

No. ADQ. L50010

No. TITLE TS

CLASSIFICATION 658.404

U 26P



UNIVERSIDAD AUTONOMA DE QUERETARO

FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION

Formación Empresarial Integral desde
el punto de vista de Mercadotecnia.

Proyecto: Farmacia y Distribuidora
de Productos Medicos



FACULTAD DE
CONTADURIA Y ADMINISTRACION

TESINA

Que presentan

Jorge Ugalde Alvarez
José Pérez Guzmán

Para obtener el Título de:

CONTADOR PUBLICO

San Juan del Río, Qro., Diciembre 1996

*calificación
9
(Nueve)*

Vano

Comercial de Medicamentos & Medicinas

A mis padres : JORGE e INOCENCIA

Que me brindaron toda su confianza,
apoyo y comprensión, por guiarme por el
rumbo de mi caminar.

A mis Hermanos, Familiares y Amigos

Con quiénes he compartido siempre.

En especial a ESTELA

Quien me ha motivado y apoyado siempre
y hemos compartido momentos muy
especiales.

A Dios por permitirme ser lo que soy
ahora.

GRACIAS.

Siempre al Cuidado de su Salud

Comercial de Medicamentos & Medicinas

A LA MEMORIA DE MI PADRE

Quien con su ejemplo de esfuerzo y dignidad me impulsó a seguir adelante, para él mi gratitud y respeto.

A MI MADRE Y HERMANOS

que moralmente me apoyaron en todo momento, y hoy con agrado les reitero el cariño que siento por ellos.

A mis amigos por compartir momentos agradables.

Gracias a Dios por haberme permitido realizar esta etapa como profesionalista.

Siempre al Cuidado de su Salud

Comercial de Medicamentos & Medicinas

INDICE DE CONTENIDO

TEMA	PAG.
INTRODUCCION.....	1
M O D U L O I	
TEORIA DEL EMPRESARIO	
1.1 PROLOGO.....	2
1.2 DEFINICION DE EMPRESARIO.....	2
1.3 CONCEPTOS: EXITO Y MOTIVACION.....	3
I DEFINICION DEL EXITO EMPRESARIAL.....	3
FACTORES DEL EXITO EMPRESARIAL.....	3
A) LA PREVISION.....	3
1. INVESTIGACION DE MERCADOS.....	4
a) DETERMINACION Y ALCANCE.....	5
b) PASOS O PROCEDIMIENTOS PARA LA INVESTIGACION DE MERCADOS.....	7
1.- FORMULACION DEL PROBLEMA.....	7
2.- DETERMINACION DE LAS NECESIDADES Y FUENTES DE INFORMACION.....	7
3.- DISEÑO DE CUESTIONARIOS.....	7
4.- DISEÑO DE LA MUESTRA.....	14
5.- RECOPIACION DE DATOS.....	15
6.- PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE DATOS.....	15
7.- REDACCION DEL INFORME.....	15

Comercial de Medicamentos & Medicinas

2. INVESTIGACION DE TECNOLOGIA.....	33
3. INVESTIGACION DE LA EMPRESA Y SU ADMINISTRACION.....	42
4. INVESTIGACION DEL ENTORNO POLITICO Y ECONOMICO.....	44
5. INVESTIGACION FINANCIERA.....	45
B) LA PLANEACION.....	46
1) PLANEACION ESTRATEGICA.....	46
1.1 ACEPTACION DEL CONCEPTO DE MERCADOTECNIA.....	46
1.2 SEGMENTACION DE MERCADO.....	46
1.3 ANALISIS DE LOS SEGMENTOS IDENTIFICADOS.....	52
1.4 DEFINICION DE LA MISION.....	58
1.5 ANALISIS DEL MEDIO AMBIENTE EMPRESARIAL INTERNO Y EXTERNO...	60
1.6 DESARROLLO DE LA HOJA DEL ANALISIS AMBIENTAL.....	64
1.7 DESARROLLO DE LA HOJA ESTRATEGICA.....	70
1.8 DESARROLLO DEL PLAN DE MERCADOTECNIA.....	76
PLANEACION TACTICA.....	76
C) LA PROGRAMACION.....	77
D) LA IMPLEMENTACION.....	77
II MOTIVACION.....	80
1) PRINCIPALES TEORIAS MOTIVACIONALES.....	80
2) SU APLICACION Y CONCLUSIONES.....	83

Comercial de Medicamentos & Medicinas

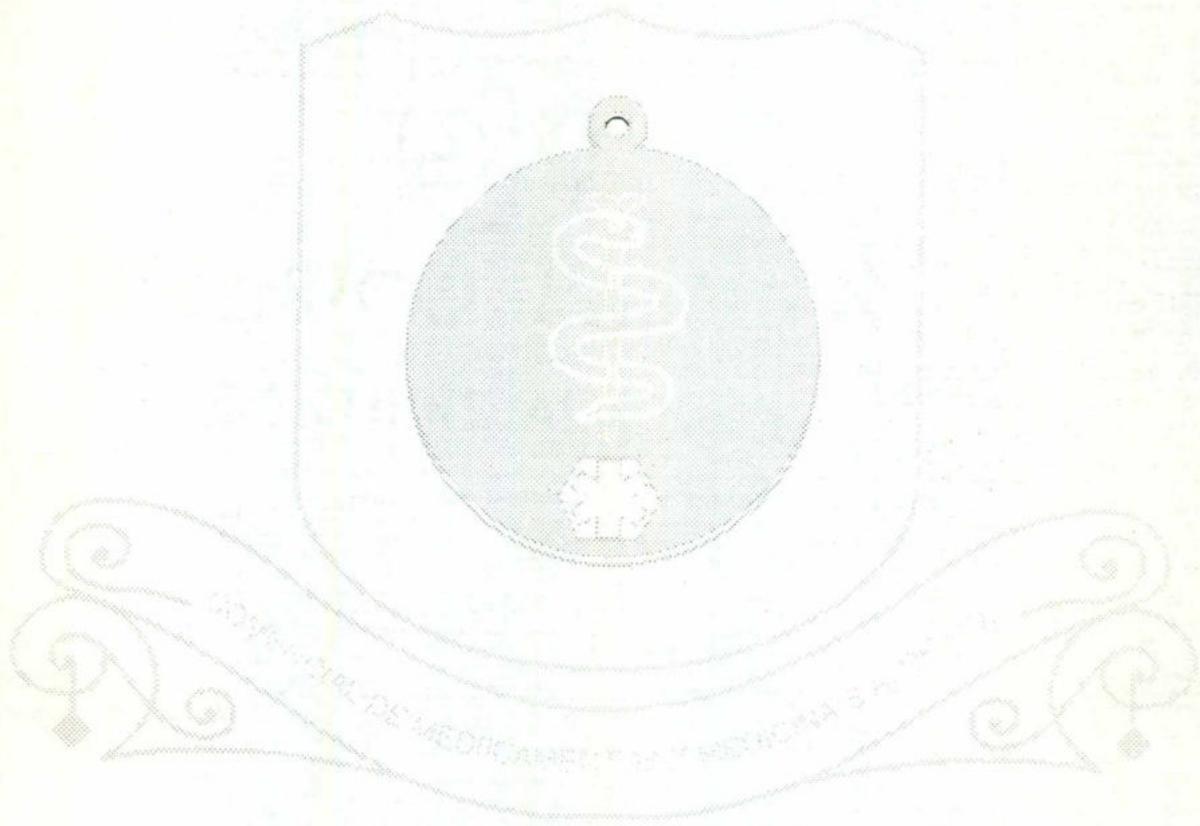
III VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE TENER Y/O MANEJAR UNA EMPRESA.....	84
IV DIFERENCIA ENTRE EMPLEADO Y EMPRESARIO.....	85
V MENTALIDAD DEL EMPRESARIO.....	86
VI CUALIDADES DEL EMPRESARIO.....	87
VII DEFINIENDO LA PERSONALIDAD EMPRESARIAL.....	88
VIII FUTURO DEL EMPRESARIO MEXICANO.....	90

MODULO II

INICIACION DE LA EMPRESA

2.1 SELECCION DE OPORTUNIDADES.....	91
I ELEMENTOS GENERALES.....	91
A) ENTORNO ECONOMICO.....	91
B) ENTORNO POLITICO-SOCIAL.....	101
II ELEMENTOS ESPECIFICOS PERSONALES.....	106
A) RELACIONES SOCIALES.....	106
B) RELACIONES COMERCIALES O DE NEGOCIO.....	106
C) RELACIONES POLITICAS.....	106
D) CREDITO PERSONAL.....	107
E) EXPERIENCIA EN EL RAMO.....	107
F) CAPACIDAD DE INVERSION.....	107
G) DISPONIBILIDAD DE TIEMPO.....	107
H) GUSTO POR EL RAMO O GIRO.....	107

Comercial de Medicamentos & Medicinas



Siempre al Cuidado de su Salud

Comercial de Medicamentos & Medicinas

2.5 ACONDICIONAMIENTO DEL DISEÑO DEL LOCAL.....	157
A) APARIENCIA EXTERIOR.....	157
B) APARIENCIA INTERIOR.....	157

M O D U L O I I I

DESARROLLO EMPRESARIAL

3.1 Y 3.2 CRECIMIENTO INICIAL Y DESPEGUE DE LA EMPRESA.....	170
3.3 LOS PRIMEROS AÑOS.....	171
3.4 PLANEANDO LA EXPANSION.....	173
3.5 IMPLEMENTANDO UN PROGRAMA DE DESARROLLO EMPRESARIAL.....	174
3.6 GLOBALIZACION.....	175
CONCLUSIONES.....	178
BIBLIOGRAFIA.....	179

Siempre al Cuidado de su Salud

Comercial de Medicamentos & Medicinas

INTRODUCCION

Crear una empresa a través de una idea propia siguiendo los pasos de la Previsión y Planeación y poner en marcha dicho proyecto innovador es lo que hace falta hoy en día en nuestro país.

Realizando una investigación de mercado adecuadamente, identificando las oportunidades que existen para cubrir las necesidades y analizando los resultados obtenidos de la investigación será un punto de gran importancia, porque los datos obtenidos nos permitirán conocer el posible éxito o fracaso de la empresa.

Una vez terminada la etapa previsoras tenemos los elementos necesarios para conocer la viabilidad de nuestro negocio pues ya sabemos de la aceptación en el mercado para cubrir con nuestros productos las necesidades existentes.

La otra etapa se conoce como Planeación la cual es considerada como un segundo factor de éxito, ya que es aquí donde se establece la misión, los objetivos y las metas que se pretenden alcanzar, así como implantar las estrategias y tácticas para alcanzar cada uno de ellos.

Conocer la competencia es algo que indudablemente debemos tener siempre presente pues anticiparnos a ella estaremos constantemente en la preferencia y aceptación de los consumidores.

Después de haber cubierto los pasos de la Previsión y Planeación se da inicio a la empresa analizando los elementos generales en la cual por nuestro giro nos afecta dentro del entorno económico y político-social, el desarrollo de la empresa, los elementos específicos personales, etc.

Aprovechar la iniciativa particular desarrollando las habilidades propias es lo que nos puede llevar a crear una ideología mejor de lo que es un empresario, pues los peores días de quien es dueño de un negocio no se comparan a los mejores días de quien es empleado.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

MODULO I

TEORIA DEL EMPRESARIO

1.1 PROLOGO

Donde existe crisis, confusión y problemas también existe indecisión y donde hay indecisión existen oportunidades para aquellas personas con valentía de ser diferentes, con visión para crear mercados donde antes no existían y con creatividad para inventar nuevas formas de negociar anticipándose a lo que la gente va a necesitar, sabiendo reconocer los requerimientos del futuro antes de que se hagan presentes.

Personas que saben que para hacer dinero se tiene que ayudar a otros a hacerlo, es decir, que tienen conciencia de que la empresa también cumple con una función social y curiosamente quienes jamás han estado al frente de una empresa por pequeña que sea, combatirá mejor y con mayor energía todos los obstáculos y dificultades que hacen irrealizable la iniciación en esta época de una empresa.

1.2 DEFINICION DEL EMPRESARIO.

Empresario es aquel que tiene como actividad constante y regular la de emprender y desarrollar actividades empresariales en calidad de socio o accionista.

El solo hecho de dedicarse a realizar transacciones comerciales eventuales no hace al empresario, sino que para que sea considerado como tal debe tener por lo menos una empresa debidamente establecida, con personal asalariado y cuando menos un año de haber iniciado operaciones exitosamente.

Etimológicamente la palabra empresario, proviene del verbo francés *entreprendre* que significa emprender y comprometerse. En inglés la palabra empresario se define con los vocablos *entrepreneur* y *undertaker* que también quiere decir emprender y comprometerse, sin embargo conviene recapacitar que la palabra *undertaker* también significa enterrador con pompa.

