENVASADOS” .....	25
2.1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO .....	25

2.1.1. Modelo de Negocios (CANVAS).....	25
2.1.2. Resumen ejecutivo .....	30
2.1.3. Misión .....	31
2.1.4. Visión.....	32
2.1.5. Valores.....	32
2.1.6. Objetivos.....	33
2.1.7. Descripción del producto .....	33
2.2. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	35
2.2.1. Antecedentes Históricos .....	35
2.2.2. Figura Jurídica .....	35
2.2.3. Acta constitutiva ante notario.....	37
2.3.4. Marco Legal .....	37
2.3.5. Licencias y permisos para iniciar operaciones.....	39
2.3.6. Protección Intelectual.....	40
2.3.7. Organigrama .....	40
2.3.8. Análisis y descripción de puestos .....	41
2.3.9. Reclutamiento, selección, contratación y capacitación.....	50
2.2.10. Seguimiento y evaluación del desempeño.....	72
2.2.11. Contratos de trabajo y prestación de servicios. ....	73
2.2.12. Reglamento Interno .....	74
2.2.13. Políticas de la empresa.....	78
2.2.14. Administración de sueldos.....	81
2.3. ESTUDIO DE MERCADO .....	82
2.3.1. Información relevante del cliente .....	82
2.3.2. Identificación del cliente.....	87
2.3.3. Información relevante de la competencia. ....	89
2.3.4. Análisis de oferta y demanda.....	97
2.3.5. Informaciones relevantes de proveedores .....	99
2.3.6. Análisis de factores clave para el éxito.....	109
2.3.7. Plan de Mercadotecnia .....	112
2.3.8. Ciclo de vida del producto.....	122
2.3.9. Imagen Corporativa .....	123

2.3.10. Proyecciones de ventas y costos de ventas. ....	130
2.4. ESTUDIO TÉCNICO .....	136
2.4.1. Especificaciones técnicas del producto y servicio. ....	136
2.4.2. Especificaciones. ....	138
2.4.3. Recursos necesarios y descripción de la maquinaria. ....	139
2.4.4. Características técnicas de la maquinaria y equipo. ....	148
2.4.5. Proveedores de servicios.....	165
2.4.6. Maquinaria, mobiliario y equipo .....	167
2.4.7. Capacidad Instalada .....	169
2.4.8. Programación de la producción. ....	171
2.4.9. Prueba piloto.....	176
2.4.10. Procesos de producción .....	177
2.4.11. Descripción del proceso.....	179
2.4.12. Ubicación del negocio.....	184
2.4.13. Diseño de instalaciones. ....	185
2.5. ESTUDIO FINANCIERO. ....	186
2.5.1. Presupuesto inicial.....	186
2.5.2. Estado de Resultados.....	199
2.5.3. Flujo de Efectivo .....	201
2.5.4. Punto de Equilibrio.....	202
2.5.5. Indicadores de rentabilidad.....	203
2.5.6. Resultado e interpretación de los indicadores de viabilidad. ....	206
CAPÍTULO III. ANÁLISIS Y RESULTADOS. ....	206
3.1. Resultados de la encuesta (Investigación de mercado).....	207
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	226
REFERENCIAS.....	230
ANEXOS .....	238
Anexo 1. Formato de acta constitutiva ante un notario. ....	238
Anexo 2. Formato solicitud de Permiso uso de suelo. ....	244
Anexo 3. Formato solicitud de inscripción al Registro Federal de Contribuyentes. .....	246
Anexo 4. Formato solicitud de Protección Intelectual (IMPI).....	250
Anexo 5. Formato de contrato laboral. ....	254

Anexo 6. Formato contrato de prestación de servicios. ....	258
Anexo 7. Formato de encuestas aplicadas. ....	264

## ÍNDICE CUADROS

Tabla 1. Razones internas y externas de un plan de negocios. ....	18
Tabla 2. Modelo CANVAS de la empresa. ....	26
Tabla 3. Perfil del puesto de Gerente General. ....	50
Tabla 4. Perfil del puesto de Abogado. ....	53
Tabla 5. Perfil del puesto de Gerente de Contabilidad y Finanzas. ....	55
Tabla 6. Perfil del puesto de Gerente de Ventas y Mercadotecnia. ....	57
Tabla 7. Perfil del puesto de Jefe de Producción. ....	60
Tabla 8. Perfil del puesto de Envasador. ....	63
Tabla 9. Perfil del puesto de Etiquetador. ....	65
Tabla 10. Perfil del puesto de Empaquetador. ....	67
Tabla 11. Perfil del puesto de Diseñador Gráfico. ....	69
Tabla 12. Formato de puestos a evaluar. ....	72
Tabla 13. Formato para escala de calificación. ....	72
Tabla 14. Formato de orden de los puestos por promedio. ....	73
Tabla 15. Políticas de la empresa. ....	78
Tabla 16. Sueldo de los empleados. ....	81
Tabla 17. Identificación del cliente. ....	87
Tabla 18. Empresas que son competencia para el producto. ....	89
Tabla 19. Cuadro comparativo de información relevante de la competencia. ....	92
Tabla 20. Información relevante de proveedores. ....	99
Tabla 21. Matriz FODA de la empresa. ....	110
Tabla 22. Cuadro comparativo cotización de envío particular y empresarial. ....	116
Tabla 23. Especificaciones de publicidad digital para redes sociales. ....	118
Tabla 24. Determinación del precio de productos. ....	121
Tabla 25. Proyecciones de ventas. ....	130
Tabla 26. Proyecciones costo de venta. ....	133
Tabla 27. Materiales y contenido el producto. ....	136
Tabla 28. Recursos necesarios y descripción de la maquinaria. ....	140
Tabla 29. Características técnicas de maquinaria y equipo. ....	148
Tabla 30. Lista de proveedores de servicios. ....	166
Tabla 31. Maquinaria, mobiliario y equipo. ....	167
Tabla 32. Datos de tiempo según la producción requerida. ....	171
Tabla 33. Diagrama de Gantt de actividades preoperativas. ....	172
Tabla 34. Diagrama de Gantt de actividades operativas. ....	173
Tabla 35. Formato para realizar la prueba piloto o de prototipo. ....	176
Tabla 36. Hoja de procesos. ....	177

Tabla 37. Presupuesto de insumos. ....	186
Tabla 38. Presupuesto de materia prima. ....	186
Tabla 39. Requerimiento de maquinaria, mobiliario, material y equipo. ....	187
Tabla 40. Costos de depreciación. ....	189
Tabla 41. Mano de obra. ....	191
Tabla 42. Adaptación del establecimiento. ....	191
Tabla 43. Proyección de costos. ....	192
Tabla 44. Costos totales. ....	193
Tabla 45. Presupuesto de la Inversión. ....	195
Tabla 46. Proyección de Ingresos. ....	198
Tabla 47. Proyección costo de ventas anual. ....	198
Tabla 48. Proyección del Estado de Resultados. ....	199
Tabla 49. Flujo de Efectivo. ....	201
Tabla 50. Punto de equilibrio. ....	202
Tabla 51. Reglas de decisión para la interpretación del Valor Actual Neto. ....	203
Tabla 52. Indicadores de viabilidad. ....	204
Tabla 53. Resultado de indicadores de rentabilidad. ....	206

## ÍNDICE FIGURAS

Figura 1. Jerarquía de las necesidades de Abraham H. Maslow. ....	9
Figura 2. Contenido de un plan de negocios. ....	24
Figura 3. Propuesta de organigrama de la empresa. ....	41
Figura 4. Área geográfica donde se comercializará el producto.....	82
Figura 5. Variables del consumidor. ....	83
Figura 6. Puntos de corte para la clasificación de Niveles Socioeconómicos en México.....	85
Figura 7. Características de los Niveles Socioeconómicos que va dirigido el producto. ....	86
Figura 8. Análisis de los puntos fuertes y débiles de la competencia.....	97
Figura 9. Variables requeridas para la cotización.....	115
Figura 10. Logotipo de la empresa.....	124
Figura 11. Retícula logotipo de la empresa.....	125
Figura 12. Versión original del logotipo. ....	126
Figura 13. Versión en escala de grises del logotipo. ....	127
Figura 14. Versión marca de agua del logotipo.....	127
Figura 15. Usos de proporciones incorrectos del logotipo.....	128
Figura 16. Uso de rellenos incorrecto de logotipo. ....	129
Figura 17. Tarjeta de presentación.....	129
Figura 18. Características físicas del producto.....	136
Figura 19. Procesos de producción del producto. ....	137
Figura 20. Características del servicio. ....	138
Figura 21. Capacidad instalada de la empresa. ....	170
Figura 22. Procedimiento para la preparación de Mascarilla Exfoliante.....	180
Figura 23. Procedimiento para la aplicación de Mascarilla Exfoliante.....	180
Figura 24. Procedimiento para la preparación de Mascarilla Purificante.....	181
Figura 25. Procedimiento para la aplicación de Mascarilla Purificante.....	182
Figura 26. Procedimiento para la preparación de Mascarilla Agua de Rosas. ....	183
Figura 27. Procedimiento para la aplicación de Mascarilla Agua de Rosas. ....	183
Figura 28. Macro localización de la empresa. ....	184
Figura 29. Micro localización de la empresa. ....	184
Figura 30. Layout de la empresa.....	185

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Población masculina y femenina en México. ....	84
Gráfico 2. Población Económicamente Activa en México. ....	85
Gráfico 3. Comparativo de la distribución nacional de los Niveles Socioeconómicos, 2018. ....	87
Gráfico 4. Ciclo de vida del producto.....	122
Gráfico 5. Edad .....	207
Gráfico 6. Género.....	208
Gráfico 7. Ocupación.....	209
Gráfico 8. Municipio.....	211
Gráfico 9. Considera que el cuidado facial es.....	212
Gráfico 10. ¿Utiliza algún producto para la belleza y/o cuidado facial? .....	213
Gráfico 11. ¿Con qué frecuencia lo utiliza?.....	214
Gráfico 12. ¿Qué es lo primero que le llama la atención de una mascarilla facial? .....	215
Gráfico 13. ¿Con qué frecuencia compra productos para el cuidado facial? .....	216
Gráfico 14. ¿En qué lugar adquiere mascarillas de este tipo? .....	217
Gráfico 15. ¿Cuánto estaría dispuesto/a a pagar por un kit de mascarilla que pueda utilizar durante 1 mes? .....	218
Gráfico 16. Al día, ¿Con qué frecuencia utiliza redes sociales?.....	219
Gráfico 17. ¿Con qué frecuencia utiliza la plataforma de YouTube? .....	221
Gráfico 18. ¿Ve videotutoriales relacionados a mascarillas hechas a base de productos naturales?.....	223
Gráfico 19. ¿Le gustaría encontrar en tiendas y/o negocios algún kit que incluya los ingredientes para la elaboración de mascarillas que suele ver en dichos tutoriales?.....	224
Gráfico 20. ¿Qué tipo de mascarillas le gustaría encontrar? .....	225



## I. INTRODUCCIÓN

Actualmente, una de las principales fuentes de empleo en México es el emprender un negocio, ya que uno de los principales beneficios al hacerlo es generar una fuente propia de ingresos, y al mismo tiempo generar empleos, además de ofrecer una solución a problemáticas o necesidades de la sociedad y brinda nuevos productos al mercado para hacerlo competitivo entre las diversas marcas.

Un plan de negocios es una herramienta que permite a un emprendedor conocer todo lo que necesita para llevar a cabo su idea de negocio; los aspectos administrativos, técnicos, del mercado y los financieros. Es de suma importancia realizar un plan de negocios donde la idea de negocio sea clara, precisa, real y entendible para cualquier persona ya que permite; atraer a posibles inversionistas, ayuda a los emprendedores a aterrizar sus ideas en la realidad y guía a los mismos para buscar las mejores estrategias para su futura empresa.

El estilo de vida acelerado que se vive hoy día donde las personas cuentan con tiempo reducido, a todos nos gusta tener una piel cuidada y lucir bien, especialmente a las mujeres. Al navegar por internet se encuentra variedad de productos que aseguran brindar excelentes resultados, pero el costo es elevado y/o los ingredientes de éstos están elaborados a base de sustancias químicas que en tiempos prolongados podrían causar irritación o daños en la piel.

Por tal motivo se crea “Tutoriales Envasados” que es un producto y servicio innovador que brinda la practicidad de contar con todos los ingredientes listos para la preparación de una mascarilla, que a su vez cada mascarilla viene acompañada de un código QR<sup>1</sup> que facilita el acceso a un videotutorial donde se explica paso a paso de cómo elaborar y aplicar dicha mascarilla.

El presente es “Plan de Negocios”, estudia y explica las partes que materializan el proyecto, con ello se puede explicar que el producto y servicio que se ofrece es

---

<sup>1</sup> Según CEPAL, (2017). Son códigos de barras, capaces de almacenar determinado tipo de información, como una URL, SMS, EMail, Texto, etc.

aceptado por los consumidores; se realizó estudio de mercado, que permite empezar negocio, luego en los resultados del estudio financiero muestran que la idea de negocio es viable, además de contar con una ventaja competitiva en el mercado por su diseño único, y esto debido a que ofrece un producto y a su vez un servicio postventa; nos referimos a los video-tutoriales que estos ayudan a captar la atención de los clientes.

El objetivo principal del estudio realizado es demostrar que “Tutoriales Envasados” es una idea de negocio viable, para aprobar su efectividad el proyecto fue basado con el modelo de negocios CANVAS, en cual consiste en la descripción del proyecto, misión, visión, valores, objetivos, descripción y utilidad del producto, necesidades que atiende, aplicación comercial y ventaja competitiva.

Al contar con los cuatro estudios que corresponden a un plan de negocios se debe mencionar que en primer lugar se ubica el estudio administrativo; donde se definen las áreas funcionales de la empresa, los antecedentes, perfil, descripción de puestos, organigrama, marco legal, figura jurídica, licencias y permisos, protección intelectual, reclutamiento, selección y capacitación, administración de sueldos a empleados, además de políticas y reglamento interno.

Siguiendo con el estudio de mercado el cual ésta conformado por; investigación de mercado, información relevante del cliente, competencia, de proveedores, análisis de oferta y demanda, análisis de factores clave para el éxito (FODA), plan de mercadotecnia y ciclo de vida del producto, imagen corporativa, determinación del precio y las proyecciones de ventas.

Posteriormente, se presenta el estudio técnico que lo integran; las especificaciones técnicas del producto y servicio, recursos necesarios, descripción de la maquinaria, características técnicas de la maquinaria y equipo, proveedores de servicio, mobiliario, equipo, capacidad instalada, descripción del proceso de producción, requerimientos de materia prima, programación de la producción, prueba piloto, procesos de producción, ubicación del negocio y diseño de instalaciones (layout).

Y finalmente, se posiciona el estudio financiero que es el más complejo de los anteriores, debido a que analiza la integración de la inversión, estado de resultados, flujo de efectivo, punto de equilibrio de cada producto, y el período de recuperación, valor presente neto VPN y tasa interna de retorno (TIR).

Para su presentación, lo antes mencionado fue necesario dividirlo en tres capítulos y que a su vez brindan un análisis y evidencias de la viabilidad que tiene “Tutoriales Envasados”.

## II. JUSTIFICACIÓN

La revista *El país* (2018) publicó un artículo con el nombre *“El ‘boom’ de las mascarillas faciales: estas son las 15 que deberías probar”*, donde se realiza una comparación entre varias mascarillas que existen en el mercado y nos dice que la frecuencia de mayor consumo es de las mascarillas con ingredientes de origen natural.

Cabe destacar que realizan comentarios sobresalientes de dos empresas dedicadas a la venta de mascarillas una de ellas es la de *Anabel Vázquez*, cofundadora de la firma online *Laconicum*, uno de los principales templos españoles de la cosmética quien afirma *“Este crecimiento de la demanda de las mascarillas viene marcado por algunas características más: “Suena un poco esnob<sup>2</sup>, pero te hace parecer conocedora, que profundizas en el asunto. Están perdiendo el punto esporádico y son menos raras, más frecuentes. Además, tienen un formato juguetón, lúdico, compartible y muy fotogénico.”*

Así mismo, un estudio realizado por *IAB México* (2016) confirma el impacto de *YouTube*, en el gusto por parte del usuario al buscar y visualizar videos en Internet su perfil del consumidor consta principalmente de millennials<sup>3</sup>; personas entre 20 y 39 años quienes... *“reporta los hábitos del usuario del segmento de Internautas en México, podemos comprobar que un 79% utiliza la plataforma para ver Tutoriales.”*

Por lo tanto, lo antes citado puede ser considerado como una oportunidad de negocio donde esta idea sea aceptada de manera adecuada por los consumidores, ya que abarca tanto el producto que son las mascarillas y un servicio posventa que utiliza la plataforma de *YouTube* para mostrar un videotutorial.

El Plan de Negocios propuesto parte de un diagnóstico con información secundaria a la problemática de conocer si realmente la comercialización del producto es viable mediante la aceptación del mercado, por lo anterior, se abordan

---

<sup>2</sup> Según el Diccionario de la RAE (2019). Una persona que imita con afectación las maneras, opiniones, etc. de aquellos a quienes considera distinguidos o de clase social alta para aparentar ser igual que ellos.

<sup>3</sup> Hace referencia a las personas nacidas entre 1980 y 1999. También son llamados generación Y.

aspectos relacionados al marco legal, la evaluación de la sensibilidad de los supuestos financieros que impactan sobre la rentabilidad de la empresa.

La importancia de la creación de un plan de negocios para una empresa que se dedicará a la venta de kits de mascarillas con videotutorial para la preparación, aplicación y tips<sup>4</sup> para el cuidado de la piel, radica en ayudar al emprendedor a aterrizar la idea de negocio y demostrar la viabilidad que tendrá el crear dicha empresa garantizando que cuentan con un mercado de consumidores que acepta el producto que será ofrecido que a su vez cuenta con una estructura prediseñada con los procesos de operación, optimización de recursos y dirección administrativa correcta.

La idea de negocio pretende ayudar a mejorar los procesos y calidad de la piel facial, además de presentar una propuesta de valor que, en este caso, radica en el servicio posventa que son los videotutoriales con la finalidad de tener la confianza de los clientes y contar con la seguridad de que si se implementa de manera correcta el plan de negocios ayudará a generar empleo en la zona de Los Reyes La Paz, Estado de México que es donde estará ubicada la empresa.

Desde el aspecto académico integra todos los conocimientos adquiridos en la Licenciatura en Administración; aspectos legales, financieros, de recursos monetarios, humanos, plan de mercadotecnia, creación de un logotipo, reclutamiento, selección, capacitación, sueldos, investigación de mercado, formulación y aplicación de encuestas, proyecciones de ventas y estado de resultados, etc., lo anterior es necesario conocerlo y aplicarlo para que la futura empresa sea rentable.

---

<sup>4</sup> Según el Diccionario de la Real Academia Española, RAE, (2018). Del ingl. Tips / Sugerencia. f. Insinuación, inspiración, idea que se sugiere.

### III. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente se vive un estilo de vida acelerado ocasionando que sean pocas las personas que cuentan con tiempo libre o el que tienen es reducido, el tener una piel perfecta, lucir bien es primordial y especialmente en las mujeres, por ello, se propone en este trabajo una iniciativa de negocio en un Plan de Negocios con el nombre de *“Tutoriales Envasados”*, que busca cubrir esta necesidad en el mercado.

La problemática surge de la pregunta ¿La comercialización del producto *“Tutoriales Envasados”* es viable de acuerdo con la aceptación del mercado?

Considerando el impacto que actualmente tiene el uso de redes sociales, el estilo de vida acelerado con el que se vive y la necesidad de las personas por el cuidado facial, puedo adelantar afirmando que al colocar las estrategias de comercialización correctas el producto será viable.

Una de las cosas más importantes hoy en día, es tener una piel sana, hidratada y luminosa que permita vernos radiantes, lo que ayuda a tener este acabado en la piel es utilizar una o dos mascarillas por semana. Parte de los beneficios que brinda son; protegen la piel, nos brindan nutrición para mantener una piel sana, luminosa, limpian en profundidad, exfolian, eliminan las células muertas, la mayoría dan elasticidad, purifican, limpian y mantienen la humedad en las capas profundas de la piel por esto de obtienen los resultados deseados.

Han surgido varios productos de este tipo, dedicados al cuidado de la piel, así como diversos blogs de belleza que hablan sobre dicho tema, pero todos ellos distribuyen las mascarillas ya elaboradas.

La innovación de *“Tutoriales Envasados”*, es vender los productos en un kit listos para ser preparados, obtener la mascarilla, así como, su aplicación de manera virtual mediante de un videotutorial, de esta manera atenderá la necesidad que este mercado demanda.

#### IV. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

Para el logro de los objetivos de esta investigación fue necesaria una fundamentación teórica que sirve de base para predecir y dar una respuesta tentativa a nuestro problema de investigación. Dicha fundamentación se hizo a través de la exploración de diversas fuentes donde se recabo toda la información requerida sobre lo que es un Plan de Negocios.

Como base teórica se soportará el estudio en el modelo de negocios según Alcaraz<sup>5</sup>; El libro referido se titula: “El emprendedor de éxito” en su cuarta edición que fue difundido en el 2011. También nos apoyamos en la teoría de la pirámide de las necesidades de Abraham Maslow<sup>6</sup> puesto que la iniciativa de negocio cubre principalmente tres de ellas; la de estima, autorrealización y la de necesidades estéticas para el caso específico del producto que ofrecerá “Tutoriales Envasados”.

La jerarquía de necesidades propuesta por Maslow es la siguiente (resumido de Simons, Irwin y Drinnien 1987; Feist y Feist 2006 y Boeree 2006):

- 1. Necesidades fisiológicas:** Su origen es biológico forman el primer nivel que son; comer, beber, dormir, respirar, entre otras y son funciones que están vinculadas a la supervivencia individual; ya que se trata de necesidades primarias vitales, son evidentemente las más importantes debido a que superan al resto de las necesidades.
- 2. Necesidades de seguridad:** Cuando las necesidades fisiológicas están en su gran parte satisfechas, surge un segundo escalón de necesidades orientadas

---

<sup>5</sup> Rafael Eduardo Alcaraz Rodríguez realizó estudios de Maestría y Doctorado en Educación en la UAG (1983-1984), cursó diversas maestrías y diplomados. En la actualidad es director del Programa Académico de Formación de Emprendedores de la Escuela de Biotecnología y Salud del Tecnológico de Monterrey. Fue consejero de diversas empresas e instituciones, y autor del Modelo de Creación y Desarrollo de Empresas y creador del libro “El Emprendedor de éxito.” En el que se basa principalmente en su experiencia en el ámbito de creación de empresas y de incubadoras brindando herramientas que sirven para crear un plan de negocios.

<sup>6</sup> Abraham Harold Maslow fue un psicólogo estadounidense conocido como uno de los fundadores y principales exponentes de la psicología humanista, una corriente psicológica que postula la existencia de una tendencia humana básica hacia la salud mental, la que se manifestaría como una serie de procesos de búsqueda de autoactualización y autorrealización. Sin embargo, esta teoría no solo se utiliza en la psicología sino en diversas disciplinas y licenciaturas como es el caso de la Licenciatura en Administración.

hacia la seguridad personal, el orden, la estabilidad y la protección. Dentro de estas necesidades se encuentran cosas como: seguridad física, empleo, ingresos, recursos, familiar, salud y contra el crimen de la propiedad personal.

- 3. Necesidades sociales y pertenencia:** Cuando las necesidades de seguridad y de bienestar fisiológico están medianamente satisfechas, la siguiente clase de necesidades contiene el amor, el afecto y la pertenencia o afiliación a un cierto grupo social; están orientadas a superar los sentimientos de soledad en la vida diaria.

Estas necesidades se presentan continuamente cuando el ser humano muestra deseos de casarse, de tener una familia, de ser parte de una comunidad, ser miembro de una religión o simplemente asistir a un club social. Esta tercera familia de necesidades tiene en cuenta la naturaleza social del ser humano.

- 4. Necesidades de estima:** Cuando las tres primeras clases de necesidades están medianamente satisfechas, surgen las llamadas necesidades de estima orientadas hacia la autoestima, el reconocimiento hacia la persona, el logro particular y el respeto hacia los demás; al satisfacer estas necesidades, las personas se sienten seguras de sí misma y valiosas dentro de una sociedad; cuando estas necesidades no son satisfechas ocurre lo contrario se sienten inferiores.

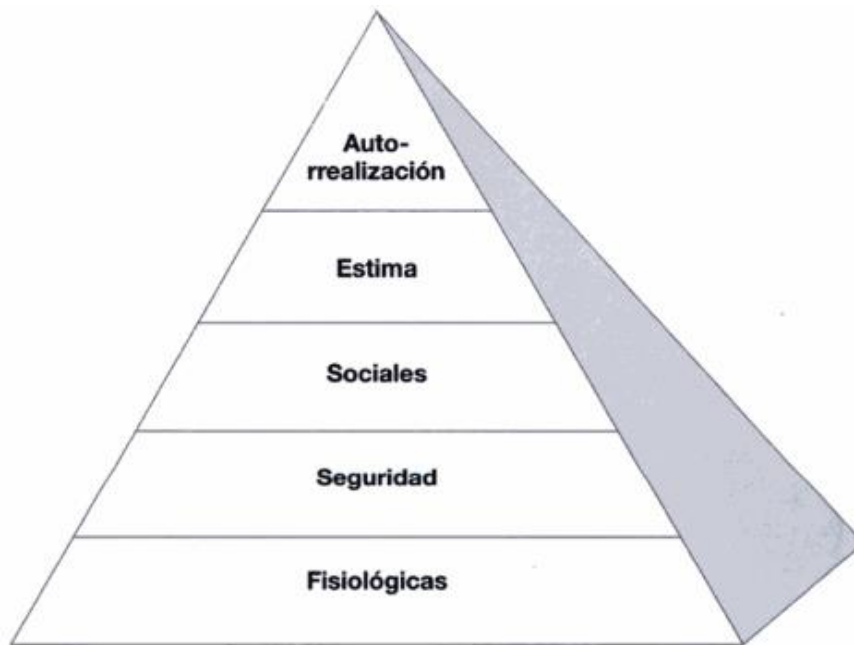
Maslow señaló dos necesidades de estima: inferior y superior, la primera incluye el respeto de los demás, la necesidad de estatus, fama, gloria, reconocimiento, atención, reputación, y dignidad; y la segunda determina la necesidad de respeto de sí mismo, incluyendo sentimientos como confianza, competencia, logro, maestría, independencia y libertad.

- 5. Necesidades de autorrealización:** Finalmente, en la cima de la pirámide se encuentran las más elevadas. Mientras que las necesidades del nivel inferior dependen de las opiniones ajenas, las que encontramos aquí están vinculadas



al desarrollo de la personalidad del individuo. Según Maslow describe la autorrealización como la necesidad de una persona para ser y hacer lo que la persona "nació para hacer", es decir, como el deseo de ser por ejemplo un médico, una necesidad relacionada con la realización del mi ser como la necesidad de conocer el funcionamiento del cuerpo humano aparece automáticamente.

*Figura 1. Jerarquía de las necesidades de Abraham H. Maslow.*



Fuente: Management según Maslow, 2005.

Actualmente la investigación de la teoría de Maslow está aún en desarrollo y además de las cinco necesidades antes descritas, Maslow también identificó otras tres categorías de necesidades: las estéticas, las cognitivas y de autotranscendencia lo que dio origen a una rectificación de la jerarquía de necesidades. Estas tres nuevas necesidades según Feist y Feist (2006) son:

- 1. Necesidades estéticas:** No son universales, pero al menos ciertos grupos de personas en todas las culturas parecen estar motivadas por la necesidad de belleza exterior y de experiencias estéticas gratificantes.

- 2. Necesidades cognitivas:** Están asociadas al deseo de conocer que tiene la gran mayoría de las personas; cosas como resolver misterios, ser curioso e investigar actividades diversas por ello, Maslow decide darles este nombre, destacando que este tipo de necesidad es muy importante para adaptarse a las cinco necesidades antes descritas.
- 3. Necesidades de autotrascendencia:** Tienen como objetivo promover una causa más allá de sí mismo y experimentar una comunión fuera de los límites del yo<sup>7</sup>; esto puede implicar el servicio hacia otras personas o grupos, la devoción a un ideal o a una causa, la fe religiosa, la búsqueda de la ciencia y la unión con lo divino.

## MARCO CONCEPTUAL

Con el fin de hacer más fácil la realización y comprensión del presente Plan de Negocios es indispensable un glosario de términos claves que son fundamentales para el desarrollo eficaz del mismo.

**Código QR:** (Quick Response) son códigos de barras, capaces de almacenar determinado tipo de información, como una URL, SMS, Email, Texto, etc. Gracias al auge de los nuevos teléfonos inteligentes o Smartphone estos códigos QR están actualmente muy de moda. (Biblioteca CEPAL, 2017)

**Consumidor:** Que compra y consume productos elaborados: nuestra sociedad es excesivamente consumidora; es mejor que te dirijas a una asociación para la defensa de los derechos de los consumidores. (Espasa, 1995, p.1330)

**Emprendedor:** Es una persona que posee un alto grado de confianza en sí mismo y una serie de características que le permiten detectar oportunidades y generar conceptos de negocio a partir de la creación, la innovación o el mejor empleo de los recursos para alcanzar objetivos. En este contexto, asume el riesgo inherente a su toma de decisiones y persevera en la puesta en marcha de su proyecto. (Alcaraz, 1996 p.8)

---

<sup>7</sup> Según Sigmund Freud divide al ser humano en tres conceptos el yo, el ello y el superyó. El “yo” está enfocado hacia el exterior, y nos lleva a pensar en las consecuencias prácticas de lo que hacemos y los problemas que puede generar una conducta espontánea.

**Empresa:** Entidad integrada por el capital y el trabajo, como factores de la producción, y dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos: una empresa vitivinícola. (Espasa, 1995, p.1633)

**Empresario:** Persona que posee o dirige una industria, negocio o empresa. (Espasa, 1995, p.1633)

**Envase:** Es todo aquello que sirve para contener un producto. Puede estar compuesto por papel, cartón, vidrio, madera, plásticos, metales, etc., y es posible encontrarlos constituidos por hasta 4 niveles. (Sánchez, 1994, p.1)

**Investigación de Mercado:** Es la única herramienta imprescindible para poder aplicar el concepto de marketing en una empresa. Tiene la función de ayudar al directivo a tomar decisiones. En este sentido contribuye a disminuir el riesgo de la toma de decisiones, en base a aportar información objetiva sobre el mercado. (Ferré, 1997, p.1)

**Kit:** Conjunto de productos y utensilios suficientes para conseguir un determinado fin, que se comercializan como una unidad. (RAE, 2018)

**Marketing:** Se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa en relación con el precio, la promoción, la distribución y la venta de bienes y servicios que ofrece, así como de la definición del producto o servicio con base en las preferencias del consumidor, de forma tal que permitan crear un intercambio (entre empresa y consumidor) que satisfaga los objetivos de los clientes y de la propia organización. (Alcaraz, 2011, p.80)

**Mascarilla:** f. Capa de diversos productos cosméticos con que se cubre la cara o el cuello durante cierto tiempo, generalmente breve, con fines estéticos. (RAE, 2018)

**Plataforma:** f. Inform. Entorno informático determinado, que utiliza sistemas compatibles entre sí. (RAE, 2018)

**Producto:** Cualquier bien material, servicio o idea que posea un valor para el consumidor y sea susceptible de satisfacer una necesidad. (Pérez y Pérez, 2006, p.7.)

**Proyecto:** m. Primer esquema o plan de cualquier trabajo que se hace a veces como prueba antes de darle la forma definitiva. (RAE, 2018)

**Redes sociales:** Son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos. (Celaya, 2008)

**Tutorial:** Son sistemas instructivos de autoaprendizaje que pretenden simular al maestro y muestran al usuario el desarrollo de algún procedimiento o los pasos para realizar determinada actividad. (Tecnológico de Costa Rica, 2011)

**Video:** Es la tecnología de la captación, grabación, procesamiento, almacenamiento, transmisión y reconstrucción por medios electrónicos digitales o analógicos de una secuencia de imágenes que representan escenas en movimiento. (Tecnológico de Costa Rica, 2011)

**YouTube:** Es un buscador de videos, una plataforma regularmente in-bound<sup>8</sup> donde la audiencia comienza con una búsqueda. (Geifman, 2017)

---

<sup>8</sup> Según HubSpot. Consiste en crear experiencias valiosas que generen un impacto positivo tanto en las personas como en tu empresa. Atraes prospectos y clientes a tu sitio web a través de contenido útil y relevante.

## V. METODOLOGÍA

### a) Método de estudio.

El método de estudio utilizado es *Deductivo* “*Es aquel que parte de datos generales aceptados como válidos y que, por medio del razonamiento lógico, pueden deducirse varias suposiciones.*” (Zorrilla y Torres, 1992, p.33)

También se conoce como método de lo general a lo particular, que en este caso será el aplicado ya que se realiza el estudio general sobre todo lo necesario para crear la empresa hablando en términos de los cuatro estudios que se harán; estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo y por último el estudio financiero, para así conocer todas las partes que la conforman.

Posteriormente se realiza la investigación particular de cada uno de estos estudios, por ejemplo; se empieza a buscar quienes son los posibles clientes de producto se aplican encuestas entre distintos segmentos de cliente hasta finalmente llegar a definir el segmento de mercado apropiado para “Tutoriales Envasados”, es decir, comenzamos de un todo para determinar la consecuencia del tema en específico.

Y de igual manera parte de la argumentación es un estudio *Inductivo* “*Aquel que impulsa al investigador a ponerse en contacto directo con las cosas.*” (Zorrilla y Torres, 1992, p.35) esto ya que se necesita conocer la opinión del consumidor del producto a través de cierto número de la zona metropolitana del Valle de México, saber sus características, así como realizar meticulosamente cada uno de los estudios para así concluir cuando se tenga la información precisa y se va a lo general para saber si el producto “Tutoriales Envasados” será viable o no.

El método Inductivo según estudios de Zorrilla y Torres (1992): “*Es el que va de lo particular a lo general. Es decir, aquel que, partiendo de casos particulares, permite llegar a conclusiones generales.*” (p.35).

## **b) Tipo de Investigación.**

La investigación que se realizó en este proyecto es de tipo *exploratorio* debido a que esta se emplea cuando se está buscando un conocimiento más profundo sobre el problema, sus alternativas de decisión y las variables que se deben considerar, en este caso podemos tener un conocimiento previo del cual basarnos.

Como lo define Landeau (2007). *“El proceso de definición del problema inicia considerando los trabajos publicados, el conocimiento preliminar que tiene el investigador, la información no escrita que puede relatar las personas a partir de sus experiencias y los avances predominantes que el tema ha tenido en un lapso determinado. De esta manera, el investigador logra obtener conocimientos sobre el tema, alcanzar una investigación más precisa sobre un problema poco estudiado, aclarar conceptos y posibilitar la creación de instrumentos.”* (p.56)

Y por otra parte terminaremos con una investigación *descriptiva* que comprende gran parte de la recolección de datos que de igual manera se realizó; con el propósito de dar una visión exacta del aspecto específico que hay en el ambiente del mercado, como los son la evaluación de los consumidores con respecto al servicio que se ofrece contra el ofrecido por la competencia, las características socioeconómicas y demográficas.

Landeau (2007) lo explica como aquel que... *“Buscan medir conceptos o variables; así como, evaluar diversos aspectos de un universo, con la finalidad e identificar características o establecer propiedades importantes que permitan informar sobre el fenómeno estudiado. Estos estudios actúan en función de las realidades de los hechos, tales como las deducciones sobre los seres humanos, un grupo y una empresa. De este modo, aportan una descripción medida y concreta.”* (p.57)

A su vez se utilizó el tipo *Documental*; ya que se hizo uso de documentos, libros, ensayos, páginas web, revistas, etcétera, para el desarrollo de esta investigación.

### **c) Técnicas y herramientas.**

#### **Población**

*“Conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones.”*  
(Hernández, Fernández y Baptista, 1991, p.174)

#### **Muestra**

Según Hernández, Fernández y Baptista (1991). “Es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión, este deberá ser representativo de dicha población.” (p.173)

#### **¿Qué es una muestra determinística?**

Es aquel en el que implica un juicio personal del investigador. Se clasifica en tres grupos: Muestreo convencional o accidental, intencional o por cuota.

El utilizado en esta investigación es el muestreo intencional Namakroosh (2005). *Es donde todos los elementos de la muestra de estudio se seleccionarán bajo un estricto juicio personal.* (p. 190)

En la elaboración de este Plan de Negocios, la población objeto de estudio es el oriente del Estado de México y su zona conurbada con la Ciudad de México en específico, en los municipios de Chimalhuacán, Chicoloapan, Texcoco y Los Reyes La Paz.

Donde se extrajo una muestra determinística de tipo intencional, ya que se aplicó en personas que hacen uso de la red social de Facebook específicamente en ciertos grupos y páginas donde sus seguidores pertenecen a los municipios de la población que se está considerando, esto derivado de una observación que permitió tener un criterio personal, lo que facilitó recabar la información.

Se realizó un levantamiento de 200 encuestas en los municipios antes mencionados que según García (2004). *“Una encuesta es un método que se realiza por medio de técnicas de interrogación, procurando conocer aspectos*

*relativos a los grupos. Tanto para entender como para justificar la conveniencia y utilidad de la encuesta es necesario aclarar el proceso de investigación, en principio, el recurso básico que nos auxilia para conocer nuestro objeto de estudio y observación la cual permite la apreciación empírica de las características y el comportamiento de lo que se investiga.” (p.19).*

De igual manera es importante mencionar el objetivo e importancia de una encuesta, como el mismo autor lo describe ...

*García (2004). “Es obtener información relativa a las características predominantes de una población mediante la aplicación de procesos interrogación y registro de datos. Cuando la encuesta se realiza mediante aplicación de cuestionarios, se puede conseguir principalmente información demográfica (datos relativos a edad, sexo, estado civil, profesión, ingresos, número de hijos, etc.), opiniones y conocimientos del sujeto respecto a un asunto, situación, tema o personas.” (p. 20).*

Con base a lo antes mencionado se eligió este instrumento de recolección de datos ya que se adapta de manera precisa para recabar la información de datos necesarios para la realización del proyecto.

La encuesta es semi abierta de opción múltiple y se realizó por medio de la herramienta de Google Drive, ya que al crearla en esta plataforma nos permitió compartirla en redes sociales, correos y páginas de conveniencia logrado así, agilizar la recolección de la información.



## **VI. OBJETIVOS**

### **a) Objetivo general.**

Elaborar un Plan de Negocios para determinar la viabilidad de crear empresa “Tutoriales Envasados” dedicada a la venta de un *Kit* que permite la creación de mascarillas que satisfaga las necesidades del mercado.

### **b) Objetivos específicos.**

- Crear modelo de negocios CANVAS de la empresa.
- Conocer el segmento de mercado al que va dirigido el producto.
- Estudiar los instrumentos técnicos y administrativos requeridos para que el negocio funcione.
- Realizar un estudio financiero para determinar la viabilidad del negocio.

## **VII. HIPÓTESIS**

### **a) Hipótesis de trabajo.**

**HT:** La comercialización del producto “Tutoriales Envasados” depende de la aceptación del mercado y de las necesidades del consumidor.

### **b) Hipótesis nula.**

**H0:** La comercialización del producto “Tutoriales Envasados” no depende de la aceptación del mercado y de las necesidades del consumidor.

## CAPITULO I. PLAN DE NEGOCIOS

### 1.1. ¿Qué es un plan de negocios?

Alcaraz (2011) lo define como: “Una herramienta que permite al emprendedor realizar un proceso de planeación que le coadyuve<sup>9</sup> a seleccionar el camino adecuado para el logro de sus metas y objetivos” (p.15).

En otras palabras, es un escrito que nos incluye básicamente los objetivos, las estrategias, la estructura organizacional de la empresa, así como el monto de inversión que requieres para financiar dicho proyecto y la propuesta de soluciones para resolver problemas futuros.

### 1.2. Importancia del plan de negocios.

La importancia de crear un Plan de Negocios es que tiene tres funciones fundamentales que son; atraer posibles inversionistas, ayudar a los emprendedores a aterrizar sus ideas en la realidad y guiar a los mismos para buscar las mejores estrategias para su futura empresa. Así mismo existen razones diversas para crearlo que las podemos dividir en dos formas las internas y las externas, que se describen en el siguiente cuadro:

*Tabla 1. Razones internas y externas de un plan de negocios.*

<b>RAZONES INTERNAS</b>	<b>RAZONES EXTERNAS</b>
1. Permite evaluar la viabilidad del negocio.	1. Sirve como herramienta que ayuda al empresario a vender su proyecto con el fin de financiarse a prestamistas, socios, inversionistas, bancos, etc.
2. Permite al empresario conocer todas las fases del negocio Crea metas del negocio	
3. Ayuda a que el empresario se capacite en las áreas donde tiene deficiencia.	2. Ayuda a conseguir los mejores proveedores.

<sup>9</sup> Según el Diccionario de la Real Academia Española, RAE, (2018). Del lat. Adiuuāre. Intr. Contribuir o ayudar a que algo se realice o tenga lugar.

- 
- |   |  |
|---|--|
| 4. Permite explicar, justificar y evaluar la misión y visión.                                     | 3. Brinda la oportunidad de conocer a los clientes.  |
| 5. Define y enfoca el objetivo principal del negocio haciendo uso de la información.              | 4. Permite conocer el entorno en donde se entrará a competir.                                |
| 6. Es la primera herramienta de trabajo para emprendedores o bien futuros empresarios             | 5. Atrae a posibles inversionistas.  |
| 7. Establece objetivos de corto y largo plazo.  | 6. Ayuda a conocer el lugar más conveniente para realizar la venta y colocación del negocio. |
| 8. Establece un plan estratégico a realizar.  |  |
| 9. Evalúa diferentes escenarios y estrategias para la operación del proyecto.                     |  |
| 10. Reduce los riesgos debido a la información que se obtiene que resulta necesaria e importante. |  |
| 11. Analiza soluciones a posibles problemáticas.  |  |
| 12. Define los requerimientos de recursos de diferentes tipos.                                    |  |
| 13. Brinda información financiera necesaria.  |  |

---

Fuente: Elaboración propia con información de Varela, 2014.

La importancia que tiene escribir un Plan de Negocios, según Welsh y White (1981):

- Los emprendedores exitosos se comprometen con el.
- Los inversionistas lo requieren.
- Los consultores lo recomiendan.

- Los banqueros lo desean.
- Los administradores lo necesitan.
- Los especialistas lo sugieren.
- Los proveedores y clientes lo admiran.
- La razón lo exige.

### **1.3. Estructura del plan de negocios.**

Para la elaboración de un Plan de Negocios no existe una estructura obligatoria establecida, sino que se puede adaptar la estructura que para quien lo va a elaborar sea más idónea y conveniente de acuerdo con los objetivos que la empresa o empresario 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, es decir, que sea entendible para todos.

Por lo anterior, las partes que lo conforman cambian de acuerdo con cada autor, sin embargo, existe coincidencia en el Plan de Negocios consta de cuatro partes esenciales que debe estar en su contenido que son las siguientes:

- Estudio Administrativo
- Estudio de Mercado
- Estudio Técnico
- Estudio Financiero

#### **1.3.1. Estudio Administrativo.**

En el encontramos las partes que se refieren a la actividad ejecutiva de la administración tales como; la organización, procedimientos administrativos, aspectos legales, fiscales y laborales, la planeación estratégica, estructura organizacional, métodos de reclutamiento, selección y capacitación que se le dará a los futuros empleados, es decir, consiste en determinar los elementos presentes en el proceso administrativo (planeación, organización, dirección y control) que deberá considerar la empresa para su establecimiento.

López, y *et al* (2008), analiza como son los proyectos de inversión y dice:

*“En un proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto. Este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte, se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales.” (p.1).*

### **1.3.2. Estudio de Mercado.**

Se lleva a cabo, una investigación amplia del mercado<sup>10</sup> para así, averiguar, conocer, definir y concretar quienes son nuestros futuros clientes o bien segmentar el mercado al que va dirigido nuestro producto, es importante planificar y desarrollar de manera correcta las encuestas o entrevistas a aplicar para la obtención de la información deseada ya que esta nos facilitará en un futuro la toma de decisiones empresariales además de que nos ayuda a escoger la alternativa más acertada. De igual manera se realiza un Análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA), y aquí es donde ocurre la magia ya que al conocer el público objetivo (clientes potenciales), se puede diseñar un empaque con las características adecuadas, así como un plan de publicidad para el producto.

Según el autor Leon (2015) considera que el estudio de mercado...  
*“Implica pruebas como encuestas, investigaciones en terreno y entrevistas, entre otros métodos. Gracias a este tipo de estudio de mercado, se podrían contestar a algunas preguntas como: ¿Cuáles son las tendencias del mercado?, ¿Quiénes son los competidores?, ¿Qué necesidades son importantes?, ¿Están siendo satisfechas esas necesidades por los productos existentes?, ¿Qué opinión tienen*

---

<sup>10</sup>Según el Diccionario de la Real Academia Española, RAE, (2018). Del lat. mercātus.m. Conjunto de consumidores capaces de comprar un producto o servicio.

*los consumidores sobre los productos presentes en el mercado? y ¿Qué está pasando en el mercado?”.*

### **1.3.3. Estudio Técnico.**

En este estudio se contemplan los aspectos técnicos y operativos necesarios para el uso eficiente de los recursos que se tienen disponibles para la producción del bien o servicio deseado de forma que se analizan; la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, capacidad instalada, instalaciones requeridas, entre otros.

Cumple con el principal objetivo de demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la mejor alternativa, la cual se adapte a los criterios de optimización de los recursos que permita una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, brindando un conocimiento exacto o aproximado de los recursos necesarios, por consiguiente, proporciona información que será útil para realizar el estudio económico-financiero.

*Miranda (2005). Señala que... “Se encamina a la definición de una función adecuada de producción que garantice la utilización óptima de los recursos disponibles. De aquí se desprende la identificación de procesos y del equipo, de los insumos materiales y la mano de obra necesarios durante la vida útil del proyecto.” (p.118).*

### **1.3.4. Estudio Financiero.**

Este estudio en especial engloba el monto de los recursos económicos (monetarios) necesarios que implica la realización del proyecto previo a la creación de la empresa, así como la determinación del costo total requerido en su periodo de operación. Se puede decir que este es sin duda la parte más importante del Plan de Negocios, ya que en él se refleja los costos que implicará el proyecto, así como las ganancias que se obtendrán del mismo, para saber si es rentable y si es una propuesta de negocio viable.

En este apartado es imprescindible para el desarrollo futuro del “Plan de negocios” puesto que puede condicionar el diseño óptimo del proceso. Por esta razón también es conveniente contrastar los costes de producción con los valores de mercado, con el fin de determinar la mayor o menor rentabilidad.

Se realizan cálculos previos para determinar algunos aspectos como el estado de resultados, flujo de efectivo, punto de equilibrio, integración de la inversión y finalmente un análisis de la rentabilidad mediante la determinación del VAN (Valor Actual Neto), el PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión), la TIR (Tasa Interna de Retorno) y el Beneficio-Costo.

Por tal motivo este es el apartado en el que futuros inversionistas prestan mayor atención ya que arroja el resultado final de todo el Plan de Negocios en su conjunto.

*Como Gómez (2018) lo define: “El que figura de manera sistemática y ordenada la información de carácter monetario, en resultado a la investigación y análisis efectuado en la etapa anterior - Estudio Técnico-; que será de gran utilidad en la evaluación de la rentabilidad económica del proyecto.” (p.94).*

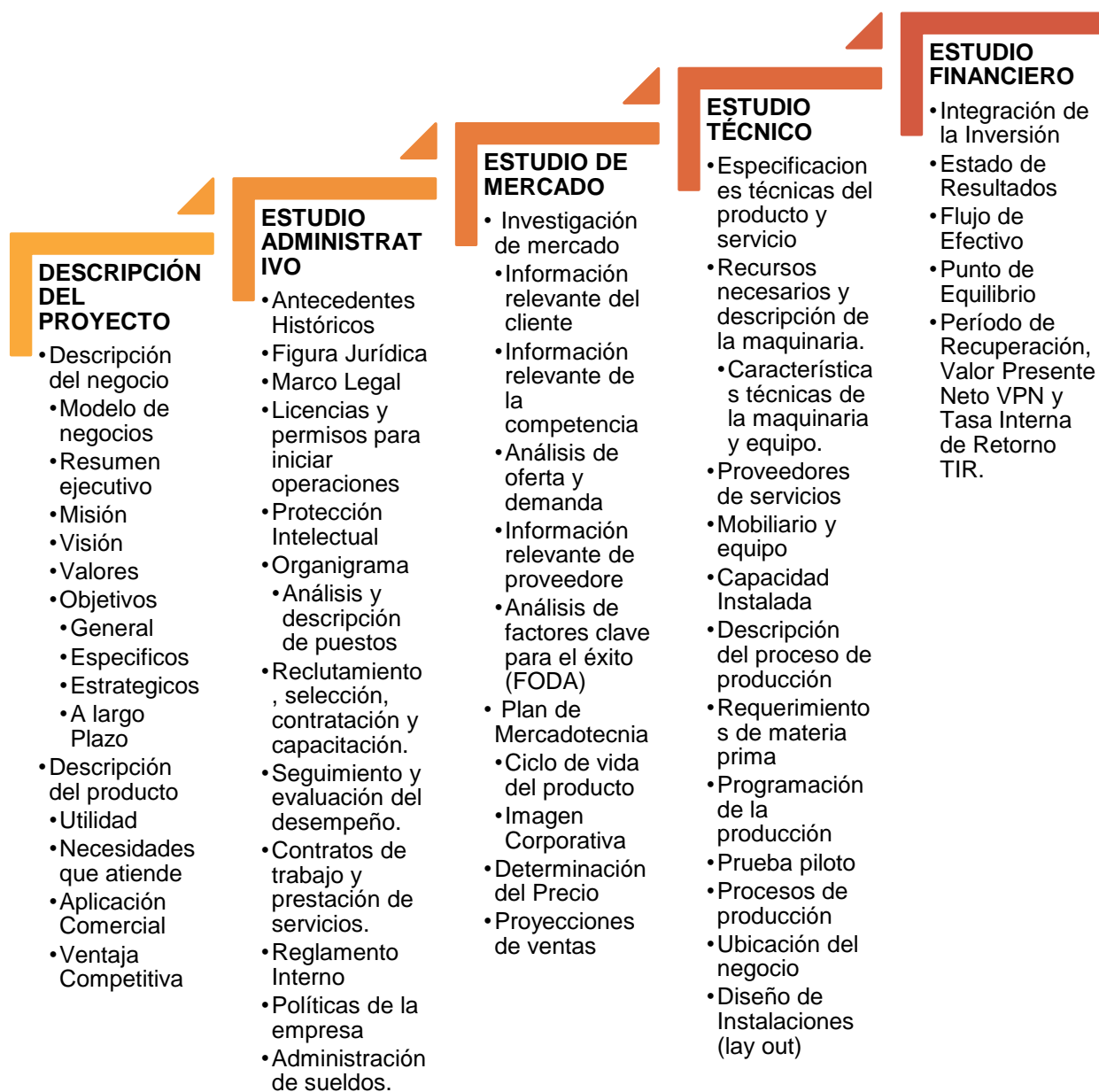
#### **1.4. Presentación de un plan de negocios.**

Al presentarlo se puede hacer de dos maneras la escrita y la verbal, ambas son importantes, pero se elige si se realiza una o ambas y esto de acuerdo al objetivo con que se presenta, por ejemplo, al buscar un inversionista es preferente que se haga de las dos formas así se logra mayor impacto o bien si la empresa ya está en función y solo se hace como una herramienta de apoyo es recomendable la presentación escrita al gerente y/o dueño de esta.

Una buena propuesta de negocio puede ser rechazada si en el proceso de presentarlo no se hace de manera adecuada, por lo que un Plan de Negocios debe estar bien desarrollado en fondo y en la forma.

La presentación de manera escrita debe darse de la siguiente manera:

Figura 2. Contenido de un plan de negocios.



Fuente: Elaboración propia con información obtenida de Alcaraz, 2011 y estructura de un plan de negocios propuesta por la Universidad Autónoma del Estado de México, 2018.



## **CAPITLO II. DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS DE “TUTORIALES ENVASADOS”.**

### **2.1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO**

#### **2.1.1. Modelo de Negocios (CANVAS).**

Para elaborar el modelo de negocios que:

*Según Alcaraz (2011) ... “también conocido como diseño de negocios es el que describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social. El término abarca un amplio rango de actividades que conforman aspectos clave de la empresa, tales como el propósito de la misma, estrategias, infraestructura, bienes que ofrece, estructura organizacional, operaciones, políticas, relación con los clientes, esquemas de financiamiento y obtención de recursos, entre otros.” (p. 38)*






Es importante para la empresa conocer todas las partes que la integran, por ello, en el modelo de negocios CANVAS forma una especie de rompecabezas siendo las piezas que lo conforman; segmento de mercado, propuesta de valor, canales de distribución, recursos clave, aliados clave, relación con el cliente, estructura de costos e ingresos.



Para trabajar con la idea de negocio, fue necesario combinar las dos herramientas; el modelo de negocio como parte estratégica del plan de negocios para que se construyera de manera efectiva y realista.

De igual manera, el modelo de negocio se podría decir que funge como un resumen de todo lo que incluye el modelo de negocios lo cual, en un futuro servirá como presentación del negocio, debido a que muchas de las veces los planes de negocio no son leídos completamente ya que suelen ser extensos.

Para ello, este lienzo CANVAS se realizó como herramienta que ayudo a aterrizar la idea de negocio que surgió en un principio, para así facilitar la realización del plan de negocios y posteriormente surgieron algunas correcciones en el lienzo dando como resultado lo siguiente:

Tabla 2. Modelo CANVAS de la empresa.

<b>Aliados Clave</b> 	<b>Actividades Clave</b> 	<b>Propuesta de Valor</b> 	<b>Relación con el Cliente</b> 	<b>Segmento de Clientes</b> 
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresa de Paquetería DHL.</li> <li>• Proveedores de Materia Prima e insumos.</li> <li>• Proveedores de maquinaria y utensilios necesarios para apertura del negocio.</li> </ul>	<p>Atención al cliente.</p> <p>Entrega en tiempo y forma de pedidos.</p> <p>Tutorial para demostrar el uso correcto de las mascarillas.</p> <p>Campaña de publicidad por apertura del negocio.</p>	<p>Brindar la practicidad en la obtención de los productos necesarios para realizar una mascarilla casera, al mismo tiempo la preparación y tips de utilidad por medio de un videotutorial.</p> <p>Para ingresar al video será muy</p>	<p>Página Web oficial de la empresa.</p> <p>Redes sociales; YouTube, Facebook, Instagram y Pinterest.</p> <p>Retroalimentación constante de las redes sociales.</p>	<p>Personas con gusto por cuidar su piel y que hagan uso de redes sociales.</p> <p>Mujeres que deseen utilizar productos de alta calidad para el cuidado del rostro</p>

	<p><b>Recursos Clave</b> </p> <p>Humanos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal Administrativo</li> <li>• Personal Operativo</li> </ul> <p>Físicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecimiento</li> <li>• Tecnología</li> <li>• Mobiliario y equipo</li> <li>• Maquinaria</li> <li>• Materia prima</li> <li>• Insumos</li> </ul> <p>Intelectuales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Protección Intelectual de la marca.</li> </ul> <p>Financieros:</p>	<p>sencillo ya que cada etiqueta del producto traerá su código QR que enlaza directamente a la página oficial donde se encuentran todos los videos y en específico del kit que se está utilizando.</p>	<p><b>Canales de Distribución</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Canal de YouTube</li> <li>• Envíos por paquetería</li> <li>• Publicidad digital.</li> <li>• Cuentas en redes sociales.</li> <li>• Servicio y atención postventa.</li> </ul>	
--	---	--	--	--

- Inversión Inicial

### Estructura de Costos



#### Costos Fijos:

- Permisos por apertura de negocio
- Gastos de publicidad
- Pago de sueldos
- Pago de servicios públicos (Predio y Agua)
- Pago para limpieza de la empresa.
- Pago teléfono e Internet
- Adquisición de activos

#### Costos Variables:

- Pago de sueldos variables
- Pago de luz
- Gastos de papelería

### Estructura de Ingresos



- Forma de pago por tarjeta de débito.
- Pagos vía internet.
- Clientes particulares de acuerdo al segmento de mercado.
- Clientes corporativos, a través de factura.
- A través de celebración de contrato de servicio.

- |  |  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Pago de impuestos</li><li>• Adquisición de materia prima</li><li>• Adquisición de Insumos</li><li>• Gastos de distribución</li><li>• Pago a mantenimiento de maquinaria y equipo</li></ul> |  |
|--|--|

Fuente: Elaboración propia.

### 2.1.2. Resumen ejecutivo

“Tutoriales Envasados” es una empresa que se dedicará a la venta de kits para la creación de mascarillas que brinda la practicidad en la obtención de los productos necesarios para realizar una mascarilla casera, al mismo tiempo las instrucciones del proceso de preparación y aplicación, así como, tips de utilidad mediante un videotutorial. Se facilita el ingresar al video ya que en su etiqueta trae un código QR que enlaza directamente a la página oficial donde se encuentran todos los videos y en específico del kit que se está utilizando.

