



**Casa abierta al tiempo**

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA *iztapaalapa*

---

División de Ciencias Sociales y Humanidades  
Licenciatura en Administración

***Financiamiento para una  
Microempresa Panadera***

Tesis que presentan las alumnas:

**Wendy Coral Castillo Reyes**

**María Trejo Olguín**

Para la obtención del grado de:

**Licenciado en Administración**

Asesoradas por:

**Lic. Eduardo Villegas Hernández.**

Junio del 2004



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA *iztapalapa*

División de Ciencias Sociales y Humanidades  
Licenciatura en Administración

***Financiamiento para una  
Microempresa Panadera***

Tesis que presentan las alumnas:

**Wendy Coral Castillo Reyes**

**María Trejo Olguín**

Para la obtención del grado de:

**Licenciado en Administración**

*se autoriza  
14/jun/04*

Asesoradas por:

**Lic. Eduardo Villegas Hernández.**

Junio del 2004

## INDICE

<b>INDICE</b>	<b>1</b>
<b>INTRODUCCION</b>	<b>5</b>
<b>PLANTEAMIENTO</b>	<b>7</b>
<b>OBJETIVOS</b>	<b>7</b>
<b>PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>8</b>
<b>JUSTIFICACIÓN</b>	<b>8</b>
<b>METODOLOGÍA</b>	<b>9</b>
<b>HIPÓTESIS</b>	<b>9</b>
<b>MARCO TEORICO</b>	<b>10</b>
<i>Ventajas y desventajas de adquirir una empresa existente.</i>	12
<i>Ventajas y desventajas de una nueva empresa.</i>	14
<b>A QUE SE DEBE QUE LAS MICROEMPRESAS ADQUIEREN MAYOR PRESENCIA EN EL PAIS.</b>	<b>15</b>
<b>LA CAPACITACIÓN</b>	<b>17</b>
UNA DEFINICION DE CAPACITACIÓN.	17
EL PORQUE DEL USO LA CAPACITACION	17
EL MARCO LEGAL DE LA CAPACITACIÓN	18
BENEFICIOS DE LA CAPACITACIÓN	19
LO QUE SE SABE DE LA SITUACIÓN DE LA CAPACITACIÓN PARA LAS MICROEMPRESAS EN MEXICO.	20
<b>TECNOLOGIA</b>	<b>23</b>
UNA DEFINICIÓN APROPIADA	23
LOS INICIOS DE LA TECNOLOGIA EN EL PAIS.	23
LA SITUACIÓN DE LA TECNOLOGIA EN LA INDUSTRIA MEXICANA.	24
TECNOLOGIA EN LA MIPYMES.	25
ACERCA DE LA TECNOLOGÍA EN LA SECTOR PANADERO	26
<b>FINANCIAMIENTO</b>	<b>28</b>
<b>OPCIONES DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>30</b>

FONDO DE APOYO PARA EL ACCESO AL FINANCIAMIENTO DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS	30
Objetivo general.	30
Objetivos específicos.	31
Beneficiarios.	32
Criterios de selección.	32
Restricciones	34
Papel del gobierno en el apoyo a las Microfinancieras	34
<b>SECRETARIA DE ECONOMIA</b>	<b>34</b>
MICROFINANZAS	35
Microfinancieras	35
Clientes de las Microfinancieras	35
Las Microfinancieras ofrecen	35
FONDO PARA CAPACITACION Y ASESORIA	39
Tabla 4. Estratificación de las empresas según número de empleados.	40
¿QUE SERVICIOS RECIBIRA LA PYME?	40
<b>GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL:</b>	<b>42</b>
<b>(SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO)</b>	<b>42</b>
PROGRAMA DE CRÉDITOS PARA EL AUTOEMPLEO	42
REQUISITOS	42
Requisitos para la asignación de un segundo o posterior crédito.	43
<b>ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES</b>	<b>44</b>
LA EXPERIENCIA DE LOS GRUPOS SOLIDARIOS Y FINANCIAMIENTO	44
FUNDACIÓN VAMOS	45
<b>PRINCIPIOS</b>	<b>45</b>
<b>LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL SE RIGE POR LOS SIGUIENTES CRITERIOS:</b>	<b>45</b>
Ventajas de las empresas socialmente responsables	46
Exigencias para las acciones sociales	46
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	46
ALGUNAS OPCIONES	47
PARTICIPACIÓN JUVENIL	47
<b><u>RESPUESTAS A LAS PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.</u></b>	<b>48</b>
1. ¿QUÉ ES REALMENTE MAS NECESARIO AL INICIAR UNA EMPRESA PANADERA, CONSEGUIR FINANCIAMIENTO O BUSCAR CAPACITACIÓN PARA ADMINISTRARLA?	48
2. ¿CON QUE FACILIDAD SE CONSIGUE UN FINANCIAMIENTO PARA MIPYME EN MÉXICO?	48
3. Y SE CONSIGUE ESTE FINANCIAMIENTO ¿EN QUÉ SE APROVECHA?	48
5. ¿ÉSTOS SABEN CÓMO Y DONDE SE LES PUEDE PROPORCIONAR ESTA CAPACITACIÓN?	49
6. ¿EL APOYO QUE ACTUALMENTE EXISTE PARA LAS MIPYMES, ES EL ADECUADO?	49
<b><u>APLICACIÓN AL PROYECTO YOPAN</u></b>	<b>50</b>
REQUISITOS PARA LA FORMACIÓN DE UNA EMPRESA	50
<b><u>TABLA 5. TRAMITES OBLIGATORIOS PARA LA APERTURA DE UNA MICROEMPRESA</u></b>	<b>56</b>
<b><u>CONCLUSIONES</u></b>	<b>57</b>

**BIBLIOGRAFIA**

**60**

---

**ANEXOS**

**62**

---

## INTRODUCCION

El siguiente trabajo es el resultado de la investigación que se realizó acerca de cómo iniciar una microempresa, nuestro interés está enfocado en el sector panadero.

Consideramos de gran importancia conocer que es lo que actualmente se ofrece a todos aquellos que quieran desarrollar un proyecto viable y rentable.

Por ello en este trabajo encontrarán tres aspectos básicos que creemos son esenciales para la apertura de una microempresa, los cuales son: el financiamiento, la capacitación y hacer un buen uso de la tecnología.

En cuanto a los tipos de financiamiento se encontraron dos opciones, por un lado está el apoyo del Jefe de Gobierno del D.F. con microcréditos, y por el otro está el apoyo que ofrece el Gobierno federal con los financiamientos, ambas son alternativas que pueden servir de mucho.

En cuanto a la capacitación existe también apoyo en este sentido a las microempresas, aunque la difusión es todavía mínima, los cursos de capacitación se encuentran al alcance de todos aquellos interesados en querer adquirirla.

Otro elemento que no descartamos es utilizar la tecnología, en el sector panadero mucho se ha discutido el implementar maquinaria para hacer el pan, por un lado se debate si el pan pierde el sabor al dejar de hacerlo de la forma tradicional, es decir el amasar con las manos la mezcla de harina y los demás ingredientes, ahora se utiliza un artefacto llamado mezcladora la cual facilita el trabajo y ahorra tiempo, como veremos el utilizar tecnología tiene ventajas y desventajas.

El final de este trabajo se podrá encontrar anexos que contienen información como son direcciones de las instituciones que proporcionan financiamiento y capacitación, así como un directorio de los lugares en los que se puede acudir a gestionar trámites, también se anexa algunos de los distribuidores de maquinaria. y proveedores de harina.

Como consideramos que es importante se anexan algunos de los formatos que se utilizan para la apertura de una microempresa.

Un anexo más contiene lo más relevante del proyecto que consideramos viable y rentable, al cual denominamos Yopan.

## PLANTEAMIENTO

Actualmente la MIPYMES representan más del 50% de las unidades económicas en nuestro país. Estas generan una importante fuente de empleo.

A pesar de que se ha generado un nivel importante de promoción y apoyo, éstas desaparecen rápidamente. Por esta razón surge recientemente el Interés por el estudio de las MIPYMES, pues en realidad no hay mucha información sobre estas.

La falta de cultura empresarial les limita su avance organizacional, pues no es cierto que no existan programas de apoyo, si no que no saben como alcanzarlos, pues muchos de ellos no son de difusión general.

Los grupos solidarios como organizaciones sociales son una alternativa de instrucción para la MIPYMES pues además de proporcionar apoyo económico los conduce a una visión empresarial.

Este trabajo pretende estimular y promover la participación de los agentes que estén involucrados con el sector a fin de constituir una infraestructura institucional que permita asistir de manera integral a los microempresarios.

Presentamos una base teórica, que posteriormente llevaremos a la práctica como microempresarios de la industria panadera , para que nuestra experiencia sea tomada como base a todos aquellos que estén interesados en iniciar proyectos similares o quienes realicen estudios relacionados con este tema.

## OBJETIVOS

- Corroborar que las microempresas no mueren por falta de financiamiento si no por falta de capacitación administrativa o empresarial, enfocándonos en una MIPIME de la Industria Panadera.
- Evaluar la probabilidad de iniciar una industria panadera innovadora para que sea duradera.

- Determinar los factores de éxito de empresas que se han conservado en el mercado.

## PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

¿Es realmente más necesario, conseguir financiamiento que buscar capacitación panera y administrar, al iniciar una empresa?

¿Con que facilidad se consigue un financiamiento para MIPYME en México?

Y si se consigue, ¿en qué se aprovecha?

Los dueños de MIPYMES, ¿tiene conocimiento de la capacitación que se les puede proporcionar como empresarios?

¿Saben cómo y donde se les puede proporcionar esta capacitación?

¿El apoyo que actualmente existe para las MIPYMES, es el adecuado?

## JUSTIFICACIÓN

Existe la necesidad de conocer e informar sobre el ciclo de vida las MIPYMES, pues los cambios económicos afectan directamente a las empresas, no solo como dueño de esta, también como empleado o miembro de la sociedad.

Al terminar este estudio, se habrá generado información sobre las MIPYMES, en el ramo padero, para que pueda ser consultada y se genere la inquietud de realizar más estudios alrededor del tema.

Empezar una cultura para cambiar la mentalidad de comerciante a empresario.

Buscamos establecer bases para que otros empresarios encuentren menos barreras al buscar un financiamiento.

Se ha demostrado que los pobres tienen una alternativa para poder ahorrar, prueba de esto son los grupos solidarios como alternativa de metodología de préstamo, ya han alcanzado su madurez y expansión en la última década.

## **METODOLOGÍA**

Como futuros microempresarios, acudiremos a buscar y analizar las diferentes alternativas de financiamiento para nuestro proyecto.

Además de la revisión y análisis de los trabajos teóricos que están a nuestro alcance, y experiencias de proyectos similares, que estén documentados.

Tomaremos en cuenta las asesorías del Profesor Eduardo Villegas, actual investigador en el área de “Planeación estratégica para microempresas”, en colaboración con la Profesora Rosa María Ortega.

## **HIPÓTESIS**

La falta de financiamiento no es la principal causa de desaparición o fracaso de la MIPYMES.

La burocracia gubernamental no es un impedimento para conseguir un financiamiento.

No es factible acercarse a los apoyos proporcionados por el gobierno.

Es necesidad primordial tener capacitación empresarial para aprovechar al máximo un financiamiento.

El financiamiento inicial para nuestro proyecto se genera con capital propio.

## MARCO TEORICO

“La Responsabilidad Social es una parte esencial de la actividad empresarial. Hacer negocios implica una preocupación por el desarrollo sustentable, el desarrollo ambiental en nuestro entorno. Es estar atentos a las condiciones sociales, a lo que somos como seres humanos, la manera en que nos relacionamos y cómo nos involucramos en nuestras comunidades.” (Kimmo Lipponen, Director de Mercadotecnia Corporativa en Nokia Corporation)

El principal desafío, en este inicio de milenio, es concebir alternativas que permitan superar el círculo vicioso de la pobreza. “Estas alternativas deben contribuir a la creación del Círculo Virtuoso del Desarrollo Sustentable.”<sup>1</sup>

En un mundo globalizado, el círculo virtuoso del desarrollo sustentable quiere decir espacios y participación para todos.

En un horizonte de futuro realmente nuevo, el aislamiento es imposible. La tarea es tender puentes entre los diversos actores sociales. Los intentos de colaboración en políticas públicas, diálogo con los gobiernos, acercamiento a los empresarios y en general, con los otros actores de la sociedad, han mostrado la necesidad de nuevos lenguajes, nuevas prácticas, nuevas propuestas y sobretodo, nuevas actitudes. En pocas palabras, una nueva cultura de responsabilidad social.

Fomentar una nueva cultura de responsabilidad social, es más que un evento o una tarea, es una dimensión que atraviesa las iniciativas desde la base hasta las negociaciones del más alto nivel global.

+La nueva cultura de la responsabilidad social está abierta a la colaboración y a la superación de las visiones asistencialistas o paternalistas; para proponer y dialogar sobre los enfoques "desde y con la gente".

---

<sup>1</sup> [www.vamos.org](http://www.vamos.org) “Vamos por una Cultura de Responsabilidad Social”

La nueva cultura de responsabilidad social se debe expresar en la dinámica de utilización de los recursos y en la forma de realizar los convenios y acuerdos, en las tareas de educación y capacitación y en la visibilidad en los medios de comunicación. Es la dimensión cultural de la práctica social para el mejoramiento de la calidad de vida.

En la creación de una nueva cultura de la responsabilidad social, los niños, niñas, adolescentes y jóvenes juegan un papel fundamental. La participación juvenil contribuye a la creación de una nueva cultura de la responsabilidad, mediante la creación de espacios para que los jóvenes realicen acciones concretas a favor de los demás.

Actualmente la cultura de los “microchangarros”, no solo ha invadido nuestras vías públicas, si no se ha convertido en una de las principales fuentes de empleo. Sin embargo la falta de dirección, planeación y capacitación, no los convierte en empresas exitosas, sino en solo negocios familiares.

La función del empresario según Schumpeter, puede entenderse por dos vías diferentes. La primera considerando que su labor característica es la de combinar, planificar y dirigir.

Es una función rectora en el campo económico, las combinaciones a realizar no serán heredadas del pasado, debiendo ser establecidas de nuevo, planteándose nuevos problemas en su toma de decisiones. La segunda considera que para tener una comprensión realista de la función empresarial, se ha de analizar la naturaleza y fuente de sus ganancias.

Schumpeter expone la conceptualización del empresario en cinco apartados:

Se necesita una palabra, <empresario>. Pero ésta función empresarial lleva a otros significados: <innovador>, <dirigente de negocios>...

La realidad nunca ofrece en sí y por sí sola. No existe la función empresarial pura.

Como el ser empresario consiste esencialmente en hacer cosas que no se hacen generalmente en el curso ordinario de la rutina de los negocios, es un fenómeno que cae dentro del aspecto más amplio de liderazgo.

La retribución del empresario presenta dificultades en cuanto a su conceptualización, ya que el empresario debe recibir una retribución por el trabajo personal que ha aportado a la dirección de empresa.

La función empresarial no tiene por qué recaer en una persona física y en especial en una sola persona física.

Al momento de iniciar la actividad empresarial surgen primeramente dos alternativas que es preciso analizar con detalle. Definir si se habrá de iniciar una nueva empresa o si hay que comprar una empresa ya operando.

La respuesta a estas alternativas puede variar en cada caso, considerando además, muchos otros factores que pueden influir al momento de tomar una decisión adecuada.

### ***Ventajas y desventajas de adquirir una empresa existente<sup>2</sup>.***

<b>VENTAJAS</b>	<b>DESVENTAJAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es un negocio probado, lo cual reduce el riesgo y con frecuencia, hace más sencillo su financiamiento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La empresa puede estar en venta por estar generando pérdidas.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reduce el esfuerzo, tiempo y costo requeridos para crear una empresa nueva.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Habrá que ser cautelosos para determinar la razón de su venta.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Una empresa establecida cuenta ya con la preferencia de clientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La existencia de mala disposición por parte de los clientes, de los proveedores y de los acreedores al</li> </ul>

<sup>2</sup> RODRIGUEZ VALENCIA JOAQUIN: "Como administrar pequeñas y medianas empresas". Edit. ECAFS. México, 1997.

	transferirse al nuevo dueño.
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las líneas de crédito y de compras ya han sido establecidas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El personal que trabaja en la empresa puede no ser del todo deseable, y difícil de sustituir debido ya sea a problemas sindicales u otras causas.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>El inventario y equipo necesarios ya están disponibles.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La localización de la empresa puede no ser la mejor.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Se cuenta con personal ya contratado y capacitado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La falta de adecuación física del edificio o de las instalaciones lo que requerirá de ciertas modificaciones substanciales.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Habrà menos incertidumbre ya que deben existir registros contables que permitan su proyección, un análisis y una evaluación financiera.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Limitación de innovaciones debido a las instalaciones existentes.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>se puede comprar una empresa a un precio de oportunidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La dificultad de determinar el precio justo y real de una empresa en operación.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>No encontrar el tipo de empresa que se busca, dentro de un mercado determinado</li> </ul>

Tabla 1. Ventajas y desventajas de adquirir una empresa existente

Fuente: Rodríguez Valencia Joaquín.

Tanto las ventajas como las desventajas deben analizarse aunadas a cuestiones como: Por qué desea vender el actual propietario, las condiciones financieras, cuál es su mercado actual, situación de las instalaciones físicas, aspectos legales, valor de la empresa, etc.

Por diversas razones, las personas prefieren iniciar una empresa completamente nueva en lugar de comprar una ya operando. Entre las cuales se pueden reseñar las siguientes:

### Ventajas y desventajas de una nueva empresa.<sup>3</sup>

VENTAJAS	DESVENTAJAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El propietario puede elegir su propia ubicación, productos, servicios, equipo, personal, proveedores, bancos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existe un factor de alto riesgo en el inicio de la empresa.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las instalaciones físicas pueden construirse de acuerdo con el uso más eficaz de la empresa planeada.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En ocasiones toma tiempo considerable y una inversión costosa el crear una clientela continua.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todas las fases de emprender una nueva empresa pueden ser establecidas por el propietario, sin tener que cambiar nada.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se dificulta la captación de fondos para iniciar una empresa que para una ya existente.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La facilidad de crear una imagen (como la de precios, servicios, atención al cliente, etc.) que el propietario desee.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por lo general, requiere tiempo considerable para lograr una adecuada operatividad de la empresa (procedimientos, políticas centrales).</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se puede formar una clientela leal sin que se presuma ninguna mala voluntad de una empresa existente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se deben establecer líneas de crédito y aprovisionamiento.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pueden no existir empresas al tipo deseado por el propietario.</li> </ul>	

Tabla 2. Ventajas y desventajas de adquirir una empresa nueva

<sup>3</sup> RODRIGUEZ VALENCIA JOAQUIN: "Como administrar pequeñas y medianas empresas". Edit. ECAFSA. México, 1997.

Fuente: Rodríguez Valencia Joaquín.

Existen dos razones válidas que pueden justificar el establecer una nueva empresa en donde existen similares:

- Una expansión real y permanente del mercado que haga que éste no esté siendo cubierto adecuadamente por las empresas ya existentes.
- Una administración deficiente de las empresas existentes son el resultado de que el mercado no esté cubierto adecuadamente por éstas.

En contraparte, pueden existir igual número de razones para empezar una empresa en un giro totalmente nuevo:

- Que haya sido creado un nuevo producto que sea útil y necesario para el mercado de consumo.
- Que se haya creado un nuevo servicio que el público use y pague por él.

### **A QUE SE DEBE QUE LAS MICROEMPRESAS ADQUIEREN MAYOR PRESENCIA EN EL PAIS.**

En México, como sucede en todos los países industrializados, nunca más las grandes empresas volverán a ser generadoras netas de empleo. Cada vez menos los/as jóvenes encontrarán en las corporaciones transnacionales oportunidades atractivas de trabajo.

Cuando un/a joven emprendedor/a está dispuesto/a a conjugar y poner en riesgo su esfuerzo, su talento, su patrimonio y su prestigio para participar en la actividad empresarial sin mayor protección que su propia capacidad de competencia, las instituciones de fomento públicas y privadas deben asegurarse que en el proceso

para intentarlo, reciba un respaldo en materia de información, capacitación, financiamiento, asesoría técnica, promoción comercial y soporte tecnológico, que sea adecuado, oportuno, accesible y competitivo. La acción emprendedora es aquella iniciativa en que un hombre o una mujer colocan en efectivo riesgo su patrimonio. Para el caso de los jóvenes que no disponen de un patrimonio material, deben sustituirlo por sus propias ilusiones. El riesgo es una condición intrínseca de la actividad productivo-empresarial.

Los/as jóvenes que pretendan incursionar en la actividad emprendedora deben tomar en particular consideración que, en México, las más pequeñas unidades empresariales encuentran una de sus principales dificultades para evolucionar, en las deficiencias estructurales de su vinculación comercial con compradores y proveedores, las cuales se derivan no sólo de una reducida capacidad de negociación individual, sino también de la carencia de técnicas elementales de comercialización y de políticas y procedimientos adecuados de adquisición.<sup>4</sup>

En México, las micro y pequeñas empresas tienden a caracterizarse lamentablemente por producir lo que no debieran y, en todo caso, por vender sus productos y comprar sus insumos donde tampoco debieran. Esta es una realidad que explica los elevados niveles de mortandad empresarial en estos estratos y que deben estudiar con especial precaución los/as jóvenes que opten por la iniciativa emprendedora.<sup>5</sup>

La participación de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) en el desarrollo de la economía del país es fundamental, ya que constituyen más del 90 por ciento de las empresas establecidas, generan el 42 por ciento del producto interno bruto y el 64 por ciento del empleo. Uno de los principales factores para desarrollar la competitividad de las empresas es el desarrollo de una cultura

---

<sup>4</sup> [www.cinterfor.org.uy/public/spanish/](http://www.cinterfor.org.uy/public/spanish/)

<sup>5</sup> *ibidem*

empresarial, la obtención de crédito y financiamiento, la capacitación integral, su equipamiento y modernización tecnológica, el desarrollo de sistemas de calidad y la identificación de mercados para sus productos, procesos o servicios, entre otros.

Para tener una ventaja competitiva con respecto a otras empresas consideramos deben tomarse en cuenta, o conocer bien los conceptos de capacitación, tecnología y financiamiento, además, contribuirán a la formación de una empresa socialmente responsable.

## LA CAPACITACIÓN

### UNA DEFINICION DE CAPACITACIÓN.

Para comenzar a hablar de este tema tendremos que empezar por saber de donde proviene esta palabra por tanto, se encontró que *Capacitación* viene (del adjetivo capaz y éste, a su vez, del verbo latino cápere= dar cabida) es el conjunto de actividades encaminadas a proporcionar conocimientos, desarrollar habilidades y modificar actitudes del personal de todos los niveles para que desempeñen mejor su trabajo.

