



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TENANCINGO



PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y VENTA DE BOLSAS
ELABORADAS CON MATERIAL RECICLABLE EN VILLA
GUERRERO ESTADO DE MÉXICO, 2018.

APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS

RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES

PRESENTA:

KATIA GABRIELA VERA ARENAS

DIRECTORAS:

M.A. MARIVEL RAMÍREZ HERNÁNDEZ

M.E. LAURA CASTORENA DE ÁVILA

TENANCINGO DE DEGOLLADO, ESTADO DE MÉXICO ENERO 2019.

ÍNDICE

Introducción	5
Capítulo I Marco Conceptual	6
1.1 Concepto de Administración	7
1.2 Concepto de Proceso Administrativo	8
1.2.1 Concepto de Planeación	9
1.2.2 Concepto de Organización	10
1.2.3 Concepto de Integración Personal	11
1.2.4 Concepto de Dirección	12
1.2.5 Concepto de Control	13
1.3 Concepto de Plan de Negocios	14
1.3.1 Concepto de Estudio de Mercado	15
1.3.2 Concepto de Estudio Técnico	16
1.3.3 Concepto Estudio Organizacional	16
1.3.4 Concepto de Estudio Financiero	17
1.4 Concepto de Empresa	17
1.4.1 Tipología de la Empresa	19
1.5 Concepto de Sustentabilidad	20
1.6 Empresa Sustentable	23
1.6.1 Desarrollo Sustentable	23
1.6.2 Gestión de Negocios Sustentables	25
1.6.3 Gestión de Sustentabilidad Estratégica	26
1.6.4 Gestión de Sustentabilidad de Recursos Humanos	27
1.6.5 Gestión Internacional y Negocios Sustentables	29
1.6.6 Gestión de la Innovación y Sustentabilidad	31
1.6.7 Gestion Ambiental Operativa	34
1.6.8 Gestión Financiera y Sustentable	35
1.6.9 Instrumentos para la Implementación de la Sustentabilidad en los Negocios	36
1.6.10 Impacto Legal de los Negocios Sustentables	37
1.6.11 Cadena de Valor	38
1.6.12 Mercadotecnia Sustentable	39
1.7 Concepto Reciclaje	40

Capítulo II Marco Contextual	42
2.1 Villa Guerrero	43
2.1.1 Dimensión cultural.....	43
2.1.2 Dimensión Socioeconómica	44
2.1.3 Dimensión Política.....	45
2.1.4 Dimensión Administrativa.....	46
2.2 Actividades Sectoriales	48
2.2.1 Población Económicamente Activa e Inactiva.....	48
Capítulo III Diseño Metodológico	50
3.1 Planteamiento del Problema	51
3.2 Objetivos	53
Objetivo general.....	53
Objetivos específicos.....	53
3.3 Preguntas de Investigación	53
3.4 Delimitación	53
3.5 Limitaciones	54
3.6 Justificación	54
3.8 Variables	54
3.9 Tipo y Diseño de la investigación	55
3.9.1 Método.....	55
3.9.2 Diseño.....	55
3.9.3 Enfoque	55
3.9.4 Tipo	55
3.10 Tamaño de la muestra	56
Capítulo IV	58
Plan de Negocios para la Empresa Eco-bag	58
4.1 Análisis de la Industria y del Mercado	59
4.1.1 Propuesta de Valor	59
4.1.2 Nombre de la Empresa	59
4.1.3 Descripción de la Empresa	59
4.1.4 Análisis FODA.....	60
4.1.5 Misión	61
4.1.6 Visión.....	61
4.1.7 Objetivos	61
4.1.8 Ventajas Competitiva.....	62

4.1.8 Distingos Competitivos	62
4.2 Análisis Técnico-Operativo	62
4.2.1 Investigación de Mercado	62
4.2.2 Estudio de Mercado	64
4.2.3 Distribución y Punto de Venta	76
4.2.4 Promoción del Producto	78
4.2.5 Fijación y Políticas de Precio	81
4.2.6 Plan de Introducción al Mercado	84
4.2.7 Riesgos y Oportunidades del Mercado	85
4.3 Análisis de Producción	85
4.3.1 Objetivos del Área de Producción	85
4.3.2 Especificaciones del Producto o Servicio	86
4.3.3 Descripción del Proceso de Producción	86
4.3.4 Diagrama de Flujo del Proceso de Producción	87
4.3.5 Características de la Tecnología.....	88
4.3.6 Equipo e Instalaciones	88
4.3.7 Materia Prima	89
4.3.8 Capacidad Instalada	89
4.3.9 Manejo de Inventarios	90
4.3.10 Ubicación de la Empresa.....	90
4.3.11 Diseño y Distribución de Planta y Oficinas.....	90
4.3.12 Mano de Obra Requerida.....	91
4.3.13 Procedimientos de Mejora Continua	91
4.3.14 Programa de Producción.....	91
4.4 Organización.....	92
4.4.1 Objetivos del Área de Organización	92
4.4.2 Organigrama	92
4.4.3 Matriz de Responsabilidades.....	93
4.4.4 Funciones específicas por puesto	93
4.4.5 Capacitación del Personal	94
4.4.6 Desarrollo Personal	97
4.4.8 Evaluación de desempeño	98
4.4.9 Relaciones de Trabajo.....	98
4.4.10 Marco legal de la Organización.....	99
4.5 Análisis Financiero.....	101

4.5.1. Escenario del Estudio Financiero	101
4.5.2 Objetivos del Área Financiera	101
4.5.3 Sistema Contable de la Empresa	102
4.5.4 Costos y Gastos	103
4.5.5 Estados Financieros Proyectados (1 Año).....	108
4.5.6 Indicadores Financieros	110
4.6.6 Supuestos Utilizados en las Proyecciones Financieras	113
4.6.7 Sistema De Financiación	114
4.6.8 Punto de Equilibrio	114
Conclusiones	115
Referencias	118
ANEXOS	120

Introducción

El presente trabajo muestra el desarrollo de un Plan de Negocios aplicado a una empresa dedicada a la producción de bolsas elaboradas con material reciclado.

En el primer capítulo se presentan conceptos básicos para el desarrollo de la investigación, tales como administración, proceso administrativo y plan de negocios. De igual manera es importante definir términos relacionados con economía ambiental. Es importante definir estos términos ya que fundamentan la investigación.

Dentro del segundo capítulo se contempla el contexto actual del lugar donde se pretende implantar la empresa, siendo este Villa Guerrero Estado de México. Es de gran importancia conocer la situación económica donde se desarrollará el proceso productivo e inicialmente las ventas, verificando las tendencias demográficas y geopolíticas que darán la perspectiva del entorno global.

El tercer capítulo se destina a la metodología de la investigación, iniciando desde el planteamiento del problema, que en este caso se refiere a la contaminación excesiva generada por este tipo de material y al grave daño que se ocasiona al medio ambiente. Se determinan los objetivos, tipo, diseño y enfoque de investigación. Al término de este capítulo se elaboró un estudio de mercado para determinar la factibilidad de creación de este tipo de empresa, en donde efectivamente se demostró la aceptación del público.

En el cuarto capítulo se desarrolló el plan de negocios, dónde se describe el modelo a trabajar, sector, clientes, propuesta de valor, canales de distribución, flujo de ingresos, recursos, así como la estructura de costos de la organización; lo que definió la viabilidad de la creación de una empresa dedicada a la producción de bolsas elaboradas con material reciclable. Al final se presentan las conclusiones, recomendaciones y los anexos.

Capítulo I Marco Conceptual

Teoría y Conceptos de una Empresa Sustentable

1.1 Concepto de Administración

Es importante entender este concepto ya que de este se desprende la investigación y en base a lo siguiente se puede definir de una manera más concreta que la administración ayuda de una manera eficiente a repartir tareas para de esta forma optimizar cada una de las áreas del trabajo.

Para entender el concepto de administración, a continuación, se presentan algunos autores:

“Es un proceso a través del cual se coordinan y optimizan los recursos de un grupo social con el fin de lograr la máxima eficacia, calidad, productividad y competitividad en la consecución de sus objetivos” (Münch, 2010, pág. 3).

Es el proceso de crear, diseñar y mantener un ambiente en el que las personas laboren o trabajen en grupos, y alcancen con eficiencia metas seleccionadas. Esto es, la administración ayuda a que las personas realicen las funciones del proceso administrativo (Sánchez, 2014).

Es lograr alcanzar las aquellas metas organizacionales de una forma eficaz y eficiente aplicando la planeación, organización, dirección y control de los recursos organizacionales (Daft; Marcic, 2009).

“El esfuerzo coordinado de un grupo social para obtener un fin con la mayor eficiencia y el menor esfuerzo posibles” (Münch, García, 2010, pág. 25).

De acuerdo con Koontz, Weihrich, y Cannice (2008) es el proceso en el que se diseña y mantiene un ambiente en el que individuos que trabajan en grupos, los cuales cumplen sus metas, tanto personales como organizacionales:

1. Como gerentes, las personas realizan las funciones gerenciales de planear, organizar, integrar personal, dirigir y controlar.
2. La administración se aplica a cualquier tipo de organización.
3. También se adjunta a los gerentes de todos los niveles organizacionales.

4. La meta de todos los gerentes es la misma: crear valor agregado.
5. La administración se ocupa de la productividad, lo que supone efectividad y eficiencia, y la suma de los dos para lograr la eficacia.

De las definiciones anteriormente planteadas, se puede resumir que la administración es un proceso que permite a las empresas realizar las actividades de manera eficaz y eficiente.

1.2 Concepto de Proceso Administrativo

El proceso administrativo es representa un pilar fundamental para el desarrollo y crecimiento de cualquier organización, se representa mediante fases que ayudan a eficiente las actividades. A continuación, se presentan algunas definiciones.

“Conjunto de pasos o etapas para llevar a cabo una actividad” (Münch, 2010, pág. 27).

Sánchez (2014) lo define como un conjunto de fases o etapas sucesivas a través de las cuales se lleva a cabo la administración, estas fases se interrelacionan y forman un proceso integral, por medio del cual se cumplen los objetivos de la empresa.

“Es un instrumento teórico básico que le permite al administrador profesional comprender la dinámica del funcionamiento de una empresa (organización). Sirve para diseñarla, conceptualizarla, manejarla y mejorarla” (Hernández, Palafox, 2012, pág. 20).

Un proceso social que tiene como finalidad lograr los máximos resultados mediante la coordinación de actividades y personas que integran un sistema organizado (Sánchez, 2014).

“Conjunto de fases o etapas sucesivas a través las cuales se efectúa la administración, mismas que son interrelacionadas y forman un proceso integral” (Münch, García, 2010, pág. 34).

La finalidad de un proceso administrativo es mejorar la productividad, eficiencia, eficacia y efectividad por esta razón se presentarán algunas definiciones para poderlas entender de una mejor manera.

La productividad es la relación de salidas-insumos dentro de un periodo considerando la calidad (Koontz, et al; 2008).

“La eficiencia es el cabal cumplimiento de los procedimientos y las reglas establecidas, así como la correcta utilización de los recursos asignados para el logro de metas” (Hernández, Palafox, 2012, pág. 20).

“La eficacia es alcanzar los objetivos, sin priorizar el procedimiento y las normas” (Hernández, Palafox, 2012, pág. 20).

“La efectividad es la conjunción de eficiencia y eficacia” (Hernández, Palafox, 2012, pág. 20).

1.2.1 Concepto de Planeación

Este punto es muy importante debido a que es como se comienza el proceso administrativo pues como su nombre lo dice, ayuda a determinar los resultados que se pretenden alcanzar.

Para poder entender de mejor manera el funcionamiento de la planeación a continuación se presentan algunas definiciones de varios autores reconocidos:

“Es la determinación de los objetivos y elección de los cursos de acción para lograrlos, con base en la investigación y elaboración de un esquema detallado que habrá de realizarse en el futuro” (Münch, García, 2010, pág. 73).

Es una función administrativa que se integra por la definición de metas para el futuro desempeño de la organización y el poder de decisión sobre de las tareas y los recursos necesarios para el alcance de estas (Daft et al, 2009).

“Es la proyección impresa de la acción; toma en cuenta información del pasado de la empresa y de su entorno, lo cual permite organizarla, dirigirla y medir su desempeño total y el de sus miembros, por medio de controles que compartan lo planeado con lo realizado” (Hernández, Palafox, 2012, pág. 169).

Consiste en estipular metas y objetivos, al igual que en encaminar acciones para materializarlos. Es necesario tomar decisiones, lo que representa seleccionar líneas futuras de acción entre varias alternativas (Koontz, et al; 2008).

“Es la determinación del rumbo hacia es que se dirige la organización y los resultados que se pretende obtener mediante el análisis del entorno y la definición de estrategias para minimizar riesgos tendientes a lograr la misión y visión organizacional con una mayor probabilidad de éxito” (Münch, 2010, pág. 41).

La planeación determina qué quiere ser la empresa, dónde se va a establecer, cuándo va a iniciar operaciones y cómo lo va a lograr. Estas palabras representan y deben tener las respuestas correctas para no poner en riesgo al grupo social en el futuro, que siempre es el enfoque de la planeación.

1.2.2 Concepto de Organización

Una vez determinado el ¿Qué hacer? es importante el saber ¿Cómo hacerlo? es ahí donde surge la organización puesto que en esta se define quién y cómo realizará las tareas para así lograr los objetivos que se planeen.

“Es la acción administra-técnica de dividir las funciones por áreas, departamentos, puestos y jerarquías conforme a la responsabilidad delegada, definida y expresada en los organigramas, manuales y descripciones de puestos, así como las relaciones de comunicación formal entre las unidades o áreas” (Hernández, Palafox, 2012, pág. 169).

Se define cómo la división de actividades, comúnmente llamadas divisiones o departamentos, y en subunidades, conocidas con el nombre de secciones, las cuales tienen determinadas responsabilidades (Hampton, 1989).

“Consiste en el diseño y determinación de las estructuras, procesos, sistemas, métodos y procedimientos tendientes a la simplificación y optimización del trabajo” (Münch, 2010, pág. 61).

Función administrativa referente a la división de tareas, en diferentes departamentos y la asignación de los recursos en cada departamento (Daft et al; 2009).

Consiste en establecer una estructura de roles para la integración de una corporación. Esta asegura que se asignen todos los trabajos necesarios para alcanzar los objetivos y busca la eficiencia en cada tarea asignada (Koontz, et al; 2008).

El establecimiento de la estructura necesaria para la sistematización racional de los recursos, mediante la determinación de jerarquías, disposición, correlación y agrupación de actividades, con el fin de poder realizar y simplificar las funciones del grupo social” (Münch, García, 2010, pág. 121).

1.2.3 Concepto de Integración Personal

Algunos autores no manejan este punto en sus libros, pero este punto es importante mencionar ya que una empresa también depende de la mano de obra y más aún en el caso de esta empresa ya que los productos serán elaborados a mano.

A continuación, algunas definiciones para entender el porque es importante mencionarlo.

“Es la función a través de la cual se dirigen a través de la cual se eligen y obtienen los recursos necesarios para poner en marcha las decisiones requeridas para ejecutar los planes de acuerdo con la arquitectura organizacional” (Münch, 2010, pág. 85).

La integración personal consiste en integrar y mantener ocupados los puestos de la estructura organizacional. Para este fin, se determinan las necesidades de los trabajadores, se hace un recuento del personal actual y se reclutan, seleccionan, colocan, promueven, evalúan y capacitan o desarrollan candidatos o titulares actuales, además de que se planea su carrera y se les compensa, de modo que el trabajo se cumpla de manera eficaz y eficiente (Koontz, et al; 2008).

Se define como cubrir y mantener cubiertos los puestos en la estructura organizacional. Esto incluye identificar los requisitos de las fuerzas de trabajo, mantener un inventario de las personas disponibles, y reclutar, seleccionar, emplear, ascender, evaluar, planear las carreras, remunerar y capacitar o de alguna otra forma desarrollar tanto a los candidatos como a los que desempeñan en la actualidad los trabajos para cumplir sus tareas con efectividad y eficiencia. Es claro que la integración de personal tiene que estar estrechamente vinculada a la organización, es decir, al establecimiento de estructuras intencionales de roles y puestos (Correa, 2009).

Integrar es obtener y articular los elementos materiales y humanos que la organización y el planteamiento señalan como necesarios para el funcionamiento eficiente de una empresa (Sánchez, 2014).

1.2.4 Concepto de Dirección

La dirección es llamada también como ejecución y se puede decir que es exactamente lo mismo que administración pues es cuando esta comienza sus funciones para lograr las metas.

Es de gran importancia conocer este concepto, por esta razón se enlistan algunos conceptos:

“La ejecución de los planes de acuerdo con la estructura organizacional, mediante la guía de esfuerzos del grupo social a través de la motivación, la comunicación y la supervisión” (Münch, García, 2010, pág. 168).

Hampton (1989) sostiene que esta por lo menos posee dos definiciones: la primera es que los gerentes establecen el carácter y el tono de su organización; la segunda denota lo que los gerentes comunican a sus subordinados respecto a la ejecución del trabajo.

“Se encarga del involucramiento de los recursos humanos de la empresa, sus objetivos, misión, visión y valores para obtener su plena identidad con la organización” (Hernández, Palafox, 2012, pág. 169).

Es aquella que busca la motivación de los empleados para de esta forma lograr las metas organizacionales (Daft et al, 2009).

Consiste en influir en las personas para que contribuyan al logro de las metas de las organizaciones y grupos. Esta va en relación con el trato personal de la administración (Koontz, et al; 2008).

“Es la ejecución de los planes de acuerdo con la estructura organizacional, mediante la guía de los esfuerzos del grupo social a través de la motivación, la comunicación y el ejercicio de liderazgo” (Münch, 2010, pág 105).

1.2.5 Concepto de Control

Este punto al igual que los anteriores es importante, pues, aunque se tenga el mejor plan, organización y dirección no se podrá determinar si estos están funcionando como se pretende si no existe el control de estos, puesto que este ayuda a regular el funcionamiento y saber si se está llegando a la meta o se tienen que hacer cambios para lograr llegar a ella.

“Es la acción administrativa técnica de evaluar los resultados de una empresa o institución conforme a lo planeado y a los elementos de medición (indicadores o estándares), para determinar el estado de desempeño y la acción correctiva correspondiente” (Hernández, Palafox, 2012, pág. 169).

Este proceso consiste en vigilar el proceso basándose en los objetivos y normas obtenidos de la planeación. Este cierra el ciclo de los procesos gerenciales debido a que relaciona el progreso que se previó al momento de la planeación. Este proceso consiste en la realización de informes, comparaciones y evaluación del avance que constituye el fundamento para intervenir, hacer ajustes, replantear y aplicar otras medidas correctivas (Hampton, 1989).

“Es la fase del proceso administrativo a través de la cual se establecen los estándares para medir los resultados obtenidos con el fin de corregir desviaciones, prevenirlas y mejorar continuamente el desempeño de la empresa” (Münch, 2010, pág. 125).

Función administrativa dedicada a la supervisión de las actividades de los empleados, busca que la organización realice las tareas necesarias para alcanzar las metas y se encarga de hacer las correcciones según sea necesario (Daft et al, 2009).

Medir y corregir el desempeño de individuos y organizaciones para lograr el cumplimiento de los planes (Koontz, et al; 2008).

“La evaluación y medición de la ejecución de los planes, con el fin de detectar y prever desviaciones, para establecer las medidas correctivas necesarias” (Münch, 2010, pág. 193).

Se puede definir como el proceso de vigilar que las actividades se están cumpliendo como fueron planificadas, corrigiendo cualquier desviación significativa. Todos los gerentes deben participar en la función de control, aun cuando sus unidades estén desempeñándose como se proyectó, ya que no pueden saber en realidad si sus unidades funcionan como es debido hasta haber evaluado qué actividades se han realizado y haber comparado el desempeño con la norma deseada.

1.3 Concepto de Plan de Negocios

Para poder desarrollar un buen plan de negocios es importante conocer el concepto de este. Un plan de negocios es un instrumento que se utiliza para documentar el propósito y los proyectos del propietario respecto a cada aspecto del negocio. El documento puede ser utilizado para comunicar los planes, estrategias y tácticas a sus administradores, socios e inversionistas. También se emplea cuando se solicitan créditos empresariales.

“Es una herramienta que permite al emprendedor realizar un proceso de planeación que le ayude a seleccionar el camino adecuado para el logro de sus metas y objetivos” (González, 2007 pág. 18).

El plan de negocios contiene tantos objetivos estratégicos como tácticos, y puede ser formal e informal. Asimismo, puede estar en una servilleta o en su cabeza, o puede ser simplemente ser una lista de tareas pendientes. Si se les pregunta a los propietarios del negocio o empresarios promedio si tienen un “plan”, todos dirían “por supuesto”. Pídanles que se lo expliquen y usted acabará muy probablemente con una perspectiva general de sus metas principales (Balanko-Dickson, 2008).

Consiste, básicamente asignar tiempos, responsables, metas y recursos a cada actividad de la empresa, de tal manera que sea posible cumplir con los objetivos que se ha trazado y preparar todo lo necesario para el inicio de operaciones (Alcaraz, 2015).

1.3.1 Concepto de Estudio de Mercado

Para Alcaraz (2015) es el proceso de planear las actividades de la empresa en relación con el precio, promoción, la distribución y la venta de bienes y servicios que ofrece, así como 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.

A continuación, se presentan una serie de actividades que se deben de realizar para lograr el objetivo de este estudio:

- Desarrollar una investigación de mercado (Número de clientes potenciales, consumo aparente, demanda potencial, etcétera), especialmente si no se contó con la información completa y detallada al elaborar el plan de negocios.
- Elaborar un análisis de la competencia (o complementarlo si es preciso).
- Llevar a cabo el estudio de mercado (si quedaron puntos pendientes que no se cubrieron al efectuarlo la primera vez, o si se desea complementar la muestra seleccionada para la aplicación).
- Establecer el sistema de distribución (generar los acuerdos para subcontratar el servicio de distribución o adquirir los recursos necesarios, como camionetas, y planear el sistema de distribución).

- Definir la publicidad de la empresa (contar con servicio de diseño y generar los materiales correspondientes, así como establecer los acuerdos imprescindibles para llevar a cabo este proceso).
- Diseñar el empaque del producto (si lo hay).

1.3.2 Concepto de Estudio Técnico

Realizar este estudio es fundamental para calcular a producción es decir la transformación de insumos, a partir de los recursos humanos, físicos y técnicos, en productos que requieren los consumidores. Tales productos pueden ser bienes o servicios.

Alcaraz (2015) destaca dos tipos de bienes:

- **Bienes Industriales:** Productos que se utilizan para producir otros bienes; algunos de ellos entran directamente en el proceso productivo, como materia prima, producto semiterminado o componentes.
- **Bienes de Consumo:** Productos que usan los consumidores finales para satisfacer sus necesidades personales; se clasifican en bienes duraderos o predecidos.

Alcaraz (2015) clasifica a los servicios en:

- **Servicios Comerciales:** Algunos ejemplos son la reparación y el mantenimiento de maquinaria y equipo, el diseño de instalaciones, etcétera.
- **Servicios de Consumo:** Algunos ejemplos son los administrativos, la atención médica o dental, los educativos, de asesoría, etcétera.

1.3.3 Concepto Estudio Organizacional

Se encarga de la asignación del trabajo entre el personal de la empresa para así lograr eficientemente los objetivos propuestos.

Para Alcaraz (2015) esta área abarca una serie de actividades que a continuación enlisto:

- Definir las funciones de la empresa y el personal que las llevará a cabo.
- Establecer los perfiles de cada puesto.
- Elaborar los manuales operativos de cada área funcional.
- Diseñar el proceso de reclutamiento, selección, contratación, e inducción del personal.
- Definir el sistema de capacitación a seguir de la empresa.
- Elaborar los tabuladores y políticas de administración de sueldos y salarios.
- Establecer el procedimiento de evaluación de desempeño del personal.
- Diseñar y establecer los procedimientos de las relaciones laborales.

1.3.4 Concepto de Estudio Financiero

“El sistema contable de la empresa es una herramienta muy útil y práctica que facilita la toma de decisiones del emprendedor y mantiene un monitoreo constante de las operaciones, así como la salud financiera de la empresa” (Alcaraz, 2015).

Alcaraz (2015) sugiere las siguientes actividades:

- Acopio de información para la elaboración de proyecciones financieras.
- Elaboración de proyecciones financieras de la empresa para obtener los valores que permitan la evaluación financiera de la empresa.
- Establecimiento del proceso contable a seguir.
- Diseño del catálogo de cuentas a utilizar.
- Selección del software que se ocupará en el proceso contable.
- Adquisición del sistema contable.
- Contratación del personal que llevará el proceso contable.
- Investigación del sistema de financiamiento.
- Trámites de obtención de apoyos financieros (prestamos, inversiones, etcétera).

1.4 Concepto de Empresa

Para definir la empresa, es necesario ubicarnos bajo qué situación, dado que puede ser desde un punto de vista jurídico, económico, social, tecnológico, filosófico, administrativo

u otro específico. Como parte de éste es recomendable proporcionar algunas definiciones de lo que significa la empresa.

“Grupo Social en el que, a través de la administración del capital, el trabajo y la administración, se producen bienes o distribución de bienes y servicios con fines lucrativos o no y tendientes a la satisfacción de las necesidades de la comunidad” (Münch, 2010, pág. 44)

“Entidad legal, económica, social y moral en la que los inversionistas, empresarios e individuos capacitados se unen con el objeto de producir bienes y servicios que satisfacen una o varias necesidades de los individuos en el mercado que opera” (Hernández, Palafox, 2012, pág. 33).

Este puede ser un negocio, una dependencia gubernamental, un hospital, una universidad o cualquier otro tipo de organización (Koontz, et al; 2008).

Esta necesita de habilidades conceptuales, humanas y técnicas para realizar las cuatro funciones de planear, organizar, dirigir y controlar en todas las organizaciones (Daft et al, 2009).

“Es un organismo social donde a través de la coordinación de recursos se producen bienes y servicios” (Münch, 2010, pág. 185).

Es una organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos o no lucrativos (Antón y Garijo, 2009).

El Diccionario de la Real Academia Española define el concepto “empresa” como la entidad integrada por el capital y el trabajo, como factores de producción y dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos y la consiguiente responsabilidad.

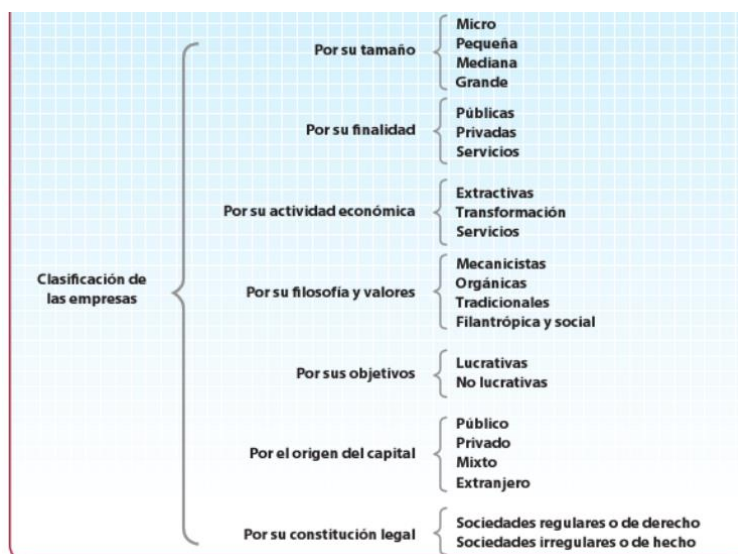
La Ley Federal del Trabajo (2014) en su artículo 15, la define como la unidad económica de producción o distribución de bienes y servicios.

El Código Fiscal de la Federación (2014) es la persona física o moral que realice las actividades comerciales, industriales, agrícolas, ganaderas, pesqueras y silvícolas, ya sea directamente, a través de fideicomisos o por conducto de terceros, y como establecimiento se entenderá cualquier lugar de negocios en que se desarrollen, parcial o totalmente, las citadas actividades empresariales.

El Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C. (IMCP), en su obra Normas de información financiera (NIF), A2, en vigor al 1 de enero de 2006 (2014), define el concepto de “entidad económica” como aquella unidad identificable que realiza actividades económicas, constituida por combinaciones de recursos humanos, materiales y financieros (conjunto integrado de actividades económicas y recursos), conducidos y administrados por un único centro de control que toma decisiones encaminadas al cumplimiento de los fines específicos para los que fue creada; la personalidad de la entidad económica es independiente de la de sus accionistas, propietarios o patrocinadores.

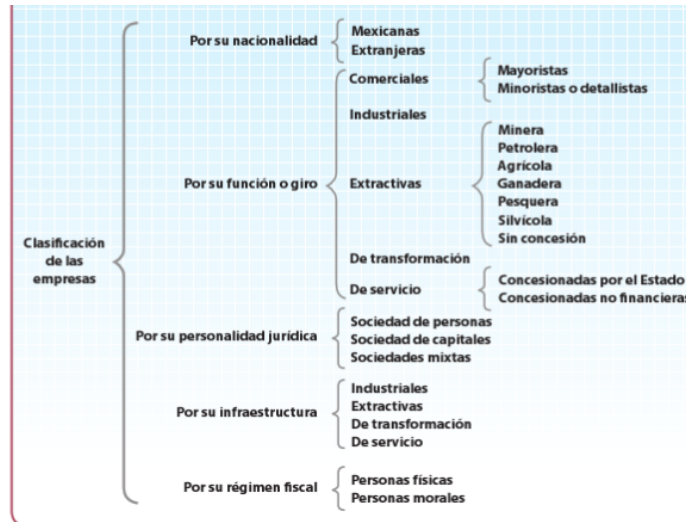
1.4.1 Tipología de la Empresa

*Ilustración 1
Clasificación de las Empresas*



Fuente: Guerrero y Galindo (2014).

