



COORDINACION DE SERVICIOS  
DOCUMENTALES - BIBLIOTECA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA  
UNIDAD "IZTAPALAPA"

---

---

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

FORMACIÓN DE UNA MICROEMPRESA

**ROTULACIONES "LEÓN"**

LEÓN ALATORRE YASELI

97326182

PARA LA OBTENCIÓN DEL GRADO:

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

  
ASESOR: GARDUNO VALERO GUILLERMO

ABRIL DE 2001.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA  
UNIDAD "IZTAPALAPA"

---

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

FORMACIÓN DE UNA MICROEMPRESA

*ROTULACIONES "LEÓN"*

LEÓN ALATORRE YASELI

97326182

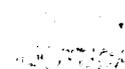
PARA LA OBTENCIÓN DEL GRADO:  
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

ASESOR: GARDUÑO VALERO GUILLERMO

ABRIL DE 2001.



Rotulaciones León



**ROTULACIONES LEÓN**

## **PRÓLOGO**

### **Y la luz se hizo**

Si la verdadera historia del mundo comienza cuando Dios pidió que se hiciese la luz, sólo se puede empezar a hablar de la historia moderna cuando Tomás Alva Edison perfeccionó los inventos y proyectos que dieron lugar a la luz eléctrica, el gran logro de la humanidad tras el fuego y la rueda.

Con la electricidad el intelecto parece esclarecerse y no fue por nada que los años posteriores a su descubrimiento se les conozca como el siglo de las luces.

También la industria inicia su desarrollo y su despegue a raíz de este fenómeno, siendo hoy impensable cualquier actividad humana, sea de la naturaleza que sea, sin la presencia de este fenómeno físico.

Naturalmente, la industria del rótulo se basa en buena medida en esta forma de energía cuya primera teoría elaboró el que luego fuera presidente, nada menos, de los Estados Unidos, Benjamín Franklin. La rotulación es el principal campo de trabajo de Servicios Gráficos.



**A Dios por la invaluable  
oportunidad que me ha  
brindado.**

**A mis padres:  
Con profunda gratitud  
por su cariño, esfuerzo  
y ejemplo.**

**A mi familia y amigos:  
Por su apoyo y  
confianza incondicional.**

**A mi profesor:  
Guillermo Garduño**

**A la Universidad Autónoma  
Metropolitana "Iztapalapa"  
por darme la oportunidad  
de realizar mis estudios  
universitarios.**



## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>7</b>
<b>HISTORIA</b>	<b>8</b>
<b>MARCO TEÓRICO</b>	<b>9</b>
<b>PARTE I. PROYECTO DE INVERSIÓN</b>	<b>13</b>
➤ <b>Objetivos de estudio</b>	<b>13</b>
➤ <b>Objetivos del proyecto</b>	<b>13</b>
➤ <b>Idea, análisis del entorno, detección de necesidades y análisis de oportunidades</b>	<b>14</b>
<b>PARTE II. EVALUACIÓN DEL PROYECTO</b>	<b>15</b>
<b>CAPITULO 1. ESTUDIO DE MERCADO</b>	<b>15</b>
1.1. <b>Objetivos del estudio de mercado</b>	<b>15</b>
1.2. <b>Estructura de análisis del estudio de mercado</b>	<b>16</b>
1.3. <b>Investigación de mercado</b>	<b>16</b>
✓ <b>Problema</b>	<b>17</b>
1.4. <b>Fuentes de información</b>	<b>17</b>
✓ <b>Fuente primaria de información</b>	<b>17</b>
1.5. <b>Cuestionario</b>	<b>17</b>
✓ <b>Cuestionario diagnóstico</b>	<b>17</b>
✓ <b>Resultados obtenidos</b>	<b>19</b>
✓ <b>Conclusiones</b>	<b>30</b>
1.6. <b>Definición del producto</b>	<b>30</b>
✓ <b>Producto</b>	<b>30</b>
✓ <b>Marca</b>	<b>30</b>
✓ <b>Envase</b>	<b>31</b>



## ROTULACIONES LEÓN

1.7.	Naturaleza y usos del producto	31
	✓ Niveles del producto de Rotulaciones "León"	31
1.8.	Análisis de la demanda	34
1.9.	Segmento de mercado	34
1.10.	Cartera de clientes de Rotulaciones "León"	37
1.11.	Ciclo de vida del producto	37
1.12.	Análisis de la oferta	37
	✓ Tipo de oferta de Rotulaciones "León"	
	✓ Demanda, tamaño del mercado y nichos existentes	37
	✓ Factores que influyen en la oferta de Rotulaciones "León"	38
		39
1.13.	Análisis de los precios	40
	✓ Precio	40
	✓ Tipo de precio de Rotulaciones "León"	
	✓ Factores que determinan el precio promedio de Rotulaciones "León"	40
		41
	✓ Fijación de los precios de Rotulaciones "León"	42
1.14.	Comercialización del producto	42
	✓ Canales de distribución	44
	✓ Nombre de la empresa	44
	✓ Logotipo	45
	✓ Eslogan	45
	✓ Misión	45
	✓ Visión	45
	✓ Filosofía	46
	✓ Promoción	46
1.15.	Fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas	47
1.16.	Estrategias competitivas de Rotulaciones "León"	48
1.17.	Conclusiones del estudio de mercado	
<b>CAPITULO 2. ESTUDIO TÉCNICO OPERATIVO</b>		<b>49</b>
2.1.	Objetivos del estudio técnico operativo	49
2.2.	Productos del giro	49
2.3.	Grado de actualización de la maquinaria	50



2.4.	Flujo del proceso de venta y producción de Rotulaciones "León"	53
2.5.	Relación y características principales que deben tener las materias primas, las auxiliares y los servicios	57
2.6.	Relación insumo-producto	58
2.7.	Relación de cartera de proveedores de Rotulaciones "León"	57
2.8.	Equipo y herramienta	59
2.9.	Mantenimiento	61
	✓ Precauciones especiales con relación al equipo y accesorios, respecto a la seguridad y protección de los recursos humanos	61
2.10.	Localización optima del negocio	62
2.11.	Definición del tamaño de la planta	63
2.12.	Distribución interior de la planta	64
2.13.	Funciones de la empresa	66
2.14.	Estructura organizacional	68
	✓ Organigrama de Rotulaciones "León"	69
2.15.	Conclusiones del estudio técnico-operativo	70
<b>CAPITULO 3. MARCO LEGAL</b>		<b>71</b>
3.1.	Actividades empresariales	71
3.2.	Obligaciones de Rotulaciones "León"	72
3.3.	Formatos necesarios para la declaración de impuestos de Rotulaciones "León"	77
3.4.	Conclusiones del marco legal	82
<b>CAPITULO 4. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO</b>		<b>83</b>
4.1.	Estructura del análisis económico	83
4.2.	Inversión inicial necesaria	83
4.3.	Costo de maquinaria	84
4.4.	Costo de equipo	84
4.5.	Costo de equipo e insumos auxiliares	84
4.6.	Costo total	85
	✓ Costo de producción	85



## ROTULACIONES LEÓN

✓ Costo de material	86
✓ Sueldos y salarios	87
✓ Mantenimiento	87
✓ Gastos de operación	88
✓ Gastos de venta y administración	88
4.7. Relación insumo-producto	89
4.8. Determinación del precio del producto final	89
✓ Método teórico / clásico	91
✓ Modelo de precios en función de los costos	91
4.9. Depreciación	93
4.10. Capital de trabajo	95
4.11. Punto de equilibrio	95
4.12. Marco contable e impuestos de Rotulaciones "León"	96
✓ Estados financieros	96
✓ Cálculo de impuestos de Rotulaciones "León"	98
4.13. Conclusiones del estudio económico financiero	100
<b>PARTE III. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO</b>	<b>101</b>
<b>PARTE IV. RESULTADOS DE LA PUESTA EN MARCHA DE ROTULACIONES "LEÓN"</b>	<b>102</b>
<b>PARTE V. POSIBILIDADES DE EXPANSIÓN.</b>	<b>103</b>
<b>PARTE VI. CONCLUSIONES PERSONALES</b>	<b>104</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>105</b>



## INTRODUCCIÓN

En nuestro mundo actual las microempresas han cobrado gran auge, por la importancia que representan para la economía de nuestro país. Es por ello, que la finalidad de este seminario, así como de este trabajo es ayudarnos a descubrir el manejo de las mismas.

Específicamente desarrollaremos y seguiremos paso a paso la formación de una microempresa de rotulación por computadora, la cual se ha convertido en una poderosa arma para desarrollar la creatividad, ingenio e innovación de cualquier persona, así como ser un medio muy efectivo para que las empresas logren una mejor comunicación con sus clientes.

El trabajo inicia con una breve historia sobre el giro y un marco teórico que nos dará las bases para el desarrollo y comprensión del mismo. Posteriormente esta dividido en seis partes: la primera es el desarrollo de la idea y definición del producto, la segunda es la evaluación del proyecto a través de un análisis de mercado, técnico operativo y económico financiero con la finalidad de conocer la rentabilidad económica y social del negocio, de tal manera que se asegure resolver una necesidad de forma eficiente, así como conocer más acerca el mismo y la tercera parte es la puesta en marcha del proyecto y ver los resultados, las cuatro últimas partes son todos los resultados obtenidos y los proyectos a futuro de Rotulaciones "León".

El reto de rotulaciones León es convertirse en la proveedora número uno de la cadena de cines Organización Ramírez y mi reto propio será el planear, organizar, operar y controlar mi propia empresa.



## HISTORIA

Desde los albores de la civilización, han existido los rótulos pero estos tenían la forma de hojas de pergamino o papiro, arrolladas y atadas con un bramante, cuyos extremos se sujetaban en el rollo por medio de una arcilla ó cera, estampando sobre las mismas un sello.

Se aplicaba especialmente el nombre de rótulo a los instrumentos públicos para dar información, a fines de la Edad Media, escritos sobre pergamino o pieles curtidas expresamente para este objeto.

Desde el inicio de su historia el hombre siempre ha buscado formas para dar rienda suelta a todo su potencial creativo. Por ello, siempre ha buscado los recursos disponibles en su entorno. Y lo que en principio eran simples piedras, pronto evolucionaron hacia herramientas elaboradas a partir de las cuales emergieron las civilizaciones.

Hoy día, los rótulos son los nuevos recursos de los profesionales, son una poderosa herramienta que permite dar rienda suelta a todo su potencial creativo. No obstante, incluso el propio rotulo no puede expresar todo el potencial del usuario sin la ayuda de dispositivos de salida y de entrada. Ya que sólo podremos comunicar las ideas cuando éstas tengan una forma concreta.



## MARCO TEÓRICO

### **Empresa**

Es la unidad económica, cuya función será dar o facilitar un producto o servicio. Es una organización que coordina los elementos anteriores a corto, medio y largo plazo. Organiza las relaciones de autoridad interiores y exteriores. El objetivo de toda organización es alcanzar beneficios, lucrativos en su mayoría, aunque no necesariamente.

### **Clasificación de las empresas**

- ★ Tamaño:
  - Micro
  - Pequeña
  - Mediana
  - Grande
- ★ Localización geográfica:
  - Locales.
  - Regionales.
  - Nacionales.
  - Multinacionales.
- ★ Por sectores:
  - Industriales.
  - Comerciales.
  - De servicios.
  - Agrícolas.
- ★ Según los sujetos que la constituyen:
  - Unipersonales o individuales: Compuesta por un sólo propietario, normalmente es él mismo el que se hace cargo de la dirección del negocio.
  - Sociales: varios propietarios, socios, accionistas o cooperativistas, dependiendo de la figura formal que adopten.

### **Industria de transformación.**

Es la modificación de las características físicas y/o químicas del material, por medio de adición, cambio o ensamble de materiales, hasta lograr el satisfactor.



### **Negocio**

Operación compleja relativa a todas las funciones relacionadas con la producción, distribución y venta de bienes y servicios para satisfacer las necesidades del comprador y dar beneficios al vendedor.<sup>1</sup>

### **Empresario**

Persona que asume la responsabilidad y el riesgo implícito de un negocio con la intención de obtener beneficios. Normalmente, el empresario decide qué se produce, adquiere las instalaciones necesarias para realizarlo, y reúne la fuerza de trabajo, el capital, y los materiales necesarios para dicha producción. Si el negocio tiene éxito, el empresario obtiene beneficios; si fracasa, el empresario asume las pérdidas. *Cualidades que caracterizan al empresario:* Confianza en sí mismo y en los objetivos que persigue, creatividad y originalidad, capacidad de asumir riesgos y visión de futuro.<sup>2</sup>

### **Proyecto de inversión**

Se puede describir como un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general.

### **Microempresa**

Es la unidad de negocio que:

1. Tiene características de manufactura (no presenta diferenciación clara entre capital y trabajo, entendiéndose por ello que no hay diferencia entre el propietario inversionista de la unidad y la participación del mismo en la labor diaria de la unidad misma),
2. No tiene especialización de la mano de obra en el proceso de fabricación del bien o de prestación del servicio.
3. Su medio de producción es preponderantemente la herramienta y no la máquina entendiéndose por esto que el medio de producción requiere en gran parte o totalmente de la participación humana para ser eficaz) y
4. Hace uso de tecnología media o baja (no de tecnología de punta)".

### **Rótulo**

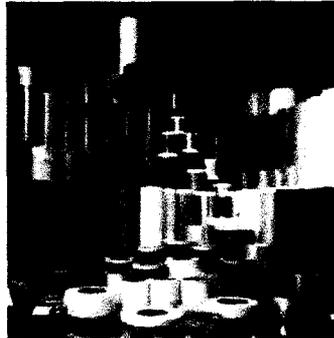
Letrero o inscripción con que se indica o da a conocer, el contenido, objeto o destino de una cosa. Se fija en partes públicas para dar noticia o aviso de una cosa.

<sup>1</sup> Enciclopedia Encarta 2000.

<sup>2</sup> Idem.

### **Vinil<sup>3</sup>**

Es un material plástico, pvc, que en su fabricación se le da un color determinado y al que se le añade un adhesivo en una de sus caras, a continuación se le adjunta el papel siliconado a la cara adhesivada (para que no se pegue) y se enrolla; normalmente se fabrica en un tamaño de 122 cm de ancho por 50 metros de largo.



Algunos ejemplos:

- Vinil translúcido: para cajas de luz
- Vinil de intermedia: ventanas, lonas promocionales, superficies lisas (calandreado).
- Alta resistencia larga duración: para rotulación de vehículos lisos o acanalados (no calandreado).
- Vinil esmerilado (ventanas)
- Vinil fotolumincente (señalizaciones)

### **Plotter<sup>4</sup>**

Podemos hacernos a la idea de que es parecido a una impresora, donde en vez de meter papel metemos el vinilo, básicamente consta de un cabezal que se desplaza de lado a lado de la máquina en sentido transversal, en este cabezal lleva una pequeña cuchilla; y después están los rodillos que son los encargados de hacer correr el vinilo atrás o adelante. Su funcionamiento, consiste en que la cuchilla va a realizar el dibujo o la letra como si se tratase de un lápiz, nos dibujará (cortará) una línea representando el gráfico sobre el vinilo.

### **Programa de corte<sup>5</sup>**

Es un software que nos va a permitir el enlace con el plotter, desde este programa enviaremos el dibujo o letra a cortar. La mayoría de ellos a parte de la función de corte están especializados como programas de diseño de gráficos vectoriales, con funciones añadidas para facilitar la labor al rotulista. Ejemplos de programas de corte son: Wissen Castop, Corel Cut, Co-cut, Casmate, Scanvec Inspire, Sign Lab, Rovincut, Flexisign, etc.

<sup>3</sup> [www.rotulikos.com](http://www.rotulikos.com)

<sup>4</sup> Idem-

<sup>5</sup> Idem.



### Transfer<sup>6</sup>

Es un papel adhesivo que nos permitirá extraer el dibujo cortado y poder aplicarlo a su lugar de destino. Hay dos tipos de transportador, uno en papel y otro en pvc transparente que normalmente se utiliza para montaje de varios colores.

Según el tipo de adhesivo que tienen lo hay de alta, baja, y media adherencia, normalmente se utilizan de media adherencia, los de alta se utilizan en dibujos o letras muy pequeñas que son difíciles de extraer.



### Rasqueta<sup>7</sup>

O también llamada espátula es un objeto de plástico en forma de rectángulo con la que aplicaremos la presión sobre el transportador para adherir el vinilo.



**Vectorizar** este proceso consiste en convertir un bitmap (dibujo, clipart, imagen) en un gráfico vectorizado que no es ni más ni menos que un dibujo trazado por líneas formando objetos independientes que pueden contener un color específico. Estas líneas son por las que la cuchilla del plotter va a cortar el vinilo.

---

<sup>6</sup> Idem.  
<sup>7</sup> Idem.



## PARTE I. PROYECTO DE INVERSIÓN

### OBJETIVO DE ESTUDIO

- Comprobar que realmente existe una demanda por parte de la Cadena de Cines de Organización Ramírez, que hace viable satisfacer una necesidad al mismo tiempo que introducimos nuestro producto en ese mercado.
- Demostrar que su producción es viable y que por tanto nos permitirá abatir costos, que se traducirán en brindarles un mejor precio y servicio a nuestros clientes.
- Y finalmente será el verificar y comprobar que Rotulaciones "León" es una empresa rentable económica y socialmente.

### OBJETIVOS DEL PROYECTO

- Aplicar todos los conocimientos adquiridos en la carrera como son los de producción, mercadotecnia, finanzas, etc.
- Lograr que Rotulaciones "León" se convierta en una empresa prospera y duradera.
- Lograr que la penetración de nuestro producto en el mercado vaya en aumento.



## *IDEA, ANÁLISIS DEL ENTORNO, DETECCIÓN DE NECESIDADES Y ANÁLISIS DE OPORTUNIDADES*

La idea de llevar a cabo la creación de una microempresa de rotulación, surge por la necesidad de cubrir la demanda de trabajos de rotulación, que tienen los clientes de mi papá, en este caso son la cadena de Cines de Organización Ramírez, la cual abarca Cinemas, Multicinas y Cinepolis. Además de ser un proyecto viable financieramente, ya que yo contaba con algunos de los instrumentos necesarios para llevarlo a cabo, lo cual hacía que la inversión requerida para echarlo en marcha fuera mucho menor.

Por otro lado, este tipo de empresa tiene un gran interés para mí, ya que me ayuda a aprender cosas nuevas como son el usar programas de diseño, utilizar una maquinaria antes totalmente desconocida para mí y por si fuera poco aprender a sacarle más provecho a la computadora, ya que el trabajo requiere que yo conozca el manejo de un escáner, aprender a explotar el Internet, etc. Lo cual me esta ayudando a que aprenda un oficio adicional a mí carrera.

Finalmente, la razón de escoger este proyecto, entre muchos otros es que a mí me pareció el más viable, y del cual yo tenía algunos conocimientos anteriores, así como personas que saben el negocio y conocen a mis clientes, lo cual me hace más fácil el camino que tengo que recorrer.

En conclusión y la razón principal, es que me identifico mucho con este proyecto y creo que es uno de los negocios que van en ascenso ya que hoy en día tanto la información como la publicidad son algo vital para la sociedad de nuestros días.



## PARTE II. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

### CAPÍTULO 1. ESTUDIO DE MERCADO<sup>8</sup>

El presente estudio tratara de resolver cuestiones como: ¿Qué métodos utilizara Rotulaciones "León" para realizar su estudio de mercado?, ¿Qué información recopilara y cómo la clasificara? A fin de obtener los mejores resultados y tener una mayor visión de las condiciones del mercado, ¿Cómo determinar el precio de sus productos?, ¿Cuáles son los canales de comercialización más adecuados conforme a los tipos de producto que realiza Rotulaciones "León"? Entre otras cuestiones importantes para el buen funcionamiento de Rotulaciones "León".

#### 1.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado tiene como finalidad cuantificar el número de individuos, empresas y otras entidades económicas generadoras de una demanda que justifiquen la puesta en marcha de Rotulaciones "León", sus especificaciones y el precio que los consumidores estarían dispuestos a pagar por sus productos.

Sirve de base para decidir si se lleva o no adelante la idea inicial de inversión; pero además, proporciona información indispensable para investigaciones posteriores del proyecto, como los estudios para determinar su tamaño, localización e integración económica de Rotulaciones "León"

También permite identificar los elementos que se deben tomar en cuenta no sólo en la evaluación del proyecto de inversión, sino en la estrategia de construcción y operación de Rotulaciones "León"

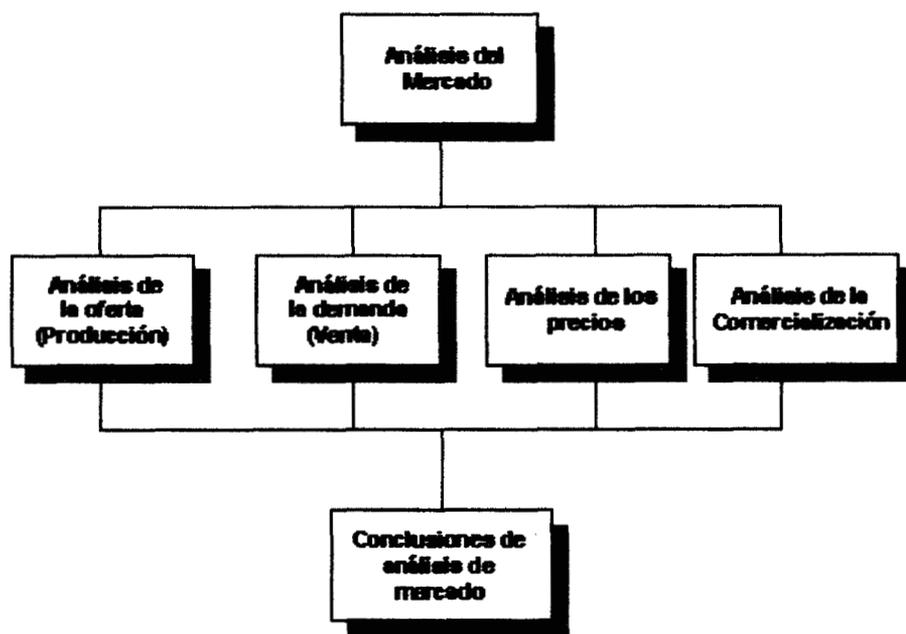
Por todo lo anterior Rotulaciones "León" considera importante realizar un estudio de mercado como primer paso, para justificar su puesta en marcha, garantizando por medio de este estudio que tendrá una demanda que hará al negocio rentable. Además de conocer sus fuerzas y debilidades como empresa frente a sus competidores.

<sup>8</sup> Mercado es el área donde se constituyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.



## 1.2. ESTRUCTURA DE ANÁLISIS DEL ESTUDIO DE MERCADO

Para el análisis del mercado se conocen cuatro variables fundamentales que conforman la estructura como son: el análisis de la oferta, la demanda, los precios y la comercialización. Con el propósito de conocer: ¿Cuál es el medio publicitario más usado en productos similares al que Rotulaciones "León" propone lanzar al mercado?, ¿Cuáles son las características promedio entre precio y calidad?, ¿Qué tipo de envase es el preferido por el consumidor? Y finalmente ¿Qué problemas presenta este tipo de giro? Y en general que características le pedirían a un nuevo productor.



## 1.3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Rotulaciones "León" considera importante la investigación de mercados, porque abarca desde la encuesta y el estudio pormenorizado del mismo hasta la elaboración de estadísticas para poder analizar las tendencias en el consumo, y poder prever así la cantidad de productos y la localización de los mercados más rentables para un determinado tipo de bien o servicio. Cada vez se utilizan más las ciencias sociales para analizar la conducta de los usuarios. La psicología y la sociología, por ejemplo, permiten identificar elementos clave de las inclinaciones de las personas, de sus necesidades, sus actividades, circunstancias, deseos y motivaciones generales, factores clave para entender los distintos patrones de comportamiento de los consumidores.



---

*Problema*

---

*¿Conocer las expectativas del mercado de rotulaciones por computadora?*

---

**1.4. FUENTES DE INFORMACIÓN**

---

La fuente de información que utilizará Rotulaciones "León" será primaria, ya que se considera la más apropiada y de mayor utilidad para conocer tanto su demanda, oferta, competencia y algunas cuestiones más que pueden arrojar este tipo de estudio.

---

*Fuente primaria de información*

---

Rotulaciones "León" utilizara como fuente primaria el *acercamiento y conversación directa* con el usuario a base de un cuestionario, con la finalidad de conocer que le interese al consumidor y cuales son los problemas existentes en el abastecimiento de esos productos, por lo que se considera que no hay mejor forma que preguntarle al usuario.

---

**1.5. CUESTIONARIO<sup>9</sup>**

---

El cuestionario consta de 14 preguntas, de las cuales 3 son abiertas.

Fue aplicado a los cines de Organización Ramírez, por medio de llamados telefónicos que los encargados de Rotulaciones "León" realizaron a los cines.<sup>10</sup>

El tamaño se consideró igual a 20, del segmento de mercado.

Se adjunta el formato del cuestionario de diagnóstico aplicado en todos los casos.

---

**Cuestionario de diagnóstico<sup>11</sup>**

---

Conocimiento del producto en el mercado

Esta encuesta tiene por objeto conocer las expectativas de mercado de rotulaciones por computadora.

---

<sup>9</sup> Los cuestionarios realizados se encuentran en el Anexo 1.

<sup>10</sup> Aunque algunos cuestionarios fueron aplicados personalmente.

<sup>11</sup> Este cuestionario fue aplicado aquellos cines que no conocían nuestro producto.



## ROTULACIONES LEÓN

Marque con una "X" dentro del paréntesis la(s) respuesta(s) que mejor indique(n) cuál es su opinión con respecto a lo que se pregunta:

1. ¿Cuántas empresas de rotulación por computadora conoce?

Ninguna ( ) Una ( ) Dos ( ) Cuántas \_\_\_\_\_

2. ¿Tiene preferencia por alguna?

No ( ) Sí ( )

3. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿por qué la prefiere?

---

4. Especifique el uso más frecuente de los rótulos por computadora?

Carteles ( )	Logotipos ( )
Señalizaciones ( )	Cedulas explicatorias ( )
Fichas Bibliográficas ( )	Letras corpóreas ( )

5. ¿El requerimiento de este producto es continuo?

No ( ) Sí ( )

6. ¿Considera que existe(n) diferencia(s) notable(s) en la calidad de los rótulos de una empresa a otra?