Pero dicho de otra manera es decir un concepto un tanto más apropiado acerca de capacitación es la siguiente: *CAPACITACIÓN consiste en una actividad planeada y basada en las necesidades reales de una empresa y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actividades del colaborador.*<sup>6</sup>

### EL PORQUE DEL USO LA CAPACITACION

Uno de los temas de gran actualidad en las instituciones públicas y privadas es la capacitación.

---

<sup>6</sup> Arias Galicia, f. ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS. Ed. CECSA. México 1995.cap. 12

Hablar de la capacitación, cobra mayor interés, dado que la cantidad de personal con escolaridad media y superior es mínima, es decir, el número de profesionistas, bachilleres, y personal capacitado y especializado en algunas áreas es, desconsolador se requiere entonces que la mano de obra esta debidamente capacitada para que pueda realizar bien sus funciones.

De acuerdo a la Secretaría de Economía, en el país existen cerca de 3 millones de empresas, de las cuales, 99 por ciento son micro y pequeñas empresas, que generan el 64 por ciento de los empleos y el 42 por ciento del PIB, a través de la industria, el comercio y los servicios. Detalló que de las 300 mil empresas que hay en el DF, 98 por ciento son pequeñas y microempresas.

## **EL MARCO LEGAL DE LA CAPACITACIÓN**

Pero no se debe olvidar que cada cosa se fundamenta sobre una base

En la Ley Federal del Trabajo en 1970, se incluyó disposiciones (Art.132 Frac. XIV y XV) con la obligatoriedad para las empresas de impartir capacitación. Y para el año de 1977 se adiciona la fracción XIII al Artículo 123 de nuestra Constitución, a fin de convertir la capacitación en un derecho obrero, y en 1978 se reglamenta la forma en que debe impartirse, reformando la Ley Federal del Trabajo y dando origen al Sistema Nacional de Capacitación y Adiestramiento.

La obligación de capacitar de las empresas del país está contenida en La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en el Artículo 123, en el Apartado A. Fracción XIII, y establece que: " Las empresas, cualquiera que sea su actividad, estarán obligadas a proporcionar a sus trabajadores capacitación o adiestramiento para el trabajo.

También se encuentra en la Ley Reglamentaria, es decir, la Ley Federal del Trabajo, en los Artículos 3, "es de interés social promover y vigilar la capacitación y

adiestramiento de los trabajadores”, el artículo 7 habla de la obligación de los patrones y de los trabajadores extranjeros de dar capacitación solidaria a los trabajadores mexicanos, en el artículo 25 está en relación al escrito de las condiciones de trabajo, en la fracción VIII se encuentra explícita que “la indicación de que el trabajador será capacitado en términos de los planes y programas establecidos o que se establezcan en la empresa, conforme a lo establecido en esta ley” en el capítulo III BIS se manifiesta más claro la reglamentación en relación a la capacitación y van de el artículo 153 A hasta el X, donde el artículo 153 A manifiesta como derecho de los trabajadores de recibir capacitación o adiestramiento, el mismo artículo en el 153 B se refiere a las formas en que el patrón puede cumplir con su obligación de capacitación, el 153 C de la autorización a las escuelas y capacitadores a impartir capacitación, el 153 D menciona como se llevarán a cabo los programas de capacitación entre varios establecimientos, el artículo 153 E de los horarios en los que ha de impartirse la capacitación, el F de el objeto de la capacitación y adiestramiento, el 153 G de la capacitación de los trabajadores de nuevo ingreso, así como la obligación que tienen los trabajadores capacitados esto en el artículo H.

Por último se encuentra en la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal decretada el 29 de diciembre de 1976, señala también la responsabilidad de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social para promover el desarrollo de la capacitación y el adiestramiento en el trabajo y realizar investigaciones, prestar asesoría e impartir cursos de capacitación para incrementar la productividad en el trabajo, requerida por los sectores productivos del país, en coordinación con la Secretaría de Educación Pública.

## **BENEFICIOS DE LA CAPACITACIÓN**

Además de mejorar las estrategias los equipos, los métodos de trabajo y los insumos, la estrategia clave para lograr un cambio transformada de la

organización es la capacitación de factor humano orientado hacia el logro de resultados medibles y evaluables en cuanto a su costo beneficio para la organización.

El enfoque de la capacitación actual esta dirigido a facultar el aprendizaje al individuo para que con su trabajo y con sus decisiones colabore a cumplir las metas de un equipo y por supuesto con la propia empresa, y para este caso en particular la microempresa enlazando así los programas de capacitación a los objetivos estratégicos de la organización.

Y finalmente los esfuerzos de capacitación deben dirigirse a disminuir, hasta eliminar, los problemas de falta de conocimientos, habilidades o actitudes del personal, que interfieren en el logro de la máxima eficiencia. De éste modo se podrán disminuir las inasistencias y los retardos, los errores, la cantidad y costo de desperdicios, los accidentes y las enfermedades profesionales, los conflictos interpersonales,

## **LO QUE SE SABE DE LA SITUACIÓN DE LA CAPACITACIÓN PARA LAS MICROEMPRESAS EN MEXICO.**

Hasta ahora se ha encontrado que: La Secretaría de Desarrollo Económico (Sedeco), a través del Fondo para el Desarrollo Social de la Ciudad de México (Fondeso), suscribió sendos convenios con la Universidad del Valle de México (UVM), la Universidad Tecnológica de México (Unitec) y con el Centro de Capacitación para el Trabajo Industrial (Cecati), para impulsar programas de capacitación a jóvenes que inicien negocios y beneficiarios de microcrédito del Fondeso<sup>7</sup>

Si bien con el apoyo de la Secretaria de Desarrollo Económico se tiene trabajando Programas que implementen el uso de la capacitación es de interés observar que

---

<sup>7</sup> [www.fondeso.df.gob.mx/noticias/detalleNoticias.html?id\\_noticia=28](http://www.fondeso.df.gob.mx/noticias/detalleNoticias.html?id_noticia=28)

tres escuelas entre ellas dos universidades que no son Públicas tienen dentro de las carreras que ofrecen la Licenciatura en Administración, lo que estaría indicando que forman a futuros empresarios que bien pueden empezar a emprender un negocio o una microempresa.

Por ello en cuanto al convenio de colaboración con la Unitec, a través del Programa de Financiamiento a la Micro y Pequeña Empresa (MyPES) el GDF podrá apoyar proyectos seleccionados de la llamada “incubadora de empresas” de la Unitec que, a su vez, tiene el objetivo de desarrollar nuevos mercados e impulsar la creación y consolidación de microempresas.

Por lo que se refiere a los Cecatis, Flores Mejía detalló que la institución diseñará un Programa General de Apoyo para fomentar la capacitación de los particulares residentes en las 16 delegaciones políticas, a través de cursos que se impartirán en sus 32 centros. Además, informó, ya está en marcha el curso de Creación y Administración de Microempresas y otros 37 talleres sobre diversos temas para los beneficiarios de micro créditos, así como de micro y pequeñas empresas.

A su vez los rectores y el director general de las instituciones educativas firmantes, coincidieron en señalar que este esfuerzo que realiza el Gobierno del Distrito Federal, redundará no sólo en la sobre vivencia de las micro y pequeñas empresas, sino que mediante la capacitación podrá garantizarse su consolidación. Por lo tanto hay dependencias del gobierno federal que se encargan de ofrecer la asesoría que se requiera para que las microempresas puedan hacer uso de la capacitación que bien traerá una mejoría en las acciones que realice la microempresa.

En este sentido, Raúl Méndez, rector de la Unitec, refirió que las micro y pequeñas empresas representan en el país uno de los sectores más importantes, por su

contribución a la generación de valor agregado y de empleo.<sup>8</sup> Esto más que importante es para crear conciencia ya que es el momento en que la juventud debe pensar en como mejorar al país, de manera se tiene que trabajar para salir adelante porque la situación que actualmente se vive no es como tomar las cosas a la ligera sino más bien de tener ideas claras.

---

<sup>8</sup> *ibidem*

## TECNOLOGIA

### UNA DEFINICIÓN APROPIADA

Tecnología significa "un quantum de conocimiento" e implica la aplicación de este conocimiento -científico, empírico y de destrezas técnicas- al arreglo, operación, mejoría y expansión de instalaciones productivas. Una de las confusiones más frecuentes en los intentos por definir tecnología y cambio tecnológico se encuentra en la controversia con respecto a lo que es innovación.

La definición "schumpeteriana" de innovación tecnológica supone la generación de un nuevo producto o de una forma radicalmente diferente de producir ("technological breakthrough"). La literatura que se dedica a estudiar y analizar el factor tecnológico en el contexto de las economías en desarrollo incluye en la definición de cambio tecnológico aquellos procesos relativos al aprendizaje, asimilación, adaptación y mejoría técnica que tengan algún efecto en la productividad.<sup>9</sup>

### LOS INICIOS DE LA TECNOLOGIA EN EL PAIS.

Al hablar de tecnología hay que tomar en cuenta los principios de ésta en nuestro país es por ello que a manera de un esbozo general se hablará de la tecnología

Es preciso recordar que el modelo sustitutivo de importaciones buscaba acelerar el proceso de industrialización. Con este objetivo se erigieron barreras a la importación y se empezaron a producir localmente aquellos productos

No hay que ir muy lejos en el pasado para recordar que los productos fabricados localmente tenían una calidad inferior a los que se podían adquirir en otros países

---

<sup>9</sup> [www.cidac.org/librocidac/méxico\\_cambio/cap7](http://www.cidac.org/librocidac/méxico_cambio/cap7).

y, no sólo eso, su precio con frecuencia fue mayor. Esto era ya un indicio de nuestro rezago en materia tecnológica. Mientras que empresas en otras latitudes se enfrentaban cotidianamente a la competencia y hacían del cambio tecnológico un instrumento de competitividad internacional, la industria doméstica –con un mercado interno cautivo- no se vio en la necesidad de demandar o generar innovaciones tecnológicas. Por esta razón, el empresario mexicano consideró el cambio tecnológico como un "lujo" del cual podía prescindir fácilmente. Incluso, cuando se acercó a los mercados internacionales de tecnología lo hizo con desconocimiento de las opciones tecnológicas existentes, por lo que comúnmente pagó un sobreprecio y fue poco el trabajo posterior en su adaptación y asimilación.<sup>10</sup>

## **LA SITUACIÓN DE LA TECNOLOGIA EN LA INDUSTRIA MEXICANA.**

No hay que ir muy lejos en el pasado para recordar que los productos fabricados localmente tenían una calidad inferior a los que se podían adquirir en otros países y, no sólo eso, su precio con frecuencia fue mayor. Esto era ya un indicio de nuestro rezago en materia tecnológica. Mientras que empresas en otras latitudes se enfrentaban cotidianamente a la competencia y hacían del cambio tecnológico un instrumento de competitividad internacional, la industria doméstica –con un mercado interno cautivo- no se vio en la necesidad de demandar o generar innovaciones tecnológicas. Por esta razón, el empresario mexicano consideró el cambio tecnológico como un "lujo" del cual podía prescindir fácilmente. Incluso, cuando se acercó a los mercados internacionales de tecnología lo hizo con desconocimiento de las opciones tecnológicas existentes, por lo que comúnmente pagó un sobreprecio y fue poco el trabajo posterior en su adaptación y asimilación.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Ibidem.

<sup>11</sup> Ibidem.

Es interesante conocer que: En las circunstancias actuales, México no enfrenta muchas opciones en materia tecnológica, pues el factor tiempo en el proceso de modernización tecnológica de la planta industrial es crucial. Las empresas mexicanas enfrentan hoy la competencia internacional y no pueden esperar hasta mañana para realizar los cambios tecnológicos que les permitan elevar su productividad a niveles internacionales. Sin embargo, las fuentes de generación tecnológica interna son débiles y los vínculos entre los centros generadores de tecnología y las empresas, casi inexistentes. Es por ello que una estrategia óptima en el corto y mediano plazos seguirá siendo la transferencia de tecnología.

## **TECNOLOGIA EN LA MIPYMES.**

Conceptos como modernización, competitividad, flexibilidad, innovación, productividad y calidad son relevantes para el desarrollo de la MiPYMES.<sup>12</sup>

Por tanto también hay que tomar en cuenta, que con los factores de éxito, competitividad y desarrollo de la Mipyme, el discurso oficial se enfoca en la tecnología, la transferencia tecnológica, la innovación de productos y procesos y la flexibilidad como factores de competitividad y desarrollo para la Mipyme.<sup>13</sup>

Sólo 28% de las micro empresas tiene acceso a la tecnología; mientras que 100% de las medianas empresas poseen al menos una PC. El sector que conforma el 90% de los negocios en México necesita orientación tecnológica

¿En qué invierten las micro, pequeñas y medianas empresas mexicanas cuando de tecnología se trata? Durante 2002, 73 por ciento del presupuesto de Tecnologías de la Información (TI) de las empresas micro se destinó a equipo,

---

<sup>12</sup> De la Rosa Alburquerque Ayuzabet, "La micro, pequeña y media empresa en México: sus saberes, mitos y problemática." Iztapalapa #48. México 2000 Pág.187

<sup>13</sup> ibidem, pag. 189

seis por ciento a software y un 22 por ciento a servicios. Mientras tanto, las pequeñas destinaron 78 por ciento a equipo, ocho por ciento a software y 14 por ciento a servicios. Asimismo, las medianas invirtieron 72 por ciento en equipo, ocho por ciento en software y 20 por ciento en servicios<sup>14</sup>

## ACERCA DE LA TECNOLOGÍA EN LA SECTOR PANADERO

Haciendo una lectura acerca de la situación de los panaderos a nivel Latinoamérica pudimos conocer como desde hace varios años a estas personas les aqueja una enfermedad ocasionada por la condición laboral en la que trabajan pero que pretendemos con esto, recordando que una de las hipótesis que aparece en el planteamiento es que es necesario una modificación en el uso de tecnología para la elaboración del pan porque de esta forma estaríamos contribuyendo a mejorar nuestro producto para tener una excelente calidad, la forma en la que queremos llegar hasta esto no la sabemos con profundidad.

Lo que se encontró y por lo que ha experiencia propia se tiene es que “el pan casero” tiene un sabor único lo que estaría en tela de juicio el uso de maquinas y demás accesorios para la elaboración del pan porque los panquecitos ya no tendrían un sabor de casa sino más bien una sabor industrial es decir perdería lo sabroso de un pan su sabor aquel que se ha conservado común por tratarse de una elaboración en serie pero si lo que queremos también es cumplir con aquello de las normas de calidad que el mundo actual demanda para la elaboración de cualquier producto, las grandes compañías que están ahora en el mercado hace la diferencia en esto su pan puede durar más días que el pan que compramos en la panadería porque gracias al tipo de conservador que utilizan el producto tiene mas vida de anaquel y esto favorece mucho a la empresa ya que esto lo comparamos con el pan que tradicionalmente se encuentra en la panadería de la

---

<sup>14</sup> [www.soyentrepreneur.com/chispazos/chis08113.html](http://www.soyentrepreneur.com/chispazos/chis08113.html)

colonia el pan dulce que es del día anterior ya no se consume igual que aquel que es recién salido del horno aquel que desprende un olor inconfundible de pan acabado de hacer sí el que es esponjoso, dulce, suave y sobre todo caliente, que sucede con el pan que ya no se vendió lo ofrecen a un precio más barato por ser un “pan frío” si lo que pretendemos es tener una microempresa que vaya a la vanguardia tenemos que tomar todos estos puntos y tratar de modificarlos para no tener los mismos errores, bien el tema que se está desarrollando es el uso de la tecnología para elaborar el pan al comienzo de este apartado hablamos de una enfermedad que suele sucederle a las personas que tiene por oficio el ser panaderos y es que en la lectura “” nos describe de cómo es el lugar en donde tienen que trabajar aquellos hombres que empujan una fuerza apantallada para amasar toda esa mezcla de ingredientes que darán por resultado unos sabrosos panes lo que uno no ve es todo el trabajo que requiere el elaborar el pan es decir uno desconoce la forma en que trabajan casi todos los panaderos porque para que la gente pueda disfrutar un delicioso pan es necesario analizar las horas previas que se requiere<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Jiménez, Ángel. Revista estudios del Trabajo No. 21. artículo “las condiciones del trabajo de los panaderos”. Págs. 135-148.

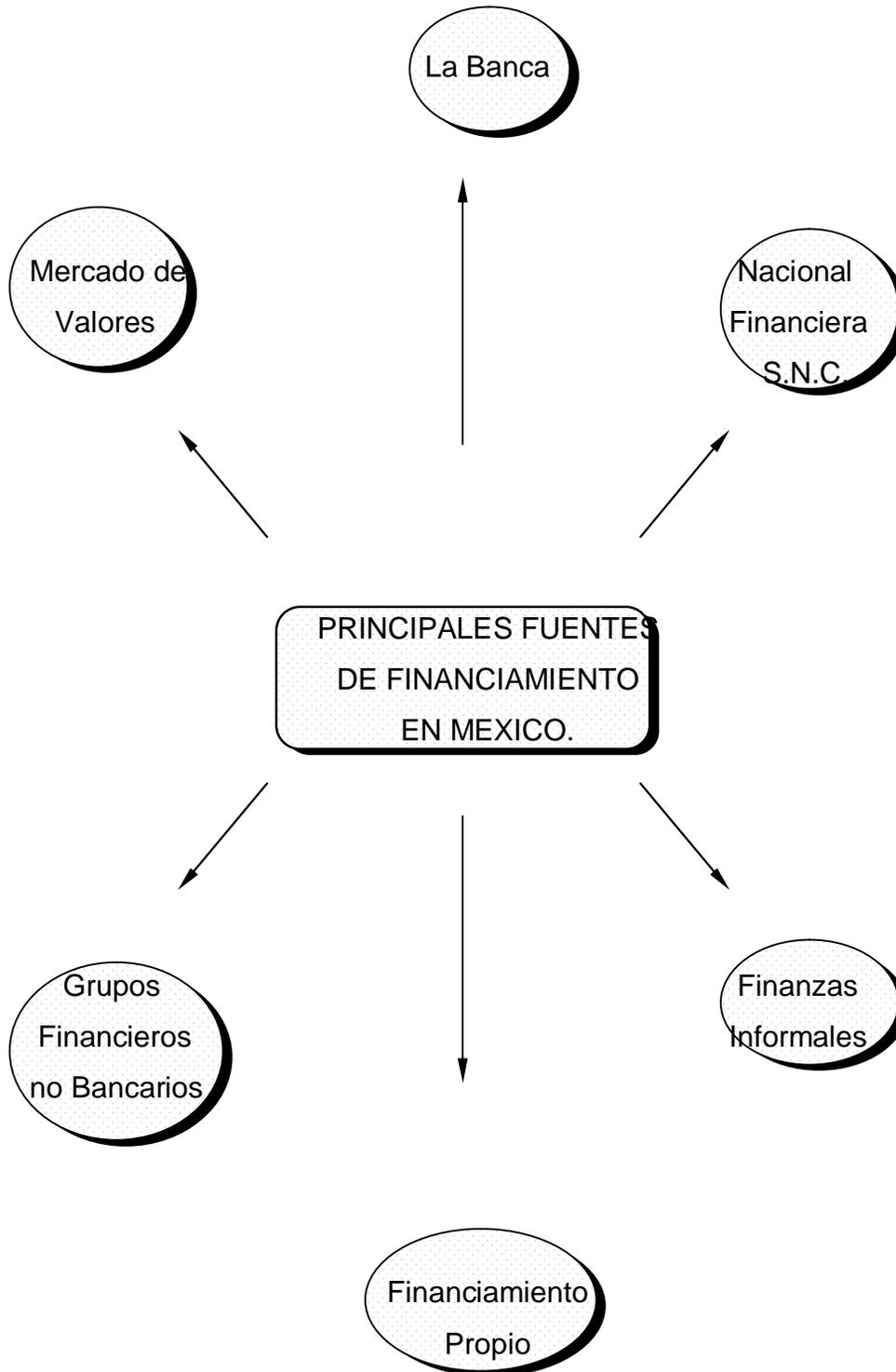
## FINANCIAMIENTO

El financiamiento tiene relevancia fundamental porque la visión que se pueda tener en una empresa (principalmente las micro), relativo a la forma de obtener un financiamiento de acuerdo a las posibilidades particulares, repercutirá en la creación de la misma. Se deben conocer todas las opciones que existen actualmente en México, y a cuales se puede acceder de acuerdo a las características particulares del solicitante (en este caso el micro empresario).

En toda empresa, el propietario o el gerente de finanzas debe reunir, analizar e interpretar la información financiera y formular un plan para obtener financiamiento. Concretamente se trata de determinar las fuentes de financiamiento.

Unos de los principales lineamientos establecidos en el Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006 es el crecimiento con calidad de las empresas, asegurar el desarrollo incluyente fomentando la igualdad de género y facilitando la incorporación de los jóvenes y en particular de las mujeres emprendedoras del país a las actividades productivas y empresariales, así como brindar oportunidades de desarrollo productivo a las personas con alguna discapacidad.

El Programa de Desarrollo Empresarial 2001-2006 establece, entre sus líneas de acción lograr el acceso al crédito y financiamiento en coordinación con los Gobiernos Estatales, Municipales y del Distrito Federal y la banca de desarrollo, a través de la generación de un esquema articulado de acercamiento entre oferentes y demandantes de recursos financieros y promover el desarrollo de mecanismos financieros que coadyuven a estas acciones, a través del apoyo de la Secretaría de Economía.



## **OPCIONES DE FINANCIAMIENTO FONDO DE APOYO PARA EL ACCESO AL FINANCIAMIENTO DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS**

A partir del año 2002 el Gobierno Federal a través del FOAFI apoya a las MIPYMES para facilitar el acceso al crédito y financiamiento y fomentar su cultura empresarial a través de: i) la constitución y fortalecimiento de Fondos de Garantía, ii) Apoyo a Planes de Negocios y iii) el Fortalecimiento de Intermediarios Financieros No Bancarios.

La gestión del FOAFI ante la Banca de Desarrollo y Comercial propició que estas instituciones voltearan su mirada a las MIPYMES, logrando comprometer el otorgamiento de 23 mil créditos en beneficio de este tipo de empresas. Adicionalmente, los gobiernos de 11 estados de la República ampliaron en al menos un 10 por ciento su capacidad de atención y apoyo a las empresas de menor tamaño de la entidad.

Asimismo, se logró la conformación de 3 fondos de garantía con la participación mayoritaria del sector privado, situación que marca uno de los antecedentes más relevantes en la contribución del sector empresarial para lograr reestructurar la relación entre la empresa y las instituciones financieras.

En ese sentido, el FOAFI ha servido como un instrumento que genera el entorno propicio para impulsar la competitividad de las MIPYMES.

### **Objetivo general.**

Fomentar y constituir esquemas e instrumentos financieros que apoyen el acceso al crédito y al financiamiento del Sistema Financiero Nacional a las MIPYMES, incrementando su capacidad de autogestión e impulsando el desarrollo regional y

sectorial, promoviendo la igualdad de condiciones y oportunidades para hombres y mujeres.