Ilustración 2
Clasificación de las Empresas



Fuente: Guerrero y Galindo (2014).

1.5 Concepto de Sustentabilidad

Debido a que este producto se preocupa por la sustentabilidad es decir explotar los recursos naturales para mejorar la calidad de vida presente sin sacrificar las generaciones futuras, se considera importante conocer un poco más de lo que esta es.

Se puede definir que el termino sustentabilidad hace referencia a la actividad económica humana como una condición particular de los niveles de uso de los recursos naturales no renovable (García, 2018).

De igual forma se considera como el uso eficiente de los recursos naturales para poder garantizar la mejor calidad de vida de una sociedad.

Es por eso que García (2018) muestra una evolución de la necesidad de la sustentabilidad:

- **Años 70 y 80:** Surge como la necesidad de buscar soluciones en escalas chicas: familias y aldeas, lo cual tuvo muchas limitaciones pues el problema de mejorar la calidad de vida sin exponer el bienestar de generaciones futuras ya era un problema mundial.

- **Ecodesarrollo (1980):** Este movimiento tuvo auge pero se encontraba limitado puesto que era a pequeña escala cuando la necesidad era a gran escala.
- **Movimiento Conservacionista:** Sostenido por las elites ricas e influyentes que concientizaba el deterioro ambiental.
- **Corrientes del Marxismo:** Planeta único donde todos los países y sus distintos estratos sociales están compartiendo su suerte.
- **El hombre y la biosfera:** Conservación de la Naturaleza con el desarrollo económico y social.

Por otro lado también muestra algunas conceptualizaciones de sustentabilidad:

- **Sustentabilidad física de la humanidad:** La humanidad consume mucha más energía exosomática (energía utilizada externamente, quemar leña por ejemplo) que la necesaria para el mantenimiento del organismo y que el 40% de la producción neta de tierra es perdida por las actividades humanas.
- **Sustentabilidad económica y social de la humanidad:** Maximizar simultáneamente las metas del sistema biológico (diversidad genética, productividad), de los sistemas económicos (fortalecimiento de la equidad, incremento de los bienes y servicios útiles) y de los sistemas sociales (diversidad cultural, justicia social y participación).
- **La sustentabilidad como utopía:** La negociabilidad del patrón de consumo de los países industrializados.
- **La sustentabilidad como límite:** Se divide en dos como sustentabilidad débil (mantenimiento de la suma de capital natural y capital hecho por el hombre) y sustentabilidad fuerte (mantener el capital natural, independientemente de la evolución del capital hecho por el hombre).

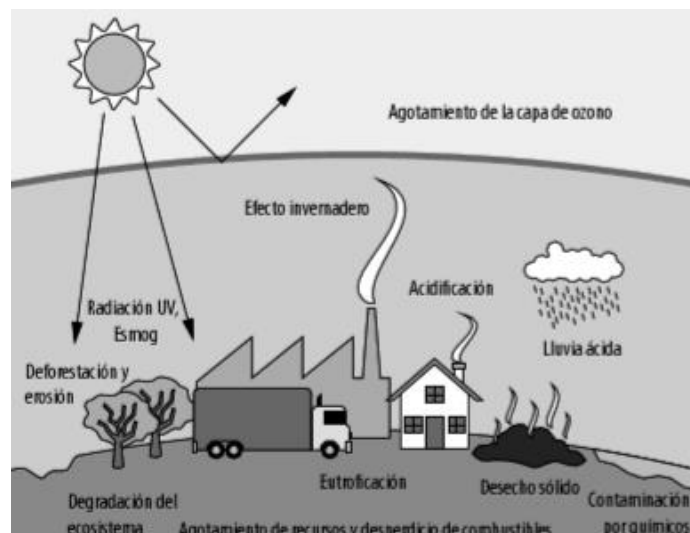
La Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo (CMMAD), establecida por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) el 19 de diciembre de 1983 apud Estrella y González, (2014) definió el concepto de sustentabilidad como un modo de vida individual que parte de una forma particular hasta llegar de una forma general al desarrollo sustentable como el “desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer las capacidades que tienen las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades”.

En el escenario económico, todo proceso o actividad económicamente activo debe demostrar su sustentabilidad ecológica, la cual se define como la capacidad de un sistema (o un ecosistema) de mantener su estado en el tiempo, conservando para ello los parámetros de volumen, tasas de cambio y circulación invariables, o haciendo fluctuar dichos parámetros cíclicamente en torno a valores promedio.

Estrella y González (2014) consideran tres diferentes políticas para alcanzar la sustentabilidad ecológica:

1. Una tasa sobre la destrucción de capital natural, con el fin de reducir o eliminar la destrucción del mismo.
2. La aplicación del principio contaminador-pagador aplicado a productos contaminadores, de tal forma que incentive a los productores a mejorar el entorno.
3. Tener un sistema de aranceles ecológicos que permita a los países aplicar las dos políticas anteriores sin forzar a sus productores a moverse a otros lugares con el objetivo de mantener la competitividad.

Ilustración 3
Panorama Global de los Problemas Ambientales



Fuente: Estrella y González (2014).

1.6 Empresa Sustentable

1.6.1 Desarrollo Sustentable

(Traducción con recursos propios)

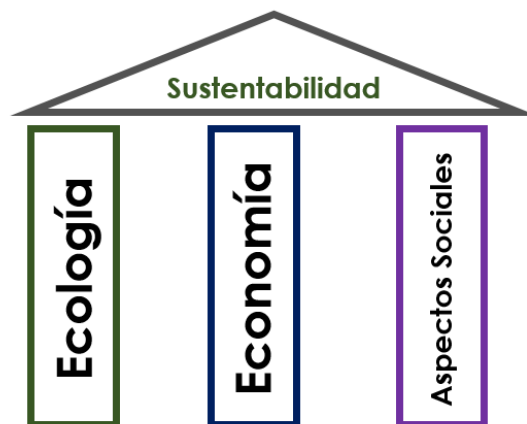
Para Sailer (2015) el término de sustentabilidad no puede ser tomado a la ligera. Pero podemos sentir que es nuestra responsabilidad, para aprovechar las oportunidades avanzadas del campo de la gestión de negocios la cual surge de una crítica discusión de sustentabilidad.

Hoy día el desarrollo sustentable aún refleja la autoimagen en silvicultura.

En junio de 1992 se celebró la primera conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y desarrollo la cual tuvo lugar en Rio de Janeiro donde se reunieron 178 países.

Donde se habló del **Modelo de los Tres Pilares de Sustentabilidad** el cual consiste en un pilar económico, ecológico y social. Si uno de los tres aspectos es ignorado, la sustentabilidad colapsa.

Ilustración 4
Modelo de los tres pilares de sustentabilidad



Fuente: Elaboración propia con base es Sailer (2015).

La siguiente tabla enlista cada uno de los tres pilares en base a la dimensión social a lo largo de la implementación práctica en una empresa:

Tabla 1
Dimensión social y de negocios

Pilar	Dimensión Social	Dimensión de Negocios
Sustentabilidad Ecológica	La naturaleza y el medio ambiente necesitan ser preservados para futuras generaciones. Esto incluye protección climática, protección a los paisajes naturales, preservación de biodiversidad y la conservación de los recursos naturales.	Baja emisión de contaminantes. Bajos costos del ciclo de vida cuidando los recursos, utilizando el reciclaje.
Sustentabilidad Económica	Creación de prosperidad perdurable. Tratamiento cuidadoso de los recursos requeridos para el éxito económico. Promoción de la educación y establecimiento de condiciones favorables para apoyar el éxito económico.	Valor del Accionista. Maximización de lucro. Retorno. Mercados. Crecimiento.
Sustentabilidad Social	Creación de un habitable y futuro orientado a la	Satisfacción de empleado.

	sociedad que prevé la libertad para el desarrollo de individuos y su participación en la comunidad.	Seguridad en el trabajo. Pago de Impuestos. Superación social. Responsabilidad ética. Seguridad ocupacional.
--	---	--

Fuente: Elaboración propia con base en Sailer (2015).

1.6.2 Gestión de Negocios Sustentables

Para Ernst (2105) es un término utilizado en cada nivel de la actividad humana. Debería ser considerado como un intento oportunista para fortalecer la gestión de los negocios y sea aplaudida por los practicantes.

Tabla 2
Programas Científicos en la Gestión de Negocios

Aspectos Sociales		Medio Ambiente	Tecnología	Ley
E C O N O M Í A	Decisión orientada a la gestión de negocios.		Teoría de factores.	
	Sistemas orientados al aprovechamiento.			
	Aprovechamiento del comportamiento.			
		Aprovechamiento del medio ambiente.		
				Economía institucional.

Gestión de Negocios
Sustentables

Fuente: Elaboración propia con base en Ernst (2015).

1.6.3 Gestión de Sustentabilidad Estratégica

Para Blunck el incremento del interés en sustentabilidad es una estrategia que fue mostrada como resultado de una encuesta global de conducta por McKinsey en 2011 y 2012 entre más de 4000 gerentes. Entre otros, los gerentes explicaron el aumento de su interés en el tema de sustentabilidad. Las respuestas más frecuentes fueron:

- Reducción de energía de combustión
- Reducción de residuos y
- Reputación de gestión.

Los más severos obstáculos para el éxito de la implementación de sustentabilidad fueron definidos como metas a corto plazo, a falta de metas para la sustentabilidad, carente o con parámetros insuficientes (key performance indicators) como también la falta de responsabilidades para la sustentabilidad.

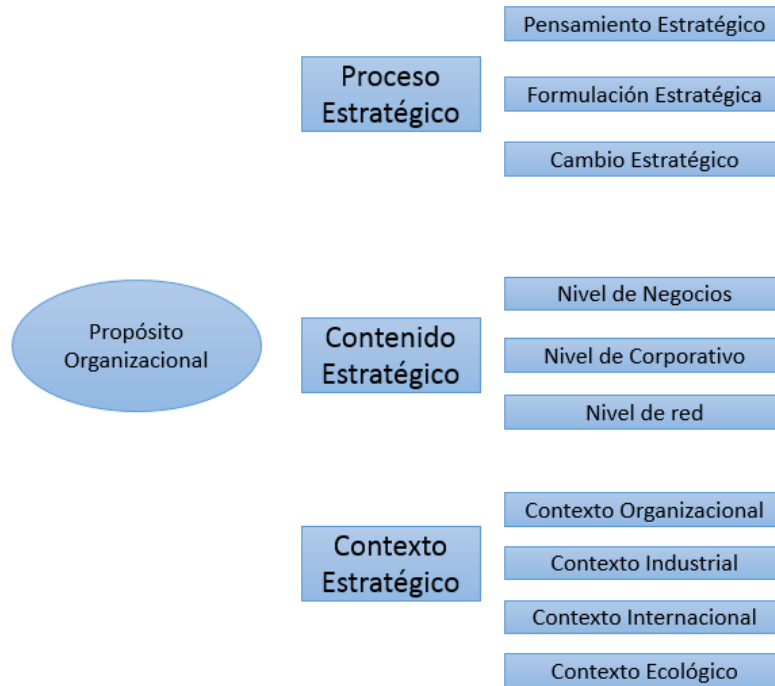
1.6.3.1 Clasificación de Gestión de Sustentabilidad Estratégica

La distinción Entre el criterio normativo, estratégica y operativa es frecuentemente por la gestión de la ciencia.

- Gestión Normativa tiene metas generales con la empresa. Los principios fundamentales, normas y valores de las compañías que necesitan para ser un conjunto.
- Gestión Estratégica con negociaciones establecidas, manteniendo y utilizando el potencial para el éxito de la compañía.
- Gestión Operativa deriva de la implantación de ideas para la gestión normativa y estratégica en la forma real y el proceso financiero de la empresa.

1.6.3.2 Dimensiones de la Gestión de Sustentabilidad Estratégica

Ilustración 5
Revisión General de la Dimensión Estratégica



Fuente: Elaboración propia con base en Blunck (2015).

1.6.4 Gestión de Sustentabilidad de Recursos Humanos

Blumenstock (2015) desde mediados de los ochenta la necesidad por una orientación estratégica de gestión de recursos humanos con un enfoque a largo plazo en la sustentabilidad es algo preocupante. De una perspectiva económica, el recurso basado en vista de gestión estrategia resaltando la importancia del capital humano para el éxito de las empresas y como ha cambiado la gestión de los recursos humanos para hacer una contribución hacia el logro de los objetivos de la empresa.

1.6.4.1 Desarrollo hacia la Sustentabilidad de Recursos Humanos

Ilustración 6
Sistema de Objetivos de Sustentabilidad de Recursos Humanos



Fuente: Elaboración propia con base en Blumenstock (2015).

Tabla 3
Ejemplo de los Objetivos de Sustentabilidad de Recursos Humanos

Objetivos Individuales	Objetivos Organizacionales	Objetivos Sociales
<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir tareas • Desarrollo personal y profesional. • Responsabilidad personal. • Participación en decisiones. • Equilibrio entre trabajo y vida. • Remuneración Justa y adecuada. • Reparto de Utilidades. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener la compañía. • Éxito de la Compañía. • Retribución. • Orientación al cliente. • Productos y servicios innovadores. • Habilidad de adaptación y cambio. • Mejoras continuas de la oposición competitiva. 	<ul style="list-style-type: none"> • Oportunidades de empleo. • Competitividad económica. • Crecimiento económico. • Armonía. • Participación de organizacionales e individuos en la toma de decisiones en ciencias políticas. • Uso sustentable de los recursos.

Fuente: Elaboración propia con base en Blumenstock (2015).

1.6.5 Gestión Internacional y Negocios Sustentables

Herbes (2015) el fantasma de las posibles actividades internacionales es buena. Como un ejemplo. Las empresas son activas y vendedoras en mercados internacionales de bienes y servicios y conductas que se cruzan en frontera creando así transacciones. Al mismo tiempo ellos son compradores y vendedores de bienes y servicios en los mercados financieros e internacionales, ellos obtienen equidad y deuda de los inversionistas extranjeros mientras al mismo tiempo actúan como inversores en otros países. En el trabajo del mercado ellos también requieren personal en el extranjero.

1.6.5.1 La Dimensión Internacional de Sustentabilidad

La sustentabilidad siempre ha tenido un aspecto internacional. Problemas mayores como el calentamiento global (Ecología), pobreza, hambre y migración incontrolable (Social) son fenómenos globales. Y los efectos de las actividades económicas no son limitados para un solo país.

1.6.5.2 Efectos de las Transacciones Internacionales en la Sustentabilidad

La vista optimista que preocupa el hecho que las actividades económicas internacionales de las empresas sostienen un fuerte crecimiento en el aumento de sus riquezas. Este giro incrementa la demanda para la protección al medio ambiente. Además, el comercio internacional permite especialización y producción tecnológica que es mejor para el medio ambiente.

1.6.5.3 Particularidades Internacionales de los Aspectos de Sustentabilidad

Las empresas pueden evadir ciertas restricciones regulatorias en el área de sustentabilidad para mover la locación de su producción. Por esta razón, numerosos intentos se han establecido supranacional regulaciones e instituciones.

1.6.5.3 Regulaciones Supranacionales de los Aspectos de Sustentabilidad

Una gran gama o incluso regulaciones globales y mecanismos han venido existiendo y que han influido en las actividades de los negocios en dirección al incremento de la sustentabilidad, además a nivel puramente doméstico. Este mecanismo comienza con clásicos tratados internacionales, incluye vigilancia por organizaciones no gubernamentales (NGOs) y también por compromisos personales y la informal supervisión por los consumidores. Por otro lado, se argumenta que los estándares son a menudo bastante suaves, causan una carga administrativa adicional y evitan la "competencia de conceptos creativos".

Normas Básicas del Trabajo de la Organización Internacional del Trabajo ILO desde el año 1998 define para los 185 estados miembros del ILO los estándares mínimos automáticos tal como la libertad de asociación, la eliminación forzada o trabajo obligatorio, la abolición del trabajo infantil, y la eliminación de la discriminación en base al empleo y la ocupación.

OECD Directrices para Empresas Multinacionales los 34 miembros de la OECD como también los 8 estados adicionales han hecho el compromiso de alentar el cumplimiento de las directrices por las compañías multinacionales que realizan negocios en o desde su territorio.

La Iniciativa de Responsabilidad Social fue fundada en el año 1997 en USA y proporciona SA 8000, el primer estándar global para las condiciones de trabajo. El contenido está basado en numerosas convenciones de UN y el ILO por ejemplo el trabajo de un niño, tiene que ver con seguridad y salud libre de asociación.

Convenio Global de la Unión Europea (GC) es una plataforma para empresas. Con más de 8,700 empresas y otras partes interesadas, es la iniciativa más grande del mundo para la responsabilidad empresarial.

Iniciativa de Información Global (GRI) una iniciativa unida al Programa del Medio Ambiente de las Naciones Unidas (UNEP) y el americano NGO Coalición por la

Responsabilidad Económica del Medio Ambiente proporciona empresas con los lineamientos para proponer sustentabilidad en sus operaciones.

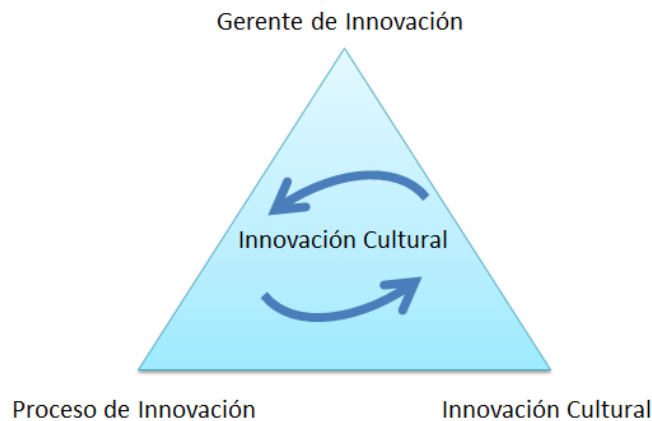
Normas Nacionales puede también tener efectos globales. Agencias de USA, por ejemplo, pueden ser sobornadas por las empresas en una escala global en el contexto de la **Ley de Prácticas Corruptas en el Extranjero (FCPA)**.

1.6.6 Gestión de la Innovación y Sustentabilidad

Schittenbelm (2015) Tres típicos tipos de innovación son:

- 1.- Innovación de Productos
- 2.- Innovación de Procesos
- 3.- Innovación Social

Ilustración 7 Prerrequisitos para el éxito de la empresa

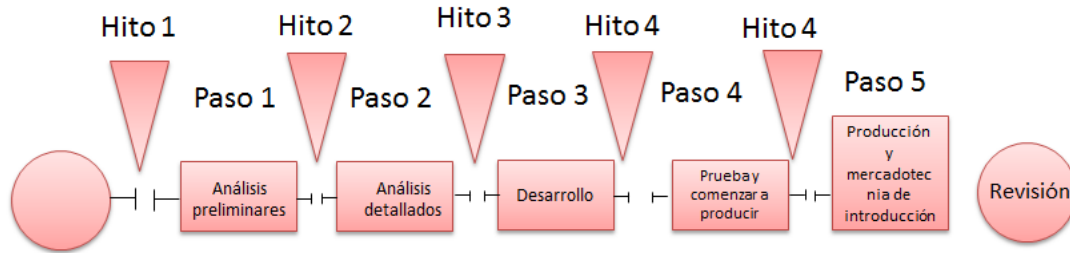


Fuente: Elaboración propia con base en Schittenbelm (2015).

1.6.6.1 Proceso de Innovación

Es importante para asegurar una estructura en el enfoque de la gestión de innovación dirigido a la seguridad del éxito de la innovación.

Ilustración 8
Modelo de Proceso de Innovación



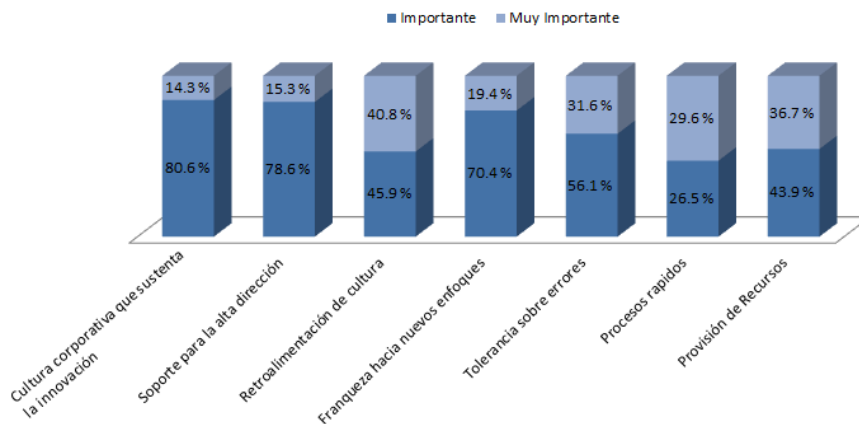
Fuente: Elaboración propia con base en Schittenbelm (2015).

1.6.6.2 Innovación de Cultura

Los estudios empíricos permiten concluir que los profesionales asignan una gran relevancia a una cultura de innovación establecida.

La investigación por el instituto para la gestión del cambio en innovación reveló los siguientes puntos y su porcentaje de importancia para lograr así una innovación cultural.

Ilustración 9
Resultados de Investigación



Fuente: Elaboración propia con base en Schittenbelm (2015).

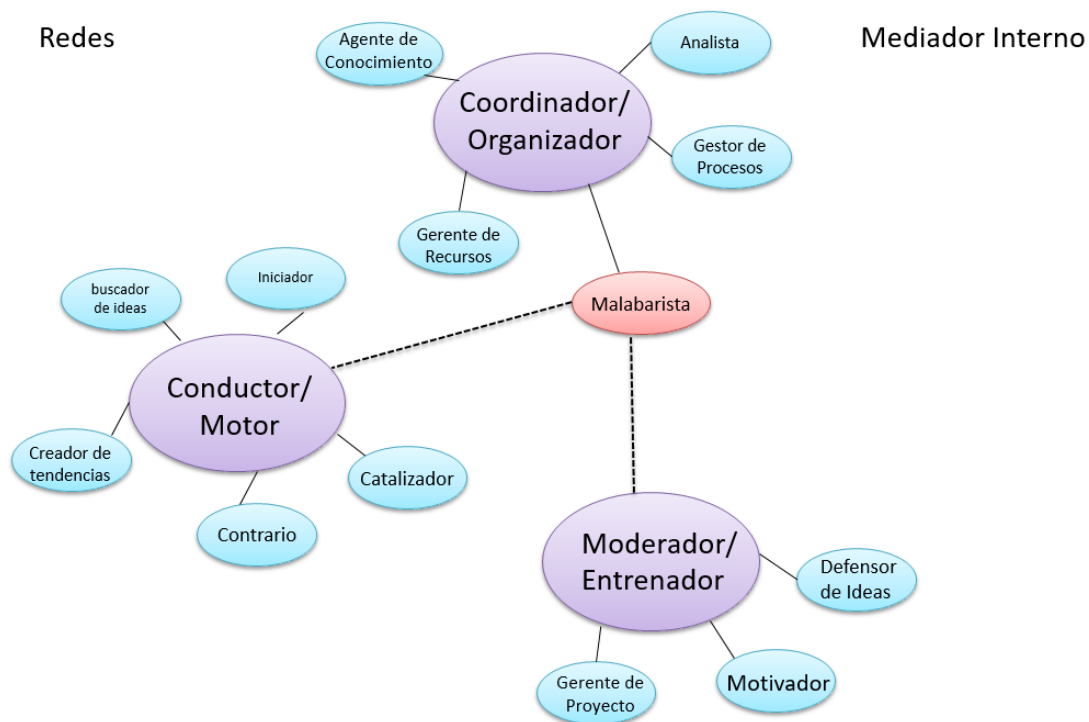
1.6.6.3 Gestión de Innovación

La gestión de innovación puede ser descrita como líderes corporativos con la habilidad de detectar el potencial de innovación, para diseñar y avanzar en el proceso de innovación en la empresa, evaluar y gestionar las actividades de los proyectos de innovación también proporcionar apoyo específico en su aplicación económica.

Para lograr esto, la gestión de innovación necesita asumir tres roles centrales.

- **Conductor y Motor** del proceso: el proceso debe ser continuo y restaurado; las nuevas ideas deben ser desarrolladas e introducidas.
- **Organización y Coordinación** del proceso: ideas que necesitan ser juzgadas como parte de un proceso. Se desarrollan más o se abandonan. Transparencia, trazabilidad y justicia juegan un rol importante en este proceso y necesitan ser continuos.
- **Moderador y Entrenador** en el proceso: la coordinación de varios participantes en el proceso constituye un cambio constante y requiere la posición neutral de la gestión de innovación.

*Ilustración 10
Tareas del Gerente de Innovación*



Fuente: Elaboración propia con base en Schittenbelm (2015).

1.6.7 Gestión Ambiental Operativa

1.6.7.1 Desarrollo de la Gestión Ambiental

Gnam y Schwalbe (2015) la protección al medio ambiente llegó en el año 1970 cuando se creó un medio ambiente artificial dañado y necesitado de un cambio de comportamiento enfocado al medio ambiente que puede resumirse bajo el título de gestión ambiental técnica.

Tabla 4
Desarrollo de la Gestión Ambiental

Periodo de Tiempo	Etapas del Desarrollo de la Gestión Ambiental
1970 – 1979	La protección ambiental basada en requerimientos legales (leyes y regulaciones).
1980 - 1989	Protección ambiental basada en la tecnología (Filtros y Limpieza tecnológica).
1990 – 1990	Control ambiental (Costo Ambiental, figuras clave, balance ecológico, sistema de información ambiental), sistema de gestión ambiental (EMAS, ISO 14001), sistema de gestión integrado (proceso orientado a la gestión de sistemas).
2000 - 2009	Gestión del flujo de energía y materiales (análisis de flujos de materiales, balance de materiales y energía, eficiencia ecológica (eficiencia en materiales y energía), aprovechamiento de la gestión ambiental para pequeñas y mediana empresas (EMASeasy, Oko-Profit), integración de políticas a los productos (análisis de ciclo de vida y diseño ecológico).
Desde 2010	Contabilidad de costos de flujo de materiales (ISO 14051), gestión de sustentabilidad (reporte de sustentabilidad, ISO26000, evaluación del estilo de vida), sistema de gestión de energía (ISO 50001).

Fuente: Elaboración propia con base en Schwalbe y Gnam (2015).

1.6.7.2 Usos de Sistema de Gestión Ambiental

Existen numerosos usos para un sistema de gestión ambiental

- Soporte para la protección ambiental en la empresa en la implementación de las metas de la empresa.
- Provisión de transparencia sobre el medio ambiente en la empresa.
- Clarificación de requerimientos legales y políticas de empresas específicas.
- Reducción de costos, particularmente energía y materias primas.
- Creación de conciencia e incremento de la motivación a los empleados.
- Mejora de la imagen de la empresa e incremento en la confianza de los clientes, público y autoridades.
- Incremento de la credibilidad en las bases de una gestión eficiente del medio ambiente.
- Un sistema de gestión ambiental que está convirtiéndose cada vez más en un requisito para los proveedores.

1.6.8 Gestión Financiera y Sustentable

Schittenbelm (2015) la gestión financiera de una compañía consiste en varios aspectos que en su mayor parte proporcionan soporte a las funciones operativas.

Ross, Westerfield y Jordan apud Ernst (2015) definen que el crecimiento del valor de una empresa la principal meta es la gestión financiera.

1.6.8.1 Análisis de Inversión

Desde la perspectiva de gestión ambiental. El éxito de una empresa está basado en la relación fundamental entre las fuentes y usos de fondo. El fluido del dinero de las operaciones puede ser reinvertido en el capital de bienes y la cuenta corriente o también puede ser regresado a los proveedores de equidad y a la deuda capital. La siguiente imagen aclara lo antes mencionado.

Ilustración 11
Flujo de Dinero en la Empresa

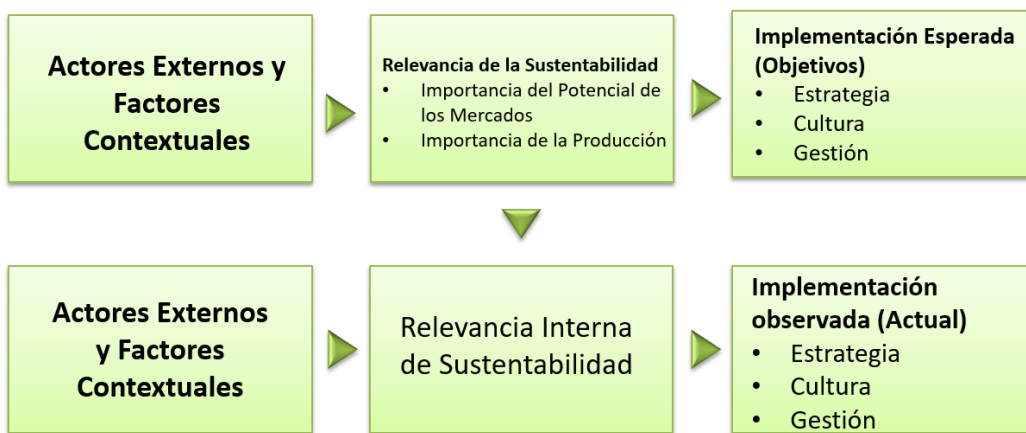


Fuente: Elaboración propia con base en Schittenbelm (2015).

1.6.9 Instrumentos para la Implementación de la Sustentabilidad en los Negocios

Bath y Scheurer (2015) entender los negocios sustentables desde una perspectiva de emprendedor no como un fin de sí mismo, pero de un modo realista como un medio para incrementar el valor de la empresa, conduce al primer prerrequisito para implementar el éxito: la sustentabilidad en los negocios debe conducir a la ventaja competitiva tangible de las empresas, idealmente aumenta el valor medible.