Desde el punto de vista de los negocios empresario es aquella persona que bajo el vehemente impulso de ser independiente y a través de la gestación y madurez de una idea, organiza, dirige y asume los riesgos calculados de la operación de un negocio, sabiendo que el éxito no es gratuito ni producto de la suerte, ya que lo que distingue al empresario es que no se arriesga innecesariamente, sino que toma riesgos medidos, analizados y fundados. El empresario crea oportunidades no fracasos, y si estos llegan no lo abruman si no que aprende a rebasarlos sacando la máxima experiencia de ellos, pero raras veces los riesgos estarán desbalanceados con respecto a las oportunidades de mercado y las utilidades.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

En resumen, el empresario planea, preve los riesgos aceptables y se dice que comienza a ser eficiente al seleccionar el mejor destino y rentabilidad para su inversión, considerando todas las formas de riesgo a que tal inversión esta expuesta debido a los peligros económicos naturales del mercado y a los peligros políticos imprevisibles mas de las veces en nuestro medio.

1.3 CONCEPTOS: EXITO Y MOTIVACION.

I. DEFINICION DE EXITO EMPRESARIAL.

Existen en las librerías docenas de libros que hablan del éxito y de como alcanzarlo, mismos que se venden muy bien porque la gente piensa que basta con leerlos para que su vida comience a ser un éxito rotundo .

Desgraciadamente no es tan fácil tener éxito, casi nada en esta vida es tan sencillo y triunfar no lo es si no se esta dispuesto a trabajar esforzadamente, a intentar muchas veces hasta alcanzar nuestros propósitos, a tener mucha confianza en uno mismo y a querer triunfar sin importar los sacrificios ni los desvelos.

Muchos atribuyen el éxito a la suerte, otros a la ayuda de parientes y amigos, cierto que todo esto puede ayudar, pero existen ademas ciertos aspectos o características que hacen a un cierto tipo de empresarios triunfadores y al resto seguidores esperanzados de alcanzar una posición similar.

FACTORES DE EXITO EMPRESARIAL.

El éxito de un empresario es consecuencia de seguir un proceso especifico en toda sugestión administrativa, esta metodología le permite minimizar el riesgo de todos los proyectos que emprende.

A) LA PREVISION.

Prever es anticiparse a las circunstancias futuras, delineando planes de acción alternos. El primer paso para realizar una previsión completa es la investigación.

Antes de planear cualquier proyecto empresarial, es necesario realizar investigaciones en las siguientes áreas:

1.- Mercado: Es el lugar donde se reunen oferentes y demandantes con dinero y voluntad de gastarlo.

2.- Mercado General (Potencial): Es el mercado total que existe por un producto o giro.

3.- Mercado Meta: Es hacia cual van dirigidos los esfuerzos del producto.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

4.- Mercado Principal: Es el mercado en el cual el producto ofrecido y la necesidad del mercado compaginan.

5.- Mercado Lateral: Es en el cual el producto ofrecido y las necesidades y deseos del consumidor no concuerdan correctamente aunque no es totalmente imperfecto.

6.- Mercado de Zona: Es el mercado en el cual las necesidades y productos de los consumidores no concuerdan.

7.- Mercado Común: Es el mercado que ejerce entre los países con el fin de abatir las barreras comerciales, sobre todo de tipo arancelario.

8.- Mercado Bursátil: Es donde se realiza la transacción de acciones en forma legal, basados en la producción, productividad y especulación.

PROCESO DE MERCADOTECNIA

- 1.- INVESTIGACION DE MERCADOS.
- 2.- ANALISIS DE MERCADOS.
- 3.- MEZCLA DE MERCADOTECNIA O DESARROLLO DE ESTRATEGIA.
- 4.- PRESUPUESTO DE MERCADOTECNIA.
- 5.- EJECUCION DEL PLAN DE MERCADOTECNIA.
- 6.- CONTROL DEL PLAN.
- 7.- EVALUACION DE RESULTADOS.

1) INVESTIGACION DE MERCADOS.

La investigación de mercados es un planteamiento sistemático (proceso planeado y bien organizado) y objetivo (deja la información de ser tendenciosa) para desarrollar y proporcionar información en favor de la toma de decisiones en mercadotecnia.

La investigación de mercados se divide en etapa exploratoria (investigación preliminar) y etapa excluyente (se determina que investigación se necesita para la toma de decisiones).

Técnica de capturar, ordenar, clasificar, analizar e interpretar datos que sirvan de apoyo a la toma de decisiones.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

Para llevar a cabo la investigación de mercados es necesario conocer:

- a) ALCANCE O INFORMACION QUE PROPORCIONA LA INVESTIGACION DE MERCADOS.
- b) PASOS O PROCEDIMIENTOS PARA LA INVESTIGACION DE MERCADOS.
 - 1) FORMULACION DEL PROBLEMA Y/O ELABORACION DE HIPOTESIS Y/O INVESTIGACION REQUERIDA.
 - 2) DETERMINACION DE LAS NECESIDADES DE FUENTES DE INFORMACION.
 - 3) DISEÑO DEL CUESTIONARIO.
 - 4) DISEÑO DE LA MUESTRA.
 - 5) RECOPIACION DE DATOS.
 - 6) PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE DATOS.
 - 7) REDACCION DEL INFORME.

a) ALCANCE O INFORMACION QUE PROPORCIONA LA INVESTIGACION DE MERCADO.

A.- DEMANDA.

- I.- Desarrollo de la demanda.
- II.- Estimaciones de ventas o pronósticos.

B.- CONSUMIDORES.

- I.- Consumo (acerca de lo que demandan los consumidores).
 - IA.- Cuantificación de hogares: Nacional, regional, rural.
 - IB.- Clasificación de consumidores: fracción de consumo, área geográfica, grupo socioeconómico, edad, etc.
 - IC.- Uso de los productos: comprensión del producto, motivo del consumo, características del producto, días esperados de compra, productos sustitutos.
- II.- Actitud de los consumidores.
 - IIA.- Imagen del producto: imagen del producto.
 - IIB.- Embases: peso y contenido, logotipo y marca.
 - IIC.- Costo y economía: precios, diferencias en contenido.
 - IID.- Comodidad de uso: comodidad en el empleo y uso, usos alternativos.

C.- COMPETENCIA.

- I.- Datos de los competidores: precios, márgenes de utilidad y presentación.
- II.- Marcas existentes en el mercado.
- III.- Publicidad y promociones.
- IV.- Fuerza de ventas: número de vendedores, supervisores y volumen de ventas.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

D.- DISTRIBUCION.

- I.- Canales de distribución.
- II.- Clases de distribución.

E.- PUBLICIDAD Y PROMOCION.

- I.- Grupo meta: nivel socio-economico, sexo, edad, uso del producto.
- II.- Mensaje: que se quiere comunicar, como y con que medios.
- III.- Promociones: sistemas, concursos, ofertas.

F.- VENTAS.

- I.- Programa de ventas.
- II.- Organización de ventas.
- III.- Reclutamiento, capacitación y promoción de personal.
- IV.- Remuneraciones y estímulos a vendedores.

G.- PRECIOS.

- I.- Determinantes del precio.
- II.- Costos de producción.
- III.- Costos de distribución.
- IV.- Volumen de utilidades.
- V.- Estructura de descuentos.

H.- PAGOS.

- I.- Condiciones de pago.
- II.- Descuentos por pronto pago.
- III.- Ventas a crédito.

I.- LEGISLACION.

- I.- Reglamentos especiales.
- II.- Leyes que nos afectan.

J.- ALMACENAMIENTO Y TRANSPORTE.

- I.- Caducidad.
- II.- Sistema de almacenamiento.
- III.- Medios de transporte.
- IV.- Embalaje.

K.- DATOS SOCIO-ECONOMICOS.

- I.- Demográficos: características, clasificación y ubicación de la población.
- II.- Económicos: ingreso nacional, percapital, actividad económica, ingreso familiar, costo de la vida, índice de precios, estructura del consumo.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

b) PASOS O PROCEDIMIENTOS PARA LA INVESTIGACION DE MERCADOS.

1.- FORMULACION DEL PROBLEMA Y/O ELABORACION DE HIPOTESIS Y/O INVESTIGACION REQUERIDA.

La tarea mas importante y mas difícil del proceso de investigación de mercados es la formulación del problema, ya que sera la guia para conducir todo el proceso. Una vez definido el problema se deben determinar los objetivos del proyecto de investigación especificados en términos precisos.

2.- DETERMINACION DE LAS NECESIDADES DE FUENTES DE INFORMACION.

Los objetivos de la investigación se utilizan para identificar que conjuntos específicos de información son los que se requieren. Después de determinar los objetivos de la investigación, se realiza una investigación exploratoria adicional para comprender mas plenamente la naturaleza del problema e identificar las necesidades de información.

Las fuentes primarias de investigación tales como fuerza de ventas, intermediarios, consumidores y otros usan datos primarios originales, recopilados específicamente para nuestro proyecto en particular, es decir, se trata de nuestra encuesta.

Las fuentes secundarias utilizan datos secundarios que han sido recopilados con otros propósitos, pero que nos pueden servir para nuestro proyecto tales como los registros internos de nuestra empresa, gobierno, asociaciones industriales, profesionales y de negocios, empresas de negocios y particulares, medios publicitarios, etc.

3.- DISEÑO DEL CUESTIONARIO.

Si no basta con la información reunida para resolver el problema, se deben recopilar datos para un fin específico, tomando en cuenta que se tendrán costos en tiempo y dinero y que es necesario desarrollar un plan general para llevar a cabo el resto del proyecto de investigación. Existen tres tipos de diseño de investigación.

3.1 METODO DE OBSERVACION.

Se limita a observar la conducta, observando y registrando eventos.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

3.2 METODO EXPERIMENTAL O DE EXPERIMENTACION.

Este método trata de descubrir una relación entre causa y efecto controlando una variable y produciendo un cambio en la otra.

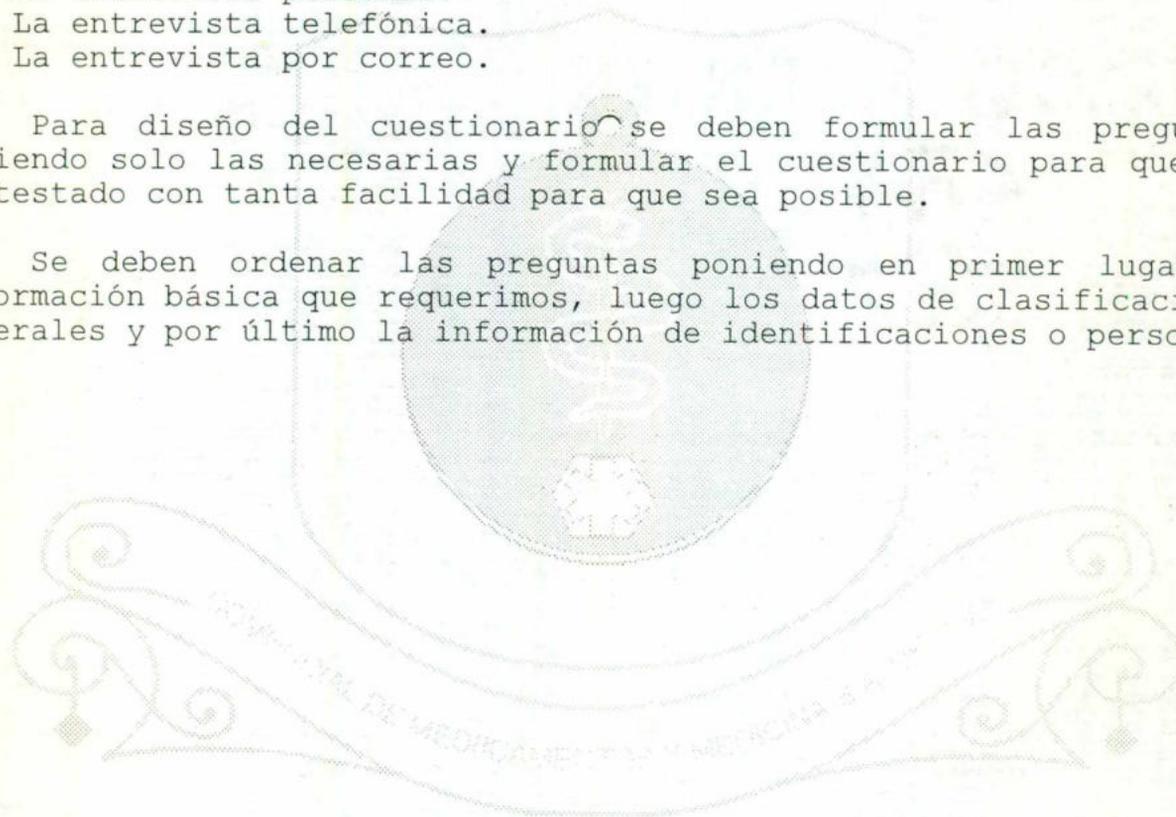
3.3 METODO DEL CUESTIONARIO (ENCUESTA).