### **Objetivos específicos.**

Promover y apoyar equitativamente entre hombres y mujeres la elaboración de planes de negocio;

- Fomentar una cultura crediticia entre las MIPYMES, para que los hombres y las mujeres conozcan los productos y servicios que las instituciones financieras ofrecen;
- Fomentar la cultura emprendedora entre los hombres y las mujeres del país, facilitar la creación de nuevas MIPYMES competitivas, así como el fortalecimiento y desarrollo de las ya existentes;
- Difundir entre las MIPYMES y los miembros del sistema financiero nacional, las mejores prácticas bancarias, financieras, crediticias, incluyendo sistemas de garantías, tanto nacionales como internacionales.
- Promover y apoyar la constitución y fortalecimiento de fondos de garantía para apoyar a los hombres y las mujeres de las MIPYMES que tienen un proyecto técnica y financieramente viable y que por insuficiencia de garantías no cubren los requisitos para ser sujetos de financiamiento;
- Promover que la banca de desarrollo y banca comercial incrementen su nivel de apoyo a las MIPYMES, poniendo particular énfasis en los proyectos liderados por mujeres;
- Fomentar el acceso al crédito y al financiamiento a las MIPYMES a través de Intermediarios Financieros No Bancarios;
- Propiciar la autogestión y hacer sujetas de crédito a las MIPYMES;
- Constituir y consolidar el Sistema Nacional de Garantías;
- Impulsar la creación de MIPYMES liderados por mujeres;
- Garantizar la equidad de oportunidades de financiamiento para los proyectos presentados por mujeres emprendedoras; y

- Brindar oportunidades de desarrollo productivo a las personas con alguna discapacidad.

El FOAFI tiene cobertura nacional y como propósito facilitar el acceso al crédito a las MIPYMES, así como apoyar al fortalecimiento y/o constitución de fondos de garantía.

La población objetivo del FOAFI son micro, pequeñas y medianas empresas, encabezadas por hombres y mujeres, que tengan capacidad de pago para honrar sus compromisos, que no cuenten con acceso al crédito y financiamiento y que presenten proyectos productivos técnica y financieramente viables, asimismo que se encuentren avalados por al menos dos de los siguientes actores: organismos empresariales, gobiernos estatales y/o municipales.

### **Beneficiarios.**

Los beneficios del FOAFI se destinan a las MIPYMES o grupos de MIPYMES encabezadas por hombres, mujeres y discapacitados a través de facilitarles el acceso al crédito y financiamiento para la puesta en marcha, ampliación y/o mejora de su proyecto.

### **Criterios de selección.**

Los recursos del FOAFI se asignan a esquemas de financiamiento que busquen detonar el desarrollo económico de empresas, sectores y regiones, acorde a las vocaciones productivas de las diversas entidades y regiones del país.

### **Requisitos**

- I. Que el proyecto sea presentado por un operador de proyecto a través de un organismo intermedio que garantice intermediar de manera equitativa a favor de los hombres y las mujeres líderes de las MIPYMES;

- II. Que el operador del proyecto y el organismo intermedio estén constituidos legalmente y cumplan con la normatividad federal, estatal y en su caso municipal aplicable.
- III. Que por medio del proyecto se fomente el desarrollo de sectores productivos y regionales estratégicos;
- IV. Que el proyecto tenga impacto en el desarrollo de la región, elevando la calidad de vida de los hombres y las mujeres;
- V. Proyectos que deriven de la planeación del desarrollo económico de las entidades federativas y que sean prioritarios a nivel nacional y regional;
- VI. Proyectos que denoten su viabilidad técnica y financiera y que incidan en el desarrollo de las MIPYMES, a través de las líneas de apoyo que promueve el FOAFI;
- VII. Proyectos que cuenten con otras fuentes complementarias de financiamiento, como es la participación privada, de gobiernos estatales y municipales, de organismos de representación empresarial, del sector académico o bien de otras instituciones y organizaciones públicas y privadas;
- VIII. Proyectos que fomenten la creación de MIPYMES liderados por mujeres, así como el desarrollo de las ya existentes;
- IX. Que exista una participación permanente de las MIPYMES en el proyecto;
- X. Que el proyecto permita en el mediano plazo la autogestión de las MIPYMES ante el sector financiero;
- XI. Que demuestre su viabilidad técnica y financiera y;
- XII. Que el solicitante cubra y documente los requisitos establecidos por el Consejo.

## Restricciones

- I. En el caso de la línea de apoyo, en la elaboración de planes de negocio, no se apoyarán proyectos en los cuales los empleados del organismo ejecutor funjan como extensionistas financieros.
- II. Los proyectos presentados para fortalecer fondos de garantía tendrán que presentar un esquema de integración con alguna institución financiera, de tal manera que ésta última se comprometa a otorgar los créditos que respalde el fondo.

## Papel del gobierno en el apoyo a las Microfinancieras

El Presidente Vicente Fox Quesada, interesado en apoyar las capacidades productivas de los más pobres para mejorar sus condiciones de vida, ha establecido en la Secretaría de Economía el Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario, PRONAFIM, que tiene como objetivo impulsar las iniciativas productivas de los individuos y grupos sociales en condiciones de pobreza, mediante el fomento y promoción de un sistema de microfinanzas con la participación de Instituciones de Microfinanciamiento como canales para la distribución y ejecución del crédito en todas las regiones del país, con especial énfasis en aquellas que registren mayores índices de pobreza. Esto significa que el Gobierno a través del PRONAFIM, otorga líneas de crédito a las Microfinancieras que ya funcionan a fin de que ellas a su vez den crédito a los más pobres. La Microfinancieras deben pagar estos prestamos para solicitar al PRONAFIM periódicamente líneas de crédito mayores y poder apoyar a mayor cantidad de clientes.

El gobierno no otorga directamente a los ciudadanos los microcréditos, sino que en una revisión minuciosa, evalúa a las Microfinancieras sujetas de crédito para que mediante ellas lleguen los recursos a los más pobres.

**SECRETARIA DE ECONOMIA**

## **Microfinanzas**

Significa otorgar a las familias más *pobres*, pequeños prestamos (microcrédito) para apoyarlos económicamente en actividades productivas (negocios-autoempleo).

## **Microfinancieras**

Son organizaciones e instituciones, que brindan *servicios financieros* (ahorro y crédito) a los *más pobres*. Ofrecen *servicios financieros sólo* a sus clientes, a través de pequeñas cuentas de ahorro, individuales o grupales, y créditos que van de acuerdo a sus necesidades y a su situación económica.

## **Clientes de las Microfinancieras**

Las personas *más pobres y vulnerables* y que solicitan participar en el programa de una institución de Microcrédito. Las microfinancieras tienen diferentes requisitos y distintas formas de participación, porque se adaptan a las necesidades de la comunidad a la cual le ofrecen el servicio financiero. Las Microfinancieras no prestan grandes cantidades, tienen metodologías muy específicas para colaborar con sus clientes e ir incrementando las sumas de prestamos para evitar el endeudamiento desmedido y la incapacidad de pago. Por lo general, inician con pequeñas cantidades de crédito y en algunas también de ahorro, que se incrementan gradualmente hasta lograr establecer un *historial crediticio exitoso* y un patrimonio para cada persona o grupo.

## **Las Microfinancieras ofrecen**

- *Prestamos:* (crédito) por cantidades pequeñas, que se incrementan de acuerdo a los plazos de pago fijos. Los montos crecen escalonadamente de acuerdo al cumplimiento de pago en cantidad y tiempo.
- *Capacitación:* para aprender cómo se maneja el crédito.

- *Ahorro*: para formar un patrimonio individual y/o familiar.

### ¿Cómo ayuda el microcrédito a los más pobres?

1. Incrementando su capacidad de ahorro, y con ello su patrimonio
2. Enseñando la forma de ahorrar
3. Creyendo en ellos y en sus capacidades para salir adelante
4. Acercándolos a servicios financieros institucionales
5. Servicios financieros oportunos y a su alcance
6. Enseñando la forma de llevar un crédito.
7. Compartiendo la responsabilidad del manejo de los créditos con otros clientes.

El objetivo de las microfinanzas es potenciar la capacidad de los clientes de iniciar un pequeño negocio, o instrumentar el autoempleo especialmente en las mujeres como agentes económicos del cambio.

Nombre	Zona de Influencia
FUNDACIÓN LOS EMPRENDEDORES, I.A.P.	D.F. y Estado de México
"CAME", CENTRO DE APOYO AL MICROEMPRESARIO, I.A.P.	D.F. y Estado de México
"ADEM", ASOCIACIÓN DE EMPRESARIAS MEXICANAS, A.C.	Veracruz
ADMIC NACIONAL, A.C.	Nuevo León, Tamaulipas, Coahuila, Querétaro, San Luis Potosí y Yucatán
"FINCA", FUNDACIÓN INTEGRAL COMUNITARIA, A.C.	Morelos

"FINCOMUN", SERVICIOS FINANCIEROS COMUNITARIOS, S.A.	D.F. y Estado de México
SANTA FÉ DE GUANAJUATO, A.C.	Guanajuato
FAI SONORA, FUNDACIÓN DE APOYO INFANTIL, I.A.P.	Sonora
SANTA FÉ DE SAN LUIS POTOSÍ, A.C.	San Luis Potosí
"UCEPCO", UNIÓN DE CRÉDITO ESTATAL DE PRODUCTORES DE CAFÉ DE OAXACA, S.A. DE C.V.	Oaxaca
"FEDECOOP", FONDO SOLIDARIO DEL FRENTE DEMOCRÁTICO CAMPEÑO, S.C.C., DE R.L.	Chihuahua
"DEMIC", DESARROLLO A LA MICROEMPRESA, A.C.	Chihuahua
"COPAME", FONDO 5 DE MAYO, A.C.	Puebla
SANTA FÉ DE JALISCO, A.C.	Jalisco
CAJA DE PAC POBLANA, S.C. DE R.L.	Puebla
ADMIC OAXACA, A.C.	Oaxaca
ADMIC SAN LUIS POTOSÍ, A.C.	San Luis Potosí
SANTA FÉ DE CUERNAVACA	Morelos
"ALSOL CHIAPAS", ALTERNATIVA SOLIDARIA CHIAPAS, A.C.	Chiapas
"DESMUNI", DESARROLLO SUSTENTABLE PARA LA MUJER Y	Chiapas

LA NIÑEZ, A.C.	
"ACCEDDE", ACCIÓN CIUDADANA PARA LA EDUCACIÓN, LA DEMOCRACIA Y EL DESARROLLO, A.C.	Jalisco
UNIÓN DE CRÉDITO PROGRESO, S.A. DE C.V.	Chihuahua
"CONEA", CONSULTORA PARA NEGOCIOS AGROINDUSTRIALES, S.C.	Campeche, Chiapas y Yucatán
"COBANARAS", FEDERACIÓN ESTATAL DE SOCIEDADES DE SOLIDARIDAD SOCIAL	Sonora
"CONSERVA", CONSULTORES DE SERVICIOS VARIOS, A.C	Chiapas e Hidalgo
EMPRENEDORES DE NUEVO LEON, A.C.	Nuevo León
FONDO ASUNCIÓN	Aguascalientes
"DESPENO", DEPÓSITO Y SERVICIOS PECUARIOS DEL NORESTE, S.A. DE C.V.	Sinaloa
"AUGE", DESARROLLO AUTOGESTIONARIO, A.C.	Veracruz
"SIEMBRA", SERVICIOS INTEGRALES A MUJERES EMPRENDEDORAS	Estado de México
ESPACIOS ALTERNATIVOS, S.C.	Oaxaca

"SOLIDUM", SOCIEDAD COOPERATIVA DE AHORRO Y PRESTAMO, S.C. DE R.L.	Estado de México
"FES", FUNDACIÓN ECONOMÍA SOLIDARIA, A.C.	Estado de México, D.F. y Chiapas
"DEAC", DESARROLLADORA DE EMPRENDEDORES, A.C.	Estado de México
GRAMEEN TRUST CHIAPAS, A.C.	Chiapas
"SADEC", SALUD Y DESARROLLO COMUNITARIO DE CD. JUÁREZ, A.C.	Chihuahua
FUNDACIÓN REALIDAD, A.C.	Morelos, Estado de México, Oaxaca y Veracruz

Tabla 3. Microfinancieras en el país.

Fuente: Secretaría de Economía.

### **FONDO PARA CAPACITACION Y ASESORIA**

F A M P Y M E es un fondo de carácter público que apoya proyectos de capacitación, asesoría e innovación tecnológica de las micro, pequeñas y medianas empresas (MPYMES) de todos los sectores económicos, a fin de lograr empresas eficientes, competitivas y con cultura empresarial.

Tiene por objetivo diseñar, instrumentar, promover y difundir proyectos, programas, herramientas y sistemas de información para el fomento de la cultura empresarial, la innovación tecnológica, la capacitación, la asesoría y consultoría empresarial. Beneficiando a grupos de micro, pequeña y mediana empresas mexicanas, con potencial de consolidación y desarrollo, que se encuentran dentro de las siguientes categorías, en cuanto al número de sus empleados

Tamaño	Industria	Comercio	Servicios
Microempresa	0 - 10	0 – 10	0 – 10
Pequeña empresa	11 - 50	11– 30	11 – 50
Mediana empresa	51 - 250	31 – 100	51 – 100

Tabla 4. Estratificación de las empresas según número de empleados.

Fuente: Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa de diciembre de 2002.

### ¿QUE SERVICIOS RECIBIRA LA PYME?

- Capacitación.
- Asesoría
- Consultoría básica
- Cosultoría especializada.

La MIPYME debe integrarse en un grupo de empresarios y presentar un proyecto a la delegación o subdelegación de Secofi, la SEDECO o el COPLADE de su localidad, para recibir los apoyos del FAMPYME

### ¿COMO OBTENER LOS BENEFICIOS DEL FAMPYME?

La SE en coordinación con el Gobierno del estado canalizan recursos para la capacitación, asesoría y consultoria y la innovación tecnológica a grupos de empresas integrados en proyectos específicos de impacto regional o nacional.

Los grupos de empresarios deben acudir a la Delegación o Subdelegación de la Secretaría de Economía, Secretaría de Desarrollo Económico o COPLADE en su entidad a manifestar su demanda específica.

La oficina receptora les enetregará un formulario que integra información general y económica del proyecto, así como del apoyo solicitado, a fin de que a través de un

procedimiento interno se evalúe su factibilidad y en su caso, se autorice el proyecto y determine el monto del apoyo.

Una vez autorizado el proyecto, el organismo que identificó e integró la demanda de servicio, notifica a las empresas beneficiadas los términos, condiciones y plazos de desarrollo del proyecto.

Al término del servicio, la empresa entrega carta de satisfacción.

**GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL:  
(Secretaría de Desarrollo Económico)**

***Programa de Créditos para el Autoempleo***

El gobierno del D.F. ofrece este crédito cuyo objetivo es fomentar los proyectos de autoempleo mediante el otorgamiento de Microcréditos a grupos solidarios.

- **Monto:** 1,000 a 3,000 por cada integrante del grupo.
- **Plazo:** 16 pagos semanales.
- **Tasa de interés:** 0.7% semanal, no se cobran intereses moratorios.
- **Destino:** Compra de mercancía, insumos, materias primas, herramientas y equipo.
- **Giros:** Comercio, servicios, manufactura y agroindustria.

***Requisitos***

- Vivir en una de las 852 Unidades Territoriales seleccionadas por el programa, dadas sus altos índices de marginalidad y pobreza.
- Participar en un grupo solidario de 5 a 15 personas.
- Ser mayor de edad y de preferencia jefe o jefa de familia.
- Presentar solicitud de crédito al representante delegacional de la SEDECO en las oficinas de la UDSE (antes CEDEPECA) de cada Delegación, con la siguiente información:
  - a) Acta constitutiva del grupo solidario.
  - b) Comprobante de domicilio,.
  - c) Copia de identificación oficial de los integrantes del grupo (credencial de elector).
  - d) Proyecto o proyectos de negocio dependiendo si es individual o colectivo.
  - e) Acudir a un curso de capacitación impartido por el programa.

### **Requisitos para la asignación de un segundo o posterior crédito.**

Este año continuará el otorgamiento de segundos o posteriores créditos, los cuáles se otorgarán a los grupos beneficiarios que cumplan con los siguientes requisitos:

- Que los recursos sean destinados al proyecto productivo propuesto inicialmente.
- Proyectos que hayan sido exitosos o se estén desarrollando favorablemente.
- Que todos los integrantes del grupo hayan pagado el monto total solicitado en el primer crédito.
- Podrán solicitar hasta el doble del monto inicial.
- Acudir a un curso de capacitación impartido por el programa.

### **Esquema de financiamiento para el segundo crédito.**

- Monto: de 4,000 a 6,000 pesos.
- Plazo: 22 semanas.
- Tasa de interés: 0.7% semanal

### **Restricciones. No se otorgarán créditos a:**

Personas de las dependencias del GDF que participen el programa.

- Proyectos que tengan como finalidad el establecimiento de comercios en vía pública (comercio ambulante).
- Personas que planeen utilizar el crédito para cualquier uso distinto al establecimiento o consolidación de un negocio.

Uno de los requisitos para tener acceso a este crédito es formar parte de un grupo solidario, pero no se informa al público lo esto significa. Es importante destacar la definición de **Grupos Solidarios**, para eliminar el establecimiento de negocios que generalmente se apropian de las vías públicas, o que utilizan el financiamiento

para intentar rescatar microempresas a punto de desaparecer, ambas situaciones, y muchas más, se deben a escasez de cultura empresarial.

## **ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES LA EXPERIENCIA DE LOS GRUPOS SOLIDARIOS Y FINANCIAMIENTO**

Los grupos solidarios surgen en respuesta al estancamiento generado en la década de 1980, en donde trabajadores recurren al autoempleo en el sector informal para crear trabajo para ellos, los miembros de su familia y vecinos.<sup>16</sup>

Un programa de grupos solidarios posee las siguientes características:

- Se reúnen de tres a diez microempresarios para tener acceso a un crédito, capacitación y fortalecimiento de la organización.
- Los miembros del grupo son los que se encargan del cumplimiento del pago del préstamo, a igual que de los préstamos subsecuentes.
- Los préstamos se acomodan a las necesidades del prestatario en cuanto al monto, finalidad y plazos.

Lo que marca la diferencia de un grupo solidario de cualquier microchango ambulante es lo siguiente.

- Prestar servicios a la gente pobre,
- Alcanzar la autosuficiencia financiera
- Llegar a un gran número de personas.
- Además se debe adoptar un compromiso hacia la eficiencia administrativa, y responder con las exigencias del mercado.

A través de un grupo solidario se puede acceder a préstamos por medio de ONG'S.

---

<sup>16</sup> Berenbach y Guzmán. "La experiencia mundial de los grupos solidarios". 1993

Gracias al apoyo de nuestro asesor, pudimos acercarnos a la Fundación Vamos, que se encarga de prestar apoyo a grupos solidarios.

### **FUNDACIÓN VAMOS**

La Fundación Vamos ha impulsado desde el año 2000 un programa específico para el sector empresarial.

Las empresas líderes, aquellas que están a la vanguardia, definiendo en gran medida lo que será el Siglo XXI, poseen una gran claridad en sus valores entre los que el comportamiento ético y la relación con la comunidad son esenciales.

Así, Vamos se convierte en un aliado estratégico para las empresas al ofrecer, desde su experiencia social, inversiones con impacto real en las comunidades, para mejorar las condiciones de vida de niños y niñas, jóvenes, mujeres y hombres en todo México.

### **Principios**

La pobreza no debe verse sólo como problemas y necesidades, en el mundo de los pobres también existen capacidades instaladas y oportunidades para lograr impacto y hacer la diferencia.

El enfoque para lograr resultados sostenidos es romper el círculo vicioso de la pobreza.

El punto de partida de toda acción para superar la pobreza es la propia disposición y compromiso de la gente por mejorar su situación.

### **La responsabilidad social empresarial se rige por los siguientes criterios:**

Los donativos y otras formas de ayuda deben ser coherentes y estar en función de los objetivos estratégicos de la empresa.

Las causas sociales que apoya la empresa reflejan su misión, sus valores y sus campos de interés.

Las acciones sociales que generan paternalismo, dependencia y “gasto corriente” no son buenos vehículos para la imagen empresarial.

El apoyo a causas sociales no puede sustituir el cumplimiento de normas ambientales, laborales y comerciales.

regresar al inicio de la página

### **Ventajas de las empresas socialmente responsables**

Un estudio mercadológico reciente señala:

El 68% de los consumidores piensa que las empresas deben contribuir al beneficio social.

El 65% reconoce empresas que realizan acciones en apoyo a causas sociales.

El 76% dice que podría cambiar de producto (con similar calidad y precio) si sabe que la empresa apoya una causa social.

El 54% está dispuesto a pagar un sobreprecio de entre 5 y 10% por un producto si sabe que con ello apoya una causa social.

### **Exigencias para las acciones sociales**

Transparencia en el uso de los recursos.

Efectividad para obtener los resultados esperados.

Eficiencia y buena relación costo/beneficio.

Rendición de cuentas completas y a tiempo.

Reconocimiento apropiado y visibilidad para las empresas

### **RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

El programa ofrece:

Articulación de los objetivos e intereses estratégicos de la empresa con las acciones sociales, en diferentes temas y territorios

Flexibilidad para generar propuestas “a la medida” de cada empresa

Gradualidad para crecer en acciones y compromisos de acuerdo a resultados

Transparencia en el manejo de los recursos

Publicidad y visibilidad nacional e internacional de cada empresa

En síntesis:

Vamos es una fundación, no lucrativa, de la sociedad civil, que puede ofrecer un servicio profesional en el campo de las causas sociales y el combate a la pobreza, mediante un programa con grandes ventajas y sin riesgo

Un programa bien diseñado de RSE puede generar nuevos ambientes de trabajo, mejores relaciones en el entorno, remuneración moral a todos los involucrados y sobretodo, resultados en la acción social

### **ALGUNAS OPCIONES**

- Inversión en proyectos sociales exitosos
- Invitación a la donación a los clientes
- Aporte de contrapartida
- Compra de productos de organizaciones sociales
- Sensibilización y difusión para la causa
- Donación de talento y voluntariado del personal
- Descuentos a organizaciones civiles
- Sistemas de ventas en apoyo a recaudación de fondos
- Fondo Empresarial permanente para una causa

### **PARTICIPACIÓN JUVENIL**

En este sentido Vamos ha desarrollado dos programas:

Vamos aprendiendo a compartir, y

Vamos formando profesionales con responsabilidad social

## RESPUESTAS A LAS PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.

### **1. ¿Qué es realmente mas necesario al iniciar una empresa panadera, conseguir financiamiento o buscar capacitación para administrarla?**

Con la información recolectada se puede decir que el financiamiento no es solo lo único de lo que se tiene necesidad para iniciar una microempresa sino que también la capacitación es una parte fundamental debido a que cuanto mas conocimiento se tenga del proyecto es mas viable poderlo llevar a cabo. Es decir el recurso financiero es una mas de las partes que conforma todo el proyecto pero la capacitación es la que me permite moverme más porque es en donde puedo obtener herramientas que me servirán para desarrollar de mejor manera mi idea.