Ilustración 12
Modelo Explicaría para la implementación de la Sustentabilidad en los Negocios



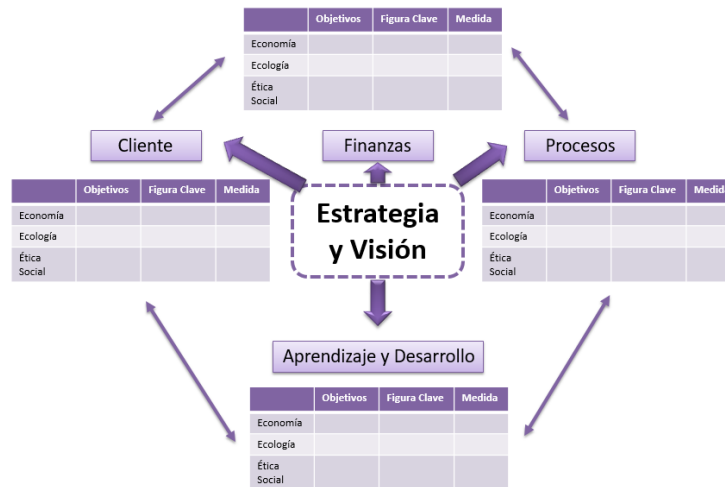
Fuente: Elaboración propia con base en Bath y Scheurer (2015).

Ilustración 13
Preguntas Clave y Criterios concentrando la importancia de la Sustentabilidad



Fuente: Elaboración propia con base en Bath y Scheurer (2015).

Ilustración 14
Tarjeta de Puntuación Integrada de Sustentabilidad Integrativa



Fuente: Elaboración propia con base en Bath y Scheurer (2015).

1.6.10 Impacto Legal de los Negocios Sustentables

Gabius (2015) el problema de la sustentabilidad de negocios es relevante por el ámbito jurídico de toda una ley pública, especialmente leyes de medio ambiente y temas

relacionados. Además, juega un papel importante en el derecho corporativo, ya que se hacen demandas integrales para una mayor transparencia y un comportamiento económico responsable.

1.6.10.1 Corporativo de Responsabilidad Social

Tiene sus raíces constitucionales en la obligación social que conlleva la propiedad y sirve como término general para diversos campos de participación de las empresas en el ámbito social.

Representa numerosas actividades de empresas dirigidas a una unificación económica, social y ecológica son aspectos de la actividad de negocios.

1.6.10.2 Corporativo Gubernamental

Describe el sistema interno y estructuras externas para tomar decisiones, influencias y control de la empresa. Esto incluye relaciones de la empresa con los grupos más importantes, así como el establecimiento de objetivos relacionados. Su objetivo es proporcionar reglas para la gestión de responsabilidad de las empresas en orden para incrementar la confianza de los accionistas, otros proveedores de capital y el capital de mercados, empleados, socios comerciales, así como público nacional e internacional.

Este define las condiciones marco legales y fácticas para la gestión de una empresa, tanto con respecto a los enlaces internos (roles, competencias, cooperación de los diversos órganos de la corporación) y enlaces externos (accionista, parte interesada)

1.6.11 Cadena de Valor

1.6.11.1 Creación de Valor

Reintjes (2015) la siguiente consideración trata de los subsistemas funcionales => obtención => producción => distribución => logística. El subsistema funcional de mercados no está considerado.

- **Creación de valor** desencadena un proceso de transformación que crea un aumento de valores combinando factores de entrada.

- **Producción** se refiere a la transformación de factores de entrada en productos vendibles, servicios o bienes intermedios, que se convirtieron en factores de entrada en una etapa de producción posterior.
- **Distribución** garantiza que los compradores tengan acceso a los productos o servicios en la cantidad apropiada, en el tiempo deseado, y en el lugar deseado.
- **Logística** se refiere a la planeación, a la gestión, implementación y control de flujo de material y todos los flujos asociados al valor y la información de la empresa.

1.6.11.2 Sustentabilidad Ecológica y Creación de Valor

La producción industrial requiere bienes del medio ambiente tal como energía, materia prima o espacio y emite contaminantes en el suelo, aire y agua.

La organización de creación de valor entre economía y ecología está orientada a lo largo de un sistema expandido de objetivos formales para cumplir las obligaciones mencionadas anteriormente. Además de los objetivos a largo plazo de obtener ganancias y mantener satisfechos a los clientes, las empresas ahora también necesitan considerar el uso cuidadoso de los recursos naturales y evitar emisiones ambientales.

1.6.12 Mercadotecnia Sustentable

1.6.12.1 Mercadotecnia

Ramme (2015) es la actividad, conjunto de instituciones, y procesos de creación, comunicación, entrega, intercambio de ofertas y sociedad en general.

1.6.12.2 Sustentabilidad

Es entendida como la necesidad para satisfacer las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de satisfacción de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.

1.6.12.3 Definición de Mercadotecnia Sustentable

Es necesario discutir en varias filosofías de desarrollo de mercados. En general, cinco diferentes filosofías de desarrollo de mercados son distinguidos, los cuales reflejan diferentes perspectivas de empresas.

*Tabla 5
Filosofías de Desarrollo de Mercados*

1.- Concepto de Producción	Es la preocupación de la empresa por la eficiencia de la producción, lo cual conduce a bajos costos. Estos son pasados a lo largo de los clientes a lo largo de la reducción de precios.
2.- Concepto de Producto	El proveedor se centra en la alta calidad de forma constante y en mejoras adicionales del producto. El punto de partida es la idea de que los productos destacados siempre tendrán un mercado.
3.- Concepto de Ventas	Se basa en la consideración de que la demanda del mercado es inicialmente insuficiente y por esa razón se necesita un enfoque de ventas agresivo. No es el comprador del producto con sus preferencias el centro de atención, sino el producto que debe venderse.
4.- Concepto de Mercadotecnia	El concepto de marketing se centra en las necesidades y deseos del mercado objetivo. Deben determinarse y la oferta debe ajustarse de manera que satisfaga las preferencias de los posibles compradores y permita una producción rentable. Lo básico de este enfoque es centrarse en el mercado, el cliente, la orientación, la mercadotecnia integral y la rentabilidad derivada de clientes satisfechos.
5.- Concepto de Comercialización Social	Esta filosofía de desarrollo de mercado constituye una expansión del concepto de mercadotecnia. En adición la cantidad de vida de la sociedad es considerada.

Fuente: Elaboración propia con base en Ramme (2105)

1.7 Concepto Reciclaje

Debido a que esta empresa se dedicará principalmente a la recolección y reciclaje es importante conocer que es.

Röben (2003) Lo define como la actividad de recuperar los desechos sólidos con la finalidad de reintegrarlos al ciclo económico, aprovechándolo como materia prima para nuevos productos, con lo que podemos lograr varios beneficios económicos, ecológicos y sociales que a continuación enlisto:

- En muchos países, la relación entre los precios de los materiales reciclables y la mano de obra es tal que el reciclaje es económicamente rentable.
- Con el reciclaje, se pueden recuperar materiales y, por consecuencia, economizar materia prima, energía y agua necesarias para la producción de nuevos materiales y bajar la contaminación ambiental.
- El sector de reciclaje coadyuva a crear fuentes de trabajo para aquella mano de obra no calificada.
- El reciclaje permite a la industria conseguirse materia prima secundaria a bajo precio y aumentar su competitividad
- Con el reciclaje se disminuye la cantidad de los desechos que se disponen en los botaderos o rellenos sanitarios. Por consecuencia, se bajan el consumo de paisaje, los costos y los impactos ambientales que genera la disposición final.

“Es un estado intermedio de las sociedades que derrochan recursos y contaminan el medio ambiente y aquéllas que ahorran y procuran la eficiencia. Como estado intermedio es transitorio y su promoción ciega, como iniciativa única, se convierte en una barrera de la evolución social hacia el ahorro y la eficiencia” (Boada,2013, pág. 2).

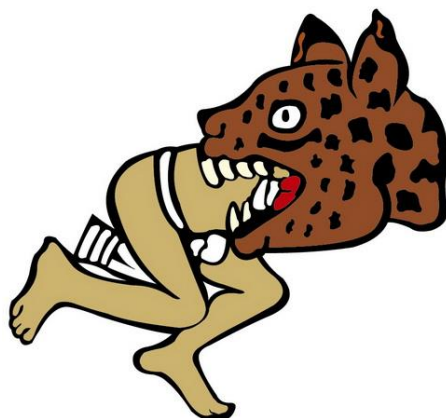
Capítulo II Marco Contextual

Dimensiones Económicas, Sociales y Geográficas

2.1 Villa Guerrero

Tecualoya viene del náhuatl Tequaloyan, que se compone de tequalo: "voz impersonal de morder o comerse algo" y de yan: "lugar"; significa "Lugar en donde se devora" o "Lugar en donde hay gente fiera o brava" (González, 2017).

Ilustración 15
Escudo



Fuente: (Reservados, 2018).

2.1.1 Dimensión cultural

Entre sus festividades tradicionales están: los jaripeos rancheros, y sus bailes populares. En el municipio abundan los paisajes escénicos, así como diversas manifestaciones de la cultura, entre los que se destacan monumentos, costumbres tradicionales y en general un interesante Folklore.

Según el clasificador de tendencia del sujeto hacia determinado tipo de atractivos, ideado por el tratadista francés Pierre Deffert, entre sus atractivos culturales destaca un precioso kiosco de la época porfiriana; las ex haciendas coloniales de: Mexicapa, La Merced (en ruinas); el molino de La Esperanza; los portales de lo que fuera la hacienda de Tequaloya, en pleno centro de la cabecera; las ruinas de los molinos de trigo de la época colonial; el puente del antiguo camino del Paso Hondo y ruinas de los trapiches de La Merced, Calderón y Hernández.

Otras edificaciones importantes por su antigüedad son las capillas de San Gaspar y los restos arqueológicos de Los Ranchos, El Peñón, El Potrero y las Huacas (González, 2010).

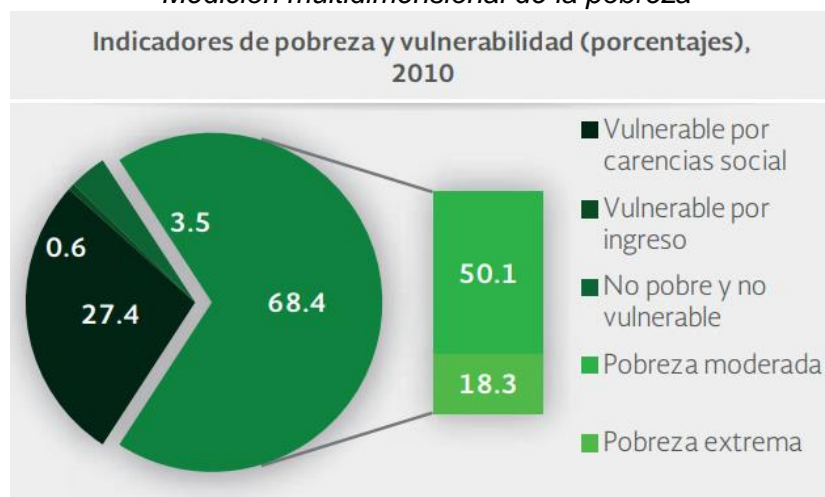
2.1.2 Dimensión Socioeconómica

Tabla 6
Indicadores sociodemográficos

Indicador	Villa Guerrero (Municipio)
Población Total, 2010	59991
Total de hogares y viviendas particulares habitadas, 2010	13852
Tamaño promedio de los hogares (personas), 2010	4.3
Hogares con jefatura femenina, 2010	2808
Grado promedio de escolaridad de la población de 15 o más años, 2010	6.4
Total de escuelas de educación básica y media superior, 2010	145
Personal médico (Personas) 2010	64
Unidades médicas, 2010	11
Número promedio de carencias para la población en situación de pobreza, 2010	2.7
Número promedio de carencias para la población en situación de pobreza extrema, 2010	3.7

Fuente: INEGI y CONEVAL (2010).

Ilustración 16
Medición multidimensional de la pobreza



Fuente: INEGI y CONEVAL (2010).

2.1.3 Dimensión Política

El municipio de Villa Guerrero se localiza en la zona de la Sierra Nevada de Toluca en el Estado de México. Dicho municipio está formado por una extensión territorial total de 267.8 kilómetros cuadrados. Es importante saber que se encuentra situado a una altitud promedio que oscila entre los 2,140 metros sobre el nivel del mar. Debido a la posición territorial que tiene, presenta colindancias al norte con los municipios de Zinacantepec, Toluca, Calimaya y Tenango del Valle, al oriente con Tenancingo y Zumpahuacán, al sur con Ixtapan de la Sal y al occidente nuevamente con Ixtapan de la Sal y también con el municipio de Coatepec Harinas (MX, 2018).

Oficialmente el municipio de Villa Guerrero comprende una villa, cinco pueblos, veintinueve rancherías, quince barrios y una colonia.

La integración del municipio se encuentra conformada por los siguientes centros de población: Una villa que es la Cabecera Municipal, cinco pueblos y treinta y cinco rancherías (Rodolfo, 2017).

Cabecera Municipal, barrios que la integran:

La denominación de la Cabecera Municipal, al igual que le resto del municipio es Villa Guerrero, ostentando los siguientes barrios:

- En la parte norte, se encuentran los barrios de El Retranque, La Cruz y El Patricio.
- En la parte sur, se ubican los barrios de El Carmen, San Miguel, y El Columpio.
- En el oriente: Barrio de Guadalupe o Pueblo Nuevo, La Trompeta, Santa Rita, San Judas Tadeo y Santa Cecilia.
- En el poniente, el barrio del Sagrado Corazón de Jesús, San José Obrero o La Ladrillera.

Pueblos:

Los centros de población con categoría de pueblo son los siguientes:

- Porfirio Díaz,

- San Mateo Coapexco,
- Santiago Oxtotitlán,
- Totolmajac
- Zacango.

Rancherías

Las comunidades con categoría de Ranchería son los siguientes:

- | | |
|--------------------------------|--------------------------------|
| • Buenavista, | • Potrerillos de Santa María, |
| • Coxcacoaco, | • Potrero de la Sierra, |
| • Cruz Vidriada, | • Potrero del Moral, |
| • Ejido de la Finca, | • Potrero Nuevo, |
| • Ejido de San Mateo, | • Progreso Hidalgo, |
| • El Carmen, | • San Antonio Cuajimalpa, |
| • El Islote, | • San Bartolomé, |
| • El Izote, | • San Diego, |
| • El Moral, | • San Felipe, |
| • El Moral, | • San Francisco Yancuitlapan*, |
| • El Peñón, | • San Gaspar, |
| • El Venturero de Santa María, | • San José, |
| • Jesús Carranza, | • San Lucas, |
| • La Joya, | • San Miguel, |
| • La Finca, | • San Pedro Buenos Aires, |
| • La Loma de la Concepción, | • Santa María Aranzazu, |
| • Los Ranchos de San José, | • Tequimilpa, |
| • Matlazinca, | • Zanjillas (Reservados, 2018) |

2.1.4 Dimensión Administrativa

El municipio pertenece al México VI distrito electoral federal con sede en Tejupilco y al México IV distrito electoral local.

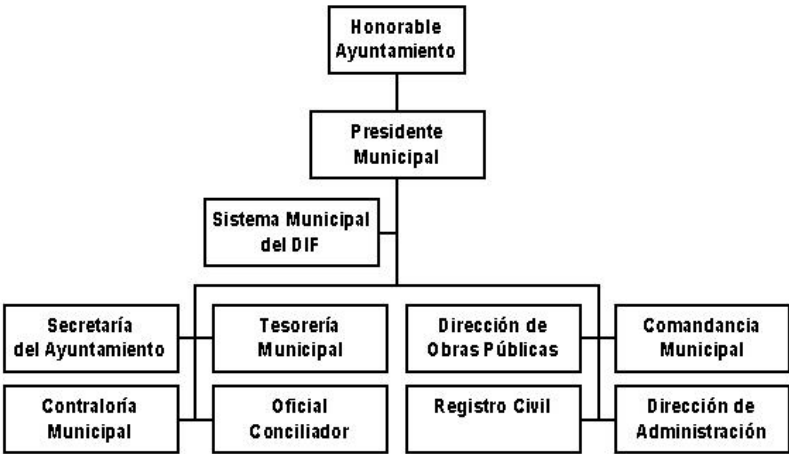
En conformidad con la Ley Orgánica Municipal, el Ayuntamiento es auxiliado en sus funciones por delegados municipales primero y segundo junto con dos auxiliares de seguridad por cada comunidad; así también se apoya con diversas mesas de agua de riego, de agua potable y algunas juntas para la ejecución de obras; de acuerdo con las directrices para el manejo de recursos de los Ramos 33 y 26, funcionan los comités ciudadanos de Control y Vigilancia COCICOVIS (González, 2017).

*Tabla 7
Distribución de las Responsabilidades*

<i>COMISIÓN</i>	<i>RESPONSABLE</i>
Gobierno	Presidente Municipal
Seguridad y Procuración de la Justicia	Sindico
Coordinación de Delegaciones y de Acuerdos de Cabildo, Jefatura Administrativa del Personal	Secretario
Población, Empleo, Salud Pública y Reglamentación Municipal	Primer Regidor
Obras Públicas y Desarrollo Urbano	Segundo Regidor
Agua, Drenaje y Alcantarillado	Tercer Regidor
Fomento Agropecuario y Forestal	Cuarto Regidor
Mercados, Central de Abastos y Rastros	Quinto Regidor
Cultura, Educación y Deporte	Sexto Regidor
Servicio de Limpia	Séptimo Regidor
Parques, Jardines y Panteones	Octavo Regidor
Turismo y Alumbrado Público	Noveno Regidor
Preservación y Restauración del Medio Ambiente, Consejo de Participación Ciudadana	Décimo Regidor

Fuente: (González, 2017).

*Ilustración 17
Organigrama del Ayuntamiento de Villa Guerrero*



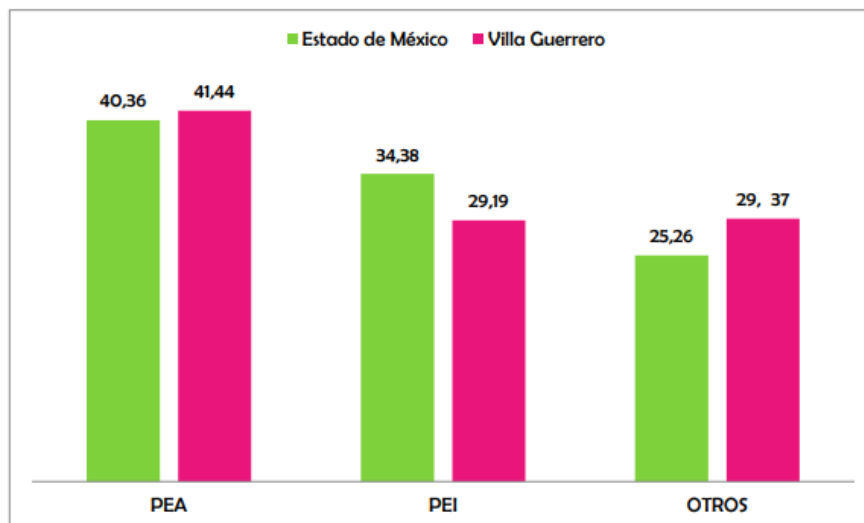
Fuente: (González, 2017).

2.2 Actividades Sectoriales

En referencia a los sectores económicos, Villa Guerrero destaca el sector primario con más del 66% de las actividades, seguido del sector terciario con un poco más de la cuarta parte de las actividades. En 2011 el municipio registraba 1,144 unidades económicas, es decir, establecimientos, destacando los comercios al por menor con el 48.95%, mientras que los servicios de alojamiento temporal el 10.93% (Iriarte, Marín, Agundis, Arévalo, Garfias, Hernández, Peralta, 2018).

2.2.1 Población Económicamente Activa e Inactiva

Ilustración 18
Población Económicamente Activa e Inactiva



*Fuente: INEGI (2010) apud (Iriarte et al; 2018). * La categoría "Otros" hace referencia a personas menores de doce años que, por su condición de edad, no pueden laborar.*

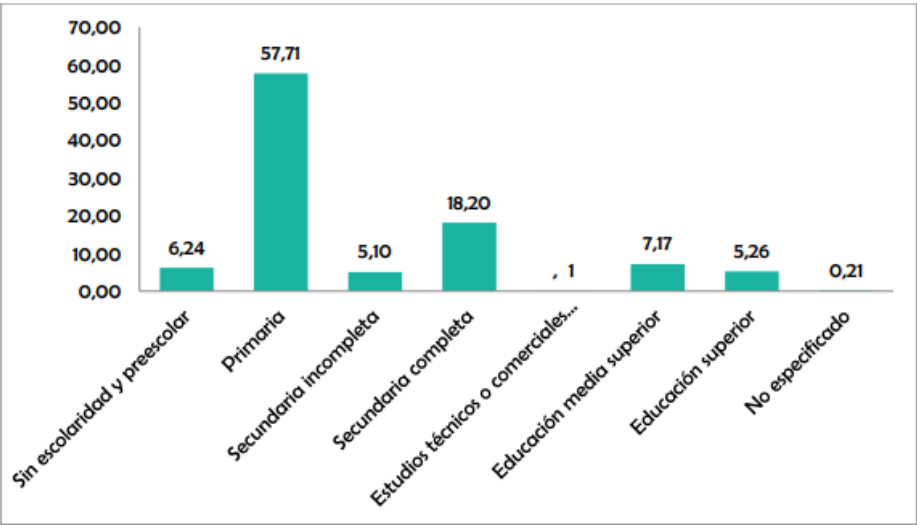
La Población Económicamente Inactiva (PEI), la cual no tiene ninguna actividad económica, es de 29.19%, lo que nos habla de un municipio con gran número de habitantes económicamente activos.

En lo que se refiere al género de la Población Económicamente Activa, los hombres tienen una mayor presencia, ya que representan el 70% de los habitantes económicamente activos, y solamente un 30% de las mujeres.

De la Población Económicamente Activa, según las cifras del 2010, el 98.64% está ocupada, esto es, que de la población mayor de 12 años con posibilidades de laborar, la mayor parte está empleado, mientras solamente el 1.36% está desocupada, comparándola con la entidad, tiene datos muy favorables (en la entidad el 94.93% de la PEA está ocupada).

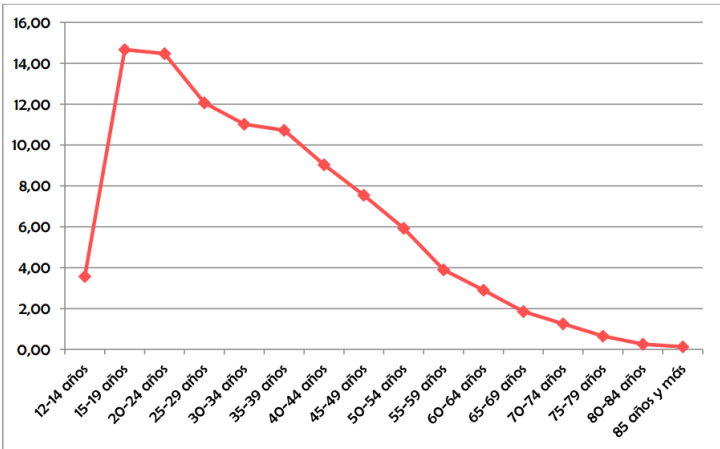
De acuerdo a información el censo de población 2010, el perfil de la población ocupada en Villa Guerrero es el siguiente:

Ilustración 19
Población Económicamente Activa ocupada por escolaridad



Fuente: INEGI (2010) (Iriarte et al; 2018).

Ilustración 20
Población Económicamente Activa por edad



Fuente: INEGI (2010) (Iriarte et al; 2018).

Capítulo III

Diseño

Metodológico

3.1 Planteamiento del Problema

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2005) las Pymes en México constituyen el 97% del total de las empresas, generadoras de empleo del 79% de la población y generan ingresos equivalentes al 23% del Producto Interno Bruto (PIB), lo anterior es una clara señal en la que debemos poner atención a este tipo de empresas y verlas como lo que en realidad son: la base de la economía mexicana.

Algunos de los problemas que perjudican el auge de las microempresas se mencionan en los siguientes párrafos.

Las estadísticas indican que, en promedio, el 80% de las Pymes fracasa antes de los cinco años y el 90% de ellas no llega a los 10 años.

Estas microempresas presentan problemas para vender como la resistencia a acatar las preferencias de los clientes, deficiente orientación y servicio a los clientes, mala ubicación, falta de enfoque en segmentos o nichos de mercado precisos, inexistencia de planes formales de marketing y ventas.

Dentro de las empresas existen problemas para producir y operar afecta debido a que la falta de capacidad técnica para manejar la producción y las operaciones como pueden ser desconocimiento del sector en que se opera, negligencia y poco interés en el negocio, dificultades de suministros (materias primas y materiales), altos costes de operación, mal manejo de las compras, poca experiencia previa con los productos gestionados, falta de sistemas de información eficaces, deficiencias graves en los procesos internos, altos niveles de desperdicios y despilfarros, mala gestión del tiempo, error en el cálculo del punto muerto o de equilibrio, operar en un sector con un punto muerto o de equilibrio muy alto, desconocimiento de los ciclos de vida de cada actividad y similares.

También las empresas presentan problemas para controlar el manejo inadecuado de los créditos y las cobranzas, fraudes, desconocimiento del verdadero estado financiero de la empresa, gastos innecesarios, errores graves en materia de seguridad, mal manejo de los inventarios, fallos graves en los controles internos, deficiencias en el control

presupuestario y de gestión, mala gestión en materia de endeudamientos y liquidez, mala gestión de los fondos y similares.

La falta de planificación es una deficiencia grave en el establecimiento de las estrategias, inexistencia de planes alternos de negocio y establecer objetivos y expectativas poco realistas, planificación inadecuada, crecimiento no planificado, falta de previsión, falta de estudios de pre-inversión y similares.

Por otro lado la falta de gestión ocasiona incapacidad para rodearse de personal competente, falta de experiencia, excesivas inversiones en activos fijos, deficiencias en las políticas de personal, ausencia de políticas de mejora continua, falta de capacitación del responsable máximo de la empresa, deficientes sistemas para la toma de decisiones y la solución de problemas, gestión poco profesional, resistencia al cambio, renuencia a consultar a externos a la empresa, sacar del negocio mucho dinero para gastos personales, mala selección de socios (Claudio, 2017).

Cada año una familia mexicana consume alrededor de 650 bolsas de plástico y luego las tira. Toda compra en el súper, pan, cualquier objeto, viene en bolsas de plástico. Sin contar las botellas de plástico en bebidas, alimentos, productos de limpieza, etc. Somos parte de la cultura de “usar, tirar y contaminar”, con bolsas de plástico.

Las bolsas de plástico son perjudiciales para los humanos, animales, plantas y medio ambiente. Su degradación se completa en 700 años (Lignan, 2017).

Actualmente, muchas empresas comienzan a preocuparse por el medio ambiente implementando campañas para contribuir a reducir los niveles de contaminación que se presenta en el planeta debido a que los métodos de producción que utilizan contaminan el medio ambiente.

La finalidad de este Plan de Negocios es la creación de una microempresa recicladora y productora de bolsas para dama; que además genere oportunidades de auto empleo y empleo. Eco bag es una empresa dedicada a la producción de bolsas de plástico bordadas con diferentes diseños.

3.2 Objetivos

Objetivo general

Realizar un Plan de Negocios para determinar la viabilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción de bolsa para dama con material reciclable.

Objetivos específicos

- Determinar el grado de aceptación del producto a mujeres de entre 12 a 19, 20 a 34 y 35 a 49 años las cuales según (Kotler, 2012) tienen características similares entre cada uno de los rangos mencionados, por medio de un Estudio de Mercado.
- Determinar un estudio Técnico Operativo.
- Determinar un Estudio y Análisis de Producción.
- Realizar un Estudio Financiero.

3.3 Preguntas de Investigación

¿Qué tan aceptado es el producto por parte del consumidor?

¿Cuál es la cantidad necesaria de maquinaria, equipo de producción y mano de obra requerida para el buen funcionamiento de la empresa?

¿Cuál es la producción necesaria para que la empresa llegue a su punto de equilibrio?

¿Cuál es la viabilidad de crear una empresa dedicada a la producción de bolsas elaboradas con material reciclable?

3.4 Delimitación

El mercado al que se pretende llegar es Villa Guerrero, Estado de México (59,991 habitantes) y de los cuales el 31% (18597 habitantes) de ellos son mujeres de entre 12 a 49 años. (INEGI, 2010).

3.5 Limitaciones

- Que el público no responda con seriedad las encuestas.
- El tiempo dedicado a la investigación no sea suficiente.
- Falta de materia bibliográfico gratuito.

3.6 Justificación

La elaboración del presente plan de negocios es para determinar la viabilidad económica de un establecimiento dedicado a la elaboración de bolsas para dama en el Municipio de Villa Guerrero, Estado de México. Los motivos para la realización de este plan de negocios es la creación de auto empleo que a su vez y a medida que crezca pretende emplear a más personas, para así reducir los niveles de empleo informal que no solo existen en el municipio de Villa Guerrero sino también en todo el país.

De esta forma, ayudar a la reducción de la contaminación emitida por el deshecho de este material que anualmente daña cada vez más al planeta de hecho se estima que aún no se degrada ni la primera bolsa elaborada; así es como surge la idea de buscar una alternativa para poder reciclar este material.

La comunidad de Villa Guerrero se encuentra catalogada como una de las zonas más contaminadas del país, este proyecto beneficiaría a la población ya que ayudaría a reducir un poco estos estándares al igual que ofrecer un producto de consumo femenino que es el que mayores demandas tiene.

3.8 Variables

Plan de Negocios **(VI)**

Viabilidad económica de la apertura de una empresa de productos reciclados **(VD)**.

3.9 Tipo y Diseño de la investigación

3.9.1 Método

El método que se utilizará en la investigación es el **deductivo** ya que “este método inicia con un análisis de los teoremas, leyes y principios para finalmente aplicarlos para soluciones o hechos particulares” (Muñoz, 2013, pág. 115).