Se emplea este método cuando se requiere información de índole personal (sentimientos, actitudes y motivación de los consumidores), se divide en tres tipos:

- 1.- La entrevista personal.
- 2.- La entrevista telefónica.
- 3.- La entrevista por correo.

Para diseño del cuestionario se deben formular las preguntas haciendo solo las necesarias y formular el cuestionario para que sea contestado con tanta facilidad para que sea posible.

Se deben ordenar las preguntas poniendo en primer lugar la información básica que requerimos, luego los datos de clasificación o generales y por último la información de identificaciones o personal.



Siempre al Cuidado de su Salud

Comercial de Medicamentos & Medicinas

HIPOTESIS

- 1.- Consideramos que el 90 % de los habitantes de Ezequiel Montes y sus áreas circunvecinas necesitan de un establecimiento donde puedan adquirir toda clase de medicamentos.
- 2.- Suponemos que de el total de nuestros entrevistados por lo menos el 80 % se interesa que se establezca un establecimiento con estas características.
- 3.- De los negocios establecidos, no existe ninguno que ofrezca el servicio a domicilio ni las 24 horas del día.
- 4.- Del total de los establecimientos, ninguno tiene un extenso surtido en medicamentos y productos de higiene y limpieza personal.
- 5.- Creemos que cuando menos el 70 % de la población cuenta con el poder adquisitivo suficiente para adquirir medicamentos.
- 6.- Creemos que otorgando crédito a dependencias gubernamentales, industrias y comercios obtendremos ingresos considerables y de esta manera aumentar nuestras utilidades.
- 7.- De los negocios existentes ninguno ofrece crédito al sector industrial.
- 8.- Suponemos que al ofrecer descuentos y promociones obtendremos preferencia por parte del público en general.
- 9.- Creemos que ningún establecimiento se coordina con consultorios y clínicas para ofrecer sus servicios simultáneamente.
- 10.- Creemos que una forma de promocionar es dotar de sus recetas médicas a los consultorios y clínicas con nuestros datos impresos.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

I) FORMACION ACADEMICA.....	108
J) VOCACION EMPRESARIAL.....	108
K) PERSONALIDAD O VOCACION POR EL GIRO.....	108
III ELEMENTOS ESPECIFICOS DEL NEGOCIO.....	109
A) ASPECTOS DEL MERCADO.....	109
B) ASPECTOS ECONOMICOS FINANCIEROS.....	113
C) ASPECTOS LEGALES.....	115
D) ASPECTOS TECNOLOGICOS Y DE PRODUCCION.....	133
E) ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....	134
2.2 TRAMITACION INICIAL.....	136
A) PERMISO ANTE LA SECRETARIA DE RELACIONES EXTERIORES.....	137
B) TRAMITE DE CONSTITUCION ANTE NOTARIO.....	137
C) ALTA EN HACIENDA, TESORERIA DEL ESTADO Y OTRAS DEP.....	137
2.3 SELECCION DE LOCALIDAD, LOCAL U OFICINA.....	146
A) SELECCION DE LAS LOCALIDADES PARA EVALUAR UNA CUIDAD O LOCALIDAD.....	146
B) SELECCION DE LOCAL U OFICINA.....	146
2.4 DISEÑO DE IMAGEN CORPORATIVA.....	152
A) CRITERIOS QUE DEBEN SEGUIRSE PARA LA SELECCION DEL NOMBRE..	153
B) SELECCION DEL TIPO DE SOCIEDAD.....	153
C) SELECCION DEL LOGOTIPO.....	153

Siempre al Cuidado de su Salud

Comercial de Medicamentos & Medicinas

CUESTIONARIO.

PUBLICO EN GENERAL.

Este cuestionario tiene como objetivo conocer sus necesidades referentes a la adquisición de productos de salud y gustos de productos higiénicos y de limpieza personal, ya que buscamos el establecimiento de una farmacia que cuente con todo tipo de medicamentos y demás productos para hacerlos llegar de una manera oportuna, cómoda, eficaz y a un precio accesible.

1.- ¿ Conoce usted un establecimiento donde pueda adquirir todo tipo de medicamentos, productos higiénicos y de limpieza personal ?

SI _____ NO _____ CUAL _____

2.- ¿ Cree que los establecimientos existentes satisfacen sus necesidades médicas, así como sus gustos higiénicos y de limpieza personal ?

SI _____ NO _____ CUAL _____

3.- ¿ De los establecimientos existentes alguno le ofrece servicio nocturno.

SI _____ NO _____ CUAL _____

4.- ¿ De los negocios existentes actualmente, tiene preferencia por alguno de ellos ?

SI _____ NO _____ CUAL _____

5.- ¿ Cree que los establecimientos existentes que conoce le ofrecen descuentos y promociones ?

SI _____ NO _____ CUAL _____

6.- ¿ Algunos de los establecimientos que conoce le ofrecen descuentos y promociones ?

SI _____ NO _____ CUAL _____

7.- ¿ Cuando acude a un consultorio, le recomiendan alguna farmacia en especial ?

SI _____ NO _____ CUAL _____

Comercial de Medicamentos & Medicinas

8.- ¿ Cree que el establecimiento de un negocio que le ofreciera todas estas facilidades sería de beneficio para usted y para su comunidad ?

SI _____

NO _____

9.- ¿ Sus ingresos son de ?

de 1 a 2 SMG _____

de 3 a 5 SMG _____

de 5 SMG en adelante _____

NOMBRE _____

OCUPACION _____

DOMICILIO _____

Le agradecemos el habernos dedicado su atención y tiempo para contestar este breve cuestionario.

GRACIAS

Siempre al Cuidado de su Salud

Comercial de Medicamentos & Medicinas

CUESTIONARIO.

EMPRESAS.

Este cuestionario tiene como objetivo conocer sus necesidades referentes a la adquisición de productos de salud y gustos de productos higiénicos y de limpieza personal, ya que buscamos el establecimiento de una farmacia que cuente con todo tipo de medicamentos y demás productos para hacerlos llegar de una manera oportuna, cómoda, eficaz y a un precio accesible.

1.- ¿ Conoce usted algún establecimiento donde pueda adquirir todo tipo de medicamentos, productos higiénicos y de limpieza personal ?

SI _____ NO _____ CUAL _____

2.- ¿ Los establecimientos existentes le ofrecen crédito, descuentos y promociones ?

SI _____ NO _____ CUAL _____

3.- ¿ De los establecimientos existentes alguno le ofrece servicio nocturno ?

SI _____ NO _____ CUAL _____

4.- ¿ De los negocios existentes actualmente, tiene preferencia por alguno de ellos ?

SI _____ NO _____ CUAL _____

5.- ¿ Cree que los establecimientos existentes le ofrecen precios accesibles o de mercado ?

SI _____ NO _____ CUAL _____

6.- ¿ De los negocios establecidos, alguno le ofrece servicio a domicilio ?

SI _____ NO _____ CUAL _____

Comercial de Medicamentos & Medicinas

7.- ¿ Cree que el establecimiento de un negocio que le ofreciera todas estas facilidades seria de beneficio para usted y para su comunidad ?

SI _____

NO _____

NOMBRE _____

EMPRESA _____

ACTIVIDAD _____

DOMICILIO _____

Le agradecemos el habernos dedicado su atención y tiempo para contestar este breve cuestionario.

GRACIAS

Siempre al Cuidado de su Salud

Comercial de Medicamentos & Medicinas

4.- DISEÑO DE LA MUESTRA.

Se debe decidir a quien estará dirigido el cuestionario, ya que la elección de los entrevistados puede influir en el tipo de preguntas formuladas, tanto en la manera de presentarlas. Por lo común es poco realista e innecesario incluir en una encuesta a todos los participantes posibles por lo que se toma una muestra que represente a toda la población que se este entrevistando (una población incluye todos los individuos posibles que comparten una característica apropiada).

Para el diseño de la muestra se emplea la estadística (convierte datos no tratados en información accesible para su estudio) y emplea entre otros, cuatro medios importantes: La moda, la media, la mediana y el uso de las variables dicotómicas.

METODO DEL USO DE LAS VARIABLES DICOTOMICAS

$$q = \frac{Z}{N} \frac{(P)(Q)}{N}$$

DONDE:

- q = Error calculado.
- Z = Area bajo la curva = 2
- P = Índice de error estimado.
- Q = Índice de aciertos asociados al error.
- N = Número de cuestionarios.

Para nuestra investigación tomaremos un índice de confiabilidad de un noventa por ciento, por lo que el tamaño de nuestra muestra sera de treinta y siete. Al realizar los cálculos nos da como resultado un índice de error menor al diez por ciento, por lo cual podemos considerar que es aceptable nuestro calculo.

$$q = \frac{2}{37} \frac{(10)(90)}{37} = 9.86 \%$$

Comercial de Medicamentos & Medicinas

5.- RECOPIACION DE DATOS.

Para recopilar datos es necesario entrar en contacto con los miembros de la población que se esta muestreando. En la entrevista personal se debe contratar, adiestrar y supervisar al personal para evitarnos casos en donde sea el mismo entrevistador el que llena los cuestionarios.

Cuando la entrevista es telefónica, el cuestionario debe ser breve y el entrevistador debe tener una voz agradable e indicar el tiempo que durara la entrevista.

Cuando la entrevista es por correo conviene incluir una carta junto con el cuestionario y sobre con estampilla para la contestación.

6.- PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE DATOS.

Antes de procesar los datos conviene analizarlos para ver si tienen errores y respuestas incompletas, los cuestionarios deficientes se rechazan ya que no tienen ninguna utilidad, después se tabulan o procesan manual o electronicamente y se analizan.

7.- REDACCION DEL INFORME.

Al analizar la información recopilada observamos los siguientes resultados:

Que en el lugar no existe un establecimiento de estas características que satisfaga las necesidades en medicamentos, productos higiénicos y de limpieza personal.

Ninguno de los establecimientos ofrece servicio a domicilio.

Tampoco ofrecen servicio nocturno, de fin de semana o los días festivos.

No ofrecen descuentos, ni promociones al público en general; tampoco ofrecen crédito a las empresas o dependencias gubernamentales o privadas.

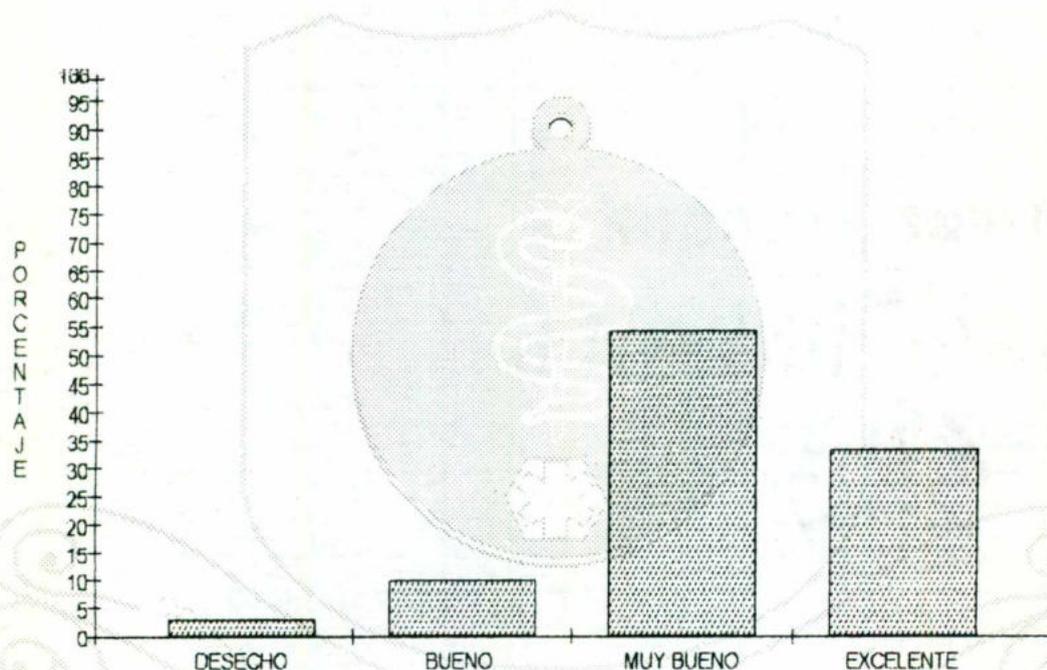
No tienen una publicidad adecuada y constante.

Con estos resultados que hemos obtenido, nos damos cuenta que nuestras hipótesis planteadas son acertadas y podemos decir que nuestro proyecto es viable y seguir con éxito la investigación para el establecimiento de una farmacia, ya que vemos que tenemos ventajas en relación con los establecimientos existentes.