Sí ( ) No ( )

Indíquelas \_\_\_\_\_

---

7. ¿El abasto de estos productos cubre los volúmenes que su empresa requiere?

No ( ) Sí ( )

8. Los volúmenes considerados de estos bienes dentro de su programa de requerimientos son:

Ninguno ( )	Pocos ( )	Algunos ( )
Muchos ( )	Demasiados ( )	

9. Existen demoras frecuentes en la fecha de promesa de entrega?

No ( ) Sí ( )



## ROTULACIONES LEÓN

10. ¿Considera adecuados los tiempos de promesa de entrega?

No ( ) Sí ( )

11. Si la respuesta anterior es negativa, indique la(s) razón(es) que usted considera más relevante(s).

12. ¿Qué parámetros considera usted más importante en la cotización del precio de los rótulos?

Costo de la MP ( ) Tiempo de fabricación ( )

Tecnología que se aplica ( )

13. ¿Existen diferencias notables de una empresa a otra en la cotización de los precios?

No ( ) Sí ( )

14. En general, ¿cómo considera los precios?

Baratos ( ) Aceptables ( ) Altos ( )

Datos generales:

- Nombre o Razón Social de la Empresa
- Dirección
- Puesto que desempeña el entrevistado

Resultados obtenidos

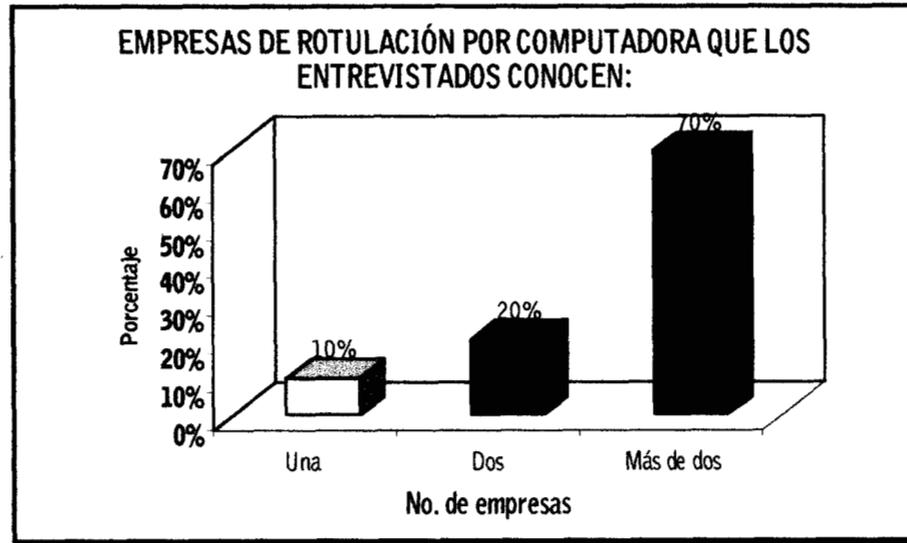
1. Empresas de rotulación por computadora que los entrevistados conocen.

Número de empresas	Frecuencia
Ninguna	0
Una	2
Dos	4
Más de dos	14
Total	20

El 70% de los cines encuestados no conoce a más de dos empresas que se dedican al negocio de rotulación por computadora, lo que denota que en la mayoría de los casos no existen contactos comerciales específicos con determinadas empresas de rotulación. Sin embargo, en algunos de los



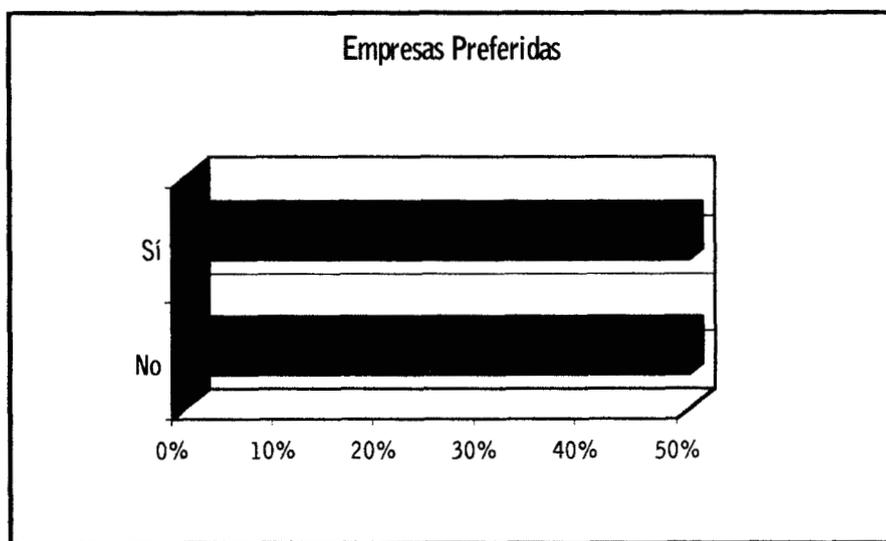
casos la competencia es sumamente directa puesto que los gerentes de los cines, son dueños o conocen a los dueños de dichas empresas.



## 2. Empresas preferidas

Preferencia	Frecuencia
No	10
Sí	10
Total	20

El 50% de los cines no tiene preferencia por ninguna empresa de rotulación por computadora, lo que permite presumir la posibilidad de una penetración en el mercado por parte de Rotulaciones "León". Sin embargo, se puede decir que lo más difícil no será penetrar en este tipo de mercado sino mantenerse en el ya que la falta de preferencia también nos muestra que este tipo de segmento de mercado no dudará en cambiar de proveedor ni por un instante sino se cumple con los requisitos que ellos esperan obtener de ese proveedor, por lo que se considera que Rotulaciones "León" tendrá que brindar sus mejores servicios y su mayor creatividad en los diseños si quiere mantenerse en el gusto de sus consumidores.



3. Razón por la que se prefiere.

Razón	Frecuencia
Precio	4
Creatividad en los diseños	3
Porque no existe otra opción	1
Entrega a tiempo	4
Calidad	2
Servicios	2
Por ser dueños	1
Total	17

En lo que se refiere a la preferencia, se puede apreciar que los factores son muy variados. No obstante, resultado importante para Rotulaciones "León" conocer estas variables ya que le permitió reafirmar cuales son algunos de los puntos clave que nunca debe descuidar sino por el contrario buscar ser mejor, ya que muy seguramente de este tipo de factores dependerá su permanencia o extinción en el mercado. Adicionalmente tendrá que buscar nuevas características que lo ayuden a brindar mayores y mejores servicios.



4. Usos más frecuentes.

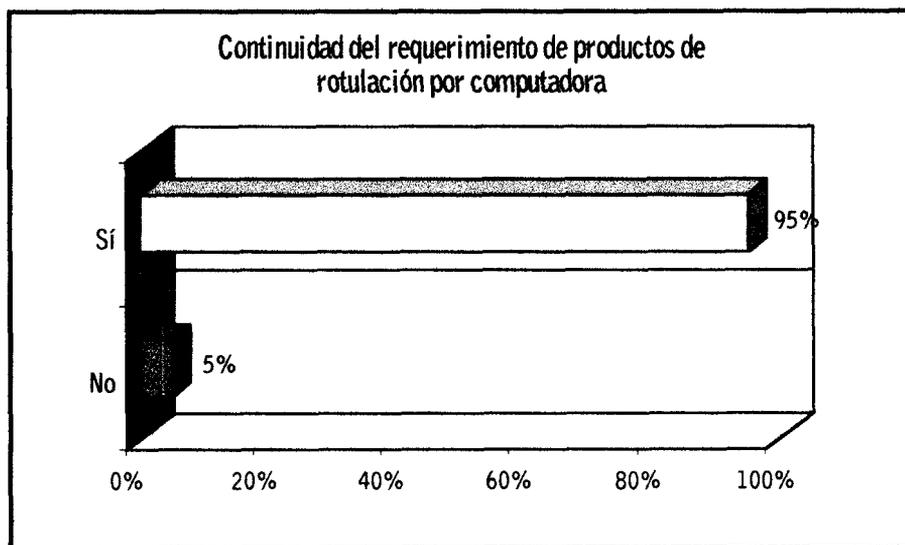
Producto:	Frecuencia
Carteles	20
Logotipos	19
Señalizaciones	12
Cedulas explicatorias	0
Fichas Bibliográficas	0
Letras corpóreas	0
Total	51

El 100% de los cines requieren carteles, el 95% logotipos y el 60% señalizaciones, como una parte fundamental para comunicarse y brindar buen atención a sus clientes, por lo que se puede considerar un segmento de mercado prometedor para Rotulaciones "León". Sin embargo, todos sabemos que las condiciones de mercado pueden cambiar de un día para otro, por lo que en un futuro no lejano Rotulaciones "León" tendrá que buscar la diversificación y ampliación tanto de su segmento de mercado como de él mismo.

5. Continuidad del requerimiento.

Continuo	Frecuencia
No	1
Sí	19
Total	20

Nótese que el requerimiento del producto es continuo caso en un 100%. Por lo que se pueden predecir trabajos fijos para Rotulaciones "León", lo cual se traducirá en ingresos seguros para el mismo, ayudando a que sus objetivos de rentabilidad como la posibilidad de que tanto su posicionamiento, crecimiento e incluso porque no expansión se den en un periodo de tiempo mucho más corto.



6. Diferencias notables de calidad.

Diferencia	Frecuencia
Sí	15
No	5
Total	20

El 75% de los cines muestran inconformidad con la calidad de los productos, sobre todo lo atribuyen a la materia prima y a la formación de burbujas, por lo que Rotulaciones "León" tendrá que cuidar muy bien estos aspectos, si quiere brindar una calidad aceptable para sus consumidores.

7. El abasto cubre los volúmenes requeridos.

Abasto cubierto	Frecuencia
No	14
Sí	6
Total	20

En más de la mitad de los casos el abasto de los productos es insuficiente, por lo que se puede predecir una buena demanda, para Rotulaciones "León", sobre todo si tomemos en cuenta uno de sus lemas, el



## ROTULACIONES LEÓN

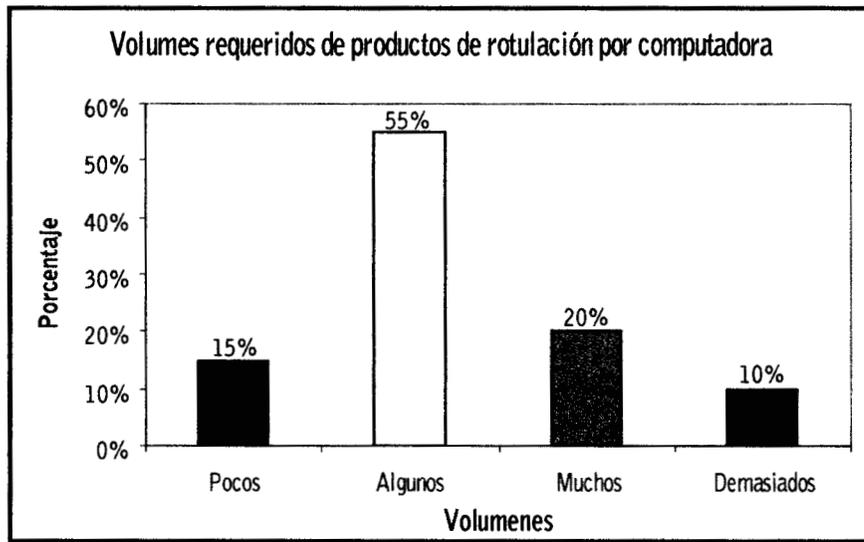
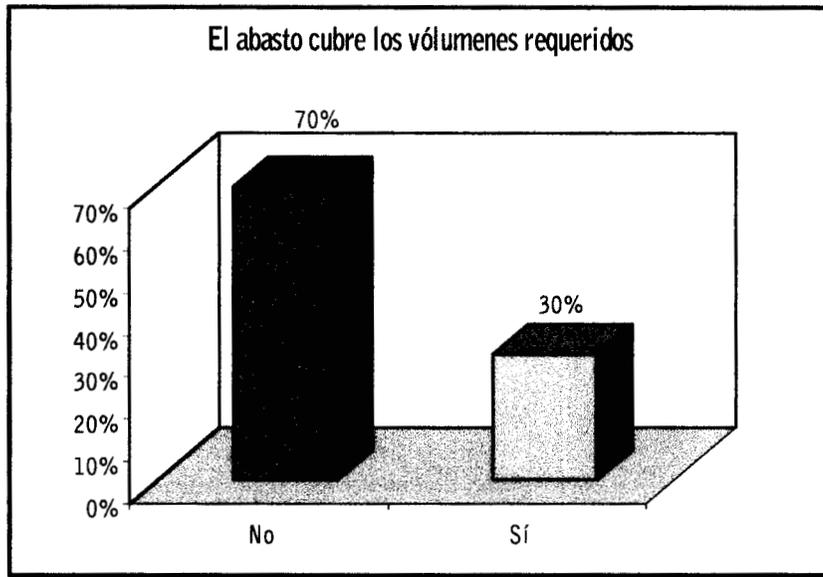
cliente es o primero y si consideramos que esta encuesta le ha permitido conocer lo que sus clientes potenciales esperan de los negocios de rotulación por computadora su camino que habrá de recorrer será más fácil, pero siempre teniendo presente su lema.



### 8. Volúmenes requeridos.

Volúmenes	Frecuencia
Ningunos	0
Pocos	3
Algunos	11
Muchos	4
Demasiados	2
Total	20

Con respecto a los volúmenes requeridos los resultados fueron más que satisfactorios ya que la mayoría tiene requerimientos aceptables, e incluso hay casos en los que el requerimiento es mucho y demasiado, por que se puede inferir que existe una buena demanda de mercado.



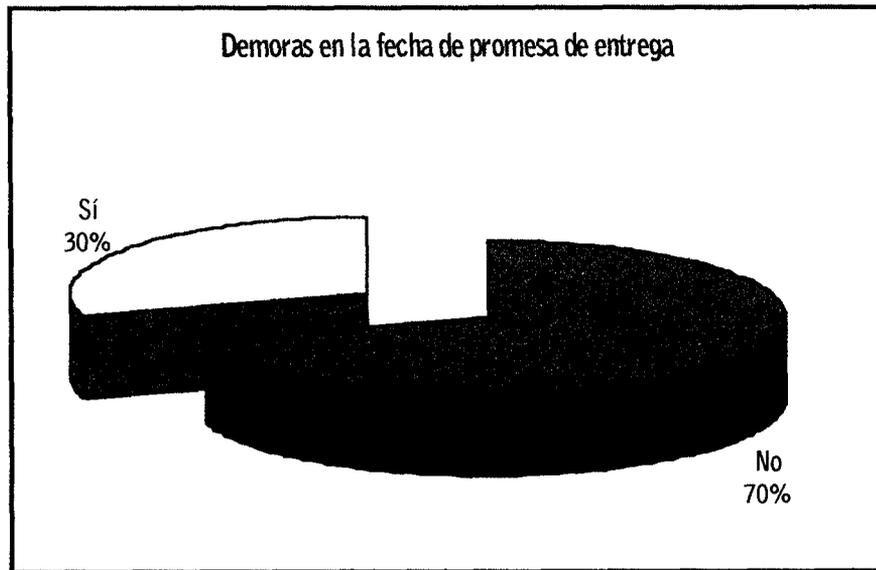
9. Demoras en la fecha de promesa de entrega.

Demora	Frecuencia
No	14
Sí	6
Total	20



## ROTULACIONES LEÓN

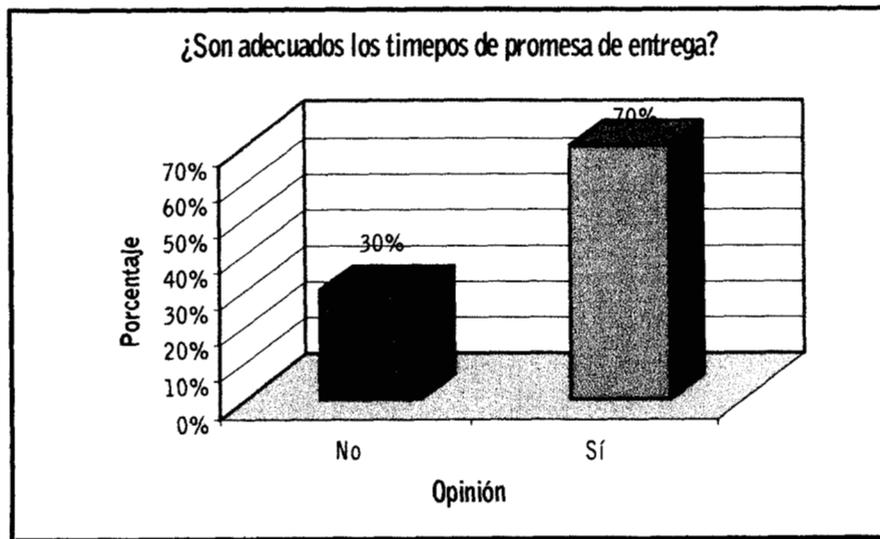
La demora no fue un factor relevante ya que la mayoría esta satisfecha con el tiempo de entrega, lo que resulta interesante es que la otra porción de los casos esta más que a disgusto por lo que se puede predecir que no dudaran en cambiar a otro proveedor y esa será una buena oportunidad para Rotulaciones "León", que tampoco dudara ni un instante para aprovechar y explotar esta oportunidad.



10. ¿Son adecuados los tiempos de promesa de entrega?

Adecuado	Frecuencia
No	6
Sí	14
Total	20

El 70% de los entrevistados considera que las fechas de entrega son adecuadas, empero el 30% esta sumamente a disgusto ya que los tiempos de entrega no son respetados y ellos consideran, que en un negocio como los suyos genera mala imagen y perdidas para sus empresas.



11. ¿Por qué no son adecuados los tiempos de promesa de entrega?

Porque la entrega no es en el tiempo pactado.

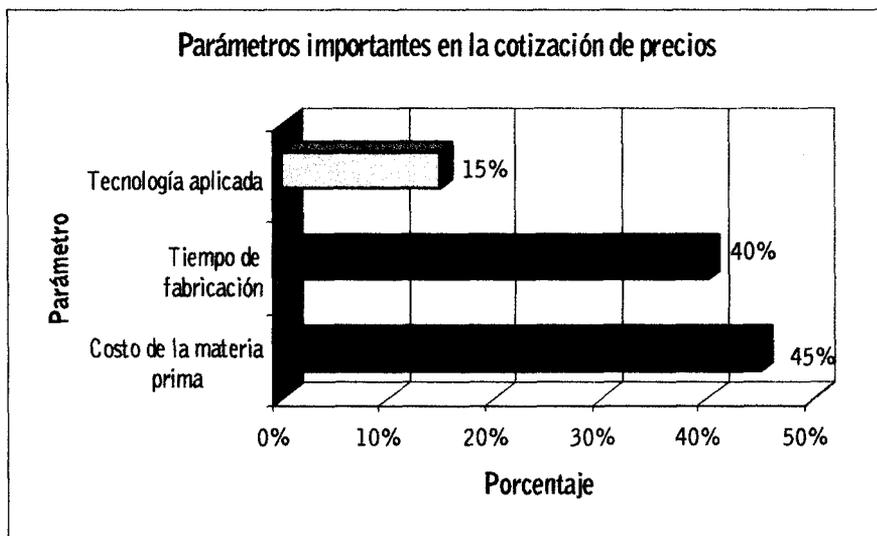
12. Parámetros más importantes en la cotización del precio.

Parámetro	Frecuencia
Costo de la materia prima	9
Tiempo de fabricación	8
Tecnología aplicada	3
Total	20

Se puede observar que tanto el costo de la materia prima que se traduce en el precio como el tiempo de fabricación son vitales para este tipo de negocios.

El costo de la materia prima es importante para ellos ya que consideran que en ocasiones es muy alto y de baja calidad; otras veces simplemente resulta muy alto en comparación con el tiempo de utilización de los productos.

El tiempo de fabricación es importante; porque como ya lo mencione en ocasiones el tiempo de utilización es muy corto y un incumplimiento en el tiempo de entrega genera descontento.



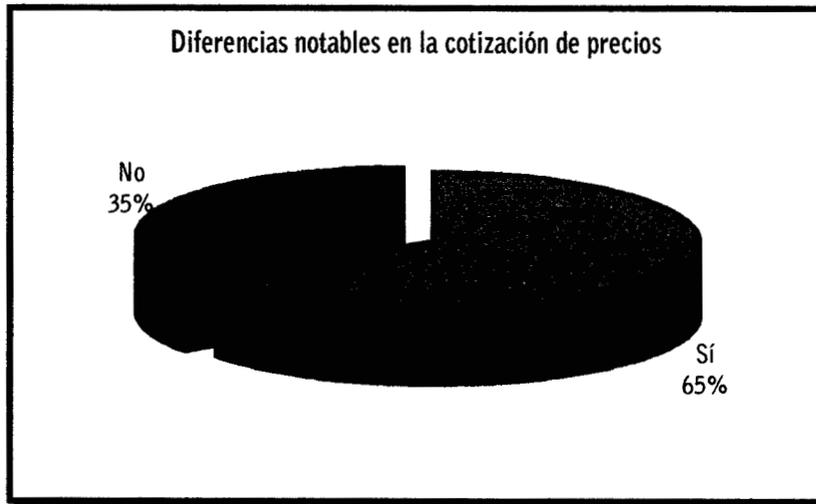
No contar con los productos provoca mala imagen para la empresa y pérdidas para la misma, ya que gran parte de los productos de rotulación por computadora sirve para comunicarse con las personas y al no contar con el producto la atención la cliente disminuye al mismo tiempo que aumenta la responsabilidad de los empleados.

Por otro lado ocasiona promociones no anunciadas, información útil no disponible o simplemente la falta de un bienvenidos que los clientes de dichas empresas precian y merecen.

### 13. Diferencias notables en la cotización de precios.

Diferencias	Frecuencia
Sí	13
No	7
Total	20

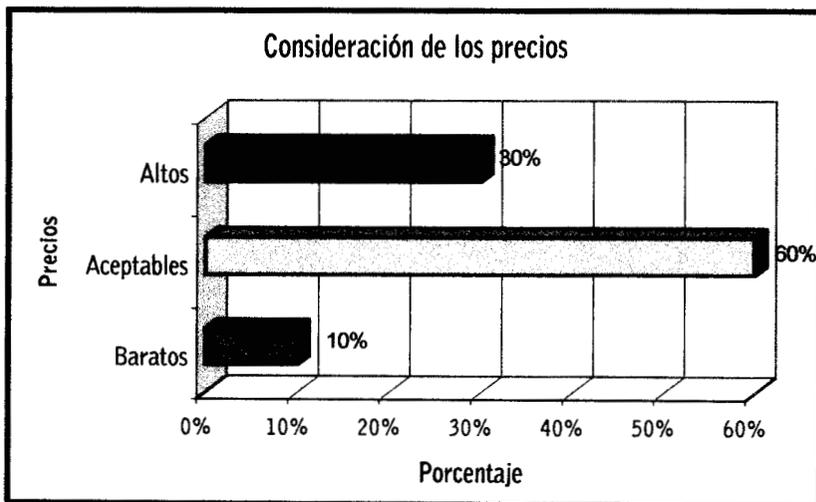
En más del 50% de los casos se puede advertir que la diferencia en la cotización del precio es realmente notable, por lo que en este tipo de negocios, los precios son muy volátiles debido a factores como la materia prima, los diseños, el tiempo de entrega, etc.



14. Consideración de los precios.

Precios	Frecuencia
Baratos	2
Aceptables	12
Altos	6
Total	20

El 60% de los encuestados considera aceptables los precios de estos productos, ya que si satisface a sus clientes y se respetan las condiciones requeridas por ellos mismos el precio resulta ser lo menos importante.





---

### *Conclusiones*

---

Para poder apreciar con mayor claridad la situación actual de las posibilidades de invertir en un negocio de rotulación por computadora, se reunió información a través de una encuesta con la colaboración de 20 integrantes, con la cuál se observó que es viable esta inversión, pues el 70% de los encuestados la cree necesaria.

La encuesta se hizo con la intención de conocer los puntos de vista de los usuarios de rotulación por computadora, especialmente del segmento de mercado al que Rotulaciones "León" esta dirigido.

El hecho de que se haya realizado el estudio con un tamaño de muestra de 20 entrevistados, fue debido a que se considero que aparte de ser los principales usuarios potenciales y quienes dirigen las empresas ya que fueron los gerentes o subgerentes, son las personas que más requieren y aprueban los productos, por lo que era importante para Rotulaciones "León" conocer sus puntos de vista.

### **1.6. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO**

---

El *rotulo* es letrero o inscripción con que se indica o da a conocer, el contenido, objeto o destino de una cosa. Se fija en partes públicas para dar noticia o aviso de una cosa.

#### *Producto*<sup>12</sup>

---

Sus productos de Rotulaciones "León" son carteles, logotipos, señalizaciones (Ejemplos: baños, atención al cliente, stands, información y orientación, lugares exclusivos para discapacitados, alimentos y bebidas, emergencia, etc.), cedulas explicatorios, fichas bibliográficas, letras corpóreas, publicidad y promocionales y un sin fin de usos más, que van de acuerdo con la necesidad y la creatividad del cliente.

#### *Marca*

---

Este tipo de producto es generalmente conocido en el mercado como rotulo y no requiere marca o etiqueta para su venta.

---

<sup>12</sup> Un producto es cualquier cosa que puede ofrecerse a un mercado para atención, uso o consumo, con el fin de satisfacer un deseo o una necesidad.



---

## Envase

---

Por su gran variedad de dimensiones y formas, no requiere de una envoltura específica, puede ser llevado en una bolsa o simplemente envuelto con papel o hule.

---

## 1.7. NATURALEZA Y USOS DEL PRODUCTO

---

Los productos realizados por Rotulaciones "León" son clasificados como duraderos (no perecederos).

---

### Niveles de Producto de Rotulaciones "León"

---

**Beneficio esencial.** Su beneficio esencial de los productos de Rotulaciones "León" es la posibilidad que brindan a las empresas de comunicarse con sus clientes de una manera creativa, innovadora y sencilla.

**Producto genérico.** Son los carteles, letreros, dibujos, logotipos, cédulas explicatorias, etc.

**Producto esperado.** Carteles limpios y de buena calidad, resistencia, durabilidad, excelente presentación, atractivos, con colores vistosos que a la vez deben tener una buena combinación de los mismos.