El segmento de mercado es dirigido especialmente a mujeres de 16 a 35 años sean; estudiantes, profesionistas, personas que tengan algún oficio o bien que se dedican al hogar pertenecientes a la clase D+ y C con ingresos de \$6,800 a \$34,999 que vivan en cualquier estado de la república mexicana. El precio del producto es de; \$255.48 para el kit 1: Mascarilla Exfoliante, \$247.36 el kit 2: Mascarilla Purificante y \$297.33 el kit 3: Agua de Rosas más gastos de envío.

La publicidad del producto será por medio de las redes sociales de la empresa, así mismo, una campaña publicitaria por el lanzamiento del producto que costa en contactar YouTubers<sup>11</sup> e Influencers<sup>12</sup> de redes sociales como Instagram y Facebook, a los que se les regalará un kit para que muestren y den su opinión sobre el producto a sus seguidores.

En cuanto a los pedidos locales que incluye los municipios de Chimalhuacán, Nezahualcóyotl, La Paz, Chicoloapan y Texcoco dependiendo de la frecuencia de compra en ocasiones podrán tener la promoción de sin gasto de envío. La venta se hará online la forma de pago será con tarjeta de crédito o débito y por deposito o bien transferencia bancaria, se cuenta con la política de compra protegida, de igual modo la de cambios y devoluciones.

---

<sup>11</sup> El nombre por el cual los usuarios llaman a los creadores de contenido en la red social YouTube.

<sup>12</sup> Se llama así a una personalidad pública que se hizo famosa a través de Internet y que encuentra en el ámbito digital su principal ámbito de influencia.

Con respecto a la generación de empleos se abrirán 10 nuevas vacantes a cubrir con personas que sean residentes en zonas aledañas al Estado de México en el municipio de Los Reyes La Paz que es la ubicación de la empresa.

“Tutoriales Envasados” actualmente cuenta con un capital aportado por los socios de \$450,162.85 que será utilizado para la adaptación de la empresa, adquisición de mobiliario, maquinaria y equipo, materia prima, mano de obra del primer mes, permisos, licencias para apertura, etc.

El estudio financiero proyecta que la propuesta de negocio es viable ya que para el primer año de funcionamiento tiene un punto de equilibrio del 41.25%, lo que representa un valor monetario de \$1,729,749.03. El proyecto tiene una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 293% y un Beneficio-Costo mayor a 1, lo que significa que por cada peso invertido se va a recuperar con un excedente de 1.41. Y un Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) es menos a 1 año.

### **2.1.3. Misión**

La misión de una empresa responde a la siguiente pregunta, ¿Cuál es nuestra razón de ser? Al establecer una apropiada misión para la empresa enfocada en responder la cuestión anterior permite la orientación a futuro de lo que se va a hacer, es decir, la toma de decisiones para realizar las acciones necesarias debido a que de ella se derivan el establecimiento de objetivos, metas, estrategias, etc.

Para la empresa “Tutoriales Envasados” se propone la siguiente misión:

Somos una empresa orgullosamente mexicana dedicada a comercializar kits de mascarillas altamente competitivos en calidad y precio, los cuales brindan diversos beneficios para la piel, manteniendo la confianza del cliente al no utilizar productos con químicos dañinos y por su fácil adquisición.

#### **2.1.4. Visión**

Mientras que la misión responde a ¿Qué queremos llegar a ser? La visión de una empresa es una declaración que en un breve párrafo indica hacia dónde se dirige la empresa o en lo que pretende convertirse a largo plazo. Por ello, se propone la siguiente visión para “Tutoriales Envasados”:

Ser una empresa exitosa al posicionándonos con prestigio en el mercado, utilizando productos de alta calidad ofreciendo a nuestro mercado precios accesibles, así mismo lograr un reconocimiento y crecimiento constante de la marca.

#### **2.1.5. Valores**

Los valores de una empresa son los pilares más importantes ya que con ellos se define a sí misma, ya que los valores de una organización son los valores que comparte con los miembros que la conforman es de suma importancia que estén relacionados con la identidad de la empresa. Por esta razón, se proponen los siguientes valores para “Tutoriales Envasados”:

*Confianza:* Nos basamos en la calidad de nuestros productos, los cuales buscan la confianza del cliente.

*Respeto:* El respeto es primordial ya que esto conlleva a una buena relación tanto entre compañeros de trabajo como con los clientes.

*Integridad:* Se trabaja bajo criterios éticos considerando lo correcto y justo ya que estamos comprometidos en generar resultados con eficiencia y eficacia.

*Equidad:* Todos somos igual de importantes independientemente de la posición y función que desempeñamos.



## **2.1.6. Objetivos**

### **2.1.6.1. General**

Ser una empresa altamente competitiva en el cuidado facial, ofreciendo productos de alta calidad.

### **2.1.6.2. Específicos**

- Implementar el cuidado y bienestar facial en la sociedad a través de las nuevas tecnologías, por medio de publicidad en redes sociales.
- Captar la atención de nuestros clientes a través del canal de YouTube llamado “Tutoriales Envasados”.
- Posicionar la marca en la mente del consumidor ofreciendo productos y servicios encaminados al cuidado de la piel facial.

### **2.1.6.3. Estratégicos**

- Alcanzar el 40% del mercado.
- Desarrollar mascarillas que brinden variedad de beneficios.
- Incrementar la presencia de “Tutoriales Envasados” en internet por medio de redes sociales.

### **2.1.6.4. A largo plazo**

- Si bien por el momento la empresa se dedicará al mercado centrado en la mujer, uno de nuestros propósitos será crecer en otros mercados y poder crear nuevas líneas de productos.

## **2.1.7. Descripción del producto**

### **2.1.7.1. Utilidad**

Brinda la practicidad de reunir los ingredientes necesarios para elaborar una mascarilla casera, videos de consejos para el cuidado de la piel, de igual manera un videotutorial de preparación y aplicación.

#### **2.1.7.2. Necesidades que atiende**

El cuidado y salud facial de mujeres jóvenes e inclusive hombres que se interesen por el bienestar del rostro ya que “Tutoriales Envasados” brinda la practicidad de contar con todos los ingredientes listos para la preparación de una mascarilla casera, la cual viene acompañada de un código QR que facilita el acceso a un videotutorial donde se explica el proceso para crear y aplicar dicha mascarilla.

#### **2.1.7.3. Aplicación Comercial**

- Funcionará a través de la aplicación comercial de YouTube, ya que será la plataforma en que se publicarán tutoriales para el correcto uso de las mascarillas.
- Se realizarán videotutoriales semanales que brindarán consejos prácticos; tips de belleza sobre el cuidado facial. De esta manera lograr que los futuros clientes cuiden su piel facilitando el trabajo que implica recabar los ingredientes.
- Se creará un código QR para facilitar el acceso a los videotutoriales
- En la página de web los clientes podrán consultar su tipo de piel.

#### **2.1.7.4. Ventaja Competitiva**

Ofrece un producto y servicio al mismo tiempo, lo que hace que sobre salga en el mercado ya que además de usar productos en su mayoría naturales, brinda un servicio postventa en donde una vez los clientes adquieren el producto con un código QR se enlaza directamente al videotutorial para que su uso y aplicación sea el correcto. Finalmente, en la página web se podrá consultar el tipo de piel para saber que mascarillas son las más apropiadas para cada cliente en específico.

## **2.2. ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

### **2.2.1. Antecedentes Históricos**

“Tutoriales Envasados” es una idea de negocio que surge en el año 2017 por tres estudiantes de la licenciatura en administración, siendo un proyecto para presentar en la asignatura de simulación de mercadotecnia, en donde se desarrolló un plan de marketing y un manual corporativo. Una de las integrantes decide retomar la idea y realizar un plan de negocios en el año 2018.

La idea surgió por la importancia que tiene en la sociedad el cuidado de la piel, especialmente en mujeres. Desde un inicio se nombró de esta manera haciendo mención a “Tutoriales” como una de las actividades principales a realizar subiendo videos a la plataforma de YouTube mostrando un video-tutorial sobre cómo debe prepararse y aplicarse cada mascarilla; “Envasados” que hace mención a que el producto viene integrado en envases que en su conjunto conforman un kit.

### **2.2.2. Figura Jurídica**

Se iniciará siendo de tipo Unipersonal debido a que solo una persona es la responsable del capital y apertura de la empresa, sin embargo, pensando a futuro cuando la empresa crezca, estará constituida como Sociedad Anónima debido a que el capital se encontrará dividido en acciones, las que representan la participación de cada socio en el capital que tendrá la compañía.

Una de las características de la S. A. es que la responsabilidad de cada socio es proporcional al capital que haya, para que con ello exista un nivel de seguridad financiero alto.

Obligaciones de los socios:

- Los socios están obligados a otorgar el monto de su aportación en el plazo convenido. En caso de falta, la sociedad podrá reclamarla judicialmente, o incluso venderla.
- Están obligados a desempeñar personalmente sus cargos y a rendir cuentas de su administración en los términos de la ley y los estatutos.

- Llevar al corriente los libros de la sociedad que prescribe la ley y el exacto cumplimiento de las resoluciones de las asambleas.
- Existe el deber de lealtad de todos los socios a favor de la sociedad, que es consecuencia del concepto mismo de sociedad de unir y combinar recursos y esfuerzos para la realización de un fin común.

De acuerdo con la Ley General de Sociedades Mercantiles, (2018):

#### *CAPITULO V. De la sociedad anónima*

*Artículo 87.-* Sociedad anónima es la que existe bajo una denominación y se compone exclusivamente de socios cuya obligación se limita al pago de sus acciones.

*Artículo 88.-* La denominación se formará libremente, pero será distinta de la de cualquiera otra sociedad y al emplearse irá siempre seguida de las palabras “Sociedad Anónima” o de su abreviatura “S.A.”

Este capítulo se divide en 6 secciones que son las siguientes:

- Sección Primera “De la Constitución de la Sociedad”; la cual abarca del artículo 89 al 110.
- Sección Segunda “De las acciones”; del artículo 111 al 141.
- Sección Tercera “De la administración de la sociedad”; del artículo 142 al 163.
- Sección Cuarta “De la vigilancia de la sociedad”; del artículo 164 al 171.
- Sección Quinta “De la Información Financiera”; del 172 al 177.
- Sección Sexta “De las asambleas de accionistas”; del 178 al 206.

La Sociedad Anónima se constituirá mediante escritura pública que deberá ser inscrita en el Registro Mercantil una vez inscrita adquirirá su personalidad jurídica, esta inscripción y la de todos los demás actos relativos a la sociedad podrán practicarse con previa justificación de que ha sido solicitada o realizada la liquidación de los impuestos correspondientes al acto inscribible.

Así mismo, los pactos que se mantengan reservados entre los socios no serán oponibles<sup>13</sup> frente a la sociedad y por último dicha inscripción será publicada en el Boletín Oficial del Registro Mercantil, en el que se consignarán los datos relativos a su escritura de constitución que reglamentariamente se determinen.

### **2.2.3. Acta constitutiva ante notario.**

Dentro del contrato o acta constitutiva deben incluirse los siguientes datos: Nombre, nacionalidad, domicilio, ocupación, lugar, fecha de nacimiento, registro federal de contribuyentes en su caso y copia de identificación con fotografía de los socios, el nombre de la empresa, el objeto o sector de la sociedad, el domicilio de la sociedad, el importe del capital social, la aportación de cada uno de los socios, ya sea en dinero u otros bienes, la duración de la sociedad, la manera en que se va a administrar la sociedad, las facultades de sus administradores, el mecanismo de reparto de utilidades y las causas de disolución de la compañía.

Se requiere un mínimo de 2 socios para establecer una sociedad mercantil y el costo de un acta constitutiva es de \$ 6,500 MXN. Véase formato en anexo 1.

### **2.3.4. Marco Legal**

Según el Diario Oficial de la Federación el marco legal al que está regido el producto de “Tutoriales Envasados” consta de las siguientes normas:

La NOM-039-SSA1 (1995), cuyo objetivo es “Establece los métodos de prueba para determinar los índices de irritación ocular, primaria dérmica y sensibilización, así como los límites máximos de aceptación y es de observancia obligatoria en el territorio nacional para las personas físicas o morales que requieran la determinación de estos índices”. (p.1)

La NOM-189-SSA1/SCFI (2018), siendo su objetivo establecer los requisitos de información sanitaria y comercial que deben contener las etiquetas de los productos de aseo de uso doméstico, para elegir una mejor opción de compra, así como los lineamientos sanitarios para su envasado y así evitar que su uso

---

<sup>13</sup> Adjetivo: Que puede ser objeto de oposición.

represente un riesgo a la salud y es de observancia obligatoria en el territorio nacional para las personas físicas y morales que se dedican a su proceso o importación.

Esta Norma se complementa con las siguientes normas vigentes; Norma Oficial Mexicana NOM-002-SCFI-2011, Productos preenvasados, contenido neto tolerancias y métodos de verificación, Norma Oficial Mexicana NOM-008-SCFI-2002, Sistema general de unidades de medida y la Norma Oficial Mexicana NOM-030-SCFI-2006, Información comercial Declaración de cantidad en la etiqueta y especificaciones.

La NOM-141-SSA1/SCFI (2012), esta norma establece los requisitos de información sanitaria y comercial que debe ostentar la etiqueta en productos cosméticos de cualquier capacidad preenvasados destinados al consumidor final y es de observancia obligatoria en el territorio nacional para las personas físicas o morales que se dedican a su proceso y/o importación.

La NOM-002-SCFI (2011), Esta Norma Oficial Mexicana establece las tolerancias y los métodos de prueba para la verificación de los contenidos netos de productos preenvasados y los planes de muestreo usados en la verificación de productos que declaran su contenido neto en unidades de masa o volumen y se aplica tanto a productos de fabricación nacional como de importación que se comercialicen en territorio nacional.

Por último, la NOM-008-SCFI (2002), cuyo objetivo es establecer las definiciones, símbolos y reglas de escritura de las unidades del Sistema Internacional de Unidades y otras unidades fuera de este sistema que acepte la CGPM que, en conjunto, constituyen el Sistema General de Unidades de Medida, utilizado en los diferentes campos de la ciencia, la tecnología, la industria, la educación y el comercio.

Para su correcta aplicación de esta Norma se debe consultar la siguiente norma mexicana vigente o la que la sustituya NMX-Z-055-1997: IMNC metrología y

vocabulario de términos fundamentales generales, Declaratoria de vigencia publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 17 de enero de 1997.

### **2.3.5. Licencias y permisos para iniciar operaciones.**

Estos permisos los podemos dividir en dos fases los que son antes de la apertura:

#### *Permiso uso de Suelo ante el Municipio.*

Este trámite se realiza en la cabecera municipal en las oficinas de Desarrollo Urbano y el costo que tiene este requisito en el municipio de Los Reyes La Paz donde estará localizada la empresa es de \$2,053.00 MXN. Este permiso dura dos años, por lo que pasado este plazo temporal deberá ser renovado.

#### *Apertura de Establecimientos Mercantiles.*

Se debe declarar la apertura del lugar, este trámite es gratuito y se realiza en la cabecera municipal e inclusive para el municipio de Los Reyes La Paz lo permite hacer a través de internet.

#### *Permiso para la Constitución de Sociedades.*

Para operar bajo la figura de una persona moral lo primero que se debe solicitar es este permiso que se hace ante la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE), aun cuando la compañía no tenga capital extranjero, se debe renovar cada año y el costo de este permiso es de \$5,653.00 MXN.

#### *Inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes (RFC).*

Este trámite se realiza ante el Servicio de Administración Tributaria (SAT). Ya que es una empresa de nueva creación o bien una persona moral y en este caso lo hará el abogado.

Y después de la apertura:

#### *Inscripción Patronal ante el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS).*

Este trámite es obligatorio ya que se contratará trabajadores, es gratuito y se realizará el trámite a través internet para agilizar tiempo.

### **2.3.6. Protección Intelectual**

La protección intelectual es de suma importancia cuando tenemos un producto, sin embargo, en la mayoría de los casos se distribuye sin la protección adecuada por lo que corre el riesgo de que otra persona al ver una oportunidad de negocio copie la idea y comience con su venta e incluso pueda conseguir un registro antes que su propio inventor, por ello, el protegerse debe verse como una inversión.

*IMPI (2019). “El registro te da el derecho al uso exclusivo en el territorio nacional por 10 años, ya que distingue tus productos o servicios de otros existentes en el mercado, además te puede ayudar a iniciar acciones legales por posible mal uso de tu marca y te facilita el otorgar licencias de uso o franquicias.”*

Es importante realizar una búsqueda en el apartado del Banco Nacional de Marcas (Marca-Net). Ya que esto permite verificar que el producto no esté registrado con la marca que se quiere utilizar, al buscar la marca “Tutoriales Envasados” no se encuentra ningún registro aun así que se puede hacer sin ningún inconveniente.

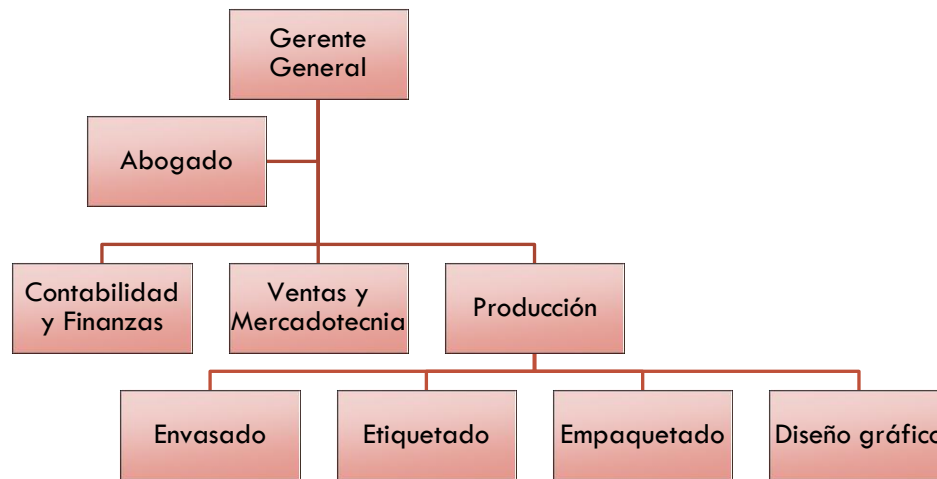
El pago que se realizará por la protección intelectual de la marca de “Tutoriales Envasados”, según el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) es de \$2,457.79 MXN para una marca y para registrar una patente es de \$8,000.00 MXN. El pago se realiza anualmente y se puede prolongar hasta por 20 años.

### **2.3.7. Organigrama**

Estructurar de manera correcta el organigrama de una empresa es fundamental ya que de ello deriva su estructura organizacional, que tiene como objetivo presentar de forma clara y objetiva la estructura jerárquica de la empresa. De igual manera, ayuda a la división interna, contribuye a agilizar procesos, reducir barreras con agentes externos y facilita la comunicación dentro de la empresa.



Figura 3. Propuesta de organigrama de la empresa.



Fuente: Elaboración propia, con información de Alcaraz, 2011.

### 2.3.8. Análisis y descripción de puestos

En este apartado se describen las cualidades, destrezas y aptitudes con las que debe contar cada puesto establecido dentro del organigrama para obtener un desempeño adecuado en cada una de las áreas funcionales de la empresa.

**Nombre del puesto:** Gerente general

**Resumen del puesto:** La persona que posea este puesto debe tener la facultad de planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, liderar, calcular, así como contratar al personal capacitado para ocupar los puestos gerenciales dentro de la empresa, verificar que los gerentes de las áreas estén cumpliendo con sus funciones y responsabilidades, es el único capaz de tomar decisiones para la empresa.

**Objetivo general:** Optimizar el manejo de los recursos dentro de la empresa.

**Funciones y responsabilidades:**

- Estar al pendiente de los estados financieros, programas de trabajo y presupuestos de la sociedad para cada año.
- Celebra, firma los contratos y obligaciones de la sociedad, dentro de los criterios autorizados.
- Contratar a personal requerido para puestos gerenciales.
- Autoriza y supervisa la contratación del personal de los distintos departamentos.
- Vigila que la capacitación de los empleados pertenecientes a las distintas áreas de la empresa.
- Dirige las relaciones laborales, con la facultad para delegar funciones.
- Planifica los objetivos generales y específicos de la empresa a corto, mediano y largo plazo.
- Controla las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detecta las diferencias.
- Analiza los problemas de la empresa en el aspecto financiero, contable, administrativo y del personal entre otros.
- Realiza cálculos matemáticos, algebraicos y financieros.
- Toma decisiones de acuerdo con las necesidades de la empresa.
- Es líder, motiva, comunica, guía y alienta al personal, es decir, saber escuchar de forma activa, resolver problemas y conectar con las personas.
- Verifica que el contador lleve al día los estados financieros de la empresa.
- Da a firmar comprobante de nómina a trabajadores.

**Nombre del puesto:** Abogado

**Resumen del puesto:** Licenciado en Derecho que requisita los documentos necesarios para la creación de un acta constitutiva y está al pendiente de todos los asuntos legales que acontecen a la empresa.

**Objetivo general:** Formalizar y negociar un acuerdo entre los socios de la empresa y mantiene actualizados todos los aspectos legales.

**Funciones y responsabilidades:**

- Defiende los intereses en todo tipo de procedimientos judiciales, ya sean de jurisdicción civil, penal, social o administrativos.
- Mantiene en orden todos los aspectos legales que rigen la empresa.
- Orienta y protege la organización en cuestiones legales.
- Ayuda a los empresarios con las leyes que aplican en la empresa.
- Colabora para aumentar las probabilidades de éxito.
- Negocia y redacta todo tipo de contratos públicos o privados.
- Asesora la firma de varios contratos con proveedores.
- Revisa los contratos firmados por el área de ventas.

**Nombre del puesto:** Gerente de contabilidad y finanzas

**Resumen del puesto:** Ser Licenciado en Contabilidad para poder ejercer sus conocimientos técnicos en los estados contables y obligaciones fiscales teniendo comunicación plena con el gerente general.

**Objetivo general:** Elaborar y mantener actualizados los estados contables y financieros de la empresa.

**Funciones y responsabilidades:**

- Establece los procedimientos para la gestión de la información financiera por medio de los registros contables.
- Cumple con los requerimientos de información para la toma de decisiones por parte del gerente general, tales como estados financieros, pagos realizados a nóminas, proveedores, etc.
- Cumple con las obligaciones fiscales.
- Contribuye con las demás áreas de la empresa para proporcionar la información necesaria para mejorar la toma de decisiones.
- Administra de forma adecuada los recursos financieros de la empresa por medio de conocimientos técnicos profesionales como la inversión, el análisis de riesgo y el financiamiento.
- Lleva al día los registros contables.
- Expide facturas electrónicas.

- Resguardo de facturas electrónicas y xlm.
- Expide comprobante de nómina.
- Realiza transferencias bancarias como pago a proveedores y trabajadores.
- Mantener informado al gerente general de lo que acontece en este departamento para facilitar la toma de decisiones.

**Nombre del puesto:** Gerente de ventas y mercadotecnia

**Resumen del puesto:** Sabe preparar planes y presupuestos de ventas, establecer metas y objetivos, calcular la demanda, pronosticar las ventas, planear estrategias para vender, tener facilidad de palabra, vende el producto en línea, genera órdenes de compra, revisa que lleguen los pedidos por paquetería, busca y detecta necesidades del mercado, define estrategias comerciales, realizar análisis de mercado, posiciona los productos en la mente del consumidor y realiza diferenciación de productos.

**Objetivo general:** Establecer estrategias para la venta de los productos y estudiar el mercado en todas sus partes para realizar planes de acción.

**Funciones y responsabilidades:**

- Prepara planes y presupuestos de ventas.
- Firma y aprueba todos los documentos necesarios de esta área.
- Establece metas y objetivos.
- Calcula la demanda y pronostica las ventas de la organización.
- Informa a producción las órdenes de compra.
- Define medios, acciones y recursos por zona comercial.
- Identifica las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la organización.
- Interviene en las decisiones de la empresa relacionadas con la comercialización del producto y servicio.
- Diseña y presenta estrategias de venta e informes para que los analicé el gerente general.

- Tiene constante comunicación con el gerente general para mantenerlo al tanto sobre lo que ocurre en esta área.
- Recluta y capacita al diseñador gráfico.
- Revisa y aprueba los videos antes de ser subidos a la plataforma de YouTube.
- Aprueba la publicidad utilizada en los videos y redes sociales.
- Aprueba el diseño de etiqueta y empaquetado del producto.
- Pronostica y realiza ventas.
- Contacta nuevos clientes.
- Supervisa el trabajo de los agentes comerciales, llevando a cabo conversaciones telefónicas, envíos de correo electrónico y reuniones.
- Llena formularios con los datos del cliente para envíos por paquetería.
- Realiza los envíos por paquetería.
- Supervisa que los envíos por paquetería se entreguen en tiempo y forma.
- Verifica las órdenes de compra para que firme y autorice el pase al jefe de producción.
- Crea ofertas y/o promociones.
- Estimula la compra los productos.
- Genera experiencias de marca.
- Optimiza los recursos de la compañía.
- Comunica promociones de sus productos.
- Actualiza el plan de mercadotecnia.
- Toma decisiones sobre el producto.
- Define estrategias de precios.
- Realiza estrategias de postventa.
- Define los canales adecuados para distribuir los productos.
- Genera estrategias de social media.
- Redacta contenidos publicitarios.
- Hace planeaciones estratégicas de medios.

**Nombre del puesto:** Jefe de producción

**Resumen del puesto:** Persona con habilidades de comunicación, matemáticas, resolución de conflictos, encargado de reclutamiento y selección del personal, supervisar y hacer cumplir la prevención de riesgos y seguridad dentro del área de producción.

**Objetivo general:** Asegurar que la producción sea eficiente cumpliendo en tiempo y forma con los pedidos.

**Funciones y responsabilidades:**

- Recepción de materia prima y material.
- Solicita la materia prima requería mínimo con dos semanas de anticipación.
- Gestión de pedidos y proveedores.
- Contacto directo con proveedores.
- Busca los mejores proveedores.
- Seguimiento de la producción en volumen y calidad, así como de las tareas previas necesarias para su cumplimiento.
- Trabaja en la gestión del personal propio y mantener una comunicación continua.
- Revisión de contratos con proveedores.
- Revisión de mediciones de proyectos de costes y producción.
- Optimiza y planifica los recursos productivos de la empresa para obtener un crecimiento progresivo de la productividad a la vez que se respetan los condicionantes y especificaciones de calidad.
- Organiza y hace seguimiento de la ejecución de todos los trabajos dentro del ciclo de producción garantizando que cumplan con las especificaciones establecidas.
- Supervisa las líneas de producción, ajustes y mejoras puntuales.
- Ejecuta planes de mejora de procesos.
- Recluta y capacita el personal para los puestos de etiquetador, envasador y etiquetador.

- Control de bitácora de lotes de producción.
- Registro de la materia prima utilizada por producción al día.

**Nombre del puesto:** Envasador

**Resumen del puesto:** Realiza el llenado correcto de envases, por lo tanto, pesa y mide la cantidad de materia prima a envasar.

**Objetivo general:** Proteger y resguardar la materia prima envasándola para su venta.

**Funciones y responsabilidades:**

- Revisa cuidadosamente que los envases se encuentren en buen estado.
- Verifica que la materia prima sea la correcta para envasar.
- Prepara los utensilios de trabajo.
- Pesa y mide la materia prima necesaria por cada tipo de kit a envasar.
- Realiza el llenado de envases.
- Coloca la materia prima en recipientes limpios.
- Coloca la materia prima en envases para mantenerla segura.
- Protege contra riesgos ambientales o mecánicos con los que se pueda encontrar la materia prima durante su distribución.
- Clasifica los envases de acuerdo con su contenido.
- Coloca a cada envase un número de lote.
- Lleva a cabo el registro de lo que se está envasando, así como envases utilizados en producción al día.
- Al envasar hace el uso de la máquina de envase al vacío de manera cuidadosa y responsable.
- Utiliza su equipo de protección e higiene (cubre bocas, maya de cabello, guantes de látex)
- Mantiene limpia el área de trabajo.

**Nombre del puesto:** Etiquetador

**Resumen del puesto:** Coloca la etiqueta de los envases, verifica que los datos de la etiqueta sean los correctos y registra la información en una bitácora.

**Objetivo general:** Cumplir en tiempo y forma con el etiquetado de envases.

**Funciones y responsabilidades:**

- Prepara los utensilios de trabajo.
- Hace saber al jefe de producción cuando las etiquetas estén próximas a terminarse con mínimo 4 días de anticipación.
- Verifica que la información de las etiquetas concuerde con lo que se está envasando.
- Verifica que las etiquetas cumplan con la fecha de caducidad y recomendaciones pertinentes.
- Pega la etiqueta en los envases correspondientes.
- Separa por contenido los envases.
- Registra por día las etiquetas que se están utilizando y la cantidad de envases para pasar la lista al jefe de producción.
- Utiliza su equipo de protección e higiene (cubre bocas, maya de cabello, guantes de látex)
- Mantiene limpia el área de trabajo.

**Nombre del puesto:** Empaquetador

**Resumen del puesto:** Prepara las cajas en donde será enviado el producto y empaqueta los artículos de acuerdo con las especificaciones del jefe de producción.

**Objetivo general:** Empaquetar los productos en el tiempo establecido.

**Funciones y responsabilidades:**

- Hace saber al jefe de producción cuando las cajas estén próximas a terminarse con mínimo 4 días de anticipación.



- Sella el empaque y las cajas correspondientes para su distribución.
- Transporta la mercancía a la zona de envío.
- Cuenta y pesa los productos antes de sellar las cajas.
- Realiza inspecciones necesarias, verificando que los envases correspondan al kit a empaquetar.
- Registra por día el material utilizando, así como la cantidad de cajas y bolsas para pasar la lista al jefe de producción.
- Utiliza su equipo de protección e higiene (cubre bocas, maya de cabello, guantes de látex)
- Mantiene limpia el área de trabajo.

**Nombre del puesto:** Diseñador gráfico

**Resumen del puesto:** Facilidad para utilizar diversos softwares de computadora para crear imágenes y diseños innovadores que servirán para ser publicados en las redes sociales, así como, grabar y editar videos para subir a plataforma de YouTube.

**Objetivo general:** Diseñar etiqueta de producto y contenido para redes sociales.

### **Funciones y responsabilidades**

- Realiza contenido como imágenes, videos cortos, banners para redes sociales.
- Actualiza contenido en redes sociales.
- Graba y edita los videos y tutoriales que serán compartidos en el canal de YouTube.
- Crea gráficos innovadores utilizados para la publicidad.
- De ser necesario busca modelos para tomar fotos.
- Diseña la etiqueta del producto pide autorización con el gerente del área para que verifique que los datos son correctos.
- Se mantiene actualizado y a la vanguardia.
- Busca crear tendencias con la publicidad que utiliza.

- Trabaja en conjunto con el gerente de ventas y mercadotecnia para obtener los mejores resultados.

### 2.3.9. Reclutamiento, selección, contratación y capacitación.

Para el reclutamiento, o bien la manera en que se buscarán personas para ocupar las vacantes se busca que el proceso sea eficaz para garantizar a “Tutoriales Envasados” no solo atraer personal, sino a aumentar las posibilidades de conservarlos una vez contratados.

El proceso de reclutamiento que implementará la empresa con información obtenida de Martínez (2013), consta de 5 etapas que son las siguientes:

#### *Etapas 1: Definición del perfil del postulante.*

Para agilizar esta etapa se realizaron tablas con la información necesaria que debe conocer el personal encargado del reclutamiento y selección, que en este caso son el gerente general, gerente de ventas y mercadotecnia y jefe de producción. Dichas tablas brindan el perfil ideal para cada puesto dentro de la empresa, las cuales, se pueden ver a continuación:

*Tabla 3. Perfil del puesto de Gerente General.*

<b>PERFIL DE PUESTO DE TRABAJO</b>	
Denominación del puesto	Gerente general
Características del puesto (Vacante, Incapacidad, Nueva creación, Jubilación, etc.)	Se abre una vacante para el departamento de Gerencia debido a la apertura de la empresa y posteriormente, según corresponda.
<b>PERFIL DEL CANDIDATO</b>	
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estar al pendiente de los estados financieros, programas de trabajo y presupuestos de la sociedad para cada año.</li> <li>• Celebra, firma los contratos y obligaciones de la sociedad, dentro de los criterios autorizados.</li> <li>• Contratar a personal requerido para puestos gerenciales.</li> </ul>	

- Autoriza y supervisa la contratación del personal de los distintos departamentos.
- Vigila que la capacitación de los empleados pertenecientes a las distintas áreas de la empresa.
- Dirige las relaciones laborales, con la facultad para delegar funciones.
- Planifica los objetivos generales y específicos de la empresa a corto, mediano y largo plazo.
- Controla las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detecta las diferencias.
- Analiza los problemas de la empresa en el aspecto financiero, contable, administrativo y del personal entre otros.
- Realiza cálculos matemáticos, algebraicos y financieros.
- Toma decisiones de acuerdo con las necesidades de la empresa.
- Es líder, motiva, comunica, guía y alienta al personal, es decir, saber escuchar de forma activa, resolver problemas y conectar con las personas.
- Verifica que el contador lleve al día los estados financieros de la empresa.
- Da a firmar comprobante de nómina a trabajadores.

Experiencia	Mínima de 2 años algún puesto de Gerencia.
Otros conocimientos	Experiencia en manejo de personal, conocimientos técnicos en gerencia y toma de decisiones, así como realizar cálculos numéricos, algebraicos y financieros.
Idiomas y nivel	Español nativo e inglés medio

---

### **DATOS PERSONALES**

---

Edad optima:	De 25 a 40 años
Mínima / Máxima	
Género: Masculino, Femenino	Indistinto
e Indistinto.	

---

Estado civil	Indistinto
Nacionalidad	Mexicana
Lugar de residencia	Municipio de Los Reyes La Paz, Estado de México o zonas aledañas.
Cualidades humanas	Liderazgo, motivación, honestidad, responsabilidad y compañerismo.

### **CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO**

Posición	Administrativa
Dependencia	Administración General
Personal a su cargo	Todo el personal de la empresa.
Expectativas de promoción	Curriculum Vitae con amplia experiencia en puesto gerencial.
Características del jefe inmediato	Dueño de la empresa.
Características de compañeros	Trabajo en equipo y compañerismo.
Características de subordinados	Comunicación.

### **CONDICIONES DE CONTRATACIÓN**

Horario	Flexible de lunes a sábado es autónomo con preferencia matutino debe cubrir 8 horas diarias.
Vacaciones	De acuerdo con las establecidas por la Ley Federal de Trabajo
Tipo de contrato	Indefinido
Tipos de remuneración (Fija / Variable)	Fija
Otros beneficios (Auto de empresa, becas de estudiante, comedor, etc.)	Oportunidad de crecimiento laboral.

### **CONSIGNACIONES**

Dinámica	Entrevista estructurada y comportamental.
----------	---

Prueba	Conocimiento, desempeño y personalidad.
--------	---

Fuente: Elaboración propia.

*Tabla 4. Perfil del puesto de Abogado.*

<b>PERFIL DE PUESTO DE TRABAJO</b>	
Denominación del puesto	Abogado
Características del puesto	Se abre una vacante por apertura de empresa y (Vacante, Incapacidad, Nueva creación, Jubilación, etc.) posteriormente, según corresponda.
<b>PERFIL DEL CANDIDATO</b>	
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Defiende los intereses en todo tipo de procedimientos judiciales, ya sean de jurisdicción civil, penal, social o administrativos.</li> <li>• Mantiene en orden todos los aspectos legales que rigen la empresa.</li> <li>• Orienta y protege la organización en cuestiones legales.</li> <li>• Ayuda a los empresarios con las leyes que aplican en la empresa.</li> <li>• Colabora para aumentar las probabilidades de éxito.</li> <li>• Negocia y redacta todo tipo de contratos públicos o privados.</li> <li>• Asesora la firma de varios contratos con proveedores.</li> <li>• Revisa los contratos firmados por el área de ventas.</li> </ul>	
Experiencia (Indispensable).	Experiencia mínima de 5 años.
Otros conocimientos.	Mediación de conflictos empresariales y/o laborales, negociación, gestión de todo tipo de derechos, asistencia, acompañamiento a todo tipo de juntas o reuniones y actualización constante sobre leyes, especialmente mercantiles.
Idiomas (Nivel)	Español nativo e inglés.
<b>DATOS PERSONALES</b>	
Edad óptima:	De 25 a 39 años
Mínima / Máxima	

Género: Masculino, Femenino	Indistinto e Indistinto
Estado civil	Indistinto
Nacionalidad	Mexicana
Lugar de residencia	Municipio de Los Reyes La Paz, Estado de México o zonas aledañas.
Cualidades humanas	Agilidad, liderazgo, responsabilidad, atención, compromiso y confiabilidad.

---

### **CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO**

---

Posición	Administrativa
Dependencia	Independiente
Expectativas de promoción	Tener experiencia documentada sobre su trayectoria laboral casos empresariales.
Características del jefe inmediato	Compromiso y comunicación.
Características de compañeros	Adaptabilidad

---

### **CONDICIONES DE CONTRATACIÓN**

---

Horario	Flexible de lunes a sábado es autónomo únicamente cuando sea requerido por la empresa.
Vacaciones	De acuerdo a las establecidas por la Ley Federal de Trabajo
Tipo de contrato	Temporal
Tipos de remuneración (Fija / Variable)	Variable

---

### **CONSIGNACIONES**

---

Pruebas	Conocimientos.
Dinámica	Entrevista estructurada y comportamental.

---

Fuente: Elaboración propia.

*Tabla 5. Perfil del puesto de Gerente de Contabilidad y Finanzas.*

<b>PERFIL DE PUESTO DE TRABAJO</b>	
Denominación del puesto	Gerente de contabilidad y finanzas.
Características del puesto	Se abre una vacante por apertura de empresa y (Vacante, Incapacidad, Nueva creación, Jubilación, etc.) posteriormente, según corresponda.
<b>PERFIL DEL CANDIDATO</b>	
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establece los procedimientos para la gestión de la información financiera por medio de los registros contables.</li> <li>• Cumple con los requerimientos de información para la toma de decisiones por parte del gerente general, tales como estados financieros, pagos realizados a nóminas, proveedores, etc.</li> <li>• Cumple con las obligaciones fiscales.</li> <li>• Contribuye con las demás áreas de la empresa para proporcionar la información necesaria para mejorar la toma de decisiones.</li> <li>• Administra de forma adecuada los recursos financieros de la empresa por medio de conocimientos técnicos profesionales como la inversión, el análisis de riesgo y el financiamiento.</li> <li>• Lleva al día los registros contables.</li> <li>• Expide facturas electrónicas.</li> <li>• Resguardo de facturas electrónicas y xlm.</li> <li>• Expide comprobante de nómina.</li> <li>• Realiza transferencias bancarias como pago a proveedores y trabajadores.</li> <li>• Mantener informado al gerente general de lo que acontece en este departamento para facilitar la toma de decisiones.</li> </ul>	
Experiencia (Indispensable).	Experiencia mínima de 2 años
Otros conocimientos.	Cursos o certificado de actualización en programas de contabilidad y certificados de actualización en asuntos fiscales.

Idiomas (Nivel)	Español nativo e inglés medio.
	Datos Personales
Edad óptima:	De 24 a 35 años
Mínima / Máxima	
Género: Masculino, Femenino e Indistinto	Indistinto
Estado civil	Indistinto
Nacionalidad	Mexicana
Lugar de residencia	Municipio de Los Reyes La Paz, Estado de México o zonas aledañas.
Cualidades humanas	Confiabilidad, honestidad, agilidad, atención y compromiso.

---

#### **CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO**

---

Posición	Administrativa
Dependencia	Gerente General
Personal a su cargo	Directas                                  Indirectas
	No aplica    Envasador, Etiquetador, Empacador, Diseñador Gráfico.
Expectativas de promoción	Tener experiencia documentada sobre su trayectoria laboral.
Características del jefe inmediato	Compromiso y paciencia.
Características de compañeros	Amabilidad, tolerancia y trabajo en equipo.
Características de subordinados	Comunicación y saber seguir órdenes.

---

#### **CONDICIONES DE CONTRATACIÓN**

---

Horario	De lunes a viernes 10:00 am a 3:00 pm
Vacaciones	De acuerdo con las establecidas por la Ley Federal de Trabajo
Tipo de contrato	Temporal



Tipos de remuneración (Fija / Variable)	Fija
Otros Beneficios (Auto de empresa, Becas de estudiante, Comedor, etc.)	Viáticos, esto será de acuerdo con las actividades que realiza, se necesita demostrar gastos y aceptación por parte del Gerente General.

---

**CONSIGNACIONES**

---

Pruebas Dinámica	Conocimientos, psicométricas y personalidad Entrevista estructurada y comportamental
------------------	---

Fuente: Elaboración propia.

*Tabla 6. Perfil del puesto de Gerente de Ventas y Mercadotecnia.*

---

**PERFIL DE PUESTO DE TRABAJO**

---

Denominación del puesto	Gerente de ventas y mercadotecnia
Características del puesto	Se abre una vacante por apertura de empresa y (Vacante, Incapacidad, Nueva creación, Jubilación, etc.) posteriormente, según corresponda

---

**PERFIL DEL CANDIDATO**

---

Funciones:

- Prepara planes y presupuestos de ventas.
  - Firma y aprueba todos los documentos necesarios de esta área.
  - Establece metas y objetivos.
  - Calcula la demanda y pronostica las ventas de la organización.
  - Informa a producción las órdenes de compra.
  - Define medios, acciones y recursos por zona comercial.
  - Identifica las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la organización.
  - Interviene en las decisiones de la empresa relacionadas con la comercialización del producto y servicio.
  - Diseña y presenta estrategias de venta e informes para que los analicé el gerente general.
-

- 
- Tiene constante comunicación con el gerente general para mantenerlo al tanto sobre lo que ocurre en esta área.
  - Recluta y capacita al diseñador gráfico.
  - Revisa y aprueba los videos antes de ser subidos a la plataforma de YouTube.
  - Aprueba la publicidad utilizada en los videos y redes sociales.
  - Aprueba el diseño de etiqueta y empaquetado del producto.
  - Pronostica y realiza ventas.
  - Contacta nuevos clientes.
  - Supervisa el trabajo de los agentes comerciales, llevando a cabo conversaciones telefónicas, envíos de correo electrónico y reuniones.
  - Llena formularios con los datos del cliente para envíos por paquetería.
  - Realiza los envíos por paquetería.
  - Supervisa que los envíos por paquetería se entreguen en tiempo y forma.
  - Verifica las órdenes de compra para que firme y autorice el pase al jefe de producción.
  - Crea ofertas y/o promociones.
  - Estimula la compra los productos.
  - Genera experiencias de marca.
  - Optimiza los recursos de la compañía.
  - Comunica promociones de sus productos.
  - Actualiza el plan de mercadotecnia.
  - Toma decisiones sobre el producto.
  - Define estrategias de precios.
  - Realiza estrategias de postventa.
  - Define los canales adecuados para distribuir los productos.
  - Genera estrategias de social media.
  - Redacta contenidos publicitarios.
  - Hace planeaciones estratégicas de medios.

Experiencia (Indispensable). Experiencia mínima de 2 años en el área de

---

Otros conocimientos.	ventas y mercadotecnia Capacidad para administrar, formar y motivar a un equipo de personal de ventas, conocer el proceso de ventas, cualidades de liderazgo, entusiasmo e iniciativa y capacidad para resolver problemas.
Idiomas (Nivel)	Español nativo e Inglés medio.

---

**DATOS PERSONALES**

---

Edad óptima:	De 22 a 28 años
Mínima / Máxima	
Género: Masculino, Femenino, Indistinto.	Preferentemente femenino
Estado civil	Indistinto
Nacionalidad	Mexicana
Lugar de residencia	Municipio de Los Reyes La Paz, Estado de México o zonas aledañas.
Cualidades humanas	Creatividad, proactividad, imaginación, liderazgo e innovación.

---

**CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO**

---

Posición	Administrativa				
Dependencia	Gerente General				
Personal a su cargo	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="text-align: center; width: 50%;">Directas</td> <td style="text-align: center; width: 50%;">Indirectas</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">No aplica</td> <td style="text-align: center;">Envasador, Etiquetador, Empacador, Diseñador Gráfico.</td> </tr> </table>	Directas	Indirectas	No aplica	Envasador, Etiquetador, Empacador, Diseñador Gráfico.
Directas	Indirectas				
No aplica	Envasador, Etiquetador, Empacador, Diseñador Gráfico.				
Expectativas de promoción	Ser creativo e innovar, preferentemente que sea Licenciado en Mercadotecnia con experiencia en área de ventas.				
Características del jefe inmediato	Compromiso y paciencia.				

---

Características de compañeros	Amabilidad, tolerancia y trabajo en equipo.
Características de subordinados	Comunicación y saber seguir órdenes.

---

### CONDICIONES DE CONTRATACIÓN

---

Horario	lunes a viernes 10:00 am a 05:00 pm y sábados de 09:00 am a 02:00 pm.
Vacaciones	De acuerdo con las establecidas por la Ley Federal de Trabajo
Tipo de contrato	Temporal
Tipos de remuneración (Fija /Variable)	Fija
Otros Beneficios (Auto de empresa, Becas de estudiante, Comedor, etc.)	Según al momento de contratación.

---

### CONSIGNACIONES

---

Pruebas	Psicométrica, personalidad y dinámica de grupo en Simulación de ventas.
Dinámica	Entrevista estructurada y comportamental

Fuente: Elaboración propia.

*Tabla 7. Perfil del puesto de Jefe de Producción.*

---

### PERFIL DE PUESTO DE TRABAJO

---

Denominación del puesto	Jefe de producción
Características del puesto (Vacante, Incapacidad, Nueva creación, Jubilación, etc.)	Se abre una vacante por apertura de empresa y posteriormente, según corresponda.

---

### PERFIL DEL CANDIDATO

---

Funciones:

- Recepción de materia prima y material.

- 
- Solicita la materia prima requeriendo mínimo con dos semanas de anticipación.
  - Gestión de pedidos y proveedores.
  - Contacto directo con proveedores.
  - Busca los mejores proveedores.
  - Seguimiento de la producción en volumen y calidad, así como de las tareas previas necesarias para su cumplimiento.
  - Trabaja en la gestión del personal propio y mantener una comunicación continua.
  - Revisión de contratos con proveedores.
  - Revisión de mediciones de proyectos de costes y producción.
  - Optimiza y planifica los recursos productivos de la empresa para obtener un crecimiento progresivo de la productividad a la vez que se respetan los condicionantes y especificaciones de calidad.
  - Organiza y hace seguimiento de la ejecución de todos los trabajos dentro del ciclo de producción garantizando que cumplan con las especificaciones establecidas.
  - Supervisa las líneas de producción, ajustes y mejoras puntuales.
  - Ejecuta planes de mejora de procesos.
  - Recluta y capacita al personal para los puestos de etiquetador, envasador y etiquetador.
  - Control de bitácora de lotes de producción.
  - Registro de la materia prima utilizada por producción al día.
  - Solicita la materia prima requeriendo por lo menos con dos semanas de anticipación como mínimo.

Experiencia (Indispensable). Experiencia mínima de 2 años en el área de producción.

Otros conocimientos. Sistema de gestión de calidad y estudio de tiempos y movimientos.

Idiomas (Nivel) Español nativo e inglés medio.

#### Datos Personales

---



Tipos de remuneración (Fija / Variable)	Fija
Otros Beneficios (Auto de empresa, Becas de estudiante, Comedor, etc.)	Según al momento de contratación.

---

**CONSIGNACIONES**

Pruebas Dinámica	Psicométrica, personalidad y conocimientos. Entrevista estructurada y comportamental.
------------------	--

Fuente: Elaboración propia.

*Tabla 8. Perfil del puesto de Envasador.*

---

**PERFIL DE PUESTO DE TRABAJO**

Denominación del puesto	Envasador
Características del puesto (Vacante, Incapacidad, Nueva creación, Jubilación, etc.)	Se abre una vacante por apertura de empresa y posteriormente, según corresponda.

---

**PERFIL DEL CANDIDATO**

Funciones:

- Revisa cuidadosamente que los envases se encuentren en buen estado.
- Verifica que la materia prima sea la correcta para envasar.
- Prepara los utensilios de trabajo.
- Pesa y mide la materia prima necesaria por cada tipo de kit a envasar.
- Realiza el llenado de envases.
- Coloca la materia prima en recipientes limpios.
- Coloca la materia prima en envases para mantenerla segura.
- Protege contra riesgos ambientales o mecánicos con los que se pueda encontrar la materia prima durante su distribución.
- Clasifica los envases de acuerdo con su contenido.
- Coloca a cada envase un número de lote.
- Lleva a cabo el registro de lo que se está envasando, así como envases

---

utilizados en producción al día.

- Al envasar hace el uso de la máquina de envase al vacío de manera cuidadosa y responsable.
- Utiliza su equipo de protección e higiene (cubre bocas, maya de cabello, guantes de látex)
- Mantiene limpia el área de trabajo.

Experiencia (Indispensable).	Experiencia mínima de 6 meses
Otros Conocimientos.	Matemáticas y normas de calidad.
Idiomas (Nivel)	Español nativo
	Datos Personales
Edad Optima:	De 20 a 25 años
Mínima / Máxima	
Género: Masculino, Femenino	Indistinto
o Indistinto	
Estado Civil	Indistinto
Nacionalidad	Mexicana
Lugar de Residencia	Municipio de Los Reyes La Paz, Estado de México o zonas aledañas.
Cualidades humanas	Colaborador, habilidad para etiquetar, responsable y respetuoso.

---

### **CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO**

---

Posición	Operativo
Dependencia	Jefe de Producción
Características del jefe inmediato	Liderazgo y comunicación.
Características de compañeros	Pensamiento positivo y trabajo en equipo.

---

### **CONDICIONES DE CONTRATACIÓN**

---

Horario	De lunes a viernes de 10:00 am a 05:00 pm y sábado de 09:00 am a 02:00 pm.
Vacaciones	De acuerdo con las establecidas por la Ley

---



	Federal de Trabajo
Tipo de contrato	Temporal
Tipos de remuneración (Fija / Variable)	Sueldo Fijo + Bono de Productividad
Otros beneficios (Auto de Empresa, Becas de estudiante, Comedor, etc.)	Según al momento de contratación.

---

### CONSIGNACIONES

---

Pruebas	Personalidad y psicométrica.
Dinámica	Entrevista estructurada y comportamental.

Fuente: Elaboración propia.

*Tabla 9. Perfil del puesto de Etiquetador.*

---

### PERFIL DE PUESTO DE TRABAJO

---

Denominación del puesto	Etiquetador
Características del puesto (Vacante, Incapacidad, Nueva creación, Jubilación, etc.)	Se abre una vacante por apertura de empresa y posteriormente, según corresponda.

---

### PERFIL DEL CANDIDATO

---

Funciones:

- Prepara los utensilios de trabajo.
  - Hace saber al jefe de producción cuando las etiquetas estén próximas a terminarse con mínimo 4 días de anticipación.
  - Verifica que la información de las etiquetas concuerde con lo que se está envasando.
  - Verifica que las etiquetas cumplan con la fecha de caducidad y recomendaciones pertinentes.
  - Pega la etiqueta en los envases correspondientes.
  - Separa por contenido los envases.
  - Registra por día las etiquetas que se están utilizando y la cantidad de envases para pasar la lista al jefe de producción.
-

- Utiliza su equipo de protección e higiene (cubre bocas, maya de cabello, guantes de látex)
- Mantiene limpia el área de trabajo.

Experiencia (Indispensable) Experiencia mínima de 6 meses.

Otros conocimientos Normas de calidad

Idiomas (Nivel) Español nativo

---

### **DATOS PERSONALES**

Edad óptima: De 20 a 35 años

Mínima / Máxima

Género: Masculino, Femenino Indistinto

o Indistinto

Estado civil Indistinto

Nacionalidad Mexicana

Lugar de residencia Municipio de Los Reyes La Paz, Estado de México o zonas aledañas

Cualidades humanas Ordenado, paciente, responsable y trabajo bajo presión.

---

### **CARACTERÍSTICAS EL PUESTO**

Posición Operativo

Dependencia Jefe de Producción

Características del jefe Liderazgo y comunicación.  
inmediato

Características de Pensamiento positivo y trabajo en equipo.  
compañeros

---

### **CONDICIONES DE CONTRATACIÓN**

Horario De lunes a viernes de 10:00 am a 05:00 pm y sábados de 09:00 am a 02:00 pm.

Vacaciones De acuerdo a las establecidas por la Ley Federal de Trabajo

Tipo de contrato Temporal

Tipos de remuneración Sueldo Fijo + Bono de Productividad

(Fija / Variable)	
Otros Beneficios (Auto de Empresa, Becas de estudiante, Comedor, etc.)	Según al momento de contratación.

---

**CONSIGNACIONES**

---

Pruebas Dinámica	Psicométrica y Conocimientos. Entrevista estructurada y comportamental.
------------------	--

Fuente: Elaboración propia.

*Tabla 10. Perfil del puesto de Empaquetador.*

---

**PERFIL DE PUESTO DE TRABAJO**

---

Denominación del puesto	Empaquetador
Características del puesto (Vacante, Incapacidad, Nueva creación, Jubilación, etc.)	Se abre una vacante por apertura de empresa y posteriormente, según corresponda.

---

**PERFIL DEL CANDIDATO**

---

Funciones:

- Hace saber al jefe de producción cuando las cajas estén próximas a terminarse con mínimo 4 días de anticipación.
- Sella el empaque y las cajas correspondientes para su distribución.
- Transporta la mercancía a la zona de envió.
- Cuenta y pesa los productos antes de sellar las cajas.
- Realiza inspecciones necesarias, verificando que los envases correspondan al kit a empaquetar.
- Registra por día el material utilizando, así como la cantidad de cajas y bolsas para pasar la lista al jefe de producción.
- Utiliza su equipo de protección e higiene (cubre bocas, maya de cabello, guantes de látex)
- Mantiene limpia el área de trabajo.

Experiencia (Indispensable)	Experiencia mínima de 6 meses
Otros conocimientos	Normas de Calidad

Idiomas (Nivel)	Español nativo
<b>DATOS PERSONALES</b>	
Edad óptima:	De 20 a 25 años
Mínima / Máxima	
Género: Masculino, Femenino o Indistinto	Indistinto
Estado civil	Indistinto
Nacionalidad	Mexicana
Lugar de residencia	Municipio de Los Reyes La Paz, Estado de México o zonas aledañas.
Cualidades humanas	Trabajo en equipo, observador y con capacidad de seguir órdenes.
<b>CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO</b>	
Posición	Operativo
Dependencia	Jefe de Producción
Características del Jefe Inmediato	Liderazgo y comunicación.
Características de Compañeros	Pensamiento positivo y trabajo en equipo.
<b>CONDICIONES DE CONTRATACIÓN</b>	
Horario	De lunes a viernes 10:00 am a 05:00 pm y sábados de 09:00 am a 02:00 pm.
Vacaciones	De acuerdo con las establecidas por la Ley Federal de Trabajo
Tipo de contrato	Temporal
Tipos de remuneración (Fija / Variable)	Sueldo Fijo + Bono de Productividad
Otros Beneficios (Auto de Empresa, Becas de estudiante, Comedor, etc.)	Según al momento de contratación.
<b>CONSIGNACIONES</b>	

Pruebas	Psicométrica y conocimientos.
Dinámica	Entrevista estructurada y comportamental.

Fuente: Elaboración propia.

*Tabla 11. Perfil del puesto de Diseñador Gráfico.*

<b>PERFIL DE PUESTO DE TRABAJO</b>	
Denominación del Puesto	Diseñador Gráfico
Características del Puesto	Se abre una vacante por apertura de empresa y (Vacante, Incapacidad, Nueva creación, Jubilación, etc.) posteriormente, según corresponda.
<b>PERFIL DEL CANDIDATO</b>	
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realiza contenido como imágenes, videos cortos, banners para redes sociales.</li> <li>• Actualiza contenido en redes sociales.</li> <li>• Graba y editar los videos y tutoriales que serán compartidos en el canal de YouTube.</li> <li>• Crea gráficos innovadores utilizados para la publicidad.</li> <li>• De ser necesario busca modelos para tomar fotos.</li> <li>• Diseña la etiqueta del producto pide autorización con el gerente del área para que verifique que los datos son correctos.</li> <li>• Se mantiene actualizado y a la vanguardia.</li> <li>• Busca crear tendencias con la publicidad que utiliza.</li> <li>• Trabaja en conjunto con el gerente de ventas y mercadotecnia para obtener los mejores resultados.</li> </ul>	
Experiencia (Indispensable)	Experiencia mínima de 2 años.
Otros conocimientos	Normas de Calidad
Idiomas (Nivel)	Español nativo
<b>DATOS PERSONALES</b>	
Edad óptima:	De 23 a 27 años
Mínima / Máxima	

Género: Masculino, Femenino	Indistinto
o Indistinto	
Estado civil	Indistinto
Nacionalidad	Mexicana
Lugar de residencia	Municipio de Los Reyes La Paz, Estado de México o zonas aledañas.
Cualidades humanas	Trabajo en equipo, observador y con capacidad de seguir órdenes.

---

### **CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO**

Posición	Operativo
Dependencia	Jefe de Producción
Características del Jefe Inmediato	Liderazgo y comunicación.
Características de Compañeros	Pensamiento positivo y trabajo en equipo.

---

### **CONDICIONES DE CONTRATACIÓN**

Horario	De lunes, miércoles y viernes 10:00 am a 05:00 pm
Vacaciones	De acuerdo con las establecidas por la Ley Federal de Trabajo
Tipo de contrato	Temporal
Tipos de Remuneración (Fija / Variable)	Sueldo Fijo
Otros Beneficios (Auto de Empresa, Becas de Estudiante, Comedor, etc.)	Según al momento de contratación.