### **2. ¿Con que facilidad se consigue un financiamiento para MIPYME en México?**

se puede notar que el gobierno mexicano en sus Programas de Desarrollo contempla la necesidad de impulsar la economía y dirige una mirada hacia las micro, pequeñas y medianas empresas mejor conocidas como MIPYMES, el proceso para conseguir un financiamiento no es del todo fácil pero tampoco es imposible, se necesita tener dolencia y constancia y mostrar bastante interés para lograr que cada uno de los requisitos, de esa manera se podrá obtener el financiamiento buscado no omito decir que también se debe tener un proyecto que sea lo suficientemente rentable.

### **3. Y se consigue este financiamiento ¿en qué se aprovecha?**

En lo que generalmente se aprovecha es en adquirir tecnología, y aquí entraría el comprar maquinaria y bien una computadora, de esta manera se podrá decir que se cuenta con cierto grado de tecnología. Por tanto los dueños de las MIPYMES cuando no cuentan con alguna maquinaria optan por adquirir la maquinaria que requieren para hacer mas eficiente su trabajo, no hay que descartar la idea de también adquirir materia prima.

La asignación de los recursos va a estar dentro de la subjetividad de los individuos que conforman las MIPYMES.

#### **4. Los dueños de MIPYMES, ¿tienen conocimiento de la capacitación que se les puede proporcionar como empresarios?**

Los programas de capacitación están abiertos y a disposición de toda aquella persona que este interesada en recibir capacitación, lo que primeramente se puede observar es que el interesado o interesada debe mostrar interés o inquietud para poder tomar estos cursos ya que cuando se tiene necesidad es como se recurre a ella.

Una de las cosas que se puede notar, es que poco a poco se ha dado difusión a través de los medios de masivos de comunicación, mas en concreto en el radio.

#### **5. ¿Éstos saben cómo y donde se les puede proporcionar esta capacitación?**

La manera más usual de enterarse de este tipo de cursos de capacitación es acudiendo a la delegación y pedir informes o bien si se cuenta con una computadora se puede navegar por Internet y obtener algunas paginas con información que nos sirven tener referencias para poder tomar los cursos necesarios, la divulgación de las fuentes de información es algo que todavía no esta muy trabajado porque habrá personas que no sepan esto de navegar en la red de redes y tienen la necesidad de conseguir capacitación por ello este trabajo de investigación tiene una finalidad proporcionar una especie de listado en donde aparezcan algunos de los lugares en donde se pueda conseguir ésta.

#### **6. ¿El apoyo que actualmente existe para las MIPYMES, es el adecuado?**

De manera general se puede decir que si, solo que en cuanto a las cursos de capacitación pero en cuanto al asunto financiamiento consideramos que la cantidad que proporcionan no cubre del todo los gastos iniciales para abrir una MIPYME, quizás se debe a que el interés que tiene al gobierno es solo coadyuvar en una parte del proyecto y no con todo, para de esta forma hacer responsable al futuro empresario a mirar por el bienestar de su empresa a no derrochar los recursos y mejor aprovecharlos al máximo.

## APLICACIÓN AL PROYECTO YOPAN

### ***Requisitos para la formación de una empresa 17***

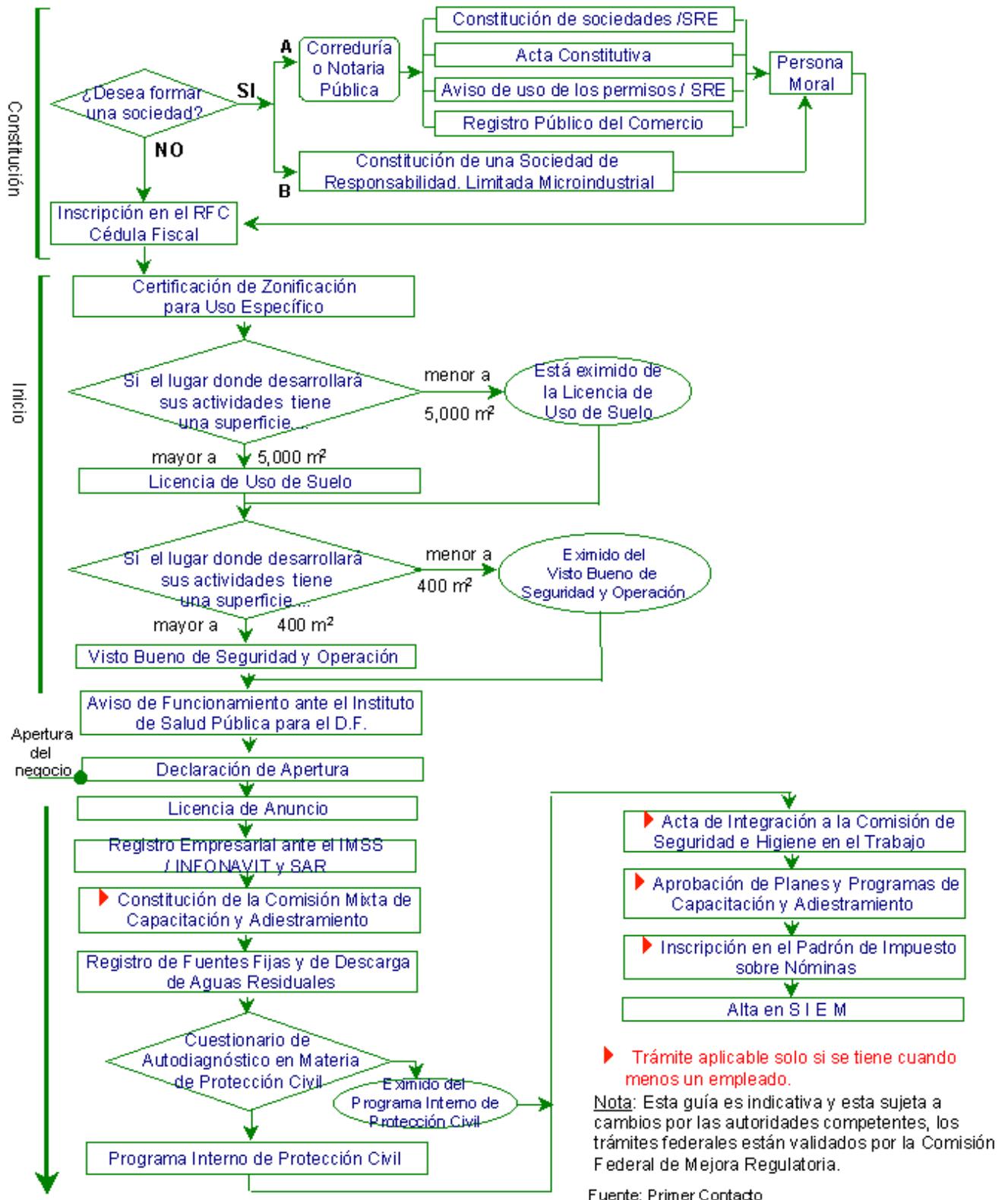
Las decisiones y acciones que se necesitan tomar para formar una empresa son:

- Determinar el giro de la empresa.
- Decidir la forma de sociedad.
- Definir tres posibles nombres y pedir, en el caso de México, a la Secretaría de Relaciones Exteriores la aceptación de uno de éstos.
- Tener una razón social.
- Establecer el objeto de la sociedad.
- Definir los accionistas y el número, valor y porcentaje de acciones.
- Establecer el monto del capital social.
- Tener información sobre los datos generales de los accionistas (nombres, nacionalidad, fecha y lugar de nacimiento, domicilio, estado civil y calidad migratoria si es extranjero).
- Duración de la sociedad.
- Domicilio de la sociedad.
- Definir la forma de administrar la sociedad (consejo de administración o administrador único).
- Realizar el nombramiento del consejo de administración.
- Definir el contenido de los estatutos del acta constitutiva.
- Designar y realizar el nombramiento de los administradores y determinar sus facultades.
- Designar y realizar el nombramiento del comisario.

Estos requisitos deben adaptarse a las regulaciones y requisitos de apertura de empresas que establece cada ciudad o país. Para formar una empresa de panadería en el Distrito Federal puede seguirse la siguiente guía que enumera los pasos que deben seguirse y los trámites que deben realizarse.

---

<sup>17</sup> Fleitman S. Jack, Negocios exitosos. McGraw-Hill, 2000



Es importante también tener conocimiento de los tramites que son obligatorios para constituir o iniciar un negocio de elaboración y venta de pan y pasteles (panaderías) y cual es el costo de cada trámite, donde y en que horarios se debe acudir, así como el tiempo en que se libera el tramite, por lo que presentamos la siguiente tabla, que contiene los datos antes mencionados.

TRAMITE	TIPO	DESCRIPCIÓN	TIEMPO APROX. DE RESPUESTA	VIGENCIA	FORMATO	COSTO
1. CONSTITUCION DE SOCIEDADES ANTE LA S.R.E.	Federal	Trámite para obtener de la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE) la autorización del nombre de la sociedad Denominación Social	5 días hábiles	Indefinida	SA1	\$555.00 por recepción, de examen y expedición del permiso
2. AVISO DE USO DE LOS PERMISOS PARA LA CONSTITUCION DE SOCIEDADES O CAMBIO DE DENOMINACION O RAZON SOCIAL	Federal	Trámite para informar a la S.R.E. que el permiso que autorizó fue utilizado por constitución de sociedad o cambio en su denominación o razón social.	No se requiere	90 días hábiles para dar aviso	No aplica	\$205.00 pesos \$1,105.00 Extemporáneos
3. REGISTRO PUBLICO DE LA PROPIEDAD Y EL COMERCIO	Local	Trámite mediante el cual se hace el registro de la Acta constitutiva ante dicha Instancia	20 días hábiles	Indefinida	Universal	Variable de acuerdo al monto para la inscripción \$813.00 mínimo / \$8149.00 máximo

4. CONSTITUCION DE SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA MICROINDUSTRIAL	Estatal	Trámite mediante el cual el usuario obtiene la figura legal de Sociedad de Responsabilidad Limitada Microindustrial, para lo cual se requiere: - El Permiso para la Constitución de Sociedades ante la S.R.E. - Aviso de Uso de los Permisos para la Constitución de Sociedades y el Registro Público de la Propiedad y el Comercio posteriormente tendrá que realizar su Incripción del RFC para obtener su Cédula Fiscal.	5 días hábiles	3 Años	Formulario Unico para obtención de Cédula de Microindustria	Gratuito
5. INSCRIPCION EN EL RFC / CEDULA FISCAL	federal	Trámite mediante el cual se lleva a cabo la inscripción ante la SHCP, para efecto de cumplimiento de las obligaciones fiscales correspondientes. NOTA: A partir del 1° de Julio de 1999, las personas físicas, al momento de tramitar su inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes, Deberán presentar conjuntamente, la Forma oficial R1 y la Forma denominada "Solicitud de Cédula de Identificación Fiscal con CURP."	Desde la respuesta inmediata hasta 3 días hábiles	Indefinida	R1 / Solicitud de Cédula de Identificación Fiscal con CURP	Gratuito
6. CERTIFICACION DE ZONIFICACION PARA USO ESPECIFICO	local	CERTIFICACION DE ZONIFICACION PARA USO ESPECIFICO	2 a 7 días hábiles	2 años para ejercer el derecho que confiere	DU03	\$598.70 pesos
7. LICENCIA DE USO DE SUELO	local	Documento expedido por el DDF en el cual se autoriza el uso o destino que pretenda darse a los predios.	21 días hábiles	2 años para ejercer el derecho que confiere	AU07	\$1,988.20 pesos

8. VISTO BUENO DE SEGURIDAD Y OPERACION	estatal	Trámite mediante el cual se hace constar que el establecimiento en cuanto a su edificación e instalaciones, reúne las condiciones necesarias de seguridad para su operación y funcionamiento.	3 días hábiles	3 años (renovación)	AU19	Gratuito
9. AVISO DE FUNCIONAMIENTO ANTE EL INSTITUTO DE SERVICIOS DE SALUD PUBLICA PARA EL DISTRITO FEDERAL	estatal	Documento expedido por el Instituto de Servicios de Salud Pública para el D.F., por medio del cual autoriza que un establecimiento de menor riesgo opere y funcione.	Inmediata	Indefinida (quedando sujeto a las inspecciones correspondientes)	Aviso de Funcionamiento	Gratuito
10. DECLARACION DE APERTURA	local	Trámite para obtener el documento con el que deberán contar los titulares de establecimientos, cuyo giro no requiere de licencia de funcionamiento para su operación	Inmediata	Indefinida	VU09 Declaración de Apertura	Gratuito
11. LICENCIA DE ANUNCIO	local	Trámite mediante el cual se otorga la licencia o permiso para fijar, instalar o colocar un anuncio, o bien señalar, indicar, mostrar o difundir al público cualquier mensaje.	Inmediata	1 año (renovación)	AU08	Se indica que existen diversas modalidades y cuyos costos son variables
12. REGISTRO EMPRESARIAL ANTE EL IMSS Y EL INFONAVIT	federal	El Patrón deberá registrarse al igual que a sus trabajadores en el régimen obligatorio, cumpliendo con lo establecido en la Ley del Seguro Social, al hacerlo automáticamente quedarán registrados ante el INFONAVIT Y SAR	15 días hábiles	Indefinida	Aviso de inscripción patronal AFIL01 Formato de inscripción de las empresas en el Seguro de Riesgo de Trabajo SSRT01003 Aviso de inscripción de cada uno de los trabajadores (mínimo uno) AFIL02	Gratuito

13. CONSTITUCION DE LA COMISION MIXTA DE CAPACITACION Y ADIESTRAMIENTO	federal	Trámite mediante el cual se integra a la Comisión Mixta de Capacitación y Adiestramiento en la STPS.	No tiene plazo oficial de respuesta	Indefinida	DC1	Gratuito
14. REGISTRO DE FUENTES FIJAS Y DE DESCARGA DE AGUAS RESIDUALES	estatal	Trámite que realizan los propietarios de establecimientos para que se les autorice la descarga de aguas residuales al sistema de alcantarillado urbano del D.F.	25 días hábiles	Indefinida	PC33	Gratuito
15. PROGRAMA INTERNO DE PROTECCION CIVIL	estatal	Trámite mediante el cual se definen las acciones destinadas a la salvaguarda de la integridad física de los empleados y de las personas que concurran al establecimiento	1 mes	Indefinida	CP-02	Gratuito
16. ACTA DE INTEGRACION A LA COMISION DE SEGURIDAD E HIGIENE EN LOS CENTROS DE TRABAJO	federal	Trámite mediante el cual se integra a la Comisión de Seguridad e Higiene en el Trabajo en la STPS.	No tiene plazo oficial de respuesta	Indefinida	No requiere formato específico	Gratuito
17. APROBACION DE PLANES Y PROGRAMAS DE CAPACITACION Y ADIESTRAMIENTO	federal	Trámite mediante el cual se aprueban los Planes y Programas de Capacitación de las empresas en la Secretaría de Trabajo y Previsión Social (STPS)		Determinada en el programa propuesto y no debe exceder de 4 años	DC2	Gratuito
18. INSCRIPCION EN EL PADRON DE IMPUESTO SOBRE NOMINAS	local	Trámite por medio del cual se integra al Padrón de Contribuyentes del D. F.	Inmediata	No aplica vigencia	ISIN00996	Gratuito

19. ALTA EN EL SISTEMA DE INFORMACION EMPRESARIAL MEXICANO (SIEM)	Federal	Trámite que deberán realizar las empresas industriales, comerciales y de servicios para darse de alta en el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM).	Inmediata	1 año (revalidación anual entre enero y febrero)	SIEM	Comercio Pequeño Hasta 2 empleados \$100.00, 3 empleados \$300.00, 4 o más \$640.00 Comercio al por Mayor y Servicios Hasta 3 empleados \$300.00, 4 o más \$640.00 Industrial Hasta 2 empleados \$150.00, 3 a 5 \$350.00, 6 o más \$670.00
-------------------------------------------------------------------	---------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------	--------------------------------------------------	------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Tabla 5. Tramites Obligatorios para la apertura de una microempresa**

Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por Primer Contacto.

## CONCLUSIONES

Después de terminar esta investigación, concluimos que una de las mejores opciones para nuestra empresa es constituir la como una empresa social, por que es lo que se necesita para mejorar la calidad de vida de la sociedad, la calidad de las condiciones de trabajo y empresariales. Consideramos que podemos constituir la a mediano plazo, obteniendo grandes beneficios o transmitir la experiencia a otros empresarios.

El tema de la responsabilidad social en las empresas, aún no ha sido asimilado con la suficiente seriedad que merece, pues su filosofía y la forma en que se ha venido tratando, tiende a ir en contradicción con los intereses empresariales, los que son sin discusión alguna, producir ganancias, es decir, que la actividad empresarial sea un ejercicio rentable.

Tal vez se deba a que aún no se genera la suficiente información, o no es transmitida, por tanto no es muy conocida la filosofía de empresa socialmente responsable. “La responsabilidad social de la empresa es una combinación de aspectos legales, éticos, morales y ambientales, y es una decisión voluntaria, no impuesta, aunque exista cierta normatividad frente al tema”<sup>18</sup>

Desde nuestro punto de vista, esta filosofía debería formar parte de la capacitación empresarial, aunque sabemos que esto resultaría nada fácil, pues sería iniciar una lucha contra todos los valores empresariales que se conocen hasta hoy en día.

Los financiamientos no son la única parte importante para iniciar una empresa, sino se requiere de otros aspectos que dados en integración conforma lo que conocemos como una empresa. Es decir estamos hablando de los aspectos como son la capacitación y la tecnología.

---

<sup>18</sup> Tito González S. -Consultor organizacional

El financiamiento de parte del gobierno federal y los microcréditos que ofrece el jefe de gobierno del distrito federal son dos opciones que están a nuestro alcance y al de aquellas personas que desean abrir una microempresa o bien ampliar su actual negocio, la cantidad de dinero que pueden proporcionar es relativamente mínimo para todo lo que se requiere, pero lo que es importante aquí resaltar es que por lo menos existe una ayuda poca o mínima pero existe solo es cuestión de la actitud de las personas y de la iniciativa que muestren para querer lograr su objetivo.

Creemos que la capacitación es importante y fundamental para poder iniciar una microempresa y de esta manera funcionará más óptimamente.

Una forma de obtener información es haciendo uso de la tecnología, hoy en día el internet es una herramienta básica y de gran utilidad, por medio de ésta podemos allegarnos de información en un mínimo de tiempo y sin mayor esfuerzo, lo cual nos facilito la investigación. Habrá muchas personas a quienes les es realmente necesaria toda esta información y no cuentan con esta tecnología, para algunos es una limitante para otros es un beneficio, por lo que esperamos que esta investigación aporte ideas, aclare dudas y genere inquietudes para realizar más investigaciones.

La tecnología también se puede aplicar en el área de la panificación, por tanto para nosotros el hacer uso de la tecnología nos ayuda de mucho, simplemente observamos las ventajas que se tiene, por ejemplo en cuanto a los hornos existen dos modelos de consumo, ya sea eléctrico o de gas. El sistema de gas sirve para calentar, y el panel eléctrico para abrir el paso al gas y controlar la temperatura. Cuando los hornos son completamente eléctricos, la temperatura se regula con resistencias. Los hornos están elaborados en acero inoxidable o una combinación basada principalmente en el acero. Existen algunos que poseen un sistema de aislamiento -cuya ventaja es el ahorro de gran cantidad de gas-, e incluso son herméticos, con lo cual se evitan fugas de calor.

Entre las principales innovaciones de los hornos modernos se encuentran utilizar menos agua y que los quemadores vienen en flauta; es decir, en la parte lateral, lo que produce una cocción más pareja. Anteriormente los quemadores estaban en la parte inferior y no se lograba este beneficio.

## BIBLIOGRAFIA

& ACUERDO POR EL QUE SE DETERMINAN LAS REGLAS DE OPERACION E INDICADORES DE RESULTADOS PARA LA ASIGNACION DEL SUBSIDIO CANALIZADO A TRAVÉS DEL FONDO DE APOYO PARA EL ACCESO AL FINANCIAMIENTO DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS PARA EL EJERCICIO FISCAL 2003

& Arias Galicia, F. ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS. Ed. CECSA. México 1995.

& Berenbach y Guzmán. “La experiencia mundial de los grupos solidarios”. 1993

& De la Rosa Alburquerque Ayuzabet, “La micro, pequeña y media empresa en México: sus saberes, mitos y problemática.” Iztapalapa #48. México 2000 Pág.187

& Fleitman S. Jack, Negocios exitosos. McGraw-Hill, 2000

& Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos; Baptista Lucio, Pilar. Metodología de la Investigación. Mc Graw Hill, 2000.

& Jiménez, Ángel. Revista estudios del Trabajo No. 21. articulo “las condiciones del trabajo de los panaderos”.

& Ley Federal del Trabajo. México, D.F. 1999

& Ley Orgánica de la Administración Pública Federal. México, D.F. 2000

& RODRIGUEZ VALENCIA JOAQUIN: “Como administrar pequeñas y medianas empresas”. Edit. ECAFSA. México, 1997.

## RECURSOS ELECTRONICOS

: <http://www.cinterfor.org.uy/public/spanish/>

: [http://www.fondeso.df.gob.mx/noticias/detalleNoticias.html?id\\_noticia=28](http://www.fondeso.df.gob.mx/noticias/detalleNoticias.html?id_noticia=28)

: [http://www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/temas/youth/eventos/mex/ibero/resumen/tesis\\_iv/lopez/](http://www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/temas/youth/eventos/mex/ibero/resumen/tesis_iv/lopez/)

: <http://www.tierramerica.net/2000/1224/noticias3.html>

- : <http://www.soyentrepreneur.com/chispazos/chis08113.html>
- : <http://www.economia.gob.mx>
- : <http://www.vamos.org>
- : [www.cidac.org/librocidac/méxico\\_cambio/cap7](http://www.cidac.org/librocidac/méxico_cambio/cap7).

### BIBLIOGRAFIA ANEXO YOPAN

- & **Badui, D. S.** Química de los alimentos. Quinta Reimpresión, Ed. Alambra Mexicana, México, D.F. 1997
- & **Guillén Mondragón, I. J.** Notas de clase, Mercadotecnia II. UAM I, Trimestre 03-I
- & **Kotler, P.** Dirección de mercadotecnia: análisis, planeación y control. Ed. Diana, 1982.
- & **Kotler, P.** Fundamentos de mercadotecnia. Ed. Prentice Hall, México, 1991.
- & **Lambin Jean-Jacques.** Marketing estratégico. Ed. Prentice Hall, México, 1991.
- & **NOM-051-SCF1-1994.** Especificaciones generales de Etiquetado para Alimentos y Bebidas no Alcohólicas preenvasados.
- & **Soriano, S. J.** Apuntes de nutrición. UAM I, México D.F. 2000
- & **Stanton, J. W.** Fundamentos de mercadotecnia. Ed. Mac Graw-Hill, 10ª. Ed. México, 1996.
- & **Trout, Jack.** Pocisionamiento. Ed. Mac Graw-Hill. 1998.