El método que se utilizará en la investigación es el **analítico** que este método “es un proceso cognoscitivo, que consiste en descomponer un objeto de estudio separando cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual” (Muñoz, 2013, pág. 115).

El método que se utilizará en la investigación es el **sintético** ya que “consiste en integrar los componentes dispersos de un objeto de estudio para estudiarlos en su totalidad (Muñoz, 2013, pág. 115).

3.9.2 Diseño

El diseño es **no experimental** porque “se observan situaciones existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien la realiza. La recolección de los datos será transaccional ya que se obtendrán en un solo momento y tiempo único” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, pág.15).

3.9.3 Enfoque

El enfoque es **Cuantitativo** debido a que “ofrece la posibilidad de generalizar los resultados más ampliamente, otorga control sobre los fenómenos, así como un punto de vista basado en conteos y magnitudes. También, brinda la posibilidad de repetición y se centra en puntos específicos de tales fenómenos, además de que facilita la comparación entre los estudios similares” (Hernández et al; 2014, pág. 92).

3.9.4 Tipo

El tipo es **Descriptivo** para “especificar las propiedades, las características y los perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que

se someta a análisis. Es decir, medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables que ayudan a explicar el fenómeno que se está estudiando” (Hernández et al; 2014, pág. 92).

3.10 Tamaño de la muestra

3.10.1 Tipo de muestra

El tipo es una **Muestra Probabilística**, “todos los elementos de la población tienen una misma posibilidad de ser escogidos para la muestra y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de muestreo” (Hernández et al; 2014).

Tabla 8
Principales variables de segmentación en mercados de consumidores

Geográficas

<i>Región del país</i>	Villa Guerrero
<i>Tamaño del municipio</i>	210,535 km ²
<i>Densidad</i>	Sub-Urbana
<i>Clima</i>	253,66 hab/km ²

Demográficas

<i>Edad</i>	12 – 34, 20 – 34, 35 - 49
<i>Genero</i>	Femenino
<i>Ocupación</i>	Empleada, Estudiante, Ama de casa
<i>Escolaridad</i>	Primaria, Secundaria, Preparatoria, Universidad
<i>Religión</i>	Católica, Testigo de Jehová etc.
<i>Nacionalidad</i>	Mexicana

Psicográficas

<i>Clase social</i>	Baja baja, baja alta, clase trabajadora, clase media, media alta, alta baja, alta alta.
<i>Estilo de Vida</i>	Exitosas, Esforzadas, luchadoras

Conductuales

<i>Ocasiones</i>	Habitual
<i>Beneficios</i>	Comodidad
<i>Estatus del usuario</i>	Usuario Habitual
<i>frecuencia de uso</i>	Fuerte

Fuente: (González, 2017) y (Kotler, 2012).

3.10.2 Tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se utiliza la siguiente fórmula debido a que la muestra es de universos finitos:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + (Z^2 * p * q)}$$

Donde:

Z= Nivel de confianza deseado.

p= Proporción de la población que tiene el atributo deseado.

q= Proporción de la población que no tiene el atributo deseado = 1-p.

Nota: Cuando no hay indicación de la población que posee o no el atributo, asume 50% para p y 50% para q.

N= Tamaño del Universo.

e= Error de estimación máximo aceptado.

n= Tamaño de la muestra.

Por lo tanto, se indica la sustitución de valores para realizarla:

$$n = \frac{1.96^2 * 18597 * .95 * .5}{.5^2 * (18597 - 1) + (1.96^2 * .95 * .5)}$$

$$n = 72.71$$

De acuerdo con lo explicado anteriormente se determinó que el tamaño de la muestra es realizar **73** encuestas con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%.

Capítulo IV

Plan de Negocios para la Empresa Eco-bag

4.1 Análisis de la Industria y del Mercado

4.1.1 Propuesta de Valor

En la actualidad se comienza a notar las afectaciones al medio ambiente por lo que muchas empresas comienzan a preocuparse por crear campañas que contribuyan a la reducción de contaminación. Es así como surge la idea de crear un producto dirigido a las mujeres que impulse el auge de la moda mexicana con material reciclable.

Por esta razón nace eco-bag una empresa dedicada a la producción de bolsas elaboradas con material reciclable que no sólo ayuda al medio ambiente si no también satisface una necesidad que cada día demuestra tener más auge ya que es un accesorio personal que día a día se convierte más comercial entre las mujeres.

Al ser un producto elaborado con bolsas de plástico la podemos considerarla como una empresa sustentable ya que se preocupa por el cuidado del medio ambiente utilizando para la producción material reciclable, el uso excesivo de este material está causando muchas preocupaciones a nivel mundial de aquí surge la idea de buscar la forma de reducir los niveles de este material no solo a nivel nacional sino más bien a nivel mundial.

4.1.2 Nombre de la Empresa

Eco-bag

4.1.3 Descripción de la Empresa

Es una empresa industrial ya que se dedica a la producción de bolsas elaboradas con material reciclable, es decir, que se transformará el material reciclable en un producto.

El tamaño de la empresa será una microempresa ya que contará con menos de 30 empleados. Su ubicación será en José María García No. 7; Local 15. Villa Guerrero Estado de México.

4.1.4 Análisis FODA

	Fortalezas	Debilidades
	<p>1.- Variedad en Diseños y Calidad.</p> <p>2.- Publicidad.</p> <p>3.- Personal Capacitado.</p> <p>4.- Producto Innovador.</p> <p>5.- Ubicación en un lugar céntrico.</p>	<p>1.- Ser una empresa nueva en el mercado.</p> <p>2.- Altos costos de Producción.</p> <p>3.- Falta de recursos financieros.</p> <p>4.- Poca experiencia en el mercado.</p>
Oportunidades	<p>F1-O2: Concientizar a la comunidad del daño que provoca estos productos y a la vez invitarlos a consumir el nuevo producto.</p> <p>F2-O1: Dar a conocer el producto de todas las formas posibles.</p> <p>F3-O3: Producir productos con calidad y que a su vez incentive el reciclaje.</p> <p>F4-O2: Ofrecer productos que ayuden a la reducción de la contaminación y a su vez satisfaga una necesidad.</p>	<p>D1-O1: Instalar en local en una calle de paso continuo.</p> <p>D2-O4: Aumentar índice de ventas y a su vez reducir costos de producción.</p> <p>D3-O3: Obtener la bolsa de plástico de forma gratuita.</p> <p>D4: Imponer una nueva tendencia de moda.</p>
Amenazas	<p>F1-A3: Crear nuevos diseños mensualmente.</p> <p>F2-A4: Explotar lo más posible cada uno de los métodos de publicidad utilizado y así lograr comenzar a ser conocidos por el mercado.</p> <p>F2-A2: Emitir ofertas en temporadas bajas.</p> <p>F4-A1: Mejorar los precios de la competencia.</p>	<p>D1-A4: Incentivar a la compra del producto por medio de vales de descuento. (A cambio de bolsas de plástico).</p> <p>D2-A3: Ofrecer productos personalizados.</p> <p>D3-A2: Ofrecer también los productos en domingo en el jardín de la cabecera municipal.</p> <p>D4-A1: Realizar encuestas semestrales cerca del grado de satisfacción de los clientes con el producto.</p>

4.1.5 Misión

Eco-bag es una empresa reconocida por imponer una nueva moda a través de la producción de bolsas elaboradas artesanalmente con material reciclable, contemplando diseños exclusivos y vanguardistas.

4.1.6 Visión

Ser una empresa que resalte la feminidad de la mujer, a través de productos artesanales elaborados con altos estándares de calidad y variedad en diseños para satisfacer a los clientes con productos innovadores.

4.1.7 Objetivos

4.1.7.1 Objetivo General

Crear una empresa sustentable tanto en proceso como en producción y concientizar a la población en general del daño que ocasiona el uso excesivo de la bolsa de plástico al medio ambiente para de esta forma vean las bolsas de mano no solo como un accesorio más para su día a día sino también como una forma de contribuir al cuidado del medio ambiente y lucir siempre a la vanguardia.

4.1.7.2 Corto Plazo (1 mes)

Generar auto empleo con el plan de negocios y comenzar a implementar en el mercado nuevas mercancías que se preocupen por el cuidado del medio ambiente y la sustentabilidad ambiental.

4.1.7.3 Mediano Plazo (6 meses)

Incrementar variedad de diseños en el producto e implementar planes de capacitación interdisciplinarios para mejorar el desempeño laboral de los trabajadores, así como incrementar la motivación y el compromiso con la microempresa. Comenzar a hacer notar la marca como una empresa dedicada la producción de bolsa de plástico y distribución a diferentes puntos de la región.

4.1.7.4 Largo Plazo (1 a 2 años)

Abrir nuevas sucursales en diferentes lugares de la región y ser reconocidos como una empresa de excelente calidad y sustentable. Con nuevas instalaciones garantizaremos al cliente que el producto estará disponible más cerca de casa o en un lugar de paso continuo en donde pueda adquirir el producto fácilmente.

4.1.8 Ventajas Competitiva

- Innovación del material y el proceso de producción.
- Un precio justo y accesible.
- Cuenta con diversidad de diseños y colores.
- Máxima resistencia.

4.1.8 Distingos Competitivos

- Etiqueta con logo, dirección y redes sociales.
- Alta calidad en el producto.
- Garantía (3 meses, defecto de fabricación).

4.2 Análisis Técnico-Operativo

4.2.1 Investigación de Mercado

4.2.1.1 Tamaño de Mercado

Segmento de Mercado: El segmento de mercado al que va dirigido el producto es para mujeres de 12 a 49 años del Municipio de Villa Guerrero, Estado de México. Las cuales conforman el 31% de la población total del municipio.

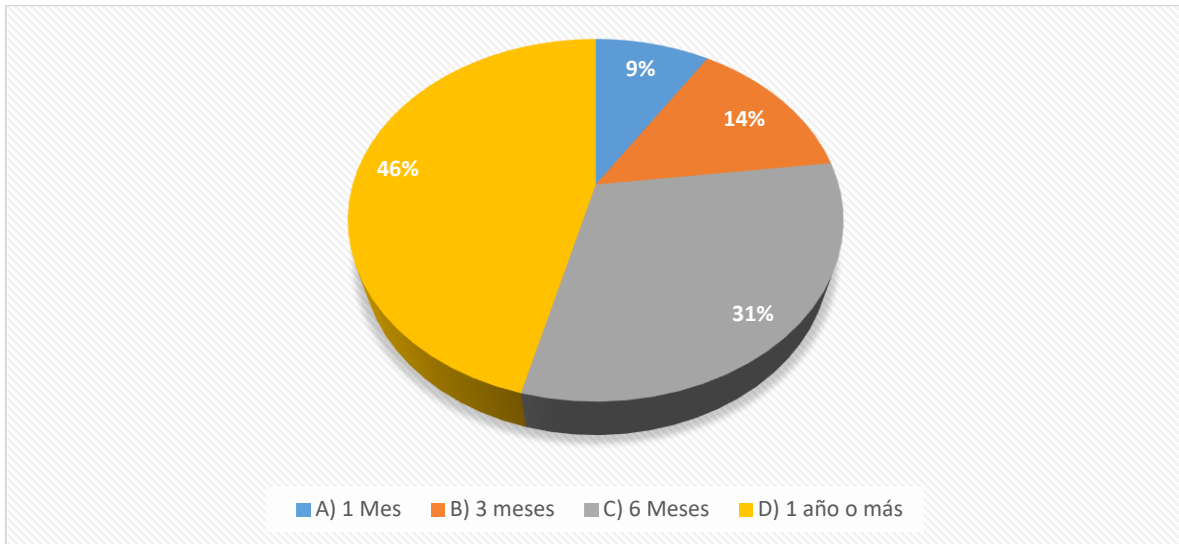
Características del Segmento de Mercado:

- Mujeres que les gustan las bolsas de Mano.
- Su oficio Empleada, Ama de Casa, Campo, Estudiante, Abogada, Comerciante, secretaria, Responsable de Guardería, Maestra, Licenciada, Enfermera.
- Prefieren los diseños.

- Se preocupan por el Medio Ambiente.

4.2.1.2 Consumo Aparente

*Ilustración 21
Consumo Aparente*



Fuente:Elaboración propia con información de una encuesta realizada en el Municipio de Villa Guerrero; Estado de México.

- El 46% consume una bolsa de mano anualmente.
- El 31% consume una bolsa de mano semestralmente.
- El 14% consume una bolsa de mano trimestralmente.
- El 9% consume una bolsa de mano mensualmente.

4.2.1.3 Demanda Potencial

Corto Plazo (6 Meses): Para que la empresa sea rentable tiene que cubrir el 15% del mercado potencial del Municipio de Villa Guerrero; con una venta de 150 bolsas mensuales.

Mediano Plazo (1 Año): Tener una venta constante de 150 bolsas mensuales para lograr así las ventas que requiere la empresa para tener un punto de equilibrio entre la capacidad de producción y las ventas esperadas.

Largo Plazo: (1 Año y Medio): Tener un crecimiento del 25% del Mercado potencial del Municipio de Villa Guerrero; con una venta de 250 bolsas mensuales. Y que los municipios vecinos comiencen a comprar el producto.

4.2.1.4 Participación de la Competencia del Mercado

Nombre	Ubicación	Principal Ventaja	Principal Desventaja	Acciones para posicionarse
Rose	Calle Benito Juárez Nte No. 2 y José María García Nte No. 7	Tiene dos sucursales cerca del jardín Principal	Pocos diseños. Surte cada Temporada.	Innovación en cada uno de los diseños y la implementación de un nuevo diseño mensualmente. Publicidad.
Lola	Calle Ocampo Ote. 2	Variedad en Diseños	Precios Altos	Precios accesibles.
Tianguis	Calle Héroe de 14 de septiembre (Días Domingo)	Precios Bajos	Mala Calidad	Alta calidad en cada una de las bolsas.

4.2.2 Estudio de Mercado

4.2.2.1 Objetivo del Estudio de Mercado

El objetivo del estudio de mercado es conocer la opinión de la gente en cuanto a la introducción del producto al mercado y, en cierta forma, si estaría dispuesto a adquirirlo. También es importante conocer si el cliente realmente esta consiente de la contaminación que genera la bolsa de plástico y si estaría dispuesto a hacer algo para colaborar con el reciclaje de esta.

4.2.2.2 Encuesta Tipo

Encuesta

Edad: _____ **Ocupación:** _____

Objetivo: Obtener información estadística para elaborar un proyecto de investigación.

Instrucciones: Lee atentamente cada una de las preguntas y responde a tu parecer.

1.- ¿Opina que la contaminación ambiental afecta la salud?

A) Definitivamente sí B) Probablemente sí C) Indeciso D) Probablemente no E) Definitivamente no

2.- ¿Si pudiera hacer algo para reducirlo lo haría?

A) Definitivamente sí B) Probablemente sí C) Indeciso D) Probablemente no E) Definitivamente no

3.- ¿Utilizaría un producto de material reciclable en su vida diaria?

A) Definitivamente sí B) Probablemente sí C) Indeciso D) Probablemente no E) Definitivamente no

4.- ¿Le gustan las bolsas de mano?

A) Definitivamente sí B) Probablemente sí C) Indeciso D) Probablemente no E) Definitivamente no

5.- Si prefiere otros artículos ¿Cuál sería?

A) Monedero B) Lapicera C) Mochila D) Cosmetiquera

6.- ¿Cuál es su color favorito?

A) Rojo B) Azul C) Amarillo D) Otro: _____

7.- ¿Qué estilo prefiere?

A) Clásico B) Moderno C) Juvenil D) Conservador

8.- Si existiera una campaña para donar la bolsa de plástico ¿la apoyaría?

A) Definitivamente sí B) Probablemente sí C) Indeciso D) Probablemente no E) Definitivamente no

9.- ¿Si apoyara esta causa pediría alguna remuneración económica?

A) Definitivamente sí B) Probablemente sí C) Indeciso D) Probablemente no E) Definitivamente no

10.- ¿Compraría una bolsa de material reciclado?

A) Definitivamente sí B) Probablemente sí C) Indeciso D) Probablemente no E) Definitivamente no

11.- ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una?

A) \$ 50.00 - \$100.00 B) \$ 150.00 - \$200.00 C) \$ 250.00 – 300.00 D) \$ 350.00 o más

12.- ¿Usualmente a qué precio adquiere una bolsa de mano?

A) \$ 50.00 - \$100.00 B) \$ 150.00 - \$200.00 C) \$ 250.00 – 300.00 D) \$ 350.00 o más

13.- ¿Aproximadamente cada que tiempo compra una bolsa de mano?

A) 1 Mes B) 3 meses C) 6 Meses D) 1 año o más

14.- ¿Dónde adquiere las bolsas de mano?

A) Super Mercado B) Tiendas departamentales C) Local D) Tianguis

15.- ¿Qué busca en las bolsas de mano?

A) Precio B) Diseño C) Marca

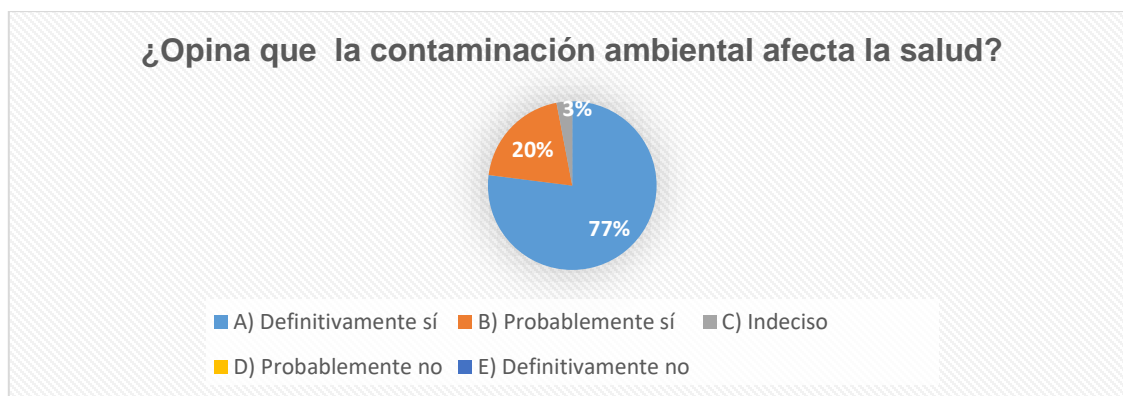
4.2.2.3 Aplicación de la Encuesta

La encuesta será aplicada en un domingo en el jardín central de Villa Guerrero ya que ese día vienen mujeres de los diferentes barrios, pueblos y rancherías a comprar sus mandados u otros artículos y pasan a descansar un momento al jardín; es ahí donde se podría aprovechar la oportunidad para la aplicación de estas ya que no solo se recabaría información del centro del municipio sino también de sus pueblos y rancherías logrando así mejores resultados.

Por otro lado, también se llevará la muestra del primer prototipo para que de esta forma vean el producto y se puedan obtener mejores resultados.

4.2.2.4 Resultados Obtenidos

Ilustración 22
Gráfica

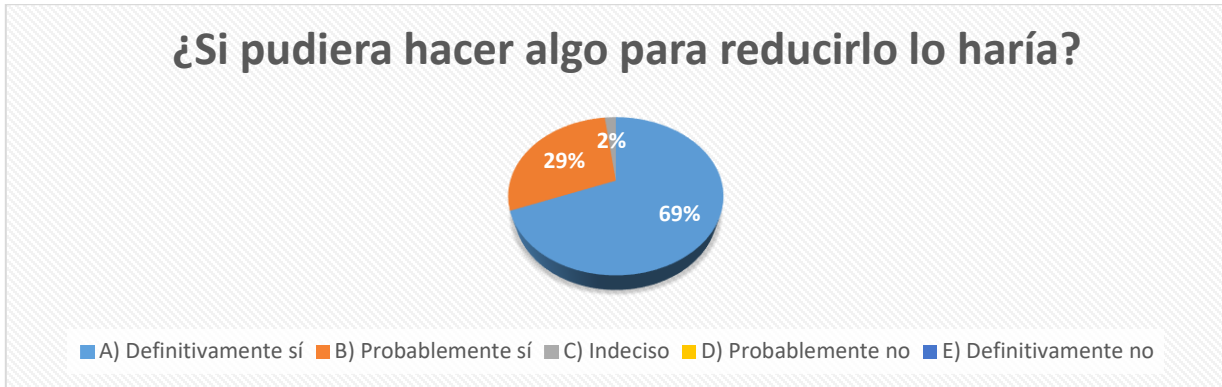


Fuente:Elaboración propia con información de una encuesta realizada en el Municipio de Villa Guerrero; Estado de México.

A) Definitivamente sí	77 %
B) Probablemente sí	20 %
C) Indeciso	3 %
D) Probablemente no	0 %
E) Definitivamente no	0 %

En esta gráfica se puede ver que la gran mayoría, es decir, el 97% esta consiente que la contaminación daña la salud y el 3% está indeciso, lo cual nos lleva a deducir que la población está segura de que de alguna forma la contaminación afecta su salud.

Ilustración 23
Gráfica 2

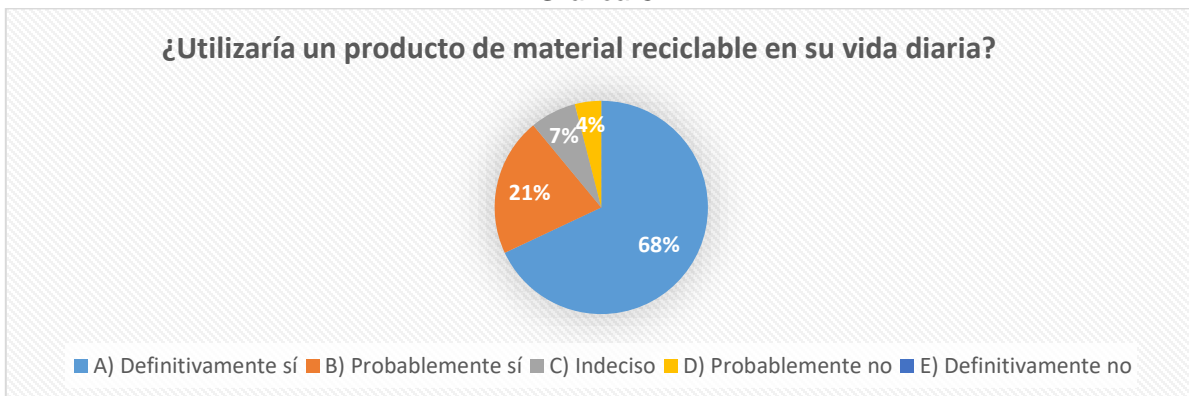


Fuente:Elaboración propia con información de una encuesta realizada en el Municipio de Villa Guerro; Estado de México.

A) Definitivamente sí	69 %
B) Probablemente sí	29 %
C) Indeciso	2 %
D) Probablemente no	0 %
E) Definitivamente no	0 %

En está gráfica se puede ver que el 69% está dispuesto a hacer lo que este en sus manos para reducir la contaminación y el 29% probablemente si haga algo mientras que el 2% se encuentra indeciso.

Ilustración 24
Gráfica 3



Fuente:Elaboración propia con información de una encuesta realizada en el Municipio de Villa Guerro; Estado de México.

A) Definitivamente sí	68 %
B) Probablemente sí	21 %
C) Indeciso	7 %
D) Probablemente no	4 %
E) Definitivamente no	0 %

En esta gráfica se puede ver que 68% utilizaría un producto de material reciclable y el 21% probablemente sí y el 11% se encuentra indeciso y probablemente no lo utilizaría. Con esto podemos deducir que la gran mayoría si utilizaría el producto.

Ilustración 25
Gráfica 4

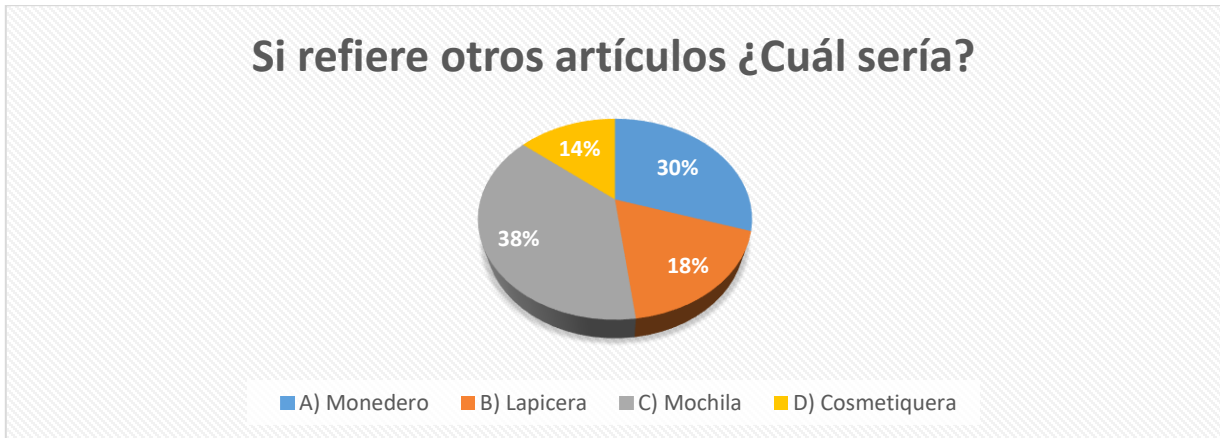


Fuente: Elaboración propia con información de una encuesta realizada en el Municipio de Villa Guerrero; Estado de México.

A) Definitivamente sí	65 %
B) Probablemente sí	23 %
C) Indeciso	6 %
D) Probablemente no	0 %
E) Definitivamente no	6 %

En esta gráfica se puede ver que 65% de las encuestadas les gustan las bolsas y el 23% probablemente si mientras que el 12% se encuentran indecisas o definitivamente no les gustan.

Ilustración 26
Gráfica

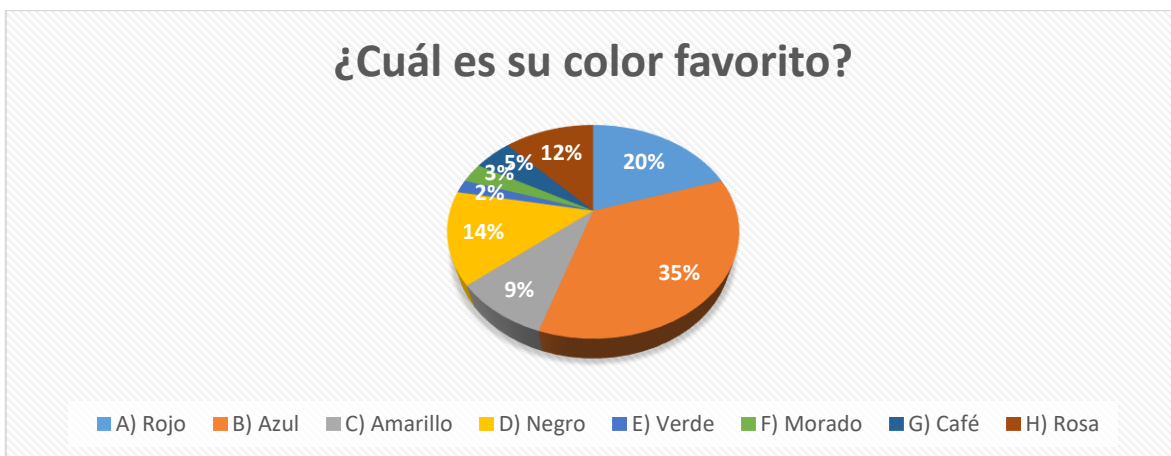


Fuente:Elaboración propia con información de una encuesta realizada en el Municipio de Villa Guerrero; Estado de México.

A) Monedero	30 %
B) Lápiz	18 %
C) Mochila	38 %
D) Cosmetiquera	14 %

En esta gráfica se puede ver que el 30% de las encuestadas tienen una preferencia por los monederos, el 18% prefieren las lapiceras, el 38% tienen una preferencia significativa por las mochilas mientras que el 14% por las cosmetiqueras.

Ilustración 27
Gráfica

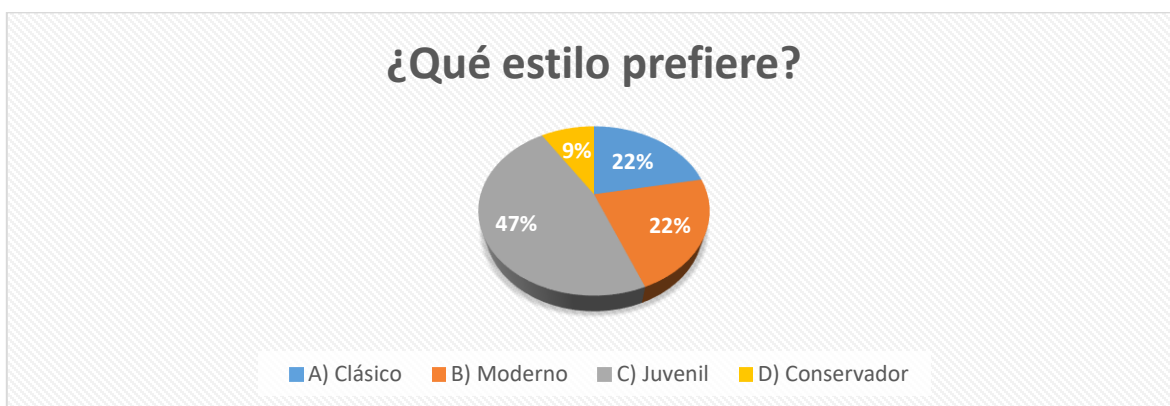


Fuente:Elaboración propia con información de una encuesta realizada en el Municipio de Villa Guerrero; Estado de México.