**Producto agregado.** Diseños originales y creativos, como los que sólo Rotulaciones "León" sabe hacer y brindar a todos sus usuarios en cualquier lugar.

---

## 1.8. ANÁLISIS DE LA DEMANDA<sup>13</sup>

---

225498

El propósito principal del análisis de la demanda para Rotulaciones "León" es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan al mercado con respecto a sus productos, así como establecer las posibilidades de los mismos proyectados en la satisfacción de dicha demanda, para lo cual se tomarán en cuenta una serie de factores, como: el precio en términos reales, el nivel de ingresos de la población y los precios de sustitutos o productos complementarios.

Se entiende por demanda el denominado Consumo Nacional Aparente (CNA) o la cantidad de determinado bien o servicio que el mercado requiere, y que se expresa como:

---

<sup>13</sup> Demanda: es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o reclama para lograr satisfacer una necesidad específica a un precio determinado.



$$\text{Demanda} = \text{CNA} = \text{producción nacional} + \text{importaciones} - \text{exportaciones}$$

Cuando existe información estadística, resulta más fácil conocer cuál es la cantidad y el comportamiento histórico de la demanda, y aquí la investigación de campo sirve para formarse un criterio en relación con los factores cualitativos de la demanda, esto es, para conocer más a fondo cuáles son las preferencias y exigencias del consumidor. Cuando no existen datos estadísticos, cosa común en muchos productos, se impone la investigación de campo como el único recurso para la adquirir datos y cuantificar la demanda.

Existen varios tipos de demanda, cuya clasificación es la siguiente:

Tipos de demanda			
Por su oportunidad	Por su necesidad	Por su temporalidad	Por su destino
<ul style="list-style-type: none"> <li>· Demanda insatisfecha ·</li> <li>Demanda satisfecha ·</li> <li>Saturada · no saturada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Demanda de bienes necesarios</li> <li>Demanda de bienes no necesarios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Demanda continua ·</li> <li>Demanda estacional ·</li> <li>Cíclica · Irregular</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Demanda de bienes finales ·</li> <li>Demanda de bienes intermedios</li> </ul>

Para Rotulaciones "León" es importante conocer las clasificaciones de la demanda de sus productos, ya que esta medida ayudará a comprender mejor sus posibilidades de colocación real en el mercado.

En relación con su oportunidad<sup>14</sup>, existen dos tipos de demanda: la demanda insatisfecha y la demanda satisfecha. Sin embargo por su definición los productos de Rotulaciones "León" se encuentran en la demanda insatisfecha, ya que en un negocio tan creativo y novedoso, la satisfacción de los clientes dependerá de la identificación que logremos dar a nuestros productos con la imagen de la empresa y el gusto de los clientes, lo cual se lograra si damos lo mejor de nosotros mismos en cada uno de nuestros trabajos impregnándoles nuestro sello de autenticidad. Por lo que para este tipo de negocios no será el

<sup>14</sup> Demanda insatisfecha: En ésta lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado.

Demanda satisfecha: En donde lo ofrecido al mercado es exactamente lo que éste requiere. Se reconocen dos tipos de demanda satisfecha:

1. Satisfecha saturada: La que ya no soporta una mayor cantidad del bien o servicio en el mercado, pues se está usando a plenitud (Es raro encontrar esta situación en un mercado real).
2. Satisfecha no saturada: Aquélla que se encuentra satisfecha en apariencia, pero que se puede acrecentar mediante el uso óptimo de herramientas mercadotécnicas, como la publicidad y los descuentos.



número de negocios de este tipo que determinen la saturación del mercado, ya que para aquellos diseños novedosos y creativos siempre habrá mercado.

En relación con su necesidad<sup>15</sup>, existen dos tipos de demanda: la demanda de bienes necesarios y la demanda de bienes no necesarios o de gusto. No obstante los productos de Rotulaciones "León" no entran dentro de este tipo de clasificaciones, aunque yo los consideraría necesarios ya que son indispensables para que las empresas logren una mayor comunicación con sus clientes lo cual se traducirá en mayor número de clientes y ventas.

En relación con su temporalidad<sup>16</sup>, se reconocen cuatro tipos de demanda: demanda continua, demanda estacional, demanda cíclica y demanda irregular o esporádica. De acuerdo con las definiciones Rotulaciones "León" tiene una demanda continua ya que no es necesario una estación del año o eventos especiales para que las empresas requieran comunicarse con sus clientes, pero cabe señalar que es bueno para las empresas de este tipo de giro aprovechar los eventos especiales ya que tanto hay mayor número de trabajos al mismo tiempo que se pueden obtener nuevos clientes.

De acuerdo con su destino<sup>17</sup>, se reconocen tres tipos de demanda: demanda de bienes finales, demanda de bienes intermediarios o industriales o demanda de bienes de capital. Los productos de Rotulaciones "León" son bienes de demanda finales ya que son adquiridos directamente por el consumidor para su uso o aprovechamiento.

---

<sup>15</sup> Demanda de bienes necesarios: Aquellos que la sociedad requiere para su desarrollo y crecimiento, relacionados con la alimentación, el vestido, la vivienda, y otros rubros.

Demanda de bienes no necesarios o de gusto: Constituyen el llamado consumo superfluo, por ejemplo perfumes, ropa fina y bienes de ese tipo. En estos casos la compra se realiza con la intención de satisfacer un gusto y no una necesidad.

<sup>16</sup> Demanda continua: Aquélla que se realiza en todo momento o de manera frecuente, como ocurre con los alimentos, cuyo uso es periódico, continuo y frecuente.

Demanda estacional: Relacionada de alguna manera con las estaciones del año, por circunstancias climatológicas o comerciales, por ejemplo: regalos en la época navideña, paraguas en la época de lluvias, ventiladores en tiempo de calor, calentadores en épocas frías, etcétera.

Demanda cíclica: De cierta regularidad multianual o asociada a ciclos económicos cada determinado número de años; y:

Demanda irregular o esporádica: La que ocurre en forma eventual.

<sup>17</sup> Demanda de bienes finales: Referente a los productos o servicios adquiridos directamente por el consumidor para su uso o aprovechamiento.

Demanda de bienes intermedios o industriales: O de elementos que requieren de algún procesamiento para ser bienes de consumo final.

Demanda de bienes de capital: O de artículos utilizados para la fabricación o elaboración de otros bienes (maquinaria y equipo, construcciones e instalaciones) y que no se consumen en el proceso productivo.



En cuanto al precio, cabe señalar que no se tiene un precio específico, ya que depende en gran medida del tamaño del producto, el diseño, número de colores, materia prima requerida ya que puede variar de acuerdo a la utilidad del producto, tiempo de elaboración, número de pedidos y otra serie de factores. Por todo lo anterior en el mercado no hay un precio establecido.

Los productos sustitutos son rotulación con inyección de tinta, serigrafía, etc., sin embargo en la actualidad yo me atrevería a decir que es el tiempo de rotulaciones por computadora.

### **1.9. SEGMENTO DE MERCADO**

---

El nivel de ingresos no es un factor preponderante en la elección del segmento de mercado de Rotulaciones "León".

No obstante lo que sí es importante es señalar que este tipo de productos, son utilizados por empresas que van desde micro, pequeñas, medianas y grandes hasta changarros. Las cuales pueden ser industriales, comerciales o de servicios. Pueden ser de todo tipo de giros e incluso instituciones de beneficencia.

Su segmento de mercado de Rotulaciones "León", serán todo tipo de empresas que tengan la necesidad de comunicarse con sus clientes o bien su personal, con todo tipo de formas, diseños y colores.

Como Rotulaciones "León" una empresa que inicia y su maquinaria aún es muy pequeña, inicialmente tendrá un enfoque de alta segmentación enfocada a la cadena de cines de Organización Ramírez, ya que según el estudio de mercado muestra que puede ser y se ha demostrado que son clientes potenciales, excelentes para la empresa.

No obstante, en un tiempo corto se espera que si las cosas resultan se podrá invertir en más maquinaria que permitan que Rotulaciones "León" pueda expandir su segmento de mercado.

### **1.10. CARTERA DE CLIENTES DE "ROTULACIONES LEÓN"**

---

- Cine Francia (Zona Centro)  
Sócrates 156, Col. Polanco Palmas,  
Tel.55 57 41 01
- Cinemas Gemelos Los Reyes (Zona Oriente)  
Carretera Libre México Puebla, Km. 17.5 No. 2. Esq. Tabachines, Los Reyes La Paz, Acaquipan,



Edo. de México, Tel.58 55 35 99

- **Cinema Cien (Zona Oriente)**  
Calz. Ermita Iztapalapa 1863, Col. Ermita Iztapalapa,  
Tel.56 12 13 61
- **Cinepolis VIP**  
Centro Comercial Interlomas  
Blvd. Interlomas y Av. de la Herradura No. 5  
Tel.52 91 25 00
- **Cinepolis Azcapotzalco (Zona Norte)**  
Av. Azcapotzalco No. 527, Col. Azcapotzalco,  
Tel.55 61 90 54
- **Cinepolis Hollywood (Zona Norte)**  
Boulevard Ávila Camacho No. 20, Col. Del Parque,  
Tel.53 95 01 76
- **Cinepolis Plaza Satélite (Zona Norte)<sup>18</sup>**  
Centro Comercial Plaza Satélite, Naucalpan, Edo. de México,  
Tel.55 72 47 48
- **Cinepolis Bucareli (Zona Centro)**  
Bucareli No. 63, Col. Juárez,  
Tel.55 66 51 92
- **Cinepolis Diana (Zona Centro)**  
Paseo de la Reforma 423, Esq. Río Misissippi, Col. Juárez,  
Tel.55 11 32 36
- **Cinepolis Interlomas (Zona Poniente)**  
Blvd. Interlomas y Av. De la Herradura 5, Lomas de la Herradura,  
Tel. 52 90 25 00

<sup>18</sup> A mi parecer es nuestro cliente más antiguo y fiel, ya nos pide todo tipo de productos aun cuando no pertenezcan al giro.



## ROTULACIONES LEÓN

---

- Cinepolis Pabellón Bosques (Zona Poniente)  
Av. Prol. Bosques de Reforma 1813 , Col. Lomas de Chapultepec,  
Tel.52 59 44 09
- Multicinemas Atizapán (Zona Norte)  
Plaza Chedraui, Col. Centro, Atizapán de Zaragoza, Edo. de México,  
Tel.58 22 13 55
- Multicinemas Las Armas (Zona Norte)  
Calz. De Las Armas, Col. El Rosario,  
Tel.53 94 41 08
- Gemelos Vía Morelos (Zona Norte)  
Vía Morelos No. 222, Col. Sta. Maria Tulpetlac, Edo. de México,  
Tel.57 87 16 76
- Multicinemas Torres Lindavista (Zona Norte)  
Av. Othón de Mendizábal 343, Col. Torres Lindavista,  
Tel.57 52 23 55
- Multicinemas La Raza (Zona Norte)  
Av. Jacarandas 130, Col. Sta. María Insurgentes,  
Tel.55 83 35 23
- Multicinemas Villas de la Hacienda (Zona Norte)  
Av. Lago de Guadalupe, 368-2, Col. Villas de la Hacienda,  
Tel.58 87 40 49
- Multicinemas Plaza Neza (Zona Norte)  
Estadio Neza 86 Cd. Nezahuatcóyotl, Col. Benito Juárez,  
Tel.57 31 93 87
- Multicinemas Plaza Oriente (Zona Oriente)  
Eduardo Molina 1623, Col. El Coyol,  
Tel.57 57 11 06



- Multicinas Plaza Aragón (Zona Norte)  
Av. Central 120 Col. Ignacio Allende, Ecatepec, Edo. de México,  
Tel. 57 75 45 73

### ***1.11. CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO***

---

Su ciclo de vida de nuestros productos es de crecimiento, ya que ha habido una aceptación de nuestros productos en el mercado y las utilidades de Rotulaciones "León" van en ascenso, no obstante aun nos quedan muchas cosas por realizar, si queremos que la empresa logre su estabilización y expansión en el largo plazo.

Suplementariamente las ventas van en ascenso y los precios en ocasiones han sido sacrificados por nuestros mejores clientes, sin embargo el margen de rentabilidad es muy favorable.

### ***1.12. ANÁLISIS DE LA OFERTA<sup>19</sup>***

---

El propósito del análisis de la oferta es definir y medir las cantidades y condiciones en que se pone a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, opera en función de una serie de factores, como el precio del producto en el mercado y otros.

#### ***Tipo de oferta de Rotulaciones "León"***

---

El tipo de oferta de Rotulaciones "León" es oferta competitiva o de mercado libre, ya que todos los productores actúan en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que son tal cantidad de fabricantes del mismo artículo, que la participación en el mercado se determina por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor. Pero sobre todo lo que domina el mercado es la innovación y creatividad, así como el trato personalizado y el cuidado que se les tenga a los clientes. Por lo tanto ningún productor domina el mercado.

#### ***Demanda, tamaño del mercado y nichos existentes***

---

Motivada por la gran necesidad que tienen todo tipo de empresas para comunicarse con clientes o usuarios dentro del mercado de las artes gráficas.

---

<sup>19</sup> La oferta es la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de productores (oferentes) están decididos a poner a disposición del mercado en un precio determinado.



La demanda a aumentado por la gran cantidad de ferias, congresos, exposiciones que se llevan acabo; o simplemente por la enorme necesidad que tienen las empresas de informar, comunicar o publicitarse de una manera rápida, atrayente y comprensible para sus clientes, con la finalidad de brindarles mejores servicios.

Los clientes de este tipo de productos pueden ser desde pequeños negocios que busquen un anuncio para su negocio hasta grandes compañías que requieren una gran diversidad de trabajos para el buen funcionamiento de su empresa; sin embargo, cabe señalar que sus principales clientes de este tipo de negocios son aquellas que están en constante cambio en lo que se eventos a actividades como museos, cines, tiendas departamentales, etc., que por su giro representan una demanda más o menos estable para los negocios de rotulación.

No obstante por ser un negocio que se monta con facilidad la competencia es numerosa y diversa desde microempresas que están por todas partes; hasta grandes compañías que cuentan con equipo de punta, por lo que en estos últimos años el precio ha disminuido de una manera considerable por la sobreoferta que está viviendo este tipo de negocios. Por lo que el éxito de estos negocios está marcado por la creatividad, calidad y variedad de servicios que satisfagan las necesidades de los clientes.

Por todo lo anterior yo considero que si bien el negocio puede brindar una rentabilidad aceptable o buena, se tendrá que usar mucho el ingenio y la perseverancia con la finalidad de lograr y mantener una gran actividad dentro del mercado.

### ***Factores que influyen en la oferta de Rotulaciones "León"***

Es necesario analizar los factores cuantitativos y cualitativos que influyen en la oferta. Resulta indispensable para Rotulaciones "León" conocer la cantidad de productores o suministradores del producto y su tendencia a incrementarse o disminuir, con objeto de analizar en detalle a las empresas competidoras que podrían afectar en el futuro la marcha y fortalecimiento de nuestra empresa.

La competencia de Rotulaciones "León" se divide en dos:

1. ***La competencia directa.*** Son todos aquellos que proveen a mi actual segmento de mercado. La denomine directa ya que son todas aquellas empresas con las que compito por mantener y lograr clientes.
2. ***La competencia indirecta.*** Son todas aquellas empresas sean del tamaño que sean, que se dedican al negocio de rotulación por computadora sobre vinil o bien materiales sustitutos.



## ROTULACIONES LEÓN

Dentro de los principales productores a escala nacional para el giro destaca: la competencia entre micro y pequeñas empresas; por lo que la actividad de rótulos esta muy dispersa existiendo una gran cantidad de empresas en el mercado. Que cada vez va más y más en ascenso.

Cuadro comparativo con las siguientes variables, para analizar la oferta:

Análisis de la oferta <sup>20</sup>	
Competencia	Localización
Farías Process	Av. Patriotismo 570 Col. Mixcoac, 03910, México, D.F.
T D I (tecnología digital en impresión)	Calle 4 No. 216 local 2 Col. Granjas san antonio 09070 México, D.F.
Rotulos Artman	Av. Cuauhtemoc 661-B Col. Narvarte, México, D.F.
Rótulos Beltran	Coahuila 53, Col. Roma Sur, México, D.F.
Castec	Zacatecas No. 24 Col. Roma, México, D.F.

Lo que pude descubrir a lo largo de este análisis es que mis competidores trabajan a domicilio por lo que no es necesario que estén lejos o cerca de mi actual segmento de mercado. Ya que la verdadera competencia se encuentra en el precio, la entrega oportuna, la creatividad e innovación de los negocios de rotulación.

Por lo que los cines y en general cualquier cliente no titubeara en cambiar a aquellos proveedores que ofrezcan mayores ventajas para sus negocios. Por lo que Rotulaciones León tendrá que ser mejor cada día.

### 1.13. ANÁLISIS DE LOS PRECIOS<sup>21</sup>

El establecimiento del precio es de suma importancia, pues influye en la percepción del consumidor final sobre el producto o servicio. Nunca se debe olvidar a qué tipo de mercado se orienta el producto. Debe conocerse si lo que busca el consumidor es calidad, sin importar mucho el precio, o si el precio es

<sup>20</sup> Nota. Muchos de los cines se negaron a proporcionar información sobre sus otros proveedores, ya que en muchos de los casos son los gerentes de los mismos.

<sup>21</sup> El precio es el valor, expresado en dinero, de un producto o servicio ofrecido en el mercado.



## ROTULACIONES LEÓN

una de las variables de decisión principales. En muchas ocasiones, una errónea fijación del precio es responsable de la falta de demanda de un producto.

### *Precio*

Es la cantidad monetaria a que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar, un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.

Para la determinación de los precios de venta de Rotulaciones "León", se consideran varios parámetros, que son el material, el costo de mano de obra, los gastos indirectos de fabricación así como la creatividad de cada uno de nuestros trabajos, es decir, cada diseño nuevo tendrá un costo adicional. El precio de venta se ha venido incrementando en relación directa con el aumento de los costos de producción.

### *Tipo de precio de Rotulaciones "León"*

El tipo de precio de Rotulaciones "León" es local, ya que tiene precios vigentes en una población o poblaciones pequeñas y cercanas. Fuera de esa localidad el precio cambia. Por otro lado, los precios de nuestros productos son muy variados ya que dependerán del tamaño, material y diseño de los mismos, por lo que el mercado no tiene un precio fijo.

### *Factores que determinan el precio promedio de Rotulaciones "León"*

Según los datos proporcionados por empresas de Rotulación, los precios de materia prima y mano de obra para el período diciembre de 2000, son los que se muestran en la siguiente tabla:

#### *Precios promedio de materia prima (pesos por metro)*

Empresa	Precio
Lozano	
Normal	\$ 53.00 (122*100 cm.)
Opaco	\$ 136.00(122*100 cm.)
Translucido	\$ 166.00(122*100 cm.)
Tubelite	\$ 25.07 (60*100 cm.)
Vinil González	\$ 43.87 (122*100 cm.)



*Precios promedio de los competidores de Rotulaciones "León"<sup>22</sup>*

Competidores	Precios
Farías Process	\$ 80.00 <sup>23</sup>
T D I (tecnología digital en impresión)	\$ 75.00 <sup>24</sup>
Rótulos Artman	\$ 40.00
Rótulos Beltran	\$ 25.00 <sup>25</sup>
Castec	\$ 30.00

Los resultados de este análisis arrojaron tanto ventajas (Rotulaciones "León" cuenta con un precio promedio, los costos sus productos sustitutos nos ponen en ventaja frente a nuestros competidores, etc.); como desventajas (al no contar con tecnología de punta no puede realizar trabajos con inyección de tinta, no puede realizar trabajos muy grandes, etc.) para Rotulaciones "León".

*Fijación de los precios de Rotulaciones "León"*

La decisión estratégica en la determinación de los precios, de Rotulaciones "León" fue básicamente en seleccionar entre dos alternativa:

- a) Una implica una política de precios altos iniciales para aprovechar la demanda inicial y obtener así altas utilidades, conocida con el nombre de precio de descreme o desnatar el mercado.
- b) Una política de precios bajos desde el comienzo, de tal forma que sirva como gancho para abarcar todo el mercado, conocida como precio de penetración.

No obstante, se puede decir que se opto por la primera opción, la diferencia consistirá tanto en el cliente, el tamaño del trabajo, así como de la creatividad e innovación que requiera. Por otro lado

<sup>22</sup> Precios de un cartel de 4.5x95 cm. a dos colores sobre mica.

<sup>23</sup> El precio varía significativamente ya que se trata de otro tipo de material que es impreso con un plotter de inyección de tinta. Con todo, la calidad no es superior en lo que podría variar es que con este tipo de procedimientos es posible degradar los colores, por otro lado en ocasiones los clientes no están dispuestos a pagar este precio sobre todo en este tipo de trabajos donde la renovación puede ser de una semana a otra.

<sup>24</sup> Idem.

<sup>25</sup> Ofrece los mejores precios ya que trabaja al mayoreo.



Rotulaciones "León" maneja tanto precios descreme<sup>26</sup> como de penetración<sup>27</sup>, todo dependerá del trabajo realizado, si el trabajo es rutinario y poco creativo utilizara precios de penetración; a la inversa si los trabajos son novedosos utilizara precios descreme.

### ***1.14. COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO***

La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.

La comercialización no es la simple transferencia de productos hasta las manos del consumidor; esta actividad debe conferirle al producto los beneficios de tiempo y lugar; es decir, una buena comercialización es la que coloca al producto en un sitio y momento adecuados, para dar al consumidor la satisfacción que el espera en la compra.

#### ***Canales de distribución<sup>28</sup>***

El canal que utiliza Rotulaciones "León" para distribuir su producto, pertenece a canales para **productos industriales (productor-usuario industrial)**, ya que se considera que la venta requiere de la atención personal al consumidor. Aunque es uno de los más simples por no requerir intermediarios, se les tiene que dedicar tiempo y por tanto cubren menos mercados, pero para Rotulaciones "León" no es significativo ya que tiene un mercado limitado y selecto.

Por otro lado presenta la oportunidad de tener un alto control sobre el producto y en cuanto a los costos no son significativos por ser puntos de entrega de varios productos. Adicionalmente el día de entrega por lo regular es un solo día el viernes por ser el día que se estrenan las películas, por lo que

---

<sup>26</sup> Precio Descreme: El precio descreme corresponde a una política de la empresa cuyo deseo es fijar precios demasadamente altos aprovechándose de antemano de la gran demanda que se presentan en un principio determinada clase de productos que por lo general son nuevos en el mercado o que presentan en el mercado o que presentan innovaciones. Con ello se logran utilidades y beneficios en la primera etapa de introducción del producto en el mercado. Posteriormente y a medida que éstos productos son más conocidos, y dado además el ingreso de competidores en el mercado, dichos precios presentan el fenómeno de precios a la baja. Esta política es posible cuando el nuevo producto representa un cambio radical en todo lo actual.

<sup>27</sup> Precio de penetración: Esta política establece un precio relativamente bajo como instrumento principal para una captación rápida del consumidor ó para la formación de un mercado en masa. En éste caso las utilidades han de ser al largo plazo y no al corto.

<sup>28</sup> Un canal de distribución es el camino que sigue un producto para pasar del productor al consumidores finales, deteniéndose esta en varios puntos de esta trayectoria.

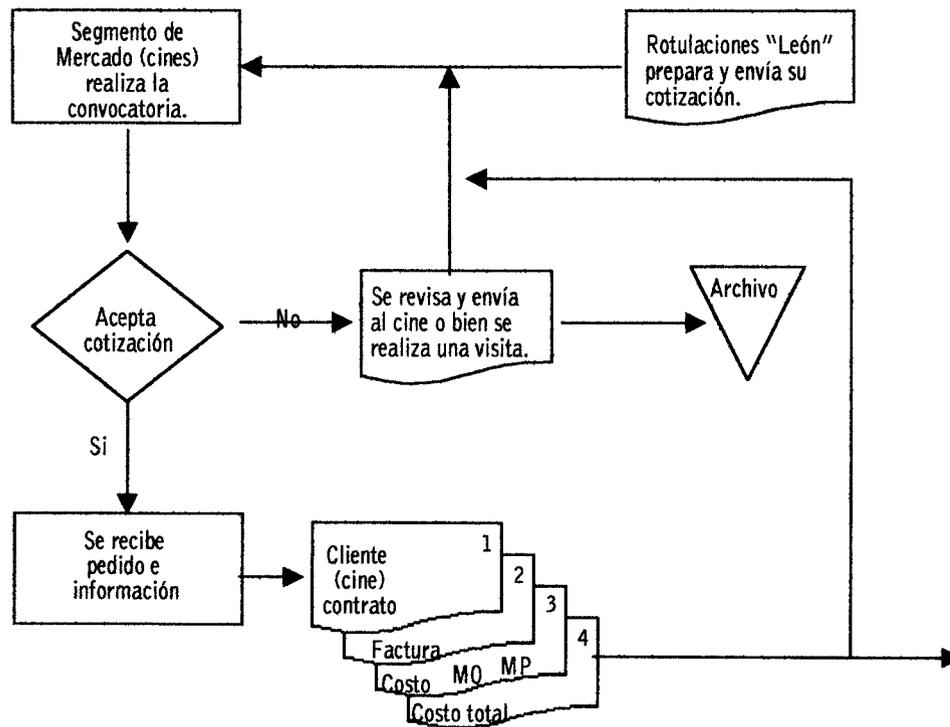


se pueden entregar ese día tanto los trabajos fijos como trabajos adicionales que requieran nuestros clientes.

Otra de nuestras ventajas es que teniendo la empresa tan cerca de periférico o del metro línea 8 que va de Constitución de 1917 a Garibaldi, no permite trasladarnos de una manera relativamente rápida y con bajos costos. Por lo que aunque la mayoría de nuestros clientes se encuentran a distancias muy largas, nos da la posibilidad de entregar en un solo día, facilita nuestra labor ya que aunque estén lejos, de nosotros normalmente está cerca entre sí. Una estrategia que utilizamos es que mi hermano reparte a la mitad de nuestros clientes que estén cerca y mi papá a la otra mitad, de ese modo aseguramos que todos tengan sus productos a tiempo.