---

### **CONSIGNACIONES**

Pruebas Dinámica	Psicométrica, personalidad y conocimientos. Entrevista estructurada y comportamental
------------------	---

Fuente: Elaboración propia.

*Etapa 2: Convocatoria y Búsqueda.*

Las fuentes de reclutamiento que utilizará la empresa son; mediante solicitud de empleo y hoja de vida (Curriculum VITAE), presentación de candidatos por parte de empleados de la empresa, contacto por convenio con universidades, avisos en plataformas y aplicaciones de bolsa de trabajo como Bumerán, LinkedIn, OCCMundial y por avisos en las redes sociales oficiales de la empresa.

### *Etapa 3: Evaluación.*

En esta etapa se evalúan los candidatos que ya se han convocado y reclutado eliminando los que no se adaptan a lo solicitado, esto con el fin de elegir entre todos al idóneo para ocupar el puesto que ofrecido por “Tutoriales Envasados”.

Una vez seleccionados los idóneos se evalúan puntualmente los que cumplen la expectativa mínima, se realiza la entrevista preliminar y se aplica la prueba correspondiente (personalidad, conocimiento, dinámica en grupo, etc.) para así hacer la entrevista final que será evaluada con el resto de las pruebas.

### *Etapa 4: Selección y contratación.*

Una vez evaluados todos los postulantes o candidatos, se selecciona al que mejor desempeño haya tenido en las pruebas y entrevistas realizadas, es decir, pasamos a seleccionar al candidato más idóneo para cubrir la vacante.

Ya elegido el candidato idóneo se continua a la contratación donde se firma el contrato laboral donde se señala; el cargo a desempeñar, las funciones a realizar, la remuneración que recibirá, el tiempo a trabajar en la empresa y otros aspectos que se pueden ver el apartado de contratos de trabajo, así mismo, se firma el Reglamento interno y Políticas de la empresa.

### *Y, por último, la Etapa 5: Capacitación.*

Una vez seleccionado y contratado el nuevo personal se requiere adaptarlo lo más pronto posible a la empresa, por ello, será capacitado por el encargado del área o bien el compañero de trabajo al que le haya sido asignada la tarea, bajo supervisión del Gerente del área para que así se pueda desempeñar correctamente en su nuevo puesto.

### 2.2.10. Seguimiento y evaluación del desempeño.

Es de suma importancia contar con un sistema formal de evaluación de desempeño para verificar sus procedimientos, ya que así la empresa obtiene información que sirve para tomar decisiones con base a los resultados del seguimiento.

El método utilizado por la empresa “Tutoriales Envasados” para el seguimiento y evaluación de sus empleados será a través del Método de Comparación por Alineación en el cual se usa la técnica numérica de promedios. Como se explica a continuación:

Como primer paso, a cada puesto se le asigna un sueldo que es determinado por el gerente general de la empresa.

*Tabla 12. Formato de puestos a evaluar.*

<b>PUESTO</b>	<b>SUELDO SEMANAL</b>
Gerente general	x
Abogado	x
Gerente de contabilidad y finanzas	x
Gerente de ventas y mercadotecnia	x
Jefe de producción	x

Fuente: Elaboración propia con información de Varela, 2006.

El segundo paso, se otorga una calificación a los puestos en una escala del 1 al 5, donde 1 es la más alta y 5 la más baja.

*Tabla 13. Formato para escala de calificación.*

<b>PUESTO</b>	<b>PROPIETARIO</b>	<b>GERENTE</b>	<b>PROMEDIO</b>
Gerente general	x	x	x
Abogado	x	x	x
Gerente de contabilidad y finanzas	x	x	x
Gerente de ventas y	x	x	x





Es esencial a la hora de firmar un contrato, que quienes lo hacen estén capacitados para hacerlo, ya que ese es un elemento esencial para su validez. Para ver contratos véase anexo 5 y 6.

### **2.2.12. Reglamento Interno**

Este reglamento es de carácter laboral, por ello, solo está dirigido a los trabajadores pertenecientes a la empresa. A través de él se busca establecer las obligaciones, deberes, condiciones que todos los socios y empleados de “Tutoriales Envasados” deben cumplir.

Es importante resaltar que para “Tutoriales Envasados” es primordial cumplir con un grupo de empleados que estén en la capacidad de realizar las diferentes labores, tengas valores dentro y fuera de la empresa y sean personas dispuestas a trabajar en equipo:

#### **CAPITULO I. ASUNTOS GENERALES**

*Artículo 1.* Aquella persona que quiera formar parte de “Tutoriales Envasados” en los diferentes cargos que la empresa ofrezca debe ser mayor de edad, el aspirante debe de enviar su documento de identidad oficial (credencial de elector o pasaporte) escaneada para la verificación por parte de la empresa.

*Artículo 2.* El empleado debe ser, estudiante mayor de edad con facultad de ejercer prácticas profesionales y que sus estudios estén relacionados con el área en que se va a desempeñar o bien tener carrera profesional o carrera técnico en el caso que el puesto lo requiera.

*Artículo 3.* Todo empleado que forme parte de “Tutoriales Envasados” debe de ser una persona activa que tenga la capacidad de manejar las herramientas que su puesto requiera.

*Artículo 4.* Los socios, trabajadores, practicantes y visitantes deben tener conocimiento básico, sobre todos los procesos que se realizan dentro de la empresa.

*Artículo 5.* Aquellas personas que se encuentran como aspirante para obtener algún cargo dentro de la empresa “Tutoriales Envasados” deberán presentar el acta de grado donde certifica que ha realizado los estudios profesionales o tecnológicos dependiendo del cargo a cuál, está aspirando.

*Artículo 6.* Todos los empleados que pertenezcan a “Tutoriales Envasados” deben ser personas educadas e integras.

## *CAPITULO II. DERECHOS Y OBLIGACIONES.*

### *Obligaciones*

*Artículo 7.* Los socios, trabajadores, practicantes y visitantes están obligados a mantener un comportamiento adecuado y a los alrededores de la empresa.

*Artículo 8.* Todos los socios, trabajadores, practicantes y visitantes están obligados a lo siguiente:

- Respetar y cumplir el siguiente reglamento, así como cualquier disposición operativa o administrativa y las políticas emitidas por “Tutoriales Envasados”.
- Mostrar respeto a los socios, trabajadores, practicantes y visitantes absteniéndose a cualquier tipo de agresión, ya sea física, verbal, o por medio de señales y/o gestos.
- Los socios, trabajadores, practicantes y visitantes deberán asistir a las actividades impartidas por “Tutoriales Envasados” como son pláticas de protección civil, juntas, convivencias, etc.
- Cualquier persona que ingrese al área de producción deberá portar cubre bocas, guantes, red de cabello y demás elementos de EPP requeridos para estar en el área.
- Todos los trabajadores y practicantes deberán realizar las actividades de acuerdo con las funciones y responsabilidades del puesto que le ha sido asignado.

### *Derechos*

*Artículo 9.* Las observaciones, quejas y sugerencias de los usuarios o empleados se deben dirigir por escrito a “Tutoriales Envasados” de manera pacífica y respetuosa, estos se depositarán en el buzón de quejas y sugerencias ubicado en la entrada de la empresa o bien en el caso de los usuarios en la página de internet o cualquiera de las redes sociales de le empresa.

*Artículo 10.* El reglamento será entregado al contratar a un nuevo empleado, el cual deberá leerlo y firmarlo como muestra de conformidad.

### *CAPITULO III. AMONESTACIONES Y SANCIONES.*

*Artículo 11.* “Tutoriales Envasados” investigará las quejas que presenten los trabajadores y/o usuarios e impondrá las sanciones que determine a quienes infrinjan el presente reglamento o las políticas de la empresa y cualquier otra disposición que emita.

*Artículo 12.* El socio, trabajador, practicante o visitante que sea sancionado podrá pedir la revisión de su caso, mediante un escrito que presente a la Gerencia General de “Tutoriales Envasados”, requiriendo que se analicen específicamente aquellos puntos que cree que le favorecen.

Una vez recibida la instancia del afectado, la Gerencia General procederá al estudio del caso y emitirá la resolución que estime procede, misma que tendrá el carácter irrevocable.

*Artículo 13.* Se harán acreedores a amonestación o sanción, según determine exclusivamente “Tutoriales Envasados”, los socios, trabajadores, practicantes y visitantes que:

- Infrinjan alguna de las disposiciones de este reglamento, políticas de la empresa o los documentos que en su caso hayan celebrado con “Tutoriales Envasados”.
- No presenten una conducta conveniente, digna y respetuosa.

- Cuando al juicio de “Tutoriales Envasados” así proceda, aún en los casos no previstos en el presente reglamento por situaciones con base a la moral y las buenas costumbres que lo ameriten.
- No se conduzca a los socios, trabajadores, practicantes, visitantes o usuarios, con un trato adecuado, digno y respetuoso.
- Destruyan o causen daño a las instalaciones, equipo y/o material de trabajo intencionalmente, independientemente del pago de los daños o desperfectos ocasionados.
- Organicen o promuevan cualquier tipo de actividad que vaya en perjuicio y/o en contra de los valores de la empresa.
- Injurien u ofendan la dignidad de cualquier persona dentro de la empresa, oculten información o hayan declarado parcialmente sobre padecimientos, enfermedades, condiciones o lesiones.

*Artículo 14.* Respecto a las lesiones o daños causados durante la jornada laboral dentro de las instalaciones de la empresa.

- La responsabilidad de “Tutoriales Envasados”, consiste en atender con primeros auxilios los casos de emergencia y de ser necesario, en realizar los preparativos para trasladar al lesionado a una unidad hospitalaria.
- Una vez que “Tutoriales Envasados”, haya proporcionado los primeros auxilios, es responsabilidad exclusiva del socio, trabajador o practicante el ir al Seguro Social para que la empresa cubra los gastos o en su caso si decide acudir a un médico de su elección el deberá cubrir todos los gastos de consulta y/o tratamiento prescrito.
- Cualquier situación imprevista o no contemplada en este reglamento se sujetará a las resoluciones que dicte la Gerencia General, las cuales serán acatadas por todos los socios, trabajadores y practicantes sin excepción ni reclamo.

### 2.2.13. Políticas de la empresa

“Tutoriales Envasados” tiene como propósito ofrecer a nuestros clientes el mejor servicio y productos, en cuanto a estética o belleza se refiere por esta razón escogemos al mejor personal de talento humano y los mejores proveedores, quienes nos suministran productos de excelente calidad.

Además, hacemos un control estricto y detallado de inspección en nuestras distintas áreas, labor que desempeña la gerencia general y una revisión final por parte de los empleados de cada área: entendiendo que nuestros clientes son lo más importante y deben ser atendidos como lo merecen.

Las políticas de la empresa se realizan buscando el cumplimiento de los objetivos generales, por ello, sirven de guía para establecer el curso de las acciones operacionales y para garantizar que los procesos y procedimientos laborales estén alineados a dichos objetivos. Las políticas de “Tutoriales Envasados” son las siguientes:

*Tabla 15. Políticas de la empresa.*

---

#### **POLÍTICAS INTERNAS**

---

- Los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento apropiado y ético al dirigirse sus compañeros de trabajo.
  - Los productos que ofrecemos buscan cumplir con estándares de calidad, por ello, cualquier sugerencia es recibida sea por parte de los empleados o clientes.
  - “Tutoriales Envasados” promueve, establece los medios necesarios para que la comunicación de las deficiencias, sugerencias de mejora sean analizadas y aplicadas.
  - Todo Gerente de área o encargado deberá fomentar en sus empleados el espíritu de trabajo.
  - El desarrollo de planes, programas y proyectos, el desarrollo de nuevos productos y servicios deberán cumplir con un proceso de planeación que
-

---

garantice un buen rendimiento.

- La empresa contará con equipo tecnológico y electrónico óptimo para mejor rendimiento en la rapidez y excelencia del servicio.
- Manejar precios accesibles para el consumidor.
- Realizar nuestro trabajo con el mayor respeto y ética posible.
- Fomentar valores a nuestros empleados para el mejoramiento de las relaciones laborales.

---

## POLÍTICAS DE VENTA

---

### Precios

- Los precios de los productos no incluyen IVA, por ello, se les agrega al momento de adquisición.
- Los precios están sujetos a cambios sin previo aviso.

### Envíos

- *Pedidos locales:* Para los municipios de Chimalhuacán, Nezahualcóyotl, La paz, Chicoloapan y Texcoco dependiendo de la frecuencia de compra en ocasiones podrán tener la promoción de sin gasto de envío.
- *Pedidos foráneos:* Dependiendo de la cantidad, volumen y peso (el mínimo \$30.00)

---

### Forma de Pago

- Tarjeta de crédito y/o débito.
- Pagos Foráneos

TUTORIALES ENVASADOS S.A

CUENTA BANCARIA

0000000000000000

CLABE 0000000000000000

Importante: Una vez hecho su depósito favor de enviarnos vía correo electrónico:

### Cambios y Devoluciones

- Para cualquier cambio o devolución es necesario mostrar el ticket de compra.
- Las devoluciones de mercancía serán validadas solo si se demuestra los motivos de la devolución, de ser necesario presentar evidencia en escrito con anexo fotográfico. Una vez

---

tutorialesenvasados@gmail.com o  
WhatsApp (0000000000) su ficha  
identificada con su nombre y teléfono

devuelta la mercancía se  
devolverá el dinero.

- Las facturas serán pagadas a contado al momento de la entrega del producto, esto solo en caso de venta a mayoreo.

---

### **POLÍTICAS DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL**

---

- Al ingresar los empleados deberán firmar el contrato de igual manera el reglamento interno de la empresa y políticas.
- Los empleados deberán presentarse a capacitación en el momento que sea requerido por la empresa, así mismo, los trabajadores que se les asigne dar la capacitación lo harán de manera amable, paciente resolviendo las dudas del nuevo integrante de la empresa.
- Reconocimiento de los empleados de la empresa por su desempeño.
- Los gerentes y todo encargado deberán orientar sus actividades procurando una mayor interacción entre las distintas áreas de la empresa, logrando la complementación.
- Los empleados podrán solicitar el Equipo de Protección al Personal que requiera o bien material de papelería en el caso de los puestos administrativos.

---

### **POLÍTICAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE**

---

- Estamos al servicio de nuestros clientes, comprometidos con la sociedad, el medio ambiente y la seguridad de todos los que formamos “Tutoriales Envasados”.
  - Los horarios de atención a clientes son de lunes a viernes de 10:00 am a 8:00 pm y sábados de 10:00 am a 5:00 pm.
  - Los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético al dirigirse a los clientes.
  - Se cumplirán los requisitos acordados con los clientes.
  - Brindar trato justo a los clientes en pedidos, también en sus solicitudes y
-



---

reclamos.

- Mejorar las expectativas de los clientes.
- Atender las demandas de los mercados, así como de los clientes actuales.

---

Fuente: Elaboración propia.

#### **2.2.14. Administración de sueldos.**

Se determinaron los sueldos que percibirán los empleados de la empresa de manera semanal y mensual para realizar los cálculos se utilizó Excel dando como resultado la siguiente tabla:

*Tabla 16. Sueldo de los empleados.*

<b>PUESTO</b>	<b>NO. EMPLEADO</b>	<b>SEMANTAL</b>	<b>SEMANTAL TOTAL</b>	<b>MENSUAL</b>
Envasador	2	\$1,500.00	\$3,000.00	\$12,000.00
Etiquetador	1	\$1,500.00	\$1,500.00	\$6,000.00
Empaquetador	2	\$1,500.00	\$3,000.00	\$12,000.00
Diseñador Gráfico	1	\$1,437.52	\$1,437.52	\$5,750.08
Gerente general	1	\$2,400.00	\$2,400.00	\$9,600.00
Gerente de contabilidad y finanzas	1	\$2,100.00	\$2,100.00	\$8,400.00
Gerente de ventas y mercadotecnia	1	\$2,130.00	\$2,130.00	\$8,520.00

Jefe de producción	1	\$2,150.00	\$2,150.00	\$8,600.00
<b>VARIABLE</b>				
Abogado	1	\$2,500.00	\$2,500.00	\$10,000.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$20,217.52</b>	<b>\$80,870.08</b>

Fuente: Elaboración propia.

### 2.3. ESTUDIO DE MERCADO

Como primer paso se realizó una investigación de mercado que nos permitió delimitar el consumidor al que va dirigido el producto, así como la demás información que se mostrará en este apartado, los resultados de la encuesta realizada se pueden ver en el capítulo 3 de análisis y resultados.

#### 2.3.1. Información relevante del cliente

*Figura 4. Área geográfica donde se comercializará el producto.*



Fuente: Obtenido de INEGI, 2019.

En este apartado se muestran las variables importantes de la población objeto de estudio edad, sexo, ocupación y nivel socioeconómico que son las que se muestran en la figura siguiente:

*Figura 5. Variables del consumidor.*

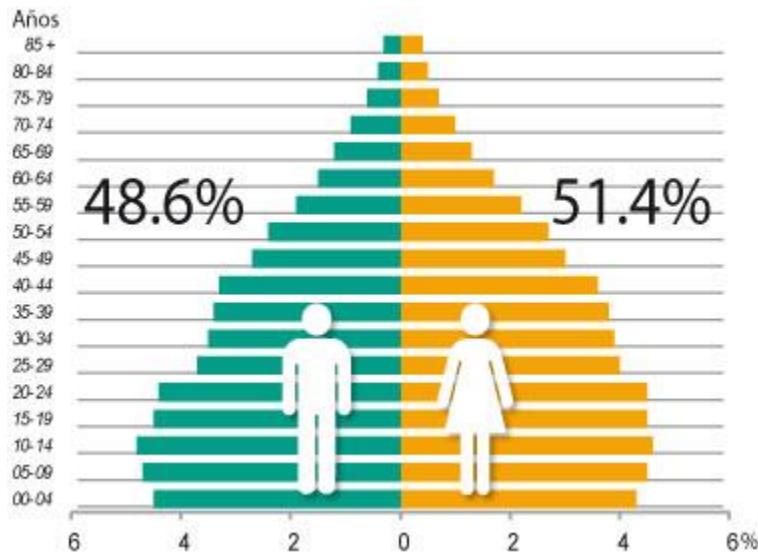
Edad	Sexo	Ocupación	Nivel socioeconómico
<ul style="list-style-type: none"> <li>• De 16 a 35 años</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Especialmente dirigido para el sexo femenino</li> <li>• Pero puede ser utilizado por el masculino.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudiantes</li> <li>• Profesionistas</li> <li>• Personas que tengan algún oficio</li> <li>• Personas que se dedican al hogar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• C</li> <li>• D+</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia, con base en la información obtenida de la investigación de mercado, 2019.

*Condiciones económicas para el producto en el área geográfica seleccionada.*

Se consideran importantes las condiciones económicas, esto debido a que el producto se piensa vender a nivel nacional, aunque se comenzará vendiendo en las zonas del oriente del estado de México se harán envíos a toda la República Mexicana, por ello se consultó la información en Instituto Nacional de Estadística y Geografía para conocer a cuantas personas se podrá considerar como clientes potenciales.

Gráfico 1. Población masculina y femenina en México.



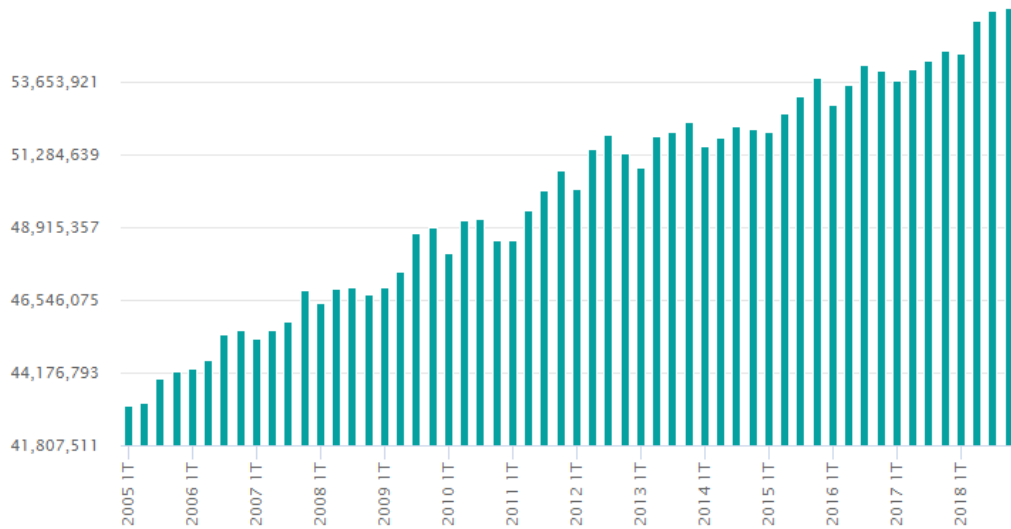
Fuente: Obtenido de INEGI, según encuesta intercensal realizada, 2015.

Se observa, la pirámide poblacional es más ancha en el centro y se reduce en la base, esto significa que la proporción de niños ha disminuido y se ha incrementado la de adultos. En 2015 la población menor de 15 años representa 27% del total, mientras que el grupo de 15 a 64 años constituye 65% y la población en edad avanzada representa el 7.2 por ciento.

Ahora analizando la edad de clientes a los que está dirigido nuestro producto que son las edades de 16 a 35 años tienen un porcentaje de 51.4% es esto lo podemos traducir que el producto que se ofrece tiene clientes potenciales en 51.4% que son del sexo femenino, por edades y ambos sexos un 65% lo cual, es una cifra por arriba del 50%, esto es favorable para la venta del producto.

Considerando otro punto importante de datos obtenidos de INEGI, en nuestro país, las entidades con mayor número de habitantes son; el Estado de México con 16, 187, 608, la Ciudad de México con 8, 918, 653 y Veracruz con 8, 112, 505. Esto ayuda ya que por la ubicación que tendrá "Tutoriales Envasados" se encuentra dentro del Estado de México aledaño a la Ciudad de México así permite que la venta del producto en estos estados sea ágil siendo una ventaja para la empresa y el producto.

*Gráfico 2. Población Económicamente Activa en México.*



Obtenido de Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo realizada por INEGI, 2019.

Como se observa en la gráfica anterior la población económicamente activa en México ha venido incrementando con el paso de los años, actualmente más de 53, 653, 921 de personas se encuentran trabajando, de ello se obtiene que son prospectos de consumidores para “Tutoriales Envasados.”, ya que al estar ocupados con labores sean de carácter doméstico o laboral tienen tiempo reducido que pueden buscar cuidar su rostro.

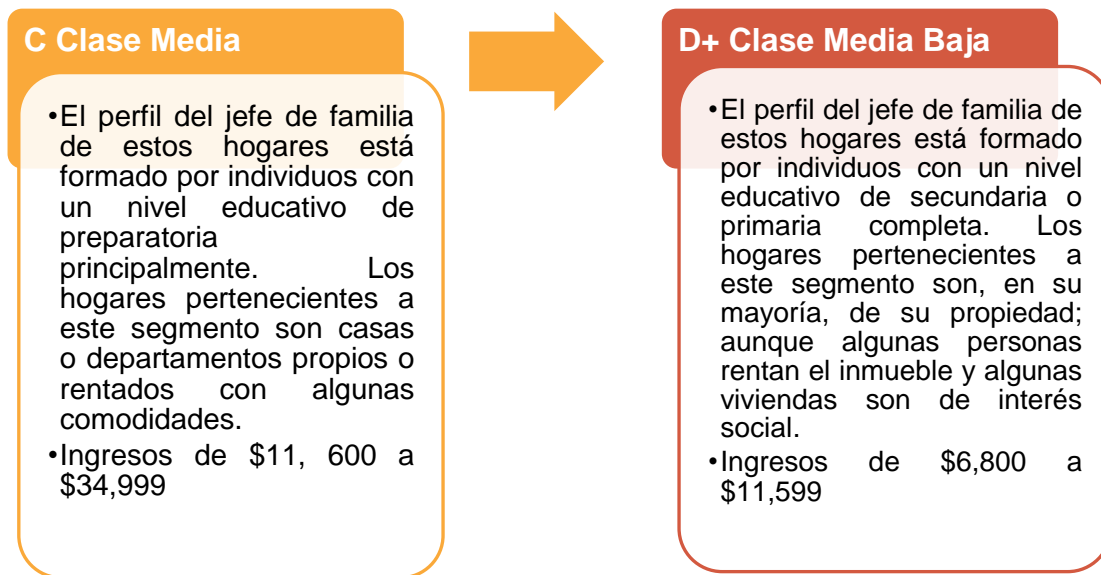
*Figura 6. Puntos de corte para la clasificación de Niveles Socioeconómicos en México.*

Puntos de corte del NSE	
A/B	205+
C+	166 a 204
C	136 a 165
C-	112 a 135
D+	90 a 111
D	48 a 89
E	0 a 47

Obtenido del Comité de Niveles Socioeconómicos AMAI, 2018.

Y de acuerdo con el nivel socioeconómico en México podemos observar que de los niveles que a los que va dirigido el producto que son; C y D+ entre ellos existe el C- suman un número total de 276, considerando el valor más alto de personas que pertenecen, las características de estos grupos son:

*Figura 7. Características de los Niveles Socioeconómicos que va dirigido el producto.*

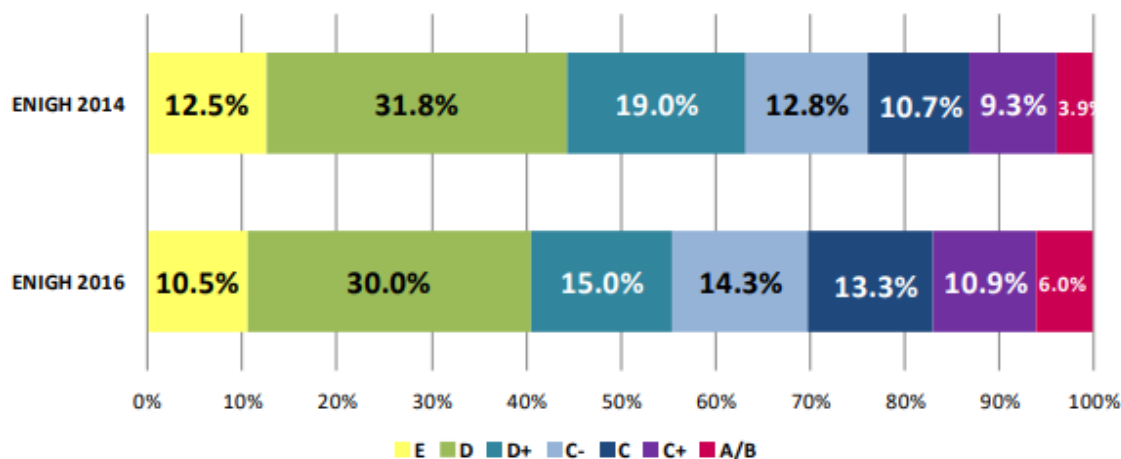


Elaboración propia con base en información obtenida de AMAI, 2018.

Analizando en porcentaje como se muestra en el siguiente grafico que entre los grupos socioeconómicos que se piensa distribuir el producto se encuentra en un porcentaje, que su suma 42.6% del total de la población en esto considerando el año 2016.

Como se puede observar del análisis es que del año 2014 al 2016 se nota que se sufre un incremento en los niveles socioeconómicos C- y C, mientras que en el D+ un deceso del 4%, sin embargo, aunque ocurra esta variación entre años, la mayor parte de la población en México pertenece dentro de los niveles que “Tutoriales Envasados” dirige el producto.

Gráfico 3. Comparativo de la distribución nacional de los Niveles Socioeconómicos, 2018.



Obtenido del Comité de Niveles Socioeconómicos AMAI, 2018.

### 2.3.2. Identificación del cliente.

Tabla 17. Identificación del cliente.

Datos del cliente	
¿A quién va dirigido?	Especialmente a mujeres que cuiden su rostro y les gusten los tutoriales de mascarillas caseras, sin embargo, también los hombres pueden utilizarlo.
¿Qué actividades económicas realiza?	Principalmente personas dedicadas a trabajo formal y comercio informal. En su mayoría son estudiantes, es decir, que dependen de la actividad económica de los padres.
¿Qué productos consume actualmente?	Las mascarillas caseras que preparan con productos naturales por catálogo de Avón, Mary Kay, Arabella, Jafra, Natura.

---

¿Dónde los compra?

Uso caseras que obtienen los productos como el nombre lo indica en casa o bien en el supermercado o tiendas naturistas, Tiendas departamentales, por catálogo, tiendas de belleza, centros comerciales.

---

¿Quién los compra?

---

Los roles en la actualidad han cambiado y algunas veces los consumidores no son quienes efectúan la compra. Para este producto son tres los posibles compradores:

1. El influenciador, ya que tiene las herramientas y poder para hablar bien o mal de la marca; la mayoría de las veces es alguien conocido que comparte su experiencia.
2. El decidor, quien negarse a escuchar y seguir con lo que sabe o puede escuchar y cambiar de opinión; llegando aquí ya no hay marcha atrás la compra esta 80% hecha.
3. El usuario que es quien consume el producto y a su vez puede convertirse en el influenciador de manera no verbal incluso.

Para el caso de las mascarillas, quienes efectúan la compra la mayor parte de las veces son las usuarias pues conocen las necesidades de acuerdo con su tipo de piel o bien puede darse un shopper marketing, es decir, que sea un tercero quien realiza la compra por ejemplo madres de familia adquiere un kit que posteriormente le da a su hija para que se aplique.

Frecuencia de compra

Una vez al mes

Frecuencia de consumo

**Producto**

**Videotutoriales**

De 1 a 4 días al mes.

De 1 a 4 horas al día.

---



Grupo social específico	Personas que les gusta el cuidado facial y ven videotutoriales sobre mascarillas.	
Población total	<b>Hombres (48.6%)</b>	<b>Mujeres (51.4%)</b>
	58,290,097	61,648,376
Tamaño de mercado	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>
	8,226,100	8,634,851
Tamaño del mercado *Considerando que el 75% usa mascarillas.	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>
	468,888	751,232

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI e información extraída de las encuestas aplicadas, 2019.

### 2.3.3. Información relevante de la competencia.

*Tabla 18. Empresas que son competencia para el producto.*

<b>AVÓN</b>	
Ubicación geográfica	Nueva York, Nueva York, Estados Unidos
Sector productivo	Secundario y Terciario
Giro	Industrial y Servicios
Tamaño	Grande
Productos que consume actualmente	Cosméticos, perfumes, juguetes y joyería
Principales clientes	Amas de casa
Quien decide la compra	Amas de casa
Frecuencia de consumo	De acuerdo con los pedidos, la frecuencia de consumo es cada 15 días

---

**MARY KAY**

---

Ubicación geográfica	Dallas, Texas, Estados Unidos
Sector productivo	Terciario
Giro	Comercial
Tamaño	Mediana
Principales clientes	Mujeres de entre 18 y 45 años
Quien decide la compra	Todas aquellas mujeres que deseen el cuidado de su imagen
Frecuencia de consumo	Cada 20 días

---

**ARABELA**

---

Ubicación geográfica	Ciudad de México
Sector productivo	Terciario
Giro	Comercial
Tamaño	Mediana
Principales clientes	Mujeres de entre 18 y 60 años
Quien decide la compra	Quienes consumen
Frecuencia de consumo	Cada 20 días

---

**JAFRA**

---

Ubicación geográfica	Westlake Village, California, Estados Unidos
Sector productivo	Terciario
Giro	Comercial
Tamaño	Grande
Nivel de ventas	
Principales clientes	Mujeres de 18 a 40 años
Quien decide la compra	Específicamente quienes consumen
Frecuencia de consumo	Mensualmente

---

---

<b>NATURA</b>	
Ubicación geográfica	São Paulo, Estado de São Paulo, Brasil
Sector productivo	Terciario
Giro	Comercial
Tamaño	Grande
Principales clientes	Mujeres de entre 20 y 60 años
Quien decide la compra	Personas consumidoras
Frecuencia de consumo	Mensualmente

---

<b>FULLER</b>	
Ubicación geográfica	Santa María Tepepan, Ciudad de México
Sector productivo	Terciario
Giro	Comercial
Tamaño	Grande
Principales clientes	Mujeres de entre 25 y 60 años
Quien decide la compra	Personas consumidoras
Frecuencia de consumo	Cada 15 días

---

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de páginas oficiales de las empresas Avón, Natura, Fuller, Mary Kay, Jafra y Arabela, 2019.

Al realizar la tabla anterior podemos destacar la competencia y conocer sus puntos fuertes y débiles en cuanto a su logística de acuerdo con su ubicación, tiempos de entrega, el giro, tamaño de producción su mercado objetivo que cubren los productos que ofrece y la frecuencia que tienen el consumo, esto nos ayuda para en un futuro una vez conociendo la competencia se tomen decisiones sobre la formación de la empresa “Tutoriales Envasados”.

Tabla 19. Cuadro comparativo de información relevante de la competencia.

Estudio de competencia a.	INFORMACIÓN			
	Competidor 1	Competidor 2	Competidor 3	MI EMPRESA
<i>Productos que vende al mercado.</i>	Tiendas naturistas	Natura	Venta por catálogo (Jafrá, Arabela, Avón, Fuller)	Tutoriales Envasados
<i>Servicios que presta.</i>	*Venta de materia prima para crear mascarilla casera de productos naturales.	*Mascarillas de productos naturales. *Accesibilidad de que el producto llegue a manos del cliente. *Venta por catálogo.	*Mascarillas para todo tipo de piel. *Ofrecen productos de todo tipo, maquillaje, joyería, para el hogar, ropa, etc. *Accesibilidad de que el producto llegue a manos del cliente. *Catálogo de productos. *Consultoras de belleza.	*Kit con los productos necesarios para la preparación de mascarillas. *Videotutoriales que muestran el proceso de elaboración y aplicación de la mascarilla. *Videos sobre tips para el cuidado de la piel. *Pedidos en línea.
<i>Precios que maneja.</i>	\$100 a \$1,000 MXN	\$350 a \$ 2,000 MXN	\$100 a \$1,000 MXN	\$260 a \$300 MXN más gastos de

				envío.
<i>Estrategias de mercado.</i>	*Tradicional.	*Grandes planes de publicidad *Comodidad al obtener. *Venta por catálogo. *Red de mercadeo.	*Publicidad en redes sociales y catálogos. *Utiliza Influencers y famosos para publicidad. *Brinda comodidad. *Venta por catalogo *Red de mercadeo.	*Uso de tecnología en la venta utilizando la plataforma de YouTube. *Publicidad llamativa. *Brinda practicidad. *Regalo de productos a Influencers para darse a conocer.
<i>Clientes que maneja actualmente.</i>	*Municipio en que se encuentra.	*Toda la República Mexicana, Brasil y Colombia.	*Toda la República Mexicana, y partes de E.U.	*Toda la República Mexicana.
<i>Volúmenes de producción.</i>	*Moderado	*Masivo	*Masivo	*Medio
<i>Proveedores .</i>	*Productores de plantas.	*Empresas de cosméticos y mascarillas.	*Empresas de cosméticos, mascarillas, joyería, productos para el hogar, etc.	*Tiendas de materia prima, Uniline, WalMart, DHL, Mercado libre, 360 imprimir,

				Engloba, Future Foods etc.
<i>¿Dónde se ubican?</i>	*Son fáciles de encontrar en cada municipio por lo menos existe una.	*Tiene sucursales y puntos de venta distribuidos en la República Mexicana.	*De la mayoría los catálogos la matriz se encuentra en el país de origen, pero cuentan con una sede de distribución en México.	*Municipio de Los Reyes La Paz.
<i>¿A qué tipo de cliente atienden?</i>	*Hombres y mujeres de 18 años en adelante con nivel socioeconómico D+ y D.	*Hombres y mujeres mayores de 18 años con nivel socioeconómico medio C, D+ y D.	*Hombres y mujeres de todas las edades con nivel socioeconómico C, D+ y D.	*Mujeres de 16 a 35 años sin descartar a hombres con nivel socioeconómico C y D+.
<i>¿Su personal está correctamente capacitado?</i>	*Si, en la mayoría de las tiendas.	*Algunas veces	*Algunas veces	*Si está capacitado.
<i>¿Quién administra la empresa?</i>	*Dueños	*Profesionista con puesto de Gerente General.	*Profesionista con puesto de Gerente General.	*Licenciado en Administración y dueño del negocio.

¿Utilizan alta tecnología, sistemas especiales o programas de punta?	*No, solo en algunas tiendas han implementado venta por línea.	*Si, en venta y producción.	*Si, en venta y producción.	*Si, para la venta y en producción únicamente al hacer los videotutoriales .
¿Cómo se administra la competencia ?	*De manera tradicional en la mayoría de las tiendas.	*La sede en México cuenta con expertos en cada área.	*La sede en México cuenta con expertos en cada área.	*El negocio tiene un contador y administrador quienes llevan el proceso en conjunto a los dueños.
¿Cuántos años tienen en el mercado?	*No se encontró en el registro, pero se sabe que surgieron en las civilizaciones antiguas.	*50 años	*Surgió en el siglo XIX.	*Nuevo producto
¿Cómo son sus instalaciones ?	*Rústicas	*Sofisticadas	*Sofisticadas	*Rústicas
¿Qué los hace mejores a nosotros?	*Son productos 100% naturales.	*Los años de experiencia. *Posicionamiento en el	*Los años de experiencia *Posicionamiento en el	*Innovación *Actualización *Videos subidos a

	*Venden lo que es nuestra materia prima.	mercado.	mercado.	YouTube. *Videotutoriales.
¿Ofrecen servicios especiales?	*Si, en algunos casos la venta en línea.	*Si, venta por catálogo.	*Si, venta por catálogo y consultoras de belleza.	*Si, video tutoriales, pedidos en línea, videos y videotutoriales
¿Ofrecen pedidos en línea?	*Si	*No, solo por catálogo.	*No, solo por catálogo.	*Si
¿Brindan practicidad?	*No	*Algunas veces	*Algunas veces	*Si

Fuente: Elaboración propia con base a observación, platica con distribuidores de las marcas y páginas web oficiales de Avón, Natura, Fuller, Mary Kay, Jafra y Arabela, 2019.

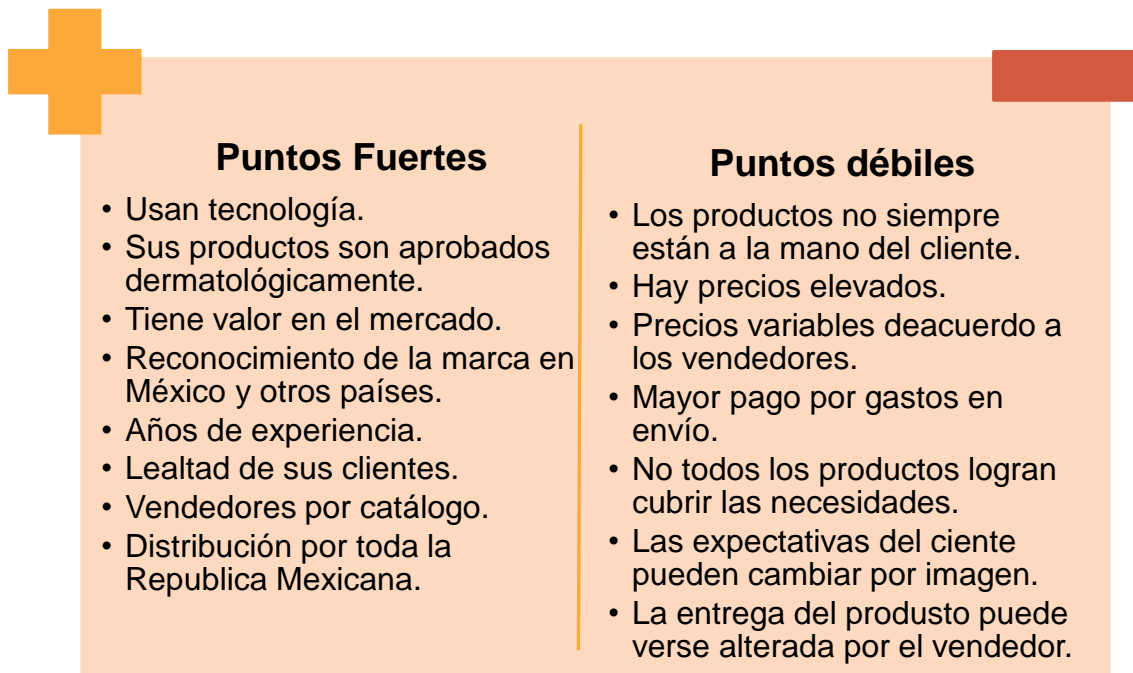
De la tabla anterior, se realiza un comparativo entre la competencia y “Tutoriales Envasados”, se consideran estas empresas como competencia ya que la idea de negocio por el momento no tiene una competencia directa, sin embargo, estas empresas son las que presentan mayor consumo en México además de que ofrecen todo tipo de productos y en especial mascarillas para cuidar el rostro la diferencia es que ya las venden elaboradas y a pesar de que como sucede con el caso de natura que vende en su mayoría productos naturales pero utiliza conservadores y/o químicos.

Al conocer el precio en un rango aproximado, el segmento de mercado que atiende, las necesidades, el volumen de ventas y capacidad instalada, así como, los descuentos, servicios especiales, los proveedores permiten conocer qué hacen, cómo lo hacen y si existen fallos para mejorar la experiencia del cliente. Así mismo abre un panorama amplio y real para conocer con qué tipo de empresas se



encontrará compitiendo lo que permite crear estrategias y objetivos a futuro para lograr posicionar la marca.

*Figura 8. Análisis de los puntos fuertes y débiles de la competencia.*



Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de observación y páginas web oficiales de las marcas; Avón, Natura, Fuller, Mary Kay, Jafra y Arabela, 2019.

#### **2.3.4. Análisis de oferta y demanda.**

El estudio y análisis de la situación a la que se enfrentará el producto “Tutoriales envasados” frente a las diversas fuerzas del mercado como son los clientes, proveedores y competencia directa e indirecta.

Como primer punto se hace la pregunta ¿Crece o declina el producto? En este sentido cabe mencionar que aún no se da respuesta a ella debido a que el producto es nuevo en el mercado, algo que se va a ir desarrollando con la ayuda del marketing con que se introduzca al mercado. Por lo anterior, se desea ampliar su reconocimiento por parte de los futuros consumidores para lograr generar un estatus para la marca.

Otro punto por considerar es la influencia de la compra para ello, se pregunta; ¿Quién toma la decisión de compra? Como ya se sabe, es un producto de necesidad y vanidad, así que la pregunta tiene como respuesta que quien toma de decisión de la compra es la persona que necesita y desea cuidar su rostro, es decir, quienes efectúan la compra la mayor parte de veces son las usuarias pues conocen las necesidades de acuerdo a su tipo de piel o bien puede darse un shopper marketing, es decir, que sea un tercero quien realiza la compra; por ejemplo las madres de familia que adquiere un kit y posteriormente le da a los miembros de la familia para que lo utilice.

En cuanto a la oferta se estiman aproximadamente más de 200 marcas en México que ofertan productos similares a los que vende “Tutoriales Envasados”, en esta se suman lo que son las ventas por catálogo ya que igual ofrecen mascarillas para el cuidado de la piel, así mismo tiendas naturistas y otras tiendas online o bien que tienen establecimientos.

La empresa “Tutoriales Envasados”, por su capacidad instalada tendrá una oferta de 1,056 productos mensuales.

A continuación, se define la demanda potencial del producto.

Fórmula:  $Q = n * p * q$

Dónde:

Q= Demanda potencial.

n= Número de compradores posibles para el mismo tipo de producto.

p= Precio promedio del producto en el mercado.

q= Cantidad promedio del consumo per cápita en el mercado.

Solución:  $Q = 1,220,120 * \$279.49 * 1.3 = \$443,314,740.44$  mensual

Al momento de determinar el número de compradores potenciales además de considerar la investigación de mercado, es decir, preguntas específicas de las encuestas se toman otros factores de relevancia obtenidos de otras fuentes, así

como de la observación propia, por ejemplo; la estimación del porcentaje de personas en México que no compran productos por internet.

Teniendo en cuenta el tamaño de la inversión, capital de trabajo, capacidad de producción, capacidad de abastecimiento, la inversión en marketing; pero también teniendo en cuenta otros aspectos como la información que se ha recopilado de la competencia y sobre todo considerando que el producto es nuevo en el mercado se ha decidido trabajar para captar el 0.08% de la demanda potencial.

Por ello, se afirma que el pronóstico de la demanda para el primer mes será de \$349,235.74 MXN. Lo que será considerado para la inversión que se tendrá que hacer para lograr la apertura de la empresa.

### 2.3.5. Informaciones relevantes de proveedores

Los proveedores de materia prima e insumos requeridos para elaborar el producto son catalogados como; proveedores primarios y los proveedores secundarios corresponden a lo necesario para la creación de los videotutoriales, así como del mobiliario, equipo y herramientas con los que contará “Tutoriales Envasados” que se muestran a continuación:

*Tabla 20. Información relevante de proveedores.*

<b>Producto/Servicio</b>	<b>Nombre</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Calidad</b>	<b>Precio MXN</b>	<b>Tipo de pago</b>	<b>Tipo de entrega</b>	<b>Tiempo de entrega</b>
<b>PROVEEDORES PRIMARIOS</b>							
Canela	Engloba	San	Muy	\$5.88	Transf	Envió	De 1 a

en polvo		Gregorio 27, 45010 Zapopan, Jalisco, México	buena	kg comp ra mín. de 25 kg.	erenci a bancar ia.	gratis a partir de la compra de 40 kg.	5 días.
Avena molida	Food Future	Belem de los Padres 18 Tlalnepantla, Edo. Méx. México	Muy Buena	\$33.8 1 kg comp ra mín. de 20 kg.	Transf erenci a bancar ia.	Envío gratis al comprar 25 kgs.	De 12 horas a 1 día.
Miel de abeja	Miel Teresa	Comitán De Domínguez, Chiapas	Excelente	\$94.7 0 litro venta min. 19 litros.	Transf erenci a bancar ia	Envió gratis a todo México.	De 3 a 5 días.
Carbón activo	Droguería Cosmopolita.	Sucursal Gustavo Baz.	Muy Buena	\$85.7 0 kg.	Transf erenci a bancar ia	Envío incluido en precio.	De 12 horas a 2 días.
Grenetina	Tecsa Alimentos	Prolongación Independencia 14, Bodega 4, Col. Los Reyes,	Buena	\$238. 66 kg.	Transf erenci a bancar ia	Envío incluido en precio.	De 3 a 7 días.

		Tultitlán, Edo.Méx.					
Leche en polvo	Amfher Foods	1er. Retorno de Panteón No. 13 Col. La Candelaria, Del. Coyoacán CDMX México	Muy Buena	\$94.8 kg.	Transf erenci a bancar ia	Envío incluido en precio.	De12 horas a 1 día.
Pétalos de rosa mosque ta	Tierra de Colores	Melchor Ocampo, Estado de México	Muy Buena	\$200. 00 kg	Trasfer encia bancar ia	Envío incluido en el precio	De 12 horas a 1 día.
Agua	Bets Choice	Av. Insurgentes sur 3155. Col. Jardines de pedregal, Del. Coyoacán CDMX.	Acepta ble	\$2.11 litro	Tarjeta de debito	En tienda	De 3 a 5 horas.
Frasco de vidrio con taparros ca para 110grs.	Provee dor de Mercad o Libre	Monterrey, Nuevo León	Muy buena	\$10.6 0 pza. a partir de 156	Tarjeta de debito	Envío incluido en precio.	De 4 a 8 días

				pzas.			
Frasco de vidrio con taparrosca para 200 ml.	Proveedor de Mercado Libre	Monterrey, Nuevo León	Muy buena	\$11.63 la pza. a partir de 120 pzas.	Tarjeta de debito	Envío incluido en precio.	De 4 a 8 días
Atomizador cilíndrico transparente - 2 oz- 60 ml	Uline.mx	Carr. Miguel Alemán KM 21 #6 Prologis Park Apodaca, N.L. México	Muy buena	\$16.89 al comprar 900 unidades.	Transferencia Bancaria	Envío incluido en el precio.	2 a 4 días
Caja de cartón reciclado de 5x3x3"	Uline.mx	Carr. Miguel Alemán KM 21 #6 Prologis Park Apodaca, N.L. México	Muy buena	\$10.30 a partir de 100	Transferencia Bancaria	Envío incluido en el precio.	2 a 4 días
Bolsas en rollo para 2,500 bolsas de 4x6"	Uline.mx	Carr. Miguel Alemán KM 21 #6 Prologis Park Apodaca, N.L. México	Muy buena	\$1,230 al comprar más de 3 rollos	Transferencia Bancaria	Envío incluido en el precio.	2 a 4 días

Bolsas de burbuja abiertas 3"x5"	Uline.mx	Carr. Miguel Alemán KM 21 #6 Prologis Park Apodaca, N.L. México	Muy buena	\$1,540.00 x 1,000 bolsas	Transferencia Bancaria	Envío incluido en el precio.	2 a 4 días
Impresión de la marca en la caja de cartón.	Pintika	CDMX	Buena	\$1.92 c/u	Transferencia Bancaria	Envío incluido en el costo a partir de 300 unidades.	1 a 4 días
Etiquetas en papel adherible Couché 350gr colores solo al frente 15x 3 cm	360 imprimir	CDMX	Muy buena	\$1.70 294 x 500 etiquetas	Transferencia Bancaria	Envío incluido en el costo a partir de 300 unidades.	1 a 2 días
<b>PROVEEDORES SECUNDARIOS</b>							
Selladora de calor	Proveedor de mercad	Valle De Santiago, Guanajuato	Muy buena	\$2,000.00	Tarjeta de debito	Envío incluido en el	2 a 5 días

con cortador para bolsas de 30 cm	o libre					precio.	
Báscula Digital Gramera 1gr - 10kg Con Baterías recargables.	Proveedor de mercado libre	Tepic 143 1er Piso Roma Sur, 06760 Cuauhtémoc , D.F.	Buena	\$255. 00	Tarjeta de debito	Envió incluido en el precio	1 a 2 días
Embudo de Plástico 5 Mikels	Wal-Mart	Sucursal Texcoco	Buena	\$36.0 0	Tarjeta de debito	En tienda	2 a 3 horas
Juego de Recipientes Bowls de Vidrio 5 Piezas con Tapa	Wal-Mart	Sucursal Texcoco	Buena	\$163. 00	Tarjeta de debito	En tienda	2 a 3 horas
Juego	Wal-	Sucursal	Muy	\$600.	Tarjeta	En	2 a 3



Cucharas 6 Piezas L 17 cm "nuova"	Mart	Texcoco	buena	00	de debito	tienda	horas
Toalla facial Algodón 30x30cm	Wal-Mart	Sucursal Texcoco	Muy buena	\$22.00	Tarjeta de debito	En tienda	2 a 3 horas
Máquina de vacío mediana 66x60x105 cm	CW Maquinaria SA de CV	Fracc. Industrial Lincoln Monterrey, Nuevo León, México	Muy buena	\$49,587.00	Transferencia Bancaria	Envió incluido en el precio	3 a 5 días
Laptop HP 14" color rojo	Elektra	Sucursal Chimalhuacán	Buena	\$8,999.00	Tarjeta de debito	En tienda	1 día
Computadora de escritorio Dell Inspiron 3250 Intel Monitor 19"	Elektra	Sucursal Chimalhuacán	Buena	\$15,299.00	Tarjeta de debito	En tienda	1 día

Computadora de escritorio o All in One HP 19.5"	Elektra	Sucursal Chimalhuacán	Buena	\$4,589.00	Tarjeta de debito	En tienda	1 día
Cámara Canon EOS M50	Amazon	Estados Unidos	Muy buena	\$16,646.26	Tarjeta de debito	Envió incluido en el precio.	4 a 7 días
Disparador Cámara Butterfly photo Canon con tripie	Office Depot	Sucursal Puerta Texcoco	Muy buena	\$1,800.98	Tarjeta de debito	En tienda	1 día
Set de equipo iluminación de Softbox	Office Depot	Sucursal Puerta Texcoco	Muy buena	\$1,568.85	Tarjeta de debito	En tienda	1 día
Impresora Multifuncional HP Pro M477nw	Office Depot	Sucursal Puerta Texcoco	Muy buena	\$8,499.00	Tarjeta de debito	En tienda	1 día

Papelería	Office Depot	Sucursal Puerta Texcoco	Muy buena	\$200.00 Variable	Tarjeta de debito	En tienda	1 día
Escritorio minimalista moderno.	Office Depot	Sucursal Puerta Texcoco	Muy buena	\$899.98	Tarjeta de debito	En tienda	1 día
Escritorio económico minimalista con repisas	Office Depot	Sucursal Puerta Texcoco	Muy buena	\$1,397.00	Tarjeta de debito	En tienda	1 día
Escritorio 1.20x1.20	Office Depot	Sucursal Puerta Texcoco	Muy buena	\$1,999.87	Tarjeta de debito	En tienda	1 día
Silla secretarial Operativa Onof respaldado malla oficina	Office Depot	Sucursal Puerta Texcoco	Muy buena	\$809.04	Tarjeta de debito	En tienda	1 día
Silla tipo piel	Office Depot	Sucursal Puerta Texcoco	Muy buena	\$1,999.00	Tarjeta de debito	En tienda	1 día

TOP NY		Texcoco			debito		
Tinta de impresora	Office Depot	Sucursal Puerta Texcoco	Muy buena	\$2,449.00 c/u	Tarjeta de debito	En tienda	1 día
Teléfonos Inalámbrico Panasonic	Office Depot	Sucursal Puerta Texcoco	Muy buena	\$1,467.00 contiene 3 teléfonos	Tarjeta de debito	En tienda	1 día
Bote de basura Sablón rectangular (negro 12 l)	Office Depot	Sucursal Puerta Texcoco	Muy buena	\$69.87	Tarjeta de debito	En tienda	1 día
Bote de basura Office Depot Premium (cromo 20 l)	Office Depot	Sucursal Puerta Texcoco	Muy buena	\$399.00	Tarjeta de debito	En tienda	1 día
Bote de basura "Tacho" para 135	Wal-Mart	Sucursal Texcoco	Muy buena	\$440.00	Tarjeta de debito	En tienda	2 a 3 horas

Litros							
Rack de Acero uso rudo 318 Kg con repisa	Wal-Mart	Sucursal Texcoco	Muy buena	\$2,790	Tarjeta de debito	En tienda	2 a 3 horas
Guantes de Látex Industriales grandes	Uline.mx	Carr. Miguel Alemán KM 21 #6 Prologis Park Apodaca, N.L. México	Muy buena	\$189.00 Caja con 100 pzs.	Transferencia Bancaria	Envió incluido en el precio	2 a 4 días
Cofias de Polipropileno 21" Blancas	Uline.mx	Carr. Miguel Alemán KM 21 #6 Prologis Park Apodaca, N.L. México	Muy buena	\$188.00 Caja con 100 pzs	Transferencia Bancaria	Envió incluido en el precio	2 a 4 días

Fuente: Elaboración propia con base a la información obtenida de páginas de internet oficiales de proveedores mencionados en la tabla y visitas a distintos establecimientos, 2019.

### 2.3.6. Análisis de factores clave para el éxito.

Para determinar los factores clave para el éxito de la empresa se realizó la matriz FODA denominada así por las iniciales de sus cuatro componentes; Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Alcaraz (2011) la define como... *“Es una herramienta que ayuda a la valoración de la viabilidad actual y futura de un proyecto; es un diagnóstico que facilita la toma*

de decisiones.” (p.58). Se divide de la siguiente manera; las fortalezas y debilidades conforman la parte interna de la empresa mientras que las oportunidades y amenazas dependen de factores externos a ella.

Es indispensable analizar de manera correcta los factores, ya que una vez elaborada la matriz FODA se toman estrategias posteriores para lograr un mejoramiento continuo de la empresa, en cuanto a los factores internos es fundamental tener presente que las fortalezas; son algo que se posee o bien que hace crear cierta rivalidad con los competidores dando una superioridad o ventaja competitiva mientras que una debilidad es una limitación o bien carencia que causa problemas y que impide crear valor para los grupos de interés.

Por otro lado, tenemos los factores externos; la empresa “Tutoriales Envasados” busca entender el mundo cambiante que la rodea viendo hacia el exterior identificando las oportunidades y aquellas amenazas que se presentan como son los cambios en el entorno que puede afectar negativamente para así crear estrategias ante posibles contingencias que se podrían presentar en un futuro.

En la tabla 21 se indican los factores que contribuyen en el desarrollo competitivo o por el contrario retrasa la evolución ascendente de la empresa.