A continuación se muestra una gráfica general sobre el resultado de los cuestionarios aplicados:

Comercial de Medicamentos & Medicinas

RESULTADO GENERAL DE LA APLICACION DEL CUESTIONARIO

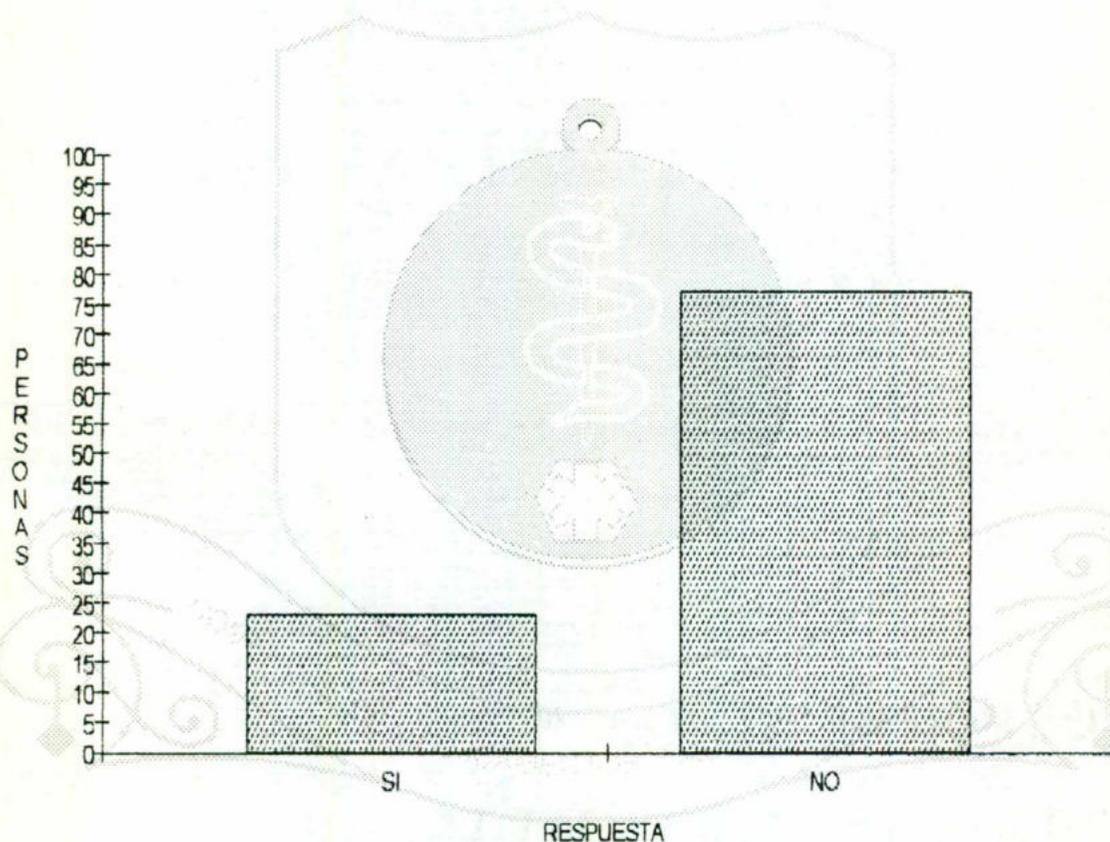


Siempre al Cuidado de su Salud

Al analizar los cuestionarios en forma general se obtuvieron los siguientes resultados, un 3 % de la muestra no fue satisfactoria para el establecimiento de nuestra empresa, un 10 % considero a nuestro proyecto como bueno, un 54 % lo considero como muy bueno y un 33 % lo considero como excelente y sus respuestas obtenidas fueron totalmente favorables para la investigación de mercado.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

¿ CONOCE USTED UN ESTABLECIMIENTO DONDE PUEDA ADQUIRIR TODO TIPO DE MEDICAMENTOS, PRODUCTOS HIGIENICOS Y DE LIMPIEZA PERSONAL ?

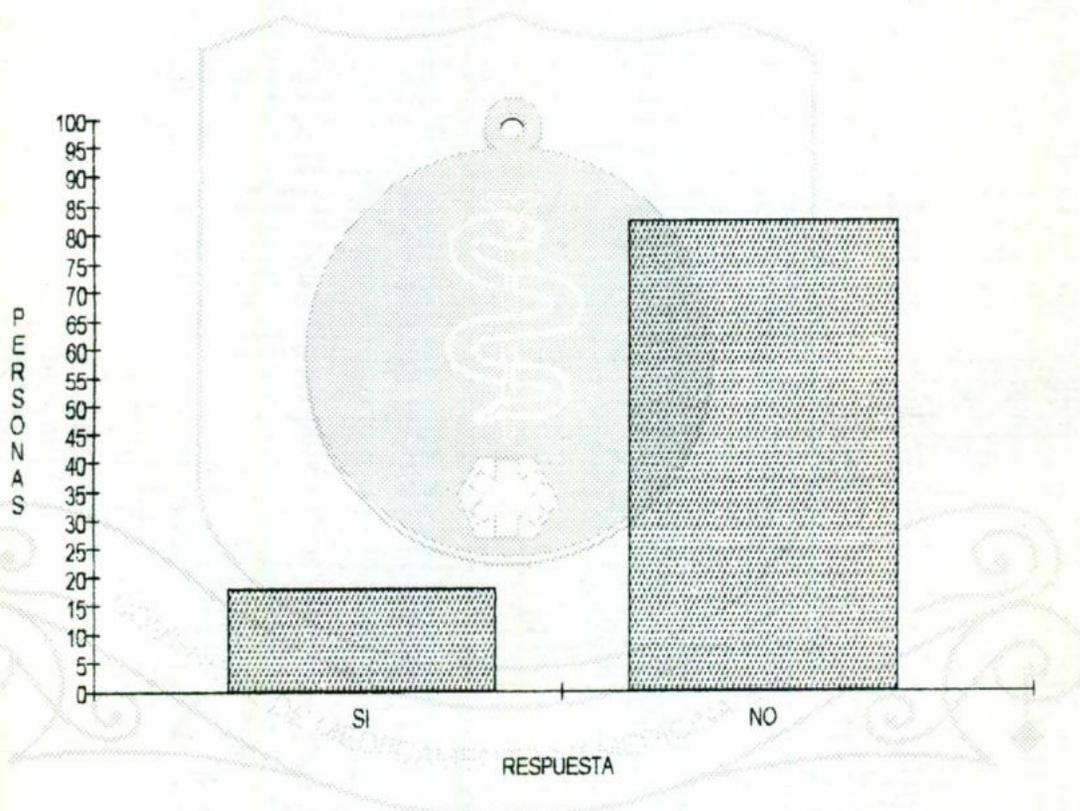


Siempre al Cuidado de su Salud

Después de analizar los resultados obtenidos en los cuestionarios que se aplicaron, la conclusión a la que se llegó en la primer pregunta es la siguiente: De 22 personas cuestionadas, 5 de ellos contestaron positivamente, representando el 22.72 % del total de nuestra muestra y 17 personas contestarán negativamente representando el 77.28 % del total de nuestra muestra. Considerandola como excelente para nuestra investigación.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

¿ CREE QUE LOS ESTABLECIMIENTOS EXISTENTES SATISFACEN SUS NECESIDADES MEDICAS, ASI COMO SUS GUSTOS HIGIENICOS Y DE LIMPIEZA ?

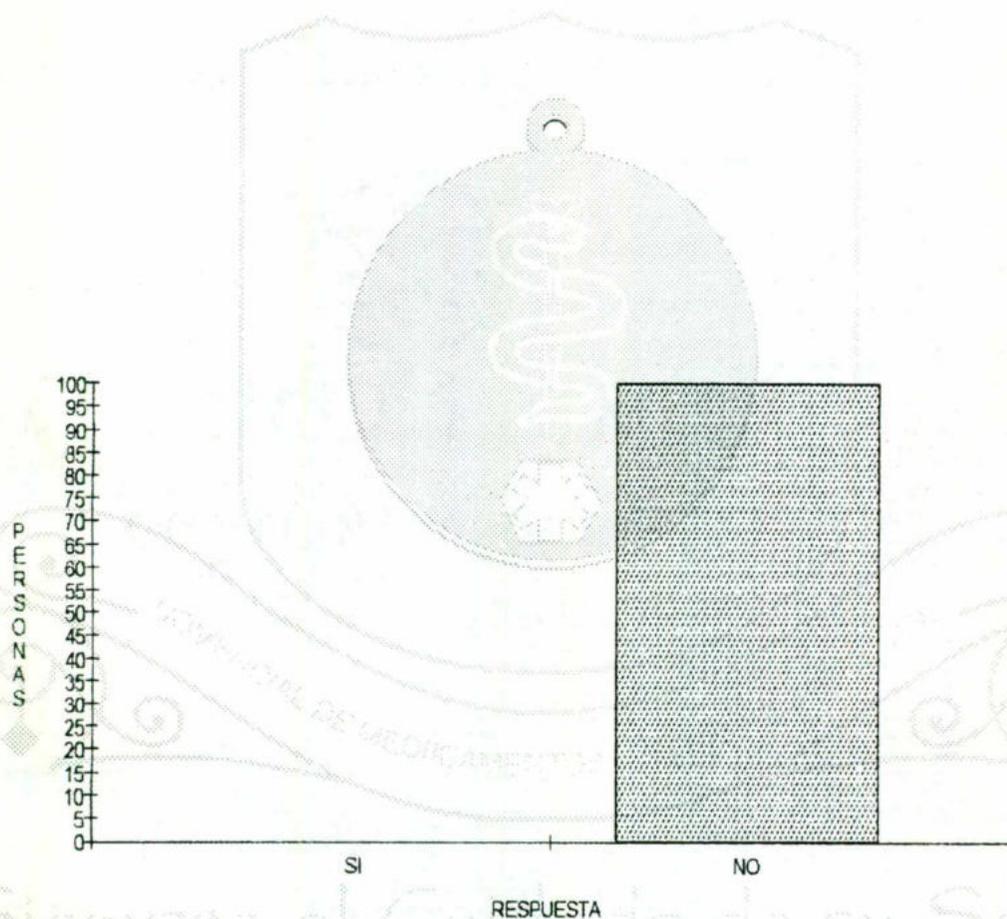


Siempre al Cuidado de su Salud

Después de analizar los resultados obtenidos en los cuestionarios que se aplicaron, la conclusión a la que se llegó en la segunda pregunta es la siguiente: De 22 personas cuestionadas, 4 de ellas contestaron positivamente, representando el 18.18 % del total de nuestra muestra y 18 personas contestaron negativamente, representando el 81.82 % del total de nuestra muestra, considerandola como excelente para nuestra investigación.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

¿ DE LOS ESTABLECIMIENTOS EXISTENTES ALGUNO LE OFRECE SERVICIO NOCTURNO ?

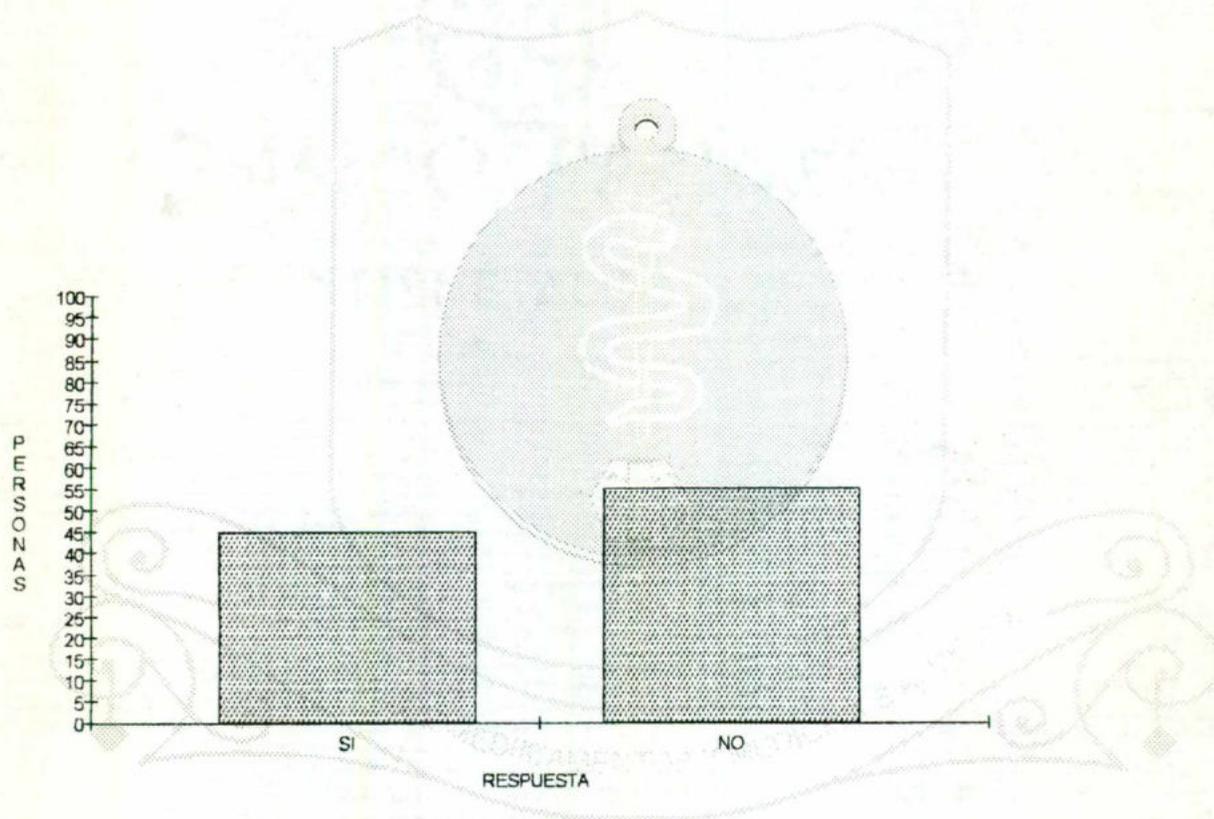


Siempre al Guardado de su Salud

Después de analizar los resultados obtenidos en los cuestionarios que se aplicaron, la conclusión a la que se llegó en la tercer pregunta es la siguiente: De 22 personas cuestionadas, las 22 contestaron negativamente, representando el 100 % del total de nuestra muestra, considerandola como excelente para nuestra investigación.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

¿ DE LOS NEGOCIOS EXISTENTES ACTUALMENTE, TIENES PREFERENCIA POR ALGUNO DE ELLOS ?