### Consultas en internet:

<http://ag.arizona.edu/pubs/health/az1180.pdf>

<http://www.google.com/colores151/significado.htm>

## ANEXOS

# ANEXO I

# PROYECTO YOPAN

## PROCESO DE LANZAMIENTO DE NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

Según Kotler, las etapas del proceso de desarrollo de nuevos productos se llevan a cabo son:

### ***Generación de la idea***

Las necesidades y deseos de los clientes son el punto ideal para iniciar la búsqueda de ideas para nuevos productos.

Los usuarios líder, son aquellos que hacen la mayoría de los usos avanzados del producto de la empresa y que reconocen la necesidad de mejoras antes que otros clientes.

Las empresas también dependen de sus científicos, ingenieros, diseñadores y otros empleados para obtener ideas de nuevos productos.

Realizando un estudio dentro de la UAM Iztapalapa decidimos ofrecer un alimento nutritivo y delicioso que este al alcance de todos los bolsillos, ya que la mayoría de los estudiantes no cuentan con el tiempo suficiente para llevar a cabo una alimentación balanceada. Después de detectar esta necesidad, se hizo un breve sondeo con algunos estudiantes sobre los productos de su preferencia que encuentran dentro y cerca de la universidad.

Los productos que se nos ocurrieron para satisfacer esta necesidad fueron las siguientes:

- Ø Buñuelos integrales
- Ø Torta de pan integral
- Ø Licuado de leche de soya y frutas naturales, elaborado y envasado previamente
- Ø Sopa instantánea con valores nutrimentales más altos que los que se ofrecen el mercado
- Ø Tamales integrales empaquetados para su consumo inmediato.
- Ø Pan dulce integral

### ***Tamizado de la idea***

Al tamizar las ideas evitamos dos tipos de errores. Un error de exclusión, que es desechar una buena idea en otras circunstancias, un error adelante que podríamos tener cuando una idea es pobre y pasa a las etapas de desarrollo y comercialización. Cuando esto sucede se pueden presentar tres tipos de fracaso del producto: Un fracaso absoluto del producto, fracaso parcial y fracaso relativo del producto. El propósito de utilizar el tamizado es localizar y eliminar las ideas pobres tan pronto como sea posible, es por eso que descartamos los siguientes productos pues presentaban diversos inconvenientes:

Producto	Inconvenientes
Torta de jamón de pavo y pan integral	No contamos con el tiempo suficiente para hacerlas al instante
Licudo de leche de soya y frutas naturales, elaborado y envasado previamente	El proceso de conservación se vería muy limitado
Sopa instantánea con valores nutrimentales más altos que los que se ofrecen el mercado	No contábamos con la materia prima necesaria así como la tecnología adecuada
Tamales integrales empaquetados para su consumo inmediato.	No es un producto rentable
Buñuelos integrales	Requieren para su elaboración grandes cantidades de grasa

**Cuadro de ideas inconvenientes.<sup>19</sup>**

La idea aprobada fue crear un pan dulce integral, debido a que los ingredientes son de fácil adquisición, su elaboración se realiza en poco tiempo, y no es necesario hornearlo diariamente, por lo tanto es un producto rentable.

### **Concepto de desarrollo y prueba**

∅ El concepto de desarrollo

Nuestro concepto de desarrollo es un pan elaborado con harinas de trigo integral y de soya; y yogurt de fruta, que va dirigido principalmente a personas que no puedan dedicarle mucho tiempo a una comida balanceada, nutritiva, deliciosa y que no requiera preparación.

### **Análisis del negocio**

Pangurt S.A. de C.V., hizo una revisión de costos y proyecciones de las utilidades para Yopan. Esto es con el fin de conocer si satisface los objetivos que se han propuesto como compañía.

Para llevar a cabo esto, se calcularon los costos del desarrollo de Yopan que son los siguientes.

Materia prima	\$246.50
---------------	----------

<sup>19</sup> Realizado en base a nuestra lluvia de ideas

Promoción y publicidad	\$929.00
---------------------------	----------

Por lo anterior deducimos que el precio de venta de nuestro producto será de \$6.50 y el precio al público será de \$7.00 por paquete (dos piezas).

### ***Desarrollo del producto***

La idea Yopan es ofrecer al mercado de la UAM Iztapalapa una mantecada, totalmente natural, porque contiene harina de trigo integral y de soya, destacando los atributos del yogurt con sabores a fresa y piña con coco.

Llegando a la conclusión de que nuestro pan es un producto real potencial para los consumidores, ya que cubre una necesidad real de los universitarios.

Para dar a conocer la idea de Yopan se desarrolló un prototipo elaborado con harina de trigo y yogurt de fresa, y se les dio una muestra para consumirla a los alumnos de Mercadotecnia II del grupo HI 01, para conocer la opinión de los posibles consumidores meta, y saber su nivel de aceptación, del cual deducimos ventajas y limitaciones que tenía el pan, pues no era muy esponjado y su valor nutrimental no era muy elevado.

Otra receta contenía yogurt de frutas y harina de trigo integral, pero aún no obteníamos la consistencia deseada para nuestro producto. Finalmente a la receta anterior, le agregamos harina de soya y además de obtener una buena consistencia, el valor nutrimental aumentó, por lo que decidimos optar por esta receta.

### ***Pruebas de mercado***

Las pruebas de mercado pueden proporcionar información valiosa sobre compradores, distribuidores, eficacia de los programas de mercadotecnia, potencial de mercado y otros aspectos. Las cuestiones principales son:<sup>20</sup>

- ¿Qué cantidad de prueba de mercado?
- ¿De qué tipo?

La cantidad de la prueba de mercado está influenciada por el costo de inversión y el riesgo, por una parte, y por la presión de tiempo y el costo de la investigación, por la otra. Para llevar a cabo la prueba de mercado para Yopan se

<sup>20</sup> Kotler, Philip. Dirección de mercadotecnia: análisis, planeación y control. Ed. Diana, 1982, pág.373.

realizó una encuesta, la cual por causas de fuerza mayor no pudo ser aplicada. Más sin embargo, dicha prueba consiste en el siguiente cuestionario exploratorio; por medio del cual se identificarán las características principales que como empresa productora, nos interesa conocer.

### CUESTIONARIO

Este cuestionario tiene la finalidad de conocer la opinión de los consumidores acerca del nuevo producto de Pangurt S.A. de C.V., Yopan.  
Toda la información que proporcionen se manejará con estricta confidencialidad.

SEÑALA CON UNA "X" LA RESPUESTA ADECUADA.

DATOS GENERALES:

SEXO: F \_\_\_ M \_\_\_ ¿TRABAJAS? SI \_\_\_ NO \_\_\_

EDAD: \_\_\_\_\_

\*\*\* ¿CUANTO GASTAS SEMANALMENTE EN COMIDA?

\$35 A \$50 \_\_\_\_\_ MAS DE \$51 \_\_\_\_\_

1. ¿CONSUMES PAN?  
SI \_\_\_ NO \_\_\_
2. ¿QUE TIPO DE PAN CONSUMES?  
BLANCO \_\_\_ DULCE \_\_\_ INTEGRAL \_\_\_ OTRO \_\_\_
3. ¿CON QUE FRECUENCIA LO CONSUMES?  
DIARIO \_\_\_ DE 3 A 2 VECES POR SEMANA \_\_\_ UNA VEZ POR SEMANA \_\_\_
4. ¿DONDE ADQUIERES EL PAN QUE CONSUMES?  
TIENDA DE AUTOSERVICIOS \_\_\_ PANADERIA \_\_\_  
EXPENDIO \_\_\_ TIENDA \_\_\_ OTROS \_\_\_
5. ¿QUÉ SABOR TE GUSTO MAS DE YOPAN?  
FRESA \_\_\_ PIÑA Y COCO \_\_\_
6. ¿DONDE TE GUSTARIA COMPRAR O ADQUIRIR YOPAN??  
TIENDA DE AUTOSERVICIOS \_\_\_ PANADERIA \_\_\_ KIOSCO \_\_\_  
EXPENDIO \_\_\_ TIENDA \_\_\_ OTROS \_\_\_
7. ¿CUANTO ESTARIAS DISPUESTO A PAGAR?  
\$6.50 - \$7 \_\_\_ \$7.50- \_\_\_ O MÁS DE \$8 \_\_\_
8. ¿EN QUE TIPO DE MEDIOS PUBLICITARIOS TE GUSTARIA VER U OIR EL NUEVO PRODUCTO YOPAN?  
TELEVISIÓN \_\_\_ RADIO \_\_\_ CARTELES \_\_\_ VOLANTES \_\_\_
9. ¿EN QUE PRESENTACIÓN TE GUSTARIA ENCONTRAR A YOPAN?  
INDIVIDUAL \_\_\_ 2 MANTECADAS \_\_\_ 6 MANTECADAS \_\_\_ MÁS DE 12 \_\_\_
10. ¿TE GUSTÓ EL EMPAQUE DE YOPAN?  
SI \_\_\_ NO \_\_\_ QUE LE CAMBIARIAS \_\_\_\_\_
11. EL NOMBRE DE YOPAN TE RESULTO AGRADABLE  
SI \_\_\_ NO \_\_\_ QUE OTRO NOMBRE LE PONDRÍAS \_\_\_\_\_
12. ¿CREES QUE TODO ALIMENTO DEBERIA SER 100% NUTRITIVO COMO YOPAN?  
SI \_\_\_  
PORQUE \_\_\_\_\_

NO \_\_\_  
PORQUE \_\_\_\_\_

Pangurt, S.A. de C.V., y Yopan te dan las gracias, por tu colaboración.

En nuestro caso, dicha prueba de mercado no implicaba un gran costo, pues se realizaría en la presentación misma del producto en un principio.

## **Comercialización**

### **¿Cuándo? (programación)**

En la comercialización de un nuevo producto, la programación de la entrada en el mercado puede ser decisiva; la compañía tiene entonces tres alternativas. Primera entrada, entrada paralela y entrada tardía.

### **¿Dónde? (estrategia geográfica)**

Como etapa introductoria de Yopan, el lanzamiento del mismo se llevará a cabo en el kiosco y la cafetería de la UAM- Iztapalapa, así como la tienda que se ubica frente a la entrada principal y que se dedica a la venta de productos naturistas. Se prevé que se tendrán ventas elevadas por lo que, posteriormente se lanzará el producto en la zona metropolitana y en un futuro a nivel nacional.

### **¿A quién? (prospectos de mercado meta)**

Nuestro producto está dirigido a estudiantes de la UAM – Iztapalapa ya que, sabemos que llevan un ritmo de vida muy rápido por lo que muchas veces no les es posible tener una buena alimentación. Es dirigido también a ellos por que como estudiantes, deben tener un alto potencial que les permita tener el mejor desempeño en la actividad escolar y estamos completamente seguros de que Yopan brinda todos esos beneficios.

### **¿Cómo? (Estrategia Introductoria del mercado)**

Pangurt, S.A. de C.V., pretende hacer una estrategia de publicidad que atraiga a los estudiantes de la UAMI, para ello se hizo un gasto aproximado de \$929.00, para realizar una campaña de posicionamiento encaminada a generar ventas.

## **PRODUCTO**

Nuestro producto es un bien tangible de consumo, que satisface una necesidad dentro de la población de la UAM – Iztapalapa, dicha necesidad es la de alimentarse rápidamente con un producto nutritivo.

**Producto** es cualquier cosa que se ofrezca en el mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que pudiera satisfacer una necesidad o deseo.<sup>21</sup> El producto puede ser tangible o intangible, en nuestro caso el producto que lanzaremos al mercado se trata de un bien de consumo tangible.

Nuestro producto posee una dimensión funcional la cual es satisfacer el hambre, además de una dimensión psicológica que es la satisfacción de comer algo nutritivo, que nos va ayudar a mantener sano nuestro cuerpo.<sup>22</sup>

A continuación vemos un cuadro comparativo en el cual observamos la forma en que se llevan a cabo las compras por parte de los consumidores y la clasificación de los bienes de consumo destacando en azul pálido el producto que llevaremos al mercado.

### **Clasificación de los productos**

<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>BIENES DE CONVENIENCIA</b>	<b>BIENES DE COMPARACIÓN</b>	<b>BIENES DE ESPECIALIDAD</b>	<b>BIENES NO REQUERIDOS</b>
Tiempo y esfuerzo para llevar a cabo la compra	<b>Muy poco</b>	Considerable	No se puede hacer una generalización, se puede dedicar un mínimo de tiempo o mucho tiempo.	Muy poco
Tiempo que se dedica para planear la compra	<b>Muy poco</b>	Considerable	Considerable	Ninguno
Rapidez con que satisface la necesidad	<b>Inmediata</b>	A largo tiempo	Un tiempo relativamente largo	Inmediata
Se compara el precio y la calidad	<b>No</b>	Si	No	No
Frecuencia con que se lleva a cabo la compra	<b>Muy frecuente</b>	Poco frecuente	Poco frecuente	Ocasional o única
Importancia	<b>Sin importancia</b>	A menudo muy importante	No se puede hacer una generalización	Muy importante

**Cuadro No. 2 Clasificación de los productos<sup>23</sup>**

<sup>21</sup> Kotler, P. Dirección de mercadotecnia: análisis, planeación y control. Ed. Diana, 1982. pág.432

<sup>22</sup> Clasificación de las tres dimensiones del producto, Lambin Jean Jackes. Marketing Estratégico, Ed. McGraw-Hill/ España, 1995.

<sup>23</sup> Basado en la clasificación de los productos de Kotler, realizado por Pangurt.

Tomando en cuenta el cuadro no. 2, clasificamos a Yopan como un bien de conveniencia, debido a que los consumidores tienen en mente un conocimiento amplio del producto, este lo adquieren con un mínimo de tiempo y esfuerzo, se puede encontrar fácilmente, el precio que se maneja es bajo y su compra es frecuente.

El producto nuevo que lanzaremos al mercado fue pensando en la finalidad de asegurar una probabilidad aceptable de éxito, éste es verdaderamente novedoso y único. Ya que actualmente no encontramos una competencia real en cuanto a las características con las que cuenta nuestro producto.

Para adquirir un producto es necesario que el cliente tenga conocimiento acerca de las características y cualidades, conque cuenta éste, y los atributos que influenciaran en la compra. Después de realizar un sondeo en las principales tiendas de Autoservicio, en tienditas de la esquina y también en tiendas naturistas, en éstas últimas es en donde encontramos productos similares a nuestra innovación Yopan, lo que varía son la presentación y los ingredientes.

Y los resultados son los siguientes:

Producto	Descripción	Presentación.	Precio
Pan de yogurt	Rebanada de pan de yogurt elaborado con harina de soya y yogurt natural	La pieza se vende individual, sin ninguna envoltura y su tiempo de caducidad es de 2 días	\$6.00
Cubiletes rellenos	Cubilete de harina integral relleno de queso o piña	Cada pieza se vende sin envoltura.	\$6.00
Pan de dulce integral.	Pan de dulce integral (porque contiene salvado) de miel y pasas.	En paquete de 8 piezas. No tiene una envoltura en especial y además no cuenta con una marca.	\$ 14.00
Semas	Semitas de pan integral	En cada paquete encontramos 5 piezas. Una envoltura sencilla de papel celofán sin ninguna marca	\$14.00
Mantecadas de salvado	Mantecadas elaboradas con harina de trigo, salvado y miel espolvoreadas con nuez.	El paquete contiene 5 piezas, vienen en una bolsa de celofán sin marca.	\$15.00
Pan de caja de centeno	Pan de caja elaborado con harina integral de centeno.	Cada producto viene en una bolsa de polietileno normal, no cuenta con una marca.	\$14.00

**Cuadro no. 3. Análisis de la competencia de Yopan<sup>24</sup>**

<sup>24</sup> Elaborado con base en una investigación en diferentes tiendas naturistas.

## **Atributos del producto**

### **Marca**

Es el nombre, término, símbolo, diseño especial o una combinación de lo anterior, que pretende identificar los bienes y servicios de un vendedor o grupo de éstos, y diferenciarlos a los de la competencia.<sup>25</sup>

Como marca nosotros hemos elegido el nombre de la compañía que es Pangurt, S.A. de C.V. que significa pan de yogurt y el nombre de nuestro primer producto que es Yopan, con un diseño especial de las letras que conforman el nombre, con la finalidad de lograr una posición única en la mente del público.<sup>26</sup>



Nuestro logotipo es alusivo a los ingredientes principales de Yopan, en este caso un paisaje campirano en el cual se encuentra una linda vaquita que disfruta mucho de comer trigo. La utilización de los elementos que lo conforman a continuación se justificará. La vaca es quien provee la leche que ésta, a su vez es un ingrediente principal del yogurt, el trigo es la base para elaborar un delicioso pan. Si además la harina está compuesta como harina integral tenemos la combinación ideal para elaborar Yopan.

<sup>25</sup> Kotler, P. Dirección de mercadotecnia: análisis, planeación y control. Ed. Diana, 1982. pág.484

<sup>26</sup> Íbidem. pág. 444

## **Envase**

El envase es un instrumento de la mercadotecnia de primera magnitud que en última instancia, se convierte en un auténtico intermediario entre el productor y el consumidor de la mercancía.<sup>27</sup>

El envase en que se presenta nuestro producto al consumidor, consiste en una envoltura o bolsa de papel celofán *transparente* que permite conservar la higiene, el sabor y la frescura de Yopan, la transparencia del material le permite al consumidor observar el producto, dando la sensación de limpieza, una característica de la presentación que propiamente queremos dar a nuestros consumidores; de este modo podemos asegurar su fidelidad hacia Yopan. Un elemento importante que tiene el envase de Yopan es la etiqueta, de la cual hablaremos un poco más adelante.

## **Empaque**

Son las actividades de diseño y producción del contenedor o envoltura de un producto.<sup>28</sup>

El empaque de Yopan es una caja de cartón de aproximadamente de 30 X 20 centímetros, que nos permitirá proteger y transportar nuestras mantecadas. Esto brinda mayor atractivo hacia los consumidores pues, se les ofrece un producto en perfectas condiciones. Además de resaltar que en esta caja manejamos también publicidad ya que, el logotipo de Yopan viene impreso en ella.

## **Color**

Puede ser un factor determinante para la aceptación o rechazo de un producto.<sup>29</sup>

Se utilizan colores en el logotipo como el naranja que es el color principal que deseamos explotar a través del nombre del producto, en este caso Yopan. Este color lo utilizamos además en la publicidad ya que, estimula y provoca bienestar alegrando el ambiente y funciona también como estímulo para atraer a los clientes a consumir alimentos.

---

<sup>27</sup>. Íbidem pág. 504

<sup>28</sup> Íbidem . pág. 457

<sup>29</sup> Stanton J.W. Mercadotecnia. McGraw-Hill; 10ª ed., México, 1996, pág. 254

El color verde, utilizado para darle vida a los campos sirve para dar una sensación de calma y relajación. Además se trata de resaltar que se trata de un producto saludable y lleno de vitalidad.

El azul del cielo nos da un efecto calmante y es usado en ambientes para reposar. Con esto quisimos resaltar la lealtad, honradez y fidelidad que se tendrá al consumir Yopan, ya que no habrá nunca más culpabilidad por ingerir pan, puesto que se trata de un producto integral.

El color amarillo que tiene el logotipo de Yopan, este color lo consideramos por que induce a la jovialidad; y Yopan está dirigido principalmente a personas jóvenes. Además de que este color alegra la vista y estimula el espíritu, produce en el ser humano alegría, buen humor y ternura. Da la impresión de calor, luz, plenitud, sosiego y reposo.<sup>30</sup>

## **Diseño**

Es una manera de crear la imagen de un producto, un diseño distintivo puede ser la única característica que distinga a un producto.<sup>31</sup>

La presentación de Yopan consiste en una mantecada esponjadita horneada en un capacillo blanco para destacar la limpieza y frescura de sus ingredientes, que la hace mucho más rica y nutritiva que cualquier otro pan.

También pretende cumplir con las especificaciones de la NOM-051-SCF1-1994, que se refiere a las *Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados*, es por eso que Yopan agrega a su etiqueta los datos de la empresa de elaboración enfatizando los beneficios del yogurt como sello distintivo.

A parte de ser el diseño considerado por sus valores estéticos también tiene que facilitar su venta en el mercado enfrentándose a las ventajas competitivas del mercado.

## **Etiqueta**

Es la parte de un producto que lleva la información escrita acerca del artículo. La etiqueta puede formar parte del empaque, o ser aplicada en forma directa al artículo.<sup>32</sup>

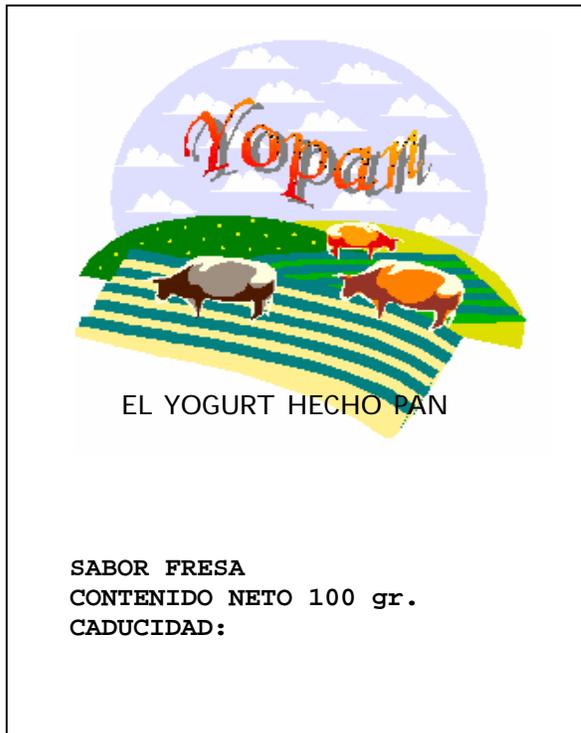
<sup>30</sup> <http://www.google.com/colores151/significado.htm>

<sup>31</sup> *Ibidem*, pág. 271

<sup>32</sup> Características de la etiqueta según Stanton. *Ibidem*, pág. 254

La etiqueta que lleva el empaque estará descrita de la siguiente forma: en la parte frontal de la envoltura está colocado el logotipo de Yopan así como el eslogan que identificara al producto por ser natural. Y en la parte trasera de la envoltura encontramos la información nutrimental del producto.