*Tabla 21. Matriz FODA de la empresa.*

<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mujeres con necesidad de cuidar su rostro.</li> <li>• Amplio mercado.</li> <li>• Aceptación en el mercado.</li> <li>• Posicionamiento en el mercado.</li> <li>• Salida o retiro de un competidor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de control en la caducidad de los productos.</li> <li>• Competencia futura o potencial de algún agente consolidado en el mercado del cuidado facial.</li> <li>• Cambio de clima.</li> </ul>

<p>del mercado.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Excelente imagen.</li> <li>• Crecimiento en el mercado.</li> <li>• Aumento de la demanda y por tanto en ventas.</li> <li>• Recomendaciones del producto por parte de Influencers.</li> <li>• Retroalimentación constante con los clientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Costumbres de la sociedad.</li> <li>• Experiencia de la competencia.</li> <li>• Desconfianza de los clientes al ser un nuevo producto.</li> <li>• Fuerte competencia.</li> <li>• Entrada de un nuevo competidor.</li> <li>• Aumento en los insumos.</li> <li>• Disminución de la demanda y en ventas.</li> <li>• Poca accesibilidad de los productos en sectores alejados.</li> <li>• Dificultad para generar conciencia de marca como empresa nueva.</li> <li>• Desconfianza de la sociedad a realizar pedidos por internet.</li> <li>• Fidelidad de clientes hacia la competencia.</li> <li>• Tiempos de entrega del producto.</li> <li>• Dependencia por parte de la compañía de paquetería.</li> </ul>
<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Costos accesibles.</li> <li>• Kit práctico y sencillo de usar.</li> <li>• Campañas de marketing y publicidad adecuadas.</li> <li>• Responsabilidad y compromiso con los clientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de capital propio.</li> <li>• Ser nuevo en el mercado, lo cual implica desconocimiento por parte de los clientes potenciales.</li> <li>• Capacidad de incrementar</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• La empresa tiene valores éticos y morales, así como sus principios competitivos y ganas de liderar el mercado.</li> <li>• Los kits son elaborados de acuerdo con las necesidades de cada piel.</li> <li>• Productos de calidad.</li> </ul>	<p>esfuerzos en el marketing de otros participantes en el sector para contribuir a incrementar el mercado general.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vender kits en vez de una pieza.</li> <li>• Dependencia tecnológica para difundir el producto.</li> <li>• La caducidad de los ingredientes utilizados.</li> </ul>
---	---

Fuente: Elaboración propia con base a información extraída de las encuestas y observación, 2019.

### **2.3.7. Plan de Mercadotecnia**

Para dar a conocer el producto es indispensable aplicar un plan de mercadotecnia el cual, se presentará a continuación analizando la mezcla de marketing por medio de las 4P.

#### **2.3.7.1. Mezcla de Producto**

*Funcionalidad y calidad:*

Cada kit estará destinado para todo tipo de piel, de igual manera están elaborados de manera tradicional buscando calidad, en cuanto a los proveedores de insumos utilizados como en el producto, servicio, videos y publicidad que se implementará.

Su funcionalidad es brindar la practicidad en la obtención de los productos necesarios para realizar una mascarilla casera, al mismo tiempo la preparación y tips de utilidad por medio de un videotutorial. Cabe destacar que el ingresar al video será muy sencillo ya que cada etiqueta del producto traerá su código QR que enlaza directamente a la página oficial donde se encuentran todos los videos y en específico el de ese kit que está utilizando.

*Aspecto:*



Los ingredientes vienen integrados en frascos de vidrio con tapa de aluminio envasados al vacío, en bolsas de plástico en caso de los pétalos de rosa y cada uno con su respectiva etiqueta indicando la marca, cantidad de producto, el código QR para acceder a los videos o bien página web de la empresa y el número progresivo del ingrediente para facilitar la preparación.

*Opciones:*

Existe una amplia gama en cuanto a los kits de mascarillas para el cuidado de la piel ya que cada uno satisface una necesidad diferente, sin embargo, se empezará por producir solo tres kits que son; mascarilla exfoliante, mascarilla purificante y mascarilla agua de rosas.

*Etiqueta:*

Según GS1 México para la distribución del producto vía online no es necesario generar un código de barras.

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

*Marca:*

“Tutoriales Envasados” es del tipo de marca mixta ya que tiene la combinación de elementos denominativos y varios elementos gráficos.

Como se mencionó anteriormente en el marco legal se realizará el registro de la marca en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) con el logotipo representativo.

*Eslogan:*

“Productos naturales al cuidado de tu piel”

*Empaque y Embalaje:*

Para su distribución se empaquetan en bolsas de plástico burbuja y en una caja de cartón reciclado de 5” largo por 3” ancho y 3” de alto cada una tiene impreso el

logotipo de la empresa, cada empaque contiene de 2 a 4 envases de acuerdo a los ingredientes que se necesita.

Al ser enviados por paquetería esta pide que al momento de ser recogidos los productos en la empresa deben colocarse en una bolsa y respectiva etiqueta que ellos envían al correo electrónico “Tutoriales Envasados” es quien se encarga de imprimirla y pegarla, dicha etiqueta lleva los datos necesarios para realizar el envío como; remitente, dirección, tiempo estimado de entrega y los códigos de barras destinados por la empresa de paquetería en este caso DHL.

#### *Tamaños:*

Los ingredientes están pesados a manera que duren un mes de aplicación considerando el uso recomendable de las mascarillas es de 1 vez por semana. Las medidas varían dependiendo el kit de mascarilla, pero en general se utilizan frascos de 110 gramos, 200 mililitros y en caso de los pétalos de rosa en bolsas de 4x6”.

#### *Respaldo y Garantía*

Se ofrecen beneficios adicionales para garantizar la satisfacción total del cliente en este caso es la garantía de devolución de la mercancía en caso de que no cumpla con las expectativas. Y la garantía de compra protegida, es decir, que una vez realizado el pago la empresa se hace responsable de que el producto llegue al cliente.

### **2.3.7.2. Mezcla de Plaza**

#### *Identificación de los canales de distribución:*

- Envíos: El cliente realiza su pedido en línea desde la página web de “*Tutoriales Envasados*”, los cuáles serán enviados por una empresa de paquetería.
- Publicidad digital: Se contacta a los clientes con el uso de publicidad digital; imágenes, GIF, videotutoriales, videos de tips, videos cortos en redes sociales.
- Canal de YouTube: Los videos se publicarán en un horario de 13:00 a 15:00 horas considerando que los clientes tienen tiempo muerto en ese lapso, es

decir, se encuentran sin realizar actividades de su día y es cuando suelen utilizar su dispositivo móvil al considerar esto es más potencial que accedan a ver el video.

*Logística para implementar:*

Para determinar la logística de envío de productos se toma la decisión de hacerlo por medio de un servicio de paquetería considerando las ventajas que son; poder adquirir diversas ofertas que lanza la empresa de paquetería, solamente se paga el servicio que se demanda, los precios son económicos por la guerra de tarifas, se puede seleccionar entre varias empresas eligiendo la que mejor se adecue a las necesidades de “Tutoriales Envasados”, se cubre todo el territorio nacional y por último, se reducen gastos que se tendrían al contratar el personal para la entrega, el alquiler de transporte, etc.

Una vez elegida esta opción para seleccionar la empresa de paquetería se toman en cuenta diversos factores que se muestran a continuación:

*Figura 9. Variables requeridas para la cotización.*



Fuente: Elaboración propia, 2019.

Se considera Yucatán como el estado a enviar un producto debido a que es uno de los estados más alejados, es decir, que se encuentra en frontera con otro país y al ser el Estado de México donde se encontrará “Tutoriales Envasados” se podría decir que se encuentra en la zona centro del país y por tal motivo, se toma esta referencia ya que el costo de envío en el servicio de paquetería es el más alto que se podría alanzar durante un pedido.

*Tabla 22. Cuadro comparativo cotización de envío particular y empresarial.*

EMPRESA DE PAQUETERÍA	PARTICULAR	EMPRESARIAL
DHL	\$290.71	\$72.67
FedEx	\$197.10	\$185.36

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de llamadas realizadas y páginas oficiales de las empresas DHL y FedEx, 2019.

Para tomar una decisión de que paquetería es más favorable, se compararon dos empresas que es FedEx y DHL, tomando como opción su envío económico de 5 días de entrega. En este caso se consideraron los programas que tienen dichas paqueterías para apoyo a las Pequeñas y Medianas Empresas que son; el Programa para PyMES de DHL y FedEx centro para PyMES, los cuales consideran volumen y constancia de envíos de las empresas para poder participar en dicho programa, por lo tanto, ya fue consultado cada uno de ellos para “Tutoriales Envasados”.

Una vez comprando todo lo anterior, se elige la opción del programa para PyMES de DHL ya que resulta ser el más favorable para la empresa debido a que genera un costo menor en el tiempo establecido, que a diferencia del programa de FedEx que el costo reduce si lo comparamos con el envío como particular, sin embargo, los volúmenes de etiquetas tienen duración de un mes y el costo es el mismo para

envíos a toda la República Mexicana, es decir, sigue siendo elevado comparado con el costo de DHL.

#### *Fases del Canal:*

- **Constancia:** Al realizar las publicaciones en redes sociales y principalmente en YouTube.
- **Evaluación:** Una vez que el cliente tenga el kit de “*Tutoriales Envasados*” y este a punto de ser utilizado, se genera un tipo de evaluación para poder saber el grado de satisfacción y experiencia que ha originado ante las expectativas del consumidor. Se verá reflejado en los comentarios de la página web, cuenta de mercado libre y redes sociales de la empresa.
- **Compra:** Cuando el cliente requiera un kit pueda hacer el pedido por internet.
- **Entrega:** Constante revisión en los tiempos de entrega ya que se trabajará con un servicio de paquetería.
- **Postventa:** En el momento de hacer la compra del kit de belleza, se ofrecerá el videotutorial y tips de belleza al visitar la página web y/o canal de YouTube de la empresa.
- **Retroalimentación:** En las redes sociales de la empresa se pueden observar los comentarios de los clientes, lo cual será de utilidad para ellos y la empresa.

#### *Cobertura*

Su distribución abarca todos los estados pertenecientes a la república mexicana.

#### *Localización*

Se encuentra en el municipio de Los Reyes la Paz, Estado de México.

### **2.3.7.3. Mezcla de Promoción**

#### *Publicidad en redes sociales.*

*Canal de YouTube:* Crear el canal de YouTube de “*Tutoriales Envasados*” para difundir los videos de tips para el cuidado de la piel y tutoriales.

*Página en Facebook:* Crear una página en la red social de Facebook para alcanzar un total de 1,000 seguidores en un mes.

*Cuenta de Instagram:* Publicar videos cortos e imágenes en Instagram anunciando el producto para impactar al usuario y lograr que se vaya familiarizando con él, con un alcance de 100 seguidores por semana.

*Cuenta en Pinterest:* Crear una cuenta en Pinterest para ganar visibilidad de la marca por medio de la creación de pines e imágenes innovadoras.

*Página Web:* Crear la página oficial para la marca “Tutoriales Envasados”, donde se incluirán los enlaces a las demás redes sociales la empresa, así mismo tener visible la historia, valores, misión, visión y productos. En la página se colocará un espacio con las características necesarias para identificar el tipo de piel.

*Publicidad digital.*

Tabla 23. Especificaciones de publicidad digital para redes sociales.

### **PUBLICIDAD DIGITAL EN REDES SOCIALES**



#### **MENSAJE DE PUBLICIDAD**

**Gráfico** Publicidad compartida en redes sociales de la empresa

**Elementos del texto** “Productos naturales al cuidado de tu piel”

<b>Atractivo de publicidad</b>	Logotipo de la empresa e iconos de redes sociales que inducen a seguir las redes sociales de la empresa.
<b>Plataforma de texto</b>	Influir en la necesidad de tener cuidados de la piel.
<b>Beneficios clave para el consumidor</b>	Tener una piel saludable
<b>Personalidad imagen del producto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguridad</li> <li>• Confianza</li> </ul>

---

*ELEMENTOS DE ARTE*

---

<b>Atractivos Visuales</b>	Fotografía del rostro de una mujer con flor de color rosa, dándole un toque de delicadeza y cuidado.
----------------------------	--

---

*PLATAFORMA DE ARTE*

---

<b>Lay Out</b>	El logotipo se encuentra en el centro a la derecha, mientras que el atractivo visual fue posicionado en la parte izquierda, eslogan de la marca en la parte superior derecha, texto que induce a seguimiento en redes sociales en el centro de la parte inferior y las redes sociales debajo con posicionamiento hacia la derecha.
<b>Diseño</b>	Foto publicada en las distintas redes sociales
<b>Estilo de Ilustración</b>	El anuncio publicitario es fresco y delicado debido a que es principalmente dirigido al público femenino.

---

*ELEMENTOS DE PRODUCCIÓN*

---

<b>Color</b>	Rosa, Verde, Negro, Blanco, Marrón, Salmón
<b>Tamaño</b>	Ancho: 328 px, Alto: 315 px

---

*VALORES DE PRODUCCIÓN BUSCADOS*

---

<b>Tipografía</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gotham Black</li> <li>• Calibri</li> </ul>
<b>Fotografía</b>	Angulo de frente

Fuente: Elaboración propia.

*Ventas:* Serán realizadas a través de pedidos vía internet y una vez que el producto se encuentre en las manos del cliente, este se dirigirá al código QR con su celular para que sea direccionado a la página web o bien canal de YouTube de “Tutoriales Envasados” donde podrá visualizar la preparación y aplicación correcta del producto.

*Promoción de ventas:* Se realizará una campaña de publicidad por el lanzamiento del producto que consta en contactar YouTubers e Influencers de redes sociales como Instagram y Facebook con un promedio de 70,000 seguidores o bien suscriptores regalándoles un kit para que muestren y den su opinión sobre el producto a sus seguidores. Se darán 20 kits durante un periodo de 6 meses buscando que sean de diferentes estados de la república mexicana.

Así mismo, para los pedidos locales que incluye los municipios de Chimalhuacán, Nezahualcóyotl, La Paz, Chicoloapan y Texcoco dependiendo de la frecuencia de compra en ocasiones podrán tener la promoción de sin gasto de envío.

#### **2.3.7.4. Mezcla de Precio**

*Determinación del precio.*<sup>14</sup>

Se realizó una fijación de precio por costos y margen, que consiste en la suma de los costos que intervienen al elaborar el producto la fórmula es la siguiente:

*Costo Unitario= Materia Prima e insumos + Mano de Obra + Costos de Producción + Costos de Distribución*

Una vez que se ha determinado el costo unitario de cada producto en este caso para; Kit 1: Mascarilla Exfoliante, Kit 2: Mascarilla Purificante y Kit 3: Agua de Rosas se suma un margen de utilidad que se piensa ganar del producto en este caso se determinó una utilidad del 25% y la fórmula es la siguiente:

$$\text{Precio con margen} = \frac{\text{Costo Unitario}}{(1 - \text{Utilidad deseada por las ventas})}$$

---

<sup>14</sup> Kotler, P., Keller, K. (2012). Desarrollo de estrategias y programas de precios. México: Person



Para facilitar la fijación de precios, se hizo por medio de fórmulas en Excel y dando como resultado la tabla que se muestra a continuación:

*Tabla 24. Determinación del precio de productos.*

<b>CONCEPTO</b>	<b>KIT 1</b>	<b>KIT 2</b>	<b>KIT 3</b>
Materia Prima	\$62.64	\$58.00	\$86.55
Mano de Obra	\$76.58	\$76.58	\$76.58
Costo de Producción	\$6.77	\$6.77	\$6.77
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$145.99</b>	<b>\$141.35</b>	<b>\$169.90</b>
% de utilidad	0.75	0.75	0.75
25%	\$109.49	\$106.01	\$127.43
<b>Precio de Venta sin Distribución</b>	<b>\$255.48</b>	<b>\$247.36</b>	<b>\$297.33</b>
Costos de Distribución	72.67	72.67	72.67
<b>Precio de Venta con Distribución</b>	<b>\$328.15</b>	<b>\$320.03</b>	<b>\$370.00</b>

Fuente: Elaboración propia.

El producto será ofrecido en los precios que se muestran en la tabla anterior, como se observa existe un apartado que dice sin costo de distribución esto es debido a que los gastos de envío varían de acuerdo con la ubicación a donde será enviado y la cercanía con la empresa. En el apartado que incluye los costos de distribución se consideró al realizar un envío al Estado de Yucatán por las razones que anteriormente ya se mencionaron en el apartado de plaza.

Si bien por el momento la empresa se dedicará al mercado centrado en la mujer, uno de los propósitos principales es crecer en otros mercados y con ello, poder crear nuevas líneas de productos.

*Descuentos:* En la compra de tres kits de “Tutoriales Envasados” se aplica un 30% de descuento en el tercer kit, será aplicado únicamente por el periodo de lanzamiento e introducción del producto.

*Periodo de pago:* Al momento de realizar el pedido con garantía de compra protegida.

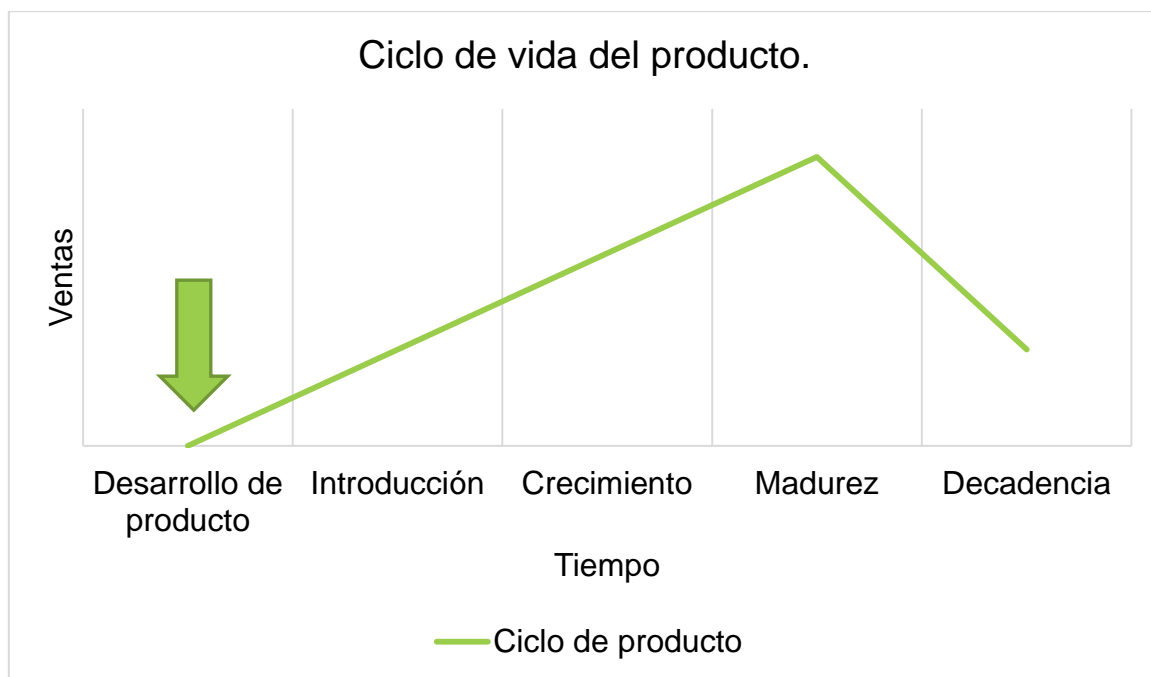
### 2.3.8. Ciclo de vida del producto.

Para determinar el ciclo de vida en el que se encuentra el producto se tomó como referencia el libro de Kotler, que nos dice que el ciclo consta de 5 fases; desarrollo de producto, introducción, crecimiento, madurez y decadencia.

Actualmente el producto de “Tutoriales Envasados”; se encuentra en la primera etapa que es desarrollo del producto ya que al elaborar el plan de negocios se pretende crear el producto, una vez que la empresa comience la producción y distribución, se encontrará en la segunda fase la de introducción ya que será un nuevo producto en el mercado se buscará ir ascendiendo en el ciclo hasta lograr la fase de madurez y seguir o bien crear estrategias para permanecer allí.

Se tiene un estimado en tiempo para cada una de las etapas; en cuanto a la fase de desarrollo se tomará un tiempo de 6 a 8 meses, una vez que el producto sea introducido al mercado se pretende durar en esta fase 4 años y a partir del 5to año se colocará en la fase crecimiento permaneciendo allí un estimado de 5 años para así lograr a los 10 años de creación la empresa se encuentre en la fase de madurez.

Gráfico 4. Ciclo de vida del producto.



Fuente: Elaboración propia con información de Kotler, 2003.

### **2.3.9. Imagen Corporativa**

#### *2.3.9.1. Branding*

La imagen corporativa es un factor de suma importancia para el reconocimiento del negocio, si la identidad corporativa atrae la atención, es fácil de comprender, logra expresar credibilidad y confianza, entonces será fácil de posicionar en el mercado.

Tomando en consideración estas cuestiones se presenta el manual de identidad corporativa de “Tutoriales Envasados”.

#### *2.3.9.2. Objetivos*

- Crear y definir la identidad corporativa de “Tutoriales Envasados”, para proyectar una nueva imagen, logrando el reconocimiento ante el target deseado.
- Proyectar confianza, visibilidad, compromiso y establecer lazos de comunicación entre el público y el encargado de ventas y mercadotecnia para satisfacer las necesidades del cliente.
- Crear un sentido de pertenencia por parte de todos los empleados y clientes de “Tutoriales Envasados” a través del establecimiento de un logotipo único y su respectivo sistema de identificación estable.

#### *2.3.9.3. Naming*

El naming o bien nombre de la marca es “Tutoriales Envasados” con el logotipo que será utilizado en lo sucesivo en sus diferentes formas y aplicaciones, es el siguiente:

Figura 10. Logotipo de la empresa.



Fuente: Elaboración propia.

#### 2.3.9.4. *Fundamentación del símbolo*

El logotipo se crea para tener un mayor reconocimiento del negocio “Tutoriales Envasados” utilizando elementos que representen la esencia del producto y servicio que ofrece la marca, con ello se busca que exista una clara relación entre el logotipo, empresa y clientes.

El logotipo está conformado por hojas en color verde que representan la forma y consistencia natural de cada uno de los ingredientes que conforman cada kit dependiendo el tipo de mascarilla.

El triángulo que se tiene de fondo representa el servicio que brinda, es decir, los videotutoriales por medio que se darán instrucciones de usos de cada mascarilla, recomendaciones a los clientes logrando tener cercanía con las o los clientes.

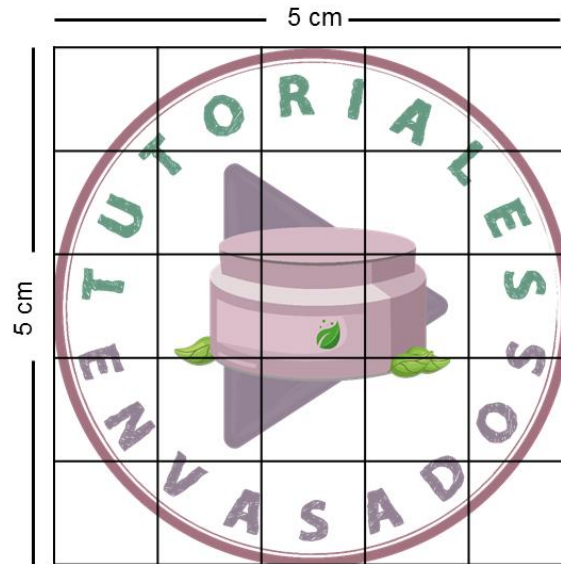
La figura de envase que se ubica en el centro del logotipo sobre el triángulo hace alusión a cada uno de los envases que conforman cada kit, éstos con sus respectivos ingredientes naturales.

El círculo de color rosa se utiliza para englobar todos y cada uno de los símbolos del logotipo, de esta manera se integran dando un toque de delicadeza.

#### 2.3.9.5. *Retícula*

Para facilitar la comprensión de cómo está construido el logotipo y proporcionar una herramienta que facilite su manejo y reproducción, a continuación, se proporciona una retícula que especifica la relación de sus proporciones.

*Figura 11. Retícula logotipo de la empresa.*



Fuente: Elaboración propia.

#### *2.3.9.6. Color y Texto*

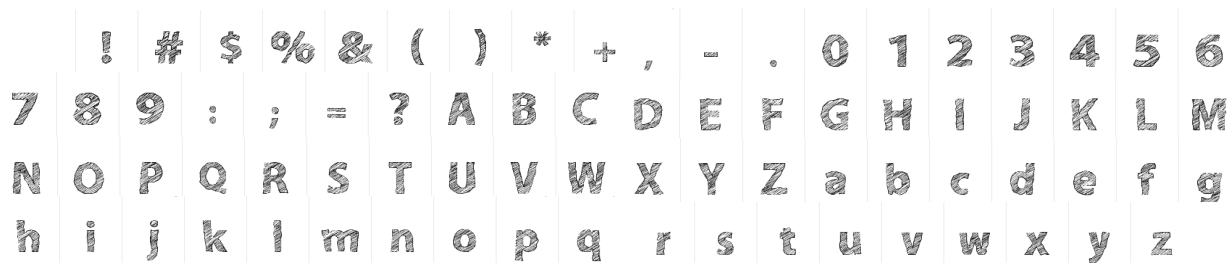
Iniciando el color verde, el texto “Tutoriales” y las hojas que representan salud, tranquilidad y tienen una gran afinidad con la naturaleza lo que hace alusión a la materia prima que será utilizada, que son ingredientes naturales y aportarán grandes beneficios en la piel facial.

El color rosa representado en el triángulo, envase, texto de “Envasados” y el círculo representa la delicadeza de la mujer, también darle importancia al sentido por el bienestar de su piel y su apariencia física.

Por último, el texto de “Tutoriales” refiriéndose a los videotutoriales que ofrece la marca y “Envasados” como mención a los envases que contendrán los ingredientes de las mascarillas.

#### *2.3.9.7. Tipografía*

## A bit Sketchy



## TUTORIALES ENVASADOS

### 2.3.9.8. Versiones

El logotipo de “Tutoriales Envasados” podrá utilizarse en las siguientes versiones:

#### 2.3.9.8.1. Versión original.

*Figura 12. Versión original del logotipo.*



Fuente: Elaboración propia.

Se utilizará en cualquier tamaño, siempre conservando las medidas a escala proporcional a la retícula 5cm x 5cm y por lo tanto el nombre “Tutoriales Envasados” sea legible y los símbolos utilizados sean visibles.

#### 2.3.9.8.2. Aplicación en escala de grises.

*Figura 13. Versión en escala de grises del logotipo.*



Fuente: Elaboración propia.

#### 2.3.9.8.3. Aplicación en transparencia o marca de agua.

*Figura 14. Versión marca de agua del logotipo.*

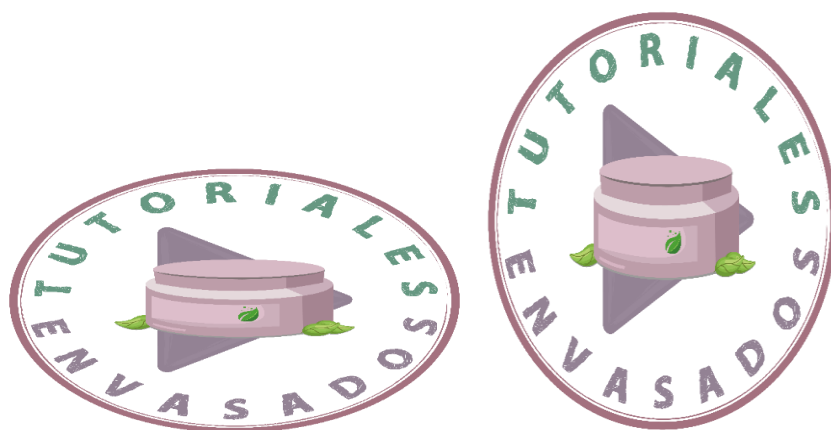


Fuente: Elaboración propia.

#### 2.3.9.8.4. Usos incorrectos.

- No es correcto deformar de ninguna manera el grafismo ni el texto del logotipo.
- Las especificaciones sobre proporciones de los elementos y las relaciones entre sí están consideradas en este manual.
- No se permite cambiar las dimensiones del logotipo o deformarlo, condensarlo vertical u horizontalmente.

*Figura 15. Usos de proporciones incorrectos del logotipo.*

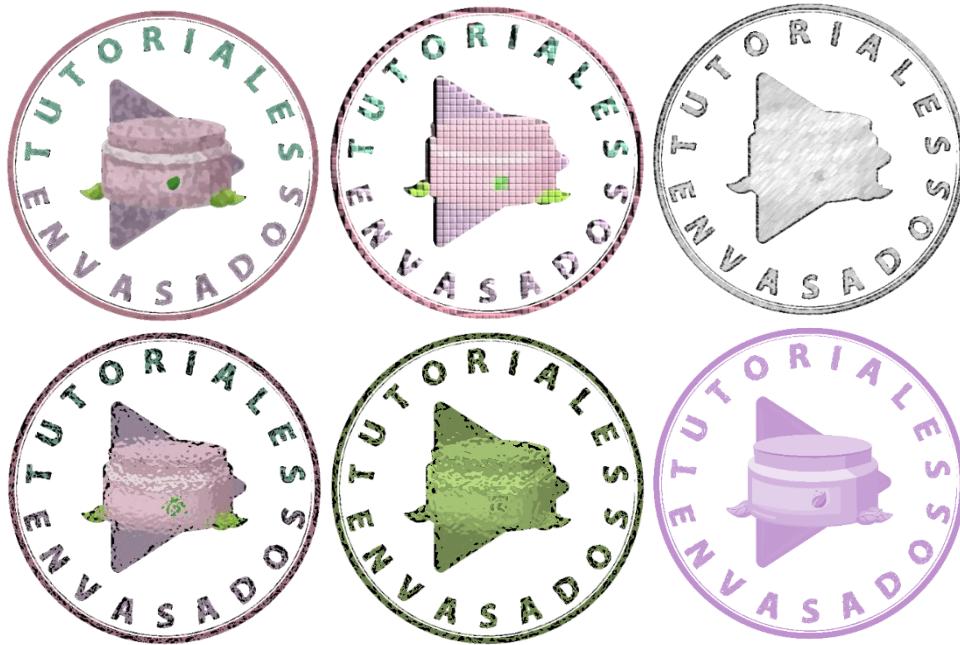


Fuente: Elaboración propia.

No se permite delinear el logotipo, ni utilizarlo en líneas sin color ni hacer uso del logotipo con ningún tipo de relleno de patrón o relleno de textura.



Figura 16. Uso de rellenos incorrecto de logotipo.



Fuente: Elaboración propia

#### 2.3.9.8.5. Aplicaciones

TARJETA DE PRESENTACIÓN:

Figura 17. Tarjeta de presentación.



Fuente: Elaboración propia.

### 2.3.10. Proyecciones de ventas y costos de ventas.

Para realizar la proyección de ventas estimadas que tendrá la empresa se consideran factores en cada mes que podrían generar aumento o bien disminución de ventas. Al mismo tiempo se determina el costo de ventas por cada producto o bien kit.

Tabla 25. Proyecciones de ventas.

VENTAS MENSUALES KIT 1. MASCARILLA EXFOLIANTE														
\$ 328.15	Unid ades	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	ANUA L
Ideal	352	\$115,509.68	115,532.68	115,559.68	115,653.68	115,663.68	115,609.68	115,529.68	115,527.68	115,528.68	115,718.68	115,543.68	115,809.68	\$1,387,187.16
Real	343	\$112,556.31	112,579.31	112,606.31	112,570.31	112,710.31	112,656.31	112,576.31	112,574.31	112,575.31	112,765.31	112,590.31	112,856.31	\$1,351,616.69
Pésima	150	\$49,222.88	49,245.88	49,272.88	49,236.88	49,376.88	49,322.88	49,242.88	49,240.88	49,241.88	49,431.88	49,256.88	49,522.88	\$591,615.50

Fuente: Elaboración propia con base a conocimientos sobre la oferta y demanda del producto e información obtenida de Alcaraz, 2011. Continúa abajo.

Tabla 25. Proyecciones de ventas Continuación.

VENTAS MENSUALES KIT 2. MASCARILLA PURIFICANTE														
\$ 320.03	Unid ades	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	ANUA L
Ideal	352	\$112, 651.4 4	112,6 74.44	112,7 01.44	112,6 65.44	112,8 05.44	112,7 51.44	112,6 71.44	112,6 69.44	112,6 70.44	112,8 60.44	112,6 85.44	112,9 51.44	\$1,352, 758.28
Real	343	\$109, 771.1 5	109,7 94.15	109,8 21.15	109,7 85.15	109,9 25.15	109,8 71.15	109,7 91.15	109,7 89.15	109,7 90.15	109,9 80.15	109,8 05.15	110,0 71.15	\$1,318, 194.77
Pésima	150	\$48,0 04.88	48,02 7.88	48,05 4.88	48,01 8.88	48,15 8.88	48,10 4.88	48,02 4.88	48,02 2.88	48,02 3.88	48,21 3.88	48,03 8.88	48,30 4.88	\$576,9 99.50

Fuente: Elaboración propia con base a conocimientos sobre la oferta y demanda del producto e información obtenida de Alcaraz, 2011. Continúa abajo.

Tabla 25. Proyecciones de ventas Continuación.

VENTAS MENSUALES KIT 3. MASCARILLA AGUA DE ROSAS														
\$	Unidades	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	ANUAL
370.00														L
Ideal	352	\$130,238.24	130,261.24	130,288.24	130,252.24	130,392.24	36,999.50	130,258.24	130,256.24	130,257.24	130,447.24	130,272.24	130,538.24	\$1,470,461.14
Real	343	\$126,908.29	126,931.29	126,958.29	126,922.29	127,062.29	127,008.29	126,928.29	126,926.29	126,927.29	127,117.29	126,942.29	127,208.29	\$1,523,840.42
Pésima	150	\$55,499.25	55,522.25	55,549.25	55,513.25	55,653.25	55,599.25	55,519.25	55,517.25	55,518.25	55,708.25	55,533.25	55,799.25	\$666,932.00

Fuente: Elaboración propia con base a conocimientos sobre la oferta y demanda del producto e información obtenida de Alcaraz, 2011.

Tabla 26. Proyecciones costo de venta.

COSTO DE VENTAS MENSUALES KIT 1. MASCARILLA EXFOLIANTE														
\$ 218.66	Unid ades	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	ANUA L
Ideal	352	\$76,9 68.32	76,99 1.32	77,01 8.32	76,98 2.32	77,12 2.32	77,06 8.32	76,98 8.32	76,98 6.32	76,98 7.32	77,17 7.32	77,00 2.32	77,26 8.32	\$924,5 60.84
Real	343	\$75,0 00.38	75,02 3.38	75,05 0.38	75,01 4.38	75,15 4.38	75,10 0.38	75,02 0.38	75,01 8.38	75,01 9.38	75,20 9.38	75,03 4.38	75,30 0.38	\$900,9 45.56
Pésima	150	\$32,7 99.00	32,82 2.00	32,84 9.00	32,81 3.00	32,95 3.00	32,89 9.00	32,81 9.00	32,81 7.00	32,81 8.00	33,00 8.00	32,83 3.00	33,09 9.00	\$394,5 29.00

Fuente: Elaboración propia con base a conocimientos sobre la oferta y demanda del producto e información obtenida de Alcaraz, 2011. Continúa abajo.

Tabla 26. Proyecciones costo de venta Continuación.

COSTO DE VENTAS MENSUALES KIT 2. MASCARILLA PURIFICANTE														
\$	Unid													ANUA
214.02	ades	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	L
Ideal	352	\$75,3	75,35	75,38	75,34	75,48	75,43	75,35	75,35	75,35	75,54	75,36	75,63	\$904,9
		35.04	8.04	5.04	9.04	9.04	5.04	5.04	3.04	4.04	4.04	9.04	5.04	61.48
Real	343	\$73,4	73,43	73,45	73,42	73,56	73,50	73,42	73,42	73,42	73,61	73,44	73,70	\$881,8
		08.86	1.86	8.86	2.86	2.86	8.86	8.86	6.86	7.86	7.86	2.86	8.86	47.32
Pésima	150	\$32,1	32,10	32,15	32,11	32,25	32,10	32,12	32,12	32,10	32,31	32,13	32,40	\$386,0
		03.00	3.00	3.00	7.00	7.00	3.00	3.00	1.00	3.00	2.00	7.00	3.00	35.00

Fuente: Elaboración propia con base a conocimientos sobre la oferta y demanda del producto e información obtenida de Alcaraz, 2011. Continúa abajo.

Tabla 26. Proyecciones costo de venta Continuación.

COSTO DE VENTAS MENSUALES KIT 3. MASCARILLA AGUA DE ROSAS														
\$	Unidades	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	ANUAL
242.57														
Ideal	352	\$85,3 84.64	85,40 7.64	85,43 4.64	85,39 8.64	85,53 8.64	85,48 4.64	85,40 4.64	85,40 2.64	85,40 3.64	85,59 3.64	85,41 8.64	85,68 4.64	\$1,025, 556.68
Real	343	\$83,2 01.51	83,22 4.51	83,25 1.51	83,21 5.51	83,35 5.51	83,30 1.51	83,22 1.51	83,21 9.51	83,22 0.51	83,41 0.51	83,23 5.51	83,50 1.51	\$999,35 9.12
Pésima	150	\$36,3 85.50	36,40 8.50	36,43 5.50	36,39 9.50	36,53 9.50	36,48 5.50	36,40 5.50	36,40 3.50	36,40 4.50	36,59 4.50	36,41 9.50	36,68 5.50	\$437,56 7.00

Fuente: Elaboración propia con base a conocimientos sobre la oferta y demanda del producto e información obtenida de Alcaraz, 2011.

## 2.4. ESTUDIO TÉCNICO

### 2.4.1. Especificaciones técnicas del producto y servicio.

*Definición técnica del producto:* Kit para la elaboración de mascarilla casera que en su etiqueta incluye código QR, para direccionar al videotutorial de la preparación de la mascarilla y consejos de belleza o cuidado de la piel.

*Figura 18. Características físicas del producto.*



Fuente: Elaboración propia.

*Tabla 27. Materiales y contenido el producto.*

KIT 1. Mascarilla

KIT 2. Mascarilla

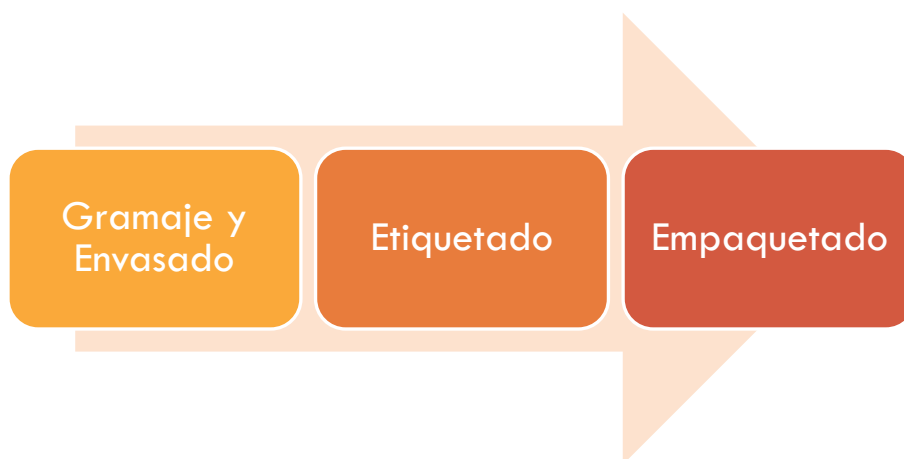
KIT 3. Agua de Rosas



Exfoliante	Purificante	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Frasco 110grs.</b></li> <li>• <b>Canela 34grs</b></li> <li>• <b>Avena 76grs</b></li> <li>• <b>Miel 200 ml</b></li> <li>• <b>Plástico burbujas 3"x5"</b></li> <li>• <b>Empaque Caja de 5x3x3"</b></li> <li>• <b>Impresión en la caja</b></li> <li>• <b>Etiqueta envase</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Frasco 200 ml</li> <li>• Frasco 110grs</li> <li>• Carbón Activo 15grs</li> <li>• Grenetina 45grs</li> <li>• Leche en polvo 50grs</li> <li>• Agua 150 ml</li> <li>• Plástico burbujas 3"x5"</li> <li>• Empaque caja de 5x3x3"</li> <li>• Impresión en la caja</li> <li>• Etiqueta envase</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Frasco 200 ml</li> <li>• Atomizador</li> <li>• Pétalos de rosa 200grs</li> <li>• Agua 180ml</li> <li>• 1 bolsa de plástico 4x6"</li> <li>• Plástico burbujas 3"x5"</li> <li>• Empaque caja de 5x3x3"</li> <li>• Impresión en la caja</li> <li>• Etiqueta envase</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

*Figura 19. Procesos de producción del producto.*

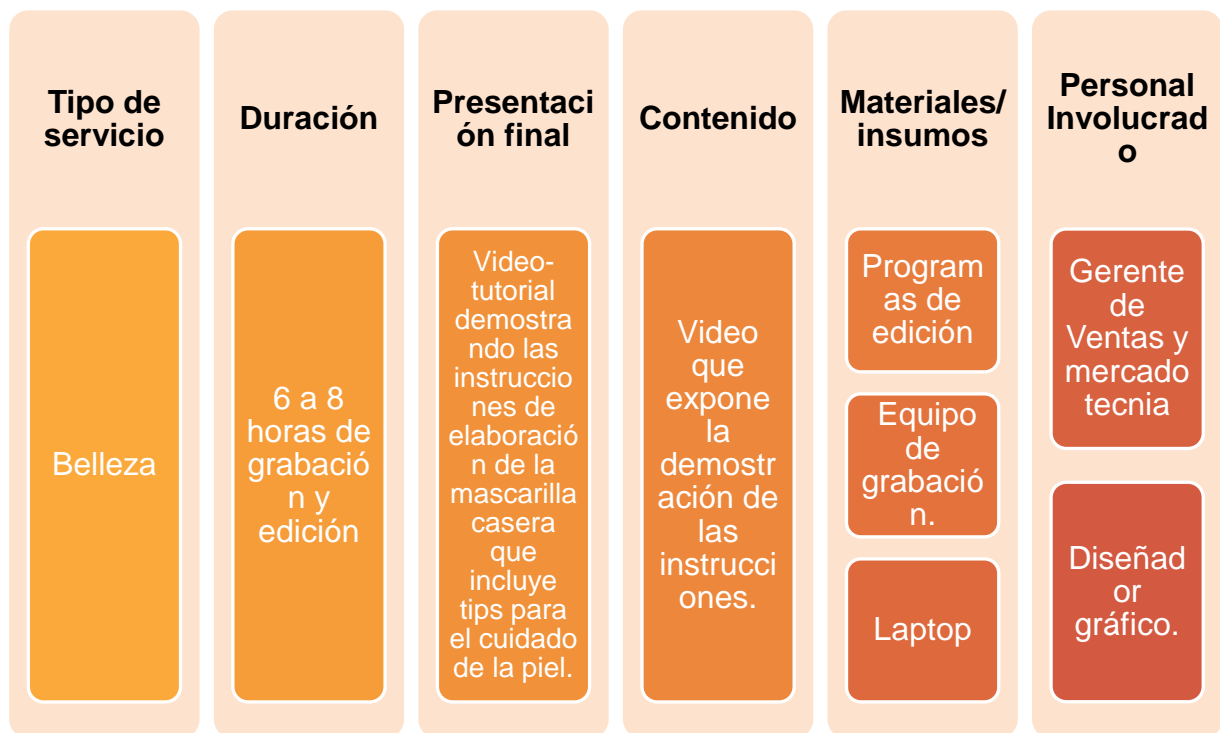


Fuente: Elaboración propia.

*Definición técnica del servicio:* Dar la demostración de las instrucciones de cada mascarilla por medio del canal oficial de YouTube de la marca.

*Características físicas:* Una vez que el cliente adquiere su kit “Tutoriales Envasados” en la etiqueta de este contiene un código QR que direcciona al videotutorial de la preparación de la mascarilla y consejos de belleza o cuidado de la piel.

Figura 20. Características del servicio.



Fuente: Elaboración propia.

#### 2.4.2. Especificaciones.

*De las características relevantes de su composición:* Cada kit contendrá los envases conforme a los ingredientes adecuados a cada necesidad que se requiera satisfacer, es decir, a la mascarilla correspondiente.

*De su presentación:* “Tutoriales Envasados” tendrá una presentación con características que expondrán la esencia de la personalidad del producto.

*De indicaciones relativas a su utilización y/o consumo:* En la etiqueta de cada envase traerá las instrucciones de manera resumida, así como un código QR que lleva en automático a la página oficial de la marca o bien videotutorial en YouTube de cómo se prepara el producto.

*De mediciones o cuantificaciones:* En el proceso de producción específicamente en el envasado y empaquetado del kit se verificarán las medidas o bien porciones de los ingredientes estén correctamente colocadas, conforme a la Norma Oficial Mexicana NOM-008-SCFI-2002, Sistema General de Unidades de Medida y Norma Oficial Mexicana NOM-002-SCFI-2011, "Productos Preenvasados-Contenido Neto-Tolerancias y Métodos de Verificación".

*Para su manipulación y/o transformación:* En este apartado la manipulación debe ser de manera cautelosa ya que el material con el que están envasados son frascos de vidrio, por ello, al ser empaquetados se colocan en bolsas de plástico burbujas y en una caja de cartón considerando el momento de traslado no sufra ningún accidente.

*De higiene:* Se garantiza tener las mascarillas fuera del polvo y la suciedad, toda su fabricación es bajo medidas estrictas para cuidar las cualidades de cada ingrediente, por esto mismo se consideró envasar al vacío para cuidar su durabilidad, de igual manera, se usarán guantes de látex, cubre bocas y red para el cabello todo el personal que se encuentre en el proceso de producción.

#### **2.4.3. Recursos necesarios y descripción de la maquinaria.**

En este apartado se da una breve descripción de la maquinaria y recursos necesarios para crear la empresa; que incluye para que serán utilizados y en donde estarán ubicados.

Tabla 28. Recursos necesarios y descripción de la maquinaria.

EQUIPO/ HERRAMIENTAS/ MATERIAL DE APOYO	DESCRIPCIÓN
<b>Máquina de vacío mediana</b>	La máquina de envase al vacío provee calidad y frescura al producto por un tiempo prolongado, previniendo la oxidación, moho, humedad, etc., esta se utiliza en el área de producción al momento de envasar los ingredientes.
<b>Selladora de calor con cortador</b>	Funciona perfecto al momento de sellar bolsas de plástico en este caso se utiliza para cerrar las bolsas donde irán los pétalos de rosa y al empaquetar los productos para sellar bolsas de plástico burbuja.  Su cortador integrado resulta ser práctico ya se sella y corta el exceso en un sólo paso.
<b>Báscula digital gramera</b>	Tiene una capacidad para pesar de 10 kilos y precisión de 1 gramo su calibración es automática, tiene sensor de alta precisión, función tara, puede pesar en distintas unidades gramos y onzas, por ello, será de gran utilidad al momento de pesar los gramos de cada ingrediente antes de envasarse. El instrumento también ayudará a realizar la medición de una manera más precisa y que cada envase lleve la

---

cantidad correcta.

**Laptop**

Herramienta que utilizará el área de Ventas y Mercadotecnia todos los días, así mismo el Diseñador Gráfico cuando así se requiera. Apoyándose en ella para realizar sus actividades laborales, transpórtala a cualquier lugar que deseen ya que cuando se editen los videotutoriales será requerido en ocasiones. Tiene las características técnicas apropiadas para el uso de las aplicaciones y programas que utilizaran del procesamiento de imágenes, videos, etc.

**Computadora de escritorio HP**

Serán dos computadoras para el uso del Gerente de Producción y otra para el área de Contabilidad y Finanzas el rendimiento del equipo es confiable al tener el procesador Intel Celeron, una gran cantidad de almacenamiento y diversos tamaños de pantalla IPS potencian su contenido y ofrecen una imagen apropiada. Por dicho almacenamiento y características técnicas es ideal para el soporte de programas y aplicaciones que serán utilizadas por los gerentes de las áreas mencionadas.

**Computadora de escritorio Dell** Será utilizada por el Gerente general

---

---

**Inspiron**

de la empresa ya que es ideal para realizar las actividades que su puesto requiere, pues tiene un procesador Intel Core i5-6400, cuenta con memoria RAM de 8GB y capacidad de disco duro de 1TB. Lo que permitirá almacenar la información necesaria de las distintas áreas de la empresa de manera ágil y eficaz.

**Cámara Canon EOS M50**

Esta será utilizada por el Diseñador Gráfico quien será el encargado de elaborar los videos que incluirán tutoriales y tips de belleza, así mismo, para tomar fotografías del producto las cuales utilizará para la publicidad digital. Por sus características técnicas la cámara cuenta con los pixeles apropiados para obtener una definición óptima.

**Impresora Multifuncional HP**

Será utilizada por el área administrativa de la empresa incluyendo todos los departamentos al ser multifuncional servirá para impresión, escaneo y copiado sus cartuchos son de tóner por lo que dura más tiempo y rinde el doble páginas.

**Teléfono Inalámbrico**

Se encuentran en las oficinas son tres en total que se ubican; uno en el escritorio del Gerente General, del Gerente de Contabilidad y Finanzas y

---

	el otro compartido por las áreas restantes. Serán utilizados para recibir y realizar llamadas telefónicas por motivos laborales.
<b>Embudo</b>	Un instrumento que facilita el relleno de cada envase evitando el desperdicio y derrame de materia prima.
<b>Juego de recipientes Bowls</b>	Se usarán al momento de grabar los videotutoriales, en ellos se verterán los ingredientes. Por su diseño de vidrio darán el toque elegante e higiénico que se busca dar a los videos.
<b>Juego de cucharas</b>	Este tipo de instrumento ayudará a verter y revolver los ingredientes cuando se estén grabando los videotutoriales.
<b>Toalla facial</b>	Artículo que ayudará a tener limpieza en el área de trabajo cuando algún producto sea derramado en el proceso de producción.
<b>Disparador Cámara Butterflyphoto Canon con Tripie</b>	Artículo que es parte de la caja de herramientas del Diseñador Gráfico quien utilizará este kit para mantener fija la cámara al grabar video y con ello mejorar su calidad.
<b>Set de Equipo Iluminación de Softbox</b>	Se encontrará en el área creativa ya que además de la iluminación contiene; telón de fondo Stand con tres

---

---

patas sólidas están hechas de aleación de aluminio, soportes seguros y rápidos que proporcionan ajuste de altura rápido, barra transversal se compone de tres palos distintos, que hace fácil ajustar el ancho, puede ser utilizado como soporte de la luz independientemente e incluye una bolsa para guardar fácilmente y transportar en caso de ser requerido todo lo anterior; será utilizado para crear los videos ya que brinda alta calidad en la grabación de los mismos.

**Escritorio minimalista moderno**

Especial para el Área Creativa, en el Diseñador Gráfico en conjunto del Gerente de ventas y mercadotecnia podrán trabajar y apoyarse las horas necesarias para la producción de los videos.

**Escritorio económico minimalista con repisas**

Ideal para las oficinas de los gerentes ya que, por su diseño práctico, vanguardista, cómodo y está especialmente diseñado para el ahorro de espacio dando un toque especial a las oficinas y al contar con tres niveles de repisas podrán colocar los documentos o material necesario para realizar su trabajo.

**Escritorio 1.20x1.20 arma fácil**

Por su forma en L; es ideal para la oficina del Gerente General de igual



---

manera cuenta con repisas para facilitar que el empleado realice su trabajo, de manera ordenada en un escritorio cómodo y práctico.

**Silla secretarial Operativa Onof respaldo malla oficina**

Ideal para las oficinas de los gerentes por su diseño práctico, ergonómico permite en poco espacio tener un sitio cómodo para trabajar durante una jornada entera y por su asiento acolchonado y suave dará una buena comodidad al estar sentado y un respaldo recubierto por una malla suave que te permite tener la espalda en una posición apropiada, además de contar con descansabrazos. Por último, tiene una altura ajustable gracias a su elevador hidráulico de entre 79 x 90 cm, patas con ruedas para mayor movilidad, mejora la eficiencia de trabajo y comodidad.

**Silla tipo piel TOP NY**

Estará ubicada en la oficina del gerente general al ser una silla tipo piel es el accesorio ideal para complementar el espacio de trabajo, porque ofrece máximo confort además de un estilo original y sofisticado, un respaldo con soporte lumbar que es perfecto para las extenuantes horas de trabajo, permitiendo explotar toda la energía al omitir el cansancio que

---

provocan los periodos largos al estar sentado, tiene apoyabrazos fijos ayudan a tener una mejor postura y una notable mejoría a la hora de escribir en equipos de cómputo, una resistente base giratoria que incorpora una estrella de 5 puntas con ruedas facilita la movilidad en el área de trabajo y se adapta al tamaño gracias a su ajuste neumático de altura.

**Bote de basura Sablón rectangular**

Se colocará uno en cada oficina de los gerentes para que de esta manera mantengan el área de trabajo limpia además de que; almacena sin complicaciones hasta 12 litros de residuos, tiene un diseño rectangular que se adapta a los espacios limitados, bordes tipo “asa” son convenientes, útiles para vaciar los desechos sin tocarlos y es de alta resistencia.

**Bote de basura Office Depot Premium**

Ubicado en la oficina del gerente general ideal para mantener el área de trabajo limpia; un accesorio de capacidad media, terminado lujoso y alta funcionalidad para todo tipo de lugar, resistente hechura con acabado de acero inoxidable se mantiene en excelente estado a pesar del uso y el tiempo, base plástica procura la conservación del piso, evitando

---

<b>Bote de basura Tacho</b>	<p>rayones o manchas permanentes, tiene interior plástico de fácil acceso para simplificar la limpieza, el vaciado del contenido, almacena hasta 20 litros de residuos orgánicos o inorgánicos, por su apariencia es impecable y estilizada para adaptarse a la oficina.</p> <p>Estará ubicado en el Área de Producción en él, se colocarán todos los residuos que se junten dejándolos listo para la recolección, cuenta con una tapa de plástico que ayudará a mantener encerrados los desagradables olores, tiene ruedas en la parte inferior para desplazarlo de forma más rápida y sencilla, sin la necesidad de estarlo cargando, cuenta con una capacidad hasta de 135 litros y está fabricado en plástico, material altamente resistente que te brinda una extensa durabilidad.</p>
<b>Rack de Acero uso rudo 318 Kg con repisa</b>	<p>Será ubicado en el Área de Producción servirá para ir colocando el producto ya terminado listo para ser enviado al cliente, es ideal para dicha función ya que al ser de acero inoxidable y contar con 6 niveles se mantendrá el producto seguro y el área ordenada.</p>
<b>Guantes de Látex Industriales</b>	<p>Utilizado por los empleados del Área de Producción para seguridad e</p>

---

---

higiene en la elaboración del producto; tiene puño reforzado para mayor resistencia, ajuste cómodo y precisión.

### **Cofias de Polipropileno**

Utilizado por los empleados del Área de Producción para seguridad e higiene en la elaboración del producto debido a que cubre completamente el cabello, es ligera, transpirable, tiene un calce cómodo y seguro para usar durante las jornadas laborales.

---

Fuente: Elaboración propia.