A) Rojo	20%	E) Verde	2%
B) Azul	35%	F) Morado	3%
C) Amarillo	9%	G) Café	5%
D) Negro	14%	H) Rosa	12%

En está gráfica se puede ver que el 20% de las encuestadas prefieren el color rojo, el 35% y el más significativo refieren el azul, el 9% prefieren el amarillo, el 14% prefieren el negro, el 2% tienen a preferir el verde, el 3% el morado, el 5% prefieren el café y el 12% el rosa. Se puede concluir que las mujeres encuestadas refieren una variedad de colores, pero la mayoría se inclina por el color azul.

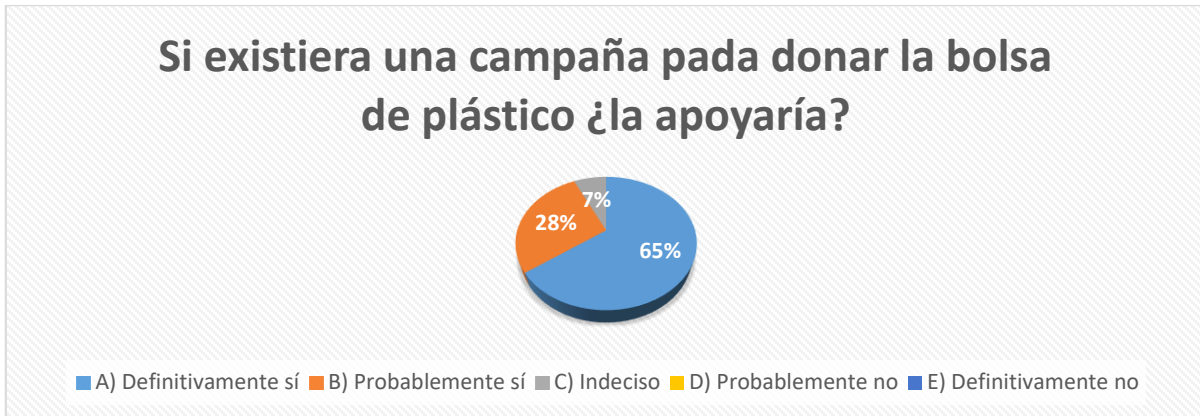
Ilustración 28
Gráfica



A) Clásico	22 %
B) Moderno	22 %
C) Juvenil	47 %
D) Conservador	9 %

En está gráfica se puede ver que el 22% de las encuestadas prefieren un estilo clásico, el 22% prefiere un estilo moderno mientras que el 47% prefiere un estilo juvenil y el menos significativo prefiere el estilo conservador.

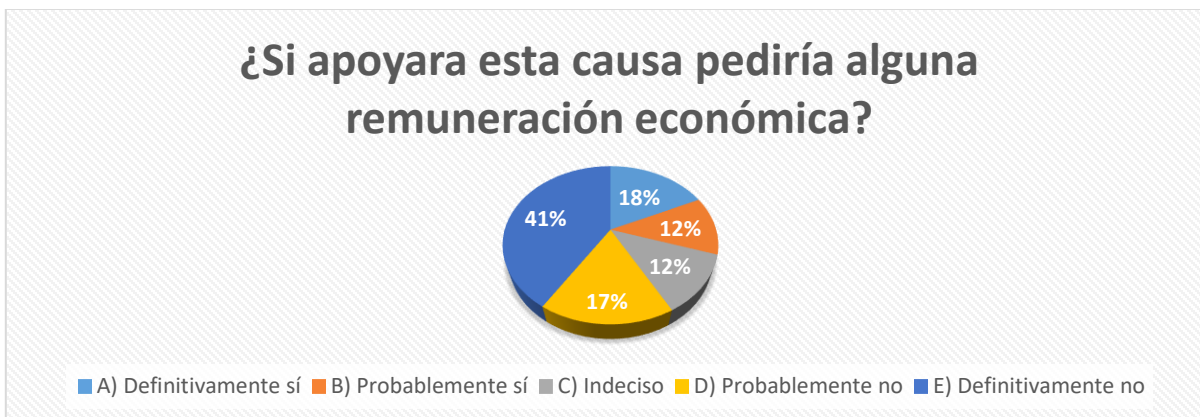
Ilustración 29
Gráfica



Fuente:Elaboración propia con información de una encuesta realizada en el Municipio de Villa Guerro; Estado de México.

A) Definitivamente sí	65 %
B) Probablemente sí	28 %
C) Indeciso	7 %
D) Probablemente no	0 %
E) Definitivamente no	0 %

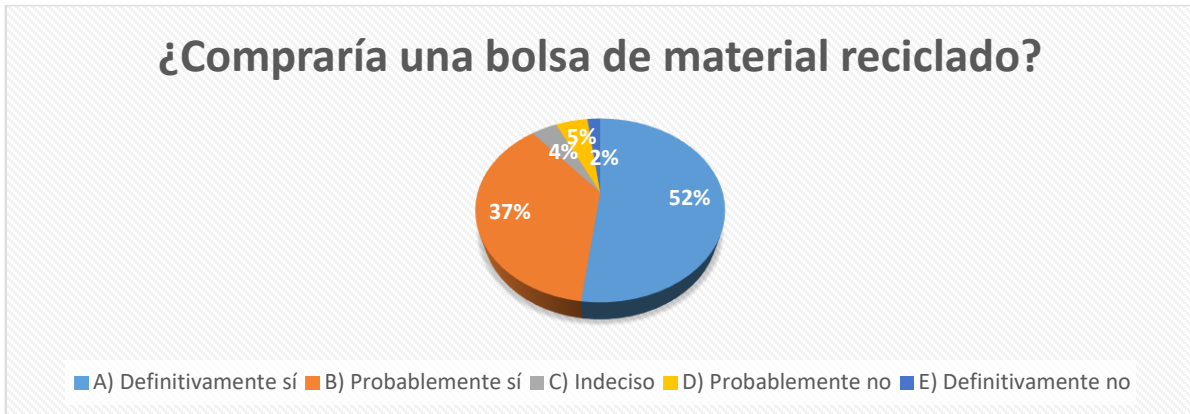
Ilustración 30
Gráfica



Fuente:Elaboración propia con información de una encuesta realizada en el Municipio de Villa Guerro; Estado de México.

A) Definitivamente sí	18 %
B) Probablemente sí	12 %
C) Indeciso	12 %
D) Probablemente no	17 %
E) Definitivamente no	41 %

Ilustración 31
Gráfica

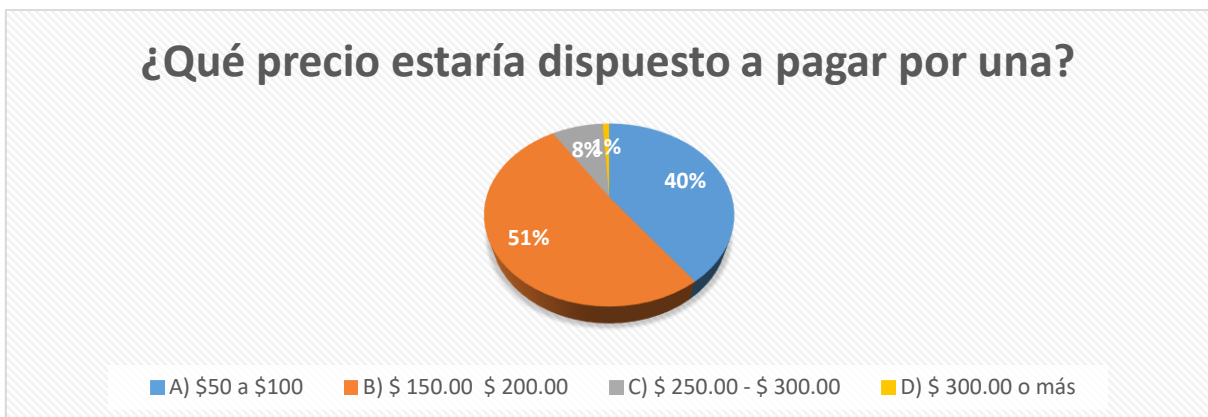


Fuente:Elaboración propia con información de una encuesta realizada en el Municipio de Villa Guerrero; Estado de México.

A) Definitivamente sí	52 %
B) Probablemente sí	37 %
C) Indeciso	4 %
D) Probablemente no	5 %
E) Definitivamente no	2 %

En esta gráfica se puede ver que el 52% de las encuestadas si comprarían el producto, el 37% probablemente si lo comprarían mientras que el 11% se muestran indecisas e inclusive no estarían dispuestas a comprarlo. Podemos concluir que la gran mayoría si compraría el producto.

Ilustración 32
Gráfica

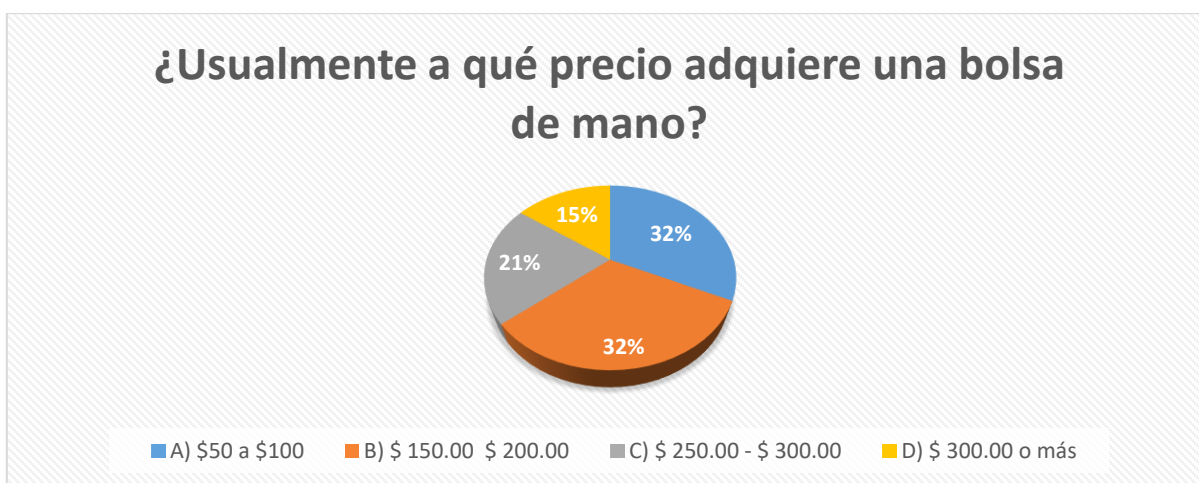


Fuente:Elaboración propia con información de una encuesta realizada en el Municipio de Villa Guerrero; Estado de México.

A) \$ 50 a \$ 100	40 %
B) \$ 150.00 \$ 200.00	51 %
C) \$ 250.00 - \$ 300.00	8 %
D) \$ 300.00 o más	1 %

En está gráfica se puede ver que un 40% pagarían de \$ 50.00 a \$ 100.0, el 51% es decir, la gran mayoría si pagaría el precio justo por el producto \$ 150 a \$ 200.00, finalmente el 9% si pagaría más del precio que se pretende vender la bolsa.

Ilustración 33
Gráfica

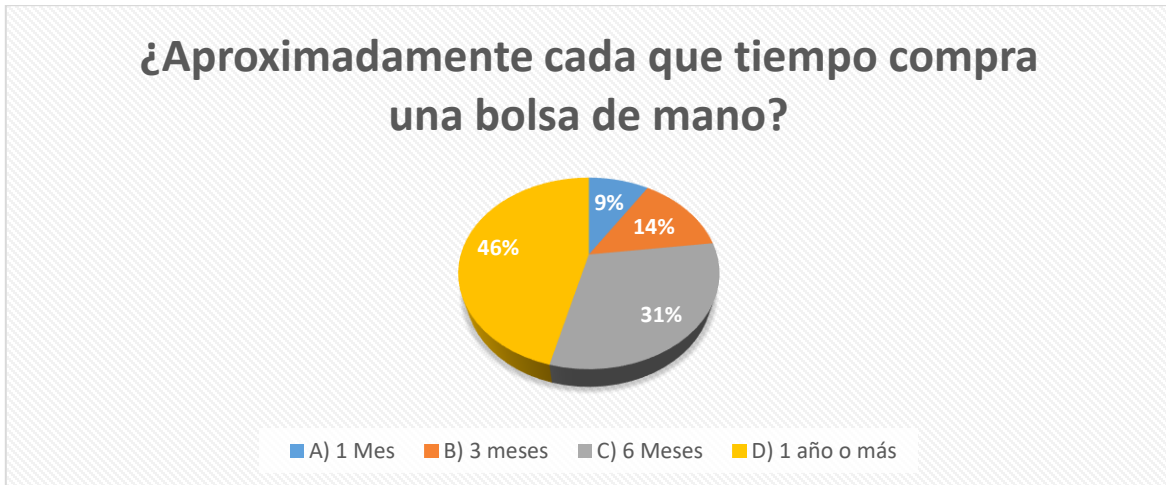


Fuente:Elaboración propia con información de una encuesta realizada en el Municipio de Villa Guerrero; Estado de México.

A) \$50 a \$100	32 %
B) \$ 150.00 a \$ 200.00	32 %
C) \$ 250.00 a \$ 300.00	21 %
D) \$ 300.00 a más	15 %

En está gráfica se puede ver que el 32% de las encuestadas adquieren sus bolsas en un rango de precio de \$ 50.00 a \$ 100.00, el 32% las adquieren entre \$150.00 a \$ 200.00, el 21% las adquieren entre \$250.00 a \$ 300.00 mientras que el 15% las adquieren a más de \$ 300.00. Se puede concluir que los precios son igual o más altos que el precio que este producto ofrece.

Ilustración 34
Gráfica

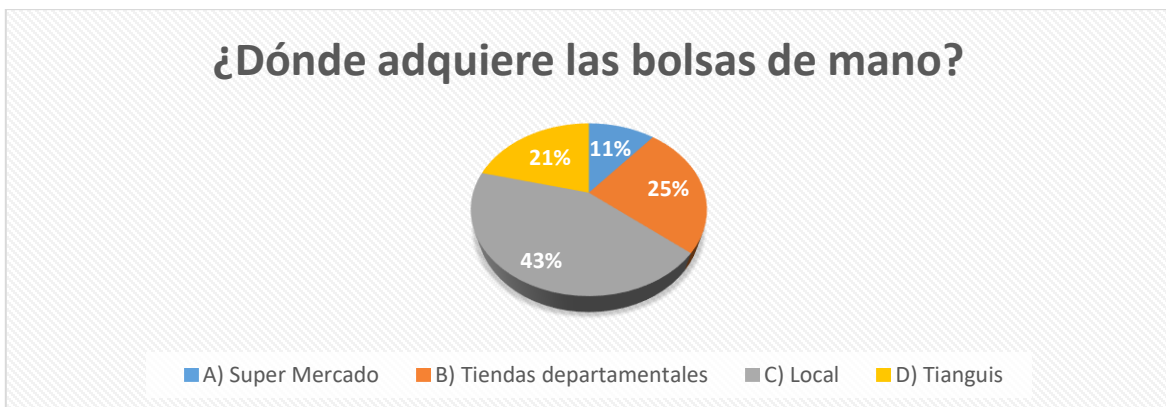


Fuente:Elaboración propia con información de una encuesta realizada en el Municipio de Villa Guerro; Estado de México.

A) 1 Mes	9 %
B) 3 meses	14 %
C) 6 Meses	31 %
D) 1 año o más	46 %

En está gráfica se puede ver que el 9% de las encuestas compran una bolsa de mano al mes, el 14% compran una bolsa de mano cada tres meses, el 31% las adquieren cada 6 meses y la mayoría de la encuestadas adquieren una cada año esto quiere decir que es una articulo perecedero.

Ilustración 35
Gráfica

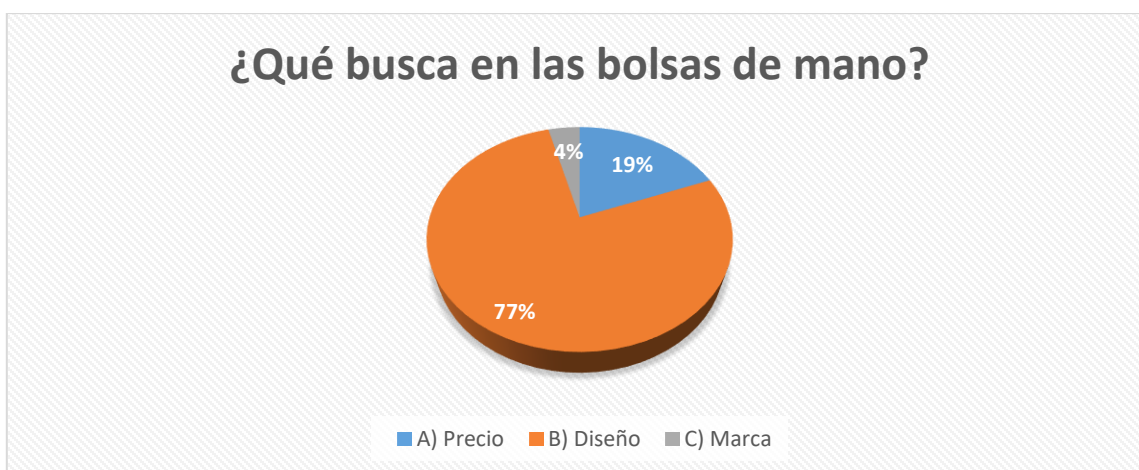


Fuente:Elaboración propia con información de una encuesta realizada en el Municipio de Villa Guerro; Estado de México.

A) Super Mercado	11 %
B) Tiendas departamentales	25 %
C) Local	43 %
D) Tianguis	21 %

En está gráfica se puede ver que el 11% de las encuestadas adquieren el producto en un Super Mercado, el 25% en tiendas departamentales, el 43% y el más significativo lo adquieren en locales esto es una ventaja para la microempresa, mientras que el 21% adquieren el producto el en tianguis del municipio los días domingos.

*Ilustración 36
Gráfica*



Fuente:Elaboración propia con información de una encuesta realizada en el Municipio de Villa Guerrero; Estado de México.

A) Precio	19 %
B) Diseño	77 %
C) Marca	4 %

En está gráfica se puede ver que el 19% de las encuestadas busca el precio y sólo que el 4% buscan la marca, mientras que la gran mayoría el 77% lo que buscan es el diseño aquí se encuentra otra ventaja ya que esta microempresa se caracteriza por su variedad en diseños.

4.2.2.4 Hallazgos más importantes del Estudio de Mercado

Con base a la encuesta realizada en el municipio se ha llegado a la conclusión que la población esta consiente del daño que la contaminación le ocasiona a la salud, es por eso que si existiera una campaña para la reducción de contaminación emitida por la bolsa de plástico la apoyarían en su gran mayoría de forma gratuita.

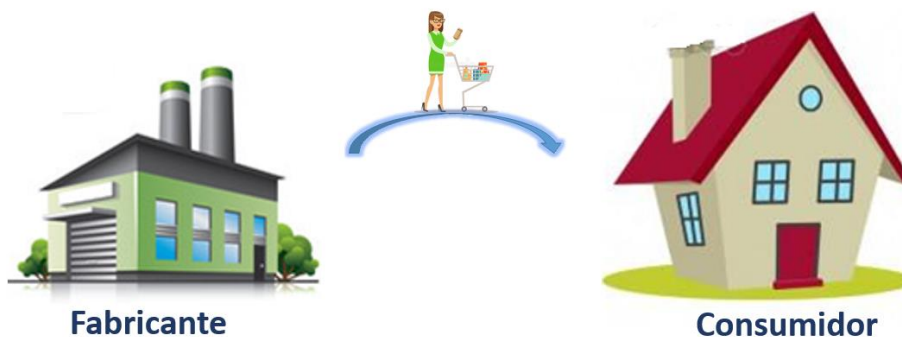
El plan de negocios parece rentable, ya que se aprecia aceptación del público por el producto y que casi el 90% compraría este producto, no solo porque le gusta el diseño sino también porque quiere aportar su granito de arena a la reducción de la contaminación emitida por este material.

4.2.3 Distribución y Punto de Venta

La opción más conveniente para la distribución de los productos a la apertura del negocio es un canal corto por lo que la producción y venta se realizará dentro de las instalaciones ubicadas en José María García No.7 Local No. 15, Villa Guerrero; Estado de México.

*Ilustración 37
Canal Directo*

Canal Directo



Fuente:Elaboración propia con información de Muñiz, 2018.

Descripción del Diagrama

El proceso de producción de la bolsa para dama comenzará con la recolección de la materia prima en este caso la bolsa de plástico.

Después pasara por un proceso de selección por color y se procederá a la elaboración del hilo para que se pueda dar comienzo al proceso de elaboración y tejido de la bolsa para dama.

Posteriormente el producto ya terminado será exhibido en el local ubicado en José María García No. 7; Local 15. Villa Guerrero Estado de México para su distribución y venta.

Finalmente llega a manos del consumidor final cumpliéndose así la distribución de la bolsa.

Es preciso mencionar que la empresa no estará encuadrada a una sola forma de distribución ya que esta forma será el comienzo y a medida que la empresa valla creciendo se podrán analizar nuevas formas de distribución como lo pueden ser:

Ilustración 38
Canal Corto



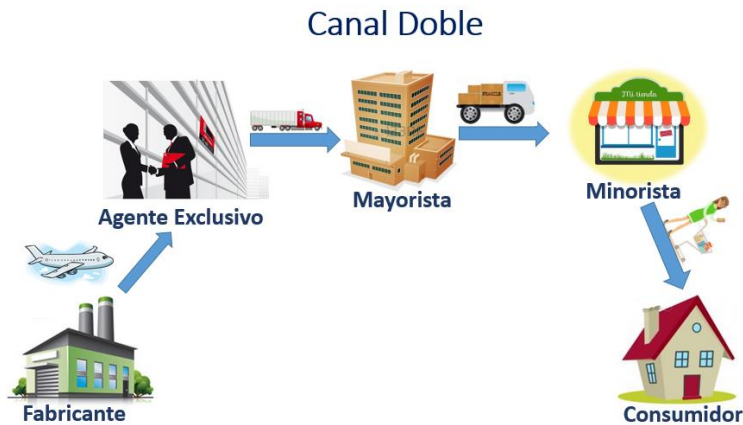
Fuente:Elaboración propia con información de Muñiz, 2018.

Ilustración 39
Canal Largo



Fuente:Elaboración propia con información de Muñiz, 2018.

Ilustración 40
Canal Doble



Fuente:Elaboración propia con información de Muñiz, 2018.

4.2.4 Promoción del Producto

Para dar a conocer el producto no será costoso pues nos apoyaremos de las redes sociales como Facebook (Eco Bag), Twitter (@ecobag16) y Hotmail (eco_bag1@hotmail.com).

- **Logotipo**

*Ilustración 41
Logotipo*



Fuente:Elaboración propia.

- **Slogan**

“Reciclando con estilo”

Al igual tendremos tarjetas de presentación y volantes los cuales si tendrán un costo significativo.

- ✓ **Tarjeta de presentación:**

*Ilustración 42
Tarjeta de Presentación*



Fuente:Elaboración propia.

✓ **Volante:**

Ilustración 43
Volante



 **eco-bag**
Reciclando con estilo

**¡Ven y Conoce
Nuestras
Promociones!**

**Presenta este volante y obtendrás
el 10% de descuento.**

José María García No. 7, Local 15, Villa Guerrero Estado
de México.

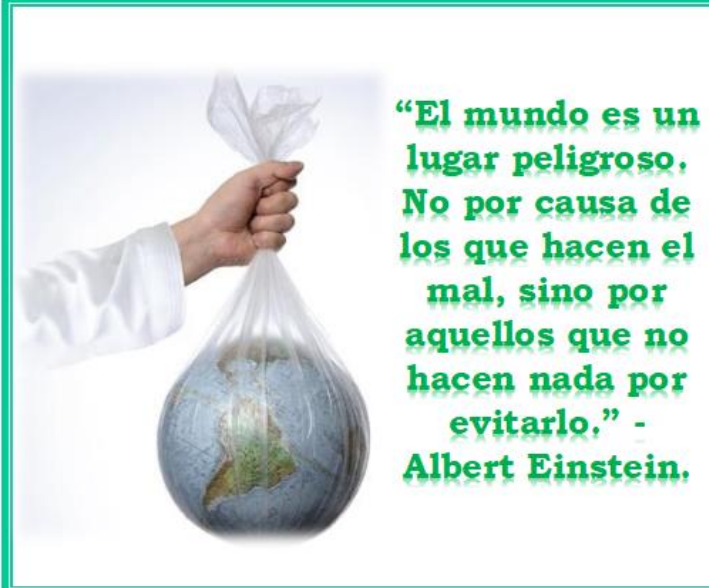
 714-14-606-39  Eco Bag
 Eco_bag1@hotmail.com
 722-801-05-78  @EcoBag16




Fuente:Elaboración propia.

Adverso:

Ilustración 44
Volante adverso





**“El mundo es un
lugar peligroso.
No por causa de
los que hacen el
mal, sino por
aquellos que no
hacen nada por
evitarlo.” -
Albert Einstein.**

Fuente:Elaboración propia.

Es así como se llevará a cabo la mezcla de las 4P's.

4p's

Producto: Impulsar una tendencia innovadora y ecológica.

Precio: Precios accesibles a toda la comunidad.

Punto de Venta: Ubicado cerca del jardín principal y mercado, donde hay bastante circulación.

Promoción: Se aprovecharán los beneficios de las TIC's para lograr una amplia promoción y a bajo costo.

4.2.5 Fijación y Políticas de Precio

4.2.5.1 Análisis Preliminar

Precios altos: No es conveniente tener un precio alto en los productos y o servicios ya que la gente prefiere ir a los mercados y hacer sus compras a menores precios ya que la economía mexicana no está en una época de crecimiento, la gente busca sin lugar a duda los mejores precios y a la vez buena calidad.

Precios Bajos: Algunas condiciones que favorecen la fijación de precios bajos son que el mercado es muy sensible al precio y un precio bajo estimula su crecimiento, los costos de producción y distribución que bajan al irse acumulando experiencia en la producción.

Para mantener una buena política de precios se ha tomado en cuenta los gastos de producción, gastos de servicio tales como la luz, la renta, el agua, teléfono, internet, sueldo a empleados y una ganancia significativa; pero al igual no se deben elevar demasiado porque los precios altos disminuyen ventas.

4.2.5.1 Determinación de Costos

Los precios serán determinados por los siguientes costos.

Tabla 9
Costos Fijos (Servicios)

Costos Fijos (Servicios)	
SERVICIO	PRECIO POR MES (30 DIAS)
Renta	\$2,500.00
Agua	\$85.00
Luz	\$150.00
Teléfono e Internet	\$450.00
TOTAL	\$3,185.00

Fuente:Elaboración propia.

Tabla 10
Costos Fijos (Publicidad)

Costos Fijos (Publicidad)			
Producto	Cantidad mensual	Precio Unitario	Total
Tarjetas de presentación	50	\$1.50	\$75.00
Volantes	100	\$4.00	\$400.00
Total:		\$475.00	

Fuente:Elaboración propia.

Tabla 11
Costos Fijos Mano de Obra

Costos Fijos (Mano de obra)				
Actividad	Trabajadores	Salario por día	Salario por semana	Salario por mes
Gerente General	1	\$200.00	\$1,000.00	\$4,000.00
Recolección y creación de hilo con las bolsas de plástico	1	\$200	\$1,000.00	\$4,000.00
Tejido de las bolsas	2	\$200	\$1,000.00	\$8,000.00
Total	4			\$16,000.00

Fuente:Elaboración propia.

Tabla 12
Material de Producción

Material de Producción			
	Cantidad	Precio	Total
Ganchos	5	\$7.00	\$35.00
Agujas	5	\$25.00	\$125.00
Agujas de canevá	5	\$1.00	\$5.00
Hilo	5	\$8.00	\$40.00
<i>Fuente:Elaboración propia.</i>			\$205.00

Tabla 13
Costos Fijos Totales

Costos Fijos Totales	
Costos Fijos (Instalaciones)	\$3,185.00
Costos Fijos (Publicidad)	\$475.00
Costos Fijos (Mano de obra)	\$17,600.00
Costos Fijos (Material de Producción)	\$ 205.00
Total	\$21,465.00

Fuente:Elaboración propia.

Tabla 14
Costos Variables

Costos Variables (Producción)	
Tela	\$ 15.00
Cierre	\$ 5.00
Etiqueta	\$.50
Bolsa de empaque	\$ 2.00
Total	\$ 22.50

Fuente:Elaboración propia.

*Los costos variables dependerán del diseño, tamaño y tipo de bolsa

4.2.5.2 Fijación de Precios

1.- Determinar el costo total del producto:

$$CV+ (CF/Producción esperada) = CT$$

$$\$ 24 + (21,465/150) = \text{\$154.93330}$$

2.- Establecer el porcentaje de ganancia deseado

(25%) para mantener precios accesibles al mercado.

3.- Calcular precio final

$$PV = CT + (CT * 25\%)$$

$$\$ 165.6000 + \$41.40 = \text{\$193.67}$$

4.- Obtener un punto de equilibrio

$$\text{Punto de Equilibrio} = CF / (PV - CV)$$

$$\$ 21,465 / (\$ 207.00 - 22.5) = \text{\$116.0565 Unidades}$$

4.2.6 Plan de Introducción al Mercado

La distribución del producto será directamente en el local ubicado en José María García No.7 Local No. 15, Villa Guerrero; Estado de México. El cual como parte de publicidad se encuentra ubicado a un costado del centro principal del municipio. La apertura de este se llevará a cabo un domingo ya que es el día que más es frecuentado el municipio por sus pueblos y comunidades.

Para la publicidad su costo es reducido a 100 volantes y 50 tarjetas de presentación mensuales con un precio \$475.00 pesos ya que la principal fuente de publicidad serán las redes sociales debido a que el objetivo principal de este proyecto es la reducción de contaminación y a su vez utilizar todos los beneficios que hoy en día ofrecen las redes sociales.