El peso neto del producto. Código de barras, la leyenda Registro en trámite. Así como también los datos de la empresa que elabora el producto en este caso Pangurt S.A. de C.V. ubicado en calle Mina de Oro no. 11, Col. Xalpa. C.P. 09640. Delegación Iztapalapa, México D.F. Tel.: 5427-47-42.



**Etiqueta frontal**

Información Nutrimental			
Tamaño de Ración:	2 pzas.	1 ración por paquete	
Cantidad por Ración			
Contenido energético			
<b>Grasa total</b>		22,64g	
<b>Fibra cruda</b>		,48g	
<b>Hidratos de Carbono</b>		61,76g	
<b>Proteínas</b>		16,96g	
% Valor Diario		% Valor Diario	
Acido Fólico 18%		Calcio	7%
Vitamina B1 9%		Vitamina B2	5%
Hierro 9%		Niacina	5%
Los porcentajes de valores diarios están basados en la ingestión diaria recomendada para la población mexicana, establecida en la NOM-051-SCFI-1994 ingredientes: harina de trigo integral, harina de soya, huevo, yogurt (fresa o piña con coco) mantequilla, azúcar, polvo para hornear. Elaborado por Pangurt S.A. de C.V. Mina de oro Núm. 11, Col. Xalpa, Delg. Iztapalapa. C.P. 09640 Atención a clientes 5427-4742 Registro en trámite. Lote : 00001 <b>HECHO EN MEXICO</b>			

**Etiqueta posterior**

### **Calidad**

La calidad es algo subjetivo, difícil de determinar en un producto, y ésta va a depender en gran medida de los gustos del consumidor, quien determinará si es buena o mala.<sup>33</sup>

Los ingredientes que se utilizan para la elaboración de Yopan son de primera y la elaboración se realiza con mucha higiene, teniendo como resultado

<sup>33</sup> Definición tomada con base en las notas de clase de Mercadotecnia II. Profra. Irene J. Guillén Mondragón.

una excelente calidad, lo que hará que los consumidores al percibir esto sean leales a la marca y por lo tanto se conviertan en clientes consuetudinarios de Yopan.

### **Garantías de seguridad**

Es proporcionar a los consumidores alguna seguridad de que serán compensados en caso de que el producto no cumpla lo que se espera de él.

Nosotros ofrecemos garantía de la frescura pues queda incluido el lote y la fecha de caducidad del producto que en el caso de Yopan es de cinco días debido a que utilizamos un conservador que nos permite ofrecer frescura del producto en ese lapso de tiempo.. Cabe mencionar que se brindará entrega personalizada de los mismos, el cambio del producto físico al momento de caducarse y si presentaba daños al momento de transportarse. También nuestro empaque presenta un sello inviolable que hará que el consumidor tenga mayor confianza en Yopan.

### **DESCRIPCION DEL PRODUCTO**

Pangurt S.A. de C.V., lanza al mercado su producto innovador Yopan, que por tanto no hay algún otro producto que sea tan nutritivo.

Yopan es la mantecada mas deliciosa que hay, tiene dos presentaciones: “Yopan fresa, el que más interesa” o “Yopan de piña con coco el sabor exótico”. El productos esta integrado y elaborado de la siguiente manera:

Cada pieza contiene harina integral (salvado, soya), yogurt de sabor, miel. Benzoato de sodio como conservador. Y dependiendo de la presentación se utilizara el sabor de yogurt que se quiera realizar. Receta. Finalmente se tendrá un producto de 60 gramos peso neto, con un alto contenido nutricional.

La receta secreta de *Yopan*, contiene los siguientes ingredientes:

- q Yogurt de frutas
- q Harina 100% integral
- q Harina de soya
- q Huevo
- q Mantequilla
- q Azúcar

## **PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO:**

Sin embargo también se eligen herramientas de la publicidad subliminal porque aunque a primera vista se observan unas lindas nubes, si se detiene por unos instantes la vista se verá que aparece la silueta de una mujer acostada, con la característica que persigue casi toda mujer de hoy en día, tener una figura esbelta. Y no podía faltar una vaquita contenta de disfrutar un lugar así.

Teniendo en cuenta que en el mercado no existe una presentación como la que Pangurt S.A. de C.V ., esta dando a conocer, lanza al mercado su producto innovador “Yopan “ con el cual se pretende dar al consumidor una nueva opción de compra al consumir pan con las características que ofrece estas mantecadas 100% integrales, tratando de llamar la atención por los beneficios que ofrece , además de su practico empaque.

## POSICIONAMIENTO

El posicionamiento de Yopan está dado por todas las características que posee y que se brindan al cliente. El punto de este es hacer ver al cliente que todos los beneficios con que cuenta Yopan son necesarios para él. Es decir, es concientizar al cliente de que verdaderamente este cuida su salud. La posición de un producto o el posicionamiento, es la imagen que está proyectando en relación con los productos de la competencia o con otros productos comercializados por la misma compañía.

Para posicionarnos como líderes en el mercado de la UAMI, debemos llegar primero a la mayoría de las mentes de los estudiantes universitarios, con la idea de que Yopan es un producto que, consumirlo no requiere un tiempo prolongado.

Para lograr este liderazgo, tenemos la ventaja de que seremos los primeros en penetrar en la mente de los universitarios, pues la receta de Yopan, es un concepto original, además de que nadie se había preocupado por satisfacer la necesidad de una buena alimentación de la comunidad universitaria.

Además de todo esto, el nombre de Yopan es corto y de fácil pronunciación lo que hará que el consumidor lo recuerde fácilmente, además de que es original (pues fue creado por el equipo) y quien coma Yopan asocia este nombre con el yogurt, uno de los ingredientes principales del producto. Cabe mencionar también que no saturamos al consumidor con información que realmente no necesita. Nosotros abordamos al consumidor de una manera amigable, pues utilizamos la comunicación en un tiempo adecuado y bajo circunstancias propicias, por ejemplo, el stand que se utilizó el día de la presentación en el salón verde

## PRECIO

El precio de Yopan es el intercambio que se da entre los consumidores de Yopan y Pangurt, S.A. de C.V. percibido en unidades monetarias.<sup>34</sup> El precio para Pangurt, S.A. de C.V., mide el valor de los componentes incorporados al producto, al cual se le añade el beneficio que pretende realizar.<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup> Kotler, P. Dirección de mercadotecnia: análisis, planeación y control. Ed. Diana, 1982.

<sup>35</sup> Definición tomada con base en las notas de clase de Mercadotecnia II. Profra. Irene J. Guillén Mondragón.

## Objetivos de la fijación de precios

Para la fijación del precio de Yopan tomamos en cuenta dos objetivos:

- a) El objetivo de reembolsar pronto la inversión, donde determinamos el precio para recuperar rápidamente nuestro dinero puesto que, no contamos con suficientes fondos. El porvenir podría resultar problemático ya que no conocemos el mercado
- b) El objetivo de obtener ingresos satisfactorios, Pangurt, S.A. de C.V., se fija como el objetivo de sus precios el logro de una producción satisfactoria de utilidades. Cabe mencionar que aunque con otro precio se podrían obtener mayores beneficios, nuestra empresa está tomando en cuenta el costo de inversión.

Pangurt, S.A. de C.V., es una empresa oligopólica ya que, son pocas compañías las que venden productos elaborados con yogurt por lo que podemos decir que Yopan es un producto diferenciado. Después de determinar el producto, nos enfocaremos al precio que este tendrá en el mercado. Para fijarlo y modificarlo se tomarán en cuenta diferentes estrategias y factores que influyen. Pero antes de fijar el precio la compañía debe tomar una decisión sobre la estrategia para su producto.

Nuestro precio no está fijado en la competencia, sino en nuestros propios costos, tomando en cuenta la rentabilidad que nos va a proporcionar. Cabe aclarar que al decidir el precio no se tomó en cuenta la demanda ya que, no se realizó un estudio de mercado. Tampoco se fijó el precio tomando en cuenta los de la competencia ya que, la competencia directa que se encuentra en el mercado tiene otro tipo de presentaciones y ninguno de los productos se vende empaquetado propiamente para su venta individual, aunque tenemos una competencia indirecta en los productos de Bimbo, Tía Rosa, pan Casero "Don Toño", panificadoras y expendios de pan, no podemos considerarla por que Yopan contiene un alto nivel nutrimental y los productos antes mencionados están elaborados únicamente con harina de trigo y leche.

## ***Estrategias***

La estrategia que utilizará Pangurt, S.A. de C.V., es la de descuentos y rebajas en precios, esto con el fin de modificar su precio básico para recompensar a los clientes por el pago oportuno y volumen de compras.

- Descuentos en efectivo

Vamos a hacer una reducción en el precio para los compradores que liquiden sus cuentas en forma oportuna. Se hará este descuento cuando se hagan compras mayores a 1000 pesos

- Descuentos por cantidad

Se reducirá el precio para los compradores por hacer una adquisición de más de 500 piezas por el 5% de descuento.

- Rebajas

Durante el período intertrimestral se dará un precio de \$3.20 por paquete (2 piezas).

### **Punto de equilibrio**

C V = \$2.52 por paquete de 2 piezas.

CF = \$929.00

Precio = \$6.50

$$\begin{aligned}
 PE &= CF / (P - CV_u)^{36} \\
 PE &= 929 / (6.50 - 2.52) \\
 &= 929 / 3.98 \\
 &= \mathbf{233.41}
 \end{aligned}$$

<b>Ventas</b> (233.41 * 6.50) =	\$1517.20
<b>-CV</b> (233.25 * 2.52) =	<u>588.20</u>
<b>Utilidad bruta</b>	929.00
<b>- CF</b>	<u>929.00</u>
<b>Se llega al punto de equilibrio</b>	-----°-----

### **DISTRIBUCION**

La distribución de Yopan cumple con el objetivo de poner al alcance del consumidor un producto nutritivo, de tal manera que le permita satisfacer sus necesidades de alimentación. Por esto es muy importante seleccionar adecuadamente las estrategias a seguir en cuanto a la distribución. Para el producto Yopan se hará uso de muy pocos intermediarios, y en algunos casos de ninguno, ya que la distribución se realizará de manera directa. Para distribuir Yopan utilizamos un canal de distribución de tamaño 1, por que solo vamos a

<sup>36</sup> El punto de equilibrio en número de unidades

utilizar un distribuidor, en dado caso solo se utilizará a intermediarios, como el Kiosco y la cafetería de la universidad.

## **MERCHANDISING**

Como se sabe, el merchandising es el conjunto de actividades realizadas a nivel detallista con el objeto de:

- **Atraer la atención.** Durante la presentación de Yopan, se logró llevar a cabo esta actividad porque la forma de exposición fue muy atractiva, además la estrategia de utilizar una envoltura que sea transparente, hacía que Yopan, a la vista de los consumidores resulte atractivo y les llame la atención.
- **Interesar al cliente.** Este punto lo logramos gracias a los beneficios con los que cuenta Yopan, algunos de ellos son: es nutritivo y saludable (contiene harinas de trigo integral y de soya, adicionado con las propiedades del yogurt) “La combinación perfecta”.
- **Despertar el deseo.** Al colocar Yopan en exhibidores el consumidor puede tomarlo de manera fácil y cómoda, con la finalidad de que éste tenga una relación más directa con Yopan; para ello pretendemos colocarlo a la altura de las manos y, ubicar carteles en puntos estratégicos que contengan el nombre, logotipo y el slogan, a la altura de los ojos del cliente, esto con el fin de que la variedad de colores que se manejan tanto en estos elementos de Yopan, despierte el deseo por el producto.
- **Accionar la compra.** Este último objetivo se cumplió después de que se llevaron a cabo los tres aspectos anteriores ya que, al terminar la exposición de Yopan, los consumidores estuvieron motivados para accionar la compra.

## **PROMOCION**

Para vender a Yopan no es suficiente ofrecerlo a un precio atractivo a través de un canal de distribución bien estructurado. Debemos establecer flujos de comunicación<sup>37</sup> entre la comunidad de la UAM I, especialmente a iniciativa nuestra, como empresa Pangurt, S.A de C.V.

Las cuatro principales herramientas promocionales que utilizamos:

---

<sup>37</sup> Estrategias de Promoción, Lambin.

- ê Publicidad: Dentro de esta categoría utilizamos instrumentos específicos, como la exhibición en un punto de venta, que utiliza la mayoría de las características que indica el merchandising para generar una venta; anuncios especiales como carteles diseñados con el logotipo de Yopan, el logotipo giratorio realizado en fomi, folletos con el diseño de la mantecada, etc. Todos estos elementos se destacaron en el stand durante la presentación de Yopan en el salón verde, que generaron una gran expectativa en los futuros compradores de nuestro producto.

Realizamos un sencillo comercial que consideramos que podría presentarse en televisión, visualizado a largo plazo para atraer a otro posible mercado meta, que podrían ser: estudiantes de otras universidades, trabajadores y también los niños.

El diseño del producto, su precio, la forma, color del empaque, el logotipo, el exhibidor en que se presentaría a Yopan en los puntos de venta, también comunican algo a los compradores, la calidad de nuestro producto y los beneficios de sus ingredientes.

- ê Promoción de ventas: para dar a conocer a Yopan se obsequió a los asistentes souvenirs rotulados tales como, artículos de papelería; imanes para refrigerador en forma de mantecada, y se pensaba dar una muestra individual de Yopan, en su empaque que contenía etiqueta del producto e información nutrimental.
- ê Relaciones públicas: se realizó de manera personalizada la presentación de nuestro producto, para ganar la confianza de nuestros futuros consumidores, de modo que tengan la seguridad y conocimiento acerca de las personas que producimos Yopan.

## VENTAJAS DE YOPAN

### SOYA

La soya pertenece a las leguminosas y por su elevado contenido de aceite se incluye junto con el cártamo, el algodón, el girasol, la aceituna y el cacahuate. En muchos países occidentales, esta semilla se utiliza para la extracción de aceite, y el residuo o pasta es rica en proteína. (Badui, 1997)

Propiedades nutricionales.

En productos panaderos, cereales y botanas las proteínas de soya mejoran la textura, mantienen la humedad, prolongan la vida del producto y mejoran la vida del producto y mejorar el nivel del valor nutritivo.

El porcentaje de lisina es elevado lo que se hace que la soya sea muy adecuada para complementar las proteínas de los cereales (Soriano, 2000)

## TRIGO

Este cereal se usa fundamental para fabricación de productos de panificación, ya que la peculiaridad de que durante su fermentación se produce esponjamiento, esto se debe principalmente a las proteínas pero influyen otros componentes como el almidón y lípidos. Su uso en la alimentación permitió desarrollar procesos cada vez mas complejos para obtener harina y cocer los productos elaborados con el.

Propiedades nutricionales:

La harina de trigo contiene entre 10-12% de proteínas básicamente gluteinas y prolaminas, están en el citoplasma de la célula, en donde actúan como componentes estructurales y de reserva de nitrógeno para el crecimiento (Badui, 1997)

## Satisfacción de las necesidades de los consumidores

n Al consumir Yopan los consumidores cubren cinco grupos básicos de alimentos de la pirámide nutrimental, lo que les permite tener una dieta balanceada en solo producto.



Pirámide de la Guía de alimentos<sup>38</sup>

- Z Por su presentación tan ligera, puede llevarse a cualquier parte dentro de la mochila, para comerse en cualquier parte.
- Z Puede consumirse por la mayoría de las personas.

<sup>38</sup> "Contenido de Calcio de las comidas elegidas", artículo editado en internet por la Universidad de Arizona.

- Z Se explota una estrategia en contra de los productos light, por que Yopan es nutritivo e integral, y ayuda a conservar una buena figura, sin hacer de lado una buena alimentación.

## DESVENTAJAS DEL PRODUCTO YOPAN.

El principal inconveniente que tiene Yopan es que se trata de un producto de pan integral, el consumo de este tipo de productos es mínimo debido a que tenemos un contexto en el cual no se tiene una cultura por ingerir productos nutritivos, más bien buscamos solo saciar el hambre y se recurre al ya tradicional pastelito Gansito acompañado de un refresco, pero que sucedería si en lugar de comer eso, se consume una mantecada integral con un sabor singular, además de los magníficos beneficios que nos da el que sea un producto hecho a base de harina integral y que si se consume con un vaso de leche su valor nutrimental aumentará, y así nada se le podrá comparar. Es un gran reto como el algún párrafo ya se hace notar el que la gente consuma productos así como el nuestro y es por eso que la publicidad se trabajara de tal forma que se pueda llegar a posicionar la marca en la mente del consumidor.

Otro de los inconvenientes de Yopan es que al momento de finalizar este trabajo los costos que consideramos para el etiquetado cambiarán a corto plazo, pues el proceso que utilizamos para este, tiene un gran inconveniente, contamina el pan; esto conlleva utilizar otro tipo de etiquetado y por lo tanto incrementar los costos de producción.

Como Yopan se presenta en solo dos sabores, no abarcamos todos los gustos del mercado.

Aun no queda bien establecido el tipo de conservador que utilizaremos para aumentar el período de caducidad de Yopan.

Para poder patentar nuestro producto, se requiere un periodo de espera de 18 a 30 meses en promedio, y esto pone en riesgo la originalidad de Yopan ante compañías de más alto poder y prestigio.

Otra limitante que se nos presenta como empresa, es que no contamos con financiamiento necesario para realizar una producción mayor, e invertir más dinero en publicidad y mejorar la presentación de nuestros empaques, y de este modo reducir nuestros costos.

# ANEXO 2

# FORMATOS



**GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL**  
**Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda**  
**Dirección General de Desarrollo Urbano**

**Solicitud de Licencia de Uso del Suelo**

México D.F., a \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 200\_\_.

Folio:  

Bajo protesta de decir verdad, si los informes o declaraciones proporcionados por el particular resultan falsos, se aplicarán las sanciones administrativas correspondientes, sin perjuicio de las penas en que incurran aquellos que se conduzcan con falsedad de acuerdo con los ordenamientos legales aplicables. La actuación administrativa de la autoridad y la de los interesados se sujetará al principio de buena fe (Ley de Procedimiento Administrativo del Distrito Federal.- Artículo 32).

**DATOS DEL PROPIETARIO O POSEEDOR**

Apellido Paterno _____	Apellido Materno _____	Nombre (s) _____
Calle: _____	N° _____	Colonia: _____
Delegación: _____	C.P. _____	Teléfono: _____

**DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL (EN SU CASO)**

Apellido Paterno _____	Apellido Materno _____	Nombre (s) _____
Calle: _____	N° _____	Colonia: _____
Delegación: _____	C.P. _____	Teléfono: _____
Documento con el que se acredita la personalidad: _____		
Domicilio para oír y recibir notificaciones: _____		
Persona autorizada para oír y recibir notificaciones: _____		

**DATOS DEL PREDIO**

Calle: \_\_\_\_\_ N° \_\_\_\_\_ Colonia: \_\_\_\_\_  
 Delegación: \_\_\_\_\_ C.P. \_\_\_\_\_ Boleta Predial N° \_\_\_\_\_  
 Sup. del Predio \_\_\_\_\_ m<sup>2</sup> Metros cuadrados por construir \_\_\_\_\_ Sup. total existente \_\_\_\_\_ m<sup>2</sup>

**CARACTERISTICAS DEL ANTEPROYECTO**

Obra Nueva \_\_\_\_\_ m<sup>2</sup> Ampliación \_\_\_\_\_ m<sup>2</sup> Modificación \_\_\_\_\_ m<sup>2</sup> Adaptación \_\_\_\_\_ m<sup>2</sup>  
 Superficie de Area Libre \_\_\_\_\_ m<sup>2</sup> Niveles sobre nivel de banquetta \_\_\_\_\_ Altura de la construcción \_\_\_\_\_ m Sótanos \_\_\_\_\_  
 Uso (s) Pretendido (s) en m<sup>2</sup> de construcción c/u: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 Número de viviendas solicitadas \_\_\_\_\_  
 (En su caso)

CROQUIS DE LOCALIZACIÓN

Deberá indicar el nombre de las calles que limitan la manzana, distancia a las dos esquinas, linderos del predio, medidas del frente o frentes, medidas de los linderos interiores y orientación e indicar si existen arboles dentro del predio (elaborar croquis con tinta negra y regla).