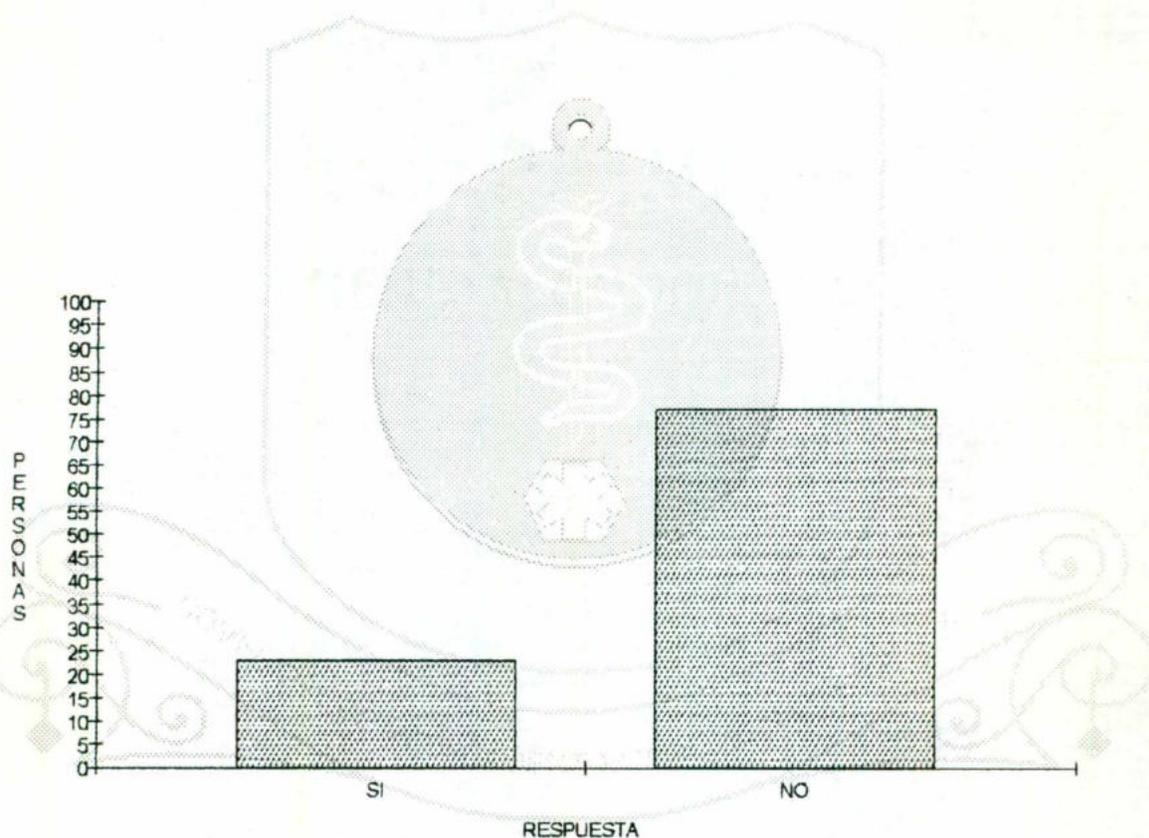


Siempre al Cuidado de su Salud

Después de analizar los resultados obtenidos en los cuestionarios que se aplicaron, la conclusión a la que se llegó en la cuarta pregunta es la siguiente: De 22 personas cuestionadas, 10 de ellas contestarán positivamente, representando el 45.45 % del total de nuestra muestra y 12 personas contestarán negativamente, representando el 54.55 % del total de nuestra muestra. De las 10 personas 5 tienen preferencia por la farmacia tepeyac y 5 por la farmacia la guadalupana. Considerando el resultado como bueno para nuestra investigación.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

¿ CREE QUE LOS ESTABLECIMIENTOS EXISTENTES LE OFRECEN PRECIOS ACCESIBLES O DE MERCADO ?

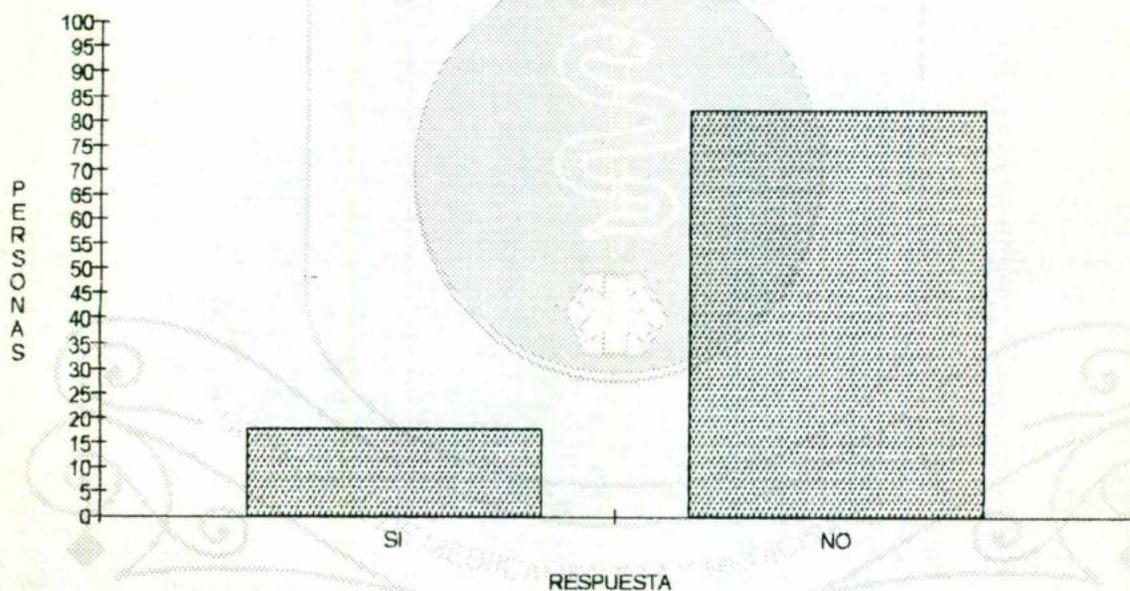


Siempre al Cuidado de su Salud

Después de analizar los resultados obtenidos en los cuestionarios que se aplicaron, la conclusión a la que se llegó en la quinta pregunta es la siguiente: De 22 personas cuestionadas 5 de ellas contestaron positivamente representando el 22.72 % del total de nuestra muestra y 17 personas contestaron negativamente representando el 77.28 % del total de nuestra muestra, considerandola como muy buena para nuestra investigación.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

¿ ALGUNOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS QUE CONOCE LE OFRECEN DESCUENTOS Y PROMOCIONES ?

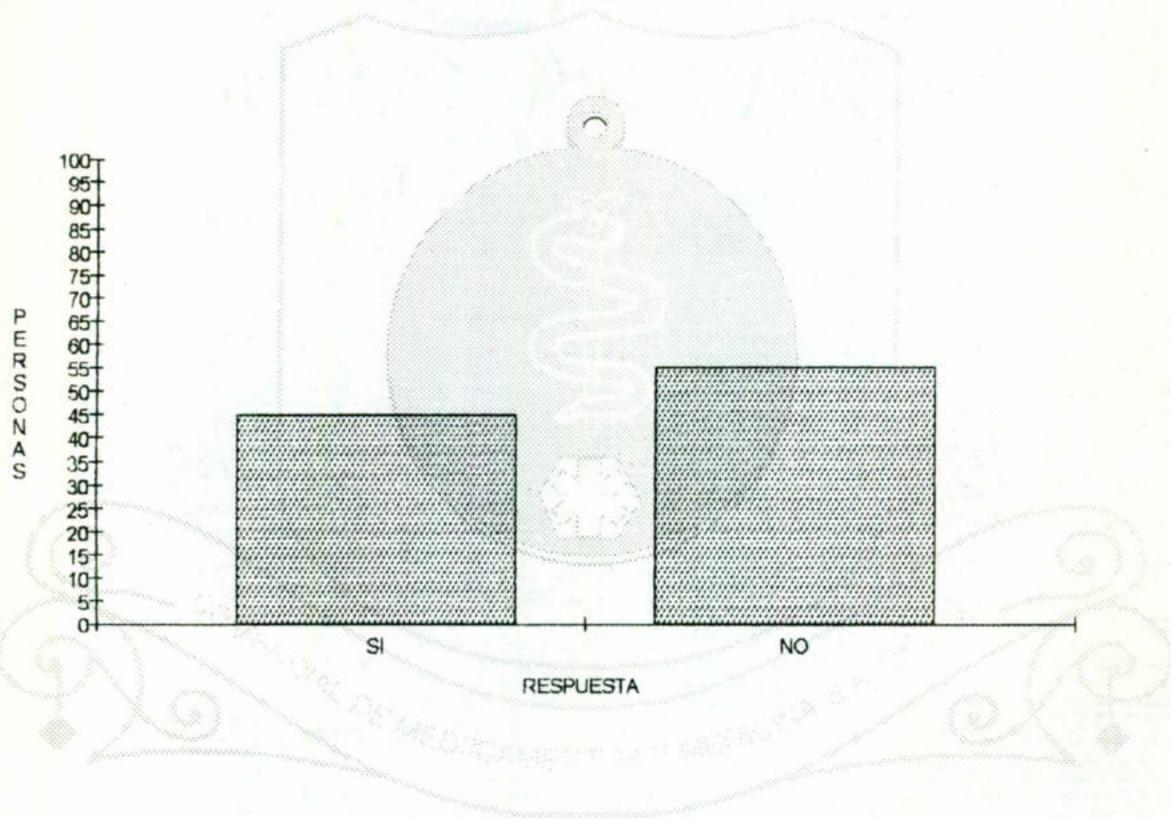


Siempre al Cuidado de su Salud

Después de analizar los resultados obtenidos en los cuestionarios que se aplicaron la conclusión a la que se llegó en la sexta pregunta es la siguiente: De 22 personas cuestionadas 4 de ellas contestarán positivamente representando el 18.18 % del total de nuestra muestra y 18 contestarán negativamente, representando el 81.82 % del total de nuestra muestra, considerandola como muy buena para nuestra investigación.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

¿ CUANDO USTED ACUDE A UN CONSULTORIO, LE RECOMIENDAN ALGUNA FARMACIA EN ESPECIAL ?