El día de la inauguración se otorgarán vales de descuento en la primera compra con el fin de alentar a los clientes a su primera compra y en base a ella comenzar a ganarse su fidelidad.

4.2.7 Riesgos y Oportunidades del Mercado

Tabla 15
Riesgos y Oportunidades

Riesgos	Acciones Por Realizar
1.- <i>Que las bolsas no tengan el impacto social que se espera.</i>	Diseñar y desarrollar campañas promocionales de tipo informativo y persuasiva.
2.- <i>Que las encuestas no hayan sido representativas.</i>	Aplicar un segundo cuestionario.
3.- <i>Que la información manejada no sea 100% confiable o verídica debido a que no se haya respondido a conciencia. (Cuestionario).</i>	Diseñar de manera adecuada el cuestionario, de manera que las preguntas sean directas y no requieran mucho tiempo.
4.- <i>Que la idea sea buena y alguien más trate de robarla.</i>	Patentar el producto.
Oportunidades	Acciones a Realizar
1.- <i>Es innovador (No existe en el mercado).</i>	Dar a conocer esta ventaja a través de promoción al consumidor final.
2.- <i>Tiene un precio accesible.</i>	Dar a conocer esta ventaja a través de promoción al consumidor final.
3.- <i>Ayuda a la conservación del medio ambiente.</i>	Dar a conocer esta ventaja a través de promoción al consumidor final.
4.- <i>Es un producto de alto consumo.</i>	Ofrecer calidad en cada producto.

Fuente:Elaboración propia

4.3 Análisis de Producción

4.3.1 Objetivos del Área de Producción

4.3.1.1 Objetivos a corto plazo (Seis meses)

Producir y vender las 150 bolsas mensuales producidas y comenzar a darnos a conocer por nuestra calidad y servicio.

4.3.1.1 Objetivos a Mediano plazo (Un año)

Mantener los niveles de producción y venta de 150 bolsas mensuales y a su vez comenzar a darnos a conocer en los municipios vecinos.

4.3.1.1 Objetivos a Largo plazo (Año y medio)

Aumentar los niveles de producción y venta un 25% y a su vez abrir una nueva sucursal en un municipio vecino.

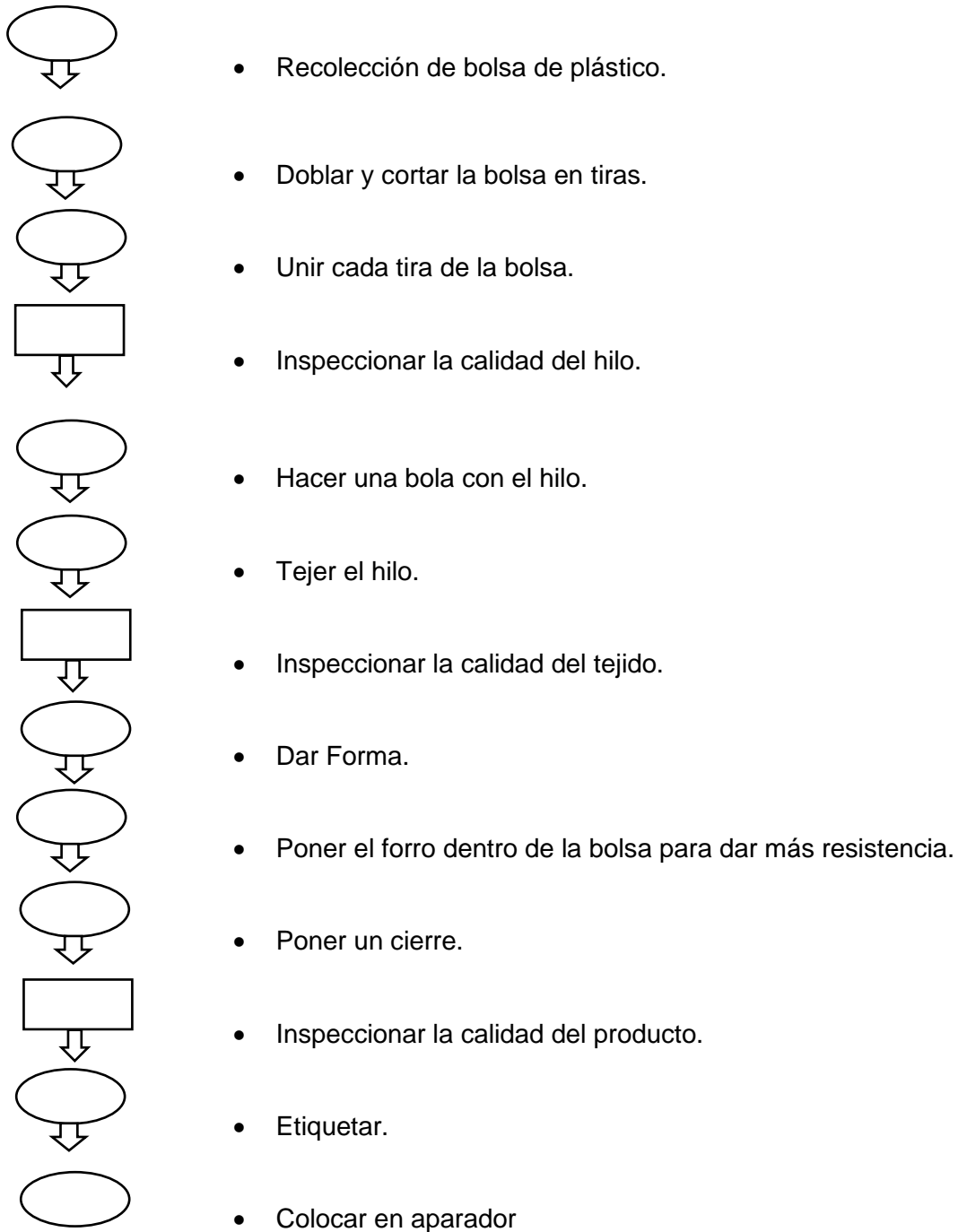
4.3.2 Especificaciones del Producto o Servicio

El producto es tejido a gancho con hilo elaborado con las bolsas de plástico; el porcentaje de material utilizado para cada bolsa es en base al diseño y la textura.

4.3.3 Descripción del Proceso de Producción

- 1.- Recolección de bolsa de plástico.
- 2.- Doblar y cortar la bolsa en tiras.
- 3.- Unir cada tira de la bolsa.
- 4.- Hacer una bola con el hilo.
- 5.- Tejer el hilo.
- 6.- Dar Forma.
- 7.- Poner el forro dentro de la bolsa para dar más resistencia.
- 8.- Poner un cierre.
- 9.- Etiquetar.
- 10.- Colocar en aparador.

4.3.4 Diagrama de Flujo del Proceso de Producción



4.3.5 Características de la Tecnología

No es necesaria maquinaria tecnológica ya que el producto es elaborado a mano; se podría decir que es artesanal.

4.3.6 Equipo e Instalaciones

Tabla 16
Muebles

Muebles para la Exhibir el Producto			
	Cantidad	Precio	Total
Vitrina Exhibidora	1	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00
Repisas	10	\$ 180.00	\$ 1,800.00
Banco	4	\$ 250.00	\$ 1,000.00
Mesa	1	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00
Mueble para almacenar la mercancía	1	\$ 3,460.00	\$ 3,460.00
Total			\$11,360.00

Fuente:Elaboración propia.

Tabla 17
Muebles

Muebles de Oficina			
	Cantidad	Precio	Total
Computadora personal	1	\$ 7,769.00	\$ 7,769.00
Impresora	1	\$ 2,899.00	\$ 2,899.00
Escritorio	1	\$ 1,499.00	\$ 1,499.00
Cartuchos de Tinta	4	\$ 145.00	\$ 580.00
Silla	1	\$ 549.00	\$ 549.00
Total			\$ 13,296.00

Fuente:Elaboración propia.

Tabla 18
Material de Producción

Material de Producción			
	Cantidad	Precio	Total
Ganchos	5	\$7.00	\$35.00
Agujas	5	\$25.00	\$125.00
Agujas de canevá	5	\$1.00	\$5.00
Hilo	5	\$8.00	\$40.00
			\$205.00

Fuente:Elaboración propia.

Tabla 19
Gastos de Papelería

Gastos de Papelería

	Cantidad	Precio
Caja de Lapiceros	1	\$ 45.00
Caja de Hojas Blancas Tamaño Carta	1	\$ 529.00
Caja de Marca textos	1	\$ 26.00
Caja Lápices	1	\$ 38.00
Postics	1	\$ 48.50
Caja de clips	1	\$ 12.00
Caja de folders	1	\$ 121.00
Total		\$ 819.50

Fuente:Elaboración propia.

4.3.7 Materia Prima

No se obtendrá mucha materia prima ya que el recurso principal para realizar el producto es la bolsa de plástico la cual será reciclada.

A continuación, se presenta la cantidad de materia prima que se requerirá para la producción mensual de 450 bolsas.

Tabla 20
Materia Prima

Materia Prima

	Cantidad	Precio	Total
Tela	75	\$30.00	\$2,250.00
Cierre	100	\$5.00	\$750.00
Etiqueta	100	\$0.50	\$75.00
Bolsa de empaque	100	\$2.00	\$300.00
Total			\$3,375.00

Fuente:Elaboración

propia.

4.3.8 Capacidad Instalada

Tabla 21
Capacidad Instalada

Periodo	Cantidad de producto
1 Día	7-8 Bolsas
1 Semana	37 - 38 Bolsas
1 Mes	150 Bolsas

Fuente:Elaboración propia.

4.3.9 Manejo de Inventarios

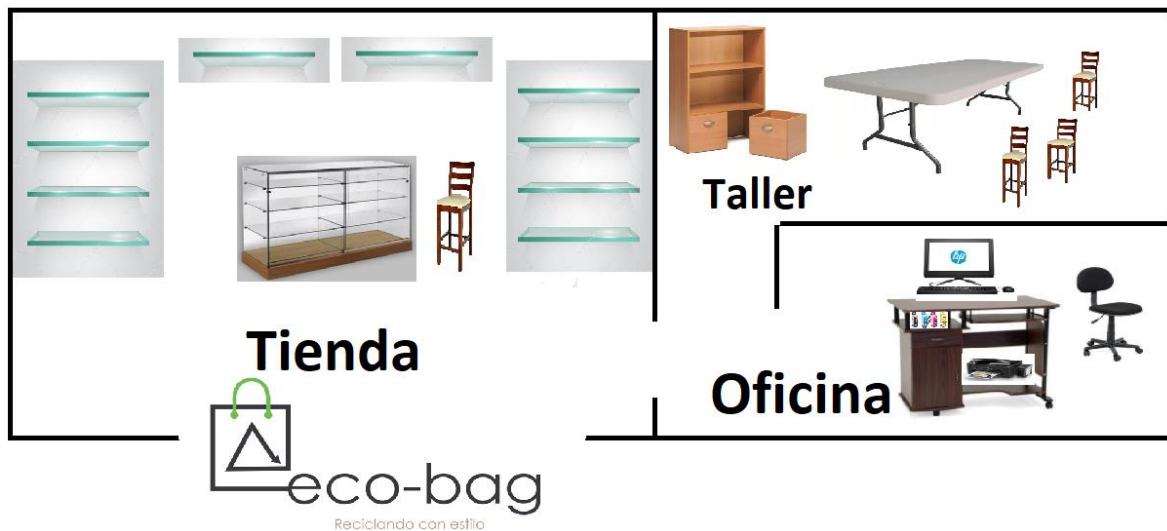
La empresa no necesita mantener un manejo de inventarios a corto plazo ya que cada uno de los productos se puede conseguir con los proveedores al momento en el que se requiera; la materia prima será adquirida mensualmente.

4.3.10 Ubicación de la Empresa

El producto será distribuido desde el local que se encuentra ubicado en Villa Guerrero, Estado de México. Con dirección José María García No. 7. Local 15.

4.3.11 Diseño y Distribución de Planta y Oficinas

*Ilustración 45
Diseño y Distribución*



Fuente:Elaboración propia.

4.3.12 Mano de Obra Requerida

Tabla 22
Mano de Obra Requerida

Actividad	Núm. Personas	Tipo de Habilidad
Separar, Recortar y unir la bolsa a manera de hacer el hilo	1	Ninguna
Tejer y crear el diseño de la bolsa	2	Saber coser
Ventas	1	Mercadotecnia, Comercio, Finanzas, etc.

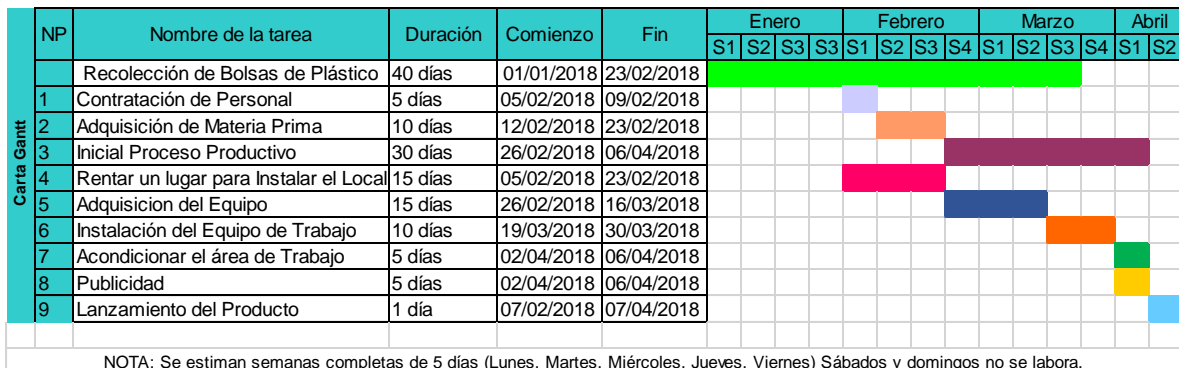
Fuente:Elaboración propia.

4.3.13 Procedimientos de Mejora Continua

- 1.- Se creará un nuevo diseño mensual.
- 2.- Realizar una encuesta para saber su opinión acerca de diseño y calidad del producto determinando así el grado de satisfacción con el producto.

4.3.14 Programa de Producción

Ilustración 46
Programa de Producción



Fuente:Elaboración propia.

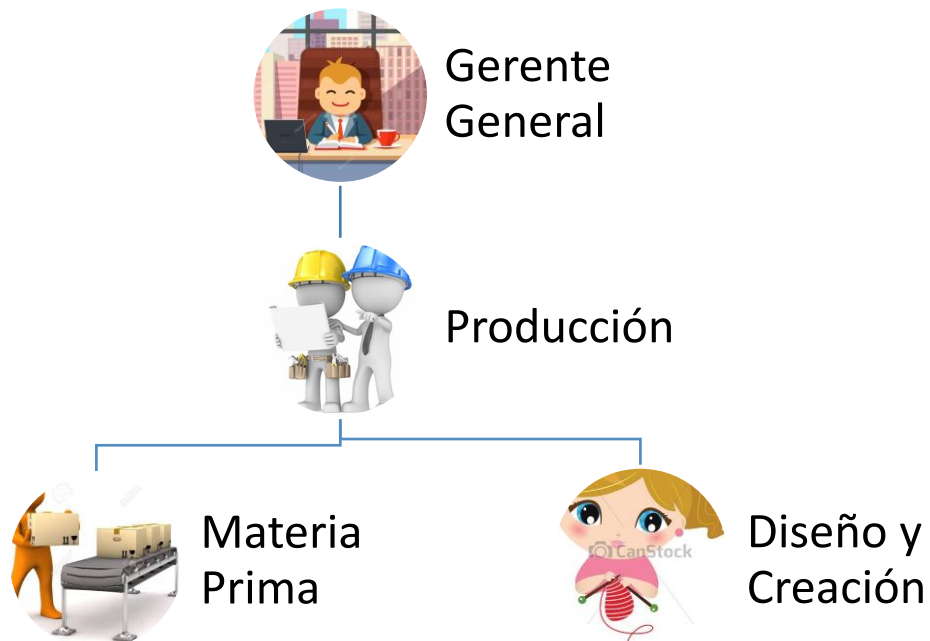
4.4 Organización

4.4.1 Objetivos del Área de Organización

En el área organizacional la empresa busca establecer una adecuada distribución de responsabilidades y actividades, de modo que se facilite el trabajo en equipo y el cumplimiento de los objetivos de las áreas restantes de la empresa.

4.4.2 Organigrama

*Ilustración 47
Organigrama*



Fuente:Elaboración propia.

4.4.3 Matriz de Responsabilidades

Tabla 23
Estructura Organizacional

Área	Actividades	Requisitos Especiales	Periodicidad y Tiempo
Gerente General	Ventas Mercadotecnia Finanzas Producción	Licenciatura terminada en el área de economía.	Lunes a Viernes de 8:00 am a 2:00 pm y de 4:00 pm a 8:00 pm. Sábados y domingos de 10 am a 6:00 pm.
Materia Prima	Separar las bolsas por colores. Crear el hilo.	No necesita ningún estudio ni experiencia.	Lunes a Viernes de 8:00 am a 2:00 pm y de 4:00 pm a 8:00 pm.
Diseño y Creación	Tejer las bolsas e innovar diseños	Saber tejer Creatividad e innovación	Lunes a Viernes de 8:00 am a 2:00 pm y de 4:00 pm a 8:00 pm.

Fuente:Elaboración propia.

4.4.4 Funciones específicas por puesto

Tabla 24
Funciones Específicas por Puesto

Puesto	Funciones
Gerente General	<p>Dirección General: Es la parte de la empresa que encargara de la administración, el control y el desarrollo de la misma, cuidando que las distintas áreas lleven a cabo, de la mejor manera posible, sus funciones; es decir, que cumplan con sus objetivos de manera que el desempeño en general sea de alta calidad y satisfactorio. Manejo de Conflictos.</p> <p>Mercadotecnia: Diseñar promociones positivas que modifiquen la actitud hacia el producto. Al igual que medir el</p>

tamaño del mercado potencial y saber diseñar el bien que satisfaga una necesidad.

Ventas: Solicitar y controlar el material con el que se va a trabajar, pedir las herramientas, asignar tiempos y programar la producción.

Finanzas: Saber tomar decisiones principalmente la decisión de inversión, la decisión de financiamiento y la decisión de dividendos.

Producción: El objetivo es realizar el proceso lo más eficientemente posible, para evitar errores que puedan disminuir la calidad del producto. Cualquier que se presente deberá resolverse de inmediato.

Materia Prima

Materia Prima: El objetivo es realizar el proceso lo más eficientemente posible. Contando siempre con toda la materia lista en el momento que se le requiera.

Diseño y Creación

Diseño: El objetivo es realizar el proceso lo más eficientemente posible. Lograr solventar problemas o carencias gráficas, es decir un diseñador puede crear (Diseñar) o corregir (Rediseñar).

Fuente:Elaboración propia.

4.4.5 Capacitación del Personal

La capacitación del personal la realizará la Licenciada en R.E.I. Vera Arenas Katia Gabriela Gerente General de la empresa y socia mayoritaria de la empresa la cual se llevará a cabo de acuerdo con la Ley Federal del Trabajo donde dice que el empleador o patrón debe cumplir con al menos una vez al año una capacitación al trabajador.

4.4.5.1 Reclutamiento

El reclutamiento del personal será llevado a cabo por Licenciada en R.E.I. Vera Arenas Katia Gabriela Gerente General de la empresa y socia mayoritaria de la empresa de acuerdo con la aprobación de todos los socios.

Es muy importante un proceso formal de reclutamiento que garantice la captación del personal requerido de acuerdo con los perfiles establecidos para los diversos puestos, existen muchos y muy diversos medios para reclutar el personal.

Debido a que los socios trabajaran distribuidos en cada una de las áreas, la empresa no tiene la necesidad de contratar personal hasta el largo plazo.

Sin embargo, a largo plazo solicitaremos personal con un volante que será distribuido por el municipio, afuera de la empresa y en nuestras redes sociales.

4.4.5.2 Selección

La selección del personal se llevará a cabo de la siguiente manera:

- Los aspirantes llenarán una solicitud de empleo y con base a ella seleccionaremos aquellos que cubran las características deseadas para cada uno de los puestos.
- Se les hará una encuesta sobre su estado civil, número de hijos residencia y otros datos que nos permitan saber si el candidato no va a tener muchos problemas para asistir o cumplir bien con su trabajo, o si va a faltar con frecuencia.
- Se les hará una entrevista para conocer sus habilidades y si tienen experiencia en los puestos que desea cubrir.

El costo de la selección del personal será el costo de los exámenes y las encuestas.

4.4.5.3 Contratación

- **Tipos de contratos que se utilizaran en la empresa:** En esta empresa se van a usar los contratos semestrales. Ya que el personal no requiere de una capacitación y adiestramiento muy difíciles. El trabajo es sencillo y fácil de realizar.
- **Aspectos laborales que se deben considerar:** Los empleados deberán trabajar tiempo completo de lunes a viernes con un horario de 8:00 am a 2:00 pm y de 4:00 pm a 8:00 pm. Recibirán un salario semanalmente. El empleado tendrá derecho a

faltar un máximo de una vez al mes, por razones de fuerza mayor. Tendrá derecho a una semana de vacaciones por semestre.

4.4.5.4 Inducción

1.- Persona que se encargará de la Introducción: Katia Gabriela Vera Arenas, encargada de la Gerencia General.

2.- Material de Apoyo que se utilizará en el Proceso: Tríptico que contendrá información importante acerca de la empresa.

3.- Momento en el que se llevará a cabo: Un día o semana antes de comenzar a laborar en la empresa.

4.- Costos Involucrados en el proceso: Solo el valor del tríptico \$5.00.

Contenido de programa de inducción a la microempresa.

Los puntos que debe contener la inducción son los siguientes:

- **Bienvenida a la microempresa:**
 - Recorrido por las áreas de la microempresa
 - Hablar sobre la empresa
 - Cómo empezó
 - Quiénes la integran
 - Cuáles son los objetivos y metas de la microempresa
 - Qué tipo de empresa es
 - Políticas Generales de la Microempresa
 - Horario
 - Día, lugar y hora de pago.
 - Que se debe hacer cuando no se asiste al trabajo.
 - Normas de seguridad
 - Áreas de servicio para el personal
 - Reglamento Interno de trabajo

- **Presentaciones:**
Con el Gerente General
Con sus compañeros de Trabajo
- **Ubicación del empleado en su puesto de trabajo:**
Objetivo del puesto
Labores a cargo del empleado
Administración de Recursos Humanos
Como esperas que el empleado desarrolle su trabajo
Otros puestos con los que tiene relación.

4.4.6 Desarrollo Personal

La empresa iniciará con pocos empleados, cuatro en total, los cuales de igual forma son los socios por lo que no se solicitara un adiestramiento, por lo menos en corto y mediano plazo.

En cuanto a la capacitación, según el giro de la empresa, no se considera necesario otorgarla a los trabajadores, pues no tendrán contacto directo con el cliente y de ellos no dependerá el desarrollo de la compañía. Lo indispensable es que se realicen las funciones de trabajo correctamente, a fin de que haya desarrollo.

4.4.7 Administración de Sueldos y Salarios

Cada uno de los socios recibirá el mismo sueldo diario ya que cada uno de ellos apporto la misma cantidad para la inversión inicial.

*Tabla 25
Costos Fijos*

Costos Fijos (Mano de obra)				
Actividad	Trabajadores	Salario por día	Salario por semana	Salario por mes
Gerente General	1	\$200.00	\$1,000.00	\$4,000.00
Materia Prima	1	\$200.00	\$1,000.00	\$4,000.00
Diseño y Creación	2	\$200.00	\$1,000.00	\$8,000.00
Total	4	\$ 600.00	\$ 3,000.00	\$16,000.00

Fuente:Elaboración propia.

4.4.8 Evaluación de desempeño

Tabla 26
Evaluación de Desempeño

Puesto: Producción		Indicador: Eficiencia de Producción
Objetivo Semanal 1:	Cumplir con la producción esperada.	
Objetivo Semanal 2:	Uso eficiente de la materia prima.	
Objetivo Semanal 3:	Trabajo en equipo para la producción del producto y limpieza de la empresa.	
Objetivo Semanal 4:	Ser capaz de una mayor producción a fin de satisfacer una mayor demanda.	
Objetivo del Semestre 1:	Aumentar el uso de materia prima, tiempo, producción, a fin de ser capaces de empezar nuestros planes de distribución en los municipios vecinos.	

Puesto Gerente General

Objetivo semana 1,2,3,4; Mes 1 y Semestre 1	Proporcionar un buen trato al cliente, a fin de que tenga deseos de volver y recomiende tanto nuestro producto, como el servicio de nuestra empresa entre sus amistades.
--	--

Objetivo semana 1,2,3,4; Mes 1 y Semestre 1	Recibir los datos correctos tanto de cuentas de inversión o gasto, como de ingresos, a fin de darnos cuenta si nuestra empresa es redituable.
--	---

Fuente:Elaboración propia.

4.4.9 Relaciones de Trabajo

La empresa tendrá políticas de convivencia para de esta forma garantizar un trato cálido y cordial entre todos los empleados y a su vez eficiencia en cada una de las áreas de la empresa.

- **Ventas:**
 - ✓ Atender al cliente con amabilidad y respeto.
 - ✓ Resolver todas las dudas que se le presenten al momento de observar el producto y durante su proceso de compra.
 - ✓ Ofrecer calidad de servicio.

- **Producción:**
 - ✓ Revisar que toda la materia prima cumpla con la calidad que se solicita.
 - ✓ Elaborar cada bolsa con calidad y esmero que se necesita.
 - ✓ Mejorar cada vez más la calidad y aumentar la productividad.

- **Gestión (Recursos Humanos):**
 - ✓ Evitar discusiones y diferencias entre los empleados y socios.
 - ✓ Sancionar cualquier tipo de comportamiento en contra de las normas establecidas.
 - ✓ Se tomarán en cuenta las opiniones de todos por medio de un buzón de sugerencias y se tendrá una mesa redonda mensual para que los empleados expresen sus conformidades e inconformidades lo cual servirá para dar confianza entre cada uno de los integrantes de la microempresa.

4.4.10 Marco legal de la Organización

Para tener una empresa legalmente implantada es necesario elaborar el marco legal de producción.

“eco-bag” podrá ser constituida como una microempresa de Sociedad por Acciones Simplificada con sus siglas S.A.S. Debido a que “es un nuevo tipo de Sociedad Mercantil, creada para constituir una micro o pequeña empresa a través de Internet, en un solo día y de manera gratuita. Sólo se necesita tu firma electrónica (e.firma) y una Autorización de uso de denominación o razón social” (Accounting, 2018).

“Los objetivos de esta iniciativa son: eliminar la informalidad, simplificar la constitución de micro y pequeñas empresas, constituir un nuevo régimen societario formado por uno o más accionistas (personas físicas), instaurar un proceso de constitución administrativa con todos los efectos legales correspondientes, y fomentar el crecimiento de estas empresas para que adopten en el futuro formas más sofisticadas de operación y administración” (Accounting, 2018).

Requisitos:

1.- Elegir Nombre

2.- Solicitar permiso ante Secretaria de Relaciones Exteriores.

3.- Acudir al Notario

- ✓ Razón o denominación Social
- ✓ Autorización de la SRE
- ✓ Nombre de los Socios
- ✓ Capital social (\$ 100,000.00)
- ✓ Tipo de participación de los socios en el capital social
- ✓ Aportación que hace cada uno de los socios
- ✓ Objeto de la sociedad (Acciones a realizar)
- ✓ Objeto social (Producción y venta de productos elaborados con material reciclado y reciclar material.
- ✓ Cláusula de exclusión
- ✓ Tipo de administración (Representante Legal y en decisiones trascendentes pedir un consejo de administración.

El acta constitutiva en el que se puede ver a detalle cómo se conformó la sociedad se encuentra en el anexo número 4.

4.5 Análisis Financiero

4.5.1. Escenario del Estudio Financiero

- Un producto estrella
- Escenario optimista
- Bajo condiciones estables de mercado
- No habrá ventas a crédito

4.5.2 Objetivos del Área Financiera

4.5.2.1 Objetivo General

Llevar ordenadamente las cuentas de la empresa. Estar al tanto de la situación financiera para buscar opciones que permitan ahorrar en costos y gastos para incrementar el rendimiento general.

4.5.2.2 Objetivos a Corto Plazo (Tres Meses)

El objetivo de la empresa en cuanto al área financiera es sacar los costos de producción, costos fijos y sueldos; y generar utilidades retenidas de **\$8,568.45**

*Ver en punto 4.5.4.2 Estado de Resultados.

4.5.2.3 Objetivos a Mediano Plazo (Seis Meses)

Incrementar las utilidades obtenidas, hasta llegar a **\$20,478.15** y ampliar nuestra gama de productos.

*Ver en punto 4.5.4.2 Estado de Resultados.

4.5.2.4 Objetivos a Largo Plazo (Un Año)

Incrementar las utilidades obtenidas, hasta llegar a **\$40,956.30** y comenzar a financiar otros locales alrededor del municipio.

*Ver en punto 4.5.4.2 Estado de Resultados.

4.5.3 Sistema Contable de la Empresa

4.5.3.1 Contabilidad de la empresa

Lo llevará a cabo el responsable del área de finanzas, es decir, Katia Gabriela Vera Arenas. Su sueldo mensual es de \$4,000.00.

4.5.3.2 Catálogo de Cuentas

Tabla 27
Catálogo de Cuentas

Número de cuenta	Nombre de la Cuenta
100	Caja
101	Bancos
102	Cuentas por Cobrar
103	Materiales de Oficina
104	Inventario de Producción Final
105	Inventario de Materia Prima
106	Equipo de Oficina
107	Maquinaria y Equipo
200	Cuenta por Pagar
201	Sueldos por Pagar
202	Intereses por Pagar
300	Capital Social
301	Utilidades Retenidas
400	Ingresos por Venta de Contado
401	Ingresos por Ventas a Crédito
500	Gastos por Servicios Públicos
501	Gastos por Sueldos
505	Gastos por Publicidad
600	Compras

Fuente:Elaboración propia.