Por último una cadena de valor que hemos logrado con nuestros clientes más pequeños, es que les dejamos sus productos en un cliente grande que le quede cerca y ellos se encargan de recogerlos en ese punto, de ese modo nosotros no aumentamos nuestros costos por ser tan pequeñas cantidades y ellos no pierden porque de todos modos tienen que ir a ese punto a recoger facturas e instrucciones.

**Diagrama de flujo de la trayectoria de comercialización de Rotulaciones "León"**





### *Nombre de la empresa*

---

Decidí ponerle Rotulaciones "León" por varias razones, la principal es que es una empresa familiar, por lo que requería escoger un nombre que nos identificara a todos. Sin embargo, tuve que sacrificar la originalidad en el mismo, ya que muchas de las micro, pequeñas, medinas y grandes empresas, por lo regular escogen sus apellidos como nombre de sus empresas, por lo que el nombre resulta muy común, sin embargo considero que no deja de ser significativo.

Otra de las razones de escoger este nombre es que en mi mercado meta el apellido León y sobre todo Gustavo León es reconocido en el medio, lo cual nos abriría las puertas más rápidamente. Por otro lado quería escoger un nombre que nos englobara a todos los que formamos parte de Rotulaciones "León".

Finalmente creo que es un nombre descriptivo (tanto de la empresa por si misma y su giro, como la descripción, asociación y reconocimiento de sus dueños), claro y significativo, por la relación de tantos años que tiene mi papá con muchos de nuestros clientes. Además, el nombre de la empresa es una tarjeta de presentación y con este nombre, a mi parece que será más fácil recordarnos y reconocernos.

### *Logotipo<sup>29</sup>*

---

A continuación se muestra el logotipo de Rotulaciones "León"<sup>30</sup>:



---

<sup>29</sup> El logotipo es la figura o símbolo específico representativo de la empresa.

<sup>30</sup> Diseñado por Yaseli León.



---

*Eslogan*<sup>31</sup>

---

## ¡Es la mejor opción en rotulaciones de innovación!

### *Misión*

---

Rotulaciones "León" es una empresa que dentro de la industria gráfica, permite a las empresas tener una excelente imagen y una mejor comunicación visual con sus clientes. Por lo cual ofrece la mejor calidad y creatividad en sus trabajos, además de un excelente servicio personalizado.

### *Visión*

---

Su visión es distinguirse por su gran creatividad y diversidad de diseños, con la finalidad de ser reconocido en su actual segmento de mercado, para que en un futuro no muy lejano, pueda crecer y expandirse, ampliando su segmento de mercado.

### *Filosofía*

---

Apoyar al cliente en la promoción de su imagen por medio de diversos artículos, que a través de una atención personalizada y de una excelente calidad en nuestros trabajos, obtenga una satisfacción plena, que vaya de acuerdo a sus necesidades y deseos, adicionalmente estos productos contarán con el toque personalizado que solo Rotulaciones "León" sabe dar.

Nuestro compromiso con el Cliente será:

- Brindar un trato honesto
- Darle atención y servicio de calidad
- Ser puntuales en las entregas
- Tener excelente calidad en NUESTROS PRODUCTOS.

El fin primordial de Rotulaciones "León" será el promover y desarrollar la fabricación e instalación de rótulos por computadora, de una manera creativa, innovadora y con el toque especial que solo nosotros podemos dar.

---

<sup>31</sup> El eslogan es la frase o grupo de palabras, también originales, que presentan la imagen de la empresa o producto de la misma.



**Promoción**

La promoción de una empresa es un acto de información, persuasión y comunicación, que incluye aspectos como la publicidad y la promoción de ventas. Por lo que Rotulaciones "León" cuenta con un programa de promoción, con la finalidad de dar a conocer nuestros productos e incrementar su consumo.

Realiza una promoción de ventas ha través de medios como de puerta en puerta, de voz en voz, por teléfono y tarjetas, con el propósito de presentarle nuestros productos a nuestros clientes y ubique la empresa en el mercado. Sin embargo, cabe señalar que todas van encaminadas a una venta personal ya que es la mejor manera como hemos captado nuevos clientes y pedidos.

**1.15. FORTALEZAS, DEBILIDADES, OPORTUNIDADES Y AMENAZAS**

Es una herramienta sencilla que ayudara a Rotulaciones "León" a realizar un diagnostico rápido, considerando tanto factores internos como externos que la afectan, con el propósito de poder delinear la estrategia para el logro satisfactorio sus metas y objetivos.

Fortalezas <sup>32</sup>	Debilidades <sup>33</sup>
Precio Diferenciación de nuestros productos Costos Distribución adecuada Canales de Distribución	Solvencia Económica. Para comprar un plotter más grande y realizar trabajos más grandes.
Oportunidades <sup>34</sup>	Amenazas <sup>35</sup>
Política gubernamental. Ya que los requisitos para ingresar en este mercado son mínimos. Abastecimiento de materias primas	Gran cantidad de competidores desde microempresas hasta grandes empresas. Y sobre todo surgimiento de más competidores. Presión de productos sustitutos Poder negociador de los compradores con la finalidad de bajar los precios

<sup>32</sup> Fortalezas: Todas aquellas actividades que realiza la empresa con un alto grado de eficiencia.

<sup>33</sup> Debilidades: Todas aquellas actividades que realiza la empresa con un bajo grado de eficiencia.

<sup>34</sup> Amenazas: Todos aquellos eventos del medio ambiente externo que de presentarse, complicarían o evitarían el logro de los objetivos.

<sup>35</sup> Oportunidades: Todos aquellos eventos del medio ambiente externo que de presentarse, facilitarían el logro de los objetivos.



El resultado fue satisfactorio para Rotulaciones "León", ya que tanto sus fortalezas como oportunidades superaron en mucho a sus debilidades y amenazas.

No obstante, no debemos olvidar que hoy en día vivimos en un mundo sumamente cambiante, por lo que su principal estrategia será vencer sus debilidades y buscar la manera que sus amenazas se vuelvan oportunidades, al mismo tiempo que buscará ser competitivo indagando nuevas y mejores fortalezas.

### **1.16. ESTRATEGIAS COMPETITIVAS DE ROTULACIONES "LEÓN"**

---

Su principal estrategia competitiva es el enfoque o alta segmentación, ya que Rotulaciones "León" esta enfocada sobre un grupo específico de compradores, la cadena de cines Organización Ramírez. Sus objetivos son particulares y bien definidos, donde la principal tarea de Rotulaciones "León" es satisfacer la demanda de trabajos de rotulación de Organización Ramírez y convertirse en la proveedora número uno de los mismos, ofreciéndoles los mejores costos, servicios y sobre todo creatividad en todos nuestros trabajos. Por lo que se puede decir que Rotulaciones "León" tiene una diferenciación respecto de otras microempresas de rotulación, aunque sea en ese pequeño mercado. Asimismo cuenta con otra ventaja que es la diferenciación de nuestros productos, ya que en cada uno de mis productos ponemos nuestra creatividad e ingenio, por lo que los carteles que realizamos son únicos (en colores, diseños, formas, etc.).

Otra de sus estrategias que podría utilizar Rotulaciones "León" sería el liderazgo total en costos, pero no considero que sea lo más adecuado ya que esto reduciría el margen de rentabilidad de la empresa, ya que al no contar con la tecnología de punta los costos son mayores, por otro lado si disminuyéramos todos los precios nuestros clientes no percibirían nuestra diferenciación y deseo de satisfacerlos.<sup>36</sup>

#### ***Las estrategias que hemos utilizado han sido:***

- Mejorar la calidad de nuestros productos. Dando un mejor acabado en nuestra instalación, ya que en un principio, se nos hacían arrugas o burbujas, con el tiempo hemos aprendido como evitar que esto suceda. Otro factor importante es la utilización de nuevos materiales con la finalidad de darla una mejor presentación a nuestros trabajos, además que con ello reducimos costos, lo cual nos permite ofrecerles mejores precios a nuestros clientes).
- Ofrecer una variedad de productos y diseños más amplia. Estamos aprendiendo a utilizar al 100% los programa de diseño, con lo cual los diseños tienen una mejor definición y los diseños son más fáciles de realizar y más creativos.

---

<sup>36</sup> M. Porter, "ESTRATEGIAS COMPETITIVAS GENÉRICAS", Ed. SECSA.



- Promocionarnos con otros gerentes de los cines. Un factor que nos ha resultado mucho son las recomendaciones y que en este tipo de mercado nuestros clientes tienen mucho contacto unos con otros.

Reducir los precios frente a la gran demanda, ya que lo consideramos un incentivo para los clientes (cabe señalar que las pocas o muchas ganancias que perdamos en un trabajo que sea exclusivo o único las recuperamos).

### ***1.17. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO***

---

A través de este estudio, que es como la base para verificar y justificar la puesta en marcha de Rotulaciones "León", podemos verificar que no solo los resultados son buenos, sino excelentes, ya que como podemos ver su demanda es tan fuerte que justifica de una manera tajante la realización del proyecto.

La investigación de mercado nos arroja resultados muy favorables para Rotulaciones "León", al mismo tiempo que guió sus pasos, brindándole tip's de lo que su segmento de mercado espera de los negocios de rotulación por computadora, por lo que la investigación de mercados bien valió la pena.

Con este estudio se resalto que hoy, el mundo es muy cambiante y por lo tanto todos los que formamos parte de él, lo cual trae como consecuencia que los clientes no duden ni un instante en cambiar de proveedores de un producto, ya que la competencia es tanta que el abastecimiento de los productos es instantáneo, por lo que para Rotulaciones "León" lo difícil no será incorporarse al mercado sino mantenerse en él.

En este estudio se planteo tanto lo que será, como lo que representara Rotulaciones "León", así como un análisis exhaustivo de su demanda y oferta, lo cual le ayudo a determinar su precio, comercialización y sobre todo sus estrategias a seguir en la búsqueda de la satisfacción de sus clientes.



## ***CAPÍTULO 2. ESTUDIO TÉCNICO-OPERATIVO***

El presente estudio tratara de resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea, ya que por lo general el aspecto técnico operativo de un proyecto en este caso Rotulaciones "León", comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y operatividad del propio proyecto.

### **2.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO OPERATIVO**

---

- ♥ Verificar la posibilidad técnica de fabricar los productos que pretende realizar Rotulaciones "León".
- ♥ Analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos, las instalaciones y la organización requeridos para realizar la producción de Rotulaciones "León".

### **2.2. PRODUCTOS DEL GIRO**

---

La rotulación puede realizarse para diferentes artículos, estos pueden tener usos promocionales o publicitarios, informativos o bien señalizaciones, en fin todo aquello que ayuda a cualquier empresa a establecer una mejor relación con sus clientes. El giro de rotulación comprende rótulos en:

- Mantas
- Acrílicos
- Vidrios
- Vehículos
- Toldos
- Micas o acetatos
- Linolium
- Bastidores
- Paredes
- Pisos
- Estírenos
- Vinil



En fin, sobre cualquier superficie.<sup>37</sup>

Utilizados para:

- Carteles
- Logotipos
- Señalizaciones (Baños, Atención al cliente, Stands, Información y orientación, Lugares exclusivos para discapacitados, Alimentos y bebidas, Emergencia, Etc.)
- Cédulas explicatorias (Breve explicación del contenido de una exposición)
- Fichas bibliográficas (Breve explicación de la obra de un autor)
- Letras corpóreas
- Publicidad y promocionales

Y un sin fin de usos más, que van de acuerdo con la necesidad y la creatividad del cliente.

Las características de un buen producto en el giro deben ser:

- Variedades de colores en vinilos y superficies.
- Variedad y creatividad en diseños.
- Excelente calidad en el corte y la aplicación.
- Excelente presentación en los trabajos.

Los productos realizados por Rotulaciones "León" son todos aquellos que facilitan la comunicación visual de la empresa con sus clientes. Tales como carteles, señalizaciones, promoción y publicidad, realizados en vinil autoadherible de varios tipos y colores. Sobre superficies de diferentes tipos y colores.

Finalmente en lo que se refiere al tamaño tendrá como máximo de 27 x 95 cm. Sin embargo dependerá del trabajo requerido ya que algunos presentan la factibilidad de hacerse por segmentos.

La elección de estos productos se debe a que son los más requeridos y utilizados por mi mercado meta (la cadena de cines Organización Ramírez). Y la factibilidad de poderlos realizar, ya su elaboración es relativamente sencilla y la inversión requerida se encuentra al alcance de mis posibilidades.

### **2.3. GRADO DE ACTUALIZACIÓN DE LA MAQUINARIA**

---

El proceso de producción para la realización de los rótulos por computadora es un negocio relativamente nuevo. Los cambios o modificaciones que ha sufrido el proceso en el transcurso del tiempo, se refieren fundamentalmente a la modernización que ha tenido en los equipos y maquinaria, es pasar del uso de un pincel a los diseños y cortes por computadora.

---

<sup>37</sup> Aunque cabe señalar que la calidad del producto puede variar dependiendo el tipo de superficie.



## **ROTULACIONES LEÓN**

---

En las microempresas los procesos de producción se realiza a pequeña escala, en plotter pequeños, mientras que en las empresas grandes todos los procesos se realizan en grandes volúmenes de producción y con tecnología de punta, desde plotters de corte grandes hasta plotter de inyección de tinta o bien máquinas más especializadas (llamadas salsas o mezcladoras), lo cual redundo en una mejor calidad del producto final y en una mayor producción.

Rotulaciones "León" tendrá que actualizar su maquinaria para no caer en obsolescencia, ya que el grado de utilización de la misma hace que el desgaste sea tal, que hay que por lo menos darle mantenimiento con la finalidad de que el plotter no se deválense o para evitar que los cortes se deformen o dejen de cortarse en su totalidad. Por otro lado es importante tratar de invertir en una maquinaria más avanzada ya que en la medida que crezca la demanda, al mismo tiempo crecerán el número de trabajos y sobre todo el tamaño de los mismos por lo que se tendrá que comprar un plotter más grande, adicionalmente crecerá la variedad de los trabajos requeridos por lo que el contar con un plotter de inyección de tinta permitirá a Rotulaciones "León" satisfacer oportunamente las necesidades de sus clientes ofreciéndoles una gama más amplia de productos.

**225498**



Ejemplo de aplicación del vinilo<sup>38</sup>:



1° - Marque alguna señal en la superficie para que el rótulo quede alineado.



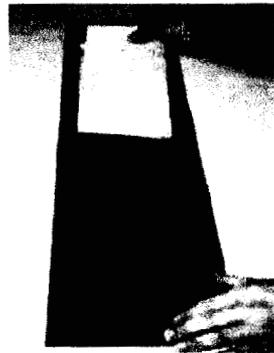
2° - Ponga el grafismo mirando a la mesa y retire el papel siliconado formando ángulo.



3° - Coloque el adhesivo valiéndose de las marcas hechas anteriormente.



4° - Frote el cartel con una rasqueta.



Retire el papel transportador.

<sup>38</sup> Natalio Encinar



#### 2.4. FLUJO DEL PROCESO DE VENTA Y PRODUCCIÓN DE ROTULACIONES LEÓN

---

A continuación se presenta un flujo de proceso productivo y de venta de un rótulo, no se hará específico de un cartel, lona o cualquier otro producto, ya que del proceso de producción es el mismo, lo único que varía es el proceso de instalación, ya que dependerá del material en el que se desee instalar, el número de colores que se utilicen, así como del tamaño del mismo, ya que entre más grande es, es más complicado de instalar y se tiene que tener cuidado para evitar que salgan burbujas o se te pegue y queden arrugas.

1. Se realiza la promoción de productos y del negocio, ha través de medios como de puerta en puerta, de voz en voz, por teléfono y tarjetas. Sin embargo, cabe señalar que todas van encaminadas a una venta personal<sup>39</sup> ya que es la mejor manera como hemos captado nuevos clientes y pedidos.
2. Se hace el contacto con el cliente y se le describen los productos que realizamos o muestras de los que hemos realizado, resaltando la calidad y creatividad de estos, así como la seguridad de entregas puntuales.
3. El cliente nos describe o confecciona un esquema del trabajo a elaborar<sup>40</sup>; o bien simplemente hace la elección de los colores y proporciona el logotipo. En caso de no hacerlo el diseñador puede proporcionar sugerencias sobre el diseño.
4. Se hacen convenios sobre el tiempo de entrega y el precio. Se cobra un anticipo, generalmente del 50% y el resto a contra entrega del producto<sup>41</sup>.
5. Una vez obtenido el dibujo o diseño en una impresión se scannea, de no ser así se procede a su elaboración.
6. El dibujo o logotipo se digitaliza, para darle una mejor definición o redibujar pequeños detalles, que pueden provocar que el plotter corte mal y muy lentamente. Por lo que con la digitalización se procura que en la medida de lo posible se eliminen puntos para una mejor definición.<sup>42</sup>
7. Una vez redibujado se imprime y se envía por fax para autorización del cliente.
8. Autorizado el diseño está listo para ser elaborado.

---

<sup>39</sup> Es el instrumento que mejores resultados nos ha traído, ya que nos ha permitido una confrontación personal lo cual consideramos es muy importante para cultivar y dar una respuesta adecuada a nuestros clientes.

<sup>40</sup> Generalmente nos dejan buena parte a nuestra creatividad, con la finalidad de que el trabajo sea innovador y vistoso.

<sup>41</sup> En la mayoría de los casos es punto no es aplicable ya que la mayoría de los clientes son fijos y por lo tanto se les otorga un crédito, llegado el plazo se les hace entrega de la factura.

<sup>42</sup> Nota. Esto se refiere a que en el proceso de producción, el programa de corte trabaja a base de puntos, por lo que sus movimientos van de punto en punto, por lo que entre menor puntos (o basura) exista en el diseño mejor definición y calidad se obtendrá.



9. El siguiente paso es hacer una separación de colores (sólo de ser necesario) y posteriormente se manda a cortar sobre el vinil. Rotulación por computadora mediante una máquina de recorte de vinil, únicamente para rótulos en colores plasta (gama limitada de colores).
10. Se usan viniles de acuerdo al trabajo, estos pueden variar en su tipo y resistencia<sup>43</sup>. Es ideal para tirajes cortos, de rápida producción, desde una sola pieza y sin límite de tamaño.
11. Una vez, obtenido el corte se procede a la depilación, que es el proceso en el cual se elimina todo el vinil sobrante, es decir, todo aquello que no forme parte del diseño. Varía de acuerdo a si el logotipo o texto es normal o calado.
12. Terminada la depilación, se aplica papel transfer sobre el diseño. Adhiriéndolo de una forma uniforme con la rasqueta.<sup>44</sup>
13. El último paso consiste en aplicar el diseño ya finalizado sobre la superficie previamente seleccionada y se pega de una manera pareja, evitando sufrir anomalías (como arrugas, burbujas, etc.).
14. Finalmente son examinados, empaquetados y preparados para su entrega.
15. Inmediatamente son entregados.

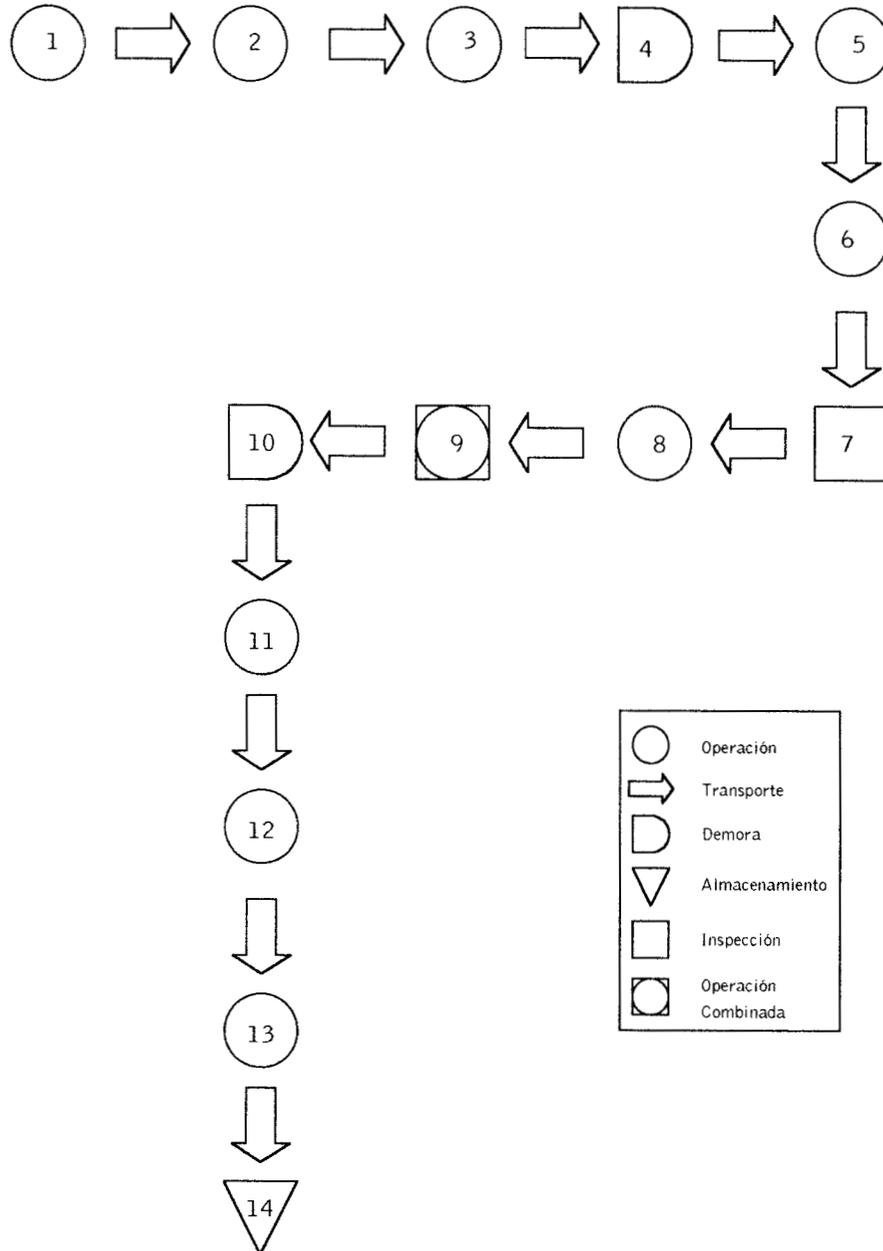
---

<sup>43</sup> El tipo dependerá del trabajo requerido ya que pueden ser normales, esmerilados, fotoluminiscentes, reflejantes, traslucidos, etc. la resistencia variará de acuerdo a que si el trabajo requerido va a estar en el interior será de baja resistencia en cambio si el trabajo estará a la intemperie el vinil requerido será de alta resistencia. Aunque también puede ser utilizado para temperaturas altas.

<sup>44</sup> El transfer cumple la finalidad de mover el diseño sin que pierda su consistencia.

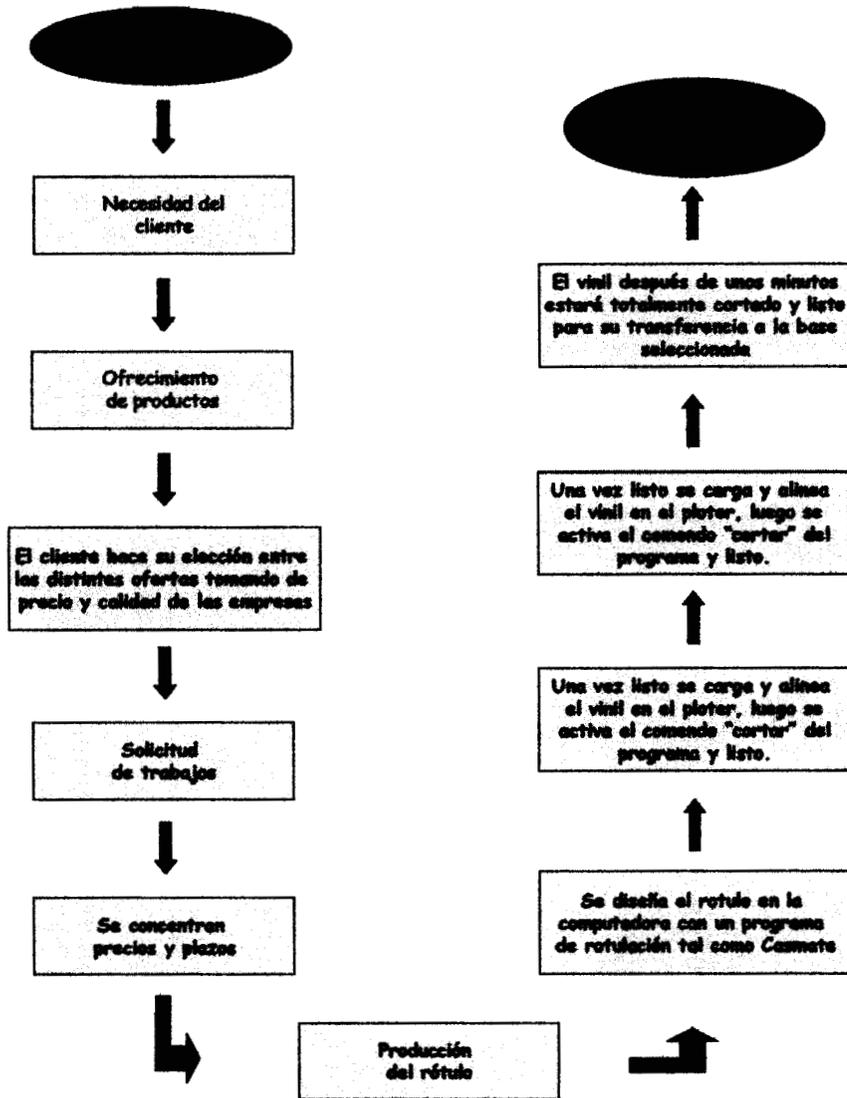


Flujo de producción y venta de Rotulaciones "León"





*Proceso de producción y venta de Rotulaciones "León"*





## 2.5. RELACIÓN Y CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES QUE DEBEN TENER LAS MATERIAS PRIMAS, LAS AUXILIARES Y LOS SERVICIOS

---

Los proveedores de los principales insumos son empresas dedicadas a comercializar equipo e insumos y equipos especiales para la rotulación, papelerías, bodegas de plástico ó empresas que comercializan equipos de cómputo y de oficina.

Los principales insumos son:

- Vinil
- Transfer
- Mica
- Adhesivo Amarillo (Huevo) glosa
- Acetato para fotocopiadora por metro lineal

## 2.6. RELACIÓN INSUMO-PRODUCTO

---

Para la rotulación de 5 carteles de 4.5 x 95 cm.