## CONTENIDO DE LA MEMORIA DESCRIPTIVA PARA LA SOLICITUD DE LA LICENCIA DE USO DEL SUELO

- UBICACIÓN DEL PROYECTO
- DIRECCIÓN DEL SOLICITANTE O PROPIETARIO PARA OIR Y RECIBIR NOTIFICACIONES
- NOMBRE DEL PROPIETARIO
- NOMBRE DEL SOLICITANTE
- TIPO DE SOLICITUD (OBRA NUEVA, AMPLIACIÓN O MODIFICACIÓN)
- DESCRIPCIÓN DEL USO AL QUE SE DESTINARÁ LA CONSTRUCCIÓN Y ZONIFICACIÓN EN QUE SE UBICA
- CUANTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN RESIDENTE Y VISITANTE
- DESCRIPCIÓN DE LAS CONSTRUCCIONES EXISTENTES EN EL PREDIO SEÑALADO, NÚMERO DE NIVELES, USOS POR NIVEL, SUPERFICIE TOTAL CONSTRUIDA Y ÁREA DE ESTACIONAMIENTO.
- DESCRIPCIÓN DE LA CONSTRUCCIÓN SOLICITADA INDICANDO NÚMERO DE NIVELES, USOS POR NIVEL Y SUPERFICIES POR USO
- CUADRO GENERAL DE SUPERFICIES SEÑALANDO EL ÁREA DEL PREDIO, SUPERFICIE DE LA CONSTRUCCIÓN EXISTENTE (EN SU CASO) DE LA CONSTRUCCIÓN SOLICITADA, DEL ÁREA DE ESTACIONAMIENTO, DEL ÁREA LIBRE Y DE ESPACIOS PERMEABLES
- SEÑALAR EL NÚMERO DE CAJONES DE ESTACIONAMIENTO QUE SE PROPORCIONA DENTRO DEL PREDIO, CONFORME AL ARTÍCULO 80 DEL REGLAMENTO DE CONSTRUCCIONES DEL DISTRITO FEDERAL O NORMATIVIDAD APLICABLE EN LA MATERIA, INCLUIR EL DESGLOSE POR TAMAÑO.
- PARA LOS CASOS DE INDUSTRIA, SERÁ NECESARIO PROPORCIONAR, ADICIONAL A LO ANTERIOR, LA SIGUIENTE INFORMACIÓN:
  1. INDICAR EL PROCESO DEL O LOS PRODUCTOS A ELABORAR Y SUS MATERIAS PRIMAS QUE SE UTILIZAN, SI ES A GRANEL ENVASADOS, ETC.
  2. LA SUPERFICIE (S) A UTILIZAR POR PROCESO DENTRO DEL PROYECTO
  3. EL PERSONAL QUE LABORARÁ (DIFERENCIANDO POR SEXO)
  4. LA MAQUINARIA A UTILIZAR, DESCRIBIENDO EL CONSUMO DE ENERGÍA Y POTENCIA EN KW, CV Y HP
- EN EL SUPUESTO DE QUE SE TRATE DE UN CONJUNTO, RÉGIMEN EN CONDOMINIO O COPROPIEDAD, INDICAR EL EQUIPAMIENTO URBANO Y EL ÁREA DE DONACIÓN DE CONFORMIDAD CON EL REGLAMENTO DE LA LEY DE DESARROLLO URBANO DEL DISTRITO FEDERAL VIGENTE

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



**SAT**

Servicio de Administración Tributaria

**SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN  
AL REGISTRO FEDERAL DE  
CONTRIBUYENTES**

ANTES DE INICIAR EL LLENADO DE ESTA SOLICITUD, LEA LAS INSTRUCCIONES

**R-1**  
RFPAE

**2 CURP: CLAVE ÚNICA DE REGISTRO DE POBLACIÓN  
(Sólo Personas Físicas)**

**3 ANOTE LA LETRA CORRESPONDIENTE AL TIPO DE SOLICITUD QUE PRESENTA:**

N = NORMAL

C = COMPLEMENTARIA

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

**4 DATOS DEL CONTRIBUYENTE QUE SE INSCRIBE**

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

APELLIDO PATERNO

APELLIDO MATERNO

NOMBRE (S)

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

DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL

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

NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN FISCAL ASIGNADO EN EL PAÍS EN QUE RESIDAN

PAÍS DE RESIDENCIA FISCAL

**4.4 DATOS POR FIDEICOMISO**

SI SE TRATA DE LA INSCRIPCIÓN DE UN FIDEICOMISO, INDIQUE:

DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL DE LA FIDUCIARIA

RFC DE LA FIDUCIARIA  NÚMERO DE FIDEICOMISO

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

CALLE

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

COLONIA

LOCALIDAD

MUNICIPIO O DELEGACIÓN

CÓDIGO POSTAL  TELÉFONO

ENTIDAD FEDERATIVA

CORREO ELECTRÓNICO

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

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

**SE PRESENTA POR DUPLICADO**

**INSTRUCCIONES**

**DOCUMENTOS QUE SE DEBEN ACOMPAÑAR A ESTA SOLICITUD**

**PERSONAS FÍSICAS:**

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

**PERSONAS FÍSICAS RESIDENTES EN EL EXTRANJERO:**

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

**PERSONAS MORALES:**

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

**FIDEICOMISOS:**

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

**PERSONAS MORALES RESIDENTES EN EL EXTRANJERO:**

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

**DOMICILIO:**

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

**IDENTIFICACIÓN:**

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

**ACREDITACIÓN DE LA REPRESENTACIÓN DEL REPRESENTANTE LEGAL:**

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

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

**RUBRO 2 CLAVE ÚNICA DE REGISTRO DE POBLACIÓN**

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

**RUBRO 3**

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

**RUBRO 4 DATOS DEL CONTRIBUYENTE QUE SE INSCRIBE**

**Apartado 4.1 SÓLO TRATÁNDOSE DE PERSONAS FÍSICAS**

- Las personas físicas deberán anotar su nombre completo como aparece en el acta de nacimiento expedida por el Registro Civil.
- Tratándose de personas físicas de nacionalidad extranjera residentes en México, así como de nacionalidad mexicana por naturalización, deberán anotar su nombre completo como aparece en el documento migratorio o en la carta de naturalización, según corresponda.
- Tratándose de personas físicas residentes en el extranjero como sin establecimiento permanente en México, deberán anotar su nombre completo como aparece en el pasaporte vigente, anotando en "apellido paterno" el primero y en "apellido materno" los siguientes, en su caso.
- **Apartado 4.2 SÓLO TRATÁNDOSE DE PERSONAS MORALES**
- Las personas morales residentes en México, así como las personas morales residentes en el extranjero como sin establecimiento permanente en México, anotarán la denominación o razón social como aparece en el documento que deben acompañar a esta solicitud, de acuerdo con el listado del cuadro que aparece al principio de esta página.
- Tratándose de contratos de asociación en participación, se anotará el nombre, denominación o razón social del asociante, enseguida la leyenda: "Asociación en Participación, contrato número .....", utilizando una forma R-1 para cada contrato. El asociante asignará el número en forma progresiva, de acuerdo a la fecha de celebración de los contratos en los que participe.
- En el caso de fideicomisos, únicamente se deberá anotar el nombre del fideicomiso, utilizando una forma R-1 para cada fideicomiso.
- **Apartado 4.3 TRATÁNDOSE DE RESIDENTES EN EL EXTRANJERO SIN ESTABLECIMIENTO PERMANENTE EN MÉXICO**
- Además de anotar en los apartados anteriores los datos de la persona física o moral que se inscribe, según se trate, anotarán en este apartado el número de identificación fiscal asignado en el país en el que residen, salvo que de conformidad con la legislación de éste, no estén obligados a contar con dicho número, asimismo, indicarán su país de residencia fiscal.

**Apartado 4.4 DATOS POR FIDEICOMISO**

- Deberá anotar la denominación o razón social de la fiduciaria, el RFC de la misma y el número de fideicomiso.
- **Apartado 4.5 DOMICILIO FISCAL DEL CONTRIBUYENTE QUE SE INSCRIBE**
- **a) Personas físicas:**
  - Actividades empresariales, el local en el que se encuentre el principal asiento de sus negocios.
  - Servicios personales independientes, el local que utilicen como establecimiento permanente para el desempeño de sus actividades.
  - En los demás casos, el lugar en el que tengan el asiento principal de sus actividades.
- **b) Personas morales:**
  - Tratándose de residentes en el país, el local en el que se encuentre la administración principal del negocio.
  - Si se trata de establecimientos de personas morales residentes en el extranjero, se anotará el domicilio del establecimiento en México. En el caso de varios establecimientos, el local en el que se encuentre la administración principal del negocio en el país o, en su defecto, el que designen.

**6 DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL (Ver instrucciones)**

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

**7 DATOS GENERALES (Ver instrucciones)**

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

**8 ACTIVIDAD PREPONDERANTE**

8.1 INDIQUE LA ACTIVIDAD PREPONDERANTE A DESARROLLAR

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

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

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

**9 OTROS**

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

<input type="checkbox"/> SOCIO O ACCIONISTA DE PERSONA MORAL (Ver instrucciones)	EN CASO DE ESTAR INSCRITA, INDIQUE EL RFC DE LA PERSONA MORAL (De ser necesario acompañar listado)	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> ASOCIANTE DE ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN	INDIQUE EL RFC DE LA ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN (De ser necesario acompañar listado)	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> ASOCIADO DE ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN	INDIQUE EL RFC DE LA ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN (De ser necesario acompañar listado)	<input type="text"/>

**10 TRATÁNDOSE DE FUSIÓN Y ESCISIÓN DE SOCIEDADES**

MARCAR CON "X" SI DERIVA DE:

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

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

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

CALLE

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

COLONIA     CÓDIGO POSTAL     TELÉFONO

LOCALIDAD

MUNICIPIO O DELEGACIÓN

ENTIDAD FEDERATIVA     CORREO ELECTRÓNICO

**12 ANEXOS**

MARQUE CON "X" LOS ANEXOS QUE ACOMPAÑA:

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

**INSTRUCCIONES (Continuación)**

**RUBRO 6 DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL**

- Se anotarán los datos del Representante Legal cuando éste presente la solicitud en los siguientes casos:
  - Tratándose de personas físicas, se proporcionarán los datos solicitados en este rubro sólo cuando tengan representante legal y éste actúe por cuenta del contribuyente.
  - Tratándose de personas morales, se anotarán los datos de su representante legal. En el caso de contratos de Asociación en Participación, si el asociante es persona física se anotarán los datos de ésta.
  - Si el asociante es persona moral, se deberán anotar los datos del representante legal de dicha persona moral.
  - Los residentes en el extranjero con o sin establecimiento permanente en México, anotarán los datos de su representante legal residente en México, que para efectos fiscales designaron.
  - Los sujetos antes mencionados se identificarán y, en su caso, acreditarán su personalidad con los documentos que acompañen a esta solicitud, de acuerdo con el listado del cuadro que aparece al principio de esta página.
  - La solicitud deberá ser firmada por el contribuyente o, en su caso, por su representante legal. En el caso de que no sepan o no puedan firmar, imprimirán su huella digital.

**RUBRO 7 DATOS GENERALES**

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

- Las personas físicas residentes en México y las residentes en el extranjero con o sin establecimiento permanente en México, anotarán la fecha de nacimiento que conste en el documento que deben acompañar a esta solicitud, de acuerdo con el listado del cuadro que aparece al principio de esta página.
- Las personas morales residentes en México y las residentes en el extranjero con o sin establecimiento permanente en México, anotarán la fecha en la que se firmó el documento que deben acompañar a esta solicitud de acuerdo con el listado del cuadro que aparece al principio de esta página.
- En ambos casos, utilizarán cuatro números arábigos para el año, dos para el mes y dos para el día.

Ejemplo:

Fecha de nacimiento: 1° de junio de 1972      

AÑO	MES	DÍA
1972	06	01

      Fecha de firma del documento: 23 de mayo de 2002      

AÑO	MES	DÍA
2002	05	23

**RUBRO 8 ACTIVIDAD PREPONDERANTE**

**Apartado 8.2**

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

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

**Apartado 8.3**

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

**RUBRO 9 OTROS**

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

**RUBRO 10 TRATÁNDOSE DE FUSIÓN Y ESCISIÓN DE SOCIEDADES**

- En el caso de fusión de sociedades, la sociedad que se inscribe deberá indicar el RFC de las sociedades que desaparecen con motivo de la fusión. Si las sociedades que desaparecen son más de 3, deberá acompañar además del (de los) anexo(s) y documento(s) respectivo(s), un escrito libre con el listado que contenga las claves del RFC de cada una de las sociedades que desaparecen.
- Si se trata de la inscripción de la sociedad escindida designada, para cumplir con las obligaciones de la escidente deberá indicar el RFC de la sociedad que desaparece con motivo de la escisión.

**RUBRO 12 ANEXOS**

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

\* Para cualquier aclaración en el llenado de esta solicitud, puede obtener información de Internet en las siguientes direcciones: [www.sat.gob.mx](http://www.sat.gob.mx), [www.sat.gob.mx/asignat@sat.gob.mx](http://www.sat.gob.mx/asignat@sat.gob.mx), [www.sat.gob.mx/asignat@sat.gob.mx](http://www.sat.gob.mx/asignat@sat.gob.mx) o comunicarse en el Distrito Federal al 5227-0297, en la zona metropolitana de Monterrey al (81) 8329-6660, en la zona metropolitana de Guadalajara al (33) 3618-7140, en Puebla (audiorepuesta) al (222) 246-45-14, en el resto del país 01-800-90-450-00 sin costo, o bien, acudir a las Administraciones Locales de Asistencia al Contribuyente. Queda al teléfono 01-800-728-2000.

# SRE

SECRETARIA DE RELACIONES EXTERIORES

Consultas 5782-41-44 Ext. 4068  
Dirección de Internet [www.sre.gob.mx/tramites/legales/](http://www.sre.gob.mx/tramites/legales/)  
Dirección General de Asuntos Jurídicos

*Para uso exclusivo de SRE*

LUGAR Y FECHA: \_\_\_\_\_

Folio: \_\_\_\_\_

## SOLICITUD DE PERMISO DE CONSTITUCION DE SOCIEDAD (ARTICULO 15 DE LA LEY DE INVERSION EXTRANJERA)

NOMBRE DEL  
PROMOVENTE \_\_\_\_\_

DOMICILIO PARA OIR  
RECIBIR  
\_\_\_\_\_

NOTIFICACIONES  
\_\_\_\_\_

PERSONAS AUTORIZADAS  
PARA RECIBIR  
LA RESOLUCION.  
\_\_\_\_\_

DENOMINACION SOLICITADA EN ORDEN DE PREFERENCIA  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

REGIMEN JURIDICO DE LA  
PERSONA MORAL  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

FIRMA AUTOGRAFA DEL PROMOVENTE

La resolución recaída a esta solicitud únicamente será entregada al promovente o a las personas autorizadas.

Para cualquier aclaración, duda y/o comentario con respecto a este trámite, sírvase llamar al Sistema de Atención Telefónica (SACTEL) a los teléfonos: 5480-2000 en el D.F. y área metropolitana; del interior de la República sin costo para el usuario al 01800-0014800 o desde Estados Unidos y Canadá al 188-5943372.

Nota: este formato podrá ser reproducido libremente, debiendo ser dicha reproducción en hojas blancas de papel bond.

Llenar: a máquina  
Oficinas centrales: original y una copia  
Delegaciones Estatales: Original y dos copias  
Anexar: Original y copia de pago derechos

\* Ultima fecha de autorización del formato por parte de Oficialía Mayor: 6 de marzo de 2002

\* Ultima fecha de autorización del formato por parte de la Comisión Federal de Mejora Regulatoria: 15 de abril de 2002

SA-1

La presente cédula será utilizada para registrar solicitudes de apoyo a proyectos de micro, pequeñas y medianas empresas, las cuales serán analizadas y, en su caso, aprobadas por el Consejo correspondiente en cada Estado.

Para uso exclusivo de la Secretaría de Economía

Entidad Federativa: \_\_\_\_\_ Folio: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

**IMPORTANTE:** Antes de llenar esta cédula, le sugerimos leer el instructivo de llenado.

**SOLO ESCRIBA EN LOS CAMPOS SOMBRADOS.**

1. **NOMBRE DEL PROYECTO.** Especifique un nombre que describa con precisión el proyecto

--

2. **ORGANISMO INTERMEDIO DEL PROYECTO.** Datos de la institución que firma el proyecto

Nombre:		Dirección:	
Responsable:		Cargo:	
Teléfono:		Fax:	
		e-mail:	

3. **OPERADOR DEL PROYECTO.** Datos de la institución que promueve el proyecto.

Nombre:		Dirección:	
Responsable:		Cargo:	
Teléfono:		Fax:	
		e-mail:	

4. **UBICACION DEL PROYECTO.** Información sobre el estado, municipio o región donde se desarrollará el proyecto

Estado(s):		Municipio(s):	
Dirección del proyecto			
Información adicional sobre la ubicación:			

5. **OBJETIVO DEL PROYECTO.** Describa con claridad el o los objetivos del proyecto (operativo)

--

6. **DESCRIPCION DEL PROYECTO.** Proporcione un resumen del proyecto. Ver "Guía para elaborar la descripción del proyecto"

--

7. IMPACTO DEL PROYECTO. Proporcione información sobre el impacto que el proyecto tendrá sobre los siguientes rubros (los que apliquen):

7.1 Empresas Atendidas con el proyecto

EMPRESAS		PRODUCTORES		
Tamaño	Número	Número	Tipo de Asociación	Nombre
Micro				
Pequeña				
Mediana				
TOTAL				
Creación de nuevas empresas:				

7.2 Impacto en género y apoyo a la discapacidad

Número de mujeres que solicitan apoyo en el proyecto		Número de personas con discapacidad que solicitan apoyo en el proyecto	
------------------------------------------------------	--	------------------------------------------------------------------------	--

7.3 Empleos

	Mujeres	Hombres	Discapacitados	Total
Conservados				
Generados				
Total				

- 7.4 Sectores de mayor impacto al proyecto. Coloque una X en el sector que se detonará y anote el impacto esperado.

#	Sectores	Subsector –ver catalogo anexo-	Impacto esperado
1	Aeronáutica		
2	Agroindustria		
3	Automotriz		
4	Cuero-calzado		
5	Construcción		
6	Comercio		
7	Electrónica		
8	Maquiladoras		
9	Químico		
10	Software		
11	Textil-confección		
12	Turismo		
13	Otro		

8. INDIQUE LA LÍNEA DE APOYO

<input type="checkbox"/> Apoyo a la Elaboración de Planes de Negocios	<input type="checkbox"/> Constitución y fortalecimiento de Fondos de Garantía	<input type="checkbox"/> Apoyo a Intermediarios Financieros No Bancarios
-----------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------

En caso de ser un proyecto integral indique con que otro fondo se apoya el proyecto

FACOE	FAMPYME	FIDECAP
NOMBRE DEL PROYECTO EN ESE FONDO		

9. IDENTIFICACIÓN DE PARTICIPANTES EN EL FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO CONFORME AL CUADRO DEL CALENDARIO.

PARTICIPANTES	NOMBRE
Gobierno Estatal	
Gobierno Municipal	
Sector académico	
Sector privado	
Otros	

10. FUENTES Y CALENDARIO DE APLICACION DE RECURSOS. Presupuesto en miles de pesos, con el que participarán las instancias.

Meses	Secretaría de Economía	Gobierno Estatal	Gobierno Municipal	Sector Académico	Sector Privado	Otros	Total mensual
Enero							
Febrero							
Marzo							
Abril							
Mayo							
Junio							
Julio							
Agosto							
Septiembre							
Octubre							
Noviembre							
Diciembre							
TOTAL							

11. CALENDARIO DE ACTIVIDADES. Señale las principales actividades que se realizarían cada mes para llevar a cabo el proyecto.

Mes	A c t i v i d a d e s
Enero	
Febrero	
Marzo	
Abril	

Mayo	
Junio	
Julio	
Agosto	
Septiembre	
Octubre	
Noviembre	
Diciembre	

12. INFORMACION DE APOYO. ¿Con cuál(es) de los siguientes estudios cuenta el proyecto?  
Anexe a esta cédula copia de los estudios

<input type="checkbox"/>									
Factibilidad	Plan de negocios	Técnico	Financiero	Mercado	Ninguno	Otro			
especifique									

Anote las principales conclusiones de estos estudios.

13. INFORMACIÓN ADICIONAL

Institución financiera en la que se operará el fondo:	
Monto mínimo y máximo de los créditos que se apoyarán con el fondo:	
Porcentaje de la garantía que se otorgará:	
Tasa y plazo de los créditos a garantizar:	
Factor de potenciación del fondo de garantía con relación a la línea de fondeo:	
PYMES a apoyar, meta:	
Derrama crediticia del proyecto (monto total de los créditos a otorgar)	
Beneficios directos que recibirán las MPYMES, como resultado del apoyo al intermediario financiero no bancario.	

INVERSIONES REALIZADAS Si ya se han aplicado recursos al proyecto antes del año 2003, méncionelos así como el origen de los mismos. Cifras en pesos, sin decimales.

Concepto	Monto (\$)	Origen de los recursos	Periodo en que se realizó la inversión (año)
Total			

14. **COMENTARIOS GENERALES.** Utilice esta sección para hacer los comentarios y anotaciones sobre el proyecto que considere importantes.

15. **VALIDACIÓN DEL PROYECTO.** Para uso exclusivo del ORGANISMO INTERMEDIO

Se valida el presente proyecto con fundamento en las Reglas de Operación de los Fondos responsabilidad de la Secretaría de Economía, a cargo de la Subsecretaría para la Pequeña y Mediana Empresa, publicadas en el Diario Oficial de la Federación el \*\*\*\*\*, para apoyar a las micro, pequeñas y medianas empresas.

Lugar y fecha de aprobación:

[Nombre]  
Presidente del Consejo

[Nombre]  
Coordinador General del Consejo

COMO RESPONSABLE DEL PROYECTO, ME COMPROMETO A REALIZAR LAS ACCIONES CORRESPONDIENTES PARA LLEVAR A CABO SU EJECUCION, VIGILAR LA CORRECTA APLICACION Y ADMINISTRACION DE LOS RECURSOS OTORGADOS Y CONTRIBUIR EN LA ELABORACION DE LOS INFORMES DE SEGUIMIENTO ESTABLECIDOS EN LAS REGLAS DE OPERACION DEL EJERCICIO 2003 DE LOS FONDOS Y SU MANUAL.

Nombre, cargo y firma del operador del proyecto

COMO DELEGADO FEDERAL DE LA SECRETARIA DE ECONOMIA EN EL ESTADO CONFIRMO QUE EL PROYECTO CUMPLE CON LOS REQUISITOS ESTABLECIOS EN LAS REGLAS DE OPERACIÓN Y PUEDE SER PRESENTADO ANTE EL CONSEJO DIRECTIVO DEL FONDO PARA SU EVALUACIÓN Y EN SU CASO APROBACIÓN

(Nombre)

DELEGADO FEDERAL SECRETARIA DE ECONOMIA

# ANEXO 3 DIRECTORIO

## DIRECTORIO

### ASESORIA Y CAPACITACION

- **CANACINTRA**

Cámara Nacional de la Industria de la Transformación  
Av. San Antonio Núm. 256, 1er. Piso. México, D.F.

- **FAMPYME**

Lic. Víctor Manuel Sandoval Rivera. Director de Capacitación. Director General de Capacitación e innovación tecnológica. Tel: 5229-6100 Ext. 4508. fax:5229-6504, e-mail : [usandoval@economia.gob.mx](mailto:usandoval@economia.gob.mx)

- **FONDESO.**

<http://www.fondeso.df.gob.mx>

- **Fondo de Apoyo para el Acceso al Financiamiento de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas**

LIC. HUITZILIHUITL HERRADA

tel. 5229 6100 ext. 4805, 4806, 4848, 4827, 4833.

e-mail:[hherrada@economia.gob.mx](mailto:hherrada@economia.gob.mx)

- **Fundación de Apoyo a la Juventud, IAP**

Unidades Productivas e-mail:  
[unidadesproductivas@yahoo.com](mailto:unidadesproductivas@yahoo.com)  
[balcalde@apoyoalajuventud.org](mailto:balcalde@apoyoalajuventud.org)  
Fax al 52 86 97 55  
Teléfonos 55 53 15 84, 55 53 15 84 o 52114692

- **FUNDACION VAMOS.**

ALFONSO ESPARZA OTEO 63 COL. GUADALUPE INN C.P. 01020 MEXICO D.F.

e-mail: [vamos@laneta.apc.org](mailto:vamos@laneta.apc.org)

<http://www.vamos.org>

- **SECRETARIA DE ECONOMIA**

<http://www.economia.gob.mx>

- **SECRETARIA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL.**

Capacitación a micro empresas.

Tel: 5135-3255 Ext. 3541

- **PRIMER CONTACTO**

Centro de Asesoría Primer Contacto de la SE en la ciudad de México,  
teléfonos 01-800-410-2000 o correo electrónico [contacto@economia.gob.mx](mailto:contacto@economia.gob.mx).

- **PRONAFIM**

Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario

Oficinas de Microcréditos ubicadas en las Unidades Delegacionales de Servicio de Empleo ubicadas en las 16 delegaciones políticas.

Oficina central ubicada en Amberes 54, Zona Rosa. México, D.F.

## GESTION DE TRAMITES

- **ACTA DE INTEGRACION A LA COMISION DE SEGURIDAD E HIGIENE EN LOS CENTROS DE TRABAJO**

Dirección General de Seguridad e Higiene en el Trabajo / Av. Azcapotzalco la Villa No. 209 Piso 19 Col. Barrio de Santo Tomas México, D.F. Lada (55) Tel. 55 63 05 00 ext. 3101 (de 8:30 a 14:30 Hrs.).