4.5.3.3 Software a utilizar

Para llevar a cabo la contabilidad, se utilizará el paquete *EXCEL* para Microsoft que será utilizado por Katia Gabriela Vera Arenas, quien está capacitada para el uso de este paquete, por lo que no incurrirá en gastos de adiestramiento.

4.5.4 Costos y Gastos

Tabla 28
Muebles

Muebles para la Exhibir el Producto			
	Cantidad	Precio	Total
Vitrina Exhibidora	1	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00
Repisas	10	\$ 180.00	\$ 1,800.00
Banco	4	\$ 250.00	\$ 1,000.00
Mueble para almacenar la mercancía	1	\$ 3,460.00	\$ 3,460.00
Mesa	1	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00
Total			\$ 11,360.00

Fuente:Elaboración propia.

Tabla 29
Muebles

Muebles de Oficina			
	Cantidad	Precio	Total
Computadora persona	1	\$ 7,769.00	\$ 7,769.00
Impresora	1	\$ 2,899.00	\$ 2,899.00
Escritorio	1	\$ 1,499.00	\$ 1,499.00
Cartuchos de Tinta	4	\$ 145.00	\$ 580.00
Silla	1	\$ 549.00	\$ 549.00
Total			\$ 13,296.00

Fuente:Elaboración propia.

Tabla 30
Material de Producción

Material de Producción			
	Cantidad	Precio	Total
Ganchos	5	\$7.00	\$35.00
Agujas	5	\$25.00	\$125.00
Agujas de canevá	5	\$1.00	\$5.00
Hilo	5	\$8.00	\$40.00
Total			\$205.00

Fuente:Elaboración propia.

Tabla 31
Gastos de Papelería

Gastos de Papelería			
	Cantidad	Precio	
Caja de Lapiceros	1	\$ 45.00	
Caja de Hojas Blancas Tamaño Carta	1	\$ 529.00	
Caja de Marca textos	1	\$ 26.00	

Caja Lápices	1	\$	38.00
Postics	1	\$	48.50
Caja de clips	1	\$	12.00
Caja de folders	1	\$	121.00
Total		\$	819.50

Fuente:Elaboración propia.

Tabla 32
Costos Fijos

Costos Fijos (Servicios)

SERVICIO	PRECIO POR MES (30 DIAS)
Renta	\$2,500.00
Agua	\$85.00
Luz	\$150.00
Teléfono e Internet	\$450.00
TOTAL	\$3,185.00

Fuente:Elaboración propia.

Tabla 33
Costos Fijos

Costos Fijos (Publicidad)

Producto	Cantidad mensual	Precio Unitario	Total
Tarjetas de presentación	50	\$1.50	\$75.00
Volantes	100	\$4.00	\$400.00
Total:			\$475.00

Fuente:Elaboración propia.

Tabla 34
Costos Variables

Costos Variables (Producción)

Tela	\$15.00
Cierre	\$5.00
Etiqueta	\$0.50
Caja de empaque	\$2.00
Total	\$22.50

Gastos de Apertura

Anticipo Local	\$ 2,500.00
Materia Prima mes u medio adicional	\$ 5,062.50
Total	\$ 7,562.50

Fuente:Elaboración propia.

Tabla 35
Totales de Inversión Inicial

Totales de Inversión Inicial	
Muebles para la exhibir el producto	\$ 11,360.00
Muebles de Oficina	\$ 13,296.00
Material de Producción	\$ 205.00
Gastos de Papelería	\$ 819.50
Costos Fijos (Servicios)	\$3,185.00
Costos Fijos (Publicidad)	\$475.00
Materia Prima	\$3,375.00
Gastos de Apertura	\$ 7,562.50
Total	\$40,278.00

Fuente:Elaboración propia.

Tabla 36
Acta Constitutiva

Acta Constitutiva	
Alta ante la SER	\$ 5,653.00
Estudio ante el IMP	\$ 2,457.79
Honorarios Juez	\$ 10,500.00
Honorario Licenciado	\$ 15,000.00
Total	\$ 33,610.79

Fuente:Elaboración propia

4.5.4.1 Capital Social

El capital social de “Eco-bag” asciende a **\$80,000.00**, cantidad aportada por los socios en su totalidad.

4.5.4.2 Créditos (Prestamos)

Eco-bag no recurrirá a los préstamos debido a que la inversión podrá ser sustentada por los 4 socios ya que esta no es muy significativa.

4.5.4.3 Entradas

Tabla 37
Entradas

Ingreso Ventas	\$ 29,050.00
Capital Social	\$100,000.00

Fuente:Elaboración propia.

4.5.4.4 Salidas

Tabla 38
Salidas

Muebles para la exhibir el producto	\$ 11,360.00
Muebles de Oficina	\$ 13,296.00
Material de Producción	\$ 205.00
Gastos de Papelería	\$ 819.50
Costos Fijos (Servicios)	\$ 3,185.00
Costos Fijos (Publicidad)	\$ 475.00
Materia Prima	\$ 3,375.00
Gastos de Apertura	\$ 7,562.50
Sueldos	\$ 16,000.00
Acta Constitutiva	\$ 33,610.79

Fuente:Elaboración propia.

4.5.4.5 Proyección de Flujo de Efectivo (1 Año)

*Ilustración 48
Proyección de Flujo de Efectivo*

Eco-bag												
Estado de Flujo de Efectivo												
Del 1 de Marzo 2018 al 29 de Febrero de 2019												
	1° Mes	2° Mes	3° Mes	4° Mes	5° Mes	6° Mes	7° Mes	8° Mes	9° Mes	10° Mes	11° Mes	12° Mes
Saldo Inicial de la cuenta de efectivo		\$19,161.21	\$25,176.21	\$31,191.21	\$ 37,206.21	\$ 43,221.21	\$ 49,236.21	\$ 54,407.46	\$ 59,578.71	\$ 64,749.96	\$ 69,921.21	\$ 75,092.46
Entrada de Operación												
Inversión Inicial	\$ 80,000.00											
Ventas de contado	\$29,050.00	\$29,050.00	\$29,050.00	\$29,050.00	\$29,050.00	\$29,050.00	\$29,050.00	\$29,050.00	\$29,050.00	\$29,050.00	\$29,050.00	\$29,050.00
Flujo de Efectivo de Operación	\$ 109,050.00	\$48,211.21	\$54,226.21	\$60,241.21	\$ 66,256.21	\$ 72,271.21	\$ 78,286.21	\$ 83,457.46	\$ 88,628.71	\$ 93,799.96	\$ 98,971.21	\$104,142.46
Salidas de financiamiento e inversión												
Maquinaria y Equipo	\$ 25,680.50			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Renta	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00
Costos Fijos (Servicios)	\$685.00	\$685.00	\$685.00	\$685.00	\$685.00	\$685.00	\$685.00	\$685.00	\$685.00	\$685.00	\$685.00	\$685.00
Costos Fijos (Publicidad)	\$475.00	\$475.00	\$475.00	\$475.00	\$475.00	\$475.00	\$475.00	\$475.00	\$475.00	\$475.00	\$475.00	\$475.00
Proveedores	\$3,375.00	\$3,375.00	\$3,375.00	\$3,375.00	\$3,375.00	\$3,375.00	\$4,218.75	\$4,218.75	\$4,218.75	\$4,218.75	\$4,218.75	\$4,218.75
Gastos de Apertura	\$ 7,562.50	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Acta Constitutiva	\$33,610.79	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Sueldos	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00
Total Salidas	\$ 89,888.79	\$23,035.00	\$23,035.00	\$23,035.00	\$ 23,035.00	\$ 23,035.00	\$ 23,878.75	\$ 23,878.75	\$ 23,878.75	\$ 23,878.75	\$ 23,878.75	\$ 23,878.75
Saldo de Flujos de Efectivo al final del	\$ 19,161.21	\$25,176.21	\$31,191.21	\$37,206.21	\$ 43,221.21	\$ 49,236.21	\$ 54,407.46	\$ 59,578.71	\$ 64,749.96	\$ 69,921.21	\$ 75,092.46	\$ 80,263.71

Fuente:Elaboración propia.

4.5.5 Estados Financieros Proyectados (1 Año)

4.5.5.1 Estado de Resultados

Ilustración 49
Estado de Resultados

Estado de Resultados de eco-bag												
Del 1 de Marzo de 2018 al 29 de Febrero de 2018												
	1° Mes	2° Mes	3° Mes	4° Mes	5° Mes	6° Mes	7° Mes	8° Mes	9° Mes	10° Mes	11° Mes	12° Mes
Ventas de Contado	\$29,050.00	\$29,050.00	\$29,050.00	\$29,050.00	\$29,050.00	\$29,050.00	\$29,050.00	\$29,050.00	\$29,050.00	\$29,050.00	\$29,050.00	\$29,050.00
Ventas a Crédito	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventas Netas	\$29,050.00	\$29,050.00	\$29,050.00	\$29,050.00	\$29,050.00	\$29,050.00	\$29,050.00	\$29,050.00	\$29,050.00	\$29,050.00	\$29,050.00	\$29,050.00
Inventario Inicial												
Materia Prima (Inicial)	\$ 5,062.50	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Producto Terminado	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total de Inventario Inicial	\$ 5,062.50	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Compras y Gastos de Fabricación												
Compras de Materia Prima	\$3,375.00	\$3,375.00	\$3,375.00	\$3,375.00	\$3,375.00	\$3,375.00	\$4,218.75	\$4,218.75	\$4,218.75	\$4,218.75	\$4,218.75	\$4,218.75
Producto terminado	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Compra y Gastos de Fabricación	\$3,375.00	\$3,375.00	\$3,375.00	\$3,375.00	\$3,375.00	\$3,375.00	\$4,218.75	\$4,218.75	\$4,218.75	\$4,218.75	\$4,218.75	\$4,218.75
Inventario Final												
Materia Prima	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Producto terminado	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total de Inventario Final	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total costo de venta	\$ 8,437.50	\$ 3,375.00	\$ 3,375.00	\$ 3,375.00	\$ 3,375.00	\$ 3,375.00	\$ 4,218.75	\$ 4,218.75	\$ 4,218.75	\$ 4,218.75	\$ 4,218.75	\$ 4,218.75
Utilidad Bruta	\$20,612.50	\$25,675.00	\$25,675.00	\$25,675.00	\$25,675.00	\$25,675.00	\$24,831.25	\$24,831.25	\$24,831.25	\$24,831.25	\$24,831.25	\$24,831.25
Gastos de Operación												
Gastos de Servicios Públicos	\$685.00	\$685.00	\$685.00	\$685.00	\$685.00	\$685.00	\$685.00	\$685.00	\$685.00	\$685.00	\$685.00	\$685.00
Gastos de Maquinario y Equipo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Renta Local	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00
Total Gastos de Operación	\$3,185.00	\$3,185.00	\$3,185.00	\$3,185.00	\$3,185.00	\$3,185.00	\$3,185.00	\$3,185.00	\$3,185.00	\$3,185.00	\$3,185.00	\$3,185.00
Gastos Administrativos												
Sueldos	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00
Publicidad	\$475.00	\$475.00	\$475.00	\$475.00	\$475.00	\$475.00	\$475.00	\$475.00	\$475.00	\$475.00	\$475.00	\$475.00
Total Gastos Financieros	\$16,475.00	\$16,475.00	\$16,475.00	\$16,475.00	\$16,475.00	\$16,475.00	\$16,475.00	\$16,475.00	\$16,475.00	\$16,475.00	\$16,475.00	\$16,475.00
Utilidad Antes del ISR	\$952.50	\$6,015.00	\$6,015.00	\$6,015.00	\$6,015.00	\$6,015.00	\$5,171.25	\$5,171.25	\$5,171.25	\$5,171.25	\$5,171.25	\$5,171.25
ISR (34%)	\$323.85	\$2,045.10	\$2,045.10	\$2,045.10	\$2,045.10	\$2,045.10	\$1,758.23	\$1,758.23	\$1,758.23	\$1,758.23	\$1,758.23	\$1,758.23
Utilidad/Pérdida Neta	\$628.65	\$3,969.90	\$3,969.90	\$3,969.90	\$3,969.90	\$3,969.90	\$3,413.03	\$3,413.03	\$3,413.03	\$3,413.03	\$3,413.03	\$3,413.03
Utilidad Acumulada	\$628.65	\$4,598.55	\$8,568.45	\$12,538.35	\$16,508.25	\$20,478.15	\$23,891.18	\$27,304.20	\$30,717.23	\$34,130.25	\$37,543.28	\$40,956.30

Fuente:Elaboración propia.

4.5.5.2 Balance General

Ilustración 50
Balance General

eco-bag												
Balance General												
	1° Mes	2° Mes	3° Mes	4° Mes	5° Mes	6° Mes	7° Mes	8° Mes	9° Mes	10° Mes	11° Mes	12° Mes
ACTIVO												
Circulante												
Caja y Bancos		\$628.65	\$4,598.55	\$8,568.45	\$12,538.35	\$16,508.25	\$20,478.15	\$23,891.18	\$27,304.20	\$30,717.23	\$34,130.25	\$37,543.28
Inventario y Materia Prima	\$ 5,062.50	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Activo Circulante	\$ 5,062.50	\$628.65	\$4,598.55	\$8,568.45	\$12,538.35	\$16,508.25	\$20,478.15	\$23,891.18	\$27,304.20	\$30,717.23	\$34,130.25	\$37,543.28
Fijo												
Maquinaria y Equipo	\$ 25,680.50	\$ 25,680.50	\$ 25,680.50	\$ 25,680.50	\$ 25,680.50	\$ 25,680.50	\$ 25,680.50	\$ 25,680.50	\$ 25,680.50	\$ 25,680.50	\$ 25,680.50	\$ 25,680.50
Total Activo Fijo	\$ 25,680.50	\$ 25,680.50	\$ 25,680.50	\$ 25,680.50	\$ 25,680.50	\$ 25,680.50	\$ 25,680.50	\$ 25,680.50	\$ 25,680.50	\$ 25,680.50	\$ 25,680.50	\$ 25,680.50
Activos Totales	\$ 30,743.00	\$ 26,309.15	\$ 30,279.05	\$ 34,248.95	\$ 38,218.85	\$ 42,188.75	\$ 46,158.65	\$ 49,571.68	\$ 52,984.70	\$ 56,397.73	\$59,810.75	\$63,223.78
PASIVO												
Circulante												
Renta	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00
Sueldos	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00
Publicidad	\$475.00	\$475.00	\$475.00	\$475.00	\$475.00	\$475.00	\$475.00	\$475.00	\$475.00	\$475.00	\$475.00	\$475.00
Servicios	\$685.00	\$685.00	\$685.00	\$685.00	\$685.00	\$685.00	\$685.00	\$685.00	\$685.00	\$685.00	\$685.00	\$685.00
Proveedores	\$3,375.00	\$3,375.00	\$3,375.00	\$3,375.00	\$3,375.00	\$3,375.00	\$3,375.00	\$3,375.00	\$3,375.00	\$3,375.00	\$3,375.00	\$3,375.00
Total Pasivo Circulante	\$23,035.00	\$23,035.00	\$23,035.00	\$23,035.00	\$23,035.00	\$23,035.00	\$23,035.00	\$23,035.00	\$23,035.00	\$23,035.00	\$23,035.00	\$23,035.00
CAPITAL CONTABLE												
Capital Social	\$ 80,000.00	\$ 80,000.00	\$ 80,000.00	\$ 80,000.00	\$ 80,000.00	\$ 80,000.00	\$ 80,000.00	\$ 80,000.00	\$ 80,000.00	\$ 80,000.00	\$ 80,000.00	\$ 80,000.00
Utilidades Retenidas	\$628.65	\$4,598.55	\$8,568.45	\$12,538.35	\$16,508.25	\$20,478.15	\$23,891.18	\$27,304.20	\$30,717.23	\$34,130.25	\$37,543.28	\$40,956.30
Total Capital Contable	\$ 80,628.65	\$ 84,598.55	\$ 88,568.45	\$ 92,538.35	\$ 96,508.25	\$ 100,478.15	\$ 103,891.18	\$ 107,304.20	\$ 110,717.23	\$ 114,130.25	\$ 117,543.28	\$ 120,956.30

Fuente: Elaboración propia.

4.5.6 Indicadores Financieros

4.5.6.1 Razones o Indices de Liquidez

Este índice permite medir la capacidad de la empresa para pagar los préstamos o deudas contraídas a corto plazo. Se puede obtener mucha información de ellos, sobre las que se deben, etcétera. Entre mayor a uno sea la liquidez, hay más seguridad de que los pasivos se paguen si los activos se pueden convertir en efectivo.

Activo Circulante / Pasivo Circulante

Activo Circulante	Pasivo Circulante	
\$ 37,543.28	\$ 23,035.00	1.629836119

Esto quiere decir que por cada peso que tenga la empresa tiene un 63% de oportunidad para poder pagar la deuda.

4.5.6.1 Prueba de Ácido

Esta razón va muy relacionada con la razón circulante, la diferencia es que elimina los inventarios (porque estos son los activos circulantes más difíciles de convertir en efectivo). Mientras mayor a uno sea la prueba de ácido es mejor.

(Activo Circulante – Inventario) / Pasivo Circulante

Activo Circulante	Inventario	Pasivo Circulante	
\$ 37,543.28	\$ 0.00	\$ 23,035.00	1.629836119

Liberando es stock que se tiene en inventario la empresa cuenta con un 63% del total del valor de activo fijo para financiar sus pasivos a corto plazo.

4.5.6.2 Capital de Trabajo

Son los bienes y derechos con los que cuenta una empresa después de cubrir la deuda a corto plazo; es decir, los recursos que se tienen menos los que se deben.

Activos Circulantes / Pasivos Circulantes

Activos Circulantes	Activos Circulantes	
\$ 63,223.78	\$ 23,035.00	\$ 40,188.78

Ya liberadas las deudas cuenta con un capital neto contable de \$ 40,188.78 (El valor neto de los activos).

4.5.6.3 Razón de Endeudamiento

Indica la proporción en que los activos (Recursos) totales han sido financiados por personas ajenas a la empresa, ya sea por pasivos (proveedores de materias primas o algún banco) o capital (por aportaciones de los dueños o accionistas del negocio). Mientras la razón de endeudamiento sea menor a uno, es mejor.

Pasivos / Activos Capital Total / Activo Total

Pasivos	Activo Total	
\$ 103,035.00	\$ 63,223.78	1.629687566
Capital Total	Activo Total	
\$ 120,956.30	\$ 63,223.78	1.913145806

De cada peso del valor pasivo de la empresa el 63% es financiado tanto por proveedores como por los accionistas o dueños de la empresa.

De cada peso del capital total de la empresa el 91% es financiado tanto por los accionistas o dueños de la empresa.

4.5.6.4 Razones de Eficiencia y Operación

Rotación del Activo Total: Mide el Grado de utilización de activos totales (maquinaria, por ejemplo) para generar ventas. Mientras mayor a uno sea, es mejor.

Ventas Netas / Activo Total

Ventas Netas	Activo Total	
\$ 348,600.00	\$ 63,223.78	\$ 5.51

Los activos fijos empleados para la producción de bolsas elaboradas con material reciclable dan un rendimiento de 5.51 más de lo esperado para generar ventas.

4.5.6.5 Rentabilidad Sobre Ventas

Esta razón dice cuánto pasa a ser utilidad neta por cada peso que se vende. Mientras más cercana a 100% se encuentre esta razón, es mejor.

(Utilidad Neta / Ventas Netas)

Utilidad Neta	Ventas Netas	
\$ 40,956.30	\$ 348,600.00	11.74879518

De cada peso que se obtiene por concepto de ventas, el 12% se convierte en utilidad neta para la empresa

4.5.6.6 Rentabilidad sobre Activo Total

Esta Razón indica por cada peso que se convierte en los activos, cuanto se generó de rendimiento (es decir, de utilidad neta en el periodo). Mientras más cercano a 100% es mejor.

Utilidad Neta / Activo

Utilidad Neta	Activo	
\$ 40,956.30	\$ 63,223.78	64.77990281

De cada peso que se invirtió en maquinaria empleada para la producción, la empresa recibe un rendimiento del 65 % es decir 65 centavos por cada peso invertido.

4.5.6.8 Rentabilidad Sobre Capital.

Esta razón indica por cada peso que se invierte en los activos, cuánto se generó de rendimiento (es decir, de utilidad neta en el periodo). Mientras más cercano a cero es mejor.

Utilidad Neta / Capital

Utilidad Neta	Capital	
\$40,956.30	\$120,956.30	33.86041074%

De cada peso que los inversionistas invierten en el capital este dará un rendimiento del 34% como utilidad neta

4.6.6 Supuestos Utilizados en las Proyecciones Financieras

Para realizar la parte financiera del plan de negocios, en cuanto al balance general de 2018 se supuso que no se solicitara ningún préstamo debido a que el capital necesario es una pequeña cantidad. A continuación, la tabla de la aportación de cada uno de los socios.

Socio	Aportación
Katia Gabriela Vera Arenas	\$ 35,000.00
Valeria Lizbeth Martínez Vera	\$ 15,000.00
Ma. de la Luz Vera Arenas	\$ 15,000.00
María Asunción Vera Arenas	\$ 15,000.00
Total	\$ 80,000.00

Se ha acordado entre los socios que la remuneración del capital sería al pasar un año.

Caja y Bancos se comenzará con \$6,111.21 el cual es la diferencia entre la inversión inicial y los gastos para lograr su apertura.

Muebles para la exhibir el producto	\$11,360.00
Muebles de Oficina	\$13,296.00
Material de Producción	\$205.00
Gastos de Papelería	\$819.50
Costos Fijos (Servicios)	\$3,185.00

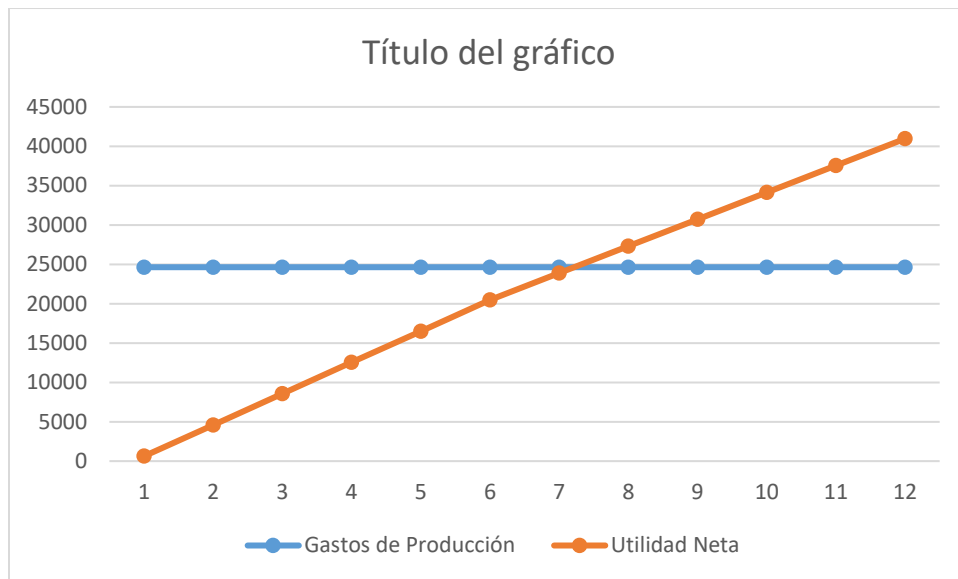
Costos Fijos (Publicidad)	\$475.00
Materia Prima	\$3,375.00
Gastos de Apertura	\$ 7,562.50
Acta Constitutiva	\$ 33,610.79
Total	\$73,888.79

4.6.7 Sistema De Financiación

Después de analizar todas las opciones se puede observar que la apertura de este negocio es rentable y que no es necesario un préstamo ya que con la aportación de cada uno de los socios es suficiente.

4.6.8 Punto de Equilibrio

*Ilustración 51
Punto de Equilibrio*



Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en el punto de equilibrio en el mes número 7 se obtienen los gastos de producción tomando en cuenta un escenario positivo en el que mensualmente se tendrá una venta mensual de 150 bolsas durante el primer año.

Conclusiones

Un plan de negocios es una herramienta valiosa y muy útil dentro del mundo de los negocios, si bien, no es un factor determinante para que la empresa sea exitosa, es un medio para lograr el mayor potencial del emprendimiento que se quiere iniciar, ya que a través del profundo análisis que se realiza, se puede determinar la viabilidad del proyecto, el retorno de la inversión, competencia, mercado, crecimiento; que orientan a implementar las mejores estrategias para el logro de objetivos de una organización.

Hoy en día, el elemento que se ha tornado imprescindible en lograr mayor posicionamiento en el mercado es la innovación, es de vital importancia generar ese factor diferenciador para ganar terreno frente a la competencia, estar en constante actualización, mejora y cambios en el producto o servicio a ofrecer, es la pieza clave para que la empresa siga en crecimiento, la adaptación constante a un mundo globalizado dará una ventaja competitiva inigualable en el mercado.

Es de gran relevancia conocer el panorama de la situación actual del sector en el cual se pretende ingresar, no solo de nuestro país sino del mundo, ya que permite una amplia perspectiva de lo que se puede lograr en un futuro con la organización, en este caso el crecimiento constante de Eco bag, una empresa dedicada a la producción de bolsas elaboradas con material reciclado.

A través de una planeación estratégica que visualice la inversión y el manejo de los recursos humanos, materiales y financieros, se obtiene mayor destreza y conocimiento del entorno social y situación económica actual. Siendo de gran ayuda la aplicación de estudios de mercado, organizacional, técnico y financiero que consoliden el futuro de la empresa.

Las herramientas y fórmulas financieras como lo son retorno de inversión, tasa interna de retorno, valor presente neto, punto de equilibrio, reflejan la correcta perspectiva del negocio, permiten conocer la viabilidad de la puesta en marcha y

generar estrategias que fortalezcan el lanzamiento de nuestros productos al mercado.

Retomando el objetivo general de este trabajo se puede observar que el proyecto de creación de una empresa productora de bolsas elaboradas con material reciclado es financieramente inviable debido a que se tuvo que realizar bajo un escenario muy positivo puesto que el cliente meta al que va dirigido no cuenta con dos cualidades muy importantes para el desarrollo de la empresa como lo es la cultura de pagar el precio de un producto ecológico y artesanal.

Sin embargo, sería pertinente realizar un nuevo estudio, ya que puede ser comercialmente viable tomando en cuenta otros segmentos de mercado que cuente con la cultura y poder adquisitivo para el consumo y uso de estos productos.

También cabe mencionar que este proyecto académicamente me dejó una gran enseñanza debido a que puse en práctica todo lo aprendido durante la carrera y una idea más clara de cómo aplicar los conocimientos obtenidos en la carrera y de esta forma tener un amplio panorama de cómo crear una empresa y que factores influyen y se deben de tomar en cuenta.

Personalmente aprendí mucho de cómo funciona una empresa o por lo menos los puntos clave que se deben tomar en cuenta para que una empresa sea rentable, que cada punto del proceso administrativo se debe respetar y saber utilizar para así garantizar una empresa plena.

También que en la actualidad se debe de incentivar más la implementación de empresas sustentables ya que estas garantizan un bienestar para las generaciones futuras.

Recomendaciones

Se recomienda a la empresa Eco bag que vigile y mejore sus procesos operativos para que pueda seguir ofreciendo a sus clientes el servicio que ellos esperan, implementando mejoras en la capacidad a través de la adquisición materia prima necesaria y de calidad cuyo análisis operativo y financiero se hizo en esta investigación. Así como también en recursos humanos mediante la creación de otros puestos adicionales estableciendo las funciones necesarias, que le ayuden a ser más eficiente y eficaz cada día.

Se recomienda también, que la empresa efectuara una reforma a su organización donde defina puestos y responsabilidades directas y eso permita perfeccionar más su operación diaria. Todo esto con el fin de hacer mejorar el crecimiento de la empresa.

Así como la búsqueda de nuevos clientes igualmente que la empresa busque nuevos clientes es decir segmente su mercado a más tipos de posibles clientes y refuerce la relación que posee con los actuales para que pueda seguir siendo una empresa exitosa. En el caso de que las ventas de la empresa no sea el esperado o se requiera aumentar los índices de venta.

Otra recomendación, que se hace es que la empresa implemente nuevos usos de material o implemente una nueva gama de productos con otro tipo de material que también emita grandes cantidades de contaminación al medio ambiente para de esta forma seguir innovando logrando así una ventaja competitiva sólida.

Se recomienda por último que aproveche las condiciones que le favorecen actualmente para implementar estrategias de marketing tales como la mejor producción y adecuaciones a su producto, ambas expuestas también en la investigación, que le permitan fortalecerse aún más como empresa y seguir manteniendo un crecimiento constante durante los próximos años.