#### **2.4.4. Características técnicas de la maquinaria y equipo.**

Con respecto a la maquinaria y equipo a utilizar para elaboración de cada kit se requieren seguir las especificaciones que se muestra a continuación:

*Tabla 29. Características técnicas de maquinaria y equipo.*

Maquinaria/ Equipo	Especificaciones	
Máquina de vacío	Modelo	DZ400
	Voltaje	220V/60Hz
	Consumo	1.5 kw
	Barras de Sellado para cada Cámara	2
	Largo del Sellado	400 mm
	Ancho del Sellado	10 mm
	Material de la Cámara de Vacío	Acero Inoxidable
	Área de Sellado	400x320x80 mm

	Dimensiones	660x600x1050 mm
	Capacidad	1 a 4 Piezas/min
	Capacidad de la Bomba de Vacío	20 m3/hr
	Peso Neto	105 kg
Báscula digital gramera	Sensibilidad	1 gramo
	Tamaño de	235 x 165 x 35 mm
	Alimentación	2 baterías AA Recargables
	Plancha	140 mm diámetro
	Capacidad de peso	10000 gramos
	Función	Tara
	Calibración	Automática
	Unidades de pesado	Gramos/Onzas
Selladora de calor con cortador	Marca	Dilitools
	Modelo	PMS3020MC-1
	Tipo de selladora	Portátil
	Materiales de sellado	Empaquetar
	Largo de sellado	30 cm
	Ancho de sellado	2 mm
	Potencia	300 W
	Peso del producto	2.590 kg
	Corte	Cuchilla 5 cm
	Color	Azul
Laptop	Marca	HP
	Pantalla	14"
	Sonido	HD
	Velocidad del	2,6 GHz

	Procesador	
	Tamaño de la Pantalla	14 pulgadas
	WI-FI	Sí
	Bluetooth	Sí
	Contenido del Empaque	Equipo, cargador, manual de usuario
	HDMI	1
	Resolución	1366 x 768
	Garantía con Proveedor	12 meses
	Color	Rojo
	Procesador	AMD A6-9225 Dual-Core
	Capacidad de Almacenamiento	1 TB 5400 RPM SATA
	Tipo de pantalla	WLED
	Memoria RAM	8 GB DDR4-1866 de SDRAM (1 x 8 GB)
	Sistema Operativo	Windows 10 Home
	Tarjeta Gráfica	AMD Rodeón R4
	Webcam	HP TrueVision HD
	RJ-45	Sí
	USB 2.0	1
	USB 3.0	2
	Lector de Tarjetas	Sí, Múltiples formatos
	Batería	Hasta 6 hrs.
Computadora de escritorio	Marca	HP
	Modelo	All in One
	Monitor	19.5"
	Sistema operativo	Windows 10 Home 64
	Memoria, máxima	Ampliación posible a 8

		GB
	Ranuras de memoria	2 DIMM
	Memoria, estándar	4 GB de SDRAM DDR3L-1600 (1 x 4 GB)
	Memoria y almacenamiento	Memoria de 4 GB
	Almacenamiento HDD de 500 GB	
	Unidad óptica	DVD-writer
	Servicios en la nube	Dropbox
	Tipo de almacenamiento	Unidad de disco duro
	Descripción del disco duro	SATA de 500 GB, 7200 rpm
	Velocidad del procesador	2 GHz
	Familia de procesador	Procesador Intel® Celeron®
	Procesador	Intel® Celeron® J3355 (frecuencia base de 2 GHz, frecuencia de ráfaga de hasta 2,5 GHz, 2 MB de caché, 2 núcleos)
	Peso	4,4 kg
	Monitor	WLED HD+ de 19,5" en diagonal (1600 x 900)
	Gráficos	Gráficos Intel® HD 500
	Tipo de fuente de alimentación	Adaptador externo de alimentación de CA de 65 W

	Dimensiones mínimas (Al x P x Anc)	49.5 x 18.4 x 37 cm
Computadora de escritorio	Marca	Dell Inspiron
	Monitor	19"
	Unidad Óptica	DVD+/-RW
	Sonido	No
	Velocidad del Procesador	Hasta 3,70 GHz
	Micrófono integrado	Sí
	Tamaño de la Pantalla	19 pulgadas
	WI-FI	Sí
	Bluetooth	No
	VGA	Sí
	Contenido del Empaque	1 laptop, accesorios y manuales
	HDMI	Sí
	Resolución	1366 x 768
	Garantía con Proveedor	12 meses
	Color	Negro
	Procesador	Intel Core i5-6400
	Capacidad de Almacenamiento	1TB 7200 RPM
	Tipo de pantalla	LED
	Memoria RAM	8GB
	Sistema Operativo	Windows 10 Home
Tarjeta Gráfica	Intel HD 530	
Entrada Auxiliar 3.5 mm	Sí	
Lector de DVD	Sí	
Gráficos de Video	Intel HD Graphics	



	Webcam	No
	RJ-45	Sí
	USB 2.0	4
	USB 3.0	2
	Lector de Tarjetas	5 en 1 (SD, SDHC, SDXC, MMC, MMC+)
Cámara	Marca	Canon
	Modelo	EOS M50
	Ajuste de calidad de imagen	Brillo, Contraste, Saturación
	Ajustes de enfoque	Automático/Manual
	Alimentación	Batería
	Altura	88.1 mm
	Ancho	116.3 mm
	Apertura máxima	3.5
	Apertura mínima	6.3
	Auto disparador	2,10 s
	Balance de blancos	Auto, Nublado, Modos personalizados, Luz de día, Flash, Fluorescente, Sombra, Tungsteno
	Bloqueo de Auto Focus (AF)	Si
	Bloqueo de exposición a flash	Si
	Bluetooth	Si
	Campo de visión	100%
	Cargador de baterías	Si
Color del producto	Negro	

Comunicación de Campo Cercano (NFC)	Si
Control de brillo de la pantalla	Si
Control de exposición a luz	Programa AE de enfoque automático
Cordón para el cuello	Si
Corrección de exposición a la luz	$\pm 3EV$ (1/3EV step)
Corrección de exposición del flash	$\pm 2EV$ (1/3 EV step)
Diagonal de la pantalla	7.62 cm (3")
Disparador automático	Si
Disparador múltiple	Si
Distancia más cercana de enfoque	1 m
Diámetro de lente	6.09 cm
Efectos fotográficos	Neutral
Estabilizador de imagen	Si
Estructura de lente (elementos/grupos)	10/9
Formato de sensor	Sistema avanzado de fotografía tipo-C (APS-C)
Formatos de imagen soportados	JPEG, RAW
Formatos de vídeo compatibles	H.264, MP4, MPEG4
Fotometría	Centrado, Evaluativa (multipatrón), Parcial,

	Mancha
Grabación de vídeo	Si
HDMI	Si
Histograma	Si
Idiomas de soporte	Ingles/ Español
Indicador de nivel de batería	Si
Interfaz de montaje del objetivo	Canon EF-M
Intervalo de longitud focal	15 - 45 mm
Intervalo de temperatura operativa	0 - 40 °C
Longitud de la lente	4.45 cm
Materiales	Policarbonato
Megapíxeles	24.1 MP
Modo de autoenfoco (AF)	Detección de rostros, Rastreo facial, Enfoque One Shot, Enfoque automático servo
Modos de flash	En segundo lugar, sincronización de cortina
Modos escénicos	Acercamiento (macro), Comida, Retrato, Autorretrato, Deportes, Paisaje
Máxima resolución de imagen	6000 x 4000 Pixeles
Pantalla LCD de vari-	Si

ángulo	
Pantalla táctil:	Si
Peso (incluyendo batería)	387 g
Peso de la lente	130 g
PictBridge	Si
Pilas incluidas	Si
Profundidad	58.7 mm
Puerto USB	Si
Rayo guía de Auto Focus (AF)	Si
Relaciones de aspecto compatibles	1:1, 3:2, 4:3, 16:9
Relación de aspecto	3:2
Reproducción	Presentación de diapositivas
Resoluciones de video	1280 x 720, 1920 x 1080, 3840 x 2160
Resolución de la pantalla (numérica)	1040000 pixeles
Seguro de auto exposición (AE)	Si
Sensibilidad ISO	100, 6400, 12800, 25600
Sincronización de la velocidad del flash	1/200 s
Sistema de archivos de cámara	DPOF 1.1, Exif 2.31, RAW
Sistema de audio	Estéreo
Sistema operativo	Windows soportado:

		Windows 10, Windows 7, Windows 8, Windows 8.1
Soporte adaptador zapata		Si
Tamaño de filtro		4.9 cm
Tamaño de pantalla del visor		0.39"
Tamaño del sensor de imagen (A x A)		22.3 x 14.9 mm
Tarjetas de memoria compatibles		SD, SDHC, SDXC
Tecnología de batería		Ion de litio
Tiempo de grabación de vídeo		85 min
Tipo HD		4K Ultra HD
Tipo de batería		LP-E12
Tipo de conector HDMI:		Micro
Tipo de cámara		Juego de cámara SLR
Tipo de disparador de la cámara		Electrónico
Tipo de exposición		Prioridad de apertura AE, Manual, Prioridad del captador AE
Tipo de sensor		CMOS
Tipo de soporte adaptador zapata		Caliente
Tipo de visor de imagen		Electrónico
Total, de megapíxeles		25.8 MP
Ubicación de		Lente

	estabilizador de imagen	
	Velocidad de cuadro de JPEG animado	120 fps
	Velocidad máxima y mínima del obturador	30 s -1/4000 s
	Versión USB	2.0
	Versión de Bluetooth	4.1 LE
	Vida estimada batería (CIPA standard)	370 shots
	Visor	2360000 pixeles
	Vista viva	Si
	Wi-Fi estándares	802.11b,802.11g, Wi-Fi 4 (802.11n)
Impresora Multifuncional	Marca	HP
	SKU	HP688EL0VKYO6LMX
	Modelo	CF377A
	Color	Blanco
	Color de Impresión	Colores
	Tecnología de Impresión	Láser
	Velocidad de impresión en negro (normal, A4)	Hasta 27 ppm
	Velocidad de impresión en color (normal, A4)	Hasta 27 ppm
	Ciclo de trabajo (mensual, A4)	Hasta 50.000 páginas
	Volumen de páginas mensuales recomendado	750 a 4000
	Tecnología de impresión	Láser

	Calidad de impresión en negro (óptima)	600 x 600 dpi, Hasta 38.400 x 600 dpi mejorada	
	Monitor	Pantalla táctil color de uso intuitivo de 4,3"	
	Capacidad inalámbrica	Wifi incorporado	
	Autenticación mediante	WEP, WPA/WPA2, WPA Enterprise	
	Cifrado mediante	AES o TKIP WPS	
	Impresión	Inalámbrica directa	
	Peso	21,8 kg	
Teléfono Inalámbrico	Marca	Panasonic	
	Modelo	KX-TGF 343	
	Tipo de pantalla	LCD	
Embudo	Material	Plástico	
	Marca	Mikels	
	Modelo	H-5214	
	Capacidad	16 oz.	
	Diámetro Exterior	Boca	Vertedor
		5 1/4"	3"
Color	Trasparente		
Juego de recipientes Bowls	Material	Vidrio tapa de plástico	
	Marca	Macilux	
	Modelo	SM-101-SD	
	Tapas	Sí	
	Cantidad	5	
	Formato de venta	Unidad	
	Capacidades	1 litro, 560, 340, 240 y 149 ml	
Juego de cucharas	Marca	WMF	

	Modelo	WMF 12 9159 6040
	Unidades por pack	6
	Cubiertos incluidos	Cucharas
	Material	Acero inoxidable
Toalla facial	Material	Algodón 100%
	Largo	30 cm
	Ancho	30 cm
	Peso de la unidad	100 g
	Color	Blanca
Disparador Cámara Butterflyphoto Canon con Tripie	Medida: 57 pulgadas	
	Material: Aluminio	
	Video trípode 3 vías pan cabeza.	
	Rápida acción traba piernas.	
	Construido en burbuja de nivelación.	
	Liberación rápida plataforma.	
	Pies de goma	
	Incluye maletín	
	67 pulgadas Monopod incluye un caso con correa para el hombro.	
	Trípode Flexible de 10 pulgadas araña.	
	Paño de limpieza de la fibra ButterflyPhoto Micro	
	Remoto inalámbrico para cámaras SLR digitales Canon.	
Este Kit incluye algunos de los accesorios esenciales que necesita para aprovechar al máximo su nueva Canon.		
Set de Equipo Iluminación de Softbox	Material	Aleación de aluminio
	Soporte altura	Approx.2m / 6,6 ft (máx.)
	Travesaño ancho	Approx.2m / 6.6ft (max.)
	Telón	Verde ideal para poner



		fondos en videos y fotografías.
Longitud		2.8 m
Ancho		1.8 m
Limpieza		Lavado en máquina o en seco.
Bombillas de ahorro de energía luz blanca pura.		125W
5500K interpretación de color.		General índice (CRI) Ra > 90. bulbos de 10000 horas de vida.
E27 socket		Adecuado para cualquier titular de la luz con zócalo E27.
Velocidad de Frecuencia:		220V-240V/50Hz
Peso:		0,6 kg.
Softbox con portalámparas		E27 * 2(enchufe de la UE)
Material Reflector		Alta
Extensión superficie		50 x 70cm.
Paraguas		Plegable marco
Cortina		Desmontable.
Diseño para cámara		De cine, Fotografía Digital y Video
Soporte de la luz		Hecha de aleación de aluminio
Eje		Ajustable de tres fases
Soportes de la luz		Dar fuerza excepcional para trabajo pesado

	Soporte	Compatible con todos los equipos principales de la foto tales como reflectores, luces, softbox, paraguas ect.
	Altura máxima del soporte luz	200 cm.
	Material	Aleación aluminio
	Soporte altura	Approx.2m / 6,6 ft (máx.)
	Lista del paquete	1- telón de fondo Stand conjunto 3- algodón muselina Backdrop (1black, 1white, 1green) 2- 125W bombilla 2- Softbox con portalámparas E27 (enchufe de la UE) 2- Soporte ligero 3- Escenario Miniclip 1- Bolsa
	Peso del paquete	Aprox.10kg / 22lbs
Escritorio moderno. minimalista	Marca	Top Living
	Modelo	DESK-3
	Largo	120 cm
	Ancho	60 cm
	Altura	70 cm
	Capacidad máxima de personas	2
	Forma	Cuadrada
	Material de la tapa	Madera

	Material de la base	Metal
Escritorio económico minimalista con repisas	Marca	Top Living
	Modelo	Desk-4
	Material del escritorio	Madera
	Altura	122 cm
	Ancho	120 cm
	Profundidad	60 cm
Escritorio 1.20x1.20	Marca	Cuebles
	Modelo	ES0061
	Material del escritorio	Melamina
	Altura	72 cm
	Ancho	120 cm
	Profundidad	120 cm
	Color	Chocolate, negro y beige.
	Cantidad de cajones	0
	Repisas	2
Silla secretarial Operativa Onof	SKU	ON977HL0N3DDSLMX
	Modelo	SSDM-01
	Tamaño (L x P x A cm)	40 x 37 x 90
	Peso (kg)	6.24
	Color	Negro
	Garantía del producto	3 meses.
	Condición del producto	Nuevo
	Material	Plástico y Algodón
	Garantía de producto	3 meses
	Dimensiones respaldo	39.5 x 40 x 37 cm
	Dimensiones asiento	36.5 cm
Silla tipo piel red TOP NY	Modelo	1676
	Color	Negro

	Alto	99.5-109 cm
	Ancho	68.5 cm
	Profundidad	64.5 cm
	Material	Poliuretano
	Especificaciones	Respaldo alto acolchado (soporte lumbar)
		Asiento acolchado
Apoyabrazos fijos		
Ajuste neumático de altura		
	Base giratoria (estrella de 5 puntas)	
Bote de basura Sablón rectangular	Modelo	8015NE
	Color	Negro
	Cantidad	1 pieza
	Capacidad	12 L
	Material	Polipropileno
	Resistencia	Alta
	Uso	Cesto para basura
	Diseño	Rectangular
	Bordes	Tipo asa
	Para residuos	Orgánicos o inorgánicos
Bote de basura Office Depot premium	Modelo	VA41361G
	Color	Cromo
	Cantidad	1 pieza
	Utilidad	Bote de basura Premium
	Tapa	Sistema de pedal
	Interior	Plástico
	Terminado	Acero inoxidable

	Capacidad	20 L
Bote de basura Tacho	Modelo	Wheeled Trash
	Material	Plástico
	Capacidad	135 litros
Rack estante anaquel de acero.	Modelo	M-Rack
	Niveles	6
	Uso	Rudo
	Ensamble	No requiere tornillos se hace en minutos
	Estructura	Acero
	Altura	Ajustable
	Capacidad de carga	Por repisa 318 kg
	Certificado	NSF
	Alto	213cm
	Ancho	122cm
	Profundo	46cm
	Repisa	Doble cara laminadas, durables, fácil de limpiar
	Ensamble opcional	Vertical y Horizontal
	Ideal	Almacén, hogar, industria, restaurante, oficina

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de páginas web oficial mencionadas en proveedores y visitas a distintos establecimientos.

#### **2.4.5. Proveedores de servicios**

Como ya se realizó anteriormente en el estudio de mercado, un análisis a los proveedores de materia prima, herramientas, etc. En este apartado se realiza una lista de proveedores de servicio dando una breve descripción y el costo por el servicio contratado.

Tabla 30. Lista de proveedores de servicios.

Proveedor	Descripción del servicio	Costo MXN
<b>YouTube</b>	Plataforma donde se subirán los videos.	\$0
<b>Telmex</b>	Es el servicio de internet y llamadas ilimitadas paquete empresarial.	\$799.00 mensual
<b>ODAPAS</b>	Brinda el agua que no solo se usa en la limpieza de la empresa sino de igual manera en el área producción de los productos y videos.	\$3,000.00 anual
<b>CFE</b>	Da el servicio de electricidad y luz que se utiliza en toda la empresa tanto en Área Administrativa como en Producción.	\$1,000.00 bimestral
<b>Limpieza</b>	Persona encargada de la limpieza de las oficinas y Área de Producción asistirá a la empresa 1 vez por semana.	\$150.00 semanal o bien \$600.00 mensual
<b>DHL</b>	Brinda el servicio de envíos por paquetería confiable, es un proveedor clave ya que se utiliza como medio	Variable

---

de logística para la  
distribución del producto.

---

Fuente: Elaboración propia.

#### **2.4.6. Maquinaria, mobiliario y equipo**

Para facilitar la ubicación de la maquinaria se realiza la siguiente tabla que nos muestra la ubicación y cantidad que serán necesarias para la empresa.

*Tabla 31. Maquinaria, mobiliario y equipo.*

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN
<b>Máquina de vacío mediana 66x60x105 cm</b>	1	Área de Producción
<b>Selladora de calor con cortador incluido para bolsas- 30 cm</b>	2	Área de Producción
<b>Báscula Digital Gramera 1gr - 10kg con baterías recargables.</b>	2	Área de Producción
<b>Laptop HP 14" - rojo</b>	1	Área Creativa
<b>Computadora de escritorio All in One HP 19.5"</b>	2	Oficinas
<b>Computadora de escritorio Dell Inspiron 3250 Intel monitor 19"</b>	1	Oficina de Gerente General
<b>Impresora multifuncional HP Pro M477nw</b>	1	Oficinas
<b>Cámara Canon EOS M50</b>	1	Área Creativa
<b>Disparador Cámara Butterflyphoto Canon con tripie</b>	1	Área Creativa
<b>Set de equipo iluminación de Softbox</b>	1	Área Creativa

---

---

<b>Escritorio económico minimalista con repisas</b>	3	Oficinas
<b>Escritorio minimalista moderno</b>	1	Área Creativa
<b>Escritorio 1.20x1.20 arma fácil</b>	1	Oficina de Gerente General
<b>Silla secretarial Operativa Onof respaldo malla oficina</b>	4	Oficinas
<b>Silla tipo piel TOP NY</b>	1	Oficina de Gerente General
<b>Teléfono inalámbrico Panasonic</b>	3	Oficina de Gerente General, Gerente de ventas y mercadotecnia y Contador.
<b>Bote de basura Office Depot premium (cromo 20 l)</b>	1	Oficina de Gerente General
<b>Bote de basura sablón rectangular (negro 12 l)</b>	4	Oficinas
<b>Bote de basura Tacho para 135 Litros</b>	1	Área de Producción
<b>Rack estante anaquel de acero uso rudo 318 Kg con repisa</b>	1	Área de Producción
<b>Embudo de Plástico 5 Mikels</b>	3	Área de Producción
<b>Juego de Recipientes Bowls de Vidrio 5 Piezas con Tapa</b>	1	Área Creativa
<b>Juego Cucharas 6 Piezas L 17 cm</b>	1	Área Creativa

---



---

**"Nuova"**

**Toalla facial 100% Algodón 30x30cm**

5

Área Creativa

---

Fuente: Elaboración propia.

#### **2.4.7. Capacidad Instalada**

Es importante delimitar la capacidad instalada que tiene la empresa ya que esto permite conocer la disponibilidad de infraestructura que se tiene para producir determinada cantidad de kits.

Para la producción del producto como del servicio que son los videos se requiere de recursos físicos, humanos, tecnológicos, maquinaria y equipo para poder procesar la materia prima hasta transformarla en producto terminado.

“Tutoriales Envasados”; cuenta con una capacidad instalada de 1,056 kits y aproximadamente 8 videos mensuales por lo que requiere de:

Figura 21. Capacidad instalada de la empresa.



Fuente: Elaboración propia.

### *Requerimiento de materia prima*

Se realizará el requerimiento de la materia prima cada 3 meses esto considerando que los proveedores estiman cierto tiempo para la entrega de los insumos, así se asegura el abastecimiento constante y puntual de la misma para evitar que la producción se detenga.

Se hará el pedido a inicio de mes para recibirlo en la empresa en la cuarta semana de este. Los meses en que se hará el requerimiento son; enero, abril, julio y octubre.

#### 2.4.8. Programación de la producción.

Sin duda otro aspecto importante para la empresa es programar la producción, ya que permite tener una planeación y organización ideal, para ello, se tiene en cuenta los tiempos y recursos que se ocuparán para el proceso.

*Tabla 32. Datos de tiempo según la producción requerida.*

Operaciones	Tiempo por operación	Producción requerida	Tiempo total en minutos	Tiempo total en días	Total de días (8 horas diarias)
<b>Elaboración de kits de mascarilla exfoliante.</b>	15	210	3150	2.18	6.5
<b>Empaquetado de kits de mascarilla exfoliante.</b>	10	210	2100	1.45	4
<b>Elaboración de kits de mascarilla purificante.</b>	10	210	2100	1.45	4
<b>Empaquetado de kits de mascarilla purificante.</b>	10	210	2100	1.45	4
<b>Elaboración de kits de mascarilla agua de rosas.</b>	8	210	1680	1.16	3.5
<b>Empaquetado de kits de mascarilla agua de rosas.</b>	10	210	2100	1.45	4
<b>Total</b>	<b>63</b>	<b>1260</b>	<b>13230</b>	<b>9.14</b>	<b>26</b>

Fuente: Elaboración propia con base a los conocimientos de la producción del producto.

Posteriormente, se elaboran las siguientes gráficas de Gantt de manera general para conocer los tiempos de apertura en que se empezará a producir.

*Tabla 33. Diagrama de Gantt de actividades preoperativas.*

		Tiempo												
No.	Actividad	MES 1				MES 2				MES 3				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Acondicionamiento de instalaciones	■												
2	Instalación de mobiliario			■		■								
3	Instalación de equipos y maquinaria				■									
4	Reclutamiento de Personal							■						
5	Capacitación											■		
6	Prueba piloto												■	
7	Apertura													■

Fuente: Elaboración propia.

*Tabla 34. Diagrama de Gantt de actividades operativas.*

No.	ACTIVIDAD	Semana 1					Semana 2					Semana 3					Semana 4								
		L	M	M	J	V	S	L	M	M	J	V	S	L	M	M	J	V	S	L	M	M	J	V	S
1.	Elaboración de 210 kits de mascarilla exfoliante.																								
2.	Empaquetado de 210 kits de mascarilla exfoliante.																								
3.	Elaboración de 210 kits de mascarilla purificante.																								
4.	Empaquetado de 210 kits de mascarilla purificante.																								
5.	Elaboración de 210 kits de mascarilla agua de rosas.																								
6.	Empaquetado de 210 kits de mascarilla agua de rosas.																								
7.	Creación de videos																								

Fuente:

Elaboración

propia.

### 2.4.9. Prueba piloto

Antes de comenzar la producción se realizará una prueba piloto que tiene como objetivo la finalidad de detectar si las expectativas fueron cumplidas y la necesidad es satisfecha. Esto brinda la posibilidad de crear correcciones de ser necesario antes de la producción del primer mes.

*Tabla 35. Formato para realizar la prueba piloto o de prototipo.*

<b>Nombre del producto: Kit 1. Mascarilla Exfoliante</b>		Fecha: 00/00/0000
<b>PROGRAMA DE ACTIVIDADES</b>		
Actividad	Tiempo	Responsable
Compra de materia prima	2 a 5 días	Gerente de Producción
Envasado	10 a 15 minutos	Envasador
Etiquetado	20 minutos	Etiquetador
Empaquetado	10 a 15 minutos	Empaquetador
Grabación de los videotutoriales las instrucciones de preparación.	3 a 4 horas	Gerente de ventas y mercadotecnia Diseñador gráfico
Edición de video	2 a 5 horas	Diseñador gráfico
Publicación de video en el canal de YouTube oficial de la marca.	1 a 2 horas en subir cada video	Gerente de ventas y mercadotecnia Diseñador gráfico
¿Se alcanzaron los objetivos? ¿Por qué?		
OBSERVACIONES:		
Modificaciones pertinentes:		





Fuente: Elaboración propia.



### 2.4.10. Procesos de producción

Para agilizar este apartado se realizó una hoja de procesos mostrando, cómo se lleva a cabo el proceso de producción que se muestra a continuación:

Tabla 36. Hoja de procesos.

HOJA DE PROCESOS										
No	Descripción de la operación Descripción de la pieza					Materia prima o Habilidades	Equipo empleado	Instalaciones	Tiempo	Personal empleado
1	Adquisición de materia prima	•	•	•	•	Canela en polvo Avena molida Miel Agua Pétalos de Rosas Fracos Envases Cajas Etiquetas e impresión en cajas	Ninguno	Área de producción	Cada 3 meses.  De acuerdo al tiempo de entrega de cada materia prima.	Gerente de Producción
2	Crear código QR por cada videotutorial por mascarilla.	•	•			Conocimiento	Equipo de Computo	Oficinas	2 a 4 horas	Gerente de ventas y mercadotecnia
3	Diseño de	•			•	Creatividad	Equipo	Oficinas	2 a 6	Diseñador

	Etiquetas					d	de cómputo.		horas	gráfico
4	Clasificación de materiales de acuerdo a cada mascarilla		•	•		Materia prima antes mencionada	No aplica	Área de producción	10 a 15 minutos	Gerente de producción
5	Envasar, etiquetar y empaquetar		•		•	Etiquetas Envases Empaques Habilidad: Delicadeza	Embudos Cucharas Basculas	Área de producción	20 a 50 minutos	Envasador Etiquetador Empaquetador
6	Realizar la grabación de videos para cada mascarilla		•			Precisión Paciencia	Cámara de video Laptop	Área de producción en el set de grabación	3 a 4 horas	Gerente de ventas y mercadotecnia Diseñador gráfico
7	Elección de las tomas realizadas			•		Paciencia	Laptop	Oficinas	2 a 3 horas	Personal de marketing
8	Edición de las tomas de video seleccionadas		•	•		Creatividad	Laptop Programas de edición	Oficinas	3 a 5 horas	Personal de marketing
9	Termino de ediciones y	•	•			Paciencia	Laptop Internet	Oficinas	1 a 2 horas	Gerente de ventas y

publicación de los videos en el canal de YouTube y colocar el enlace en la página Web.									en subir cada video.	mercadotec nia Diseñador gráfico
--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------------------------	---

Fuente: Elaboración propia.

#### **2.4.11. Descripción del proceso**

*Video de Kit 1: Mascarilla Exfoliante.*

Ingredientes:

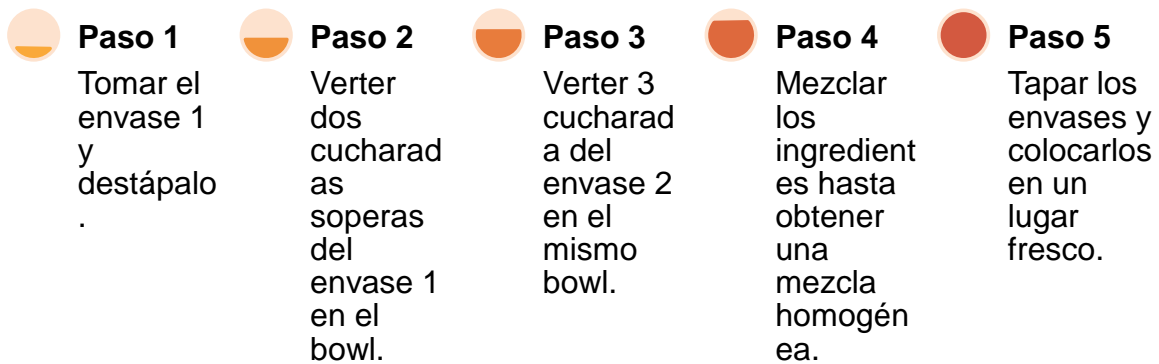
- Envase 1: Canela en polvo y avena molida.
- Envase 2: Miel

Material:

- Bowl de vidrio chico
- Cuchara sopera
- Toalla facial
- Cámara de video
- Laptop
- Programa de edición de videos

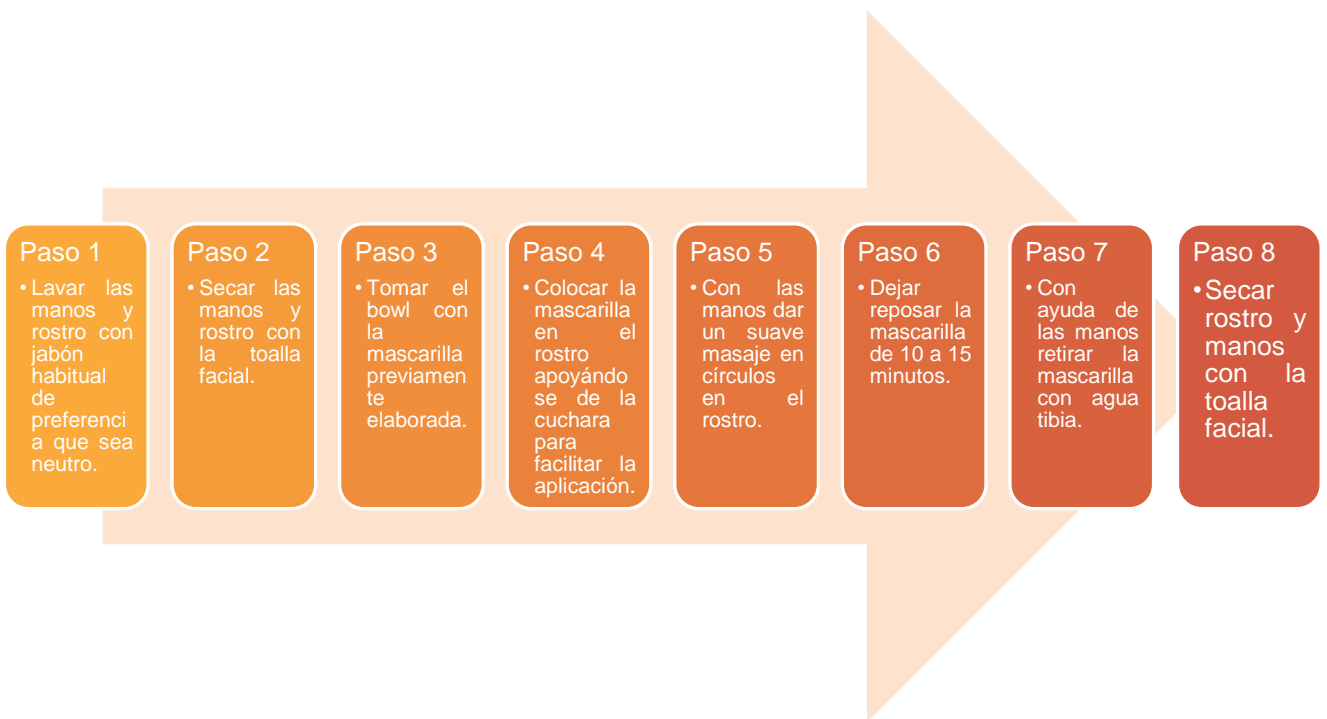
Cada envase tiene su etiquetado donde viene su número progresivo.

Figura 22. Procedimiento para la preparación de Mascarilla Exfoliante.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 23. Procedimiento para la aplicación de Mascarilla Exfoliante.



Fuente: Elaboración propia.

**NOTA:** Se grabará todo procedimiento con la cámara de video, para que las tomas sean editadas por el Diseñador Gráfico, de igual manera, subidas al canal de YouTube y colocando el enlace en la página web de la empresa.

*Video de Kit 2: Mascarilla Purificante.*

Ingredientes:

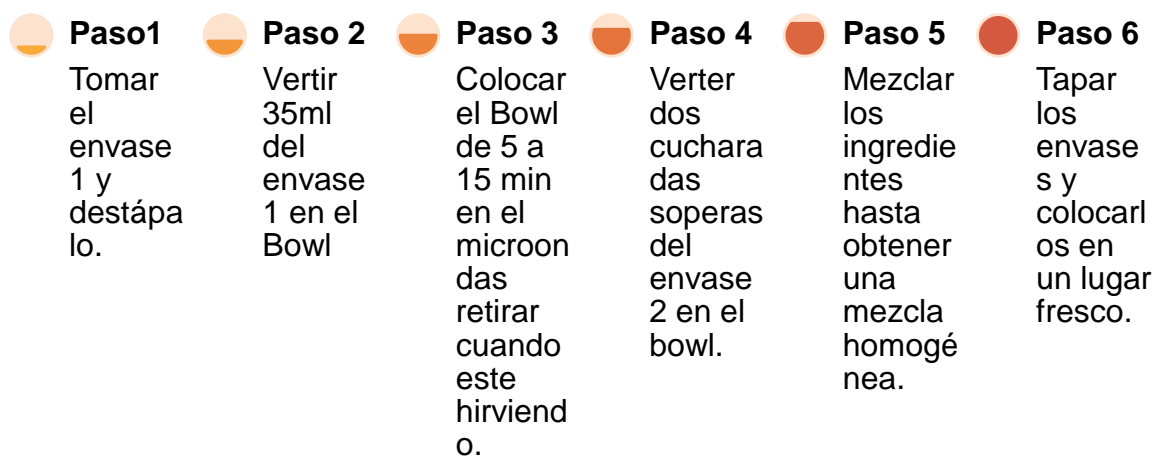
- Envase 1: Agua
- Envase 2: Carbón activo, leche en polvo y grenetina.

Material:

- Bowl de vidrio chico
- Cuchara sopera
- Toalla facial
- Horno de microondas
- Cámara de video
- Laptop
- Programa de edición de videos

Cada envase tiene su etiquetado donde viene su número progresivo.

*Figura 24. Procedimiento para la preparación de Mascarilla Purificante.*



Fuente: Elaboración propia.

Figura 25. Procedimiento para la aplicación de Mascarilla Purificante.



Fuente: Elaboración propia.

### Video de Kit 3: Mascarilla Agua de Rosas

#### Ingredientes:

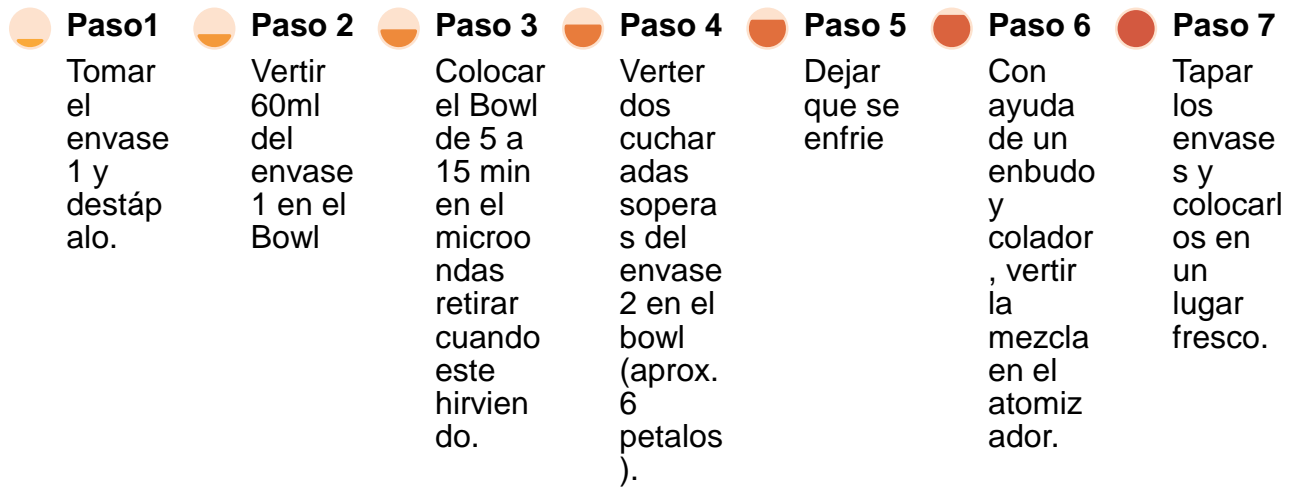
- Envase 1: Agua
- Envase 2: Bolsa de pétalos de rosa.

#### Material:

- Atomizador
- Bowl de vidrio chico
- Cuchara sopera
- Toalla facial
- Horno de microondas
- Cámara de video
- Laptop
- Programa de edición de videos

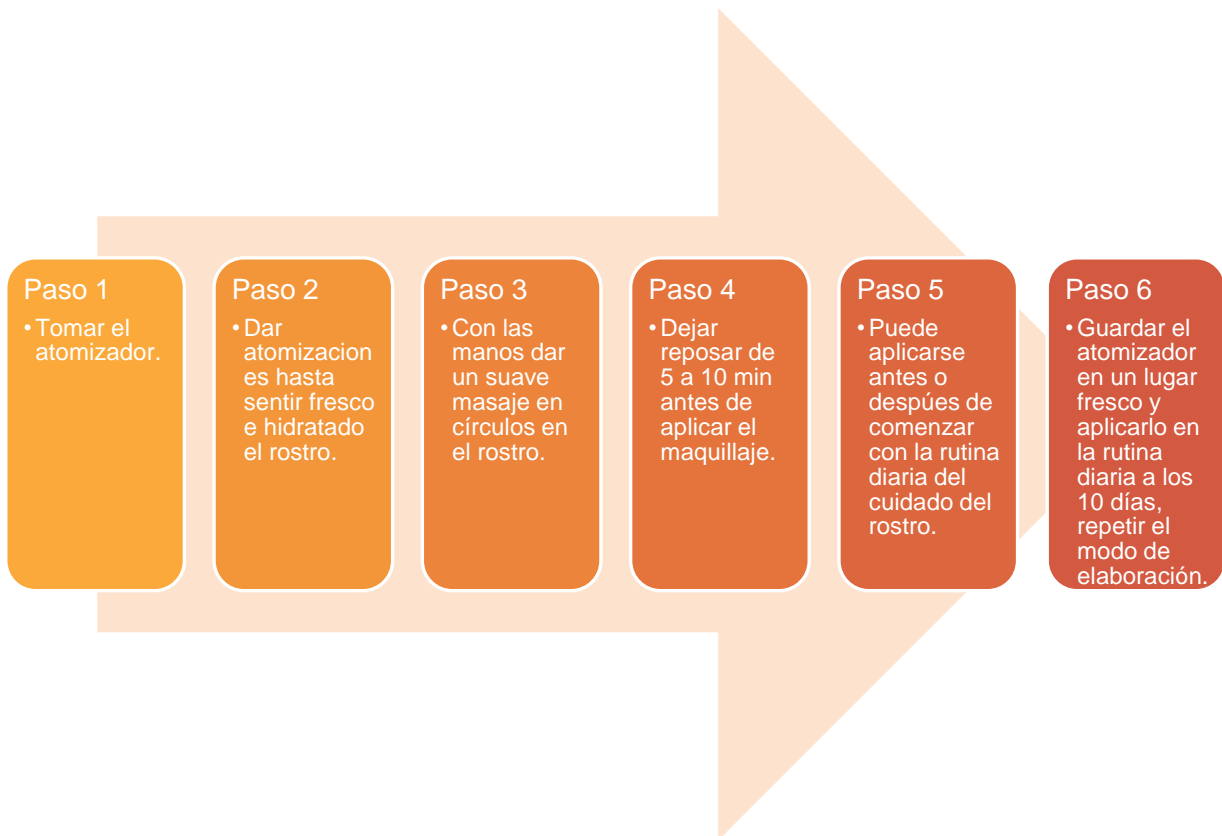
Cada envase tiene su etiquetado donde viene su número progresivo.

Figura 26. Procedimiento para la preparación de Mascarilla Agua de Rosas.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 27. Procedimiento para la aplicación de Mascarilla Agua de Rosas.



Fuente: Elaboración propia.

## 2.4.12. Ubicación del negocio

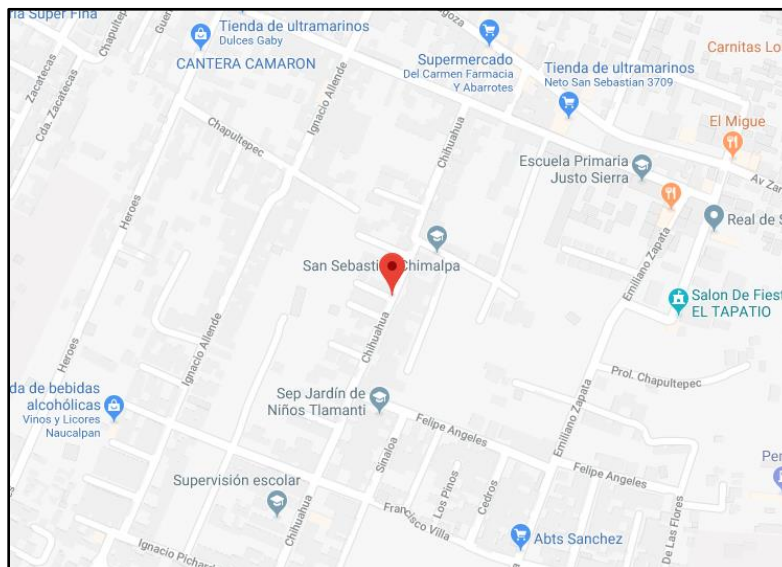
La dirección del lugar donde se encontrará instalada la empresa es Cerrada de Chihuahua s/n San Sebastián Chimalpa municipio de Los Reyes La Paz, Estado de México. Se estableció que sea ubicada en esta dirección ya que este domicilio pertenece a la dueña de la empresa.

Figura 28. Macro localización de la empresa.



Fuente: Áreas geográficas INEGI, 2019.

Figura 29. Micro localización de la empresa.

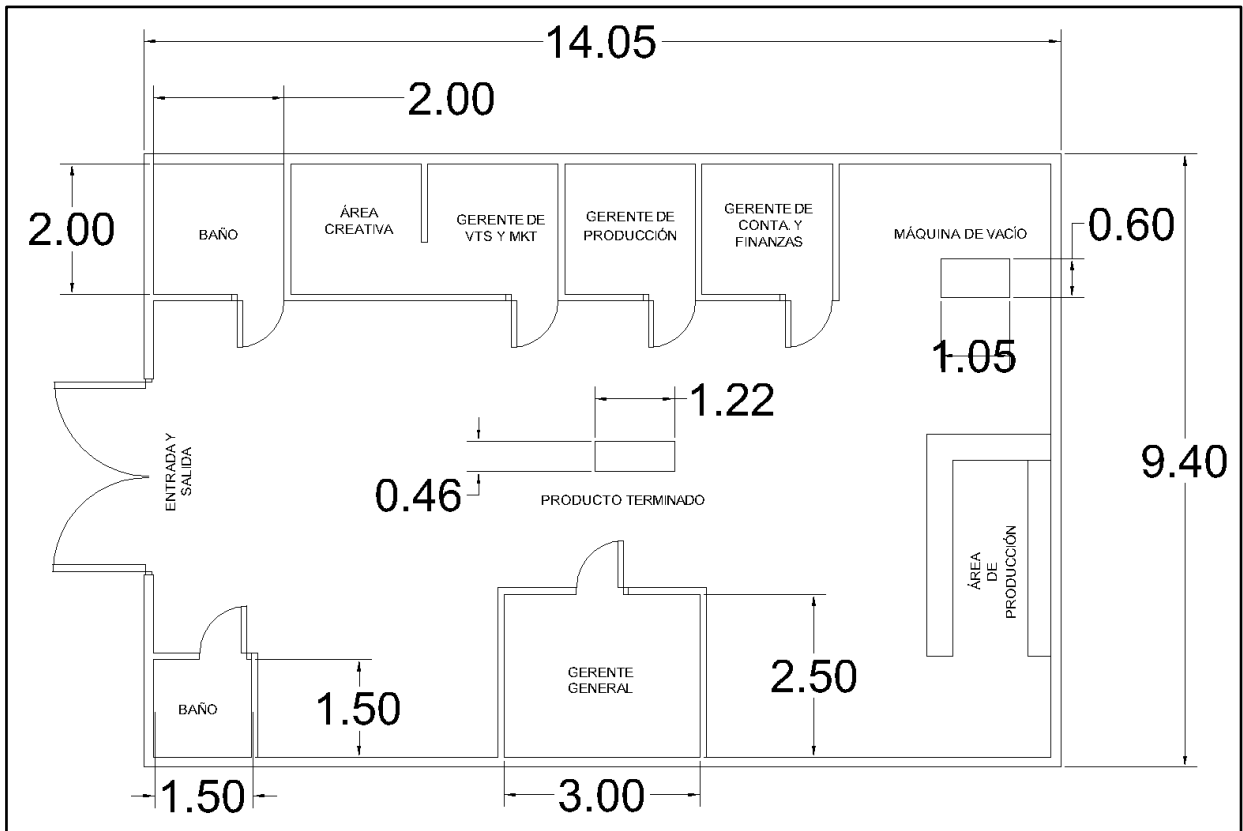


Fuente: Google Maps, 2019.2.4.13. Diseño de Instalaciones.



### 2.4.13. Diseño de instalaciones.

Figura 30. Layout de la empresa.



Fuente: Elaboración propia.

## 2.5. ESTUDIO FINANCIERO.

En el siguiente estudio se presenta los presupuestos y estados financieros; el 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.

### 2.5.1. Presupuesto inicial

*Tabla 37. Presupuesto de insumos.*

CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	COSTO MENSUAL
<b>Frasco de 110 grs.</b>	704	Caja	\$ 10.60	\$ 7,462.40
<b>Frasco de 200 ml</b>	1056	Caja	\$ 11.63	\$ 12,281.28
<b>Caja de cartón reciclado</b>	1056	Caja	\$ 10.30	\$ 10,876.80
<b>Plástico Burbuja</b>	1760	Caja	\$ 1.54	\$ 2,710.40
<b>Bolsa de plástico</b>	352	Rollo	\$ 0.44	\$ 154.88
<b>Etiqueta</b>	2112	Caja	\$ 1.70	\$ 3,590.40
<b>Impresión en caja</b>	1056	Piezas	\$ 1.92	\$ 2,027.52
<b>Atomizador</b>	352	Piezas	\$ 16.89	\$ 5,945.28
<b>TOTAL DE INSUMOS</b>				<b>\$ 45,048.96</b>

Fuente: Elaboración propia.

*Tabla 38. Presupuesto de materia prima.*

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO	CANTIDAD MENSUAL	COSTO MENSUAL
<b>Canela en polvo</b>	1 kg	\$ 5.88	11.96	\$ 70.37
<b>Avena molida</b>	1 kg	\$ 33.81	26.75	\$ 904.48
<b>Miel de abeja</b>	1 kg	\$ 94.70	70.40	\$ 6,666.88

<b>Carbón Activado</b>	1 kg	\$	85.33	5.28	\$	450.56
<b>Grenetina</b>	1 kg	\$	238.66	15.91	\$	3,798.27
<b>Leche en Polvo</b>	1 kg	\$	94.80	17.60	\$	1,668.48
<b>Pétalos de Rosas</b>	1 kg	\$	200.00	70.40	\$	14,080.00
<b>Agua</b>	1 lt	\$	2.11	115.11	\$	242.88
<b>TOTAL DE MATERIA PRIMA MENSUAL</b>					<b>\$</b>	<b>27,881.92</b>

Fuente: Elaboración propia.

*Tabla 39. Requerimiento de maquinaria, mobiliario, material y equipo.*

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>U.M</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Máquina de vacío mediana	1	Pieza	\$ 49,587.00	\$ 49,587.00
Selladora de calor con cortador	2	Pieza	\$ 2,000.00	\$ 4,000.00
Báscula Digital Gramera	2	Pieza	\$ 255.00	\$ 510.00
Laptop HP	1	Pieza	\$ 8,999.00	\$ 8,999.00
Computadora de escritorio All in One HP	2	Pieza	\$ 4,589.00	\$ 9,178.00
Computadora de escritorio Dell Inspiron	1	Pieza	\$ 15,299.00	\$ 15,299.00
Impresora multifuncional HP	1	Pieza	\$ 8,499.00	\$ 8,499.00
Cámara Canon EOS M50	1	Pieza	\$ 16,646.26	\$ 16,646.26
Disparador Cámara Butterflyphoto Canon con tripie	1	Kit	\$ 1,800.98	\$ 1,800.98
Set de equipo	1	Set	\$ 1,568.85	\$ 1,568.85

iluminación de Softbox					
Escritorio económico minimalista	3	Pieza	\$	1,397.00	\$ 4,191.00
Escritorio minimalista	1	Pieza	\$	899.98	\$ 899.98
Escritorio 1.20x1.20	1	Pieza	\$	1,999.87	\$ 1,999.87
Silla secretarial Operativa Onof	4	Pieza	\$	809.04	\$ 3,236.16
Silla tipo piel TOP NY	1	Pieza	\$	1,999.00	\$ 1,999.00
Teléfono inalámbrico Panasonic	3	Kit	\$	1,467.00	\$ 4,401.00
Bote de basura Office Depot premium	1	Pieza	\$	399.00	\$ 399.00
Bote de basura sablón rectangular	4	Pieza	\$	69.87	\$ 279.48
Bote de basura Tacho	1	Pieza	\$	440.00	\$ 440.00
Rack acero uso rudo 318 kg con repisas	1	Pieza	\$	2,790.00	\$ 2,790.00
<b>TOTAL REQUERIMIENTO DE MOBILIARIO Y EQUIPO</b>					<b>\$ 136,723.58</b>

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	U.M	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Embudo de Plástico 5 Mikels	3	Pieza	\$ 36.00	\$ 108.00
Juego de Recipientes Bowls de Vidrio 5 Piezas con Tapa	1	Juego	\$ 163.00	\$ 163.00
Juego Cucharas 6 Piezas L 17 cm "nuova"	1	Juego	\$ 600.00	\$ 600.00
Toalla facial 100% Algodón 30x30cm	5	Pieza	\$ 22.00	\$ 110.00
<b>TOTAL REQUERIMIENTO DE HERRAMIENTAS</b>				<b>\$ 981.00</b>

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	U.M	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Guantes de Látex Industriales	100	Caja	\$ 1.89	\$ 189.00
Cofias de Polipropileno	100	Caja	\$ 1.88	\$ 188.00
<b>TOTAL REQUERIMIENTO DE MATERIAL DE APOYO</b>				<b>\$ 377.00</b>
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 138,081.58</b>

Fuente: Elaboración propia.

*Tabla 40. Costos de depreciación.*

CONCEPTO	VALOR ORIGINAL	TASA	AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE RESCATE
<b>Máquina de vacío mediana</b>	\$ 49,587.00	10%	5	\$ 4,958.70	\$ 24,793.50
<b>Selladora de calor con cortador</b>	\$ 4,000.00	10%	5	\$ 400.00	\$ 2,000.00
<b>Báscula Digital Gramera</b>	\$ 510.00	10%	5	\$ 51.00	\$ 255.00
<b>Laptop HP</b>	\$ 8,999.00	10%	5	\$ 899.90	\$ 4,499.50
<b>Computadora de escritorio All in One HP</b>	\$ 9,178.00	10%	5	\$ 917.80	\$ 4,589.00
<b>Computadora de escritorio Dell Inspiron</b>	\$ 15,299.00	10%	5	\$ 1,529.90	\$ 7,649.50
<b>Impresora multifuncional HP</b>	\$ 8,499.00	10%	5	\$ 849.90	\$ 4,249.50
<b>Cámara Canon EOS</b>	\$ 16,646.26	10%	5	\$ 1,664.63	\$ 8,323.13

---

<b>M50</b>						
<b>Disparador Cámara Butterflyphot o Canon con tripie</b>	\$ 1,800.98	10%	5	\$	180.10	\$ 900.49
<b>Set de equipo iluminación de Softbox</b>	\$ 1,568.85	10%	5	\$	156.89	\$ 784.43
<b>Escritorio económico minimalista</b>	\$ 4,191.00	10%	5	\$	419.10	\$ 2,095.50
<b>Escritorio minimalista moderno</b>	\$ 899.98	10%	5	\$	90.00	\$ 449.99
<b>Escritorio</b>	\$ 1,999.87	10%	5	\$	199.99	\$ 999.94
<b>Silla secretarial Operativa Onof</b>	\$ 3,236.16	10%	5	\$	323.62	\$ 1,618.08
<b>Silla tipo piel TOP NY</b>	\$ 1,999.00	10%	5	\$	199.90	\$ 999.50
<b>Teléfono inalámbrico Panasonic</b>	\$ 4,401.00	10%	5	\$	440.10	\$ 2,200.50
<b>Bote de basura Office Depot premium</b>	\$ 399.00	10%	5	\$	39.90	\$ 199.50
<b>Bote de basura sablón rectangular</b>	\$ 279.48	10%	5	\$	27.95	\$ 139.74
<b>Bote de basura Tacho</b>	\$ 440.00	10%	5	\$	44.00	\$ 220.00
<b>Rack de acero uso rudo 318</b>	\$ 2,790.00	10%	5	\$	279.00	\$ 1,395.00

---

<b>Kg con repisa</b>				
TOTAL	<b>\$136,723.58</b>		<b>\$ 13,672.36</b>	<b>\$ 68,361.79</b>
DEPRECIACIÓN ANUAL			<b>\$</b>	<b>2,734.47</b>

Fuente: Elaboración propia.

*Tabla 41. Mano de obra.*

PUESTO	NO. EMPLEADOS	SEMANTAL	SEMANTAL TOTAL	MENSUAL
<b>Envasador</b>	2	\$ 1,500.00	\$ 3,000.00	\$ 12,000.00
<b>Etiquetador</b>	1	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 6,000.00
<b>Empaquetador</b>	2	\$ 1,500.00	\$ 3,000.00	\$ 12,000.00
<b>Diseñador Gráfico</b>	1	\$ 1,437.52	\$ 1,437.52	\$ 5,750.08
<b>Gerente general</b>	1	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 9,600.00
<b>Gerente de contabilidad y finanzas</b>	1	\$ 2,100.00	\$ 2,100.00	\$ 8,400.00
<b>Gerente de ventas y mercadotecnia</b>	1	\$ 2,130.00	\$ 2,130.00	\$ 8,520.00
<b>Jefe de producción</b>	1	\$ 2,150.00	\$ 2,150.00	\$ 8,600.00
VARIABLE				
<b>Abogado</b>	1	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 10,000.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 20,217.52</b>	<b>\$ 80,870.08</b>

Fuente: Elaboración propia.

*Tabla 42. Adaptación del establecimiento.*

ADAPTACIÓN DEL	U.M	CANTID	PRECIO	COSTO
----------------	-----	--------	--------	-------

ESTABLECIMIENTO		AD	UNITARIO	TOTAL
<b>Tubo lámpara led 1.2mts 30w T8 canaleta plástico</b>	Pieza	7	\$ 130.00	\$ 910.00
<b>Puerta de madera 175x67x3.5cm</b>	Pieza	4	\$ 1,998.00	\$ 7,992.00
<b>Mano de obra</b>	Obra	-	\$ 900.00	\$ 900.00
<b>Tabla roca 8 metros</b>	Hoja	2	\$ 10,876.00	\$ 21,752.00
<b>Tabla roca 2 metros</b>	Hoja	6	\$ 3,229.00	\$ 19,374.00
<b>Tabla roca 1.50 m</b>	Hoja	1	\$ 1,375.00	\$ 1,375.00
<b>Perfiles metálicos 8 metros</b>	Pieza	2	\$ 765.00	\$ 1,530.00
<b>Perfiles metálicos 2 metros</b>	Pieza	6	\$ 364.00	\$ 2,184.00
<b>Perfiles metálicos 1.50</b>	Pieza	1	\$ 298.00	\$ 298.00
<b>Tornillos</b>	Pieza	1000	\$ 1.54	\$ 1,540.00
<b>Mano de obra</b>	Obra	-	\$ 5,678.00	\$ 5,678.00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 63,533.00</b>

Fuente: Elaboración propia.

*Tabla 43. Proyección de costos.*

COSTOS DE PROYECTO	COSTO MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Permisos</b>	\$ 1,497.88	\$ 17,974.56	\$ 17,989.54	\$ 17,991.04	\$ 17,992.53	\$ 17,974.56
<b>Publicidad</b>	738.62	8,863.44	8,870.83	8,871.56	8,872.30	8,863.44
<b>Sueldos</b>	70,870.08	850,440.96	851,149.66	851,220.53	851,291.40	850,440.96
<b>Predio</b>	2,500.00	30,000.00	30,025.00	30,027.50	30,030.00	30,000.00



		0	0	0	0	0
<b>Agua</b>	250.00	3,000.00	3,002.50	3,002.75	3,003.00	3,000.00
<b>Limpieza</b>	600.00	7,200.00	7,206.00	7,206.60	7,207.20	7,200.00
<b>Teléfono e Internet</b>	799.00	9,588.00	9,595.99	9,596.79	9,597.59	9,588.00
<b>Sueldos variables</b>	10,000.00	120,000.00	120,100.00	120,110.00	120,120.00	120,000.00
<b>Luz</b>	500.00	6,000.00	6,005.00	6,005.50	6,006.00	6,000.00
<b>Papelería</b>	200.00	2,400.00	2,402.00	2,402.20	2,402.40	2,400.00
<b>Materia Prima</b>	27,881.92	334,583.08	334,861.90	334,889.79	334,917.67	334,583.08
<b>Insumos</b>	45,048.96	540,587.52	541,038.01	541,083.06	541,128.11	540,587.52
<b>Distribución</b>	76,739.52	920,874.24	921,641.64	921,718.37	921,795.11	920,874.24
<b>Mantenimiento de equipos</b>	1,800.00	21,600.00	21,618.00	21,619.80	21,621.60	21,600.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$239,425.98</b>	<b>\$2,873,111.80</b>	<b>\$2,875,506.06</b>	<b>\$2,875,745.49</b>	<b>\$2,875,984.92</b>	<b>\$2,873,111.80</b>

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 44. Costos totales.

COSTOS FIJOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Permisos</b>	\$ 17,974.56	\$ 17,989.54	\$ 17,991.04	\$ 17,992.53	\$ 17,974.56
<b>Publicidad</b>	\$ 8,863.44	\$ 8,870.83	\$ 8,871.56	\$ 8,872.30	\$ 8,863.44
<b>Sueldos</b>	\$ 850,440.9	\$ 851,149.66	\$ 851,220.53	\$ 851,291.	\$ 850,440.