- **ALTA EN EL SISTEMA DE INFORMACION EMPRESARIAL MEXICANO (SIEM)**

Cámara correspondiente de acuerdo a las actividades que realiza. Mayor Información al Tel. 01 800 410 2000.

- **APROBACION DE PLANES Y PROGRAMAS DE CAPACITACION Y ADIESTRAMIENTO**

Dirección General de Capacitación y Productividad / Av. Azcapotzalco la Villa No. 209 Edificio "E" P.B. Col. Barrio de Santo Tomas, México, D.F. Lada (55) Tel. 53 94 51 66 Ext. 3580 (de 9:30 a 14:30 Hrs.)

- **AVISO DE FUNCIONAMIENTO ANTE EL INSTITUTO DE SERVICIOS DE SALUD PÚBLICA PARA EL DISTRITO FEDERAL**

Dirección General de Salud Pública y en la Dirección de Regulación Sanitaria / José Antonio Torres No. 661 P.B. Col. Asturias, México, D.F. Lada (55) Tel. 57 41 48 62 Ext. 423 o 424 (de 8:30 a 13:30 Hrs.).

- **AVISO DE USO DE LOS PERMISOS PARA LA CONSTITUCION DE SOCIEDADES O CAMBIO DE DENOMINACION O RAZON SOCIAL**

Dirección de Permisos Artículo 27 Constitucional/ Ricardo Flores Magon No. 1 Anexo II P.A., Col. Nonoalco Tlatelolco México, D.F. Lada (55) Tel. 57 82 41 44 Ext. 4068 (de 9:00 a 14:30Hrs).

- **CERTIFICACION DE ZONIFICACION PARA USO ESPECIFICO**

Dirección General de Desarrollo Urbano y Vivienda (SEDUVI)/Dirección del Registro de los Planes y Programas de Desarrollo Urbano/ Calle Victoria No. 7, P.B, Esq. Eje Central Lázaro Cárdenas, Col. Centro México, D.F. Lada (55) Tel. 55 10 93 96 Y 55 12 31 10. y/o en las Ventanillas Unicas Delegacionales del DDF México, D.F. / Ventanilla Unica de Gestión Av. San Antonio 256 Col. Ampliación Nápoles México, D.F. Tel. 56 11 11 05 y 55 63 34 00 (de 9:00 a 14:00 Hrs.).

- **CONSTITUCION DE LA COMISION MIXTA DE CAPACITACION Y ADIESTRAMIENTO**

Dirección General de Capacitación y Productividad / Av. Azcapotzalco la Villa No. 209 Edificio "E" P.B. Col. Barrio de Santo Tomas México, D.F. Lada (55) Tel. 53 82 34 53 (de 9:30 a 14:30 Hrs.).

- **CONSTITUCION DE SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA MICROINDUSTRIAL**

Ventanilla Unica de Gestión Av. San Antonio 256 Col. Ampliación Nápoles México, D.F. Lada (55) Tel. 55 63 34 00 Ext. 326, 301 y 303 (de 9:00 a 15:00 Hrs.).

- **CONSTITUCION DE SOCIEDADES ANTE LA S.R.E.**

Dirección de Permisos Artículo 27 Constitucional/ Ricardo Flores Magon No. 1 Anexo II P.A., Col. Nonoalco Tlatelolco México, D.F. Lada (55) Tel. 57 82 41 44 Ext. 4068 (de 9:00 a 15:00Hrs).

- **DECLARACION DE APERTURA**

Ventanillas Unicas Delegacionales del DDF México, D.F. (de 9:00 a 14:00 Hrs.)  
Ventanilla Unica de Gestión Av. San Antonio 256 Col. Ampliación Nápoles México, D.F. Lada (55) Tel. 56 11 31 67 y 563 34 00 (de 9:00 a 15:00 Hrs.).

- **INSCRIPCIÓN EN EL PADRÓN DE IMPUESTO SOBRE NOMINAS**

Subtesorería de Administración Tributaria Dirección de Registro (Tesorería del D.F.)/ Izazaga No. 89 6° Piso, Col. Centro, México, D.F. Lada (55) Tel. 57 09 00 30 (de 8:00 a 15:00 Hrs).

- **INSCRIPCIÓN EN EL RFC / CEDULA FISCAL**

Administración Local de Recaudación, en los Módulos de Atención Fiscal, en los Módulos de Recepción de Trámites Fiscales y a través del Buzón Fiscal; información al contribuyente México, D.F. Lada (55) Tel. 52 27 02 97 y 01 800 90 450 00.

- **LICENCIA DE ANUNCIO**

Ventanillas Unicas Delegacionales del DDF México, D.F. (de 9:00 a 14:00 Hrs.) Ventanilla Unica de Gestión Av. San Antonio 256 Col. Ampliación Nápoles México, D.F. Lada (55) Tel. 56 11 11 05 y 563 34 00 (de 9:00 a 15:00 Hrs.).

- **LICENCIA DE USO DE SUELO**

Dirección General de Administración Urbana (SEDUVI) con sede en el Colegio de Arquitectos/ Av. Constituyentes No. 800, Col. Lomas Altas, Lada (55) Tel. 55 70 00 07/Colegio de Ingenieros Civiles de México, A.C./Camino a Sta. Teresa No. 187, Col. Parques del Pedregal Tel. 56 06 84 15, 56 06 89 15 y 56 06 23 23 (de 9:00 a 16:00 Hrs.).

- **PROGRAMA INTERNO DE PROTECCIÓN CIVIL**

Dirección General de Protección Civil (SEDUVI)/Periférico Sur No. 2769 Col. San Jerónimo Lídice México, D.F. Lada (55) Tel. 56 83 40 86 y 56 83 28 38 ext. 101 (de 9:00 a 15:00 y de 18:00 a 21:00 Hrs.).

- **REGISTRO DE FUENTES FIJAS Y DE DESCARGA DE AGUAS RESIDUALES**

Dirección General de Gestión Ambiental del D.F./Dirección de Regulación y Gestión Ambiental de Aguas, Suelos y Residuos/Xalapa No. 15, Col. Roma Norte, México, D.F. Lada (55) Tel. 52 09 99 03 (de 9:00 a 14:00 Hrs.) Ventanilla Unica de Gestión Av. San Antonio 256 Col. Ampliación Nápoles México, D.F. Tel. 56 11 11 05 y 55 63 34 00 Ext. 379 (de 9:00 a 15:00 Hrs.).

- **REGISTRO EMPRESARIAL ANTE EL IMSS Y EL INFONAVIT**

Subdelegaciones/ México, D.F. Lada (55) Tel. 52 41 02 4529 (de 9:00 a 14:00 Hrs.).

- **REGISTRO PÚBLICO DE LA PROPIEDAD Y EL COMERCIO**

Dirección General de la Propiedad y el Comercio del D. F. Villalongín No. 15 Col. Cuauhtémoc México, D.F. Lada (55) Tel. 51 40 17 00 (de 8:00 a 14:00 Hrs.).

- **VISTO BUENO DE SEGURIDAD Y OPERACIÓN** Ventanillas Unicas Delegacionales del DDF México, D.F. (de 9:00 a 14:00 Hrs.) Ventanilla Unica de Gestión Av. San Antonio 256 1 Piso Col. Ampliación Nápoles México, D.F. Lada (55) Tel. 56 11 31 67 y 563 34 00 (de 9:00 a 15:00 Hrs.).

# **ANEXO 4**

## **PROGRAMA ESPECIFICO DE CREDITOS A LAS MIPYMES EN EL DF**

## PROGRAMA DE CRÉDITOS AL AUTOEMPLEO DE APOYO A LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

### OBJETIVO

Otorgar créditos a la población del Distrito Federal de bajos recursos que no tienen acceso a los servicios financieros de la banca comercial, a través de programas de financiamiento para el autoempleo y la formación y consolidación de la micro y pequeña empresa preferentemente, para fortalecer sus actividades productivas y mejorar su calidad de vida.

### PRESUPUESTO EJERCIDO EN 2001

PROGRAMA	RECURSOS	CRÉDITOS	POBLACIÓN BENEFICIADA
APOYO A MYPES	21,661,033	490	9,800
CREDITO AL AUTOEMPLEO	107,069,404	34,405	172,025
<b>TOTAL</b>	<b>128,730,437</b>	<b>34,895</b>	<b>181,825</b>

Recuperación de cartera en 2001: **75%**  
 Cumplimiento de Meta 2001: **114%**

### PRESUPUESTO A EJERCER EN 2002

PROGRAMA	RECURSOS	CRÉDITOS	POBLACIÓN BENEFICIADA
APOYO A MYPES	54,900,000	1,220	24,400
MICROCRÉDITOS	83,100,000	27,700	138,500
<b>TOTAL</b>	<b>138,000,000</b>	<b>28,920</b>	<b>162,900</b>

Estimando una recuperación de \$77 millones se podrían otorgar 13,100 créditos más con monto promedio de \$5,500.00 **METAS**

### PROGRAMA DE CRÉDITOS AL AUTOEMPLEO

- 27,700 microcréditos
- Monto: 83 millones 100 mil pesos
- Promedio por crédito: \$3,000.00 1,220 créditos
- Monto: 54 millones 900 mil pesos
- Promedio por crédito: \$45,000.00

**POBLACIÓN A BENEFICIAR EN AMBOS PROGRAMAS : 162,900 personas.**

### TERRITORIALIZACIÓN DEL PROGRAMA DE CRÉDITOS AL AUTOEMPLO (MICROCRÉDITOS)

DELEGACIÓN	UT's SELECCIONADAS	Nº. CRÉDITOS	META FINANCIERA	POBLACION BENEFICIADA	%
ÁLVARO					
OBREGÓN	109	2468	7,404,000.00	12,340	8.9
AZCAPOTZALCO	51	1066	3,198,000.00	5,330	3.8
BENITO JUÁREZ	5	122	366,000.00	610	0.4
COYOACÁN	33	1582	4,746,000.00	7,910	5.7
CUAJIMALPA	32	575	1,725,000.00	2,875	2.1
CUAUHTÉMOC	18	918	2,754,000.00	4,590	3.3
GUSTAVO. A.					
MADERO	98	3647	10,941,000.00	18,235	13.2
IZTACALCO	43	1401	4,203,000.00	7,005	5.1
IZTAPALAPA	153	7523	22,569,000.00	37,615	27.2
MAGDALENA					
CONTRERAS	35	937	2,811,000.00	4,685	3.4
MIGUEL HIDALGO	42	669	2,007,000.00	3,345	2.4
MILPA ALTA	12	523	1,569,000.00	2,615	1.9
TLÁHUAC	32	1314	3,942,000.00	6,570	4.7
TLALPAN	78	2074	6,222,000.00	10,370	7.5
VENUSTIANO					
CARRANZA	51	1252	3,756,000.00	6,260	4.5
XOCHIMILCO	60	1629	4,887,000.00	8,145	5.9
<b>TOTAL</b>	<b>852</b>	<b>27700</b>	<b>83,100,000.00</b>	<b>138,500</b>	<b>100</b>

### TERRITORIALIZACIÓN DEL PROGRAMA DE APOYO A LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA (PROGRAMA MYPES)

DELEGACIÓN	UPS SELECCIONADAS	Nº CRÉDITOS	META FINANCIERA	POBLACIÓN BENEFICIADA	%
ÁLVARO					
OBREGÓN	82	102	4,590,000.00	2,040	8.4
AZCAPOTZALCO	40	50	2,250,000.00	1,000	4.1
BENITO JUÁREZ	5	15	675,000.00	300	1.2
COYOACÁN	29	64	2,880,000.00	1,280	5.2
CUAJIMALPA	23	26	1,170,000.00	520	2.1
CUAUHTÉMOC	18	51	2,295,000.00	1,020	4.2
GUSTAVO. A.					
MADERO	86	163	7,335,000.00	3,260	13.4
IZTACALCO	34	69	3,105,000.00	1,380	5.7
IZTAPALAPA	143	317	14,265,000.00	6,340	26
MAGDALENA					
CONTRERAS	31	39	1,755,000.00	780	3.2
MIGUEL HIDALGO	25	33	1,485,000.00	660	2.7
MILPA ALTA	10	20	900,000.00	400	1.6
TLÁHUAC	27	56	2,520,000.00	1,120	4.6
TLALPAN	55	80	3,600,000.00	1,600	6.6
VENUSTIANO					
CARRANZA	42	70	3,150,000.00	1,400	5.7
XOCHIMILCO	44	65	2,925,000.00	1,300	5.3
<b>TOTAL</b>	<b>694</b>	<b>1220</b>	<b>\$4,900,000.00</b>	<b>24,300</b>	<b>100</b>

### TERRITORIALIZACIÓN DEL PROGRAMA DE APOYO A LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA (PROGRAMA MYPES)

DELEGACIÓN	UPS SELECCIONADAS	Nº CRÉDITOS	META FINANCIERA	POBLACIÓN BENEFICIADA	%
ÁLVARO					
OBREGÓN	82	102	4,590,000.00	2,040	8.4
AZCAPOTZALCO	40	50	2,250,000.00	1,000	4.1
BENITO JUÁREZ	5	15	675,000.00	300	1.2
COYOACÁN	29	64	2,880,000.00	1,280	5.2
CUAJIMALPA	23	26	1,170,000.00	520	2.1
CUAUHTÉMOC	18	51	2,295,000.00	1,020	4.2
GUSTAVO. A. MADERO	86	163	7,335,000.00	3,260	13.4
IZTACALCO	34	69	3,105,000.00	1,380	5.7
IZTAPALAPA	143	317	14,265,000.00	6,340	26
MAGDALENA CONTRERAS	31	39	1,755,000.00	780	3.2
MIGUEL HIDALGO	25	33	1,485,000.00	660	2.7
MILPA ALTA	10	20	900,000.00	400	1.6
TLÁHUAC	27	56	2,520,000.00	1,120	4.6
TLALPAN	55	80	3,600,000.00	1,600	6.6
VENUSTIANO CARRANZA	42	70	3,150,000.00	1,400	5.7
XOCHIMILCO	44	65	2,925,000.00	1,300	5.3
<b>TOTAL</b>	<b>694</b>	<b>1220</b>	<b>\$4,900,000.00</b>	<b>24,300</b>	<b>100</b>

# **ANEXO 5**

## **PROCESO DE LA PANIFICACION**

## Proceso de la panificación

**HARINA DE TRIGO:** Es la más utilizada; la de buena calidad, si está exenta de salvado, es blanca, y es más amarilla y menos fina si lo contiene, acusando esta última un mayor valor nutritivo.

**UTENSILIOS:** Instrumentos que complementan el trabajo de horno, la amasadora en la que se elabora la pasta, cestas o bandejas.

**LEVADURA.** Se pone la levadura en medio de la harina preparada en la amasadora, y dándole un principio de amasado mezclando un poco de harina con agua tibia. Después se agrega harina y se activa la fermentación, cubriendo la pasta con una tapadera.

La proporción de levadura para el pan casero es de uno a dos por ciento.

**AMASADO.** Consiste en colocar la harina en la artesa, y apartándola a un lado, haciendo un agujero en el medio, se vierte agua salada en la cual se habrá desleído la levadura. Esta agua debe tener 30 grados por lo menos.

Se deslíe la harina en el agua, que se hace caer despacio. La pasta ha de quedar fluida, lisa, sin grumos.

Para reforzarla se incorpora una pequeña cantidad de harina, amasándola de derecha a izquierda y después de izquierda a derecha.

Seguidamente se levanta la masa de la pasta y se retuerce estirándola, repitiendo la operación varias veces; antes de dar vuelta a la pasta golpearemos violentamente porciones de ella contra las paredes de la amasadora.

No queda más que arrimar toda la pasta a uno de los extremos de la artesa; en invierno solamente la dejamos reposar media hora.

Entonces con el corta-pasta, cortamos los panes, que se pesan y cubren de harina, poniéndolos en una bandeja a propósito.

**LAUDADO.** Los panes se dejan, para que fermenten, cubriéndolos con una tapadera y vigilándolos.

**COCCIÓN.** Cocer el pan a una temperatura de 200°C durante un tiempo de 18 a 20 minutos. Se vigila y abre la puerta o tapa del horno para moderar o aumentar el calor.

# ANEXO 6

## COTIZACIONES DE MAQUINARIA PARA PANIFICACIÓN

## COTIZACIONES DE MAQUINARIA PARA PANIFICACIÓN.

MAQUINARIA	CARACTERISTICAS	PRECIO
	<p><b>HORNOS PARA PAN O PIZZA</b></p> <p><b>Características:</b> Modelos con Capacidad de 1 ó 2 Charolas. Acabado de lámina con pintura de esmalte. Funcionan con Gas L.P.</p> <p><b>Medidas 1 Charola:</b> frente: 0.70, alto: 1.20, fondo: 1.00 mts.</p> <p><b>Medidas 2 Charolas:</b> frente: 0.70, alto: 1.60, fondo: 1.00 mts.</p>	<p><b>Precios:</b> Una Charola \$3,267; Dos Charolas \$5,024</p>
	<p><b>HORNOS PARA PAN Y PIZZA</b></p> <p><b>Características:</b> Capacidad de 2 Charolas. Acabado de lámina con pintura de esmalte. Funcionan con Gas L.P.</p> <p><b>Medidas 2 Charolas:</b> frente: 1.20, alto: 1.20, fondo: 1.00 mts.</p>	<p><b>Precio:</b> \$5,024</p>
	<p><b>HORNOS PARA PAN Y PIZZA</b></p> <p><b>Características:</b> Modelos con Capacidad de 4 ó 6 Charolas. Acabado de lámina con pintura de esmalte. Funcionan con Gas L.P.</p> <p><b>Medidas 4 Charolas:</b> frente: 1.20, alto: 1.60, fondo: 1.00 mts.</p> <p><b>Medidas 6 Charolas:</b> frente: 1.80, alto: 1.60, fondo: 1.00 mts.</p>	<p><b>Precios:</b> Cuatro Charolas \$5,822; Seis Charolas \$6,460</p>
	<p><b>HORNOS DOBLES PARA PAN O PIZZA</b></p> <p><b>Características:</b> Modelo con Capacidad de 4 Charolas. Acabado de lámina con pintura de esmalte. Funcionan con Gas L.P. Doble sistema de encendido y quemadores independientes.</p> <p><b>Medidas 4 Charolas:</b> frente: 1.20, alto: 1.90, fondo: 1.00 mts.</p>	<p><b>Precio:</b> \$9,856</p>

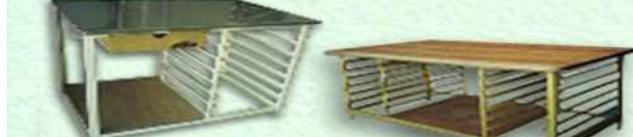
	<p>HORNOS DE USOS MULTIPLES HC-35 s/p</p> <p><b>Características:</b> Gabinete extrafuerte, gran capacidad, interior totalmente porcelanizado, 2 parrillas niquelas, termostato graduado, rango de operación 100°C a 300°C.</p> <p><b>Medidas:</b> frente: 0.88, alto: 0.76, fondo: 0.84 mts.</p>	<p><b>Precios:</b> Lámina Esmaltada \$6,901; Acero Inoxidable \$9,349</p>
	<p>HORNO DE USOS MULTIPLES HC - 35 C/P</p> <p><b>Características:</b> Gabinete extrafuerte, gran capacidad, interior totalmente porcelanizado, 2 parrillas niquelas, termostato graduado, rango de operación 100°C a 300°C.</p> <p><b>Medidas:</b> frente: 0.88, alto: 1.42, fondo: 0.84 mts.</p>	<p><b>Precios:</b> Lámina Esmaltada \$7,346; Acero Inoxidable \$10,685</p>
	<p>HORNO DE USOS MÚLTIPLES HC-35-D</p> <p><b>Características:</b> Doble gabinete extrafuerte, gran capacidad interior, interior totalmente porcelanizado, 4 parrillas niquelas, termostato graduado, rango de operación 100°C a 300°C.</p> <p><b>Medidas:</b> frente: 0.88, alto: 1.45, fondo: 0.84 mts.</p>	<p><b>Precios:</b> Lámina Esmaltada \$11,376; Acero Inoxidable \$14,525</p>

## COTIZACIONES DE BATIDORAS

APARATO	CARACTERISTICAS	PRECIO
	<p><b>Batidora KitchenAid K5SSWH</b></p> <p><b>Características:</b> Mezcladora para trabajo rudo. Tazón de acero inoxidable pulido con capacidad de 5 Lts. y agarradera. Accesorios: batidor plano, gancho para masa y batidor de alambre. 10 velocidades de batido. Motor de uso rudo de 325 watts a 120 volts. Color blanco.</p> <p><b>Medidas:</b> frente:0.26, alto:0.42, fondo:0.34 mts.</p>	<p><b>Precio M.N.:</b> \$5,390</p>

	<p><b>Batidora KitchenAid KSMC50SWH</b></p> <p><b>Características:</b> Mezcladora profesional para trabajo rudo. Tazón de acero inoxidable pulido con capacidad de 5 Lts. y agarradera. Accesorios: batidor plano, gancho para masa y batidor de alambre. 10 velocidades de batido. Motor de uso rudo de 350 watts a 120 volts con protector térmico. Color blanco.</p> <p><b>Medidas:</b> frente:0.26, alto:0.42, fondo:0.34 mts.</p>	<p><b>Precio M.N.:</b> \$6,349</p>
	<p><b>Batidora Bathamex</b></p> <p><b>Características:</b> Capacidad de 30 Lts. 3 velocidades. Disponible en acabado laminado con pintura de esmalte con cazo en acero inoxidable y accesorios en aluminio.</p>	<p><b>Precio M.N.:</b> \$8,680</p>
	<p><b>Batidora BM10</b></p> <p><b>Características:</b> Batidora de banda con capacidad de 10 Lts. Elabora batidos para bizcochería y pastelería. Acabado en acero esmaltado en gris. Incluye cazo y accesorios (paleta, gancho y globo) totalmente en acero inoxidable. Motor monofásico de 1/3 H.P.</p>	<p><b>Precio Dlls.:</b> \$1,169</p>

Otros:

PRODUCTO	CARACTERÍSTICAS	PRECIO
	<p><b>Espigueros</b></p> <p><b>Características:</b> Capacidad de 36 Charolas, con rodaja giratoria reforzada, acabado en lámina con pintura de esmalte.</p>	<p><b>Precio M.N.:</b> \$2,195</p>
	<p><b>Charolas de Lámina</b></p> <p><b>Características:</b> Medidas de 45 x 65 cms. Disponibles en lámina negra o estañada.</p>	<p><b>Precio M.N.:</b> \$47</p>
	<p><b>Mesa de trabajo</b></p> <p>* Faltan las características.</p>	<p><b>Precio MN.</b> \$2500</p>