<b>Materia Prima</b>	<b>Cantidad</b>
Vinil	30 x 100 cm.
Transfer	30 x 100 cm.
Adhesivo Amarillo (Huevo) glosa	1 <sup>1/2</sup> pliegos <sup>45</sup>
Mica	30 x 100 cm.

## 2.7. RELACIÓN DE CARTERA DE PROVEEDORES DE "ROTULACIONES LEÓN"

---

- Abastecedora "Lumen S.A. de C.V.  
Circuitos Geógrafos No. 30 Cd.  
Satelite Naucalpan, Edo de México
- Bodega de Plásticos, S.A. de C.V.  
Av. San Antonio No. 206 Esq. J. Clemente Orozco.  
Amp. Ciudad de los deportes.

---

<sup>45</sup> Se hizo el calculo para pliego y medio, sin embargo obtenemos un desperdicio que es utilizado para futuros carteles.



C.P. 03710, México, D.F.

Tels. 56 11 47 26, 55 63 44 25, 56 11 48 46, 55 63 64 97, 56 11 49 66, 55 98 98 67 y  
56 11 50 26 (fax).

- Papelería Lozano Hermanos, S.A. de C.V. Sucursal 2  
República del Salvador No. 46-48.  
C.P. 06010, México, D.F.  
Tels. 55 21 78 86, 55 10 10 26, 55 10 16 34, 55 10 09 47, 55 10 15 02, 55 10 97 59,  
55 10 22 94 (fax) y 56 11 50 26 (fax).  
[www.lozano.com.mx](http://www.lozano.com.mx)
- Papelería Lozano Hermanos, S.A. de C.V.  
5 de Febrero No. 209 Col. Obrera  
C.P. 06800, Del. Cuauhtemoc, México, D.F.  
Tels. 55 78 18 77, 57 61 48 27, 57 61 48 27, 57 61 42 32, y 55 78 93 26 (fax).  
[www.lozano.com.mx](http://www.lozano.com.mx)
- Papelería Lozano Hermanos, S.A. de C.V.  
República de Salvador No. 46 Col. Centro  
C.P. 06010, México, D.F.  
Tels. 55 10 16 34, 55 10 10 26 y 55 10 22 94 (fax).  
[www.lozano.com.mx](http://www.lozano.com.mx)
- Papelería Lozano Hermanos, S.A. de C.V.  
República de Cuba No. 59 Col. Centro  
C.P. 06010, México, D.F.  
Tels. 55 21 78 15, 55 12 40026 y 55 12 04 22 (fax).  
[www.lozano.com.mx](http://www.lozano.com.mx)
- Papelería Lozano Hermanos, S.A. de C.V.  
República de Slavador No. 46 Col. Centro  
C.P. 06010, México, D.F.  
Tels. 55 10 16 34, 55 10 10 26 y 55 10 22 94 (fax).  
[www.lozano.com.mx](http://www.lozano.com.mx)
- Tubelite de México, S.A. de C.V. Matriz  
Quetzalcoatl No. 23 Col. Anahuac



C.P. 11370 México, D.F.

Tels. 55 66 76 33, 55 46 91 26, 55 46 91 27, 55 92 49 73, y 55 92 20 87 (fax).

- Tubelite de México, S.A. de C.V. Sucursal Centro  
Isabel La Católica No. 507 Col. Algarin  
C.P. 06880 México, D.F.  
Tels. 55 19 06 17, 55 19 06 48, 55 19 07 88, 55 30 82 97, y 55 38 53 09 (fax).
- Vinil "Gonzalez"<sup>46</sup>  
Arturo Mendez No. 17-A Col. Constitución de 1917  
Deleg. Iztapalapa C.P. 09260, México, D.F.  
Tels. 52 33 22 26, 57 41 43 22 y 57 40 01 52 (fax).

## 2.8. EQUIPO Y HERRAMIENTA

La elección del equipo requerido para Rotulaciones "León", es uno de los factores más importantes para el inicio de sus operaciones, sobre todo por tratarse de una micro empresa, en virtud de los elevados egresos o inversión que representa para nosotros y de las limitadas opciones de financiamiento que tenemos, aspectos que influyen de manera importante en el éxito o fracaso del negocio.

A continuación se enumeran las herramientas y equipos, materia prima, así como el equipo auxiliar que necesita Rotulaciones "León" para la realización de los productos.

<b>Nombre del equipo</b>	<b>Capacidad</b>
Computadora	1
Programa de corte	1
Plotter	1

<b>Nombre de la herramienta</b>	<b>Capacidad</b>
Pinzas	3
Rasquetas	3
Metro	2
Kutters	3
Navaja de plotter	1

<sup>46</sup> Es la que mejor precio nos ofrece, sin embargo presenta menor calidad y variedad. Aunque el factor más importante que es la calidad es muy parecida a los otros y por otro lado a la vista del cliente le parece más llamativo y mejor. Por lo que nos ha generado gran utilidad ya que su precio es casi la mitad de los otros.



Regla t	1
Escuadras	1

<b>Nombre de la materia prima</b>	<b>Tamaño</b>
Vinil	60 x 100 cm.
Transfer	Rollo de 30 x 910 cm.
Mica	1 kg. (56 x 500 cm.)
Adhesivo Amarillo (Huevo) glosa	51x66 cm
Acetato para fotocopiadora por metro lineal	1 mt.

<b>Nombre del equipo auxiliar</b>	<b>Capacidad</b>
Escritorio	1
Impresora	1
Scanner	1
Multiplexor	1
Regulador	1
Fax	1

<b>Nombre del equipo auxiliar</b>	<b>Capacidad</b>
Mesa de trabajo	1
Línea telefónica	1
Masking tape	2
Diurex	3
Nivel	1
Franela	2
Atomizador	2
Marcador	3
Lápiz (caja)	1
Plumas (caja)	1
Anaqueles (5 parrillas)	1
Banco de trabajo	2
Silla de trabajo	1

**Servicios**

- Luz eléctrica
- Internet
- Agua



- Recolección de basura
- Vigilancia

## **2.9. MANTENIMIENTO**

---

Los sistemas de manufactura modernos establecen como esencial para incrementar la competitividad de los bienes industriales, el establecimiento de programas de mantenimiento preventivo y predictivo elaborados con base en el análisis del comportamiento y desempeño de los mismos para evitar cualquier problema de descomposturas. En el caso particular de Rotulaciones "León" se debe prestar atención a los aspectos señalados en el siguiente recuadro:

El mantenimiento predictivo es mínimo, pero si necesitan de una limpieza constante. Los aparatos que necesitan mantenimiento son:

- El plotter, cambio de navaja cuando se acabe el filo y limpieza constante de la misma, ya que trocitos de vinil se alojan en ella. Engrasado y aceitado de las piezas que tienen constante movimiento como la banda y el soporte de la navaja.
- Mantenimiento constante del sistema de la computadora, con la finalidad de eliminar los archivos que ya no sirven, y que pueden provocar una disminución en la velocidad de la misma.

### ***Precauciones especiales con relación al equipo y accesorios, respecto a la seguridad y protección de los recursos humanos***

---

Las precauciones para los operadores son las siguientes:

- Cuidado con las lesiones que puede provocar el plotter en sus movimientos, así como el cuidado de no estarlo moviendo mientras esta conectado ya que puede provocar pequeñas corrientes de electricidad.
- Cuidado con las lesiones que puede provocar el cutter en el momento de cortar el vinil.
- Se debe tener cuidado con la punta de las pinzas ya que pueden provocar pinchaduras.

*En general se debe tener cuidado y tomar precauciones especiales con los artículos punzo cortantes.*



## 2.10. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL NEGOCIO<sup>47</sup>

---

Rotulaciones "León" se localiza en la calle Salvador Díaz Mirón Mz. 17 Lt. 7 Col. La Era. Deleg. Iztapalapa. C.P. 09720.

Las principales razones fueron:

5. La disminución de los costos, ya que no fue necesario comprar o rentar un local especial, basto con adaptar un cuarto en la casa.
5. Este negocio tiene posibilidad de ser instalado en cualquier lugar de la República; sin embargo la consideración más importante para montarlo es que este cerca de los centro de venta. No obstante, si bien la proximidad del mercado y de los proveedores de materias primas no están cerca de Rotulaciones "León", el problema se resolvió ya que afortunadamente estamos a 5 minutos o menos tanto de periférico como de la línea 8 del metro, que va de Constitución a Garibaldi, por lo que las vías de comunicación y transporte son favorables. Por otra parte, para Rotulaciones "León" no es significativo estar cerca de los puntos de venta, ya que estos son tan diversos que se encuentran de un extremo a otro. Pero lo más significativo es que Rotulaciones "León" realiza sus ventas de puerta en puerta.
5. La infraestructura de servicios auxiliares que requiere Rotulaciones "León" en su giro se encuentran a su alcance, como son:
  - a) Electricidad (110-220 Volts)
  - b) Agua
  - c) Teléfono
  - d) Vías de acceso rápidas
  - e) Seguridad pública
  - f) Recolección de basura<sup>48</sup>
  - h) Drenaje

---

<sup>47</sup> La localización óptima del negocio es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social).

<sup>48</sup> Es importante ya que no saben la cantidad de basura que se genera de una semana a otro.



## 2.11. DEFINICIÓN DEL TAMAÑO DE LA PLANTA

Como Rotulaciones "León" está iniciando sus operaciones consideramos que un espacio de 6m<sup>2</sup> en este espacio se acomodarán el mobiliario de oficina, el equipo de trabajo y el personal.

Sin embargo consideramos que cuando la empresa crezca, requiere un mayor espacio, no solo para el personal, sino también para los diferentes equipos auxiliares, maquinarias, y mobiliario de oficina.



## 2.12. DISTRIBUCIÓN INTERIOR DE LA PLANTA

---

Para un desarrollo eficiente de las actividades de Rotulaciones "León", fue necesario delimitarlas áreas de trabajo y asignar a cada una de ellas una actividad específica. Se eligió la distribución por procesos<sup>49</sup> ya que consideramos que es la que más se ajusta a nuestras necesidades.

Dicha áreas son:

### A. Oficina y Área de diseño y corte

Es el área donde se pagan y hacen las facturas de los materiales y de las nóminas y es donde se encuentra el dueño de la empresa. En esta área laboran el encargado de comercialización que realiza las labores de llamar y concertar las citas con los clientes.

Por otro lado se en esta parte se ubican las máquinas la computadora, el plotter, el scanner, etc. En está área se ubica también nos encontramos los encargados de realizar los diseños, que posteriormente mandarán a cortar.

### B. Almacén

Es el lugar asignado para almacenar los materiales, viniles, accesorios, transfer, etc., de una manera ordenada según las áreas donde se utilizarán posteriormente. También aquí se guardan los trabajos o bien piezas que se hicieron de más para futuros trabajos.

### C. Mesa de trabajo

Es el lugar donde realizamos el depilado, se les aplica el transfer y donde se instalan y terminan pequeños trabajos.

### D. Área de trabajo

En esta área se lleva a cabo el proceso de instalación y por lo tanto de terminado de los trabajos, supervisándose el buen acabado y la ausencia de defectos; ahí se lleva a cabo la aprobación o rechazo de los trabajos. Finalmente en esta área se lleva a cabo el proceso de empaquetado, en bolsas de plástico o trozos de papel.

### E. Baños

---

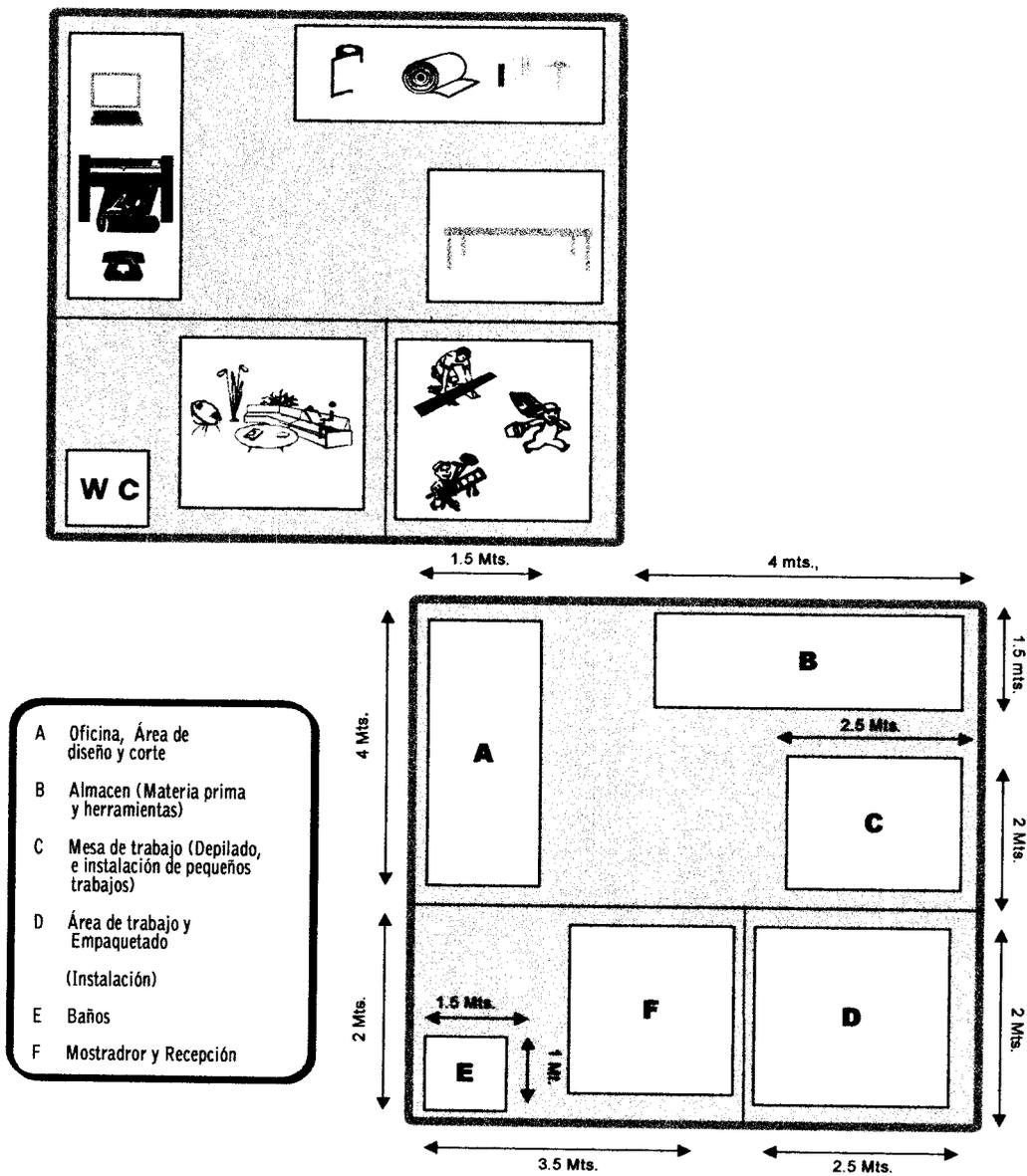
<sup>49</sup> Distribución por procesos. Agrupa a las personas y al equipo que realizan funciones similares. Hacen trabajos rutinarios en bajos volúmenes de producción. El trabajo es intermitente y guiado por ordenes de trabajo individuales. Sus características son: son sistemas flexibles para trabajo rutinario, por lo que son menos vulnerables a los paros. El equipo requiere de mano de obra especializada.



F. Mostrador y recepción

En esta área se atiende a los clientes y se reciben y cancelan nuevos pedidos. También aquí se exhiben los diferentes trabajos y muestras, a la vista de los posibles clientes para lograr su interés.

DISTRIBUCIÓN INTERIOR DE LA PLANTA DE ROTULACIONES "LEÓN"





### 2.13. FUNCIONES DE LA EMPRESA

---

En toda empresa se desarrollan a un tiempo diversas funciones interrelacionadas que producen ciertos resultados y la calidad y cantidad de éstos son responsabilidad fundamental de los empleados que tienen a su cargo dichas funciones. Sin embargo, la suma de estos resultados no obedece a reglas aritméticas, ya que en la administración gerencial, es factible que la suma pueda ser menor, igual o mayor a sus sumandos. Al no existir coordinación y orientación de los objetivos predeterminados por la Dirección, puede ocurrir que en vez de alcanzarlos se propicie una situación que ponga en riesgo la supervivencia de la empresa.

Las funciones de Rotulaciones "León" son:

1. **Compras.** Suministra a Rotulaciones "León" una corriente continua de insumos con la calidad y precios convenientes. Las actividades básicas de este rubro son:

- **Calidad.** Adquisición de insumos que cubran las especificaciones de fabricación.
- **Cantidad.** Determinación de la cantidad de insumos requeridos para el cumplimiento de compromisos.
- **Precio.** Obtener el mejor precio de compra sin afectar la calidad y la cantidad.
- **Tiempo.** Elaboración de programas de reaprovisionamiento con base en los compromisos contraídos y los pronósticos de ventas.
- **Control de inventarios.** Determinación de los tipos de inventarios (materia prima, artículos en proceso, productos terminados, herramientas, refacciones).
- **Proveedores.** Evaluación y selección de proveedores de acuerdo con su confiabilidad, servicios, ubicación, condiciones de venta, fechas de entrega, transferencias de derechos, descuentos en la compra, descuentos en la cantidad y descuentos por pronto pago.

2. **Producción.** Comprende el proceso productivo que se lleva a cabo en Rotulaciones "León", desde que ingresan los insumos (materia prima, materiales auxiliares, maquinaria, herramientas, personal) hasta que, mediante la conversión adecuada de todos, se obtiene un producto listo para su venta. El ciclo de producción de Rotulaciones "León", comprende las siguientes actividades básicas:

- **Planeación de la producción.** Programación y administración de la maquinaria, materiales y mano de obra.
- **Organización de la producción.** Coordina los factores determinantes de la producción, como: la necesidad de entregar en fechas determinadas, la recepción de pedidos pequeños y numerosos, entre otros.
- **Dirección de la producción.** Fija y establece políticas funcionales de producción (sobre planta y equipo, diseño e ingeniería de productos, planeación y control de la producción, y personal operativo),



mantenimiento, toma de decisiones y de medidas correctivas necesarias para la regulación del proceso productivo.

- Control de la producción. Supone el conocimiento completo y exacto de la situación de todos los materiales que se utilizan en el proceso productivo, mediante la regulación del tráfico de piezas en la fabricación y los montajes para conocer el proceso de las materias en transformación, calcular la posibilidad de cumplir los compromisos, prevenir la reducción de existencias y aprovechar la maquinaria, materias primas, almacenes y capacidad instalada en general. Establecer coordinación entre el control calidad y el control de costos.

3. **Finanzas.** Esta función comprende las siguientes actividades básicas: proveer los recursos monetarios adecuados, por su cuantía y origen, para efectuar las inversiones necesarias, así como desarrollar las operaciones cotidianas de la empresa; establecer y tener en funcionamiento una organización para la recopilación de datos, sobre todo financieros y de costos, con el fin de mantener informada a la empresa de los aspectos económicos de sus operaciones. Dentro de sus funciones básicas están:

- Obtención de financiamiento. Búsqueda de recursos mediante financiamiento interno y externo.
- Elaboración de presupuestos. Formulación de presupuestos para la asignación de recursos monetarios cada área operativa, por ejemplo, la comercialización, la producción y las compras.
- Costos y gastos. Determinación de los costos y gastos ocasionados por la producción y administración, por ejemplo: los costos de mano de obra, costos por proceso, costos estándar, costos por distribución y ventas..
- Contabilidad. Manejo de registros contables que permitan generar información financiera confiable, como el balance general, estado de resultados, estados financieros proforma.
- Crédito. Determinación de tipos de crédito, plazos y formas de pago.
- Cobranzas. Distribución de la cartera de clientes, control de pagos y créditos.
- Facturación. Elaboración y revisión de facturas.
- Caja. Manejo adecuado del efectivo, recepción de cobros, manejo de cuentas de cheques.

4. **Personal.** Su función principal será el capacitarnos y organizarnos para alcanzar la productividad óptima en el desempeño de nuestras labores. Con la finalidad de que cuando la empresa crezca podemos brindar funciones como:

- Reclutamiento
- Selección
- Contratación
- Capacitación
- Desarrollo



- Administración de sueldos y salarios
- Deducciones IMSS, SAR, ISPT, entre otras.
- Control de incidencias del personal
- Evaluación del personal

5. **Mercadotecnia.** Es una de las fases principales en el desarrollo de una empresa, ya que representa el factor clave para colocar los productos en el mercado de consumo y de esta forma satisfacer las necesidades de los consumidores y obtener utilidades.

La función comercial comprende diversas actividades, entre las que cabe mencionar las siguientes:

- Investigación de mercados. Reunión, registro, tabulación y análisis de datos relacionados con el producto, el precio, la marca, el envase, la garantía y servicios, las necesidades del cliente y la competencia.
- Distribución. Determinación de los medios por los cuales la empresa hace llegar el producto a los consumidores.
- Medios de promoción. Definición de las actividades necesarias para dar a conocer el producto y los mecanismos más apropiados de promoción en el mercado seleccionado; determinación de presupuesto para promoción y publicidad, selección de medios para la publicidad, determinación de estrategias de promoción, entre otros.

## **2.14. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

Es el elemento que define las relaciones que deben existir entre las actividades y los órganos de decisión de una empresa, así como las líneas de autoridad formal que se fijan y el derecho que por su nivel jerárquico tiene un empleado de exigir el cumplimiento responsable de sus deberes a un colaborador directo o de aceptar el colaborador las decisiones que por función haya tomado su superior.

La estructura organizacional representa la autoridad y las diversas combinaciones de la división de funciones. Se expresa en organigramas y se complementa con un análisis de puestos.

En tanto que las empresas medianas y grandes pueden permitir la incorporación de un equipo especializado para cada área, para Rotulaciones "León" esto resulta imposible por lo que nosotros como dueños nos tenemos que ocupar de las funciones administrativas y operativas al mismo tiempo, teniendo que sacar a Rotulaciones "León" adelante a pesar de sus recursos limitados y de no ser especialistas en todas las áreas del negocio que dirigimos, cuestión que tampoco es fácil de lograr por razones del avance tecnológico.

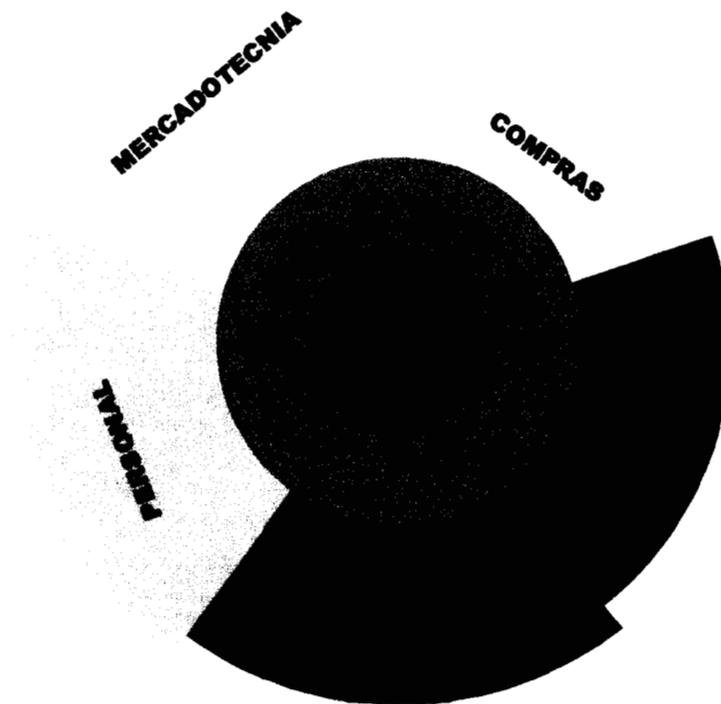


## ROTULACIONES LEÓN

Pero si bien tenemos que asumir todas las funciones, lo que ha ayudado a Rotulaciones "León" es contar Alejandro Sánchez en la parte operativa ( ya él tiene gran experiencia en este campo) y con Yaseli León en la parte administrativa, por lo que el desempeño de las funciones como los resultados han sido positivos. Sin embargo por el momento requerimos de la contratación de los servicios de un especialista en contabilidad que nos presta ayuda en forma efectiva.

Un último importante de destacar es que en Rotulaciones "León" no se puede hacer una descripción de puestos de los encargados, ya que se trabaja como se marca en el organigrama se trabaja por medio de acuerdos, en donde todos ayudamos a realizar las funciones de la empresa. Y dependerá de la oportunidad, necesidad, habilidad, tiempo, etc.; que tengamos para desarrollar dichas funciones.

### *Organigrama<sup>50</sup> de Rotulaciones "León"*



<sup>50</sup> Un organigrama representa en forma gráfica las principales funciones y líneas de autoridad de una empresa en un momento dado. Existen diversos criterios para fijar el nombre con que se designan las gráficas en las que se representa la estructura de un organismo social.



Se escogió un tipo de organigrama de presentación circular, ya que se considera que en una empresa tan pequeña las funciones de los que formamos parte de la empresa se encuentran mezcladas, siempre buscando satisfacer todos los requerimientos de la empresa.

**Encargados:**

Gustavo León

Yaseli León

Gustavo León (Jr.)

### **2.15. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO TÉCNICO OPERATIVO**

Por lo que se puede apreciar a través del análisis técnico-operativo, se puede concluir que en el ramo de rotulación por computadora tiene una gran variedad de productos, que si bien son clasificados en varias ramas, son muy variados los productos de una misma rama, ya que en este tipo de negocios lo que nunca buscara es la estandarización, sino todo lo contrario una muy amplia variedad de productos que dependerán de la creatividad e innovación de cada empresa de rotulación por computadora.

En lo referente a Rotulaciones "León" se pudo comprobar la factibilidad de fabricación de sus productos, ya que tanto el equipo, la herramienta, la materia prima, el equipo e insumos auxiliares, como demás aditamentos necesarios, se encuentran al alcance de cualquier negocio de rotulación por computadora. Aunque tanto el plotter como los programas de diseño son especializados y por lo general importados, ya hay en México empresas que se dedican especialmente a su distribución, como Papalopi, Graftek, Roland, etc., por lo que el problema que pudieran tener las empresas de rotulación por computadora hoy ha sido superado e incluso tal vez sea la causa de que se haya expandido tanto y con tanta rapidez este tipo de negocios en todo el mercado.