	6			40	96
<b>Predio</b>	\$ 30,000.00	\$ 30,025.00	\$ 30,027.50	\$ 30,030.00	\$ 30,000.00
<b>Agua</b>	\$ 3,000.00	\$ 3,002.50	\$ 3,002.75	\$ 3,003.00	\$ 3,000.00
<b>Limpieza</b>	\$ 7,200.00	\$ 7,206.00	\$ 7,206.60	\$ 7,207.20	\$ 7,200.00
<b>Teléfono e Internet</b>	\$ 9,588.00	\$ 9,595.99	\$ 9,596.79	\$ 9,597.59	\$ 9,588.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 927,066.96</b>	<b>\$ 927,839.52</b>	<b>\$ 927,916.77</b>	<b>\$ 927,994.03</b>	<b>\$ 927,066.96</b>

<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Sueldos</b>	\$ 120,000.00	\$ 120,100.00	\$ 120,110.00	\$ 120,120.00	\$ 120,000.00
<b>Luz</b>	\$ 6,000.00	\$ 6,005.00	\$ 6,005.50	\$ 6,006.00	\$ 6,000.00
<b>Papelería</b>	\$ 2,400.00	\$ 2,402.00	\$ 2,402.20	\$ 2,402.40	\$ 2,400.00
<b>Materia Prima</b>	\$ 334,583.08	\$ 334,861.90	\$ 334,889.79	\$ 334,917.67	\$ 334,583.08
<b>Insumos</b>	\$ 540,587.52	\$ 541,038.01	\$ 541,083.06	\$ 541,128.11	\$ 540,587.52
<b>Distribución</b>	\$ 920,874.24	\$ 921,641.64	\$ 921,718.37	\$ 921,795.11	\$ 920,874.24
<b>Mantenimiento de equipos</b>	\$ 21,600.00	\$ 21,618.00	\$ 21,619.80	\$ 21,621.60	\$ 21,600.00

TOTAL	\$ 1,946,044. 84	\$ 1,947,666.5 5	\$ 1,947,828. 72	\$1,947,9 90.89	\$1,946,0 44.84
COSTOS TOTALES					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos Fijos	\$ 927,066.9 6	\$ 927,839.52	\$ 927,916.77	\$ 927,994. 03	\$ 927,066. 96
Costos Variables	\$ 1,946,044. 84	\$ 1,947,666.5 5	\$ 1,947,828. 72	\$1,947,9 90.89	\$1,946,0 44.84
<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>\$2,873,11 1.80</b>	<b>\$2,875,506. 06</b>	<b>\$2,875,745 .49</b>	<b>\$2,875,9 84.92</b>	<b>\$2,873,1 11.80</b>

Fuente: Elaboración propia.

*Tabla 45. Presupuesto de la Inversión.*

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN				
MENSUAL				
CONCEPTO	UNID AD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
<b>Establecimiento</b>	-	-	-	\$ 63,533.00
<b>Máquina de vacío mediana</b>	1	Pieza	\$ 49,587.00	\$ 49,587.00
<b>Selladora de calor con cortador</b>	2	Pieza	\$ 2,000.00	\$ 4,000.00
<b>Báscula Digital Gramera</b>	2	Pieza	\$ 255.00	\$ 510.00
<b>Laptop HP 14" - rojo</b>	1	Pieza	\$ 8,999.00	\$ 8,999.00
<b>Computadora de escritorio All in One</b>	2	Pieza	\$ 4,589.00	\$ 9,178.00
<b>Computadora de escritorio Dell Inspiron 3250</b>	1	Pieza	\$ 15,299.00	\$ 15,299.00

<b>Impresora multifuncional HP Pro M477nw</b>	1	Pieza	\$ 8,499.00	\$ 8,499.00
<b>Cámara Canon EOS M50</b>	1	Pieza	\$ 16,646.26	\$ 16,646.26
<b>Disparador Cámara Butterflyphoto Canon con tripie</b>	1	Kit	\$ 1,800.98	\$ 1,800.98
<b>Set de equipo iluminación de Softbox</b>	1	Set	\$ 1,568.85	\$ 1,568.85
<b>Escritorio económico minimalista</b>	3	Pieza	\$ 1,397.00	\$ 4,191.00
<b>Escritorio minimalista</b>	1	Pieza	\$ 899.98	\$ 899.98
<b>Escritorio 1.20x1.20 arma fácil</b>	1	Pieza	\$ 1,999.87	\$ 1,999.87
<b>Silla secretarial Operativa Onof</b>	4	Pieza	\$ 809.04	\$ 3,236.16
<b>Silla tipo piel TOP NY</b>	1	Pieza	\$ 1,999.00	\$ 1,999.00
<b>Teléfono inalámbrico Panasonic</b>	3	Kit de 3	\$ 1,467.00	\$ 4,401.00
<b>Bote de basura Office Depot premium</b>	1	Pieza	\$ 399.00	\$ 399.00
<b>Bote de basura sablón rectangular</b>	4	Pieza	\$ 69.87	\$ 279.48
<b>Bote de basura Tacho</b>	1	Pieza	\$ 440.00	\$ 440.00
<b>Rack de acero uso rudo 318 Kg con repisa</b>	1	Pieza	\$ 2,790.00	\$ 2,790.00

<b>Embudo de Plástico 5 Mikels</b>	3	Pieza	\$	36.00	\$	108.00
<b>Juego de Recipientes Bowls de Vidrio</b>	1	Juego	\$	163.00	\$	163.00
<b>Juego Cucharas "Nuova"</b>	1	Juego	\$	600.00	\$	600.00
<b>Toalla facial</b>	5	Pieza	\$	22.00	\$	110.00
<b>Guantes de Látex Industriales</b>	100	Caja	\$	1.89	\$	189.00
<b>Cofias de Polipropileno</b>	100	Caja	\$	1.88	\$	188.00
<b>SUBTOTAL</b>					<b>\$ 201,614.58</b>	
<b>ACTIVO DEFIRIDO</b>						
<b>Permisos de apertura establecimiento</b>	1	Documentos	\$	6,500.00	\$	6,500.00
<b>Protección Intelectual</b>	2	Registro/Docu mentos	\$	10,457.79	\$	10,457.79
<b>SUBTOTAL</b>					<b>\$ 16,957.79</b>	
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>						
<b>Materias Primas</b>	1	Lote	\$	27,881.92	\$	27,881.92
<b>Mano de Obra</b>	264	Jornal	\$	80,870.08	\$	80,870.08
<b>Insumos</b>	1	Lote	\$	45,048.96	\$	45,048.96
<b>Agua</b>	1	Servicio	\$	250.00	\$	250.00
<b>Luz</b>	1	Servicio	\$	600.00	\$	600.00
<b>Papelería</b>	1	Unidades	\$	200.00	\$	200.00
<b>Distribución</b>	1	Servicio	\$	76,739.52	\$	76,739.52
<b>SUBTOTAL</b>					<b>\$ 231,590.48</b>	

TOTAL	<b>\$ 450,162.85</b>
-------	----------------------

Fuente: Elaboración propia.

*Tabla 46. Proyección de Ingresos*

PROYECCIÓN DE INGRESOS	
CONCEPTO	MES 1
<b>Kit 1: Mascarilla Exfoliante</b>	\$ 112,556.31
<b>Kit 2: Mascarilla Purificante</b>	\$ 109,771.15
<b>Kit 3: Mascarilla Agua de Rosas</b>	\$ 126,908.29
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$ 349,235.74</b>

Fuente: Elaboración propia. Continúa abajo.

*Tabla 46. Proyección de ingresos Continuación.*

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Kit 1: Mascarilla Exfoliante</b>	\$1,351,6 16.69	\$1,352,6 16.69	\$1,353,6 16.69	\$1,354,6 16.69	\$1,355,6 16.69
<b>Kit 2: Mascarilla Purificante</b>	\$1,318,1 94.77	\$1,319,1 94.77	\$1,320,1 94.77	\$1,321,1 94.77	\$1,322,1 94.77
<b>Kit 3: Mascarilla Agua de Rosas</b>	\$1,523,8 40.42	\$1,524,8 40.42	\$1,525,8 40.42	\$1,526,8 40.42	\$1,527,8 40.42
<b>TOTAL DE AÑO</b>	<b>\$4,193,6 51.88</b>	<b>\$4,196,6 51.88</b>	<b>\$4,199,6 51.88</b>	<b>\$4,202,6 51.88</b>	<b>\$4,205,6 51.88</b>

Fuente: Elaboración propia.

*Tabla 47. Proyección costo de ventas anual.*

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Kit 1: Mascarilla Exfoliante</b>	\$900,945 .56	\$901,945 .56	\$902,945 .56	\$903,945 .56	\$904,945 .56
<b>Kit 2: Mascarilla Purificante</b>	\$881,847 .32	\$882,847 .32	\$883,847 .32	\$884,847 .32	\$885,847 .32
<b>Kit 3: Mascarilla Agua de Rosas</b>	\$999,359 .12	\$1,000,3 59.12	\$1,001,3 59.12	\$1,002,3 59.12	\$1,003,3 59.12
<b>TOTAL DE AÑO</b>	<b>\$2,782,1</b>	<b>\$2,785,1</b>	<b>\$2,788,1</b>	<b>\$2,791,1</b>	<b>\$2,794,1</b>

---

**52.00      52.00      52.00      52.00      52.00**

---

Fuente: Elaboración propia.

## 2.5.2. Estado de Resultados

*Tabla 48. Proyección del Estado de Resultados.*

CONCEPTOS	AÑO1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ventas Netas</b>	\$4,193,6 51.88	\$4,196,6 51.88	\$4,199,6 51.88	\$4,202,6 51.88	\$4,205,6 51.88
<b>(-) Costo de Ventas</b>	\$2,782,1 52.00	\$2,785,1 52.00	\$2,788,1 52.00	\$2,791,1 52.00	\$2,794,1 52.00
(=) Utilidad Bruta en Ventas	<b>\$1,411,4 99.88</b>	<b>\$1,411,4 99.88</b>	<b>\$1,411,4 99.88</b>	<b>\$1,411,4 99.88</b>	<b>\$1,411,4 99.88</b>
<b>(-) Gastos de Operación</b>					
<b>Gastos Fijos</b>					
<b>Permisos</b>	\$17,974. 56	\$17,989. 54	\$17,991. 04	\$17,992. 53	\$17,974. 56
<b>Publicidad</b>	\$8,863.4	\$8,870.8	\$8,871.5	\$8,872.3	\$8,863.4

	4	3	6	0	4
<b>Sueldos</b>	\$850,440 .96	\$851,14 9.66	\$851,22 0.53	\$851,29 1.40	\$850,440 .96
<b>Predio</b>	\$30,000. 00	\$30,025. 00	\$30,027. 50	\$30,030. 00	\$30,000. 00
<b>Agua</b>	\$3,000.0 0	\$3,002.5 0	\$3,002.7 5	\$3,003.0 0	\$3,000.0 0
<b>Limpieza</b>	\$7,200.0 0	\$7,206.0 0	\$7,206.6 0	\$7,207.2 0	\$7,200.0 0
<b>Teléfono e Internet</b>	\$9,588.0 0	\$9,595.9 9	\$9,596.7 9	\$9,597.5 9	\$9,588.0 0
<b>Total de Gastos Fijos</b>	\$927,066 .96	\$927,83 9.52	\$927,91 6.77	\$927,99 4.03	\$927,066 .96
<b>Gastos Variables</b>					
<b>Sueldos</b>	\$120,000 .00	\$120,10 0.00	\$120,11 0.00	\$120,12 0.00	\$120,000 .00
<b>Luz</b>	\$6,000.0 0	\$6,005.0 0	\$6,005.5 0	\$6,006.0 0	\$6,000.0 0
<b>Papelería</b>	\$2,400.0 0	\$2,402.0 0	\$2,402.2 0	\$2,402.4 0	\$2,400.0 0
<b>Mantenimiento de equipos</b>	\$21,600. 00	\$21,618. 00	\$21,619. 80	\$21,621. 60	\$21,600. 00
<b>Total de Gastos Variables</b>	\$150,000 .00	\$150,12 5.00	\$150,13 7.50	\$150,15 0.00	\$150,000 .00
<b>TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN</b>	\$1,077,0 66.96	\$1,077,9 64.52	\$1,078,0 54.27	\$1,078,1 44.03	\$1,077,0 66.96
<b>(=) Utilidad Operacional</b>	<b>\$334,432 .92</b>	<b>\$333,53 5.36</b>	<b>\$333,44 5.61</b>	<b>\$333,35 5.85</b>	<b>\$334,432 .92</b>
<b>(-) Gastos Financieros</b>					
<b>Depreciación del ejercicio</b>	\$2,734.4 7	\$2,734.4 7	\$2,734.4 7	\$2,734.4 7	\$2,734.4 7
<b>TOTAL DE GASTOS FINANCIEROS</b>	\$2,734.4 7	\$2,734.4 7	\$2,734.4 7	\$2,734.4 7	\$2,734.4 7



(=) Utilidad Antes de Impuestos	<b>\$331,698</b> .45	<b>\$330,80</b> <b>0.89</b>	<b>\$330,71</b> <b>1.14</b>	<b>\$330,62</b> <b>1.38</b>	<b>\$331,698</b> .45
<b>ISR 30%</b>	\$99,509. 53	\$99,240. 27	\$99,213. 34	\$99,186. 41	\$99,509. 53
<b>PTU 10%</b>	\$33,169. 84	\$33,080. 09	\$33,071. 11	\$33,062. 14	\$33,169. 84
<b>TOTAL DE IMPUESTOS</b>	<b>\$132,679</b> .38	<b>\$132,32</b> 0.36	<b>\$132,28</b> 4.45	<b>\$132,24</b> 8.55	<b>\$132,679</b> .38
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	<b>\$199,019</b> .07	<b>\$198,48</b> <b>0.54</b>	<b>\$198,42</b> <b>6.68</b>	<b>\$198,37</b> <b>2.83</b>	<b>\$199,019</b> .07

Fuente: Elaboración propia.

### 2.5.3. Flujo de Efectivo

Tabla 49. Flujo de Efectivo.

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ventas</b>		\$4,193, 651.88	\$4,196, 651.88	\$4,199, 651.88	\$4,202, 651.88	\$4,205, 651.88
<b>Valor de Rescate</b>						\$68,361 .79
<b>INGRESOS TOTALES</b>		<b>\$4,193, 651.88</b>	<b>\$4,196, 651.88</b>	<b>\$4,199, 651.88</b>	<b>\$4,202, 651.88</b>	<b>\$4,274, 013.67</b>
<b>Costos Fijos</b>		\$927,06 6.96	\$927,83 9.52	\$927,91 6.77	\$927,99 4.03	\$927,06 6.96
<b>Costos Variables</b>		\$1,946, 044.84	\$1,947, 666.55	\$1,947, 828.72	\$1,947, 990.89	\$1,946, 044.84
<b>COSTOS TOTALES</b>		<b>\$2,873, 111.80</b>	<b>\$2,875, 506.06</b>	<b>\$2,875, 745.49</b>	<b>\$2,875, 984.92</b>	<b>\$2,873, 111.80</b>
<b>Compra de Activo Fijo</b>	\$201,6 14.58					
<b>Compra de Activo</b>	\$16,95					

<b>Diferido</b>	7.79					
<b>Compra de Capital de Trabajo</b>	\$231,5 90.48					
<b>SALDO FINAL</b>	<b>\$450,1 62.85</b>	<b>\$1,320, 540.08</b>	<b>\$1,321, 145.82</b>	<b>\$1,323, 906.39</b>	<b>\$1,326, 666.96</b>	<b>\$1,400, 901.87</b>

Fuente: Elaboración propia.

#### 2.5.4. Punto de Equilibrio

Para determinar el punto de equilibrio se puede realizar de distintas maneras, sin embargo, para este caso se determinó en base de costos totales la fórmula es la siguiente:

$$\text{Ventas en el punto de equilibrio} = \text{Costos fijos dividido por } [1 - (\frac{\text{Costos}}{\text{ventas}})]^{15}$$

Para facilitar la obtención del punto de equilibrio se realizó el cálculo en la tabla elaborada previamente en Excel, que se muestra a continuación:

*Tabla 50. Punto de equilibrio.*

CONCEPTO/ AÑOS	AÑO1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ventas</b>	\$4,193,65 1.88	\$4,196,65 1.88	\$4,199,65 1.88	\$4,202,65 1.88	\$4,205,65 1.88
<b>Costos Fijos</b>	\$927,066. 96	\$927,839. 52	\$927,916. 77	\$927,994. 03	\$927,066. 96
<b>Costos Variables</b>	\$1,946,04 4.84	\$1,947,66 6.55	\$1,947,82 8.72	\$1,947,99 0.89	\$1,946,04 4.84

<sup>15</sup> UNAM (1963). El punto de equilibrio en la interpretación de los resultados.

<b>Costos Totales</b>	\$2,873,11 1.80	\$2,875,50 6.06	\$2,875,74 5.49	\$2,875,98 4.92	\$2,873,11 1.80
PUNTO DE EQUILIBRIO	<b>\$1,729,74 9.03</b>	<b>\$1,731,36 7.21</b>	<b>\$1,730,56 5.47</b>	<b>\$1,729,76 5.96</b>	<b>\$1,725,48 6.26</b>
PUNTO DE EQUILIBRIO	<b>41.25%</b>	<b>41.26%</b>	<b>41.21%</b>	<b>41.16%</b>	<b>41.03%</b>
Ventas=100%					

Fuente: Elaboración propia.

*Interpretación:* Como se observa, en la tabla anterior el punto de equilibrio muestra que, en el primer año de funcionamiento, el porcentaje es del 41.25%, lo que representa un valor monetario de \$1,729,749.03, esto quiere decir que se obtendrán ganancias debido a que los productos pueden ser vendidos en mayores cantidades de las que arroja el punto de equilibrio.

### 2.5.5. Indicadores de rentabilidad.

Para determinar los indicadores del Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR) se realizó en una tabla utilizando las fórmulas que brinda Excel de esta manera se agilizo el proceso. Así mismo, fue necesario realizar unos cálculos previos como lo es la tasa de actualización, los flujos de efectivo descontados y acumulados. Los que se pueden apreciar tabla 51:

Para la interpretación del VAN se utiliza los siguientes determinantes:

*Tabla 51. Reglas de decisión para la interpretación del Valor Actual Neto.*

VALOR	SIGNIFICADO	DECISIÓN
VAN > 0	La inversión produciría <b>ganancias</b> por encima de la rentabilidad exigida.	El proyecto se acepta
VAN < 0	La inversión produciría <b>pérdidas</b> por debajo de la rentabilidad exigida.	El proyecto se rechaza

VAN = 0	La <b>inversión no produciría ni ganancias ni pérdidas.</b>	Ya que el proyecto no agrega valor monetario por encima de la rentabilidad exigida, la decisión debería basarse en otros criterios, como la obtención de un mejor posicionamiento en el mercado u otros factores.
---------	---	---

Fuente: Elaboración propia con base a información obtenida de Hamilton y Pezo, 2005.

*Tabla 52. Indicadores de viabilidad.*

AÑO	INGRESOS	COSTOS	FLUJO DE EFECTIVO	FLUJO DE EFECTIVO DESCONTADO	FLUJO ACUMULADO
0		\$450,162.85	\$450,162.85	-	\$450,162.85
1	\$4,193,651.88	\$2,873,111.80	\$1,320,540.08	\$1,320,540.08	\$900,325.71
2	\$4,196,651.88	\$2,875,506.06	\$1,321,145.82	\$1,321,145.82	\$2,220,865.78
3	\$4,199,651.88	\$2,875,745.49	\$1,323,906.39	\$1,323,906.39	\$3,542,011.60
4	\$4,202,651.88	\$2,875,984.92	\$1,326,666.96	\$1,326,666.96	\$4,865,917.99
5	\$4,205,651.88	\$2,873,111.80	\$1,400,901.87	\$1,332,540.08	\$6,192,584.95
<b>TOTAL</b>	<b>\$20,998,259.40</b>	<b>\$14,823,622.93</b>	<b>\$7,143,323.96</b>	<b>\$6,174,636.47</b>	<b>\$18,171,868.88</b>

20% Tasa de actualización

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de Hamilton, M. & Pezo, A., 2005 y Sapag, N., 2007.

Ahora bien, para determinar el Beneficio- Costo se utilizó la fórmula<sup>16</sup>:

$$\text{Beneficio-Costo} = \frac{\text{VAI}}{\text{VAC}}$$

Dónde:

VAI= Valor Actual de los Ingresos totales netos o beneficios netos

VAC= Valor Actual de los Costos de inversión o costos totales

Según Sapag, (2007).

*“La relación Beneficio- Costo compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión. El método lleva la misma regla de decisión del VAN, ya que cuando este es cero, la relación B-C será igual a uno. Si el VAN es mayor que cero, la relación mayor que uno, y si el VAN es negativo, esta será menor que uno.”*

Y, por último, para calcular el Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) se aplicó la siguiente formula:

Periodo de Recuperación de la Inversión = Flujo Acumulado – Inversión inicial<sup>17</sup>

Inversión Inicial: \$450,162.85

Flujo de Efectivo: \$1,320,540.08

Por Recuperar: \$450,162.85

---

<sup>16</sup> Hamilton, M. & Pezo, A. (2005). Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos y empresariales aplicados. Bogotá: Convenio Andrés Bello

<sup>17</sup> Sapag, N. (2007). Proyectos de inversión formulación y evaluación. México: Person Educación (1ra. Ed.)

## 2.5.6. Resultado e interpretación de los indicadores de viabilidad.

Tabla 53. Resultado de indicadores de rentabilidad.

INDICADORES DE VIABILIDAD	
VAN	\$3,509,206.32
TIR	293%
C/B	1.41
PR: Años	0.34

Fuente: Elaboración propia.

*Interpretación:* De acuerdo con la evaluación realizada el proyecto es viable, puesto que tiene el Valor Actual Neto mayor a cero, lo que significa que el proyecto es viable ya que presenta recuperación, utilidades y ganancias dentro del primer año.

Así mismo con una Tasa Interna de Retorno del 293%, que es mayor a la 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 1.41. También, podemos observar que el Periodo de Recuperación de la Inversión es inferior a 1 año.

## CAPÍTULO III. ANÁLISIS Y RESULTADOS.

Como se mencionó anteriormente, se realizó un levantamiento de 200 encuestas por medio de la herramienta digital de Google Drive, la encuesta fue subida a la plataforma el día 31 de enero del 2019 y se logró el objetivo de recabar el tamaño de muestra deseado el día 06 de marzo del mismo año. Para facilitar la recolección de información, es decir, que las encuestas fueran contestadas se publicó en páginas, grupos y con usuarios de la red social de Facebook ya que se tenía un conocimiento previo que los usuarios pertenecían a los municipios

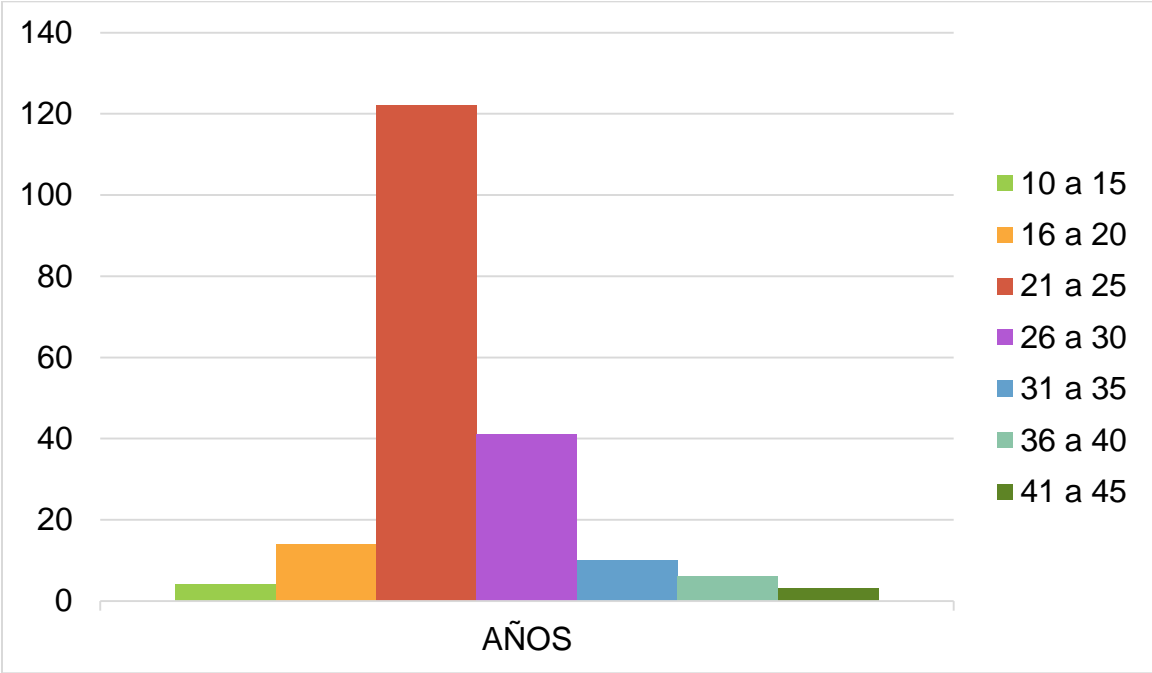
pertenecientes a la población objeto de estudio que son; Chimalhuacán, Chicoloapan, Texcoco y Los Reyes La Paz.

Las aplicaciones de las encuestas nos ayudaron a realizar la investigación de mercado para determinar quiénes serán los usuarios y consumidores del producto que la empresa de “Tutoriales Envasados” ofrece y al mismo tiempo para saber qué el nivel de aceptación del producto para los futuros consumidores y los resultados que se obtuvieron son los siguientes:

**3.1. Resultados de la encuesta (Investigación de mercado)**

**3.1.1. Preguntas dentro del encabezado.**

*Gráfico 5. Edad*



Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de las encuestas aplicadas.

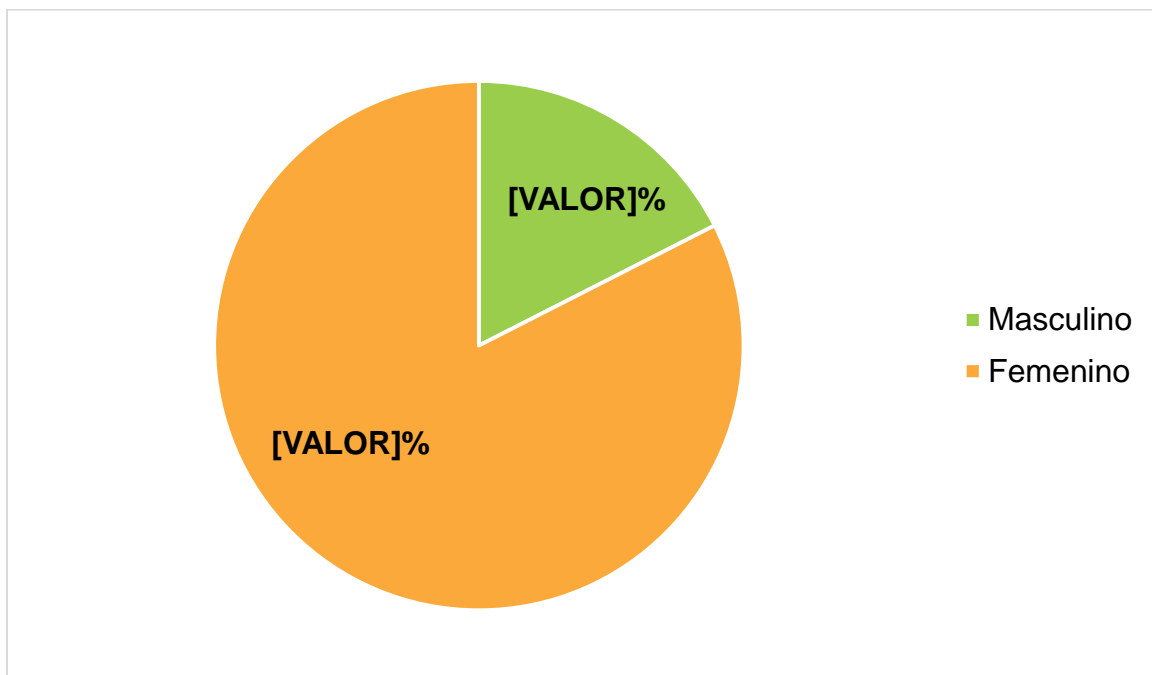
En la gráfica se observa que de las 200 personas encuestadas; 4 tienen una edad entre 10 a 15 años, 14 de 16 a 20, 122 de 21 a 25, 41 de 26 a 30, 10 de 31 a 35, 6 de 36 a 40 y 3 de 41 a 45 años. De lo anterior, se obtiene que las personas que contestaron la encuesta en su mayoría tienen una edad de entre 21 a 25 y de 26 a

30 años ya que estos dos rangos de edad son los más altos como se puede observar.

Esto quiere decir, que son los consumidores prospectos para vender el producto, debido a que mostraron interés al responder una encuesta de esta índole de igual manera, encontramos que la diferencia de edad no importa para el cuidado de la piel ya que desde los adolescentes se inicia el interés por el uso de las mascarillas.

El rango de edades a la que se ofrecerá el producto se elige de 16 a 35 años, siendo perfecto ya que las mascarillas que se elaborarán sirven para el cuidado de la piel joven y adulta.

Gráfico 6. Género



Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de las encuestas aplicadas.

En esta gráfica se observa que de las personas a las que se realizó la encuesta el 17.5% son del género masculino, mientras que predominó el femenino con un 82.5%, por lo que se puede deducir que es porque las mujeres generalmente



tienen la necesidad de verse y sentirse bien, por ello, se obtuvo más participación de ellas en esta encuesta ya que como el encabezado lo decía “Tutoriales Envasados” hablando de mascarillas se notó considerablemente el interés por parte de ellas.

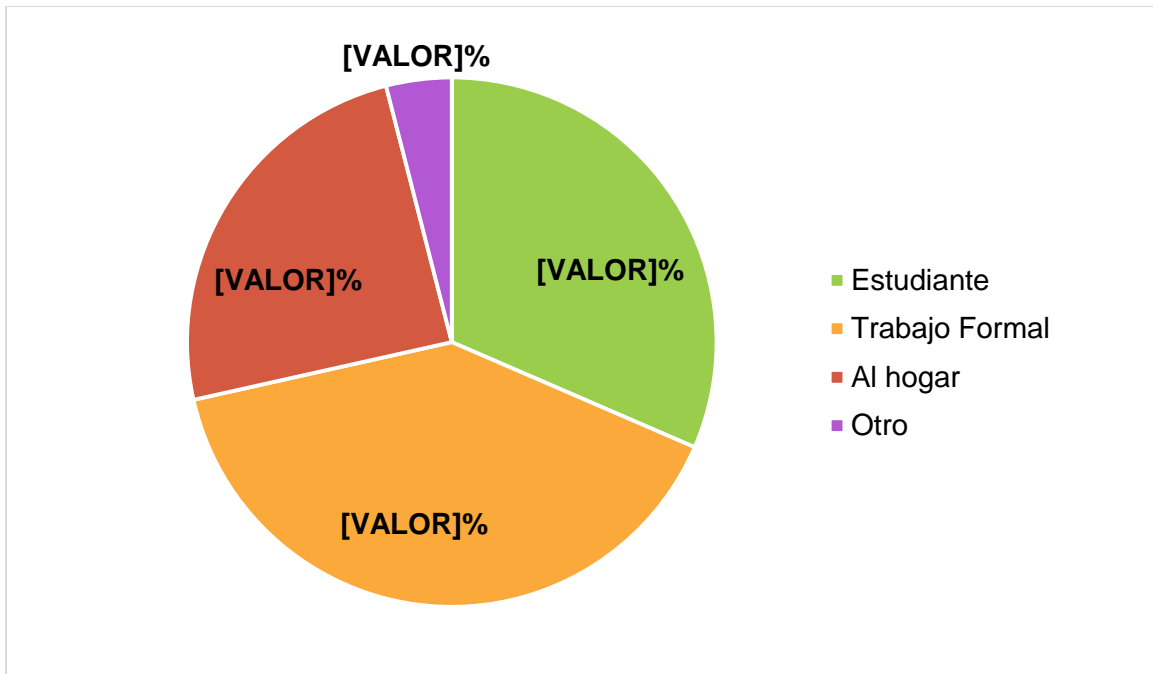
Sin embargo, no se descartó la participación de hombres al contestar estas encuestas y como se verá en el análisis del resto de las preguntas pudimos notar que ese porcentaje de encuestados les gusta utilizar productos para el cuidado de su rostro.

En esto influyen bastante las costumbres del país ya que por lo general en México si un hombre utiliza productos para el cuidado de la piel es mal visto o tachado de metrosexual, es decir, que se preocupa demasiado por verse bien, aunque esto no es malo por las costumbres hacen creer que es así, pero actualmente en el país se está adoptando que el cuidado de la piel y sobre todo facial no solo es para mujeres, sino también para hombres ya que antes era mal visto tal vez porque la mayoría de los hombres se dedicaban al trabajo de campo y en la actualidad la mayoría de los encuestados trabaja en oficina por esto surge para ellos la necesidad de verse bien.

Cabe destacar que el porcentaje de hombres que respondió la encuesta tienen una edad de 20 a 30 años, y mostraron interés por las mascarillas caseras podría considerarse que quizás es debido a que en este rango de edades buscan verse bien no solo por el ámbito laboral sino para verse bien para el sexo opuesto.

Por lo anterior, el producto estará dirigido especialmente a mujeres, pero no se descartará la adquisición por parte del sexo masculino.

#### *Gráfico 7. Ocupación*

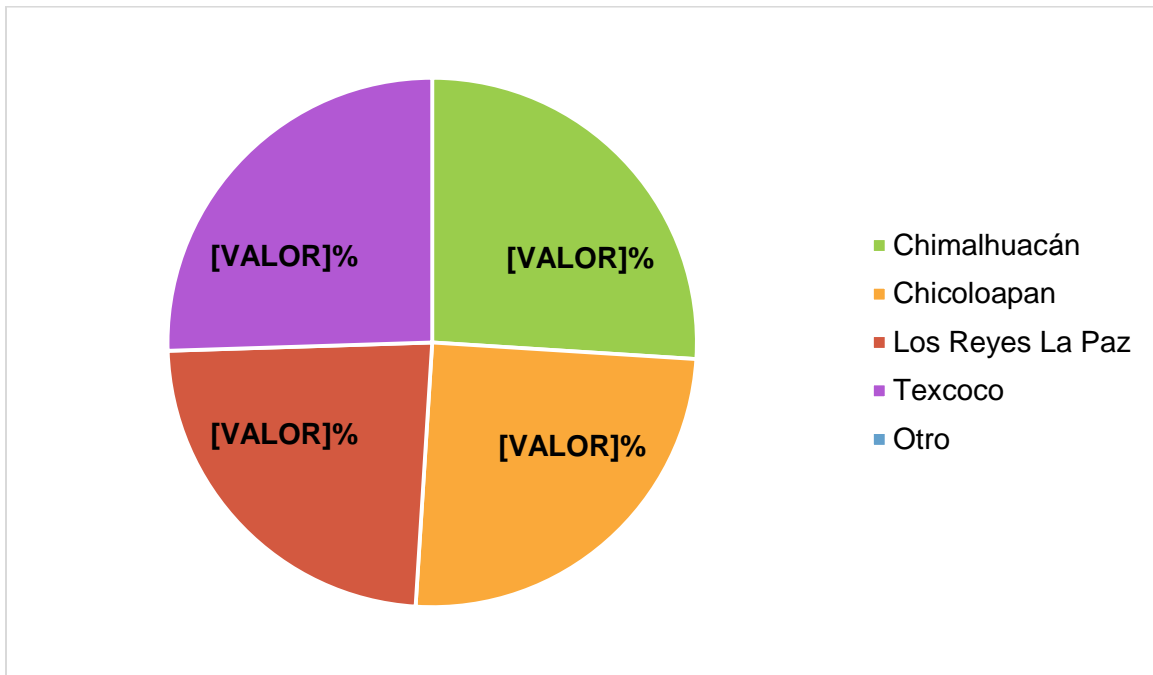


Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de las encuestas aplicadas.

En esta gráfica se observa que el 40% de los encuestados trabajan en puestos formales, le siguen los estudiantes con un 31.5%, en seguida quienes se dedican al hogar con 24.5% y un 4% contestó al inciso otro que este abarca todos aquellos trabajos informales como son taxista, técnica en uñas, comercio informal, técnico en electrodomésticos, dueños de negocios pequeños, etc.

Aquí encontramos el potencial de los consumidores del producto que se ofrecerá para aquellos que trabajan y estudian ya que son los que arrojaron el porcentaje más alto dentro de las encuestas realizadas.

Gráfico 8. Municipio



Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de las encuestas aplicadas.

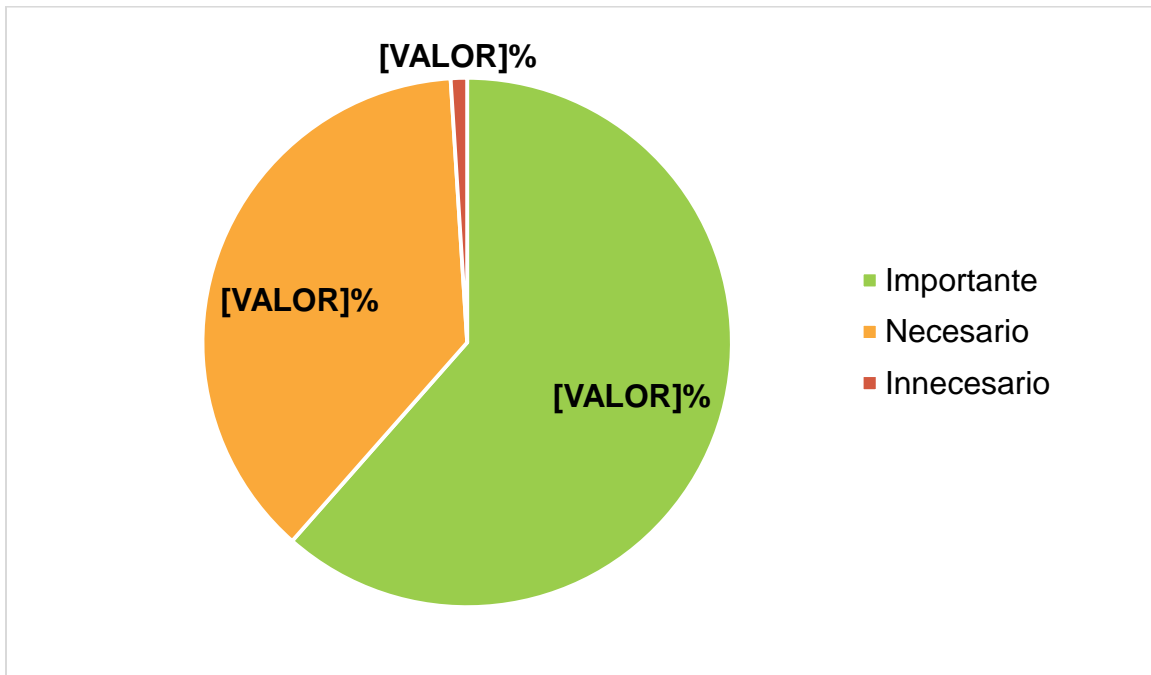
En la gráfica se observa que como se mencionó anteriormente se realizó la encuesta en los siguientes municipios obteniendo un porcentaje de respuestas de 26% de Chimalhuacán continuando con el 25.5% de Texcoco, 25% de Chicoloapan y, por último, el 23.5% del municipio de Los Reyes La Paz.

En esta pregunta se colocó la respuesta de otro ya que al haber aplicado la encuesta por medio digital podría llegar a personas que no pertenecieran a los municipios que son nuestro objeto de estudio que fue lo que sucedió, sin embargo, ya que Google Drive permite eliminar individualmente los cuestionarios se eliminaron aquellos que no correspondían a dichos municipios para evitar que los porcentajes se vieran afectados.

Como se ve en la gráfica la aplicación de encuestas resultó satisfactoria ya que los porcentajes de aplicación únicamente tienen la variación del 2.5% considerando Chimalhuacán como el más elevado y Los Reyes La Paz como el más bajo.

### 3.1.2. Pregunta 1.

Gráfico 9. Considera que el cuidado facial es...



Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de las encuestas aplicadas.

Ahora se observa en esta gráfica que de las 200 personas encuestadas el 61.5% considera que el cuidado facial es importante, mientras el 37.5% que es necesario y solo el 1% que es innecesario que visto a fondo solo 2 personas de 200 lo considera innecesario.

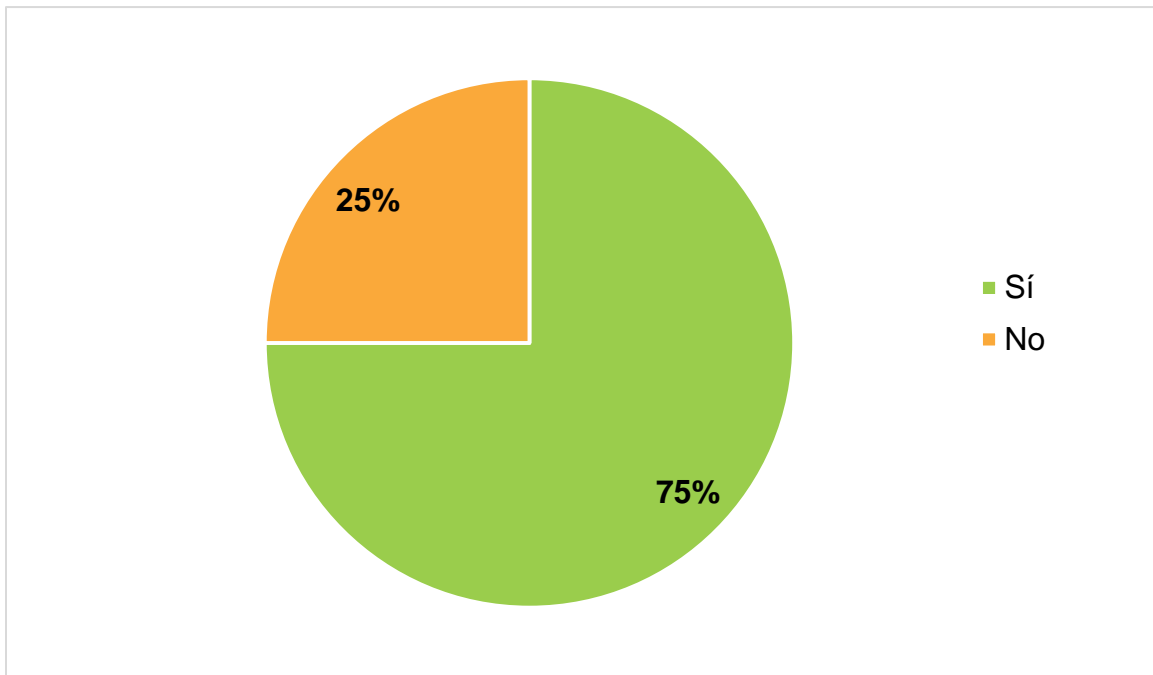
En esta pregunta notamos que en su mayoría considera importante el cuidado facial, ya que realizando un análisis más a profundidad de las respuestas el porcentaje de 61.5% es del sexo femenino mientras que quien lo considera necesario, es decir, el 37.5% a hombres y una minoría de mujeres.

El 1% fue respuesta procedente de un hombre, que como se mencionó anteriormente, en la pregunta del género es debido a que por las costumbres las mujeres son quienes suelen preocuparse más por el cuidado de la piel ya que tienen la necesidad de verse y sentirse bien.

Por los resultados que arrojó esta encuesta podemos decir que el producto que se ofrecerá es aceptado por un 99% de la población objeto de estudio.

### 3.1.3. Pregunta 2.

Gráfico 10. *¿Utiliza algún producto para la belleza y/o cuidado facial?*



Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de las encuestas aplicadas.

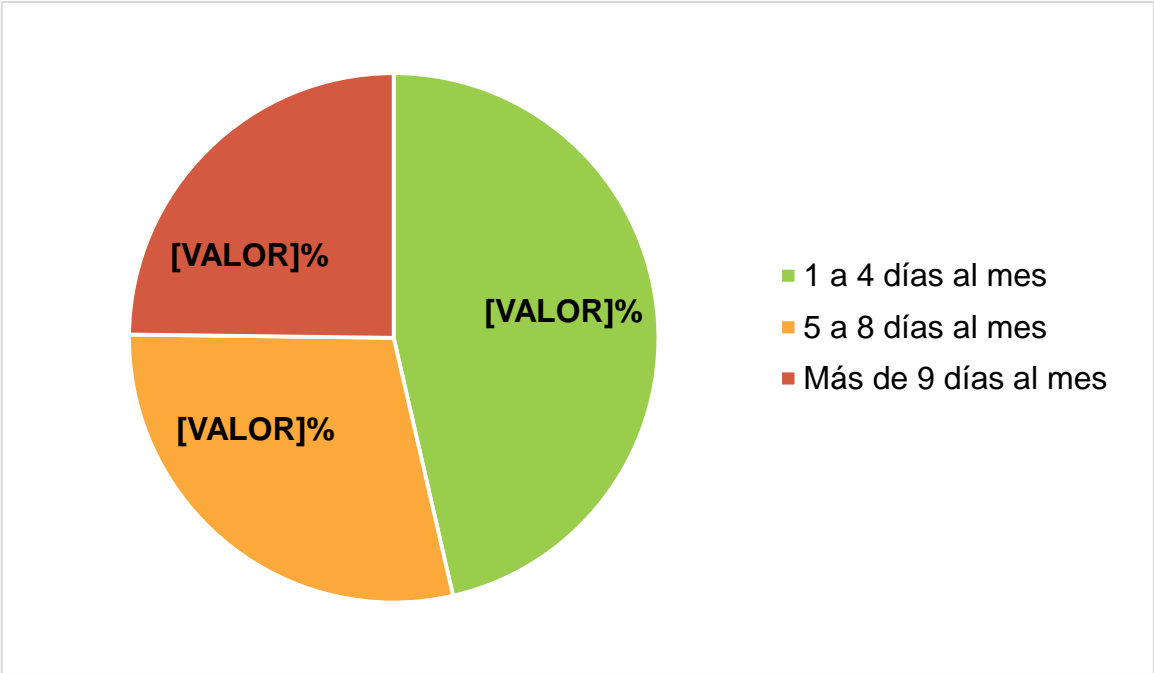
En esta gráfica se observa que el 75% de las personas encuestadas utiliza algún producto para el cuidado y belleza de su rostro mientras el 25% no hace uso de ello.

Analizando a fondo las respuestas se ve que quienes respondieron de manera negativa a esta pregunta son los hombres con un 17.5% y el otro 7.5% restantes son de algunas personas que se dedican al hogar. En esta parte influye en las personas que se dedican al hogar ya que por lo general no se preocupan por la apariencia física debido a que las labores domésticas conllevan muchas horas de trabajo dejando a las personas agotadas que en su mayoría son del género femenino quienes se dedican al hogar y al encontrarse así lo último en que se preocupan es por cuidar y embellecer su piel.

En cuanto a la respuesta obtenida de los hombres como se mencionó en el análisis de la gráfica de género, es principalmente por la cultura sobre el cuidado facial que se tiene en México.

**3.1.4. Pregunta 3.**

*Gráfico 11. ¿Con qué frecuencia lo utiliza?*



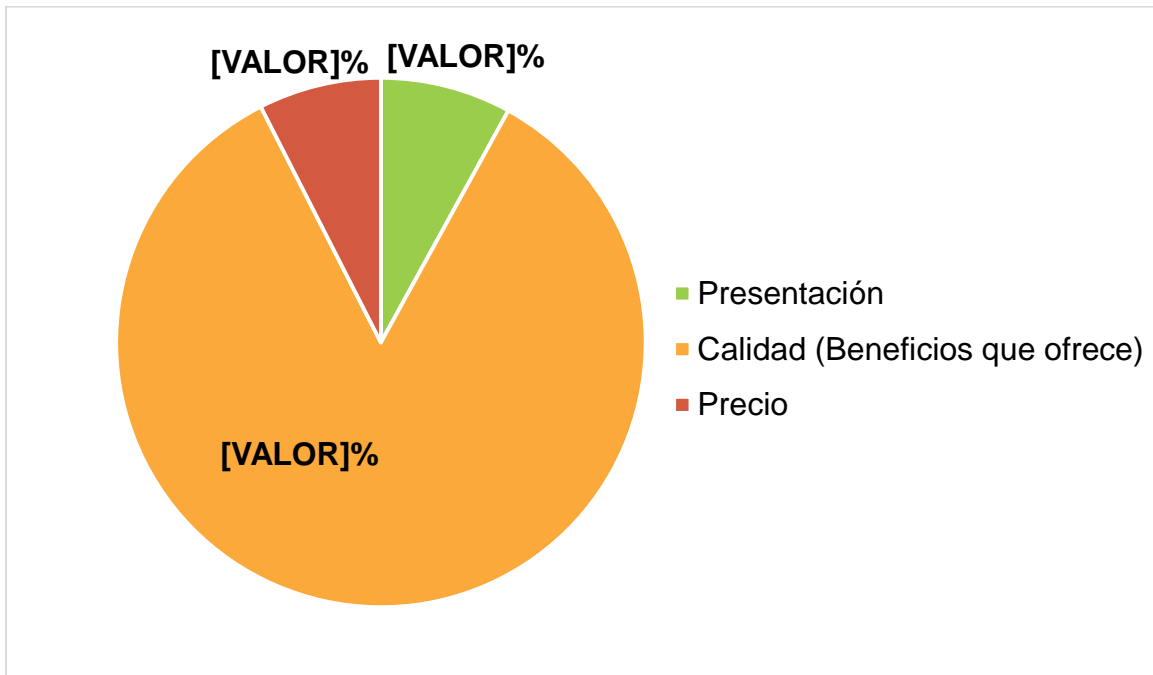
Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de las encuestas aplicadas.

En la gráfica anterior, podemos observar que el 46.4% de las personas que utilizan algún producto para el cuidado facial lo hacen en un promedio de 1 a 4 días al mes, 28.8% de 5 a 8 días y el 24.8% por más de 9 días al mes.

Por lo anterior, podemos saber que los kits de mascarillas “Tutoriales Envasados” serán comprados mensualmente, por ello, se prevé que la mascarilla venga en envases que rinda un mes de uso, considerando que las aplicaciones de esta deben ser de 1 a 2 por semana dependiendo el kit.

**3.1.5. Pregunta 4.**

Gráfico 12. ¿Qué es lo primero que le llama la atención de una mascarilla facial?



Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de las encuestas aplicadas.

Al analizar la respuesta en las personas encuestadas se puede observar en la gráfica que un 84.5% busca la calidad y beneficios que ofrece el producto, el 7.5% se fija en que el precio del producto sea accesible y 8% en la presentación que tiene, es decir, que prestan poca atención en el empaque, marca, caja.

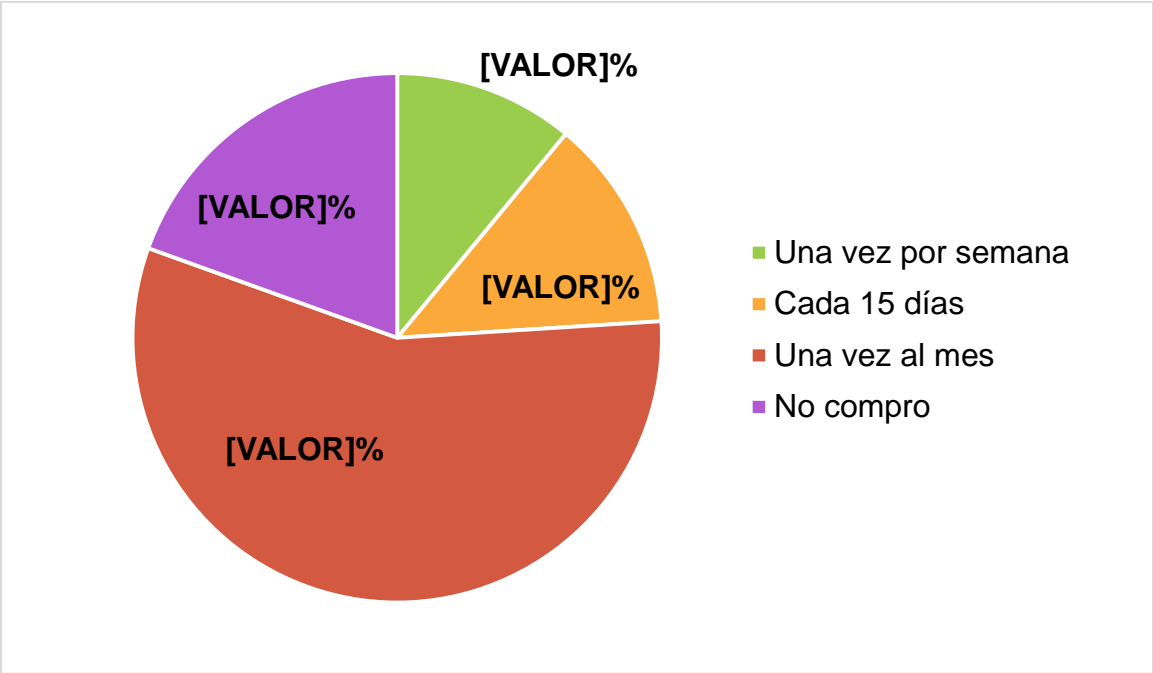
El resultado de esta respuesta me pareció interesante ya que el 84.5% de las personas se fija en la calidad y beneficios de los productos, lo cual será tomado en cuenta al momento de crear el producto que ofrecerá “Tutoriales Envasados”.

Sin embargo, a pesar de que solo el 8% se fija en la presentación consideró que en esta respuesta influye el marketing que hace crear en la mente del usuario una necesidad de adquirir el producto aunque en el momento no lo requiera, ya que actualmente un empaque innovador así como, un logotipo o eslogan llamativo logran posicionarse mejor en el mercado y en este caso que el producto será de lanzamiento se tiene que ser muy cautelosos al utilizarlo de manera apropiada para garantizar la satisfacción del cliente uniendo presentación y calidad en el

producto logrando brindar los benéficos que el consumidor necesita para satisfacer sus necesidades.

**3.1.6. Pregunta 5.**

*Gráfico 13. ¿Con qué frecuencia compra productos para el cuidado facial?*



Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de las encuestas aplicadas.

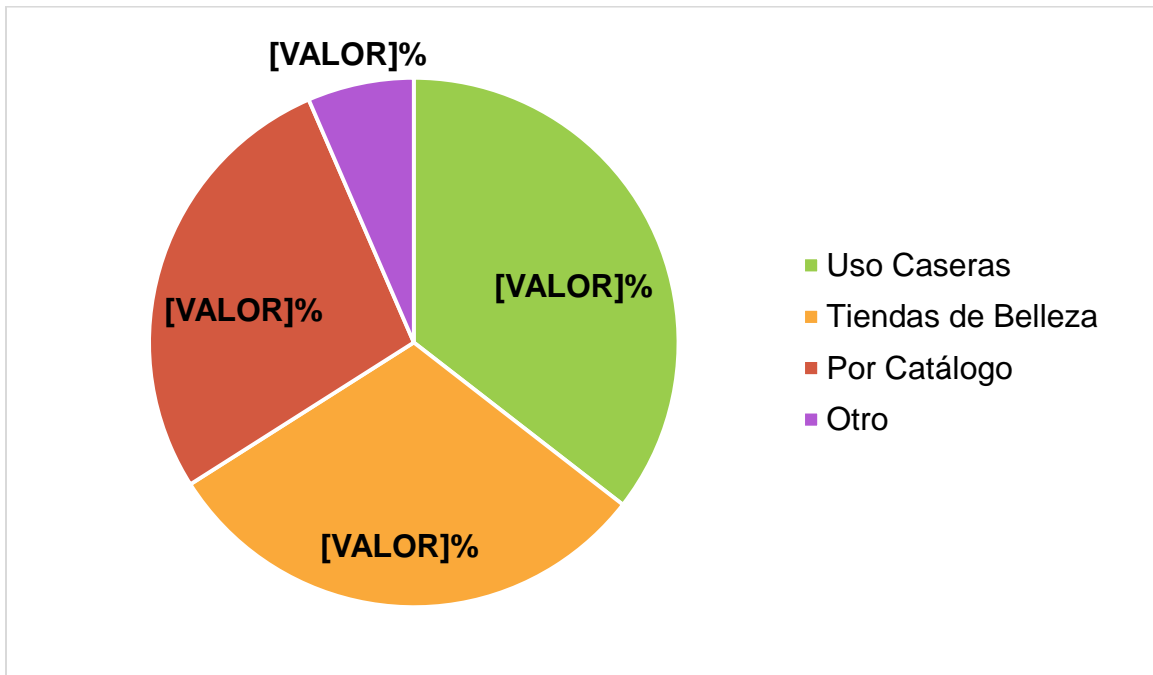
En la gráfica se observa que el 56.6% de los encuestados compra productos para el cuidado facial una vez al mes el 19.5% no compra ya que esto corresponde al porcentaje de personas que no utilizan mascarillas, el 13% compra cada 15 días y el 11% una vez por semana, de esto notamos que el mayor porcentaje corresponde a la compra de una vez al mes, lo que indica que la venta del producto con duración para un mes será viable.

Uno de los factores que influyen en la compra de mascarillas es que por lo general su aplicación es cada 3 a 8 días dependiendo los beneficios que se busquen, pero mucha gente suele aplicarlas una vez al mes o cada 15 días, pero el kit que dure un mes con las especificaciones correctas ayudará a que las personas cuiden de manera adecuada su rostro.

**3.1.7. Pregunta 6.**



Gráfico 14. ¿En qué lugar adquiere mascarillas de este tipo?



Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de las encuestas aplicadas.

En la gráfica se aprecia que el 35.5% de las 200 personas encuestadas hace uso de mascarillas caseras, 30.5% las compra en tiendas de belleza, el 27.5% compras por catálogo y 6.5% contestaron que otro, donde la mayoría de las respuestas coinciden en que las adquieren en supermercados y tiendas departamentales.