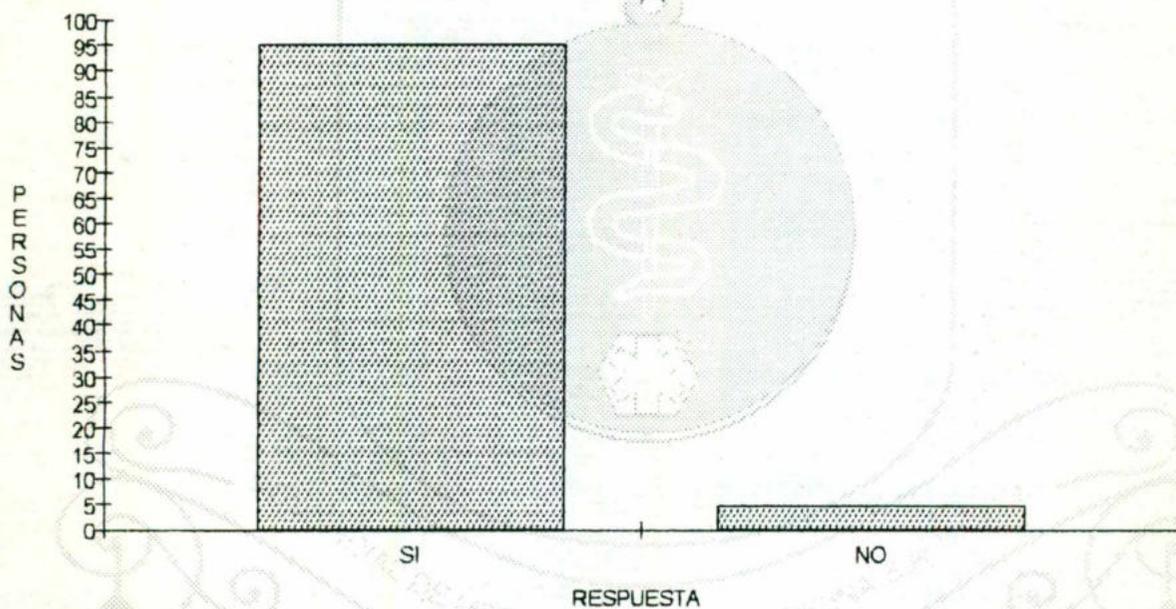


Siempre al Cuidado de su Salud.

Después de analizar los resultados obtenidos en los cuestionarios que se aplicaron la conclusión a la que se llegó en la séptima pregunta fue la siguiente: De 22 personas cuestionadas 10 de ellas contestaron afirmativamente representando el 45.45 % del total de nuestra muestra y 12 personas contestaron negativamente representando el 54.55 % del total de nuestra muestra. Las farmacias que recomendaron fueron la tepeyac y la guadalupana, considerando esta respuesta como buena para el desarrollo de nuestra investigación.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

¿ CREE QUE EL ESTABLECIMIENTO DE UN NEGOCIO QUE LE OFRECIERA TODAS ESTAS FACILIDADES SERIA DE BENEFICIO PARA TI Y PARA TU COMUNIDAD ?

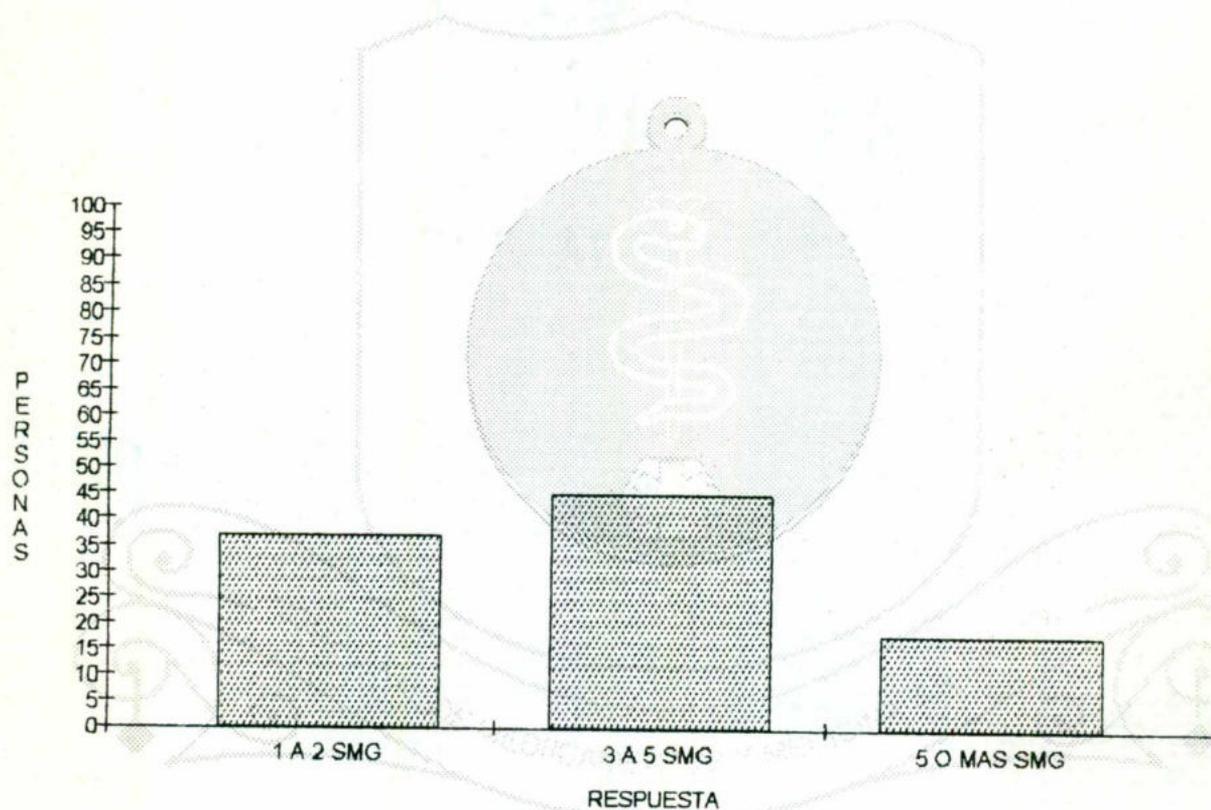


Siempre al Cuidado de su Salud

Después de analizar los resultados obtenidos en los cuestionarios que se aplicaron la conclusión a la que se llegó en la octava pregunta fue la siguiente. De 22 personas cuestionadas, 21 de ellas contestarán positivamente representando el 95.46 % del total de nuestra muestra, una persona contesto negativamente, representando el 4.54 % del total de nuestra muestra. Considerandola como excelente para nuestra investigación.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

¿ CUAL ES EL MONTO PROMEDIO DE SUS INGRESOS ?

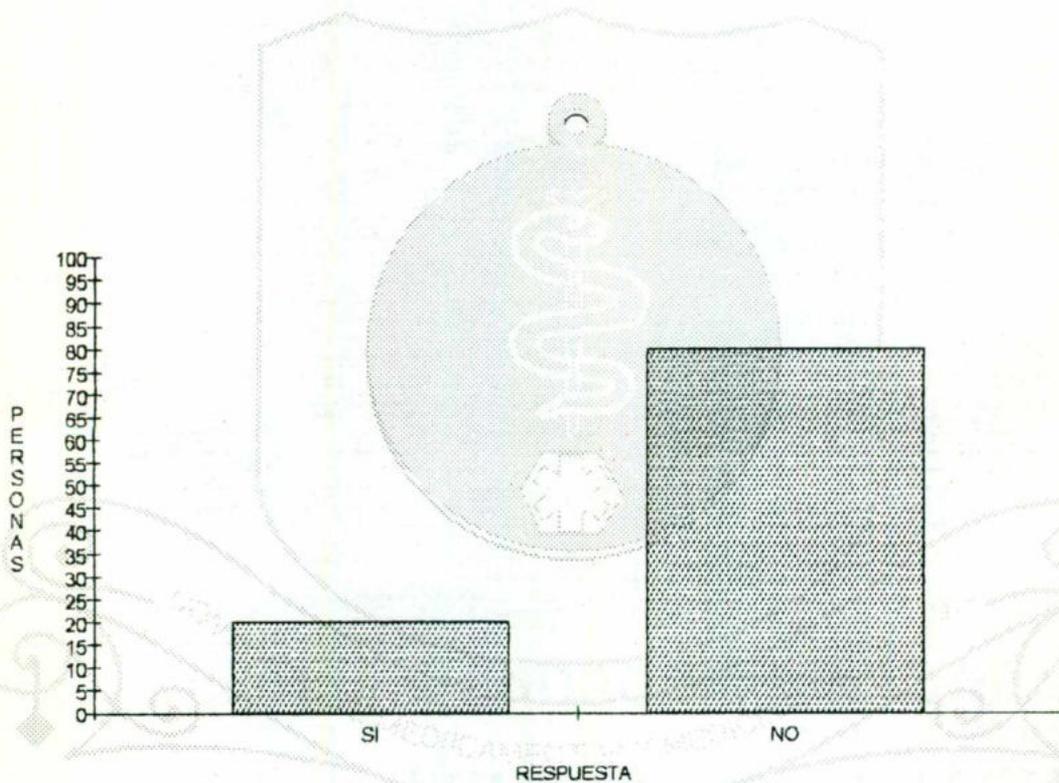


Siempre al Cuidado de su Salud

Después de analizar los resultados obtenidos en los cuestionarios que se aplicaron, la conclusión a la que se llegó en la novena pregunta fue la siguiente: De 22 personas cuestionadas, 8 de ellas perciben ingresos de 2 salarios mínimos representando el 36.36 % del total de nuestra muestra, 10 personas perciben ingresos de 3 a 5 salarios mínimos, representando el 45.45 % del total de nuestra muestra y 4 personas perciben ingresos de mas de 5 salarios mínimos, representando el 18.18 % del total de nuestra muestra, considerando esta respuesta como excelente para nuestro proyecto.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

¿ CONOCE USTED UN ESTABLECIMIENTO DONDE PUEDA ADQUIRIR TODO TIPO DE MEDICAMENTOS, PRODUCTOS HIGIENICOS Y DE LIMPIEZA PERSONAL ?

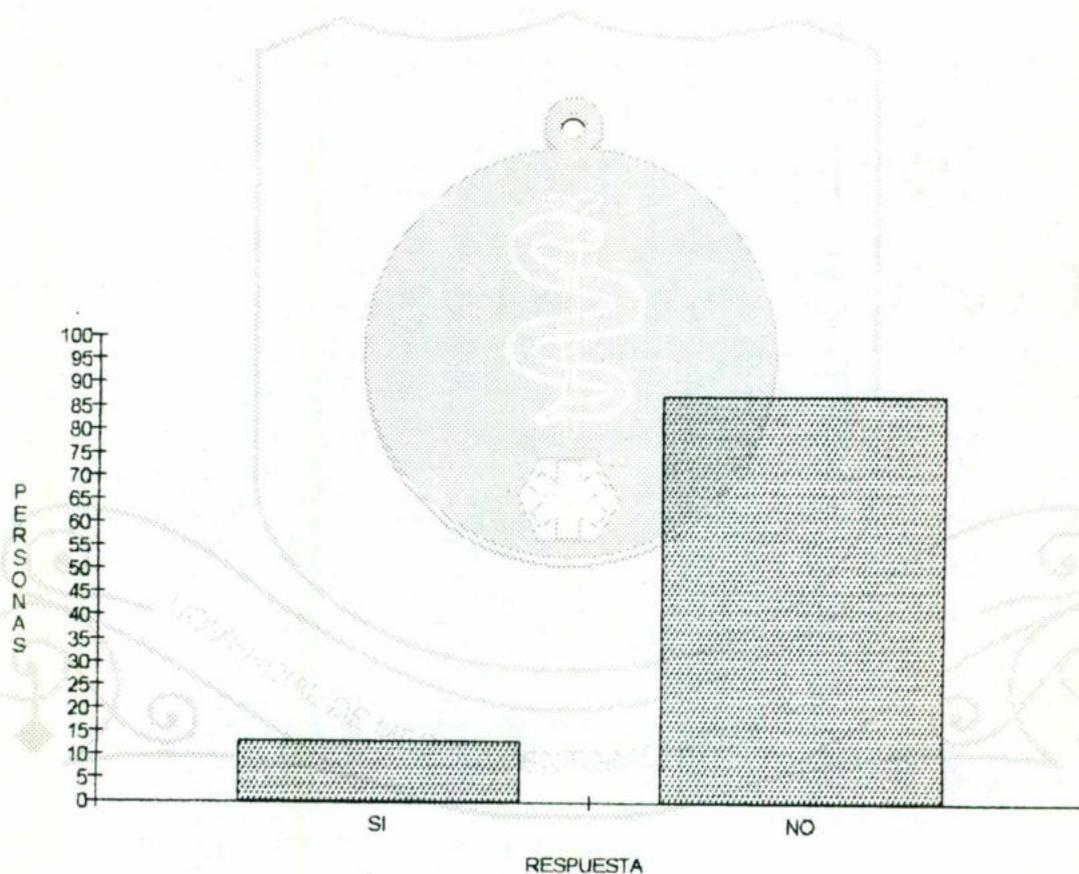


Siempre al Cuidado de su Salud

De una encuesta que se realizo y se aplico a 15 empresas 3 de ellas contestaron positivamente, representando el 20 % del total de nuestra muestra y 12 empresas contestaron negativamente representando el 80 % del total de nuestra muestra.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

¿ LOS ESTABLECIMIENTOS EXISTENTES LE OFRECEN CREDITO, DESCUENTOS Y PROMOCIONES ?