No obstante, a través de este estudio se ha podido comprobar que Rotulaciones "León" no tiene solo la posibilidad, sino que tiene todo para comenzar equipo, herramienta, materia prima y los más importante, ya tiene tanto un buen punto de localización, que se ha complementado con un buen tamaño de la planta y una magnífica distribución dentro de la misma.

Un factor que es de suma importancia es que ya cuenta con el personal necesario, que harán de la empresa una de las mejores dentro de su ramo.

Finalmente quiero agregar que a pesar de que la lucha será mucha y constante Rotulaciones "León" saldrá adelante.



## **CAPÍTULO 3. MARCO LEGAL DE ROTULACIONES "LEÓN"**

Para toda empresa sea micro, pequeña, mediana o grande, es importante conocer los aspectos legales a los que se encuentra sujeta ya que son las que regirán la acción de la empresa, con la finalidad de tener un buen manejo de la misma, por lo que resulta importante para Rotulaciones "León" conocer su situación jurídica.

Ya que una microempresa es una constitución jurídica donde se entrelazan contratos laborales, comerciales y otras, que generan relaciones económicas que producen las pérdidas y utilidades de un negocio. Otra finalidad es realizar los elementos administrativos de una manera eficiente y oportuna, con la finalidad de que no se produzcan relaciones jurídicas que dañen a la empresa.

Un negocio debe realizar actos de comercio cotidianamente para que exista como tal. No son simples operaciones de compra-venta, sino una gama infinita de posibilidades, según lo establece el Código de Comercio.

Las actividades que el Código Fiscal de la Federación establece como empresariales no difieren sustancialmente de las que señala el Código de Comercio.

### **3.1. ACTIVIDADES EMPRESARIALES**

---

Se entiende por actividades empresariales las siguientes:

1. Las comerciales, que son las que tienen ese carácter, de conformidad con las leyes federales.
2. Las industriales, entendidas como la extracción, conservación o transformación de materias primas, acabado de productos y la elaboración de satisfactores.
3. Las agrícolas, que comprenden las actividades de siembra, cultivo, cosecha y la primera enajenación de los productos obtenidos que no hayan sido objeto de transformación industrial.
4. Las ganaderas, consistentes en la cría y engorda de ganado, aves de corral y animales, así como la primera enajenación de sus productos que no hayan sido objeto de transformación industrial.



5. Las de pesca, que incluyen la cría, cultivo, fomento y cuidado de la reproducción de toda clase de especies marinas y de agua dulce, así como la captura y extracción de las mismas y la primera enajenación de esos productos, que no hayan sido objeto de transformación industrial.
6. Las silvícolas, referentes al cultivo de los bosques o montes, así como a la cría, conservación, restauración, fomento y aprovechamiento de la vegetación de los mismos y la primera enajenación de éstos, que no hayan sido objeto de transformación industrial.

Rotulaciones "León" se encuentra dentro del ramo de actividad industrial.

Rotulaciones "León" requiere de la siguiente organización jurídica para su correcta operación:

Fue dada de alta en la Administración Local de recaudación del Oriente del D.F., como una Actividad<sup>51</sup> Industrial de Servicios de Publicidad y Actividades Conexas.

### 3.2. OBLIGACIONES DE ROTULACIONES "LEÓN"

Sus obligaciones<sup>52</sup> son:

- ✓ **PERSONA FÍSICA:** Es todo individuo sujeto a un gravamen fiscal.

Para determinar si las personas físicas pueden establecerse como empresarios, ya señalamos las características que menciona el Código de Comercio, así como el Código Fiscal de la Federación; sin embargo, es necesario precisar las disposiciones que señala el Código Civil para el Distrito Federal en Materia Común y para toda la república en Materia Federal, en relación con las personas físicas. Dicho ordenamiento señala que la capacidad jurídica de las personas físicas se adquiere con el nacimiento y se pierde con la muerte, y que el mayor de edad (18 años cumplidos) tiene facultades para disponer libremente de su persona y bienes, salvo en los casos de las limitaciones que establece la ley.

---

<sup>51</sup> Actividad: Es el conjunto de acciones que se llevan a cabo para cumplir las metas de un programa o subprograma de operación, que consiste en la ejecución de ciertos procesos o tareas (mediante la utilización de los recursos humanos, materiales, técnicos, y financieros asignados a la actividad con un costo determinado), y que queda a cargo de una entidad administrativa de nivel intermedio o bajo.

Actividades empresariales: Conjunto de acciones realizadas por empresarios privados en las diferentes áreas económicas tales como las comerciales, industriales, agrícolas, ganaderas, silvícolas, pesqueras, mineras y de servicios.

<sup>52</sup> Obligación: Título de crédito que confiere al tenedor el derecho de percibir un interés anual fijo, además del reintegro de la suma prestada en una fecha convenida.



El Código Civil enlista con toda precisión a las personas físicas con incapacidad natural y legal:

- Los menores de edad.
- Los mayores de edad privados de inteligencia por locura, idiotismo o imbecilidad, aun cuando tengan intervalos lúcidos.
- Los sordomudos que no saben leer ni escribir.
- Los ebrios y drogadictos consuetudinarios.

Cualquier persona física que legalmente pueda obligarse a contraer responsabilidades y tener derechos puede con libertad establecerse como empresario, es decir, crear su negocio, cumpliendo adicionalmente con las disposiciones del Código de Comercio.

En términos generales, la persona física tiene mayor amplitud para hacer negocios al no tener que cumplir con toda la serie de obligaciones formales a que le obligaría una sociedad mercantil, ya que al ser su propio patrón, ella misma decide hasta dónde debe o puede comprometerse al realizar sus negociaciones; esto evidentemente sin mencionar el aspecto fiscal que tiene importantes diferencias.

No obstante lo anterior, hay que señalar que cuando la persona física se obliga, su responsabilidad es tal que incluso puede comprometer el patrimonio familiar, ya que no existe un mínimo o máximo legal para adquirir tales obligaciones; por lo tanto, en el caso de personas físicas es vital evaluar el régimen de contrato matrimonial que, siendo los dos caminos legales el de la sociedad conyugal y el de separación de bienes, tienen características perfectamente definidas. En este supuesto, una sociedad conyugal se puede trasladar, previos trámites legales, a separación de bienes, sin necesidad de romper el contrato matrimonial.

Otro punto importante que la persona física empresario debe definir es quién heredará a su muerte el negocio. Por desgracia, éste es un aspecto que con mucha frecuencia se descuida en México, dada la idiosincrasia del mexicano, que cree que nunca va a morir; sin embargo, conviene conocer que en caso de morir sin testamento, tendrán derecho a heredar por sucesión legítima los descendientes, cónyuges, ascendientes, parientes colaterales dentro del cuarto grado y la concubina; y a falta de éstos, la beneficencia pública; en el primer caso, es muy fácil suponer que un negocio se divida en "N" fracciones, o que se venda, lo cual no necesariamente reflejará la voluntad de la persona física fundadora de un negocio.

Es pues conveniente que la persona física empresaria defina con claridad los puntos anteriores para evitar situaciones no deseadas, pero sobre todo dolorosas.



- ✓ **IVA GRAVADO O IMPUESTO AL VALOR AGREGADO:** Tributo que se causa por el porcentaje sobre el valor adicionado o valor agregado a una mercancía o un servicio, conforme se completa cada etapa de su producción o distribución. Tributo de etapas múltiples, de carácter no acumulativo, resultante de la diferencia entre el IVA causado sobre las ventas de mercancías y las prestaciones de servicios efectuados por los contribuyentes, que constituye su obligación tributaria, y el IVA acreditable correspondiente a las adquisiciones de mercancías y servicios de terceros, que constituyen un derecho utilizable por los causantes.
  
- ✓ **RÉGIMEN DE PEQUEÑOS CONTRIBUYENTES:** por ser una persona física que obtiene ingresos por el desarrollo de actividades comerciales. Rotulaciones "León" opta por pagar el impuesto sobre la renta en el Régimen de Pequeños Contribuyentes, ya que por ser una microempresa que apenas comienza se estima que sus ingresos propios de su actividad empresarial y sus intereses obtenidos en el año de calendario anterior, no excederán los \$600,000.00.<sup>53</sup>

I.- Solicitar su inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes.

225498

II.- Presentar aviso de opción a este régimen, a más tardar el 31 de marzo del año en el que comiencen a pagar el impuesto, o dentro del primer mes siguiente al de inicio de operaciones.

Cuando se deje de pagar el impuesto como pequeño contribuyente, se deberá presentar aviso ante la autoridad administradora que corresponda, dentro del mes siguiente a la fecha en que se dé este supuesto.

Los contribuyentes que dejen de pagar el impuesto conforme a este régimen, así como aquellos que hubieran tributado conforme al Régimen General de la Ley del Impuesto sobre la Renta, en ningún caso podrán volver a tributar como Pequeños salvo que hubieran tributado en este Régimen hasta por los dos ejercicios inmediatos anteriores, cuando éstos hubieran comprendido el de inicio de actividades, y el siguiente, y se reúnan los requisitos para tributar en este régimen.

En estos casos, durante el primer ejercicio se continuará llevando la contabilidad conforme a las disposiciones fiscales.

Cuando los ingresos que se obtengan en el primer semestre del ejercicio en que se inicie como Pequeño, rebase el monto establecido, para tributar como tal, se cubrirá el impuesto a partir de este semestre, conforme al Régimen General a las Actividades Empresariales, con la actualización y recargos correspondientes a los pagos provisionales, que debieron efectuarse conforme a este régimen. De exceder el monto de ingresos hasta el final del ejercicio, la actualización y recargos se calcularán sobre la

<sup>53</sup> Fundamento Legal: artículo 119-M LISR.



diferencia que se hubiera cubierto como Pequeño Contribuyente y que debió cubrirse conforme al Régimen General.

III.- Conservar comprobantes que reúnan requisitos fiscales, por las compras de bienes nuevos que usen en su negocio, cuando el precio sea superior a \$1,657.00.

IV.- Llevar un registro de sus ingresos diarios.

Cuando el contribuyente expida uno o más comprobantes que reúnan los requisitos fiscales que señala el Código Fiscal de la Federación y su Reglamento, a partir del mes en que se expidió el comprobante de que se trate, en lugar del registro de ingresos diarios, deberá llevar contabilidad simplificada en los términos del artículo 32 del Reglamento del Código Fiscal. Los comprobantes a que se refiere este párrafo deberán contener, además, la leyenda de: "Régimen de Pequeños Contribuyentes".

V. Entregar a sus clientes copias de las notas de venta cuando se trate de operaciones mayores de \$50.00 y conservar originales de las mismas. Estas notas deberán reunir los requisitos a que se refieren las fracciones I, II y III del artículo 29-A del Código Fiscal de la Federación y el importe total de la operación en número o letra.

En los casos en que los contribuyentes utilicen máquinas registradoras, podrán expedir como comprobantes simplificados, la copia de la parte de los registros de auditoría de dichas máquinas en la que aparezca el importe de la operación de que se trate.

VI.- Presentar en los meses de julio del ejercicio al que corresponda el pago y enero del ejercicio siguiente, declaraciones semestrales en las que se determinará y pagará el impuesto conforme a lo dispuesto por el artículo 119-N de la Ley del Impuesto sobre la Renta.

Tratándose de contribuyentes que expidan uno o más comprobantes con todos los requisitos fiscales, a partir de que se expidió el comprobante efectuarán pagos trimestrales a más tardar el día 17 de los meses de abril, julio, octubre y enero del siguiente año. Los pagos semestrales y trimestrales, tendrán el carácter de definitivos, salvo en los casos en que los contribuyentes ejerzan la opción de presentar la declaración del ejercicio, en el que se considerarán como pagos a cuenta.

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público publicará las tablas que correspondan a los pagos trimestrales y semestrales previstos en esta fracción.

Los contribuyentes del régimen de pequeños contribuyentes que hayan efectuado pagos en forma semestral o trimestral, podrán calcular el impuesto en forma anual, pudiendo acreditarse contra el impuesto a pagar en el año, en los términos del primer párrafo del artículo 119-N de la Ley del



Impuesto sobre la Renta, los pagos semestrales o trimestrales, según sea el caso, del mismo ejercicio efectuados con anterioridad. El impuesto del ejercicio se pagará mediante declaración que presentarán ante las oficinas autorizadas durante el período comprendido entre los meses de febrero y abril siguientes a la fecha en que termine el ejercicio fiscal de que se trate. Una vez ejercida la opción, no podrán variarla por un período no menor de cinco ejercicios contados a partir de aquél en el que se empezó a ejercer la opción citada.

VII.- Tratándose de las erogaciones por concepto de salarios, los contribuyentes deberán efectuar la retención y el entero por concepto del Impuesto sobre la Renta de sus trabajadores, conforme a las disposiciones previstas en esta Ley y su Reglamento. Esta obligación podrá no ser aplicada hasta por tres trabajadores cuyo salario no exceda del salario mínimo general del área geográfica del contribuyente elevado al año.

VIII.- No realizar actividades a través de fideicomisos.

Los contribuyentes que habiendo pagado el impuesto conforme a lo previsto en esta Sección, cambien de Sección deberán, a partir de la fecha del cambio, cumplir con las obligaciones previstas en los artículos 112 ó 119-I de la Ley del Impuesto sobre la Renta, según sea el caso.



3.3. FORMATOS NECESARIOS PARA LA DECLERACIÓN DE IMPUESTOS DE ROTULACIONES "LEÓN"

CERTIFICACION O SELLO DEL BANCO



**SAT**  
Servicio de Administración Tributaria

6  
6P1A989 T 282

ADHIERA ETIQUETA CON CODIGO DE BARRAS

**(B)**  
ALR

**(B<sub>1</sub>)**  
REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES

ANTES DE INICIAR EL LLENADO LEA LAS INSTRUCCIONES

APellido PATERNO, MATERNO Y NOMBRES: **(B<sub>2</sub>)**

NOTA: LA LETRA CORRESPONDIENTE TIPO DE DECLARACION  
 N = NORMAL, C = COMPLEMENTARIA  
 R = CORRECCION, D = COMPLEMENTARIA POR INCUMPLIMIENTO  
 = CREDITO PARCIALMENTE IMPUTADO

**(C)**

COMPLEMENTARIA NUMERO:  MARQUE A EN LOS ANEXOS QUE PRESENTA **(C<sub>1</sub>)**

CANTIDAD A PAGAR	CANTIDAD	CANTIDAD	CANTIDAD	CANTIDAD	CANTIDAD
A ISR	045	<b>( 30 )</b>	I CREDITO AL SALARIO PAGADO EFECTIVO	856	
B IA	548		A CARGO	9703	<b>( 34 )</b>
C IVA	865	<b>( 31 )</b>	A FAVOR	9704	
D SUMA DE IMPUESTOS PAGAR (A+B+C)	9701	<b>( 32 )</b>	ISR	720	<b>( 35 )</b>
E PARTE ACTUALIZADA DE IMPUESTOS	637		IVA	818	
F RECARGOS	362		K CANTIDAD A COMPENSAR	IA	892
G MULTA CORRECCION	104		DIFERENCIA AL SALARIO REMOVIDO DE APLICAR	844	
H TOTAL DE CONTRIBUCIONES A PAGAR (D+E+F+G)	9702	<b>( 33 )</b>	L DIFERENCIA A CARGO DE IMPUESTOS DE LA COMPENSACION (J-K)	9706	<b>( 36 )</b>
			M CREDITO DIESEL	846	
			N OTROS ESTIMULOS	847	
			IMPORTE PAGADO EN LA DECLARACION QUE RECTIFICA	9771	
			DA MES AÑO		
			O NETO A CARGO	9712	<b>( 37 )</b>
			SI PAGA EN PARCELAS DEBE ANOTAR EL NUMERO DE ELLAS	9713	<b>( 38 )</b> PARCELAS
			P IMPORTE DE LA PRIMERA PARCELAS	9775	<b>( 39 )</b>
			DIFERENCIA A CARGO DE SOSTAIDA (LA PRIMERA PARCELAS)	878	<b>( 40 )</b>
			Q CANTIDAD A PAGAR	790	<b>( 41 )</b>

DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD QUE LOS DATOS CONTINUIDOS EN ESTA DECLARACION SON VERDADEROS

**(D)**

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE O SU REPRESENTANTE LEGAL (EN CASO DE TENERLO)

**(E)** **(E<sub>1</sub>)**

9714 BALDO A FAVOR DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA, OPTA POR: COMPENSACION 1 DEVOLUCION 2

DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD QUE ESMI VO UNIDAD COMO CONTRIBUYENTE BENEFICIARIO DE LA DEVOLUCION DE IMPUESTO SOBRE LA RENTA A QUE TENGO DERECHO Y CONFORME AL PARRAFO PRIMERO DEL ARTICULO 22 DEL CODIGO FISCAL DE LA FEDERACION QUE ESTA SEA DEPOSITADA EN

**(E<sub>2</sub>)**

NOMBRE DEL BANCO:  **(E<sub>2</sub>)**

VIA DE CREDITO:

CLAVE DE BANCO:

NO. DE CHERITA:

NUMERO DE LA TRANSFERENCIA ELECTRONICA DE FONDOS:

**(F)**

DOMICILIO FISCAL DEL CONTRIBUYENTE **(F)**

CALLE:  NO. Y CALLETA EXTERIOR:  NO. Y CALLETA INTERIOR:

COLONIA:  MUNICIPIO O DELEGACION EN F.D.F.:  CODIGO POSTAL:

LOCALIDAD:  ENTIDAD FEDERATIVA:

SE PRESENTA POR DUPLICADO



2 REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES  
(B1)

6P2A98A

283

1 IMPUESTO SOBRE LA RENTA					
TOTAL DE INGRESOS (11)	1025	IMPUESTO DEL EJERCICIO (1027-1028-1029-1030-1031-1032)	1009	<b>( 10 )</b>	
TOTAL DE INGRESOS ACUMULABLES (RENGLON 11 G + H) DE ESTA PÁGINA	1001	RENTAS (TOTAL PAG 22)	1027		
DEDUCCIONES PERSONALES (RENGLON 10 G 23)	1002	PAGOS PROVISIONALES Y AJUSTES (S R AUSENTES)	1030		
BASE DEL IMPUESTO (1001-1002)	1025	IMPUESTO PAGADO EN EL EXTRANJERO (2 DE ESTA PÁGINA)	1012		
IMPUESTO ART. 141 A RENG. 1028	1027	OTROS (5)	1022		
SUBSIDIO ART. 141 A	1028	IMPUESTO PA A DECLARACION QUE RECTIFICA (10, 101, 102)	1015		
REDUCCIONES (12)	1029	A CARGO	1015		
CREDITO GENERAL (13)	1030	A FAVOR	1018		
IMPUESTO A INGRESOS NO ACUMULABLES (4)	1031	NETO (7)	1017	<b>( 10 )</b>	
IMPUESTO DEFINITIVO DE ACTIVIDAD EMPRESARIAL (A CARGO) (10 PAG 11)	1007	A CARGO	1018	<b>( 11 )</b>	
IMPUESTO DEFINITIVO DE ACTIVIDAD EMPRESARIAL (A FAVOR) (10 PAG 11)	1008	A FAVOR	1018	<b>( 11 )</b>	
		SALDO A FAVOR DE (S R ADRECIADO CONTRA LA	1016		
		NETO A FAVOR (1018 - 1019)	1020	<b>( 11 )</b>	

2 PÉRDIDAS FISCALES O EXCESO DE DEDUCCIONES QUE SE DISMINUYEN A LOS INGRESOS ACUMULABLES			
A INGRESOS ACUMULABLES (4)	9526	B REMANENTE (7 F)	9526
EXCESO DE DEDUCCIONES POR ARRUMENDAMIENTO (10 G 7 RENG. 1055)		PÉRDIDA FISCAL POR ACTIVIDADES EMPRESARIALES (10 G 7 RENG. 1055)	
C REMANENTE DE (A - B)	9526	I TOTAL DE INGRESOS ACUMULABLES (10 G 14)	
EXCEDENTE DE LA PÉRDIDA POR ENAJENACIÓN DE BIENES (10 G 8 RENG. 1030)		PARTE DE LA PÉRDIDA NO DISMINUIDA EN ESTA DECLARACION	
E REMANENTE (C - D)	9524	J POR ENAJENACION DE BIENES (CAPITULO V) (10 G 8 RENG. 1030)	
EXCESO DE DEDUCCIONES POR ADQUISICION DE BIENES (PAGINA 10 RENG. 1040)		K POR ACTIVIDADES EMPRESARIALES (CAPITULO VI) (10 G 8 RENG. 1030)	

3 IMPUESTO ACREDITABLE PAGADO EN EL EXTRANJERO			
CONCEPTOS	TOTAL	MEXICO	EXTRANJERO
L TOTAL DE INGRESOS (10)	9540	9540	9540
M PROPORCION DE INGRESOS DEL EXTRANJERO (9542 ENTRE 9540)	9543		
N IMPUESTO DEL EJERCICIO (RENGLON 1009 DE ESTA PAGINA)			
O MONTO MÁXIMO ACREDITABLE (M POR N)	9545		
P IMPUESTO PAGADO EN EL EXTRANJERO	9546		
Q IMPUESTO ACREDITABLE ART. 141 R (EL MENOR DE O P Y Q)			
R IMPUESTO PREVIAMENTE ACREDITADO (P - Q)	9549		

1) ANOTE LA SUMA DE LOS IMPUESTOS DECLARADOS EN LOS RENGLOS SIGUIENTES DE LA PAGINA 5 RENGLOS 1781-1836 DE LA PAGINA 7 RENG. 1841 DE LA PAGINA 9 RENGLOS 1731-1732-1733 DE LA PAGINA 10 RENGLOS 1734-1735 DE LA PAGINA 20 RENG. 1736-1737 DE LA PAGINA 25 RENG. 1738

2) CUENDE APLICAR EN LA REDUCCION DEL ARTICULO 141 NO TIENE DERECHO A Pagar EL SUBSIDIO (3) EN DECLARACIONES ANTERIORES A 1993 SE ANOTARÁ EL 10% S.M.G.

4) INCLUYE IMPUESTO SOBRE LOS INGRESOS DE LOS RENGLOS 1797 DE LA PAGINA 5 1732 Y 1733 DE LA PAGINA 9

5) POR EJEMPLO: CREDITO SOBRE PROPIONDA A DERECHOS DE AUTOR CREDITO EN LA ORIGIN DE LA ACUMULACION DE DIVIDENDOS, ETC.

10) PASE ESTE IMPORTE AL RENG. 1045 DE LA CARATULA

11) 1009 (1027+1028+1029+1030+1031)

12) ANOTE LA SUMA DE LOS INGRESOS ACUMULABLES DECLARADOS EN LOS RENGLOS SIGUIENTES DE LA PAGINA 5 RENGLOS 1774-1801 DE LA PAGINA 7 RENG. 1804 DE LA PAGINA 9 RENG. 1751 DE LA PAGINA 10 RENGLOS 1752-1753-1754 DE LA PAGINA 20 RENG. 1755

13) ANOTE LA SUMA DE LOS INGRESOS GRAVADOS DECLARADOS EN LOS RENGLOS SIGUIENTES DE ESTA PAGINA RENG. 1701 DE LA PAGINA 5 RENG. 1737 DE LA PAGINA 9 RENGLOS 1732 y 1733



3

REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES

(B1)

6P3A98B

284

**1 IMPUESTO AL ACTIVO**

OPCIÓN POR APLICAR EL ARTÍCULO 5-A DE LA LEY DEL IMPAC 2002 SEÑALE A QUÉ EJERCICIO CORRESPONDEN LAS CIFRAS(1) 2003

<b>VALOR DEL ACTIVO</b>		<b>ISR ACREDITADO (2)</b>	2041
<b>A. ARRENDAMIENTO</b> (2889 PÁGINA 7)		<b>DIFFERENCIA DE IMPUESTO A CARGO (3)</b> (2043-2041)	2042
<b>B. ACTIVIDAD EMPRESARIAL RÉGIMEN GENERAL</b> (2903 PÁGINA 12)		<b>PAGOS PROVISIONALES EFECTIVAMENTE PAGADOS SIN ACREDITAMIENTO DEL ISR</b>	2043
<b>C. ACTIVIDAD EMPRESARIAL RÉGIMEN SIMPLIFICADO</b> (2909 PÁGINA 40)		<b>IMPUESTO EN LA DECLARACIÓN QUE RECTIFICA</b>	2044
15 VECES EL S.M.C. DEL ÁREA GEOGRÁFICA DEL CONTRIBUYENTE LLEVADO AL AÑO	2006	ISR A CARGO	2044
VALOR DEL ACTIVO EN EL EJERCICIO (A+B+C) 2006	2006	ISR A FAVOR	2045
IMPUESTO DETERMINADO	2007	<b>NETO</b>	2046
IMPUESTO ACTUALIZADO OPCIÓN ART. 5-A	2008	(2042-2043-2044)	2043
REDUCCIÓN DEL ART. 23 REGLAMENTO	2003	<b>SALDO A FAVOR DEL ISR ACREDITADO CONTRA LA (RENGLON 3019 PAG. 2)</b>	
REDUCCIONES DEL ART. 2-A DE LA LEY DEL A	2002	<b>NETO A CARGO (4)</b>	2050
IMPUESTO DEL EJERCICIO (2003+2006+2009+2002)	2040		

**2 IMPUESTO AL ACTIVO DE EJERCICIOS ANTERIORES**

**1-A. PAGADO EN LOS DIEZ EJERCICIOS ANTERIORES PENDIENTE DE APLICAR A LA FECHA 1.3.R. CAUSADO EN EXCESO DEL A. EN LOS TRES EJERCICIOS ANTERIORES, PENDIENTE DE APLICAR (ART. 9 SEGUNDO PÁRRAFO I.A.)**

TOTAL (B)	COMPENSADO EN EL EJERCICIO	TOTAL	ACREDITADO EN EL EJERCICIO
2003	2003	2042	2061

**3 IMPUESTO AL VALOR AGREGADO**

<b>VALOR TOTAL DE ACTOS O ACTIVIDADES (5)</b>	3905	<b>( 18 )</b>	<b>PAGOS EN AJANAS</b>	3934	<b>( 25 )</b>
<b>IMPUESTO DEL EJERCICIO (7)</b>	3374	<b>( 19 )</b>	<b>DEVOLUCIONES SOLICITADAS DE SALDOS A FAVOR DE PAGOS PROVISIONALES</b>	3519	<b>( 26 )</b>
<b>IMPUESTO ACREDITABLE DEL EJERCICIO (8)</b>	3918	<b>( 20 )</b>	<b>CANTIDAD COMPENSADA CONTRA OTROS IMPUESTOS</b>	3940	<b>( 27 )</b>
<b>SALDO A FAVOR DEL EJERCICIO ANTERIOR (9)</b>	3550	<b>( 21 )</b>	<b>IMPUESTO EN LA DECLARACIÓN QUE RECTIFICA</b>	3954	
<b>NETO A CARGO</b>	3931	<b>( 22 )</b>	ISR A CARGO	3954	
<b>NETO (3918-3932)</b>	3942	<b>( 23 )</b>	ISR A FAVOR	3952	<b>( 28 )</b>
<b>PAGOS PROVISIONALES</b>	3932	<b>( 24 )</b>	<b>NETO</b>	3954	<b>( 29 )</b>
			ISR A CARGO (10)	3952	
			ISR A FAVOR	3954	

1) ANOTE EN LOS RENGLONES A, B, C, 2003 Y 2006 LAS FECHAS DEL EJERCICIO CORRESPONDIENTE.  
 2) DEBERÁ ANOTARSE EL MONTO TOTAL QUE SE APLICÓ PARA EL PAGO DEL A DEL EJERCICIO, TAMBIÉN INCLUYE EL ACREDITAMIENTO DE LOS TRES ÚLTIMOS EJERCICIOS.  
 3) CUANDO EL ISR ES MAYOR QUE EL A NO HAYÁ ANOTACIÓN ALGUNAS EN ESTE RENGLÓN.  
 4) PASE ESTE IMPORTE AL RENGLÓN 3019 DE LA CARÁTULA.  
 5) MONTO ACTUALIZADO.  
 6) ANOTE LA SUMA DE LAS CANTIDADES DECLARADAS EN LOS RENGLONES SIGUIENTES:  
 A) DE LA PÁGINA 7 RENGLONES 3567-3569  
 B) DE LA PÁGINA 12 RENGLONES 3657-3659  
 C) DE LA PÁGINA 10 RENGLONES 3807-3809  
 D) DE LA PÁGINA 12 RENGLONES 3856-3858-3874-3876  
 E) DE LA PÁGINA 40 RENGLONES 3957-3959.  
 7) ANOTE LA SUMA DE LAS CANTIDADES DECLARADAS EN LOS RENGLONES SIGUIENTES:  
 DE LA PÁGINA 5 RENGLÓN 3702  
 DE LA PÁGINA 7 RENGLÓN 3874  
 DE LA PÁGINA 10 RENGLÓN 3707  
 DE LA PÁGINA 12 RENGLONES 3714-3726  
 DE LA PÁGINA 20 RENGLÓN 3932.  
 8) ANOTE LA SUMA DE LAS CANTIDADES DE LOS RENGLONES SIGUIENTES:  
 DE LA PÁGINA 5 RENGLÓN 3702  
 DE LA PÁGINA 7 RENGLÓN 3874  
 DE LA PÁGINA 10 RENGLÓN 3707  
 DE LA PÁGINA 12 RENGLÓN 3714-3726  
 DE LA PÁGINA 20 RENGLÓN 3932.  
 9) NO SE ANOTARÁ CANTIDAD SI NO CUANDO SE HAYA SOLICITADO SU DEVOLUCIÓN ANTES DEL EJERCICIO.  
 10) PASE ESTE IMPORTE AL RENGLÓN 3019 DE LA CARÁTULA.