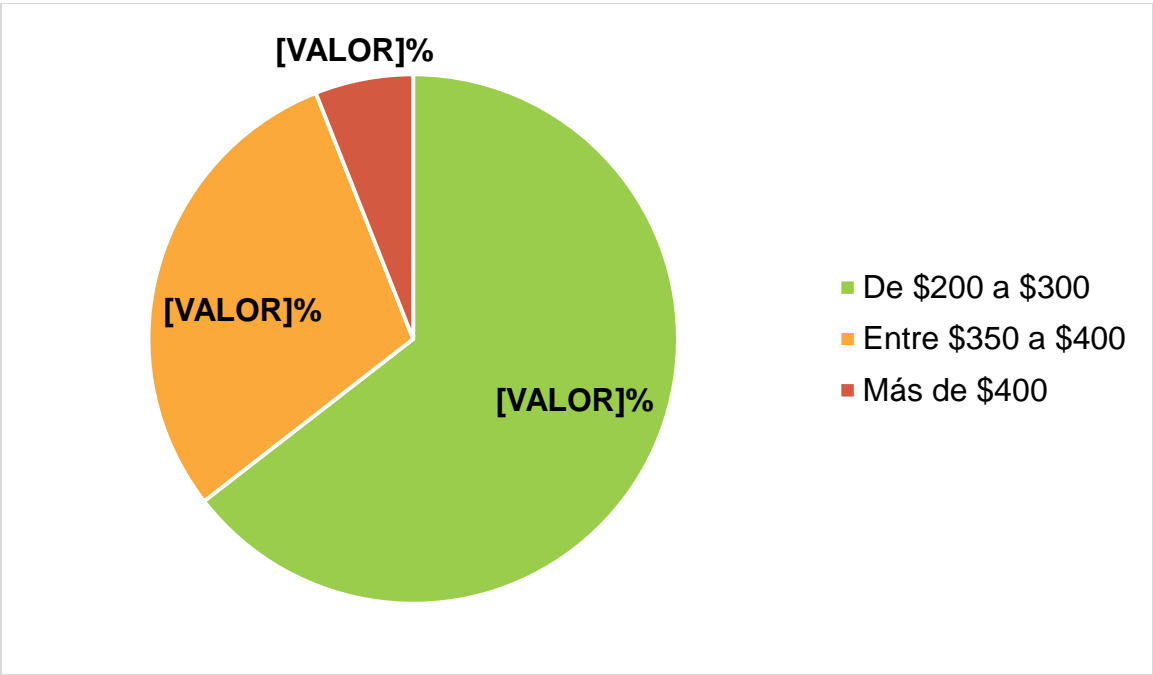
De lo anterior, es favorable que el porcentaje más alto corresponda al uso de mascarillas caseras ya que el producto "Tutoriales Envasados" busca cubrir ese mercado de las personas que usan mascarillas caseras que son naturales y buenas para la piel ya que no tienen químicos a diferencia de las que venden ya elaboradas, también el 27.5% que compra por catálogos lo hace porque es una manera cómoda de adquirirlos ya que hacen el pedido y llega directamente a casa.

Considerando esto será viable la venta por internet ya que brinda la misma practicidad y comodidad al obtener los productos hasta la puesta del hogar, sin embargo, en México no se tiene la cultura de compra por internet en general por

desconfianza de que no sea entregado el producto o bien ser estafados por empresas fantasma, para dar confianza a los clientes se buscará brindar una garantía que de seguridad de que los productos serán entregados, hasta lograr que la empresa sea recomendada y no genere este tipo de inconvenientes.

**3.1.8. Pregunta 7.**

*Gráfico 15. ¿Cuánto estaría dispuesto/a a pagar por un kit de mascarilla que pueda utilizar durante 1 mes?*



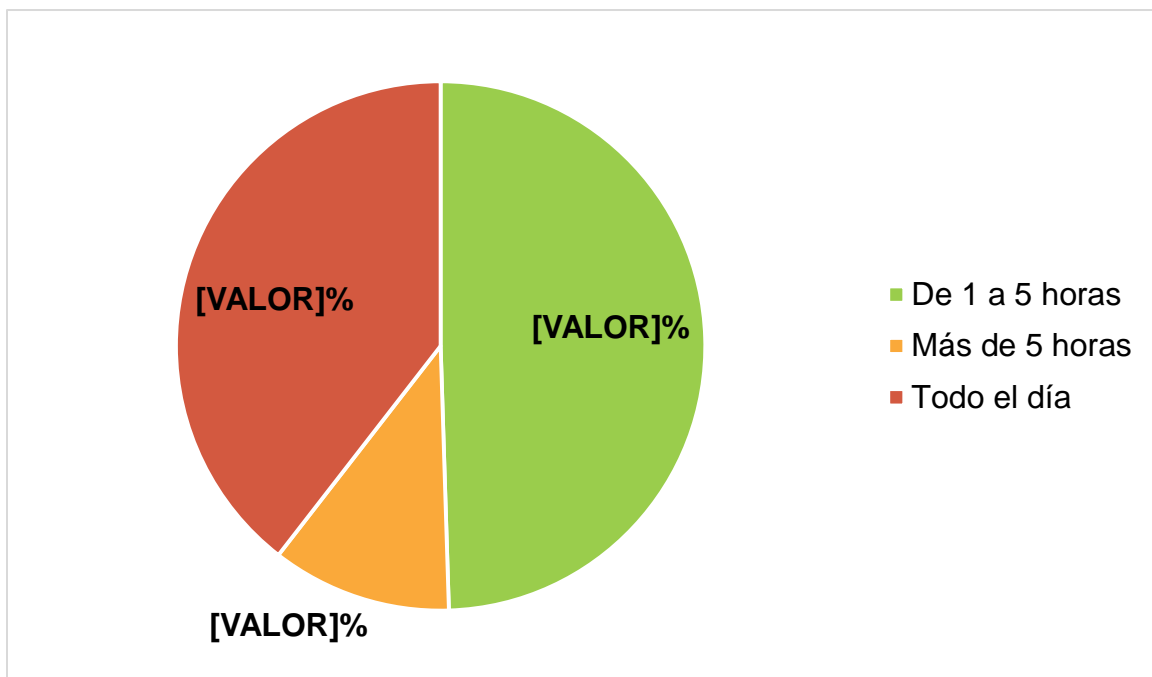
Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de las encuestas aplicadas.

En esta gráfica se observa que 64.5% de los encuestados estaría dispuestos a pagar de \$200 a \$300 pesos por un kit de mascarillas que pueda utilizar por un mes el 29.5% entre \$350 a \$400 y solo el 6% más de \$400.

Los resultados obtenidos de las repuestas a esta pregunta radicarón debido al nivel socioeconómico que tiene las personas de los municipios en que fue aplicada la encuesta, y al haber considerado esto como nuestra muestra de estudio se tomarán en cuenta los datos para segmentar al mercado al que será dirigido el producto “Tutoriales Envasados”, de igual manera, a la hora de colocar precio al producto.

### 3.1.9. Pregunta 8.

Gráfico 16. Al día, ¿Con qué frecuencia utiliza redes sociales?



Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de las encuestas aplicadas.

En esta gráfica se puede observar la frecuencia con la que los encuestados utilizan las redes sociales el 49.5% hace uso de ellas de 1 a 5 horas al día, el 39.5% todo el día y el 11% más de 5 horas. El uso de redes sociales como se nota en los resultados obtenidos en esta pregunta cada día se vuelva cotidiano el

sentirnos conectados e informados de lo que pasa en el resto del mundo, con familiares y amigos.

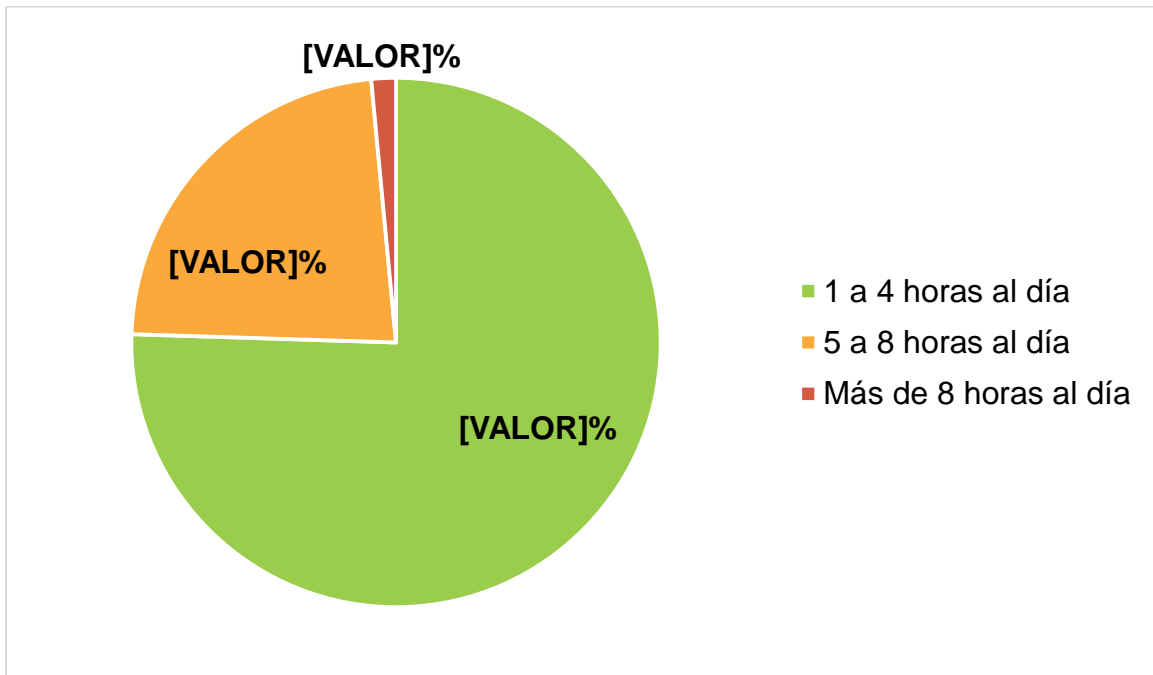
Según el artículo de Escamilla (2008). *“En la actualidad, hacer uso de las redes sociales es una actividad que a cualquier individuo le puede parecer de lo más normal, ya sea Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, LinkedIn o Snapchat, las personas, destinan a diario una cantidad considerable de minutos al día y a la semana a estos espacios sociales.”* Cada vez el impacto de las redes sociales en los individuos va en incremento no solo como lo explica este autor, sino que los resultados mismos de esta pregunta que fue incluida en las encuestas se pueden observar perfectamente en la gráfica.

Lo anterior, es favorable no solo para la venta del producto sino también para implementar un correcto plan de mercadotecnia, con ello la publicidad en redes sociales que se implementarán permite a la empresa conocer el tiempo que los futuros clientes invierten en las diferentes redes sociales.

Siendo de suma importancia para determinar para qué tipo de publicidad funciona mejor en cada red social y qué tipo de mensajes tienen más probabilidad de ser aceptados, debido a que las personas destinan gran parte de horas al día a interactuar en redes sociales lo que ayudará a la empresa a darse a conocer con los usuarios para lograr convertirlos en clientes.

#### **3.1.10. Pregunta 9.**

Gráfico 17. ¿Con qué frecuencia utiliza la plataforma de YouTube?



Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de las encuestas aplicadas.

En la gráfica se observa la frecuencia con que los encuestados utilizan la plataforma de YouTube que el 75.5% destinan de 1 a 4 horas al día, el 23% 5 a 8 horas y el 1.5% más de 8 horas, cabe recalcar que ese 1.5% corresponde a las respuestas dadas por los usuarios del rango de edad de 10 a 15 años, esto es debido a que tienen acceso a redes sociales ya sea por su celular, Tablet, Smart TV o computadora y al no tener responsabilidades destinan más horas a distraerse viendo videos en esta plataforma.

Saber esto es importante para el lanzamiento del producto debido a que esta plataforma será la principal herramienta para darlo a conocer, así como para brindar el servicio posventa que ofrecerá la empresa que es publicar los videotutoriales de modo de preparación de la mascarilla y videos que den tips para el cuidado de la piel ya que son parte fundamental para la marca ya que viene incluido como una propuesta de valor.

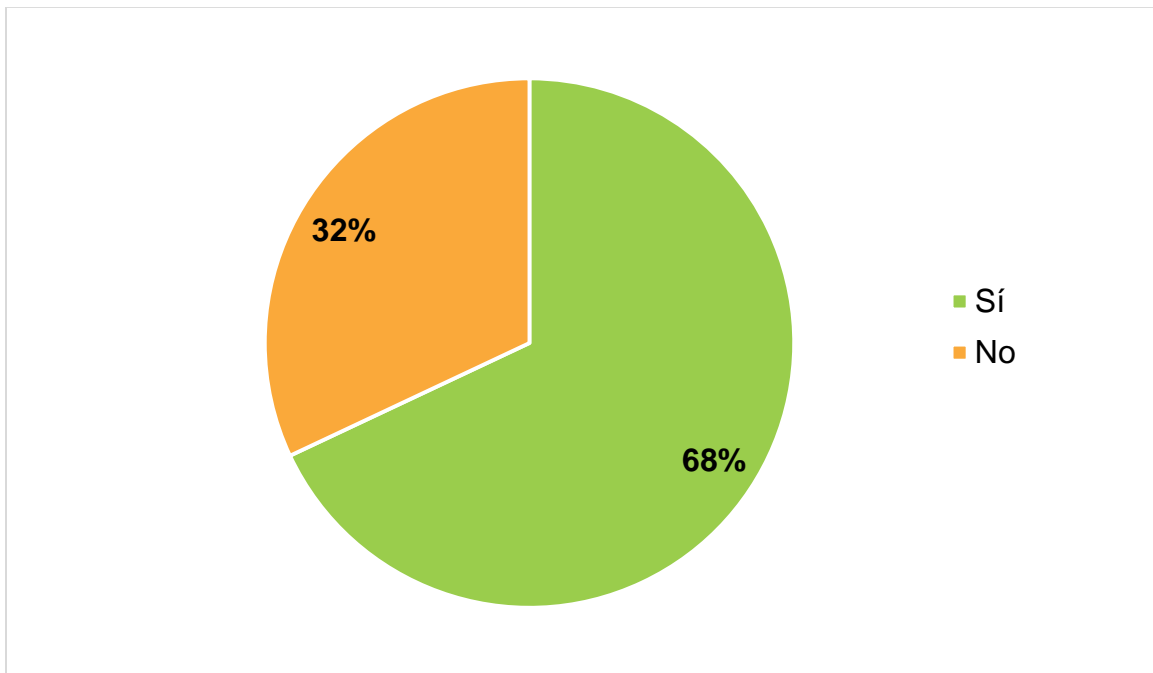
Actualmente según estudios de la Asociación de Internet. MX (2017). “65 millones de usuarios de Internet en México, dedican alrededor de 7 horas y 14 minutos al día para navegar en distintas plataformas, logrando el primer lugar con un 77%, la conexión a internet vía dispositivos móviles.

Ahora bien, de ese porcentaje detallado, la red social YouTube, ocupa el tercer lugar de preferencia de uso en el usuario mexicano, por debajo de Facebook en primer lugar y WhatsApp en segundo lugar.”

De acuerdo con estas cifras unido a los resultados la pregunta, se puede saber que utilizar esta plataforma como servicio adicional del producto además de que hacer uso de ella es gratuito para la empresa, es totalmente viable.

### 3.1.11. Pregunta 10.

Gráfico 18. ¿Ve videotutoriales relacionados a mascarillas hechas a base de productos naturales?



Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de las encuestas aplicadas.

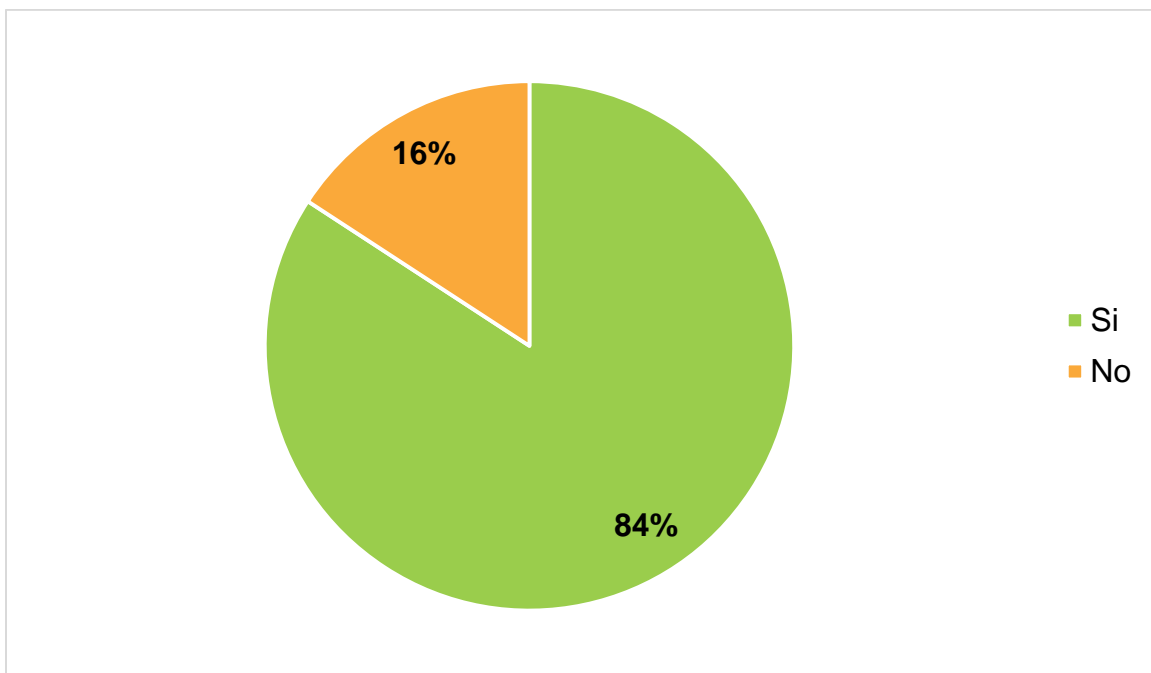
En esta gráfica se observa el porcentaje de los encuestados que ven videotutoriales relacionados a mascarillas hechas a base de productos naturales o bien uso de mascarillas caseras el 68% dijo si verlos y el 32% que no lo hace.

Según estudio publicado en IAB México (2016) confirma el impacto de YouTube, en el gusto por parte del usuario al buscar y visualizar videos en Internet y que el perfil del consumidor es principalmente de millennials, personas entre 18 y 34 años de edad... “reporta los hábitos del usuario del segmento de Internautas en México, podemos comprobar que un 79% utiliza la plataforma para ver Tutoriales.”

Esto es un resultado favorable ya que el porcentaje más alto es que ven este tipo de videos lo que nos da a conocer que estas personas podrían mostrar interés por “Tutoriales Envasados” puesto que se harán videos de esta índole.

### 3.1.12. Pregunta 11.

*Gráfico 19. ¿Le gustaría encontrar en tiendas y/o negocios algún kit que incluya los ingredientes para la elaboración de mascarillas que suele ver en dichos tutoriales?*





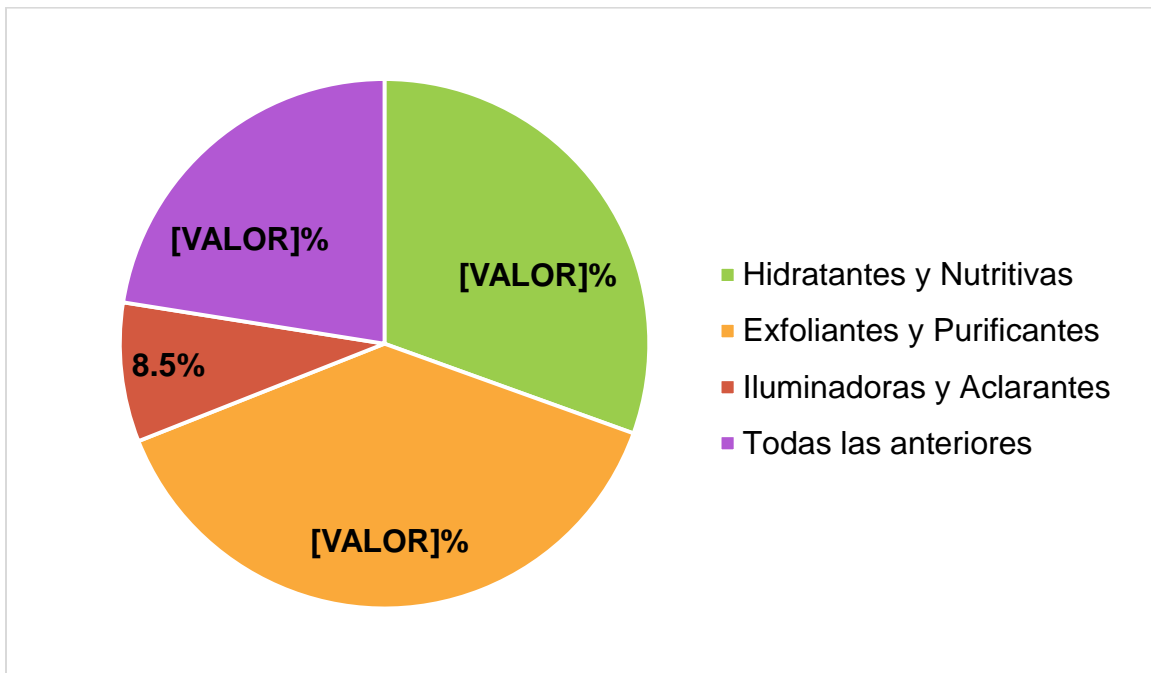
Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de las encuestas aplicadas.

En esta gráfica se observa el porcentaje de las personas encuestadas que les gustaría encontrar en tiendas y/o negocios algún kit que incluya los ingredientes para la elaboración de mascarillas que suelen ver en dichos tutoriales y el resultado es 84% respondió que sí y el 16% que no.

Las líneas anteriores hacen resaltar que nuevamente es favorable para la venta del producto, ya que es un porcentaje alto quien muestra interés en el tipo de producto y servicio que ofrecerá “Tutoriales Envasados”, lo que quiere decir que estos serán aceptados por un 84% si se logra cubrir con las necesidades será probable que lo adquieran.

### 3.1.13. Pregunta 12.

Gráfico 20. ¿Qué tipo de mascarillas le gustaría encontrar?



Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de las encuestas aplicadas.

Por último, se preguntó a los encuestados los tipos de mascarillas le gustaría encontrar y el resultado fue; el 38.5% fueran exfoliantes y purificantes, 30.5% hidratantes y nutritivas, 8.5% iluminadoras y aclarantes mientras que al 22.5% les gustaría encontrar de todas las mencionadas anteriormente.

Esto será considerado para los kits y tipos de mascarillas que ofrecerá “Tutoriales Envasados” para logre satisfacer estas necesidades buscando asegurar que un mayor porcentaje de personas compren el producto, por ello, al inicio la empresa ofrecerá tres kits distintos uno de mascarilla exfoliante, otro purificante que ocupan el 38.5% de los resultados de esta pregunta, es decir, el porcentaje más alto y le siguen las hidratantes y nutritivas con un 30.5% que será el tercer kit.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Un plan de negocios es una herramienta que permite a un emprendedor conocer todo lo que necesita para llevar a cabo su idea de negocio; los aspectos administrativos, técnicos, del mercado y los financieros.

Es importante realizar un plan de negocios donde la idea de negocio sea clara, precisa, entendible y sobre todo real, también debe satisfacer o crear una necesidad para que el producto o servicio ofrecido sea adquirido por los consumidores, de igual manera, debe ser entendible para cualquier persona ya que permite; atraer posibles inversionistas, ayuda a los emprendedores a aterrizar sus ideas en la realidad y guía a los mismos para buscar las mejores estrategias para su futura empresa.

Para el funcionamiento de un negocio o bien MIPyME (Micro, Pequeñas y Medianas Empresas) se necesitan una serie de requerimientos administrativos y

legales, aquí es donde la mayoría de los emprendedores desconocen la información y como consecuencia prefieran establecerse como negocios informales o bien, que estén registrados con los aspectos legales necesarios que se encuentren en quiebra sin tener conocimiento de ello y diversos microempresarios contratan abogados, contadores, administradores, es decir, profesionistas que se encarguen de la empresa, pero si ellos tienen el desconocimiento de lo que sucede, no logran tomar las decisiones apropiadas y es por esta razón que las MIPyMES no cuentan con ni un solo año de vida.

Sin embargo, 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, así mismo conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para crear estrategias ante posibles riesgos o contingencias que puedan presentarse en un futuro. Este plan de negocios muestra la búsqueda escrita y en cifras para la apertura de una empresa dedicada a la comercialización de kits para la creación de mascarillas faciales. Los datos son actuales mismos que brinda información sobre la forma en que se manejan los mercados, su segmentación, el comportamiento de los consumidores y la aceptación que por medio de aproximaciones y proyecciones del producto se logra saber que el resultado que tendrá al ser puesto a la venta.

De igual manera, permite conocer los objetivos y mejorar las estrategias, haciendo que los consumidores del servicio se vuelvan fieles a la marca, producto y servicio que ofrece, esto derivado de un plan de mercadotecnia que se incluye el plan de negocios. Así mismo, sirvió para identificar las características de los clientes que consumirán el producto y servicio. Se busca crear una competencia sana contra empresas que tengan el mismo giro no solo a los alrededores sino en toda la república mexicana.

Se logró cumplir con el objetivo de investigación; que consistía en elaborar un plan de negocios para determinar la viabilidad de crear la empresa “Tutoriales Envasados”, de igual modo con los objetivos específicos que consistían en realizar un modelo de negocios CANVAS de la empresa, conocer el segmento de mercado

al que va dirigido el producto mediante la elaboración de un estudio de mercado, un estudio administrativo, técnico y financiero, con base a los estudios realizados se demuestra la viabilidad de la empresa.

El estudio administrativo demostró que la empresa cuenta con el personal adecuado que tienen las habilidades, capacidades y conocimientos necesarios para poner en marcha la empresa, la viabilidad radica en que la empresa cuenta con un plan de reclutamiento, selección, contratación y que la misma tiene las capacidades de brindar capacitación a los empleados sin necesidad de contratar terceros. De igual modo una fijación de los sueldos que se darán a los empleados previamente establecidos, esto es un beneficio para la empresa ya que los empleados tienen la calidad necesaria que buscan los clientes. Lo anterior, se demuestra con base a la investigación que se realizó en las distintas dependencias de gobierno como son los permisos y licencias requeridos para la apertura de la empresa.

Como resultado el estudio de mercado demuestra que existe demanda para el producto y servicio, también que la empresa tiene la capacidad de ofrecerlo a un porcentaje de la demanda que busca cuidar su piel por medio de mascarillas caseras elaboradas con productos naturales y pese a que existe competencia; los encuestados mostraron interés en esta idea de negocio innovadora ya que no solo facilita la obtención de los ingredientes para la preparación de la mascarilla sino un plus con las instrucciones del proceso de preparación y aplicación de la misma, así como consejos para el cuidado de la piel. La formalidad de la empresa es fundamental en el respaldo de los pedidos y envíos debido a que son online. Además, de que demanda está dispuesta a pagar el precio de servicio, esto permite el diseño de estrategias que ayudarán en la fijación de las 4Ps del marketing; precio, producto, promoción y plaza.

Mientras que el estudio técnico demuestra que el proyecto es viable ya que es posible realizar la apertura tanto física como material con los requerimientos de materia prima, insumos, maquinaria y equipo que son necesarios para elaborar el producto, brindar el servicio y cuenta con la capacidad instalada para la

producción requerida que son 1056 productos mensuales. Lo que refleja una producción óptima y de calidad en cada uno de los productos que ofrecerá la marca, se optimizaron los procesos de manera eficiente, así se redujeron los costos de producción y se presentó un plan de requerimientos de materia prima que se realizará cada cierto periodo de tiempo de esta manera se busca la pronta recuperación económica de la inversión.

El estudio financiero demostró que el proyecto es viable ya que la comercialización de los kits y videotutoriales es capaz de generar ingresos altos. Este estudio muestra la integración de la inversión que permite ver la factibilidad en tablas con cifras de números que son entendibles, las que explican claramente el flujo del efectivo e indicadores como el VAN (Valor Actual Neto), la TIR (Tasa Interna de Retorno) y PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión), que demuestran la rentabilidad y viabilidad del proyecto.

Por medio de los indicadores antes mencionados el proyecto de “Tutoriales Envasados” demostraron que en un plazo menor de un año logrará recuperar la inversión en su totalidad y después del primer año comenzará a generar ganancias para los socios, con un VAN del \$3,509,206.32, el punto de equilibrio para el primer año de funcionamiento muestra un 41.25%, lo que representa un valor monetario de \$1,729,749.03. El proyecto cuenta con una TIR del 293%, que es mayor a la tasa de actualización que es del 20%, lo que indica la viabilidad. En cuanto a 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 1.41.

En cuanto a la generación de empleos se abrirán 10 nuevas vacantes a cubrir con personas que sean residentes en zonas aledañas al Estado de México en el municipio de Los Reyes La Paz que es la ubicación de la empresa, lo que dará beneficio a la economía del trabajador y familia.

Por todo lo anterior, se comprueba la hipótesis de trabajo ya que la comercialización del producto “Tutoriales Envasados” depende de la aceptación del mercado y de las necesidades del consumidor, así mismo de la rentabilidad y viabilidad de crear la empresa de acuerdo a los aspectos descritos en esta

investigación será capaz de convertirse en una empresa solida innovadora en un mercado competitivo.

Por último, las recomendaciones son:

1. Seguir de manera correcta la implementación del plan de negocios, para a lograr que la empresa de “Tutoriales Envasados” sea creada y permanezca siendo rentable.
2. Revisar constantemente los cambios e innovación que se presenten en la competencia y en el análisis FODA para que de esta manera se mantengan actualizadas las estrategias a realizarse ante posibles contingencias que puedan surgir.
3. Mantener actualizado el plan de negocios para que permita conocer lo que conforma el negocio para tomar las medidas preventivas y correctivas que vaya requiriendo.
4. En cuanto al proceso de reclutamiento y selección tomar en cuenta el perfil que se estableció previamente en el estudio administrativo, en cuento a los permisos estar al pendiente de los que requieran renovación, buscar mantenerse innovando en el mercado y en un futuro seguir ampliando la gama de mascarillas e indagar en nuevos segmentos de mercado.

## **REFERENCIAS**

### **Libro**

Alcaraz, R. (2011). *El emprendedor de éxito*. México: Mc Graw Hill.

Celaya, J. (2008). *La Empresa en la WEB 2.0.*, España: Grupo Planeta

Espasa. (1995). *Diccionario Enciclopédico Espasa de la lengua española*. Madrid, España: Espasa Calpe S.A.

Feist, J. & Feist, G. (2006) *Theories of Personality*. (6.a ed.). New York: McGraw Hill.

Ferré, J.M. & Ferré, J. (1997). *Los estudios de mercado*. (1.a ed.). Madrid, España: Díaz de Santos.

García, F. (2004). *Recomendaciones metodológicas para el diseño de un cuestionario*. México: Limusa.

Hamilton, M. & Pezo, A. (2005). *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos y empresariales aplicados*. Bogotá: Convenio Andrés Bello

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (1991). *Metodología de la investigación*. (5.a ed.). México: Mc Graw Hill.

Kotler, P. & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing*. (6ta Edición) México: Person.

Kotler, P. & Keller, K. (2012). *Desarrollo de estrategias y programas de precios*. México: Person.

Landeau, R. (2007). *Elaboración de trabajos de investigación*. (1.a ed.). Caracas, Venezuela: Alfa

Maslow, A. & et al. (2005). *El management según Maslow*. Barcelona, España: Paidós Ibérica.

Miranda, J.J. (2005). *Gestión de proyectos: evaluación financiera económica social ambiental*. Bogotá, Colombia: MM editores.

Namakforoosh, M. (2005). *Metodología de la investigación*. (2.a ed.). México: Limusa.

Sapag, N. (2007). *Proyectos de inversión formulación y evaluación*. México: Person Educación (1ra. Ed.)

Simons, J., Irwin, D. & Drinnien, B. (1987). *Maslow's Hierarchy of Needs from Psychology - The Search for Understanding*. New York: West Publishing Company.

Universidad Nacional Autónoma de México, UNAM. (1963). *El punto de equilibrio en la interpretación de los resultados*. México: Universidad de Texas. Digitalizado: 20 de febrero 2008.

Varela, R.A. (2006). *Administración de la compensación: sueldos, salarios y prestaciones*. México: Person.

Varela, R.A. (2014) *"Innovación Empresarial: Arte y Ciencia en la Creación de Empresas"*. (4. a ed.). Bogotá: Pearson Educación.

Welsh, J.A. & White, J.F. (1981). *The Entrepreneur's Master Planning Guide*. Estados Unidos: SMU University.

Zorrilla, S. & Torres, M. (1992). *Guía para elaborar la tesis*. (2.a ed.). México: Mc Graw Hill.

#### **Artículo de revista en línea**

Escamilla, O. (2008, 8 de noviembre). ¿Qué impulsa el uso de las redes sociales en la actualidad? *Merca2.0*. Recuperado de <https://www.merca20.com/uso-de-las-redes-sociales-en-la-actualidad/>

Geifman, A. (2017, 16 de junio). YouTube no es lo que te imaginas. *Merca2.0*. Recuperado de <https://www.merca20.com/youtube-no-es-lo-que-te-imaginas/>

Leon, F. (2015, 7 de septiembre). ¿Sabes qué es un estudio de mercado? *Merca2.0*. Recuperado de <https://www.merca20.com/sabes-que-es-un-estudio-de-mercado/>

Porcel, M. (2018, 18 de abril). El 'boom' de las mascarillas faciales: estas son las 15 que deberías probar. *El País*. Recuperado de [https://elpais.com/elpais/2018/04/17/escaparate/1523957481\\_047763.html](https://elpais.com/elpais/2018/04/17/escaparate/1523957481_047763.html)

#### **Artículo en línea**

Arturo. (2010). *Cómo hallar la demanda potencial*. CreceNegocios. Recuperado el 03 de abril de 2019, de <https://www.crecenegocios.com/como-hallar-la-demanda-potencial/>



Boeree, G. (2006). *Personality Theories Psychology Department Shippensburg University*. Recuperado el 12 de diciembre 2018, de <https://webpace.ship.edu/cgboer/perscontents.html>

Gómez, A. (2018). *Estudio Económico Financiero*. Facultad de economía UNAM. Recuperado el 04 de diciembre de 2018, de <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap3.pdf>

GS1 México (2018). *¿Qué es el código de barras?* Recuperado el 02 de mayo de 2019, de <https://www.gs1mexico.org/codigo-de-barras-2018>

IAB México (2016). *Estudio de consumo de medios y dispositivos digitales entre internautas mexicanos*. Recuperado el 02 de mayo de 2019, de <http://www.iabmexico.com/wp-content/uploads/2016/03/IABMx-ECMyD2016.pdf>

López, M. E., Aceves, J. N., Pellat, A. & Puerta, C. (2008). *Estudio administrativo un apoyo en la estructura organizacional del proyecto de inversión*. Profesores investigadores de tiempo completo y Profesores auxiliares del Instituto Tecnológico de Sonora., 1-9. Recuperado el 13 de noviembre de 2018, de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudioadmtivo.pdf>

Martínez, L.A. (2013). *Como hacer un proceso de reclutamiento y de selección de personal efectivo*. Escuela de Organización Industrial (EOI). Recuperado el 11 de marzo de 2019, de <https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2013/04/09/como-hacer-un-proceso-de-reclutamiento-y-de-seleccion-de-personal-efectivo/>

Pérez, D. & Pérez, I.M. (2006). *El producto concepto y desarrollo*. Escuela de negocios EOI. Recuperado el 05 de diciembre de 2018, de <https://www.eoi.es/es/savia/publicaciones/20224/el-producto-concepto-y-desarrollo>

Sánchez J. L. (1994). *Marketing: El envase*. TECSIMA S.A. Consultora en Marketing, Gestión y Calidad. Recuperado el 05 de diciembre de 2018, de [http://www.tecsima.com.ar/archivos/EL\\_ENVASE.pdf](http://www.tecsima.com.ar/archivos/EL_ENVASE.pdf)

**Página de internet**

360 imprimir. (2019). *Impresión de Etiquetas*. Recuperado el 19 de marzo de 2019, de <https://www.360imprimir.com.mx/etiquetas>

Amazon. (2019). *Cámara Canon*. Recuperado el 25 de marzo de 2019, de [https://www.amazon.com.mx/Canon-15-45mm-3-5-6-3-c%C3%A1mara-4000Pixeles/dp/B079Y45KTJ/ref=asc\\_df\\_B079Y45KTJ/?tag=gledskshopmx-20&linkCode=df0&hvadid=295939954945&hvpos=1o1&hvnetw=g&hvrnd=471911681895075609&hvpon=&hvptwo=&hvqmt=&hvdev=c&hvdvcmdl=&hvlocint=&hvlocphy=9073919&hvtargid=pla-457334854227&psc=1](https://www.amazon.com.mx/Canon-15-45mm-3-5-6-3-c%C3%A1mara-4000Pixeles/dp/B079Y45KTJ/ref=asc_df_B079Y45KTJ/?tag=gledskshopmx-20&linkCode=df0&hvadid=295939954945&hvpos=1o1&hvnetw=g&hvrnd=471911681895075609&hvpon=&hvptwo=&hvqmt=&hvdev=c&hvdvcmdl=&hvlocint=&hvlocphy=9073919&hvtargid=pla-457334854227&psc=1)

Arabela (2019). *Acerca de nosotros*. Recuperado el 23 de febrero de 2019, de <https://www.arabela.com/index.html>

Avón (2019). *Nuestra compañía*. Recuperado el 23 de febrero de 2019, de <https://www.avon.mx/mx-home>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). *¿Qué es el código QR?* Recuperado el 05 de diciembre de 2018, de <https://biblioguias.cepal.org/QR>

Comité de Niveles Socioeconómicos AMAI (2018). *Nivel Socioeconómico 2018*. Consultado el 29 de marzo de 2019, de <http://www.amai.org/nse/wp-content/uploads/2018/04/Nota-Methodolo%CC%81gico-NSE-2018-v3.pdf>

CW maquinaria. (2019). *Máquina de vacío mediana*. Recuperado el 21 de marzo de 2019, de [http://www.cwmaquinaria.com/catalog/product\\_info.php?cPath=47&products\\_id=137](http://www.cwmaquinaria.com/catalog/product_info.php?cPath=47&products_id=137)

Fuller (2019). *¿Quiénes somos?* Recuperado el 23 de febrero de 2019, de <https://www.fuller.com.mx/index>

Google Maps. (2019). *Micro localización*. Recuperado el 28 de marzo de 2019, de <https://www.google.com.mx/maps/place/Chihuahua,+San+Sebastian+Chimalpa,+Los+Reyes+Acaquilpan,+M%C3%A9xico/@19.3800985,-98.9577326,17z/data=!4m5!3m4!1s0x85d1e244f02a7f35:0xd11341eec789d016!8m2!3d19.3798708!4d-98.9553508>

Hubspot. (2018). *Nuestra historia*. Recuperado el 05 diciembre de 2018, de <https://www.hubspot.es/inbound-marketing>

Instituto Mexicano de la Propiedad Industria. (2019). *¿Cómo registrar una marca en IMPI?* Recuperado el 04 de febrero de 2019, de <https://www.gob.mx/impi>

Instituto Mexicano de la Propiedad Industria. (2019). *Formato para el registro de una marca*. Recuperado el 04 de febrero de 2019, de <https://www.gob.mx/tramites/ficha/solicitud-de-registro-de-marca-ante-el-impi/IMPI88>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2015). *Encuesta Intercensal*. Recuperado el 28 de marzo de 2019, de <http://cuentame.inegi.org.mx/poblacion/habitantes.aspx?tema=P>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2015). *Población Económicamente Activa*. Recuperado el 29 de marzo de 2019, de <https://www.inegi.org.mx/temas/empleo/>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2019). *Áreas geográficas*. Recuperado el 28 de marzo de 2019, de <https://www.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/?ag=00#>

Jafra (2019). *Conócenos*. Recuperado el 23 de febrero de 2019, de <https://www.jafra.com.mx/>

La Asociación de Internet .MX (2018). *Prioridades para México en cuestiones de internet y economía digital*. Recuperado el 06 de marzo 2019, de <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/Plataforma-AI.MX/Plataforma-AIMX-2018/lang,es-es/?Itemid=>

Ley de Sociedades Mercantiles. (2018). *Constitución y obligaciones de una sociedad anónima*. Recuperado el 04 de febrero de 2019, de [http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/144\\_140618.pdf](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/144_140618.pdf)

Mercado Libre (2019). *Frasco de vidrio*. Recuperado el 21 de marzo de 2019, de <https://articulo.mercadolibre.com.mx/MLM-639661075-frasco-de-vidrio-7-oz-200->

ml-24-pz-recuerdos-salsa-etc-

JM?matt\_tool=99678635&matt\_word&gclid=CjwKCAjwqLbIBRBYEiwAV3pCJhk-0blGcs-iocCJcygrAMfRFAZg8HLYpyvtMnATOL3F6VS-vCcdPxoCEQAQAvD\_BwE&quantity=1

Mercado Libre (2019). *Pétalos de rosa*. Recuperado el 19 de marzo de 2019, de <https://articulo.mercadolibre.com.mx/MLM-573668006-1-kilo-de-petalos-derosa-seca-o-deshidratada-aromatica- JM>

Mercado Libre (2019). *Selladora de bolsas*. Recuperado el 19 de marzo de 2019, de <https://articulo.mercadolibre.com.mx/MLM-551180554-maquina-selladora-de-bolsas-30cm-con-cortador-integrado- JM?quantity=1>

Mercado libre. (2019). *Báscula Digital*. Recuperado el 20 de marzo de 2019, de <https://articulo.mercadolibre.com.mx/MLM-585553109-bascula-digital-gramera-para-cocina-1gr-a-10kg-con-baterias- JM?quantity=1>

Natura (2019). *Acerca de natura*. Recuperado el 23 de febrero de 2019, de <https://www.natura.com.mx/>

Norma Oficial Mexicana N° 002, Diario Oficial de la Federación, Ciudad de México, México, (10 agosto de 2012). Recuperado el 16 de febrero de 2019, de [https://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5263188&fecha=10/08/2012](https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5263188&fecha=10/08/2012)

Norma Oficial Mexicana N° 008, Diario Oficial de la Federación, Distrito Federal, México, (24 octubre de 2002). Recuperado el 16 de febrero de 2019, <http://www.anpact.com.mx/marco/normas/NOM-008-SCFI-2002.pdf>

Norma Oficial Mexicana N° 039, Diario Oficial de la Federación, Distrito Federal, México, (10 de marzo de 1995). Recuperado el 16 de febrero de 2019, de [http://dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=4870608&fecha=10/03/1995](http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4870608&fecha=10/03/1995)

Norma Oficial Mexicana N° 141, Diario Oficial de la Federación, Ciudad de México, México, (19 septiembre de octubre de 2012). Recuperado el 16 de febrero de 2019, de [http://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5269348&fecha=19/09/2012](http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5269348&fecha=19/09/2012)

Norma Oficial Mexicana N° 189, Diario Oficial de la Federación, Ciudad de México, México, (02 de octubre de 2018). Recuperado el 16 de febrero de 2019, de [http://www.dof.gob.mx/normasOficiales/7486/salud12\\_C/salud12\\_C.html](http://www.dof.gob.mx/normasOficiales/7486/salud12_C/salud12_C.html)

Real Academia Española. (2018). *Diccionario de la lengua española*. (23.a ed.). Recuperado de <https://dle.rae.es/?id=DglqVCc>

Tecnológico de Costa Rica. (2011). *Video Tutoriales*. (Centro de desarrollo Académico) Recuperado el 05 de diciembre de 2018, de <http://videotutorialescr.blogspot.com>

Uline.mx. (2019). *Air burbuja*. Recuperado el 19 de marzo de 2019, de [https://es.uline.mx/BL\\_7750/Uline-Air](https://es.uline.mx/BL_7750/Uline-Air)

Uline.mx. (2019). *Bolsa burbuja abierta*. Recuperado el 19 de marzo de 2019, de [https://es.uline.mx/BL\\_7602/Uline-Open-End-Bubble-Bags](https://es.uline.mx/BL_7602/Uline-Open-End-Bubble-Bags)

Uline.mx. (2019). *Bolsas en Rollo*. Recuperado el 19 de marzo de 2019, de [https://es.uline.mx/BL\\_101/Uline-1-Mil-Bags-On-A-Roll](https://es.uline.mx/BL_101/Uline-1-Mil-Bags-On-A-Roll)

Uline.mx. (2019). *Cajas blancas indestructibles*. Recuperado el 19 de marzo de 2019, de [https://es.uline.mx/BL\\_1351/White-Indestructo-Mailers](https://es.uline.mx/BL_1351/White-Indestructo-Mailers)

Uline.mx. (2019). *Cajas de Cofias de Polipropileno - 21", Blancas* Recuperado el 19 de marzo de 2019, de [https://es.uline.mx/Product/Detail/S-7024W/Head-Protection/Polypropylene-Bouffant-Caps-21-White?pricode=WB7106&gadtype=pla&id=S-7024W&qclid=CjwKCAjw8LTmBRBCEiwAbhh-6OsUI\\_xVXAvGESOTCYiWWtchBLFULSicPq7eHigUTh5qHSergqaxoCB8cQAvD\\_BwE&qclsrc=aw.ds](https://es.uline.mx/Product/Detail/S-7024W/Head-Protection/Polypropylene-Bouffant-Caps-21-White?pricode=WB7106&gadtype=pla&id=S-7024W&qclid=CjwKCAjw8LTmBRBCEiwAbhh-6OsUI_xVXAvGESOTCYiWWtchBLFULSicPq7eHigUTh5qHSergqaxoCB8cQAvD_BwE&qclsrc=aw.ds)

Uline.mx. (2019). *Cajas de Guantes de Látex Industriales*. Recuperado el 19 de marzo de 2019, de <https://es.uline.mx/Product/Detail/S-6606L/Latex-Gloves/Uline-Industrial-Latex-Gloves-Powder-Free-5-Mil-Large?pricode=WB7149&gadtype=pla&id=S-6606L&qclid=CjwKCAjw8LTmBRBCEiwAbhh->

6BYkOd7\_0\_9xLizu6qkTcHzAxQLPDHBQdUXAeDEZ3VVM2NXWoHg34xoC3MA  
QAvD\_BwE&gclid=aw.ds

## ANEXOS

### Anexo 1. Formato de acta constitutiva ante un notario.

#### FORMATO DE ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE

**NÚMERO** \_\_\_\_\_. En la ciudad de \_\_\_\_\_, a las \_\_\_\_\_ horas y \_\_\_\_\_ minutos del día \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_. Ante mí, \_\_\_\_\_, Notario, de este domicilio, comparecen: El señor \_\_\_\_\_, de \_\_\_\_\_ años de edad, \_\_\_\_\_, del domicilio de \_\_\_\_\_ y de nacionalidad \_\_\_\_\_, a quien (no ) conozco, pero identifico por

medio de \_\_\_\_\_, número \_\_\_\_\_; y el señor El señor \_\_\_\_\_, de \_\_\_\_\_ años de edad, \_\_\_\_\_, del domicilio de \_\_\_\_\_ y de nacionalidad \_\_\_\_\_, a quien (no ) conozco, pero identifico por medio de \_\_\_\_\_, número \_\_\_\_\_; **Y ME DICEN:** Que por medio de este instrumento convienen en constituir una Sociedad de Naturaleza Anónima, de conformidad con las cláusulas siguientes, las cuales a la vez conformarán sus Estatutos:

**I) NATURALEZA, REGIMEN DE CAPITAL, DENOMINACION, Y NACIONALIDAD:** La Sociedad que se constituye es de naturaleza Anónima, sujeta al régimen de Capital Variable, que girará con la denominación de “ \_\_\_\_\_”, seguida de las palabras **SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE**, pudiendo utilizar como abreviatura “ \_\_\_\_\_, S.A. DE C.V.”; siendo de nacionalidad salvadoreña. **II) DOMICILIO:** El domicilio de la Sociedad es la ciudad de \_\_\_\_\_ en el Departamento de \_\_\_\_\_.

**III) PLAZO:** La Sociedad que se constituye es por un plazo indeterminado (si es determinado, expresar el plazo convenido). **IV) FINALIDAD SOCIAL:** La Sociedad tendrá por finalidad: \_\_\_\_\_.

**V) CAPITAL SOCIAL:** La Sociedad se constituye con un Capital Social de \_\_\_\_\_ **PESOS MXN**, moneda de curso legal, representado y dividido en \_\_\_\_\_ acciones comunes y nominativas de un valor nominal de \_\_\_\_\_

**PESOS MXN**, cada una, siendo su Capital Social Mínimo la suma de \_\_\_\_\_

**PESOS MXN. VI) SUSCRIPCIÓN Y PAGO DEL CAPITAL:** El capital social está totalmente suscrito y se ha pagado el \_\_\_\_\_ por ciento de cada acción, así: El señor \_\_\_\_\_ ha suscrito \_\_\_\_\_ acciones y ha pagado la suma de \_\_\_\_\_ dólares; y el señor \_\_\_\_\_ ha suscrito \_\_\_\_\_ acciones y ha pagado la suma de \_\_\_\_\_ dólares. El pago respectivo es hecho por medio de cheque certificado que al final de esta escritura relacionaré.

(El capital suscrito y no pagado se pagará en el plazo de \_\_\_\_\_ años, contados a partir de esta fecha (o de la época que acuerden los otorgantes). **VII) CONDICIONES PARA EL**

**AUMENTO Y DISMINUCIÓN DEL CAPITAL SOCIAL:** Los aumentos y disminuciones de capital social se harán previo acuerdo de Junta General Extraordinaria de Accionistas, adoptado con el voto favorable de las tres cuartas partes de las acciones en que se encuentre dividido y representado el capital social. La Junta General Extraordinaria de Accionistas fijará los montos de los aumentos o disminuciones de capital social; asimismo, en caso de aumento de capital social, determinará la forma y términos en que debe hacerse la correspondiente

suscripción, pago y emisión de las nuevas acciones, en su caso, todo de conformidad a la Ley y a las estipulaciones contenidas en esta escritura. Todo aumento o disminución de capital social deberá inscribirse en el Libro a que se refiere el Artículo 312 del Código de Comercio, el cual podrá ser consultado por cualquier persona que tenga interés en ello. **VIII) DE LAS ACCIONES:** Las Acciones serán siempre nominativas; por tanto, los requisitos de emisión de los títulos, del libro de registro de accionistas, la representación de acciones, la transmisión o la constitución de derechos reales sobre ellas, y demás regulaciones relativas a las acciones, se regularán de conformidad con el Código de Comercio. Los títulos de las Acciones o los Certificados representativos de las mismas, serán firmados por el Presidente de la Junta Directiva o quien haga sus veces o por el Administrador Único de la Sociedad, en su caso. **DERECHO PREFERENTE DE SUSCRIPCIÓN DE ACCIONES EN CASO DE AUMENTO:** En caso de aumento de capital social, los accionistas gozarán de derecho preferente de suscripción de acuerdo a lo establecido en el Artículo 157 del Código de Comercio. **IX) GOBIERNO DE LA SOCIEDAD:** Las Juntas Generales de Accionistas constituirán la suprema autoridad de la Sociedad, con las facultades y obligaciones que señala la ley. **X) JUNTAS GENERALES:** Las Juntas Generales de Accionistas serán Ordinarias, Extraordinarias o Mixtas si su convocatoria así lo expresare; sus respectivas competencias, convocatorias, quórums, agendas, porcentajes de votación, y demás aspectos legales que deben observar se regirán por las disposiciones establecidas en la Sección “C”, Capítulo VII, Título II, del Libro Primero del Código de Comercio. **XI) ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACION LEGAL:** La administración de la sociedad, según lo decida la Junta General de Accionistas, estará confiada a un Administrador Único Propietario y su respectivo Suplente o a una Junta Directiva compuesta de \_\_\_\_\_ Directores Propietarios y sus respectivos Suplentes, que se denominarán: \_\_\_\_\_. Tanto el Administrador Único y su suplente como los miembros de la Junta Directiva, durarán en sus funciones \_\_\_\_\_ años (5 años máximo), pudiendo ser reelectos. Las vacantes temporales o definitivas de los directores únicos o de junta directiva, se suplirán de conformidad con las reglas establecidas en el Artículo 264 del Código de Comercio. Para el ejercicio de la representación judicial y extrajudicial de la sociedad y uso de la firma social, se estará a lo dispuesto por el Artículo 260 del mismo Código. **XII) ATRIBUCIONES DE LA ADMINISTRACION:** La Junta Directiva o el Administrador Único en su caso, estarán encargados de: a) Atender la organización interna de



la sociedad y reglamentar su funcionamiento; b) abrir y cerrar agencias, sucursales, oficinas o dependencias; c) Nombrar y remover a los gerentes y demás ejecutivos o empleados, señalándoles sus atribuciones y remuneraciones; d) Crear las plazas del personal de la sociedad; e) Reglamentar el uso de las firmas; f) Elaborar y publicar los estados financieros en tiempo y forma; g) Convocar a los accionistas a juntas generales; h) Proponer a la junta general la aplicación de utilidades, así como la creación y modificación de reservas y la distribución de dividendos o pérdidas. La Junta Directiva podrá delegar sus facultades de administración y representación en uno de los directores o en comisiones que designe de entre sus miembros, quienes deberán ajustarse a las instrucciones que reciban y dar periódicamente cuenta de su gestión.

**XIII) REUNION DE LOS ORGANOS DE ADMINISTRACION:** Cuando exista Junta Directiva, ésta se reunirá ordinariamente una vez cada \_\_\_\_\_ (semanal, mensual, etc.), o cuando se crea conveniente, en el domicilio de la sociedad o en cualquier otro lugar fuera o dentro del territorio de la república, si así se expresare en la convocatoria, la cual se hará por el gerente o por cualquiera de los directores, por escrito, telefónicamente o por cualquier otro medio, inclusive electrónico. Los acuerdos de la sesión se asentarán en el Libro de Actas que para tal efecto lleve la sociedad y habrá quórum con la asistencia de la mayoría de sus miembros y tomarán sus resoluciones por la mayoría de los votos presentes, teniendo el presidente voto de calidad en caso de empate. Asimismo, las sesiones de junta directiva podrán celebrarse a través de video conferencias, cuando alguno o algunos de sus miembros o la mayoría de ellos se encontraren en lugares distintos, dentro o fuera del territorio de la república, siendo responsabilidad del director secretario grabar por cualquier medio que la tecnología permita, la video conferencia y hacer una transcripción literal del desarrollo de la sesión que asentará en el libro de actas correspondiente, debiendo remitir una copia de la misma por cualquier sistema de transmisión, a todos los miembros de la junta directiva, quienes además podrán requerir una copia de la grabación respectiva.

**XIV) DE LA GERENCIA:** La Junta Directiva o el Administrador Único en su caso, podrán nombrar para la ejecución de decisiones a uno o varios gerentes o subgerentes, y los poderes que se les otorguen determinarán la extensión de su mandato.

**XV) AUDITORIA:** La Junta General Ordinaria de Accionistas nombrará a un Auditor por el plazo que estime conveniente, el cual no podrá ser menor de un año, ni exceder de \_\_\_\_\_ años, para que ejerza todas las funciones de vigilancia de la administración de la sociedad, con las

facultades y obligaciones que determina la ley. En caso de muerte, renuncia, incapacidad o inhabilidad del Auditor, la junta general elegirá a otra persona para que ejerza las funciones de vigilancia de la administración social. Asimismo, la Junta General Ordinaria elegirá a un Auditor Fiscal de conformidad como dispone el Código Tributario. En caso de muerte, renuncia, incapacidad o inhabilidad del auditor fiscal, la junta general estará obligado a nombrar nuevo auditor fiscal dentro de diez días hábiles siguientes de suscitada la muerte, renuncia, incapacidad o inhabilidad, debiendo informar dicho nombramiento a la Administración Tributaria en la forma prevista en el Artículo 131 del Código Tributario, dentro del plazo de cinco días hábiles de ocurrido el nombramiento. **XVI) EJERCICIO ECONOMICO:** El ejercicio económico de la sociedad será de un año, de acuerdo con lo establecido en el Artículo 98 del Código Tributario. **XVII) RESERVAS:** Las reservas sociales serán las que indiquen los Artículos 123, 124 y 295 del Código de Comercio. **XVIII) DISOLUCION Y LIQUIDACION:** La disolución de la sociedad procederá en cualquiera de los casos contemplados en la ley, debiendo reconocerse las causales respectivas de conformidad como señala el Artículo 188 del Código de Comercio. Disuelta la sociedad, se pondrá en liquidación, observándose las disposiciones del Capítulo XI, del Título II, del Libro Primero del Código de Comercio. La junta de liquidadores que se nombre estará integrada por \_\_\_\_\_ miembros; la sustitución de cualquiera de los liquidadores se hará de la misma forma en que se debe realizar el nombramiento. **XIX) NOMBRAMIENTO DE LA PRIMERA ADMINISTRACION:** Los otorgantes del presente acto, acuerdan que para el primer período de \_\_\_\_ años, la administración de la sociedad estará a cargo de (Junta Directiva) (Administrador Único) y sus respectivos suplentes y acuerdan elegir a los señores \_\_\_\_\_, para los cargos de \_\_\_\_\_, respectivamente. Yo el Notario Doy Fe: 1) Que he tenido a la vista el Cheque Certificado Número \_\_\_\_\_, Serie \_\_\_\_\_, librado en la ciudad de \_\_\_\_\_, contra el Banco \_\_\_\_\_, por la suma de \_\_\_\_\_ pesos MXN, a favor de la sociedad que por medio de esta escritura se constituye. 2) Que antes del otorgamiento de este acto hice a los comparecientes la advertencia a que se refiere el Artículo 353 del Código de Comercio, respecto de la obligación de inscribir esta escritura en el Registro de Comercio y de las consecuencias de la falta de inscripción. Así se expresaron los comparecientes, a quienes expliqué los efectos legales del presente instrumento; y leído que les fue por mí, íntegramente en un solo acto sin interrupción,

ratificaron su contenido y firmamos. **DOY FE.** - \_\_\_\_\_

Fuente: Centro Nacional de Registros, 2019.