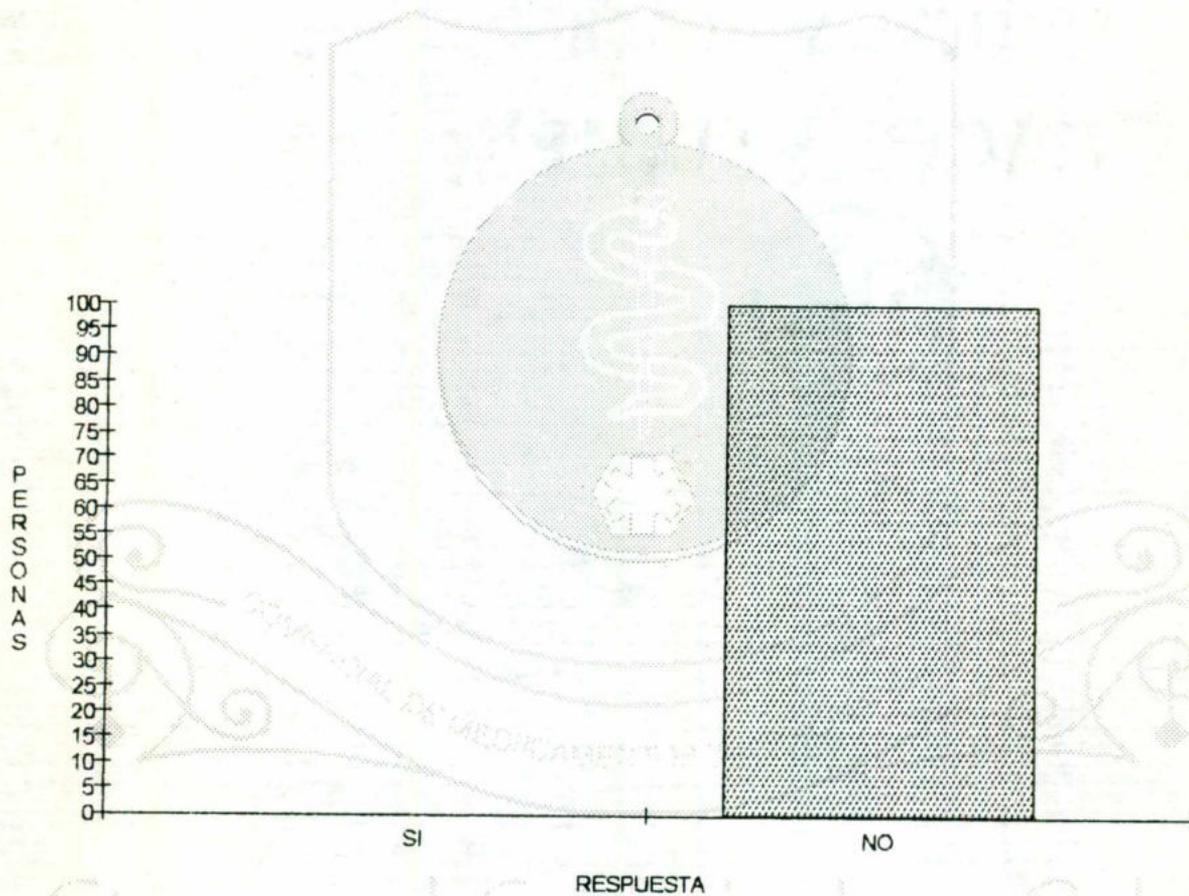


Siempre al Cuidado de su Salud

De una encuesta que se realizo y aplico a 15 empresas 2 de ellas contestaron positivamente representando el 13.33 % del total de nuestra muestra y 13 empresas contestaron negativamente representando el 86.67 % del total de nuestra muestra.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

¿ DE LOS ESTABLECIMIENTOS EXISTENTES ALGUNO LE OFRECE SERVICIO NOCTURNO ?

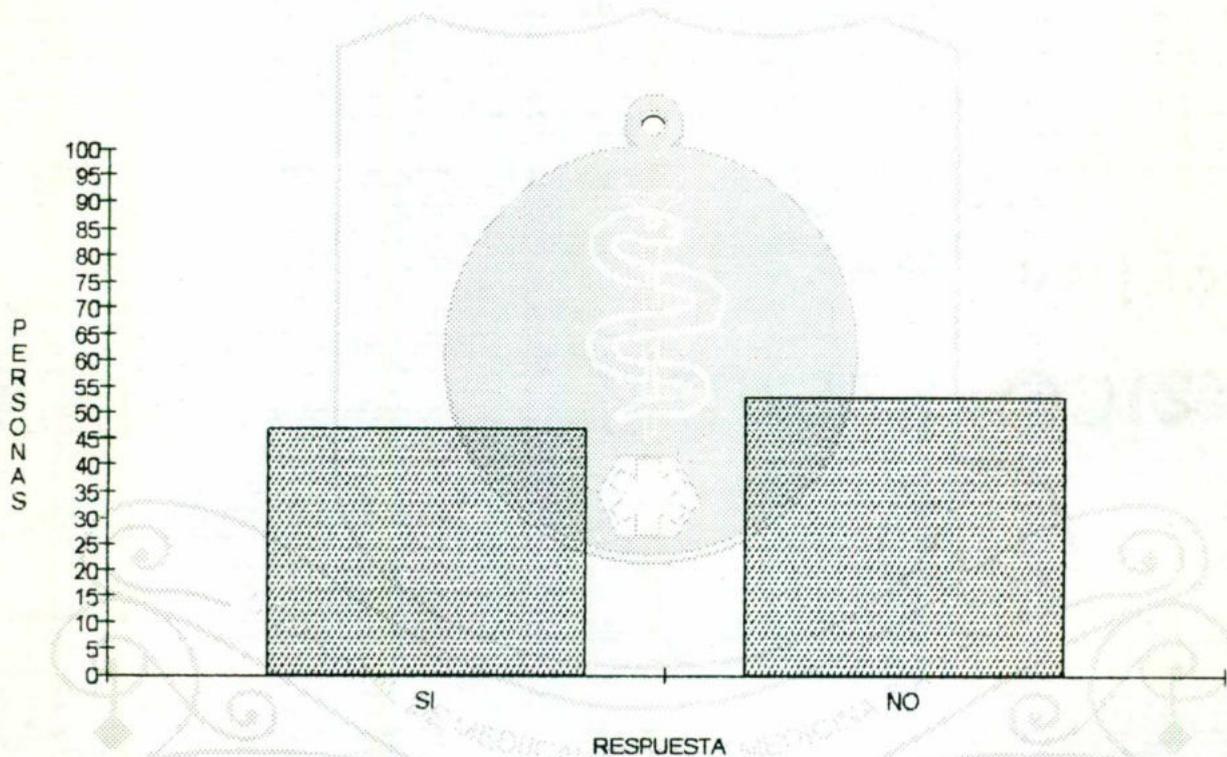


Siempre al Cuidado de su Salud

De una encuesta que se realizo a 15 empresas todas contestaron negativamente representando el 100 % de nuestra muestra. Considerando esta como una de las respuestas de mayor fuerza y sustento para nuestro proyecto.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

¿ DE LOS NEGOCIOS EXISTENTES ACTUALMENTE TIENE PREFERENCIA POR ALGUNO DE ELLOS ?

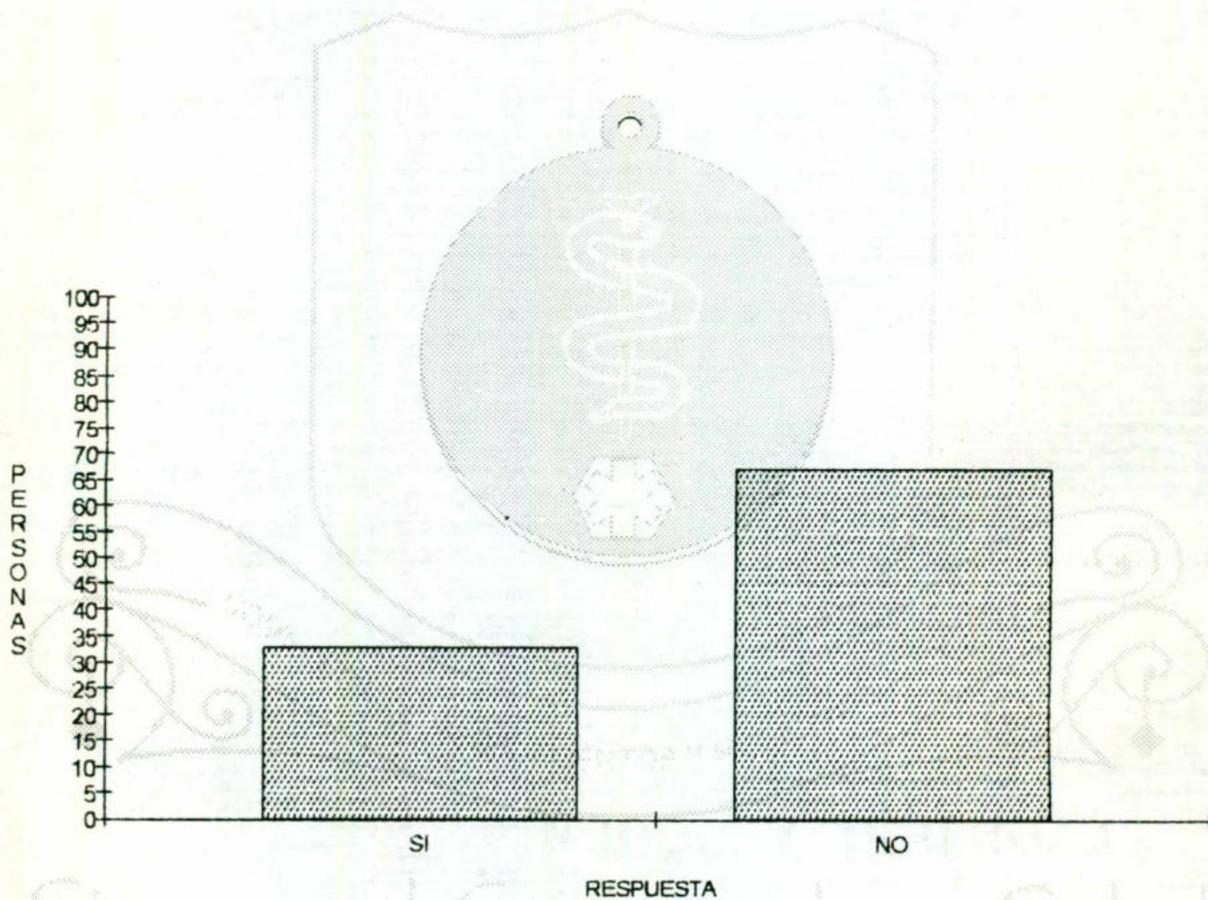


Siempre al Cuidado de su Salud

De una encuesta que se realizo y aplico a 15 empresas, 7 contestaron positivamente representando el 46.67 % del total de nuestra muestra y 8 empresas contestaron negativamente representando el 53.33 % de nuestra muestra. Las 7 empresas que contestaron que si, todas por la farmacia tepeyac.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

¿ USTED CREE QUE LOS ESTABLECIMIENTOS EXISTENTES LE OFRECEN PRECIOS ACCESIBLES O DE MERCADO ?

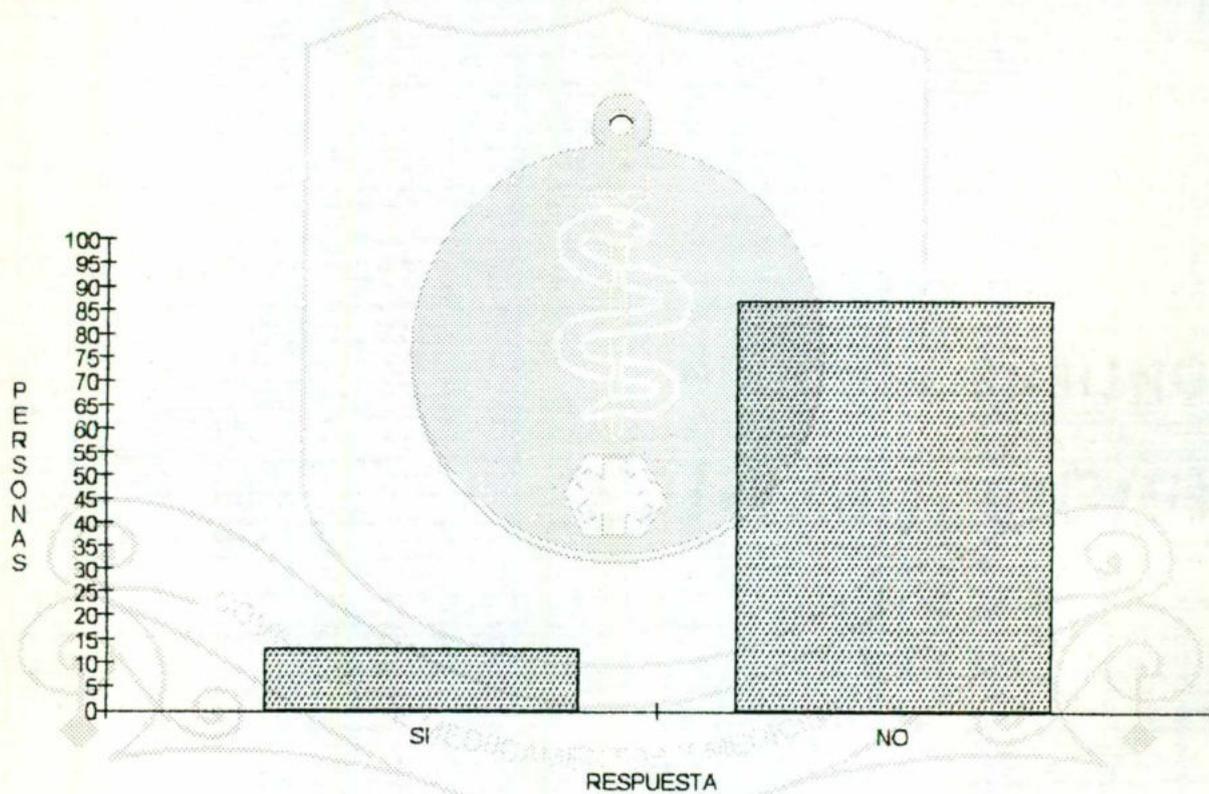


Siempre al Guajardo de su Salud

De una encuesta que se realizo y aplico a 15 empresas, 5 contestaron positivamente, representando el 33.33 % del total de nuestra muestra, 10 contestaron negativamente representando el 66.67 % del total de nuestra muestra. Considerandola como buena para nuestra empresa.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

¿ DE LOS NEGOCIOS ESTABLECIDOS ALGUNO LE OFRECE SERVICIO A DOMICILIO ?