24  
REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES  
(B-1)

**ANEXO 7**  
**PEQUEÑOS**  
**CONTRIBUYENTES**      6P2498E      416

1		IMPUESTO SOBRE LA RENTA	
INGRESOS	1906		( 1 )
DISMINUCIÓN (B.M.C.)	1907		( 2 )
BASE PARA ISR	1908		( 3 )
TASA (4)	1909	( 4 )	
IMPUESTO	1911		
IMPUESTO ACREDITABLE RETENIDO	1910		
PAGOS PROVISIONALES			
IMPUESTO ACREDITABLE PAGADO EN EXTRAORDINARIO			
SALDO A FAVOR	1912		( 8 )
A CARGO	1913		( 9 )
A FAVOR	1914		
MES	AÑO		
A CARGO (1)	1917		( 10 )
A FAVOR (2)	1918		( 11 )
PARTICIPACIÓN DE UTILIDADES EN CASO DE TENER TRABAJADORES ASALARIADOS, INDIQUE	9961		NÚMERO DE TRABAJADORES
IMPORTE A DISTRIBUIR	9962		
2		IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	
VALOR DE LOS ACTOS O ACTIVIDADES	TASA		
	POR 05.0 - NO. 1.674	3547	( 17 )
	08.0 - NO. 1.675	3548	( 18 )
	15.0 - NO. 1.676	3549	( 19 )
	25.0 - NO. 1.677	3550	( 20 )
	35.0 - NO. 1.678	3551	( 21 )
	45.0 - NO. 1.679	3552	( 22 )
	55.0 - NO. 1.680	3553	( 23 )
	65.0 - NO. 1.681	3554	( 24 )
	75.0 - NO. 1.682	3555	( 25 )
IMPUESTO CORRESPONDIENTE (4)	3549	( 19 )	
IMPUESTO ACREDITABLE (5)	3548	( 20 )	

LOS CONTRIBUYENTES QUE REALICEN ACTIVIDADES EMPRESARIALES, PUEDEN OPTAR POR PAGAR EL IMPUESTO BAJO ESTE RÉGIMEN, CUANDO SUS INGRESOS E INTERESSES OBTENIDOS EN EL EJERCICIO ANTERIOR O, EN SU CASO, EN EL EJERCICIO DE INICIO DE OPERACIONES, NO EXCEDAN DE LA CANTIDAD QUE SEÑALAN LAS DISPOSICIONES FISCALES VIGENTES

LOS PEQUEÑOS CONTRIBUYENTES PUEDEN OPTAR POR PRESENTAR LA DECLARACIÓN DEL EJERCICIO SI EJERCEN ESTA OPCIÓN LOS INGRESOS PROPIOS DE SU ACTIVIDAD EMPRESARIAL, NO SEAN ACUMULABLES A LOS INGRESOS DE LOS DEMÁS CAPÍTULOS, LOS PAGOS REALIZADOS DURANTE EL MES DE CONSIDERAN PAGOS PROVISIONALES Y EL IMPUESTO ANUAL QUE SE DETERMINE, SE CONSIDERA PAGO DEFINITIVO

**NOTA: CUANDO UTILICE ESTE ANEXO, EN LA CARÁTULA DEBERÁ MARCAR CON UNA "X" EL RECUA- DRO CORRESPONDIENTE AL ANEXO 4.**

**BORRADOR**

- PASE ESTE IMPORTE AL REBILÓN 1807 DE LA PAGINA 2 "IMPUESTO DEFINITIVO DE ACTIVIDAD EMPRESARIAL A CARGO".
- PASE ESTE IMPORTE AL REBILÓN 1832 DE LA PAGINA 2 "IMPUESTO DEFINITIVO DE ACTIVIDAD EMPRESARIAL A FAVOR".
- SI ME ESTA CANTIDAD A LOS VALORES DE LOS DEMÁS ACTOS O ACTIVIDADES Y ANOTE EL TOTAL EN EL REBILÓN 3906 DE LA PAGINA 3 "VALOR TOTAL DE ACTOS O ACTIVIDADES".
- SI ME ESTA CANTIDAD AL I.V.A. CORRESPONDIENTE A LOS DEMÁS CAPÍTULOS Y ANOTE EL TOTAL EN EL REBILÓN 3914 DE LA PAGINA 3 "IMPUESTO DEL EJERCICIO".
- SI ME ESTA CANTIDAD AL I.V.A. ACREDITABLE DE LOS DEMÁS CAPÍTULOS Y ANOTE EL TOTAL EN EL REBILÓN 3918 DE LA PAGINA 3 "IMPUESTO ACREDITABLE DEL EJERCICIO".
- SE ANOTARÁN LAS CANTIDADES ENTERAS EN EL CAMPO DE LA IZQUIERDA Y LAS DECIMALES EN EL DE LA DERECHA.
- SE ANOTARÁN UTILIZANDO DOS NÚMEROS ARÁBICOS PARA EL DÍA, DOS PARA EL MES Y CUATRO PARA EL AÑO. EJ. DÍA 20 MES 01 AÑO 1999



### 3.4. CONCLUSIONES DEL MARCO LEGAL

---

Como podemos apreciar a lo largo de este estudio fue importante para Rotulaciones "León" conocer su marco jurídico, ya que esto le permitió no solo pertenecer y caracterizarse como un negocio industrial de servicios de publicidad y actividades conexas, sino que además le dio la posibilidad de conocer tanto sus derechos como obligaciones.

Adicionalmente Rotulaciones "León" descubrió la mejor manera de darse de alta, con la finalidad de igualar su tamaño y apenas comienzo con sus obligaciones.

Si bien por ser un negocio pequeño, que aún no cuenta con trabajadores legalmente registrados y dados de alta, conforme vaya creciendo la empresa, tendrá que informarse sobre este punto que hoy se deja un poquito de lado.

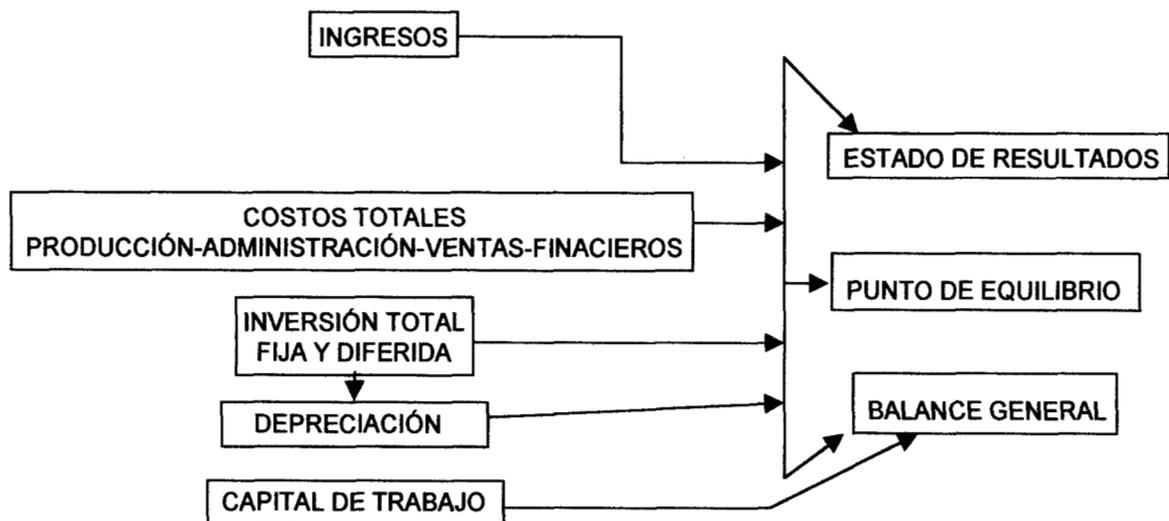
Finalmente Rotulaciones "León" pudo reafirmar una vez más que su puesta en marcha en lo que se refiere a marco jurídico no tiene mayor problema, siempre que se cumplan con todos los requisitos que marca la ley, sobre todo en lo que se refiere a impuestos ya que fuera de ellos, este tipo de giros y bajo las condiciones de la empresa no requiere mayores permisos y papeleos.

Se considera importante llevar un control muy estricto de los impuestos, por lo que se acudirá a un contador externo que lleve a cabo todos los tramites y procedimientos para el buen manejo de la empresa, además se contará con el apoyo de Yaseli León una magnífica administradora que vigilara todos y cada una de los procesos que se lleven a cabo en Rotulación "León".

## CAPÍTULO 4. ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO

La parte de análisis económico pretende determinar cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto de Rotulaciones "León", cual será el costo total de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para conocer o bien reafirmar la factibilidad de realizar el proyecto.

### 4.1. ESTRUCTURA DEL ANÁLISIS ECONÓMICO



### 4.2. INVERSIÓN INICIAL NECESARIA<sup>54</sup>

Para su puesta en marcha de Rotulaciones "León" se considero el costo de la maquinaria, el costo de equipo y el costo de equipo e insumos auxiliares.

La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo.

<sup>54</sup> Los precios o costos son los registrados en el momento de la compra. Julio 2000.



Activo tangible (que se puede tocar) o fijo, los bienes como propiedad de la empresa, a continuación se muestran los bienes de Rotulaciones "León":

#### 4.3. COSTO DE MAQUINARIA

Nombre del equipo	Capacidad	Costo Unitario(\$)	Costo (\$)
Computadora	1	12,000.00	12,000.00
Programa de corte	1	50,000.00	50,000.00
Plotter	1	9,000.00	9,000.00
<b>Total</b>			<b>\$ 71,000.00</b>

#### 4.4. COSTO DE EQUIPO

Nombre de la herramienta	Capacidad	Costo unitario (\$)	Costo Total (\$)
Pinzas	3	160.00	480.00
Rasquetas	3	30.00	90.00
Metro	2	42.00	84.00
Kutters	3	86.00	258.00
Navaja de plotter	1	350.00	350.00
Regla t	1	70.00	70.00
Escuadras	1	45.00	45.00
<b>Total</b>			<b>\$ 1,377.00</b>

#### 4.5. COSTO DE EQUIPO E INSUMOS AUXILIARES

Nombre del equipo auxiliar	Capacidad	Costo unitario (\$)	Costo (\$)
Escritorio	1	1,700.00	1,700.00
Impresora	1	2,100.00	2,100.00
Scanner	1	2,100.00	2,100.00
Multiplexor	1	80.00	80.00
Regulador	1	1,000.00	1,000.00
Fax	1	1,200.00	1,200.00
Mesa de trabajo	1	500.00	500.00
Anaqueles (5 parrillas)	1	250.00	250.00
Banco de trabajo	2	150.0	300.00
Silla de trabajo	1	160.00	160.00
<b>Total</b>			<b>\$ 9,390.00</b>



Insumos auxiliares	Capacidad	Costo unitario (\$)	Costo (\$)
Línea telefónica	1	1,722.00	1,722.00
Masking tape	2	5.00	10.00
Diurex	3	5.50	16.50
Nivel	1	30.00	30.00
Franela	2	6.00	12.00
Atomizador	2	15.00	30.00
Marcador (caja)	1	50.00	50.00
Lápiz (caja)	1	14.50	14.50
Plumas (caja)	1	16.00	16.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1,901.00</b>

INVERSIÓN INICIAL NECESARIA	COSTO (\$)
Maquinaria	\$ 71,000.00
Equipo	\$ 1,377.00
Equipo auxiliar	\$ 9,390.00
Insumos auxiliares	\$ 1,901.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 83,668.00</b>

#### 4.6. COSTO TOTAL

Rotulaciones "León" considerara dentro de su costo, toda la inversión necesaria para producir y vender un artículo; ahora bien este costo se divide en: costo de producción, costo de distribución, costo administrativo y costo financiero, pero además, se consideran otros gastos, reparto de utilidades e impuesto sobre la renta.

#### *Costo de producción*<sup>55</sup>

Rotulaciones "León" necesita conocer los costos de producción de todos y cada uno de los productos o servicios y procesos que maneja y opera, con la finalidad de calcular de manera adecuada el precio de venta de cada uno de ellos.

En consecuencia, se debe analizar cada uno de los elementos y factores utilizados en la fabricación, pues son parte integral del costo de producción.

<sup>55</sup> El costo de producción representa todas las operaciones realizadas desde la adquisición del material, hasta su transformación en artículo de consumo o de servicio, integrado por tres elementos o factores que a continuación se mencionan: material, sueldos y salarios y gastos indirectos de producción.



El punto de partida es la materia prima, que se transformará en producto terminado, y la mano de obra, que hace posible la fabricación de los productos. Ambos elementos representan los costos directos en la producción.

El tercer elemento del costo de producción es el costo indirecto o costo general de fabricación, que no se relaciona en forma directa con la elaboración del producto, por ejemplo: renta, agua, energía eléctrica, impuesto predial, mantenimiento de maquinaria, sueldo de personal de oficina (mano de obra indirecta), publicidad, papelería, depreciación de mobiliario y equipo, y otros.

### Costo de material<sup>56</sup>

La compra de materiales es un factor en el que concurren una serie de elementos, como la cantidad (volúmenes), la calidad, el precio y el tiempo de entrega (oportunidad de los materiales).

Es importante la selección y la negociación con los proveedores, que se deben tomar en cuenta para sincronizar la adquisición de los materiales con el programa de producción. Un procedimiento de compra efectivo representa uno de los muchos factores que contribuyen a lograr la meta de permanencia y crecimiento de la micro, pequeña y mediana empresa.

Los materiales requeridos por Rotulaciones "León" son:

Nombre del material	Tamaño	Costo (\$)
Vinil		
"Calón" Normal	51x100 cm.	22.00
	61x100 cm.	26.01 <sup>57</sup>
	122x100 cm.	53.00
	153x100 cm.	65.00
"Calón" Traslucido	122x100 cm.	169.76
"Cal Plus" Traslucido	122x100 cm.	82.86
"3M" Traslucido	122x100 cm.	243.09
Reflejante "3M"	61x100 cm.	109.00
	91x100 cm.	163.36
	122x100 cm.	217.81

<sup>56</sup> Material es el elemento que se convierte en un artículo de consumo o de servicio.

<sup>57</sup> El precio varía de acuerdo a la medida y la calidad, el precio más bajo es de \$ 43.87 con un tamaño de 122 x 100 cm.



## ROTULACIONES LEÓN

Nombre del material	Tamaño	Costo (\$)
Luminisente "Kodak"	61x100 cm.	306.64
Mate "3M"	122x100 cm.	162.55
"Calón" alta resistencia.	38x100 cm.	50.00
	61x100 cm.	71.00
	122x100 cm.	160.00
Transfer	Rollo de 30 x 910 cm.	278.00
Mica	1 kg. (56 x 500 cm.)	57.00
Adhesivo Amarillo (Huevo) qlosa	51x66 cm	7.50
Acetato para fotocopidora por metro lineal	1 mt.	46.00
Acrílico (hoja)	5mm. x 1 mt.	700.00

Los precios fueron tomados de los diferentes proveedores de Rotulaciones "León", y solo en el caso de los acrílicos que requieren de inversiones fuertes el proveedor otorga crédito y un magnifico servicio para el armado de los modelos necesarios para la elaboración de los trabajos de Rotulaciones "León".

### Sueldos y salarios<sup>58</sup>

En Rotulaciones "León" solo hay tres trabajadores:

- ♥ El dueño que le dedica tiempo completo al negocio.
- ♥ Un trabajador que labora en las mañanas dos o tres veces por semana y estudia por las tardes.
- ♥ Una trabajadora que labora por las tardes dos o tres veces por semana.

PERSONAL	SUELDO X HORA	SUELDO DIARIO	SUELDO SEMANAL <sup>59</sup>	SUELDO MENSUAL
Gustavo León (Jr.)	\$ 25.00	\$ 100.00	\$ 300.00	\$ 1,200.00
Yaseli León	\$ 25.00	\$ 100.00	\$ 300.00	\$ 1,200.00
<b>Total</b>	<b>\$ 50.00</b>	<b>\$ 200.00</b>	<b>\$ 600.00</b>	<b>\$ 2,400.00</b>

### Mantenimiento

El mantenimiento preventivo que planea llevar a cabo Rotulaciones "León" es trimestral el cual consistirá en una revisión general de la computadora y el plotter, en el caso de la computadora se requiere básicamente

<sup>58</sup> Sueldos y salarios. Es el esfuerzo humano necesario para la transformación del material.

<sup>59</sup> Los sueldos son bajos debido a que es trabajo de medio tiempo, dos o tres veces por semana.



limpieza y en el caso del plotter limpieza y engrasado, la persona encargada del mismo se llama Marco Piña con un costo de \$200.00 pesos.

**Gastos de operación<sup>60</sup>**

Cuando una empresa quiere conocer las modificaciones que tendrán los costos variables con motivo de los cambios que se van a producir por variación en los precios de venta.

CONCEPTO	GASTO MENSUAL	GASTO SEMANAL	GASTO DIARIO	GASTO POR HORA
Luz	\$ 160.00	\$ 40.00	\$ 5.33	\$ 0.66
Aqua	\$ 20.00	\$ 5.00	\$ 0.50	\$ 0.06
Predio	\$ 120.00	\$ 30.00	\$ 4.00	\$ 0.50
Teléfono	\$ 260.00	\$ 65.00	\$ 8.66	\$ 1.08
Internet	\$ 120.00	\$ 30.00	\$ 4.00	\$ 0.50
Seguridad pública	\$ 80.00	\$ 20.00	\$ 2.66	\$ 0.33
Recolección de basura	\$ 80.00	\$ 20.00	\$ 2.66	\$ 0.33
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 735.00</b>	<b>\$ 210.00</b>	<b>\$ 27.81</b>	<b>\$ 3.46</b>

**Gastos de venta y administración**

La totalidad de las empresas tienen erogaciones por gastos de venta y administración, siendo en múltiples casos superior en su monto al costo de producción, motivo por el cual Rotulaciones "León" justifica su control.

A continuación se presenta una tabla de los gastos de venta y administración de Rotulaciones "León":

CONCEPTO	GASTO MENSUAL	GASTO SEMANAL
<b>GASTOS DE VENTA:</b>		
Publicidad	\$ 100.00	\$ 25.00
Empaque		
Sobres (50 piezas de 24 x 34 cm.)	\$ 36.00	\$ 9.00
Bolsas		
Negras	\$ 27.00	\$ 6.75
Transparentes	\$ 25.00	\$ 6.25
Papel manila (pliego)	\$ 15.00	\$ 3.75
Transporte		
Gastos de entrega (mensual).	\$ 320.00	\$ 80.00
Gastos de compra (mensual).	\$ 40.00	\$ 10.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 563.00</b>	<b>\$ 140.75</b>

<sup>60</sup> Gastos de operación son los gastos que varían en forma directa con la tasa de producción, por ejemplo, costos de trabajo, de materias primas, combustible y energía eléctrica.



CONCEPTO	GASTO MENSUAL	GASTO SEMANAL
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN: Contador (trimestral)	\$ 150.00	\$ 12.50
Gastos de oficina (facturación, hojas, lápices, plumas, tinta de impresora, etc.)	\$ 100.00	\$ 25.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 250.00</b>	<b>\$ 37.50</b>

#### 4.7. RELACIÓN INSUMO-PRODUCTO

Para la rotulación de 5 carteles de 4.5 x 95 cm.

Materia Prima	Cantidad	Costo (\$)
Vinil	30 x 100 cm.	13.00
Transfer	30 x 100 cm.	3.05
Adhesivo Amarillo (Huevo) glosa	1 1/2 pliegos <sup>61</sup>	11.25
Mica	30 x 100 cm.	5.70
<b>Total</b>		<b>\$ 33.00</b>

Los carteles se realizan en 2 horas por lo que el costo de mano de obra es de:

Mano de obra	Costo (\$)
Gustavo	\$ 50.00
Yaseli	\$ 50.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 100.00</b>

#### Diseño

Costo del diseño, se manejan varios precios pero en general el costo es de \$150.00. En caso de que el diseño sea muy complicado y de varios colores se cobra \$ 50.00 por color. Sin embargo, este tipo de trabajo es fijo y por lo tanto es repetitivo por lo que el costo del diseño fue adsorbido por Rotulaciones "León".

#### 4.8. DETERMINACIÓN DEL PRECIOS DEL PRODUCTO FINAL

Para la fijación de los precios de Rotulaciones "León" se deben considerar los siguientes objetivos:

- ♥ Conseguir beneficios sobre la inversión o sobre las ventas netas.

<sup>61</sup> Se hizo él calculo para pliego y medio, sin embargo obtenemos un desperdicio que es utilizado para futuros carteles.



- ♥ Ganar una determinada participación en el mercado.
- ♥ Evitar, soportar o seguir a la competencia.
- ♥ Obtener la máxima ganancia posible.

Conseguir beneficios sobre la inversión es un objetivo a largo plazo, pero obtener ganancias sobre las ventas netas (deducidos los impuestos) es un objetivo a corto plazo y debe perseguirse de inmediato.

Al entrar en un mercado establecido, se debe empezar a ganar una proporción de éste que permita un volumen de ventas adecuado a la escala de producción en la planta; el precio introductorio debe ser competitivo para ese fin.

La competencia tratará de obstaculizar las ventas de la nueva fábrica, explotando sus ventajas.

Los precios que se fijen también tendrán que cubrir los costos y lograr la mayor ganancia posible. Fijar precios es una tarea compleja a causa del gran número de variables que influyen en esa decisión.

A continuación se muestran, los diversos componentes para la estimación de los costos fijos y variables. Realizaremos en primer lugar el cálculo de cuánto le costará elaborar cada producto que ofreceremos.

Rotulo de 4.5 x 95 cm.

COSTOS VARIABLES <sup>62</sup>				
Nombre		Cantidad	Costo (\$)	Costo unitario
Materia prima	Vinil	60 x 100 cm.	\$ 26.01	\$ 1.44
	Tranfer	Rollo de 30 cm x 91 mts.	\$ 278.00	\$ 0.34
	Adhesivo alosa	51 x 66 cm.	\$ 7.50	\$ 0.83
	Mica	Rollo de 30 cm. x 10 mts.	\$ 57.00	\$ 0.64
Mano de obra		Mensual	\$ 2.400.00	\$ 6.00
Mantenimiento <sup>63</sup>	♥ Revisión (limpieza y engrasado)	Trimestral	\$ 200.00	\$ 0.11
	♥ Navaia	Semestral	\$ 350.00	\$ 0.10
Transporte		Mensual	\$ 320.00	\$ 1.60
<b>Total</b>			<b>\$ 3,638.51</b>	<b>\$ 11.06</b>

<sup>62</sup> COSTOS VARIABLES = CV (materia prima por unidad de producto y costos de fabricación). Los costos variables son aquellos que comúnmente varían con relación al volumen de ventas que efectúa la empresa.

<sup>63</sup> Revisión de la computadora y el plotter, así como instalaciones de nuevos programas y cambio de la navaja del plotter.