Referencias

- Accounting, U. (01 de Septiembre de 2018). *U Accounting*. Obtenido de <https://uaccounting.com.mx/sociedad-acciones-simplificada-caracteristicas-ventajas-desventajas>
- Alcaraz Rodríguez, R. (2015). *El emprendedor de Éxito*. México: Mc Graw Hill.
- Antón Pérez, J. J., & Garijo de Miguel, S. (2009). *Empresa y Administración*. Madrid: Macmillan Iberia.
- Balanko-Dickson, G. (2008). *Cómo preparar un plan de negocios exitoso*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana.
- Boada Ortíz, A. (2013). EL RECICLAJE, UNA HERRAMIENTA NO UN CONCEPTO REFLEXIONES. *RED DE DESARROLLO SOSTENIBLE*, 7.
- Claudio., L. S. (14 de 08 de 2017). *gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/por-que-fracasan-las-pymes/>
- Correa, F. (2009). *Administración*. Córdoba: El Cid Editor.
- Estrella Suárez, M., & González Vázquez, A. (2014). *Desarrollos sustentable: un nuevo mañana*. México: Gruppo Editorial Patria.
- Galindo, L. M., & García Martínez, J. (2010). *Fundamentos de Administración*. México: Trillas.
- García Fernandez, J. J. (2018). El Concepto de Sustentabilidad de los Recursos Naturales. *Fundación para la Conservación de las Especies y Medio Ambiente*, 22.
- González Salazar, D. (2007). *Plan de Negocios para emprendedores al éxito*. México: Mc Graw Hill.
- González, L. (2002). *Proceso Administrativo*. México: Grupo Editorial Patria.
- González., R. G. (14 de 08 de 2010). *H. Ayuntamiento de Villa Guerrero*. Obtenido de <http://siglo.inafed.gob.mx/enciclopedia/EMM15mexico/municipios/15113a.html>
- Guerrero Reyes, C., & Galindo Alvarado, F. (2014). *Administración 2*. México: Grupo Editorial Patria.
- Hampton, D. R. (1989). *Administración*. España: McGraw-Hill Interamericana.
- Hernández y Rodríguez, S., & Palafox de Anda, G. (2012). *Administración*. México: Mc Graw Hill.
- Hernández, Fernández y Baptista (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- INEGI. (14 de 08 de 2010). *INEGI*. Obtenido de <http://www.beta.inegi.org.mx/proyectos/ccpv/2010/>
- Iriarte Mercado, C., Marín Moreno, M., Agundis Arias, F., Arévalo González, J., Garfias Gutiérrez, L., Hernández Lugo, A., & Peralta García, P. (03 de 03 de 2018). *Plataforma Electoral Municipal*. Obtenido de <http://priedomex.org.mx:82/Transparencia/2016/Villa%20Guerrero.pdf>

- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2008). *Administración*. México: Mc Graw Hill.
- Kotler, P. y. (2012). *Marketing*. México: Pearson Educación.
- L. Daft, R., & Marcic, D. (2009). *Introducción a la Administración*. México: Cengage Learning Editores.
- Lignan, S. G. (14 de 08 de 2017). *El Financiero*. Obtenido de <http://www.elfinanciero.com.mx/opinion/contaminacion-por-bolsas-de-plastico.html>
- Münch, L. (2010). *Administración*. México: Pearson.
- Muñiz, R. (23 de Mayo de 2018). *Marketing XXI*. Obtenido de <https://www.marketing-xxi.com/canales-de-distribucion-63.htm>
- Muñoz, E. M. (2013). *Fundamentos de la investigacion*. México: Alfaomega Grupo Editor.
- MX, M. (03 de 03 de 2018). *Municipios MX*. Obtenido de <http://www.municipios.mx/mexico/villaguerrero/>
- Ramirez Treviño, A. (2006). El desarrollo sustentable: Interpretación y análisis. *Red Revista del Centro de Investigación*, 7.
- Reservados, C. 2.-D. (03 de 03 de 2018). *Villa Guerrero*. Obtenido de <http://villaguerrero.ayuntamientodigital.gob.mx/turistico/Contenido.php?seccion=2&lat=1109>
- Röben, E. (2003). El Reciclaje. *DED Ecuador*, 103.
- Rodolfo, G. G. (18 de 09 de 2017). *H. Ayuntamiento de Villa Guerrero*. Obtenido de <http://siglo.inafed.gob.mx/enciclopedia/EMM15mexico/municipios/15113a.html>
- Sailer, Ernst, Blunck, Blumenstock, Herbes, Schittenbelm, . . . Ramme. (2015). *Sustainable Bussiness Managment*. Alemania: UVK Verlagsgesellschaft mbh, Konstanz and Munchen.
- Sánchez, D. M. (2014). *Administración 1*. México: Gruo Editorial Patria.

ANEXOS

Anexo 1.- Elección del Logotipo de la Empresa

TIPOGRAFÍA ORIGINAL DEL LOGOTIPO

Century Gothic
Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff
Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz

PALETA CROMÁTICA

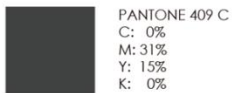
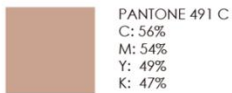


IMAGEN CORPORATIVA

ISOTIPO



LOGOTIPO

eco-bag

LOGOTIPO + ISOTIPO



VARIANTES IMAGEN CORPORATIVA



IMAGEN CORPORATIVA, VARIANTES Y BAJADA

POSITIVO



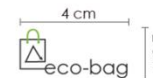
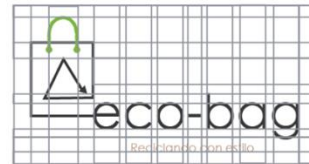
NEGATIVO



ESCALA DE GRISES



GRILLA DE CONSTRUCCIÓN



TIPOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

VRINDA REGULAR:

Aa Bb Cc Dd Ee Ff
Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz

ROUNDED ELEGANCE
REGULAR

Aa Bb Cc Dd Ee Ff
Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz

PROCESO



MOODBOARD DE INSPIRACIÓN



Anexo 2.- Trámites para dar de Alta la empresa ante la Secretaria de Relaciones Económicas

Este formato se consigue en la Delegación Federal de la SRE. En su defecto un escrito libre que contenga: el órgano a quien se dirige el trámite, el lugar y fecha de emisión del escrito correspondiente, nombre de quien realiza el trámite, domicilio para oír y recibir notificaciones, nombre de la persona o personas autorizadas para recibir notificaciones, tres opciones de denominación solicitada, especificar el régimen jurídico solicitado y firma autógrafa del solicitante.

Costo: \$5,653.00

Tiempo de trámite: El mismo día si la solicitud se presenta antes de las 11:00 A.M.

Protocolización del Acta Constitutiva ante Notario o Corredor Público

Presentación ante el Registro Público de la Propiedad y del Comercio.

Las Sociedades Mercantiles tienen como fundamento legal un contrato de sociedad, en el cual los socios se obligan mutuamente a combinar sus recursos y/o esfuerzos para la realización de un objetivo común.

Dentro del contrato o acta constitutiva deben incluirse los siguientes datos:

1. Nombre, nacionalidad, domicilio, ocupación, lugar y fecha de nacimiento, registro federal de contribuyentes, en su caso y copia de identificación con fotografía de los socios;
2. El nombre de la empresa;
3. El objeto o sector de la sociedad;
4. El domicilio de la sociedad;
5. El importe del capital social;

6. La aportación de cada uno de los socios, ya sea en dinero u otros bienes;
7. La duración de la sociedad;
8. La manera en que se va a administrar la sociedad y las facultades de sus administradores;
9. El mecanismo de reparto de utilidades, y
10. Las causas de disolución de la compañía.

El acta, además de estos datos en su caso, puede llevar la Cláusula de

Extranjería, con la cual se acepta a los extranjeros en la empresa, o la Cláusula de Exclusión de Extranjeros, en la que por ninguna razón podrían ser admitidos en la empresa, ni podrán tener acciones de la misma. El mínimo de socios para establecer una sociedad mercantil es de dos.

Costo: De \$ 10,500.00

Pago de Licenciado que realiza la Acta Constitutiva

Costo: \$ 15,000.00

Anexo 3.- Trámites para dar de Alta la empresa ante el Instituto Mexicano de Propiedad Industrial (IMPI)

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 uso indebido y puede otorgar licencias de uso o franquicias.

DOCUMENTO REQUERIDO	PRESENTACIÓN
SOLICITUD DE REGISTRO O PUBLICACIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS*	
HOJA ADICIONAL COMPLEMENTARIA AL PUNTO “DATOS GENERALES DEL (DE LOS) SOLICITANTE(S)” *	Original
COMPROBANTE DE PAGO	Copia
DOCUMENTO QUE ACREDITA LA PERSONALIDAD DEL MANDATARIO (ESTE DOCUMENTO PUEDE PRESENTARSE EN COPIA CERTIFICADA Y SU PRESENTACIÓN ES OPCIONAL)	Original
CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO GENERAL DE PODERES DEL IMPI (OPCIONAL)	Copia
REGLAS DE USO, SÓLO SI EL SIGNO DISTINTIVO SE PRESENTA POR MÁS DE UN SOLICITANTE (COTITULARIDAD)	Original
HOJA ADICIONAL COMPLEMENTARIA AL PUNTO “PRODUCTOS O SERVICIOS, EN CASO DE MARCA O AVISO COMERCIAL/GIRO COMERCIAL PREPONDERANTE”**	Original
HOJA ADICIONAL COMPLEMENTARIA AL PUNTO “LEYENDAS O FIGURAS NO RESERVABLES” **	Original
TRADUCCIÓN DE LOS DOCUMENTOS PRESENTADOS EN IDIOMA DISTINTO AL	Original

ESPAÑOL, EN SU CASO	
LEGALIZACIÓN O APOSTILLA DE LOS DOCUMENTOS ANEXOS PROVENIENTES DEL EXTRANJERO, EN SU CASO	Original

CONCEPTO	MONTO
POR EL ESTUDIO DE UNA SOLICITUD NACIONAL PARA EL REGISTRO DE UNA MARCA HASTA LA CONCLUSIÓN DEL TRÁMITE O, EN SU CASO, LA EXPEDICIÓN DEL TÍTULO* (EL COSTO NO INCLUYE IVA)	\$2,457.79 mxn

Anexo 4.- Acta Constitutiva

ACTA CONSTITUTIVA DE SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA CON SUS SIGLAS S.A.S.

ESCRITURA No. 5624 VOLUMEN 548 FOJAS 21 a 27 EN LA CIUDAD DE MÉXIC DF., a 15 de Marzo de 2017, Yo El Licenciado Karen Citlalli Méndez Arenas Notario Público No 365, HAGO CONSTAR: ELCONTRATO DE SOCIEDAD MERCANTIL, en forma ANONIMA DE CAPITALVARIABLE, que otorgan los señores: Vera Arenas Katia Gabriela, Vera Arenas Ma. de la Luz, Vera Arenas María Asunción, Martínez Vera Valeria Lizbeth, y que se sujetan a los estatutos que se contienen en las siguientes.

CLÁUSULAS:

DENOMINACIÓN, OBJETO, DURACIÓN, DOMICILIO, NACIONALIDAD Y CLÁUSULA DE ADMISIÓN DE EXTRANJEROS.

PRIMERA.- La sociedad se denominará **“Eco-bag”** nombre que irá seguido de las palabras **“SOCIEDAD POR ACCIONOES SIMPLIFICADA”**, o de las siglas **“S.A.S.”**

SEGUNDA.- La sociedad tiene por objeto:

- a) Reciclar Material.
- b) Producción y venta de productos elaborados con material reciclado.
- c) Ejecutar toda clase de actos de comercio, pudiendo:
 - I. Comprar,
 - II. Vender,
 - III. Distribuir toda clase de artículos y mercancías.
- d) Adquirir acciones, participaciones, parte de interés social, obligaciones de toda clase de empresas o sociedades, formar parte en ellas y entrar en comandita, sin que se ubiquen en los supuestos del Artículo cuarto de la Ley del Mercado de Valores.
- e) Contratar al personal necesario para el cumplimiento de los fines sociales y delegar en una o varias personas el cumplimiento de mandatos, comisiones, servicios y de más actividades propias de su objeto.
- f) Realizar y emitir toda clase de actos, operaciones, convenios, contratos y títulos, ya sean civiles, mercantiles o de crédito relacionados con el objeto social.

TERCERA.- La duración de esta sociedad será de **NOVENTA Y NUEVE AÑOS**, que se contarán a partir de la fecha y firma de la escritura correspondiente.

CUARTA.- El domicilio legal de la sociedad será la de José María García No. 7; Local 15. Villa Guerrero Estado de México, y esta no exime la posibilidad de establecer agencias y/o sucursales en cualquier parte de la República o del Extranjero, y someterse a los domicilios convencionales en los contratos que celebre localmente.

Todos los accionistas, estarán sometidos en cuanto a sus actividades y relaciones ante la sociedad, a la jurisdicción de los tribunales y Autoridades correspondientes del domicilio

de la sociedad, con una renuncia expresa del fuero en sus respectivos domicilios personales.

QUINTA.- Todos los socios de origen extranjero, actuales o futuros dentro de la sociedad que se constituye se obligan formalmente ante la Secretaria de Relaciones Exteriores, a considerarse como nacionales, respecto de las partes sociales de que se hagan acreedores o adquieran o de los que sean titulares dentro de esta sociedad, así como también de los bienes, derechos, concesiones, participaciones e intereses de que sea titular en la sociedad o bien de los derechos y obligaciones que deriven sobre los contratos en que sea parte con autoridades mexicanas así como no solicitar la protección, intervención y protección de sus Gobiernos, bajo la pena de que de hacerlo perderán sus beneficios en esta Nación sobre sus participaciones sociales adquiridas.

- CAPITAL SOCIAL
- ACCIONES.

SEXTA.- Su capital es variable, el mínimo fijo es de 100,000.00 (cien mil pesos M/N), representado por CIENTO ACCIONES, con valor nominal de 1,000.00 (Mil pesos M/N), cada una.

SEPTIMA.- Cuando exista intervención extranjera se tomarán como reglas de observancia obligatoria las siguientes:

I.- El capital social, se integrará por acciones de serie "A" y solo podrán ser suscritas por

- a) Personas físicas de nacionalidad mexicana.
- b) Inmigrantes que no se encuentren vinculados con centros de decisión económica del exterior, y
- c) Personas morales de México en la que su mayor capital sea nacional.

El porcentaje que deba ser suscrito por mexicanos se determinará de acuerdo con la clasificación mexicana de actividades y productos que señala el Reglamento de la Ley para promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Extranjera. El porcentaje restante estará integrado por acciones de la serie "B" y será de suscripción libre. En todo caso y en cualquier circunstancia deberá respetarse el porcentaje de capital mínimo mexicano, en términos netos, y en caso de que la participación de la inversión extranjera en el capital social pretenda exceder el porcentaje fijado deberá cumplir con lo que establece el artículo quinto del Reglamento antes citado o solicitar autorización de la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras.

OCTAVA.- El capital social fijo se podrá aumentar o disminuir bajo estas formas: En caso de aumento se requerirá de Asamblea General extraordinaria de Accionistas y éstos tendrán derecho preferente para suscribirlo en proporción al número de acciones de que sean titulares. Tal derecho de preferencia deberá ejercitarse dentro de los quince días siguientes a la fecha de publicación en el Diario Oficial de la Federación o en uno de los periódicos de mayor circulación del domicilio social, del acuerdo de la Asamblea que haya decretado dicho aumento, pero si en la asamblea estuviera representada la totalidad del capital social, podrá hacerse el aumento en ese momento. En caso de disminución se requerirá la Asamblea General Extraordinaria de Accionistas y no podrá ser inferior al autorizado por la Ley General de Sociedades Mercantiles; la disminución se efectuará por

sorteo de las acciones o por retiro de aportaciones. El socio que desee separarse deberá notificarlo a la sociedad y no surtirá efectos tal petición sino hasta el fin del ejercicio anual en curso, si la notificación se hace antes del último trimestre o hasta el fin del siguiente ejercicio si se hiciera después. Al efecto se cumplirá con lo que establece el artículo noveno de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

NOVENA.- El máximo de capital será ilimitado, así también se aclara que la sociedad fijará los límites tanto en capital fijo como capital variable, el capital variable se aclarará mediante asamblea ordinaria de accionistas y estará relacionado a aportaciones en efectivo y en especie, con motivo de capitalización de primas sobre acciones, con capitalización de utilidades retenidas o de reservas de valuación y reevaluación así como otras aportaciones previas de los accionistas, sin que esto implique la alteración o modificación de los reglamentos o Estatutos de la Sociedad; mediante los mismos requerimientos se podrá alterar el capital de la sociedad en el aspecto variable. Las acciones en su caso emitidas y no suscritas a tiempo de aumentar el capital, serán guardadas en la caja de la sociedad para entregarse a medida que vaya realizándose la suscripción.

DÉCIMA.- Se llevará un registro de acciones nominativas tal y como está establecido en la ley general de Sociedades Mercantiles en su artículo vigésimo octavo, y será considerado como accionista a quien aparezca de tal forma en el registro mencionado.

Se inscribirá en dicho libro a la petición de cualquier accionista, cualquier transmisión que se efectúe y de igual forma cada acción representará un voto con iguales derechos así como que será indivisible.

Así, si una acción perteneciere a dos o más personas, se deberá asignar a un representante común. Los certificados provisionales o de títulos definitivos que representen las acciones, deben cumplir todos los requisitos establecidos en la ley general de sociedades mercantiles en su artículo ciento veinticinco, pudiendo adquirir una o más acciones las que serán firmadas por los miembros del consejo de administración y/o por el administrador.

ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS

DECIMA PRIMERA.- El órgano supremo de la sociedad es la **Asamblea General de Accionistas** y representa la totalidad de acciones.

DECIMA SEGUNDA.- Toda asamblea estará constituida de conformidad a la ley general de sociedades mercantiles en sus artículos ciento ochenta y tres a ciento ochenta y cinco.

DECIMA TERCERA.- La orden del día contemplará la convocatoria y será firmada por quien la haga así como que será publicada una en el diario oficial de la federación por una ocasión así como podrá usarse en forma supletoria un diario de elevada circulación en la localidad, esto se debe realizar con tiempo de antelación, que no será menor de 5 días.

DECIMA CUARTA.- Las decisiones de la asamblea tendrán total validez sin necesidad de que exista publicación cuando se encuentre la totalidad de accionistas.

DECIMA QUINTA.- Los accionistas podrán designar a un representante para que vote en su nombre, (este se deberá nombrar con carta poder ante notario), y las acciones deberán ser resguardadas en la caja fuerte de la sociedad o en una institución bancaria con anterioridad a la reunión.

DECIMA SEXTA.- Las asambleas serán presididas por el Administrador, y al no encontrarse este, por el presidente del consejo de administración y en el fortuito caso de que este no se presente, se podrá nombrar un presidente de debates quien designara al secretario suplente.

DECIMA SEPTIMA.- El Presidente nombrará uno o más escrutadores de preferencia accionistas, para que certifiquen el número de acciones representadas.

DECIMA OCTAVA.- Las Asambleas serán Ordinarias y Extraordinarias y ambas deberán reunirse en el domicilio social.

DECIMA NOVENA.- La Asamblea General Ordinaria y Accionistas deberán reunirse por lo menos una vez cada año, dentro de los cuatro meses que sigan a la clausura del ejercicio social.

VIGESIMA.- Quedará legalmente instalada la asamblea ordinaria si en primera convocatoria se encuentra presente el cincuenta por ciento del capital social y sus accionistas propietarios correspondientes los accionistas.

VIGESIMA PRIMERA.- Los accionistas que tengan cargos o funciones deberán abstenerse de votar tal como lo establezca la ley.

VIGESIMA SEGUNDA.- Se asentará el acta correspondiente por el secretario y realizará la liste de asistencia que será firmada por los asistentes, el presidente y el secretario.

ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD.

VIGESIMA TERCERA.- Esta labor se llevará a cabo por el administrador o por un consejo de administración de dos o más miembros, que podrían no ser accionistas y no existirá tiempo definido para tal función.

VIGESIMA CUARTA.- La administración se realizará por la Asamblea General de Accionistas, quienes elegirán a los funcionarios por mayoría de votos y designaran suplentes.

La participación de la Inversión Extranjera en los órganos de administración de la sociedad no podrá exceder de su participación en el capital.

VIGESIMA QUINTA.- El Representante Legal o El o el Consejo de Administración en su caso, serán quienes representen en lo legal a la sociedad y sus atribuciones serán:

- I. Con un poder general, podrá administra los bienes y negocios de la sociedad, siempre en conformidad a lo que establezca el Código civil para el Estado de México.

- II. Representará a la sociedad mediante un poder general para pleitos y cobranzas, con todas las facultades generales y las especiales que requiera conforme a la cláusula especial y conforme a la Ley, sin que tenga limitaciones como lo establecen los artículos dos mil quinientos cincuenta y cuatro Primer párrafo y dos mil quinientos ochenta y siete del Código Civil para el Estado de México estando quedando facultado para promover el juicio de amparo, seguirlo en todos sus trámites así como desistirse del mismo.
- III. Representará a la sociedad en sus actos de dominio como lo establece el artículo dos mil quinientos cincuenta y cuatro del Código Civil para el Estado de México.
- IV. Representar a la sociedad con poder general para actos de administración laboral, en los términos de los artículos once y seiscientos noventa y dos de la Ley Federal del Trabajo, ante las Juntas Locales y Federales de Conciliación y Arbitraje.
- V. Celebrar convenios con el Gobierno Federal en los términos de las fracciones primera y cuarta del artículo veintisiete Constitucional, su Ley Orgánica y los Reglamentos de éste.
- VI. Formular y presentar querellas, denuncias o acusaciones y coadyuvar junto al Ministerio Público en procesos penales, pudiendo constituir a la sociedad como parte civil en dichos procesos y otorgar perdones cuando, a juicio, el caso lo amerite.
- VII. Adquirir participaciones en el capital de otra sociedad.
- VIII. Otorgar y suscribir títulos de crédito a nombre de la sociedad.
- IX. Abrir y cancelar cuentas bancarias a nombre de la sociedad, con facultades de designar y autorizar personas que giren a cargo de las mismas.
- X. Conferir poderes generales o especiales con facultades de sustitución o sin ellas y revocarlos.
- XI. Nombrar y remover a los Gerentes, Sugerentes, Apoderados, agentes y empleados de la sociedad determinando sus atribuciones, condiciones de trabajo y re numeraciones.
- XII. Celebrar contratos individuales y colectivos de trabajo e intervenir en la formación de los Reglamentos Interiores de Trabajo.
- XIII. Delegar sus facultades en uno o varios consejeros en casos determinados, señalándose sus atribuciones para que las ejerciten en los términos correspondientes.
- XIV. Convocar a Asambleas Generales Ordinarias y Extraordinarias de Accionistas, ejecutar sus acuerdos, y en general llevar a cabo los actos y operaciones que fueren necesarios o convenientes para los fines de la sociedad, con excepción de los expresamente reservados por la Ley o por estos Estatutos a la asamblea.

VIGESIMA SEXTA.- Si la Asamblea elige Consejo se utilizarán estipulaciones siguientes:

- I. Los accionistas minoritarios que representen veinte por ciento del capital total como mínimo, tendrán derecho a elegir uno de los Consejeros Propietarios, este nombramiento únicamente podrá anularse o revocarse con los votos de la mayoría. Este porcentaje será del diez por ciento cuando las acciones de la sociedad inscriban en la Bolsa de Valores.
- II. El Consejo se reunirá en sección ordinaria por lo menos una vez al año y en extraordinaria cuando lo citen el Presidente, la mayoría de los Consejeros o el Comisario.
- III. Integrarán quórum para las reuniones la mayoría de los Consejeros.
- IV. Los acuerdos se aprobarán por mayoría de votos y en caso de empate el Presidente tendrá voto de calidad.

V. De cada sesión se levantará acta que firmarán los consejeros que asistan.

VIGESIMA SEPTIMA.- La asamblea General de Accionistas, el Administrador o Consejo de Administración, designarán a los Gerentes, señalarán el tiempo que deban ejercer sus cargos sus facultades y obligaciones.

VIGILANCIA DE LA SOCIEDAD

VIGESIMA OCTAVA.- La vigilancia de la Sociedad estará a cargo de uno o varios Comisarios, quienes podrán ser o no accionistas serán elegidos por la Asamblea General de Accionistas por la mayoría de votos y ésta podrá designar sus suplentes así como que desempeñarán sus cargos por tiempo indefinido hasta que tomen posesión quienes lo sustituyan.

VIGESIMA NOVENA.- Los Ejercicios sociales se inician el primero de enero y terminan el treinta y uno de diciembre de cada año, excepto el primer ejercicio que se iniciará con las actividades de la sociedad y terminará el treinta y uno de diciembre del siguiente.

TRIGESIMA.- En los primeros cuatro meses siguientes a la clausura del ejercicio social, Representante legal o el Consejo de Administración, harán un balance con los documentos justificativos y pasarán al Comisario para que emita dictamen en un lapso de diez días.

TRIGESIMA PRIMERA.- Después de practicado el balance, se realizará una convocatoria a una asamblea general de accionistas y el balance correspondiente quedará a merced de los accionistas, esto se realizada quince días antes de que quede reunidas la asamblea, tal y como lo establece el artículo ciento setenta y dos de la ley general de sociedades mercantiles.

TRIGESIMA SEGUNDA.- La repartición de utilidades se realizará de la siguiente manera:

- I. El cinco por veinte será seleccionado para formar o reconstituir un fondo de reserva que alcanzará un quinto del capital social.
- II. El resto será repartido en base al porcentaje de inversión de cada uno de los accionistas entre los accionistas.

TRIGESIMA TERCERA.- Cuando haya pérdida serán soportadas por los en base al porcentaje de inversión de cada uno de los accionistas.

TRIGESIMA CUARTA.- Los fundadores no se reservan participación adicional a las utilidades.

DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

TRIGESIMA SEXTA.-. La sociedad se disolverá en los casos previstos por el artículo doscientos veintinueve de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

TRIGESIMA SEPTIMA.- La Asamblea que acuerde la disolución nombrará uno o más liquidadores, fijará sus emolumentos facultades, obligaciones y el plazo de liquidación.

TRIGESIMA OCTAVA.- La liquidación se sujetará a las bases consignadas por el artículo doscientos cuarenta y dos de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

CLÁUSULAS TRANSITORIAS

TRIGESIMA NOVENA.-

PRIMERA.- Se hace constar por los otorgantes:

- a) Que será suscrito por los accionistas en forma íntegra el capital social mínimo en término fijo con la siguiente proporción:

ACCIONISTAS	ACCIONES	VALOR
Vera Arenas Katia Gabriela	43.75%	\$ 35,000.00
Vera Arenas Ma. de la Luz	18.75%	\$ 15,000.00
Vera Arenas María Asunción	18.75%	\$ 15,000.00
Martínez Vera Valeria Lizbeth	18.75%	\$ 15,000.00

- b) Los accionistas pagan el Capital Social en efectivo Moneda Nacional, y los depositan en la caja de la Sociedad; y en consecuencia, EL Representante Legal, les otorga recibo.

SEGUNDA.- Los otorgantes constituidos en Asamblea General de Accionistas, acuerdan:

- a) Representante Legal.
b) Licenciada en R.E.I Vera Arenas Katia Gabriela.

GENERALES:

Los comerciantes declaran ser:

La señorita Vera Arenas Katia Gabriela, es Mexicana por nacimiento, originario de Villa Guerrero Estado de México, donde nació el día 01 de abril de 1995 (estado civil) Soltera, ocupación Emprendedora, domicilio (Reforma sur no. 11 Villa Guerrero Estado de México).

La señora Vera Arenas Ma de la Luz, es Mexicana por nacimiento, originario de Villa Guerrero Estado de México, donde nació el día 10 de Mayo de 1969 (estado civil) Casada, ocupación Emprendedora, domicilio (Reforma sur no. 11 Villa Guerrero Estado de México).

La señora Vera Arenas María Asunción, es Mexicana por nacimiento, originario de Villa Guerrero Estado de México, donde nació el día 26 de abril de 1975 (estado civil) Casada, ocupación Emprendedora, domicilio (Reforma sur no. 11 Villa Guerrero Estado de México).

La señorita Martínez Vera Valeria Lizbeth, es Mexicana por nacimiento, originario de Villa Guerrero Estado de México, donde nació el día 29 de enero de 1997 (estado civil) Soltera,

ocupación Emprendedora, domicilio (Reforma sur no. 11 Villa Guerrero Estado de México).

CERTIFICACIONES; YO, EL NOTARIO, CERTIFICO:

I.- Que los comparecientes me exhiben el permiso que la Secretaría de Relaciones Exteriores el día 23 de Marzo de 2018 para la Constitución de esta sociedad, al cual correspondió el número 1135, folio 001587 y expediente 005689/2012-66 el que agrego al apéndice de esta escritura con la letra "A ", y anexaré el testimonio que expida.

II.- Que lo relacionado e inserto concuerda fielmente con sus originales que tengo a la vista.

III.- Respecto a los comparecientes:

a).- Que los conozco y a mi criterio tienen capacidad legal.

b).- Que les hice conocer el contenido del Artículo dos mil quinientos cincuenta y cuatro del Código Civil del Estado de México, y sus correlativos en las demás entidades Federativas., que dice:

"En todos los poderes generales para PLEITOS y COBRANZAS, bastará que se diga que se otorga con todas las facultades generales y las especiales que requieran cláusula especial conforme a la Ley, para que se entiendan conferidos sin limitación alguna.

En los poderes generales, para ACTOS DE DOMINIO, bastará que se den ese carácter para que el apoderado tenga todas las facultades de dueño, tanto en el relativo a los bienes como hacer toda clase de gestiones a fin de defenderlos.

Cuando se quisieren limitar en los tres casos antes mencionados, las facultades de los apoderados, se consignarán las limitaciones a los poderes serán especial. Los notarios insertarán este Artículo en los testimonios de los poderes que otorguen".

c).- que les advirtió que de acuerdo con el Artículo VEINTISIETE del Código Fiscal de la Federación, en el plazo de treinta días a partir de su firma, deben inscribir esta sociedad en el Registro Federal del Contribuyente y justificarlo así al suscrito Notario de otra forma se hará la denuncia a que se refiere dicho precepto y

d).- Haberles leído en alta voz y en forma clara, explicando su valor circunstancias y valores correspondientes, así como el que manifestaran su conformidad, firma el presente el día 23 de Abril de 2018 procediendo a Autorizarlo en forma definitiva, en ciudad de México Distrito Federal en fecha arriba citada.

Accionista 1
Vera Arenas Katia Gabriela

Accionista 2
Vera Arenas Ma de la Luz

Accionista 3
Vera Arenas María Asunción

Accionista 4
Martínez Vera Valeria Lizbeth

Notario
Méndez Arenas Karen Citlali

Testigo
Vera Arenas Yenith Dolores