[https://www.cnr.gob.sv/documentos/rc/Modelo de Escritura de Constitucion](https://www.cnr.gob.sv/documentos/rc/Modelo_de_Escritura_de_Constitucion)



## TRAMITES Y REQUISITOS

### SUBDIVISIÓN DE PREDIOS

#### Requisitos

- Solicitud firmada por el propietario.
- Documento que acredite la propiedad inscrito en el Registro Público de la Propiedad.
- Licencia de uso de suelo, así como autorización de alineamiento y número oficial.
- Plano del proyecto de subdivisión.
- Resolución de apeo y deslinde catastral o judicial inscrita en el Registro Público de la Propiedad, según corresponda.
- Certificado de libertad de gravámenes.
- Documento emitido por autoridad competente que acredite que el predio materia de subdivisiones cuenta al menos con los servicios de agua y drenaje para el total de viviendas o lotes resultantes o, en su caso, convenio para la realización de éstos, celebrado con la autoridad correspondiente.
- Acta constitutiva de la sociedad en caso de ser persona moral.
- Poder notarial del representante legal.
- Dictamen de Impacto Regional (en su caso).
- Identificación
- Carta Poder (en su caso)

#### Tiempo de Respuesta

15 días hábiles (a partir de la entrega total de los documentos validados).

### FUSIÓN DE PREDIOS

#### Requisitos

- Solicitud firmada por el propietario.
- Documento que acredite la propiedad inscrito en el Registro Público de la Propiedad.
- Poder notarial del representante legal.
- Acta constitutiva de la sociedad en caso de ser persona moral.
- Licencia de uso de suelo.
- Alineamiento y número oficial.
- Certificado de libertad de gravámenes.
- Resolución de apeo y deslinde catastral o judicial inscrita en el Registro Público de la Propiedad según corresponda.
- Plano del proyecto de fusión.
- Identificación
- Carta Poder (en su caso)

#### Tiempo de Respuesta

15 días hábiles a partir de la entrega total de los documentos validados).

### LOTIFICACIÓN EN CONDOMINIO

#### Requisitos

- Solicitud firmada por el propietario
- Documento que acredite la propiedad inscrito en el Registro Público de la Propiedad
- Acta constitutiva de la sociedad en caso de ser persona moral
- Poder notarial del representante legal.
- Licencia de uso de suelo
- Alineamiento y número oficial.
- Plano del proyecto
- Resolución de apeo y deslinde catastral o judicial inscrita en el Registro Público de la Propiedad según corresponda.
- Certificado de libertad de gravámenes
- Documento emitido por autoridad competente que acredite que el predio a lotificar cuenta al menos con los servicios de agua y drenaje para el total de viviendas o lotes resultantes o, en su caso, convenio para la realización de éstos, celebrado con la autoridad correspondiente.
- Identificación
- Carta Poder (en su caso)

#### Tiempo de Respuesta

15 días hábiles (a partir de la entrega total de los documentos validados).

### RELOTIFICACIÓN DE PREDIOS

#### Requisitos

- Solicitud firmada por el propietario
- Plano del proyecto
- Certificado de libertad de gravámenes
- Identificación
- Carta Poder (en su caso)

#### Tiempo de Respuesta

15 días hábiles (a partir de la entrega total de los documentos validados).

#### DIRECCIÓN GENERAL DE OPERACIÓN URBANA

Av. Miguel Hidalgo pte. No. 203 Col. Col. Centro, C.P. 5000  
Toluca, Estado de México

Teléfono: 01 (722) 2 14 20 27

<http://seduv.edomexico.gob.mx>  
[gemdou@mail.edomex.gob.mx](mailto:gemdou@mail.edomex.gob.mx)

### DICTAMEN DE IMPACTO REGIONAL

#### Requisitos

(Reglamento del Libro Quinto del Código Administrativo del Estado de México Art. 130 fracciones I a X)

- Solicitud firmada por el propietario.
- Documento que acredite la propiedad inscrito en el Registro Público de la Propiedad.
- Acta Constitutiva de la Sociedad en caso de ser persona moral.
- Poder notarial del representante legal.
- Croquis del predio o inmueble con sus medidas y colindancias.
- Ortofoto, Guía Roji u otro elemento de representación gráfica para la localización del predio.
- Anteproyecto del desarrollo y su memoria descriptiva.
- Cédula Informativa de Zonificación.
- Dictamen de existencia y dotación de agua potable para el desarrollo que se pretenda, así como de incorporación a los sistemas de agua potable y alcantarillado, en el que se definan los puntos de conexión de agua potable y los de descarga de aguas residuales, tratadas o no, según sea el caso, el cual será emitido por la Comisión de Agua del Estado de México, o cuando corresponda, por el organismo municipal correspondiente.
- Dictamen de protección civil.
- Evaluación de impacto ambiental
- Dictamen de incorporación e impacto vial.
- Dictamen en su caso, de Petróleos Mexicanos (PEMEX), Comisión Federal de Electricidad (CFE), Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), Comisión Nacional del Agua (CNA) u otra dependencias u organismos federales, estatales o municipales, cuando las características de la zona donde se ubique el predio a desarrollar así lo requiera.
- Identificación
- Carta Poder (en su caso)

#### Tiempo de Respuesta

15 días hábiles (a partir de la entrega total de los documentos validados).

### LICENCIA DE USO DE SUELO

#### Requisitos

- Solicitud firmada por el propietario.
- Documento que acredite la propiedad inscrito en el Registro Público de la Propiedad o posesión.
- Acta Constitutiva de la Sociedad en caso de ser persona moral.
- Poder notarial del representante legal.
- Croquis de localización del predio o inmueble.
- Dictamen de impacto regional (en su caso).
- Identificación
- Carta Poder (en su caso)

#### Tiempo de Respuesta

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

### CAMBIO DE USO DE SUELO, DENSIDAD, INTENSIDAD Y/O ALTURA

#### Requisitos

- Solicitud firmada por el propietario.
- Documento que acredite la propiedad inscrito en el Registro Público de la Propiedad.
- Acta constitutiva de la sociedad en caso de ser persona moral.
- Poder notarial del representante legal.
- Croquis de localización del predio con medidas y colindancias.
- Plano descriptivo del anteproyecto arquitectónico.
- Memoria descriptiva del anteproyecto arquitectónico.
- Dictamen de Impacto Regional, en su caso.
- Opinión favorable emitida por la dependencia municipal encargada del desarrollo urbano, quien escuchará a su Comisión de Planeación para el Desarrollo Municipal.
- Factibilidad de agua potable y drenaje.
- Dictamen de Impacto Ambiental, en su caso.
- Identificación
- Carta Poder (en su caso)

#### Tiempo de Respuesta

30 días hábiles (a partir de la entrega total de los documentos validados).

### CEDULA INFORMATIVA DE ZONIFICACIÓN

#### Requisitos

- Solicitud firmada por el propietario.
- Croquis de localización del predio

#### Tiempo de Respuesta

5 días hábiles (a partir de la entrega total de los documentos validados).

### PERITO RESPONSABLE DE OBRA

#### Requisitos Inscripción

- Título Profesional (Original y 2 copias)
- Cédula Profesional (Original y 2 copias)
- Curriculum Vitae
- 2 Fotografías tamaño pasaporte
- 2 Fotografías a color tamaño infantil

#### Requisitos Revalidación

- 2 Fotografías a color tamaño infantil

#### Tiempo de Respuesta

5 días hábiles (a partir de la entrega total de los documentos validados).

#### DIRECCIÓN REGIONAL VALLE DE TOLUCA

Independencia Pte. No. 106 3er piso; Edificio Eros, Colonia Centro, C.P. 50000, Toluca, Méx.

Tels: 01 (722) 1 67 31 77

#### DIRECCIÓN REGIONAL VALLE DE MEXICO ZONA NORORIENTE

Av. Hidalgo esq. Calle Atenco No. 1, Colonia Romana, Centro Regional de Servicios Administrativos CROSA, Tlalhepantla

Tels: 01 (55) 55 65 03 04

#### DIRECCIÓN REGIONAL ZONA ORIENTE


Sor Juana Inés de la Cruz No. 100, Desp. 103 y 104, Colonia Metropolitana 2a. Secc., Centro Regional de Servicios Administrativos CROSA, Nezahualcóyotl

Tels: 01 (55) 57 65 28 65

Fuente: Portal del estado de México, 2019.

[http://seduv.edomexico.gob.mx/dgop/dgou\\_tramites\\_usosuelo.htm](http://seduv.edomexico.gob.mx/dgop/dgou_tramites_usosuelo.htm)

## Anexo 3. Formato solicitud de inscripción al Registro Federal de Contribuyentes.

<p style="text-align: center;"><b>1. ACUSE DE RECIBO POR CERTIFICACIÓN O RELOJ FRANQUEADOR (PARA USO EXCLUSIVO DE LA AUTORIDAD)</b></p>	<div style="text-align: center;">  <p><b>SAT</b> Servicio de Administración Tributaria SECRETARÍA DE HERRAJES Y ECONOMÍA</p> </div> <p style="text-align: right;"><b>R-1</b> <small>RFPIAD3</small></p> <h3 style="text-align: center;">SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN AL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES</h3> <p style="text-align: center;"><small>ANTES DE INICIAR EL LLENADO DE ESTA SOLICITUD, LEA LAS INSTRUCCIONES</small></p> <p><b>2 CURP: CLAVE ÚNICA DE REGISTRO DE POBLACIÓN (Solo Personas Físicas)</b></p> <div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div> <p><b>3 ANOTE LA LETRA CORRESPONDIENTE AL TIPO DE SOLICITUD QUE PRESENTA:</b>    <b>N= NORMAL</b>    <input type="checkbox"/>  <b>C= COMPLEMENTARIA</b>    <input type="checkbox"/></p> <p><b>3.1 CUANDO SE TRATE DE SOLICITUD COMPLEMENTARIA, INDICAR EL NÚMERO DE FOLIO ASIGNADO POR LA AUTORIDAD A LA SOLICITUD ANTERIOR:</b></p> <div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div>
<b>4 DATOS DEL CONTRIBUYENTE QUE SE INSCRIBE</b>	
<b>4.1 SÓLO TRATÁNDOSE DE PERSONAS FÍSICAS (Ver instrucciones)</b>	
APELLIDO PATERNO	<div style="border: 1px solid black; height: 20px;"></div>
APELLIDO MATERNO	<div style="border: 1px solid black; height: 20px;"></div>
NOMBRE (S)	<div style="border: 1px solid black; height: 20px;"></div>
<b>4.2 SÓLO TRATÁNDOSE DE PERSONAS MORALES (Ver instrucciones)</b>	
DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL	<div style="border: 1px solid black; height: 20px;"></div>
	<div style="border: 1px solid black; height: 20px;"></div>
<b>4.3 TRATÁNDOSE DE CONTRIBUYENTES RESIDENTES EN EL EXTRANJERO SIN ESTABLECIMIENTO PERMANENTE EN MÉXICO</b>	
NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN FISCAL ASIGNADO EN EL PAÍS EN QUE RESIDAN	<div style="border: 1px solid black; height: 20px;"></div>
PAÍS DE RESIDENCIA FISCAL	<div style="border: 1px solid black; height: 20px;"></div>
<b>4.4 DATOS POR FIDEICOMISO</b>	
<small>SI SE TRATA DE LA INSCRIPCIÓN DE UN FIDEICOMISO, INDIQUE:</small>	
DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL DE LA FIDUCIARIA	<div style="border: 1px solid black; height: 20px;"></div>
RFC DE LA FIDUCIARIA	<div style="border: 1px solid black; height: 20px;"></div>
NÚMERO DE FIDEICOMISO	<div style="border: 1px solid black; height: 20px;"></div>
<b>4.5 DOMICILIO FISCAL DEL CONTRIBUYENTE QUE SE INSCRIBE O DEL REPRESENTANTE DE LA PERSONA RESIDENTE EN EL EXTRANJERO</b>	
CALLE	<div style="border: 1px solid black; height: 20px;"></div>
NÚMERO Y/O LETRA EXTERIOR	<div style="border: 1px solid black; height: 20px;"></div>
NÚMERO Y/O LETRA INTERIOR	<div style="border: 1px solid black; height: 20px;"></div>
ENTRE LAS CALLES DE Y DE	<div style="border: 1px solid black; height: 20px;"></div>
	<div style="border: 1px solid black; height: 20px;"></div>
LOCALIDAD	<div style="border: 1px solid black; height: 20px;"></div>
MUNICIPIO O DELEGACIÓN	<div style="border: 1px solid black; height: 20px;"></div>
CÓDIGO POSTAL	<div style="border: 1px solid black; height: 20px;"></div>
TELÉFONO	<div style="border: 1px solid black; height: 20px;"></div>
ENTIDAD FEDERATIVA	<div style="border: 1px solid black; height: 20px;"></div>
CORREO ELECTRÓNICO	<div style="border: 1px solid black; height: 20px;"></div>
	<div style="border: 1px solid black; height: 20px;"></div>
<div style="border: 2px dashed black; padding: 5px;"> <p style="text-align: center;"><b>5 DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD QUE LOS DATOS CONTENIDOS EN ESTA SOLICITUD SON CIERTOS</b></p> <div style="border: 1px solid black; height: 80px; width: 100%;"></div> <p style="text-align: center;"><small>FIRMA O HUELLA DIGITAL DEL CONTRIBUYENTE, DEL ASOCIANTE, O BIEN DEL REPRESENTANTE LEGAL, QUIEN MANIFIESTA BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, QUE A ESTA FECHA EL MANDATO CON EL QUE SE OSTENTA NO LE HA SIDO MODIFICADO O REVOCADO</small></p> </div>	



## INSTRUCCIONES

### DOCUMENTOS QUE SE DEBEN ACOMPAÑAR A ESTA SOLICITUD

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- RUBRO 2 CLAVE ÚNICA DE REGISTRO DE POBLACIÓN**
- Las personas físicas que cuenten con la Clave Única de Registro de Población (CURP), la anotarán a 18 posiciones en este campo.

- RUBRO 3**
- Si la solicitud se presenta por primera vez (normal), se señalará con "N" el campo correspondiente.
  - Cuando se presente la solicitud para completar o sustituir los datos de una solicitud anterior, se señalará con "C" el campo correspondiente, (COMPLEMENTARIA). En este caso, el contribuyente deberá proporcionar nuevamente la información solicitada en esta Forma Fiscal R-1, además de efectuar el cambio motivo de la presentación de la Solicitud de Inscripción Complementaria.
  - En el caso de que se modifique la situación fiscal del contribuyente ya inscrito, en lugar de usar la Forma Fiscal R-1, se deberá presentar la Forma Fiscal R-2 "AVISOS AL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES. CAMBIO DE SITUACIÓN FISCAL".

- Apartado 3.1**
- Tratándose de COMPLEMENTARIA, se indicará el número de FOLIO asignado por la Autoridad en la solicitud anterior, ubicado en el cuadro correspondiente a la certificación o sello del reloj franqueador.

### RUBRO 4 DATOS DEL CONTRIBUYENTE QUE SE INSCRIBE

#### Apartado 4.1 SOLO TRATÁNDOSE DE PERSONAS FÍSICAS

- Las personas físicas deberán anotar su nombre completo como aparece en el acta de nacimiento expedida por el Registro Civil.
- Tratándose de personas físicas de nacionalidad extranjera residentes en México, así como de nacionalidad mexicana por naturalización, deberán anotar su nombre completo como aparece en el documento migratorio o en la carta de naturalización, según corresponda.
- Tratándose de personas físicas residentes en el extranjero con o sin establecimiento permanente en México, deberán anotar su nombre completo como aparece en el pasaporte vigente, anotando en "apellido paterno" el primero y en "apellido materno" los siguientes, en su caso.

#### Apartado 4.2 SOLO TRATÁNDOSE DE PERSONAS MORALES

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

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

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

#### Apartado 4.4 DATOS POR FIDEICOMISO

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

#### Apartado 4.5 DOMICILIO FISCAL DEL CONTRIBUYENTE QUE SE INSCRIBE

##### a) Personas físicas:

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

##### b) Personas morales:

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

**6 DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL (Ver instrucciones)**

REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES  CLAVE ÚNICA DE REGISTRO DE POBLACIÓN

APELLIDO PATERNO, MATERNO Y NOMBRE(S)

**7 DATOS GENERALES (Ver instrucciones)**

7.1 FECHA DE NACIMIENTO DE LA PERSONA FÍSICA O FECHA DE FIRMA DE LA ESCRITURA CONSTITUTIVA O DOCUMENTO CONSTITUTIVO O DE LA CELEBRACIÓN DEL CONTRATO DE ACUERDO CON EL DOCUMENTO QUE DEBE ACOMPAÑAR

AÑO  MES  DÍA  7.2 FECHA DE INICIO DE OPERACIONES

AÑO  MES  DÍA

**8 ACTIVIDAD PREPONDERANTE**

8.1 INDIQUE LA ACTIVIDAD PREPONDERANTE A DESARROLLAR

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

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

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

**9 OTROS**

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

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

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

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

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

**10 TRATÁNDOSE DE FUSIÓN Y ESCISIÓN DE SOCIEDADES**

MARCAR CON "X" SI DERIVA DE:

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

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

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

CALLE

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

COLONIA  CÓDIGO POSTAL  TELÉFONO

LOCALIDAD

MUNICIPIO O DELEGACIÓN

ENTIDAD FEDERATIVA  CORREO ELECTRÓNICO

**12 ANEXOS**

MARQUE CON "X" LOS ANEXOS QUE ACOMPAÑA:

ANEXO 1 Personas Morales del Régimen General y del Régimen de las Personas Morales con Fines No Lucrativos.  ANEXO 4 Personas Físicas con Actividades Empresariales y Profesionales.  ANEXO 7 Personas Físicas con Otros Ingresos.

ANEXO 2 Personas Morales del Régimen Simplificado y sus Integrantes Personas Morales.  ANEXO 5 Personas Físicas con Actividades Empresariales del Régimen Intermedio.  ANEXO 8 Personas Morales y Físicas. IEPS, ISAN, ISTUV (Tenencia) y Derechos Sobre Concesión y/o Asignación Minera.

ANEXO 3 Personas Físicas con Ingresos por Salarios, Arrendamiento, Enajenación y Adquisición de Bienes, Premios e Intereses.  ANEXO 6 Personas Físicas con Actividades Empresariales del Régimen de Pequeños Contribuyentes.  ANEXO 9 Residentes en el extranjero sin Establecimiento Permanente en México.



## INSTRUCCIONES (Continuación)

### RUBRO 6 DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL

- Se anotarán los datos del Representante Legal cuando éste presente la solicitud en los siguientes casos:
- Tratándose de personas físicas, se proporcionarán los datos solicitados en este rubro sólo cuando tengan representante legal y éste actúe por cuenta del contribuyente.
- Tratándose de personas morales, se anotarán los datos de su representante legal. En el caso de contratos de Asociación en Participación, si el asociante es persona física se anotarán los datos de ésta.
- Si el asociante es persona moral, se deberán anotar los datos del representante legal de dicha persona moral.
- Los residentes en el extranjero con o sin establecimiento permanente en México, anotarán los datos de su representante legal residente en México, que para efectos fiscales designaron.
- Los sujetos antes mencionados se identificarán y, en su caso, acreditarán su personalidad con los documentos que acompañen a esta solicitud, de acuerdo con el listado del cuadro que aparece al principio de esta página.
- La solicitud deberá ser firmada por el contribuyente o, en su caso, por su representante legal. En el caso de que no sepan o no puedan firmar, imprimirán su huella digital.

### RUBRO 7 DATOS GENERALES

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

- Las personas físicas residentes en México y las residentes en el extranjero con o sin establecimiento permanente en México, anotarán la fecha de nacimiento que conste en el documento que deben acompañar a esta solicitud, de acuerdo con el listado del cuadro que aparece al principio de esta página.
- Las personas morales residentes en México y las residentes en el extranjero con o sin establecimiento permanente en México, anotarán la fecha en la que se firmó el documento que deben acompañar a esta solicitud de acuerdo con el listado del cuadro que aparece al principio de esta página.
- En ambos casos, utilizarán cuatro números arábigos para el año, dos para el mes y dos para el día.

Ejemplo:

Fecha de nacimiento: 1° de junio de 1972

AÑO	MES	DÍA
1972	06	01

Fecha de firma del documento: 23 de mayo de 2002

AÑO	MES	DÍA
2002	05	23

### RUBRO 8 ACTIVIDAD PREPONDERANTE

#### Apartado 8.2

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

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

#### Apartado 8.3

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

### RUBRO 9 OTROS

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

### RUBRO 10 TRATÁNDOSE DE FUSIÓN Y ESCISIÓN DE SOCIEDADES

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

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

### RUBRO 12 ANEXOS










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

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

Fuente: Registro Federal de Contribuyentes, 2019.

[http://omawww.sat.gob.mx/informacion\\_fiscal/tramites/inscripcion\\_rfc/.../default.aspx](http://omawww.sat.gob.mx/informacion_fiscal/tramites/inscripcion_rfc/.../default.aspx)

## Anexo 4. Formato solicitud de Protección Intelectual (IMPI).

<b>gob.mx</b>																	
Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial																	
<b>Solicitud de Patente de Invención o de Registro de Modelo de Utilidad o de Registro de Diseño Industrial</b>																	
<table border="1"> <tr><th style="text-align: center;">Homoclave del formato</th></tr> <tr><td style="text-align: center;">IMPI-00-009</td></tr> <tr><th style="text-align: center;">Fecha de publicación del formato en el DOF</th></tr> <tr><td style="text-align: center;">/ /</td></tr> </table>	Homoclave del formato	IMPI-00-009	Fecha de publicación del formato en el DOF	/ /	<table border="1"> <tr><th style="text-align: center;">Folio y Fecha de Recepción</th></tr> <tr><td style="text-align: center;">Para uso exclusivo del IMPI</td></tr> </table>	Folio y Fecha de Recepción	Para uso exclusivo del IMPI										
Homoclave del formato																	
IMPI-00-009																	
Fecha de publicación del formato en el DOF																	
/ /																	
Folio y Fecha de Recepción																	
Para uso exclusivo del IMPI																	
<b>Datos generales de la solicitud</b>																	
<p>Marcar con una X sólo una opción</p> <p><input type="radio"/> Solicitud de Patente de Invención</p> <p><input type="radio"/> Solicitud de Registro de Modelo de Utilidad</p> <p><input type="radio"/> Solicitud de Registro de Diseño Industrial, especifique:</p> <p style="margin-left: 20px;"><input type="radio"/> Modelo Industrial    <input type="radio"/> Dibujo Industrial</p>																	
<b>Datos generales del o de los solicitante(s)</b>																	
<table border="1"> <tr><th style="text-align: center;">Personas físicas</th></tr> <tr><td>CURP (opcional):</td></tr> <tr><td>Nombre(s):</td></tr> <tr><td>Primer apellido:</td></tr> <tr><td>Segundo apellido:</td></tr> <tr><td>Nacionalidad:</td></tr> <tr><td>Teléfono (lada, número, extensión):</td></tr> <tr><td>Correo electrónico (opcional):</td></tr> <tr><td style="text-align: right;"><input type="radio"/> Continúa en anexo</td></tr> </table>	Personas físicas	CURP (opcional):	Nombre(s):	Primer apellido:	Segundo apellido:	Nacionalidad:	Teléfono (lada, número, extensión):	Correo electrónico (opcional):	<input type="radio"/> Continúa en anexo	<table border="1"> <tr><th style="text-align: center;">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 (opcional):</td></tr> <tr><td style="text-align: right;"><input type="radio"/> Continúa en anexo</td></tr> </table>	Personas morales	RFC (opcional):	Denominación o razón social:	Nacionalidad:	Teléfono (lada, número, extensión):	Correo electrónico (opcional):	<input type="radio"/> Continúa en anexo
Personas físicas																	
CURP (opcional):																	
Nombre(s):																	
Primer apellido:																	
Segundo apellido:																	
Nacionalidad:																	
Teléfono (lada, número, extensión):																	
Correo electrónico (opcional):																	
<input type="radio"/> Continúa en anexo																	
Personas morales																	
RFC (opcional):																	
Denominación o razón social:																	
Nacionalidad:																	
Teléfono (lada, número, extensión):																	
Correo electrónico (opcional):																	
<input type="radio"/> Continúa en anexo																	
<b>Domicilio del o de los solicitante(s)</b>																	
Código postal:																	
Calle:																	
<small>(Por ejemplo: Avenida Insurgentes Sur, Boulevard Avda. Comacho, Calzada, Corredor, etc.)</small>																	
Número exterior:	Número interior:																
Colonia:																	
<small>(Por ejemplo: Arroyalco Juárez, Residencial Hídago, Fraccionamiento, Sección, etc.)</small>																	
Municipio o demarcación territorial:	Localidad:																
Entidad Federativa:	Entre calles (opcional):																
País:	Calle posterior (opcional):																
<b>Datos generales del o de los inventor(es) o diseñador(es)</b>																	
CURP (opcional):																	
Nombre(s):																	
Primer apellido:																	
Segundo apellido:																	
Nacionalidad:																	
Teléfono (lada, número, extensión):																	
Correo electrónico (opcional):																	
<input type="radio"/> Continúa en anexo																	
<table border="0"> <tr> <td style="text-align: center;">    </td> <td style="font-size: small;"> <p><b>Contacto</b></p> <p>Arenal # 550, Pueblo Santa María Tepepan, Xochimilco, C.P. 16020, Ciudad de México.</p> <p>Teléfono (01) (55) 53-34-07-00 en la Ciudad de México y área metropolitana, del Interior de la República sin costo para el usuario 01-800-570-59-90, extensiones 10098, 10030 y 10026.</p> <p>Correo electrónico: <a href="mailto:dg@impi.gob.mx">dg@impi.gob.mx</a></p> </td> </tr> </table>		  	<p><b>Contacto</b></p> <p>Arenal # 550, Pueblo Santa María Tepepan, Xochimilco, C.P. 16020, Ciudad de México.</p> <p>Teléfono (01) (55) 53-34-07-00 en la Ciudad de México y área metropolitana, del Interior de la República sin costo para el usuario 01-800-570-59-90, extensiones 10098, 10030 y 10026.</p> <p>Correo electrónico: <a href="mailto:dg@impi.gob.mx">dg@impi.gob.mx</a></p>														
  	<p><b>Contacto</b></p> <p>Arenal # 550, Pueblo Santa María Tepepan, Xochimilco, C.P. 16020, Ciudad de México.</p> <p>Teléfono (01) (55) 53-34-07-00 en la Ciudad de México y área metropolitana, del Interior de la República sin costo para el usuario 01-800-570-59-90, extensiones 10098, 10030 y 10026.</p> <p>Correo electrónico: <a href="mailto:dg@impi.gob.mx">dg@impi.gob.mx</a></p>																

Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial

Domicilio del o de los inventor(es) o diseñador(es)

Código postal:	
Calle: <small>(Por ejemplo: Avenida Insurgentes Sur, Boulevard Fco. Camacho, Calzada, Corredor, etc.)</small>	
Número exterior:	Número interior:
Colonia: <small>(Por ejemplo: Ampliación Juárez, Residencial Hidalgo, Fraccionamiento, Sección, etc.)</small>	
Municipio o demarcación territorial:	Localidad:
Entidad Federativa:	Entre calles (opcional)
País:	Calle posterior (opcional)

Datos generales del o de los apoderado(s)

CURP (opcional):	Registro General de Poderes (opcional):
Nombre(s):	RFC (opcional):
Primer apellido:	Teléfono (lada, número, extensión):
Segundo apellido:	Correo electrónico (opcional):

Continúa en anexo

Domicilio para oír y recibir notificaciones

Código postal:	
Calle: <small>(Por ejemplo: Avenida Insurgentes Sur, Boulevard Fco. Camacho, Calzada, Corredor, etc.)</small>	
Número exterior:	Número interior:
Colonia: <small>(Por ejemplo: Ampliación Juárez, Residencial Hidalgo, Fraccionamiento, Sección, etc.)</small>	
Municipio o demarcación territorial:	Localidad:
Entidad Federativa:	Entre calles (opcional)
País:	Calle posterior (opcional)

Datos generales de los autorizados para oír y recibir notificaciones

Nombre(s):	Primer apellido:	Segundo apellido:	CURP (opcional):
------------	------------------	-------------------	------------------

Continúa en anexo

Datos de la solicitud

Denominación o título de la invención, modelo de utilidad o diseño industrial:		
Fecha de divulgación previa (DD / MM / AAAA):		

Divisional de la solicitud

No. Expediente en trámite:	Figura jurídica:
Fecha de presentación (DD / MM / AAAA):	

PCT

No. de solicitud internacional:
Fecha de presentación internacional (DD / MM / AAAA):

Prioridad o prioridades reclamada(s)

País (oficina) de origen:	Fecha de presentación (DD/MM/AAA):	Número de serie:
	/ /	

Continúa en anexo

Bajo protesta de decir verdad, manifiesto que los datos asentados en esta solicitud son ciertos.

Nombre y firma del solicitante o su apoderado.

Documentos anexos (uso interno)

- Comprobante de pago. Original.
- Documento que acredita la personalidad del mandatario, en su caso. Original o copia certificada.
- Constancia de inscripción en el Registro General de Poderes del IMPI, en su caso. Copia.
- Documento donde se acredita el carácter del causahabiente o de cesión de derechos. Original o copia certificada.
- Documento(s) comprobatorio(s) de divulgación previa, en su caso. Original o copia certificada.
- Documento(s) de prioridad (es), en su caso. Copia certificada.
- Escrito solicitando el descuento del 50%, cuando corresponda. Original.
- Traducción de los documentos presentados en idioma distinto al español, en su caso. Original.
- Legalización o apostilla de los documentos anexos provenientes del extranjero, en su caso. Original.
- Descripción y reivindicación (es). Dos ejemplares.
- Resumen de la descripción de la invención. Dos ejemplares.
- Dibujo (s), en su caso. Dos ejemplares.
- Constancia de depósito de material biológico. Original o copia certificada.
- Hoja adicional complementaria "Datos generales del o de los solicitantes" / "Datos generales del o de los inventores o diseñadores", en su caso.
- Hoja adicional complementaria "Datos generales del o de los apoderados" / "Autorizados para oír y recibir notificaciones", en su caso. Original.
- Hoja adicional complementaria al punto "Divisional de la solicitud", en su caso. Original.
- Hoja adicional complementaria al punto "Prioridad o prioridades reclamadas", en su caso. Original.

Número total de hojas recibidas \_\_\_\_\_

Términos y condiciones

**Información sobre el tratamiento de datos personales.**

Los datos personales que proporcione al presentar la solicitud y con motivo del trámite de la misma, son recabados por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) a través de la Dirección Divisional de Patentes (DDP) con la finalidad de dar trámite a la solicitud; determinar el cumplimiento de los requisitos exigidos por la normatividad nacional e internacional aplicable; contactar al solicitante, su representante y autorizados en relación al trámite; notificar actos y resoluciones que así lo requieran, y en su caso, publicar la solicitud y el Título respectivo, en términos de la Ley de la Propiedad Industrial (LPI) y demás disposiciones aplicables, para facilitar información al público y el ejercicio de derechos. La DDP no realiza tratamiento de datos que requieran la autorización expresa, de tener lugar el mismo, se recabará consentimiento expreso, que podrá ser revocado mediante solicitud ante la Unidad de Transparencia. El aviso de privacidad integral puede ser consultado en <http://www.gob.mx/impi> o en las instalaciones del IMPI. (Fecha de actualización 10/05/2018).

Los interesados podrán ejercer sus derechos de acceso y corrección ante la Dirección Divisional de Patentes, con domicilio en Arenal #550, Pueblo Santa María Tepepan, Xochimilco, C.P. 16020, Ciudad de México. Teléfono: (01) (55) 53-34-07-00 en la Ciudad de México y Área Metropolitana, del interior de la República sin costo para el usuario 01-800-570-59-90, extensiones 10098, 10030 y 10026. Correo electrónico: [dp@impi.gob.mx](mailto:dp@impi.gob.mx)

**Presentación y notificaciones.**

El horario para la recepción de documentos, atención al público y consulta de expedientes en las distintas oficinas del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, durante los días que éste considere como hábiles, será de las 8:45 a las 16:00 horas.

La solicitud y sus anexos deben presentarse en la Coordinación Departamental de Recepción y Control de Documentos de la Dirección Divisional de Patentes de este Instituto, con domicilio en Arenal #550, Planta Baja, Pueblo Santa María Tepepan, Xochimilco, C.P. 16020, Ciudad de México. También puede ser presentada en la ventanilla de sus Oficinas Regionales, así como en las Delegaciones y/o Representaciones Comerciales de la Secretaría de Economía.

También podrá remitir la solicitud mediante correo certificado con acuse de recibo; servicios de mensajería, paquetería u otros equivalentes o bien, a través del Buzón en Línea, en los términos previstos en el artículo 5o. BIS del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial y el Título Cuarto del Acuerdo que establece las reglas para la presentación de solicitudes ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

Las resoluciones, requerimientos y demás actos del Instituto se notificarán a los solicitantes por correo certificado con acuse de recibo al domicilio que hubiesen señalado al efecto.

**Información del trámite.**

Trámite al que corresponde la forma. Solicitud de patente nacional. Solicitud de registro de modelo de utilidad nacional y, Solicitud de registro de diseño industrial.

Número de Registro Federal de Trámites y Servicios: IMPI-03-001 (A o B), IMPI-03-002 (A o B), IMPI-03-003 (A o B).

Fecha de autorización de la forma por parte de la Dirección General Adjunta de Propiedad Industrial del IMPI: 11-V-2018.

Fecha de autorización de la forma por parte de la Comisión Federal de Mejora Regulatoria: 17-V-2018.

**Fundamento jurídico-administrativo.**

Ley de la Propiedad Industrial. Artículos 38-47, 50, 52, 53, 54 y 55-61.

Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial. Artículos 5-7, 16, 17, 24-39, 43, 45 y 46.

Acuerdo que establece las reglas para la presentación de solicitudes ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Artículos 3-10, 12 TER-35 y Anexo Único.

Acuerdo por el que se da a conocer la tarifa por los servicios que presta el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Artículos 1a-1c bis, 9a-9c bis, 9f-9f bis y 28.

Acuerdo por el que se da a conocer la lista de Instituciones reconocidas por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial para el depósito de material biológico.

Acuerdo por el que se establecen los plazos de respuesta a diversos trámites ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial Artículos 1 y 3-6.

Acuerdo por el que se da a conocer el horario de atención al público en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Artículo 1.

**Tiempo de respuesta.**

El plazo máximo de primer respuesta es de 3 meses. No aplica la positiva ni la negativa ficta.

**Quejas y denuncias.**

Órgano Interno de Control en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

56-24-04-12 o 13 (Directo).

56-24-04-00 (Conmutador), extensiones 11231 y 11237. Correo electrónico: [quejanet@impi.gob.mx](mailto:quejanet@impi.gob.mx)

Sistema de Atención Telefónica a la Ciudadanía-SÁCTEL. En la Ciudad de México y Área metropolitana: 2000 2000.

Interior de la República lada sin costo. 01-800-FUNCIÓN (386-2466). Desde Estados Unidos y Canadá: 1-800-475-23-93.

**Contacto**

Arenal # 550, Pueblo Santa María Tepepan, Xochimilco, C.P. 16020, Ciudad de México.

Teléfono: (01) (55) 53-34-07-00 en la Ciudad de México y Área metropolitana, del interior de la República sin costo para el usuario 01-800-570-59-90, extensiones 10098, 10030 y 10026.

Correo electrónico: [dp@impi.gob.mx](mailto:dp@impi.gob.mx)



Instrucciones de llenado

Esta forma oficial es de distribución gratuita, se autoriza su libre reproducción, siempre que se ajusten al formato oficial y a sus características de impresión.

La solicitud debe llenarse en idioma español, por cualquier medio legible, manteniendo el mismo medio de llenado de inicio a fin, sin tachaduras ni enmendaduras.

La solicitud debe ser presentada por duplicado, impresa a doble cara (anverso y reverso) en una hoja de papel blanco, tamaño oficio, conforme al número de páginas que la integran y firmada autógrafamente en ambos ejemplares.

Folio y Fecha de recepción. Para uso exclusivo del IMPI.

Datos generales de la solicitud. En el formato de solicitud señale en el círculo correspondiente el tipo de solicitud que desea presentar: solicitud de Patente de Invención, de Registro de Modelo de Utilidad o de Registro de Diseño Industrial, en este último caso, además deberá señalar si se trata de un Modelo Industrial o un Dibujo Industrial.

Datos generales del o de los solicitante(s). A note en el recuadro correspondiente los datos completos de la(s) persona(s) física(s) o moral(es) que será(n) solicitante de la Patente de Invención, Registro de Modelo de Utilidad o Registro de Diseño Industrial.

En el campo CURP (Clave Única de Registro de Población), puede requisarla únicamente si se trata de una persona física nacional.

En caso de que los solicitantes sean 2 o más personas físicas o morales, marque el recuadro Continúa en anexo y requisiite la Hoja adicional complementaria "Datos generales del o de los solicitantes" / "Datos generales del o de los inventor(es) o diseñador(es)", tantas veces sea necesario.

En el rubro Persona morales, el RFC (Registro Federal de Contribuyentes) puede requisarlo únicamente si se trata de una persona moral nacional.

Domicilio del solicitante. A note en el recuadro correspondiente los datos completos del domicilio del solicitante. El campo Entre calles es opcional.

Datos generales del o de los inventor(es) o diseñador(es). A note en el recuadro correspondiente los datos completos del o los inventor(es) o diseñador(es) (estos siempre deberán ser personas físicas).

En caso de que los inventores o diseñadores sean 2 o más personas físicas, marque el recuadro Continúa en anexo y requisiite la Hoja adicional complementaria "Datos generales del o de los solicitantes" / "Datos generales del o de los inventor(es) o diseñador(es)", tantas veces sea necesario. Tratándose de solicitudes de Registro de Diseño Industrial se deberá hacer referencia a diseñadores.

Domicilio del o de los inventor(es) o diseñador(es). A note en el recuadro correspondiente los datos completos del domicilio del o de los inventor (es) o diseñador(es). El campo Entre calles es opcional.

Datos del o de los apoderado(s) o autorizados para oír y recibir notificaciones. A note en el recuadro correspondiente los datos completos del o de los apoderado(s).

En caso de que los apoderados sean 2 o más personas físicas, marque el recuadro Continúa en anexo y requisiite la Hoja adicional complementaria "Datos generales de o de los apoderados" / "Autorizados para oír y recibir notificaciones", tantas veces sea necesario.

Domicilio para oír y recibir notificaciones. Recuerde que conforme al Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial, este domicilio debe ubicarse dentro del territorio nacional. A note en el recuadro correspondiente los datos completos del domicilio para oír y recibir notificaciones, conforme a las instrucciones para el domicilio contenidas en esta forma.

Datos de la solicitud: Proporcione la información necesaria.

Denominación o título de la invención, Modelo de Utilidad o Diseño Industrial. La denominación o título debe ser connotativa de la invención o diseño.

Fecha de divulgación previa. Si la invención fue divulgada dentro de los doce meses previos a la fecha de presentación de la solicitud, indique la fecha de divulgación y anexe la información comprobatoria que marca el Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial.

Divisional de la solicitud. En una solicitud que sea divisional de una solicitud previamente presentada, deberá proporcionar el número de expediente, la figura jurídica y la fecha de presentación de dicha solicitud. En caso de que la solicitud divisional sean 2 o más deberá señalar los datos del punto "Divisional de la solicitud" en escrito libre anexo.

Prioridad reclamada. El derecho de reclamar la prioridad sólo tiene lugar si la presente solicitud ha sido previamente presentada en algún país miembro del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, en su caso, deberá proporcionar los siguientes datos:  
-País donde se presentó por primera vez la solicitud, fecha y número asignado a la solicitud en dicho país. En caso de que se reclamen 2 o más prioridades, deberá señalar los datos del punto "Prioridad o Prioridades reclamada(s)" en escrito libre anexo.

Nombre y Firma del solicitante o su mandatario. A note el nombre completo de la persona que firma la solicitud, en caso de que se trate de una persona moral, indique el nombre de la persona física que está actuando en su representación y firme la solicitud. Si el poder debe ejercerse de forma conjunta por varios mandatarios, indiquen los nombres de todos ellos e incluya su firma.

Fuente: Instituto Mexicano de Protección Intelectual, 2019.

[https://www.gob.mx/cms/uploads/.../file/.../Formato\\_solicitud-PDFImpresion.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/.../file/.../Formato_solicitud-PDFImpresion.pdf)

## Anexo 5. Formato de contrato laboral.

### CONTRATO LABORAL

CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO, DENOMINADO COMO “EL CONTRATO” QUE CELEBRA POR UNA PARTE “**TUTORIALES ENVASADOS**”, EN ADELANTE SEÑALADO COMO “EL PATRÓN” POR MEDIO DE SU REPRESENTANTE LEGAL Y POR LA OTRA PARTE EL C.\_\_\_\_\_. DENOMINADO EN LO SUCESIVO EL “TRABAJADOR”, AL TENOR DE LAS SIGUIENTES:

#### ----- DECLARACIONES -----

-

I.- DECLARA "LA EMPRESA":

- a) Ser una Sociedad Anónima Mexicana, constituida conforme a las leyes del país.
- b) Tener su domicilio en Calle \_\_\_\_ Municipio de Texcoco, Estado de México.
- c) Tener por objeto social la producción y venta de mascarillas, así como presentación de tutoriales.
- d) Desear utilizar los servicios del “Trabajador (a)”, para desempeñar el puesto de \_\_\_\_\_ y los demás que sean similares a dicha actividad.

II.- DECLARA “EL TRABAJADOR (A)”

- a) Haber nacido el día \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del \_\_\_\_\_ y tener \_\_\_\_ años de edad, ser de nacionalidad mexicana y con domicilio ubicado en \_\_\_\_\_.
- b) Tener los conocimientos y experiencia necesarios para prestar sus servicios a “LA EMPRESA” en el puesto de \_\_\_\_\_.
- c) Estar enterado de que “LA EMPRESA” necesita de sus servicios por el tiempo señalado a partir del día que se menciona en el presente contrato. Y que cuenta



con la capacidad y aptitudes para desarrollar las labores necesarias para dar cumplimiento al objeto de la empresa; no teniendo inconveniente en viajar a los lugares que le sean designados para el cumplimiento de las funciones encomendadas.

----- **CLÁUSULAS** -----

-

**PRIMERA.** Este contrato se celebra por tiempo indefinido y en términos de los artículos 20 y 21 de la Ley Federal de Trabajo.

**SEGUNDA.** “EL TRABAJADOR (A)” se obliga a prestar sus servicios personales subordinados a “LA EMPRESA” consistentes en el puesto de \_\_\_\_\_, desempeñándolos en bajo la dirección y dependencia del patrón y en general de todos aquellos que estén relacionados con esa actividad, debiendo desempeñar sus servicios en el domicilio de la empresa o en cualquier otro que se le indique.

**TERCERA.** Los servicios contratados en los términos del presente contrato conforme a las cláusulas que antecede los desempeñará “EL TRABAJADOR (A)”, en el municipio de Texcoco, pero “LA EMPRESA” podrá en cualquier momento fijar a “EL TRABAJADOR (A)” otro lugar de trabajo dentro de municipios aledaños.

**CUARTA.** Por sus servicios “LA EMPRESA”, durante la vigencia del presente contrato, “EL TRABAJADOR (A)” percibirá un salario mensual de \$ \_\_\_\_\_ (MXN), con las deducciones correspondientes por concepto de SAR e IMSS, en el que queda comprendido el pago correspondiente a séptimos días y días de descanso obligatorios que establece la Ley Federal del Trabajo o en que pueda convenir a “LA EMPRESA”, mismos que serán cubiertos los días 1° y 16 de cada día o el día próximo hábil en caso de ser sábado o domingo; en el domicilio de la empresa.

**QUINTA.** Las partes convienen en que los servicios del “TRABAJADOR (A)” son de carácter estrictamente confidencial, por lo que el puesto para el que será

contratado (a) se considera de confianza para todos los aspectos legales.

**SEXTA.** La duración de la jornada de trabajo será de lunes a viernes, de las 9:00 a las 18:00 horas. Con un descanso para reposar y tomar sus alimentos de las 14:00 a las 15:00 horas; tomándolo como mejor le convenga. Siendo esta la duración de máxima de la jornada y quedando estrictamente prohibido trabajar horas extras sino con el consentimiento previo y permiso por escrito debidamente firmado por “EL PATRON”, en el que señale la fecha, horas, motivo y monto a pagar, sin que exceda de tres horas diarias ni de tres veces por semana.

**SEPTIMA.** Para efectos del Seguro Social “LA EMPRESA” dará de alta a “EL TRABAJADOR (A)” y cubrirá sus aportaciones.

**OCTAVA.** “EL TRABAJADOR (A)” disfrutara de un periodo anual de vacaciones en los términos del artículo 76 de la Ley Federal del Trabajo obligándose a firmar constancia de estas, así como del pago de la prima correspondiente.

**NOVENA.** “LA EMPRESA” se reserva el derecho de dar por terminado el presente contrato en cualquier tiempo, en caso de que “EL TRABAJADOR (A)” no cumpla con las obligaciones que contrae y con las que derivan de la Ley de la Materia.

**DÉCIMA.** “EL TRABAJADOR (A)” reconoce que todos los artículos, estudios, escritos, formatos, expedientes, documentos, libros, mobiliario, información verbal que se le proporcione con motivo de la relación de trabajo, así como los que la propia trabajadora prepare o formule con relación con sus servicios; son propiedad exclusiva de “LA EMPRESA” en todo tiempo y se obliga a conservarlos en buen estado, a no sustraerlos del Lugar de trabajo salvo por necesidades de servicio y con autorización expresa y por escrito de “EL PATRON” en el momento en que así se requiera por lo que en caso contrario se le responsabilizara de cualquier pérdida o faltante.

**DÉCIMO PRIMERA.** “EL TRABAJADOR (A)” se obliga a no divulgar ninguno de los aspectos de los negocios de “LA EMPRESA”, ni proporcionara a tercera



persona, verbalmente o por escrito, directa o indirectamente, información alguna sobre los sistemas y actividades de cualquier clase que observe de “LA EMPRESA” y no en el desarrollo de sus actividades y no mostrara a terceros los documentos, expedientes, escritos, artículos, contratos, bitácora, estados de cuenta, y de más materiales e información que le sea proporcione o que prepare o formule con relación a sus servicios.

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

**DÉCIMO TERCERA.** “LA EMPRESA” reconoce de forma expresa que la antigüedad de “EL TRABAJADOR (A)” es a partir del día \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del 20\_\_.

**DÉCIMO CUARTA.** Ambas partes contratantes declaran que respecto a las obligaciones y derechos que mutuamente les corresponde en sus respectivas calidades de Empresa y de Trabajador (a) y que no hayan sido motivo de cláusula expresa en el presente contrato, se sujetarán a las disposiciones de la Ley Federal del Trabajo.

Leído que fue por ambas partes este documento ante los testigos que también firman e impuestos de su contenido y sabedores de las obligaciones que contraen, lo firman por duplicado en el Estado de México, Los Reyes La Paz, a los \_\_\_\_ días del mes de \_\_\_\_\_ del año 20\_\_.

**PATRÓN**

**TRABAJADOR**

\_\_\_\_\_  
Nombre y Firma

\_\_\_\_\_  
Nombre y Firma

Fuente: Elaboración propia con base a información de Licenciado en Derecho, 2019.

**Anexo 6. Formato contrato de prestación de servicios.**

**CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS**

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS QUE CELEBRAN POR UNA PARTE "TUTORIALES ENVASADOS", REPRESENTADA EN ESTE ACTO POR LA LICENCIADA PERLA LOPEZ MARTINEZ, A QUIEN EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARÁ "EL PRESTATARIO" Y POR LA OTRA EL C. \_\_\_\_\_ Y A QUIEN EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARA "EL PRESTADOR" AL TENOR DE LAS SIGUIENTES:

----- **DECLARACIONES** -----

A) Declara "EL PRESTADOR":

1.- Haber nacido el día \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del \_\_\_\_\_, tener \_\_\_\_ años de edad, de nacionalidad \_\_\_\_\_, estado civil \_\_\_\_\_ con domicilio ubicado en \_\_\_\_\_, con RFC \_\_\_\_\_ y estar dedicado al desarrollo de actividades profesionales.

2.- Que es una persona física establecida que cuenta con elementos propios y suficientes y con la capacidad profesional necesaria para ejecutar y/o cumplir las actividades y servicios profesionales que se le encomienden, por lo que está en condiciones de obligarse en este contrato para prestar sus servicios a "EL PRESTATARIO" con el carácter de \_\_\_\_\_.

3.- Que hace del conocimiento de "EL PRESTATARIO" que, para el pago de la contraprestación de los servicios profesionales que por el presente instrumento se le encomienden, opta por el supuesto previsto en la fracción V del artículo 110 de la Ley del Impuesto sobre la Renta, lo que comunica a "EL PRESTATARIO" para todos los efectos legales a que haya lugar.

B) Declara "EL PRESTATARIO":

1.- Ser una Sociedad Anónima, constituida de conformidad con la legislación mexicana.

2.- Tener su domicilio en Calle \_\_\_\_\_

3.- Tener por Objeto Social: Todo tipo de servicios profesionales y en especial lo relacionado con la producción, el estudio de mercado, costos, la asesoría y administración de empresas.

4.- Desear utilizar los servicios de EL PRESTADOR, para desempeñar la actividad de \_\_\_\_\_ y los demás que sean similares a dicha actividad, como profesional independiente.

----- **CLÁUSULAS** -----

**PRIMERA.** En virtud del presente contrato EL PRESTADOR se obliga a prestar a EL PRESTATARIO, los trabajos resultantes de la prestación de servicios profesionales independientes antes referidos serán entregados por EL PRESTADOR de acuerdo con el plan de actividades y entregas que para tal efecto acuerdan las partes.

**SEGUNDA.** Los lineamientos, el contenido y la prestación de los trabajos mencionados en la cláusula que antecede, por lo que hace a las características solicitadas por EL PRESTATARIO estarán sujetos a la aprobación final de esta última. No obstante, lo anterior, EL PRESTADOR desarrollará las actividades que por el presente instrumento se le encomiendan en la forma, términos y con los materiales y/o herramientas que estime convenientes, de acuerdo con los conocimientos que, como profesional de la materia, ha adquirido y posee.

**TERCERA.** Como resultado de la manifestación contenida en la declaración 3 de este instrumento, EL PRESTATARIO se obliga a pagar a EL PRESTADOR la cantidad de \$\_\_\_\_\_ (MXN) mensualmente, menos las deducciones correspondientes por I.S.R. Que será cubierta en dos exhibiciones quincenales, señalando como documento de acuerdo de pago de honorarios el recibo firmado por EL PRESTADOR.

\*\*\*EL PRESTATARIO acepta que EL PRESTADOR le otorgue los correspondientes recibos de comprobación, según lo dispuesto por la fracción V del artículo 110 de la Ley del Impuesto sobre la Renta.

**CUARTA.** Se estipula que la vigencia del presente contrato será por el periodo del \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del \_\_\_\_ al \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del \_\_\_\_\_, plazo que podrá prorrogarse, previo acuerdo entre las partes.

**CUARTA BIS.** En virtud de ser un contrato por tiempo determinado conforme a la cláusula que antecede, se estipula que en caso de que EL PRESTADOR decida terminar la prestación de servicios para con EL PRESTATARIO de forma unilateral, éste deberá informar su decisión con un mes de anticipación a la fecha en que pretenda terminar con la prestación del servicio pactado.

**QUINTA.** EL PRESTATARIO manifiesta que, si EL PRESTADOR ha recibido algún tipo de curso o capacitación para el desarrollo óptimo de su prestación de servicio, EL PRESTADOR no podrá rescindir este contrato sino pasado un término de doce meses de tiempo laborado, a partir de la capacitación recibida o en caso contrario quedará obligado a rembolsar a EL PRESTATARIO el monto erogado por concepto de dicha capacitación.

**SEXTA.** EL PRESTATARIO se obliga a proporcionar la información y documentación necesaria a EL PRESTADOR con el fin de que éste cumpla eficazmente las obligaciones contenidas en el presente instrumento.

**SEPTIMA.** Las partes de común acuerdo convendrán los elementos necesarios que para el cumplimiento de las obligaciones materia de este instrumento deban efectuarse.

**OCTAVA.** Durante la vigencia del presente contrato EL PRESTATARIO podrá comunicar a EL PRESTADOR sus comentarios relacionados con la prestación de los servicios objeto del presente contrato, tendientes a obtener los mejores resultados posibles respecto de los servicios objeto de este instrumento.

**NOVENA.** Las partes celebrarán reuniones periódicas con el fin de informar, evaluar y analizar los servicios prestados.

**DÉCIMA.** Las partes de común acuerdo podrán establecer las modificaciones en el contenido del presente contrato que estimen pertinentes.

**DÉCIMO SEGUNDA.** En caso de que EL PRESTADOR incumpla con la obligación de prestar los servicios convenidos en el presente instrumento, EL PRESTATARIO tendrá derecho a rescindir el presente contrato, notificando por escrito tal situación a EL PRESTADOR.

Leído que fue por ambas partes este documento ante los testigos que también firman e impuestos de su contenido y sabedores de las obligaciones que contraen, lo firman por duplicado en El Estado de México, Municipio de Los Reyes La Paz, a los \_\_\_\_ días del mes de \_\_\_\_\_ del año \_\_\_\_\_.

**PRESTATARIO**

**PRESTADOR**

---

Nombre y Firma

---

Nombre y Firma

**TESTIGO**

**TESTIGO**

---

Nombre y Firma

---

Nombre y Firma

Fuente: Elaboración propia con base a información de Licenciado en Derecho, 2019.



## Anexo 7. Formato de encuestas aplicadas.

### Investigación de Mercado "Tutoriales Envasados"

El propósito de esta encuesta es con fines académicos, con el objetivo de obtener información necesaria para elaborar un trabajo escrito de titulación. Los resultados serán tratados con confidencialidad, le agradezco responda de manera precisa.

---

#### EDAD \*

Texto de respuesta corta

---

#### GÉNERO \*

MASCULINO

FEMENINO

#### OCUPACIÓN \*

ESTUDIANTE

TRABAJO FORMAL

#### MUNICIPIO \*

CHIMALHUACÁN

CHICOLOAPAN

LOS REYES LA PAZ

TEXCOCO

OTRO

#### 1. Considera que el cuidado facial es... \*

Importante

Necesario

Innecesario



2. ¿Utiliza algún producto para la belleza y/o cuidado facial? \*

Sí

No

3. ¿Con qué frecuencia lo UTILIZA? \*En caso de afirmar la respuesta anterior.

1 a 4 días al mes

5 a 8 días al mes

Más de 9 días al mes

4. ¿Qué es lo primero que le llama la atención de una mascarilla facial? \*

Presentación

Calidad (Beneficios que ofrece)

Precio

5. ¿Con qué frecuencia COMPRA productos para el cuidado facial? \*

Una vez por semana

Cada 15 días

Una vez al mes

No compro

6. ¿En qué lugar adquiere mascarillas de este tipo? \*

Uso Caseras

Tiendas de belleza

Por catálogo

Otra...

7. ¿Cuánto estaría dispuesto/a a pagar por un kit de mascarilla que pueda utilizar durante 1 mes?

- De \$200 a \$300
- Entre \$350 a \$400
- Más de \$400

8. Al día, ¿Con qué frecuencia utiliza redes sociales? \*

- Todo el día
- De 1 a 5 horas
- Más de 5 horas

9. ¿Con qué frecuencia utiliza la plataforma de YouTube? \*

- 1 a 4 horas al día
- 5 a 8 horas al día
- Más de 8 horas al día

11. ¿Le gustaría encontrar en tiendas y/o negocios algún kit que incluya los ingredientes para la elaboración de mascarillas que suele ver en dichos tutoriales? \*En caso de afirmar la respuesta anterior.

- Sí
- No

12. ¿Qué tipo de mascarillas le gustaría encontrar? \*

- Hidratantes y nutritivas
- Exfoliantes y Purificadoras
- Iluminadoras y aclarantes
- Todas las anteriores

Fuente: Elaboración propia utilizando la herramienta de Google Drive, 2019.

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdWlubdvNhHfJNWJeZsqFBzui1bGWQZs4r6LBaJR0gvPoPzrQ/viewform?usp=pp\\_url](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdWlubdvNhHfJNWJeZsqFBzui1bGWQZs4r6LBaJR0gvPoPzrQ/viewform?usp=pp_url)