COSTOS FIJOS <sup>64</sup> MENSUALES		
Luz	\$	160.00
Aqua	\$	20.00
Predio	\$	120.00
Teléfono	\$	260.00
Internet	\$	120.00
Seguridad pública		
Recolección de basura	\$	80.00
	\$	80.00
<b>Total</b>	<b>\$</b>	<b>840.00</b>

Para el cálculo de su precio del producto final Rotulaciones "León" eligió el método teórico/clásico y el modelo de precios en función de los costos.

### **Método teórico / clásico**

Este método plantea, en teoría, que el precio está determinado por el mercado, independientemente de la actuación de la empresa. Su cálculo se basa en la demanda existente, pero es poco utilizado por lo difícil que resulta conocer exactamente la demanda de un producto en un mercado x, además de que no sirve para fijar precios a una línea completa de artículos.

### **Modelo de precios en función de los costos**

Se divide en dos métodos:

#### **Con base en los costos:**

Rotulo de 4.5 x 90 cm.

Costo = 11.06 pesos

Margen deseado = 30%

Precios = Costo + Margen deseado

Precios =  $11.06 + 30\% = 11.06 (1 + .30) = 11.06 \times 1.30 = 14.38$  pesos

<sup>64</sup> COSTOS FIJOS = CF (gastos de oficina, gastos administrativos y todos aquellos que no se pueden asociar directamente a la fabricación de cada unidad de producto o prestación de servicios de la empresa). Los costos fijos son aquellos costos o gastos que por su propia naturaleza no varían en su importe de ejercicio a ejercicio.



Si se quisiera calcular el margen de ganancia con base en el precio de venta, entonces sería:

Costo = 11.06 pesos

Margen = 30 %

Precios = Costo/(1-Margen deseado)

Precio =  $11.06 / (1-.30) = 11.06 / .70 = 15.8$  pesos

Rotulaciones "León" lo utilizara (basado en el mercado), como elemento comprobatorio, ya que los costos pueden resultar muy altos o muy bajos respecto a la media del sector, lo que desviaría los precios de la realidad del mercado. En este caso, habría que subir o bajar el margen para ajustar los precios.

Fijación de precios para alcanzar una tasa de rentabilidad deseada:

Aquí Rotulaciones "León" con base en su volumen de ventas esperado y la tasa de rentabilidad que se desea además en la inversión inicial, establecer el precio de venta que cubra todos los costos y tenga la rentabilidad necesaria, por ejemplo:

Costos fijos mensuales: 840.00 pesos

Costos variables (unitario): 11.06 pesos

Tasa rentabilidad deseada: 80 % (0.80)

Inversión realizada: 83,668.00 pesos

Ventas estimadas mensuales: 20,000.00 pesos

Margen = Costos Fijos + ( Inversión realizada x Margen Deseado ) / ventas estimadas mensuales

El cálculo sería:

Margen =  $840 + (83,668 \times 0.80) / 20,000 = 3.39$  pesos

Precio = Costo variable + Margen deseado

Precio =  $11.06 + 3.39 = 14.99$  pesos



#### 4.9. DEPRECIACIÓN

La depreciación se refiere al cargo contable periódico que es necesario realizar con el propósito de establecer una reserva que permita reponer el valor del equipo. En rigor, la reserva se constituye de conformidad con la pérdida de valor del equipo a consecuencia de su desgaste u obsolescencia. La depreciación se estima conforme a criterios contables o al desgaste real.

Así mismo, cuando se habla de depreciación fiscal se hace referencia al hecho de que el gobierno, a través de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), permite a cualquier empresa legalmente constituida recuperar la inversión hecha en sus activos fijo y diferido, vía un mecanismo fiscal, que responde a varios objetivos: no sólo se trata de que el empresario recupere la inversión en determinado tiempo; sino, además, que todas las empresas, al término de la vida fiscal de sus activos, los sustituyan por nuevos, para lograr plantas productivas con una tecnología actualizada y ser más eficientes en los procesos de producción.

De hecho, una empresa que no sustituye sus activos fijos al término de su vida fiscal se perjudica de dos formas: por un lado, automáticamente empieza a pagar más impuestos al no realizar cargos por depreciación; y por otro, su planta productiva cae lentamente en la obsolescencia tecnológica, con un perjuicio directo para la empresa, puesto que los costos de mantenimiento aumentarán, así como el número de piezas defectuosas producidas y los paros por fallas del equipo, que también representan un costo extra, más difícil de recuperar.

Por todo lo anterior, para Rotulaciones "León" es importante llevar un estricto control de depreciación, ya que el desgaste de su maquinaria resulta ser sorprendente por lo que será importante renovarla constantemente, con el propósito de que su maquinaria no sea obsoleta, sino por el contrario actual y competitiva.

La Ley del Impuesto Sobre la Renta, establece en los Art. 44 y 45 los porcentajes máximos autorizados para la depreciación de la maquinaria y equipo. En este caso serian:

PORCENTAJE	MAQUINARIA Y EQUIPO
25%	Vehículo de transporte
30%	Equipo de Cómputo electrónico
10%	Mobiliario y equipo de oficina
10%	Maquinaria



### Depreciación Lineal<sup>65</sup>

#### Plotter

Valor: \$9,000.00

Vida útil: 2 años.

Valor de desecho: \$5,000.00

$$D = \frac{B-n=C-S}{n}$$

$D = \frac{9,000-5,000}{2} = \$ 2,000.00$  depreciación anual. Cantidad que se incrementara en el fondo de reserva para depreciación y se disminuirá en el valor de los libros del activo.

Tabla de depreciación:

Años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor en libros
0	0	0	9,000
1	2,000	2,000	7,000
2	2,000	4,000	5,000

#### Equipo de Computo

Valor: \$12,000.00

Vida útil: 2 años.

Valor de desecho: \$4,000.00

$$D = \frac{B-n=C-S}{n}$$

$D = \frac{12,000-4,000}{2} = \$ 4,000.00$  depreciación anual. Cantidad que se incrementara en el fondo de reserva para depreciación y se disminuirá en el valor de los libros del activo.

<sup>65</sup> Este método consiste en recuperar el valor del activo en una cantidad igual a lo largo de cada uno de los años de vida fiscal, de manera que si se grafica el tiempo contra el valor en libros, aparece una línea recta.



Tabla de depreciación:

Años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor en libros
0	0	0	12,000
1	4,000	4,000	8,000
2	4,000	8,000	4,000

#### 4.10. CAPITAL DE TRABAJO<sup>66</sup>

Es aquel que esta representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) conque hay que contar para que empiece a funcionar una empresa, es decir, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos; debe comprarse materia prima, pagar mano de obra directa que la transforme, otorgar crédito en las primeras ventas y contar con una cierta cantidad para sufragar los gastos diarios de la empresa. Resulta importante tanto para Rotulaciones "León" como para cualquier empresa conocer su capital de trabajo, con la finalidad de conocer la cantidad con la que debe contar para su buen funcionamiento.

$$TC = AC / PC$$

$$TC = \text{Tasa circulante} = 48,087 / 10,600 = 4.54$$

El 4.54 indica que por cada 4.54 unidades monetarias invertidas en activo circulante, se puede deber o financiar una, sin que esto afecte significativamente la posición económica de la empresa.

#### 4.11. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es una técnica de análisis empleada como instrumento de planificación de utilidades, toma de decisiones y resolución de problemas por lo que resulta importante para Rotulaciones "León".

El punto de equilibrio es el resultado de dividir los costos fijos (costos y gastos de características fijas) entre el porcentaje de contribución marginal, lo cual puede hacerse en un nivel unitario o un nivel total.

$$PE = CF / \%CM$$

$$PE = 840 / .63 = 1,333.33$$

<sup>66</sup> El capital de trabajo se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante.



Los términos y abreviaturas utilizados en la determinación del punto de equilibrio son:

PE Ventas de equilibrio en pesos

%CM Porcentaje de contribución marginal es igual a  $((PV-CV)/PV)$  ó  $1 - (CV / V)$ .

CF Costos fijos en pesos (costos y gastos)

CM Contribución marginal unitaria en pesos

PV Precio de venta unitaria en pesos

CV Costos variables en pesos (costos y gastos)

U Utilidades en pesos

V Ventas en pesos

MS Margen de seguridad

#### **4.12. MARCO CONTABLE E IMPUESTOS DE ROTULACIONES "LEÓN"**

Cuando se realiza una contabilidad se suele utilizar un sistema simple mediante el cual se van registrando las cantidades de los gastos en columnas. Este sistema refleja la fecha de la transacción, su naturaleza y la cantidad desembolsada. Sin embargo, cuando se lleva a cabo la contabilidad de una organización, se utiliza un sistema de doble entrada: cada transacción se registra reflejando el doble impacto que tiene sobre la posición financiera de la empresa y sobre los resultados que ésta obtiene. La información relativa a la posición financiera de una empresa se refleja en el llamado balance de la empresa, mientras que los resultados obtenidos por la empresa aparecen desglosados en la cuenta de pérdidas y ganancias. Se incluyen a la vez los datos que reflejan los cambios en la estructura financiera de la empresa y la situación de sus ingresos. El estado de liquidez se refleja en el informe económico-financiero de la empresa, en una memoria por separado. Esta información financiera permite estudiar los resultados obtenidos en el pasado al mismo tiempo que permite realizar prospecciones y proyectos para planificar el crecimiento.

La base de todo método contable es la partida doble en la que se utiliza un sistema de doble entrada: cada transacción se registra reflejando el doble impacto que tiene sobre la posición financiera de la empresa y sobre los resultados que ésta obtiene. La información relativa a la posición financiera de una empresa se refleja en el llamado balance general de la empresa, mientras que los resultados obtenidos por la empresa aparecen desglosados en la cuenta de pérdidas y ganancias en el estado de resultados.

#### **Estados financieros**

Los estados financieros representan el producto final del proceso contable y tienen por objeto, presentar información financiera para que los diversos usuarios de los estados financieros puedan tomar decisiones eficientes y oportunas, es por ello que resulta importante para Rotulaciones "León" llevarlos a cabo. Además busca usarlos primordialmente en la:



- a) Evaluación de su rentabilidad;
- b) Evaluación de su posición financiera, que incluye su solvencia y liquidez;
- c) Evaluación de la capacidad financiera de crecimiento;
- d) Evaluación del flujo de fondos.

A continuación se presenta un Estado de Situación Financiera o Balance General<sup>67</sup> y el Estado de Resultados<sup>68</sup> de Rotulaciones "León"

<b>Cía. Rotulaciones "León"</b> <b>Balance General al 31 de diciembre de 2000.</b>					
<b>Activo<sup>69</sup></b>			<b>Pasivo<sup>71</sup> Circulante</b>		
Circulante			Proveedores	\$ 5,000.00	
Caja	\$ 3,000.00		Acreedores	\$ 3,200.00	
Bancos	\$ 15,000.00		Sueldos y salarios por aplicar	\$ 2,400.00	\$ 10,600.00
Clientes	\$ 10,000.00				
Inventario de mercancías					
Materia prima	\$ 6,887.00				
Productos en proceso <sup>70</sup>	\$ 13,200.00	\$ 48,087.00			
Fijo	\$ 81,767.00		<b>Capital Contable<sup>72</sup></b>	\$ 51,611.56	
Maquinaria y Equipo			Utilidad del ejercicio	\$ 64,642.44	\$ 116,254.00
Depreciación acumulada	\$ 1,000.00				
Plotter	\$ 2,000.00	\$ 78,767.00			
Computadora					
<b>Total de activos</b>		\$ 126,854.00	<b>Total de pasivo y capital</b>		\$ 126,854.00

<sup>67</sup> Estado de situación financiera o balance general. Muestra los activos, pasivos y el capital contable a una fecha determinada y está integrado por: Activo, Pasivo y Capital Contable.

<sup>68</sup> Estado de resultados. Muestra los ingresos, costos-gastos y la utilidad o pérdida resultante en el período. Los elementos que integran este estado financiero son: Ventas, Devoluciones y rebajas sobre ventas, Costos y gastos y Utilidad bruta

<sup>69</sup> El activo representa todos los bienes de una empresa, como el efectivo en caja y en bancos, las cuentas por cobrar a los clientes y otros deudores, maquinaria, equipos de transporte y otros. La clasificación de los activos se realiza de la siguiente manera:

Activos circulantes que se integra por caja, bancos, cliente, cuentas por cobrar a deudores diversos, inventarios, impuestos en favor de.

Activos no circulantes a fijo que se integran como maquinaria y equipos, bienes inmuebles

Activos diferidos que se integran como bienes y derechos que tiene la empresa, no son físicamente medibles a saber los gastos de instalación, rentas pagadas por anticipado.

<sup>70</sup> La producción en proceso sobre todo son trabajos en acrílicos ya diseñados con las figuras requeridas.

<sup>71</sup> Los pasivos están integrados por todas las deudas que se tienen en la empresa y están integrados por:

Pasivos a corto plazo que son deudas que se deben cubrir antes de un año como son los impuestos por pagar, las deudas con proveedores y otras cuentas por pagar.

Pasivo a largo plazo que son las deudas que se deben de cubrir a más de un año como son los créditos hipotecarios.



Estado de Resultados proyectado del 1 de diciembre al 31 de diciembre de 2000. Cía. Rotulaciones "León"				
Ventas	\$	20,000.00		
Costo de ventas	\$	8,327.62		
Utilidad Bruta			\$	11,672.38
Gastos de operación				
Gastos de venta	\$	563.00		
Gastos de administración	\$	250.00	\$	813.00
Utilidad de la operación				\$ 10,859.38
IVA				\$ 2,697.45
ISR				\$ 2,775.06
Utilidad del ejercicio				\$ 5,386.87

#### Calculo de impuestos de rotulaciones "león"

Los impuestos son las contribuciones establecidas por la ley que deben pagar las personas físicas y morales que se encuentren en la situación jurídica o de hecho prevista por la misma y que sean distintas de los derechos, aportación de seguridad social y de las contribuciones de mejoras

Los impuestos se dividen en:

- ♥ Impuestos directos, los cuales gravan una actividad económica, por ejemplo, el Impuesto Sobre la Renta.
- ♥ Impuestos Indirectos que gravan al consumo como, el Impuesto al Valor Agregado.

Al respecto, todas las personas morales y físicas deben contar con el Registro Federal de Contribuyentes (RFC). Este es un elemento fundamental de identificación de los causantes de impuestos, con el fin de que el Estado pueda cerciorarse del cumplimiento de las obligaciones fiscales de los contribuyentes. La obligación de inscribirse está fundamentada en el artículo 27 del Código Fiscal de la Federación.

Las empresas de este giro estarán sujetas a los siguientes impuestos:

- ✓ **Impuesto sobre la renta.** Está constituido especialmente por los ingresos del contribuyente, ya sea que provengan de su trabajo, de su capital o de la combinación de ambos.

En la ley del Impuesto sobre la renta establece:

<sup>72</sup> El capital contable está integrado por las aportaciones de los socios, las utilidades generadas en años anteriores, y las reservas legales.



En el título I, disposiciones generales, como la tasa de impuestos del 34%, las personas que son sujetos de este impuesto y la base gravable.

En el título II, sobre los derechos y obligaciones de los contribuyentes se establecen las reglas que deben de observar las personas físicas y morales para el pago del impuesto sobre la renta, como son los ingresos gravados y el momento de pago del impuesto; así mismo se establecen las deducciones permitidas y los requisitos para las mismas.

En el título II-A, se regula la forma de participación tributaria de las personas morales que pertenecen al régimen simplificado, el cual ofrece ciertas facilidades a los contribuyentes en actividades específicas como el transporte, la agricultura, pesca y ganadería. Este régimen tiene la particularidad de utilizar un sistema de contabilidad simplificado donde se registran entradas y salidas y la única diferencia entre ambas es la utilidad sobre la cual se paga impuestos.

En el título IV se establecen los ingresos por los cuales las personas físicas deben de pagar este impuesto. En el caso de actividad empresarial, las personas físicas deben de tributar de acuerdo con el título II de personas morales, y se les aplican las mismas reglas para ingresos y deducciones, además de la misma tasa de impuestos que es del 34%.

- ✓ **Impuesto al valor agregado (IVA).** Es un impuesto indirecto y grava al consumo, de manera que el último consumidor del bien o servicio adquirido es el que paga el impuesto. Este impuesto tiene las características de traslado y acreditación del mismo, lo cual quiere decir que al momento de realizar una enajenación gravada, el vendedor cobra adicionalmente al precio la tasa de impuesto correspondiente al tipo de bien o servicio, y podrá acreditar el impuesto que pague por los bienes o servicios relacionados con la actividad que realiza. De esta manera la última persona que consume el bien o servicio no tiene impuesto que acreditar.

De manera general la ley del Impuesto al Valor Agregado grava lo siguiente:

- La enajenación de bienes
- La prestación de servicios
- El uso o goce temporal de bienes (arrendamiento)
- La importación de bienes o servicios
- La exportación de bienes o servicios

Independientemente de lo anterior, se consideran bienes o servicios exentos del pago de este impuesto como la enajenación de una casa habitación, etcétera.



## CALCULO DE IMPUESTOS DE ROTULACIONES "LEÓN"

IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	\$ 2,697.45
IMPUESTO SOBRE LA RENTA	\$ 2,775.06

**4.13. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO**

Como se puede observar la inversión más fuerte que requirió Rotulaciones "León" fue el equipo, debido principalmente a la compra del programa de diseño "Casmate". Sin embargo, fue un gasto que es de suma importancia realizar, ya que este facilita las labores de la empresa, por traer tantas herramientas y diseños básicos ya establecidos, que sirven como muestra para realizar los trabajos de rotulación por computadora. Por otro lado como podemos observar el resto requiere de una inversión mínima que además se encuentra al alcance de Rotulaciones "León", por lo que no fue un impedimento para su puesta en marcha.

No obstante, la empresa debe tomar en cuenta un punto que es de suma importancia, la renovación constante del equipo (computadora y plotter), ya que representa una inversión que la empresa tendrá que realizar en muy cortos plazos por el desgaste y la obsolescencia que sufrirán, por lo que para la empresa es muy importante no perder de vista la depreciación, con la finalidad de cumplir con los requerimientos del mercado, al mismo tiempo que mejorara día con día su equipo de modo que sean más grandes y de mejor calidad.

Ayudándonos con el balance general y el estado de resultados nos hemos dado cuenta, que pagamos muchos impuestos, por no invertir más en la empresa, empero se ha decidido que este dinero se canalizara para equipos mayores y de mejor calidad o bien porque no, en buscar otra rama que complemente la rotulación por computadora.

Por último, para nosotros este estudio representa una gran satisfacción, ya que muestra un panorama económico muy favorable para la empresa, lo cual nos motiva y obliga a seguir adelante con nuestros planes y sueños.



### **PARTE III. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO**

Se cumplió con los objetivos inicialmente planteados en esta tesina:

- ✓ Se demostró que existe una demanda insatisfecha y creciente de productos de rotulación por computadora.
- ✓ Se demostró que se cuenta con los elementos humanos y técnicos necesarios para instalar y operar la empresa de rotulación por computadora.
- ✓ Se demostró que la inversión para poner en marcha el negocio de rotulación por computadora es económicamente rentable.

Por todo lo anterior se puede afirmar que la puesta en marcha del negocio de rotulación por computadora es una realidad.



## PARTE IV. RESULTADOS DE LA PUESTA EN MARCHA DE ROTULACIONES "LEÓN"

Los resultados fueron muy favorables, ya que ha casi un año de su puesta en marcha Rotulaciones, tiene una cartera de clientes que no solamente es favorable sino que además se pueden considerar a varios de sus clientes como fijos, lo cual representa una demanda de productos tanto cotidianos como innovadores, así como una rentabilidad favorable para la empresa.

Por lo que se puede decir que rotulaciones "León", se mantiene con una muy buena proyección a futuro. Sin embargo, lo que también se puede destacar es que así como la demanda de este tipo de trabajos es mucha, igualmente la oferta y no solo eso, sino que se encuentra en crecimiento constante, donde lo que predominan son pequeños locales que están invadiendo toda la ciudad como nunca se había visto, lo cual ocasionara una saturación del mercado en el muy corto plazo.

Frente a este marco Rotulaciones "León" tendrá que buscar ser más competitiva, logrando mayores y mejores servicios para sus clientes de lo contrario pasara a ser una más, que no se distinguirá entre las tantas que habrá.

Como hemos podido notar para Rotulaciones "León" es de suma importancia una expansión no solo por los planes que se tienen de una ampliación de segmento de mercado, sino porque los propios clientes actuales conforme avanza el tiempo piden más y más productos de mayor tamaño, por lo que si mantenemos ese tamaño dentro de muy poco no podremos satisfacer sus necesidades.

Otro de los resultados que se han tenido desde la puesta en marcha de Rotulaciones "León" son:

- ✓ Ventas magnificas que han superado incluso en algunas ocasiones las proyecciones estimadas.
- ✓ Utilidades nunca esperadas.
- ✓ Aceptación por parte de sus usuarios.
- ✓ Reconocimiento entre su segmento de mercado.

Por lo que se puede concluir que Rotulaciones "León" va por buen camino, no por ello habremos de bajar la retaguardia sino por el contrario siempre tendremos que ver y proyectar a futuro, ya que lo que hoy es un negocio prometedor mañana puede desaparecer.



## PARTE V. POSIBILIDADES DE EXPANSIÓN

Las posibilidades de expansión para Rotulaciones "León" son reales y como podemos notar en el balance general ya tenemos quince mil pesos en el banco y una buena suma de utilidad que se espera de utilidad, que hacen que la inversión que se requiere de \$ 29,000.00 para un plotter más grande sea cada vez más una realidad.

Cabe señalar que la expansión no sólo es un deseo sino una necesidad, ya que cada vez requerimos trabajos más y más grandes, que nos cuesta más trabajo realizarlos y el tiempo se alarga lo cual se traduce en mayores gastos y menores utilidades.

Por lo que se proyecta en el corto plazo la compra de un plotter más grande que nos permita ampliar nuestro segmento de mercado, con lo cual se busca que la empresa no se concentre en un solo punto sino que busque la diversificación de sus clientes.

Más adelante se proyecta la compra de un plotter de inyección de tinta y se tendrá que realizar adicionalmente una inversión en la renta de un local que nos permita acceder a todo tipo de público.



## PARTE VI. CONCLUSIONES PERSONALES

El presente trabajo me ayudo aplicar todos los conocimientos adquiridos durante mi carrera, descubrí que tanto tenía muchos conocimientos como también enfrente muchas dudas, no obstante mis objetivos personales quedaron totalmente satisfechos y superados ya que hoy más que nunca reafirmo que quiero continuar con este proyecto y si bien en un inicio contemple una expansión al lado de mi padre, tengo la firme decisión de juntar mi propio capital para ya sea ampliar el negocio o complementarlo con un negocio de imprenta.

Lo que más nos costo trabajo es instalación de los rótulos, ya que en nuestras primeras instalaciones nos tardábamos años y peor aún ya que quedaban con arrugas, burbujas y mal instalados, a pesar de que eran carteles en ocasiones muy pequeños. Con el tiempo todo ha cambiado, ya nos hemos especializado mi hermano y yo nos dedicamos a la realización de los diseños y el corte de los mismos, la depilación corre por mi cuenta, mientras que mi padre y mi hermano se dedican a la instalación de los trabajos.

Por otro lado, actualmente he pensado muy enserio que de no encontrar un trabajo que cumpla con mis aspiraciones, continuare de lleno con este negocio, ya que representa para mí una manera muy prometedora de aplicar mi carrera al mismo tiempo que aprendo otra como es el diseño por computadora.



## BIBLIOGRAFÍA

Alegre, Luis, Et. Al., "FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA DE LA EMPRESA: Perspectiva Funcional", Ed. Ariel Economía, España, 1995.

Baca Urbina, Gabriel. "EVALUACIÓN DE PROYECTOS". Ed. McGaw-Hill. México, 1995.

Del Río González, Cristóbal, "COSTOS I. Históricos. Introducción al estudio de la Contabilidad y control de los costos industriales", Ed. ECASA, México, 1993, decimocuarta edición.

Del Río González, Cristóbal, "COSTOS II. Predeterminados.", Ed. ECASA, México, 1993, duodécima edición.

Del Río González, Cristóbal, "COSTOS III. Variable, de distribución, administración y toma de decisiones", Ed. ECASA, México, 1993, primera edición.

Díaz Mata, Alfredo y Aguilera, Victor Manuel, "MATEMÁTICAS FINANCIERAS", Ed. McGraw-Hill, México, 1991, segunda edición, pp. 303-335 (1-469).

Everett E., Adam, "ADMINISTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN Y LAS OPERACIONES", Ed. Prentice Hall, México, 1999, cuarta edición.

Kotler, Philip, "DIRECCIÓN DE MERCADOTECNIA" Análisis, planeación y control. Ed. Diana. México 1979.

Meredith, Geoffrey G., "LO QUE TODO PEQUEÑO EMPRESARIO DEBE SABER". Ed. Alfaomega. México, 1995.

Morales Felgueres, Carlos, "PRESUPUESTO Y CONTROL EN LAS EMPRESAS", Ed. ECASA, México, 1993, décimo cuarta edición.

Pérez Moya, José. "MANUAL DE ESTRATEGIA Y GESTION DE EMPRESAS". Ed. Diaz de Santos. Madrid 1995.

Porter, Michael, "ESTRATEGIA COMPETITIVA", Ed. CECSA, México, 1990.



Porter, Michael, "VENTAJA COMPETITIVA", Ed. CECSA, México, 1990.

Sapag Chain, Nassir. "PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS". Ed. McGraw-Hill. Colombia 1995.

Guías de gestión para pequeños empresarios:

- ★ Donde y como encontrar ideas para mejorar su negocio.
- ★ El diagnostico de la pequeña empresa.
- ★ Rentabilidad.
- ★ Gestión de la calidad total.
- ★ La toma de decisiones.

Enciclopedia Encarta 2000.

Enciclopedia Universal Ilustrada. Europeo-Americana. Ed. Espasa-Calpe, S.A. Madrid, 1966.

Internet.

[www.rotulikos.com](http://www.rotulikos.com)

[www.spice.gob.mx](http://www.spice.gob.mx)

#### **PERSONAS QUE COLABORAN CON ROTULACIONES "LEÓN":**

- Sánchez, Alejandro.
- León, Gustavo.

#### **PROMOTORES DEL PRODUCTO:**

Flores, Bernabé.

León, Israel.