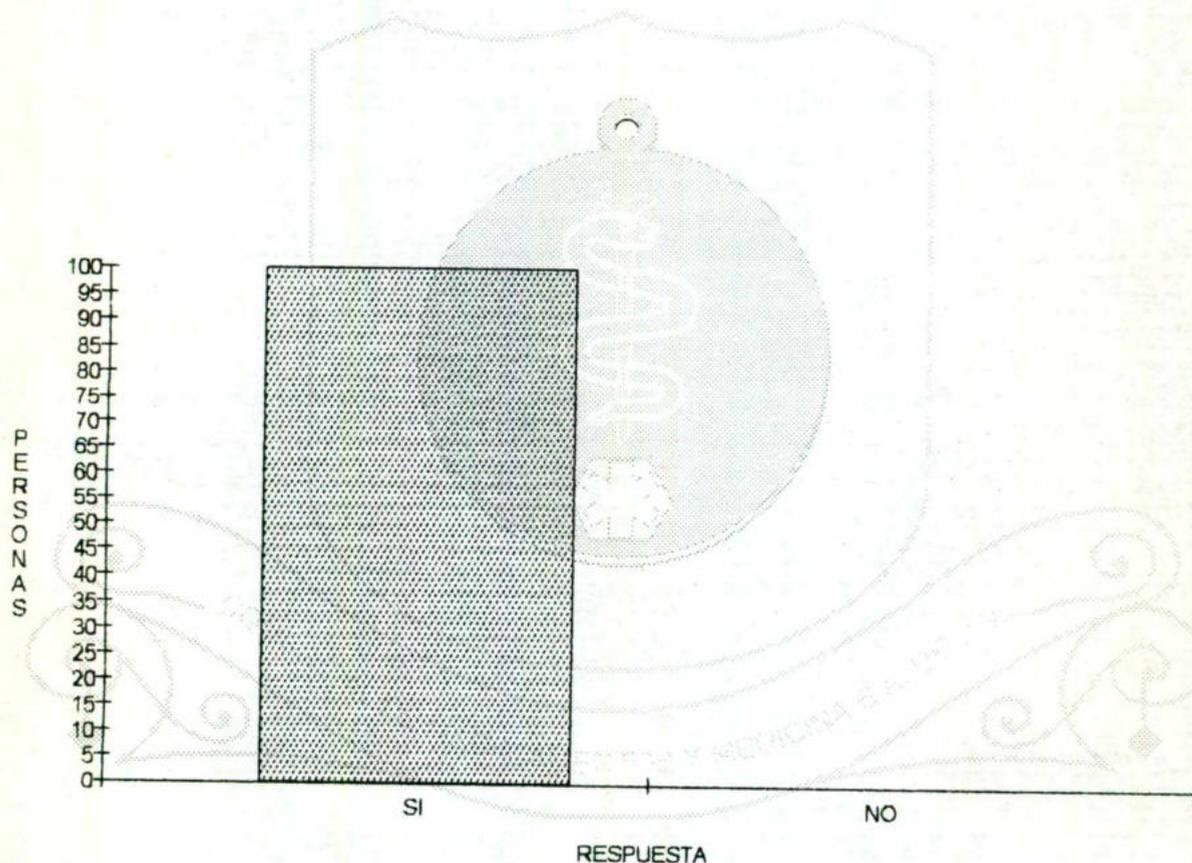


Siempre al Cuidado de su Salud

De una encuesta que se realizo y aplico a 15 empresas, 2 contestaron positivamente representando el 13.33 % del total de nuestra muestra y 13 empresas negativamente representando el 86.67 % del total de nuestra muestra. Considerandola como otra respuesta muy favorable para nuestro proyecto. La única que ofrece el servicio el farmacia tepeyac.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

¿ CREE QUE EL ESTABLECIMIENTO DE UN NEGOCIO QUE LE OFRECIERA TODAS ESTAS FACILIDADES SERIA DE BENEFICIO PARA USTED Y SU COMUNIDAD ?



Siempre al Cuidado de su Salud

De una encuesta que se realizo y aplico a 15 empresas todas ellas contestaron positivamente representando el 100 % del total de nuestra muestra. Considerandola como buena por la aceptación que tendremos.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

2) LA INVESTIGACION TECNOLOGICA.

Para nuestra empresa no se requiere de tecnología altamente avanzada, solo computadoras, impresoras, maquinas registradoras, sistemas de alarmas, etc.

COMPUTADORAS.

ACER:

PAQUETE ACERPOWER P5C SMARTSUITE

- Microprocesador pentium.
- Memoria cache de 256 KB.
- Memoria base de 8 MB en RAM, expandible a 128 MB usando SIMMs de 4 MB, 16 MB de 72 pines.
- 2 puertos seriales, 1 puerto paralelo.
- Controladoras para 4 dispositivos Enhanced IDE, PCI y 2 floppys.
- Conector para mouse y teclado.
- 1 drive de 3.5" para discos de 1.44 MB, 2 slots libres tipo PCI de 32 Bits y 3 ISA.
- Tarjeta de video UVGA PCI con 1 MB, expansible a 2 MB.
- Puede alojar 2 dispositivos de 5.25" visibles y 1 de 3.5" de media altura oculto.
- Monitor UVGA AV34T de 0.28 mm. de dot pitch 14".

PAQUETE ACEPOWER P5C OFFICE

- Microprocesador pentium.
- Memoria cache de 256 KB.
- Memoria base de 8 MB en RAM, expansible a 128 MB usando SIMMS de 4 MB, 16 MB y 32 MB de 72 pines.
- 2 puertos seriales, 1 puerto paralelo.
- Controladoras para 4 dispositivos Enhanced IDE, PCI y 2 floppys.
- Conector para mouse y teclado.
- 1 drive de 3.5" para discos de 1.44 BM, 2 slots libres tipo PCI de 32 Bits y 3 ISA intercalados.
- Tarjeta de video UVGA PCI con 1 MB expansible a 2 MB.
- Puede alojar 2 dispositivos de 5.25", 1 de 3.5" visibles y 1 de 3.5" de media altura oculto.
- Monitor UVGA AV34T de 0.28 mm de dot pitch 14".

Comercial de Medicamentos & Medicinas

PAQUETE ACERPOWER P5C WORKS 95

- Microprocesador pentium.
- Memoria cache de 256 KB.
- Memoria base de 8 MB en RAM, expansible a 128 MB usando SIMMs de 4 MB, 16 MB Y 32 MB de 72 pines.
- 2 puertos seriales, 1 puerto paralelo.
- Controladoras para 4 dispositivos Enhanced IDE, PCI y 2 floppys.
- Conector para mouse y teclado.
- 1 drive de 3.5" para discos de 1.44 MB, 2 slots libres tipo PCI de 32 Bits y 3 ISA intercalados.
- Tarjeta de video UVGA PCI con 1 MB expansible a 2 MB.
- Puede alojar 2 dispositivos de 5.25", 1 de 3.5" visibles y 1 de 3.5" de media altura oculto.
- Monitor UVGA AV34T de 0.28 mm. de dot pictch 14.

PAQUETE ACERPAC OFICINA SMARTSUITE

- Procesador 80486.
- Tecnología ChipUp, expansible hasta pentium overdrive processor.
- 4 MB en RAM, expansible a 256 KB.
- Memoria cache expansible a 256 KB.
- Tarjeta de video UVGA VL Bus con 512 KB, expansible a 1 MB.
- 4 slots de expansión ISA.
- 2 puertos seriales, 1 puerto paralelo.
- Floppy de 3.5" de 1.44 Mb.
- CD-ROM ICE de cuadruple velocidad.
- Tarjeta de sonido de 16 bits.
- Fax/Modem con software para windows precargado.
- Contestadora telefonica.
- Bocinas externas con amplificador y convertidor de corriente.
- Mouse.
- Puerto joystick para juegos.
- Monitor a color UVGA Acer AV-34T de 14" de 0.28 mm. de dot pitch.
- Internet, la red mundial de interconexión, suscripción y 30 horas o 3 meses de uso.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

PRINTAFORM:

SOLARIS

- 386 SX - 40 Mhz.
- Memoria RAM 2 Mb/16 Mb.
- Socket para coprocesador opcional.
- Drive de 3.5" - 1.44 Mb.
- T. video SVGA 256K.
- Monitor monocromático VGA.
- Ranuras de expansión ISA:6.
- Puertos paralelos de impresión 1.
- Puertos seriales 2.
- Teclado en español 102 teclas.

CENTECLA

- 586 DX - 75 Mhz.
- Memoria RAM 4 Mb/64 Mb.
- Coprocesador integrado.
- Drive de 3.5" - 1.44 Mb.
- T. video SVGA 256K.
- Monitor monocromático VGA.
- 7 ranuras ISA, 2 vesa LB.
- Puertos paralelo de impresión 1.
- Puertos seriales 2.
- Teclado en español 102 teclas.

PENTAGONO

- 586 DX - 75 Mhz.
- Memoria RAM 4 Mb/64 Mb.
- Coprocesador integrado.
- Drive de 3.5" - 1.44 Mb.
- T. video SVGA 256K.
- Monitor monocromático VGA.
- 7 ranuras ISA / 3 vesa LB.
- 2 puertos seriales.
- 1 puerto paralelo de impresión.
- Teclado en español 102 teclas.

PENTAGONO

- 586 DX - 100 Mhz.
- Memoria RAM 4 Mb/64 Mb.
- Coprocesador integrado.
- Drive de 3.5" - 1.44 Mb.
- T. video SVGA 256K.
- 2/8/96 monitor monocromático VGA.
- 7 ranuras ISA / 3 vesa LB.
- 2 puertos seriales.
- 1 puerto paralelo de impresión.
- Teclado en español 102 teclas.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

APPLE:

MACINTOSH LC 580

- Procesador 68LC580 a 66/33 Mhz.
- 8 Mb en RAM, expansible a 52 Mb; 800 en disco duro.
- Lector de CD de 2x, sistem 7.5 y teclado en ingles.
- Monitor color integrado 14".
- Bocinas y micrófono incorporados.
- Fax/modem 28.8.

PERFORMA 5260 CD

- Procesador power 5260CD a 100 Mhz.
- 8Mb en RAM, expansible a 64 Mb; 800 Mb en disco duro.
- Lector de CD de 4x; System 7.5 y teclado en ingles.
- Monitor color integrado 14".
- Bocinas y micrófono incorporados.

PERFORMA 5300/100

- Procesador power PC 603 a 100 Mhz.
- 8 Mb en RAM, expansible a 64 Mb; 1.2 Gb en disco duro.
- Lector de CD de 4x; con titulos system 7.5 y teclado en ingles.
- Monitor color integrado 15".
- Bocinas y micrófono incorporados.
- Fax/modem 14.4 con software de telefonía.

POWER MACINTOSH 5260

- Procesador power PC 603 a 100 Mhz.
- 16 MB Ram, disco duro 800 MB.
- CD-Rom 4x, monitor multiplescan 14".
- Bocinas, micrófono, teclado en ingles.
- Mouse, system 7.35.3, incluye títulos.
- Multimedia y software en CD's.
- Con fax-modem teleport gold II.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

TEXA:

TEXA 486DX4 100/540

- Procesador 80486dx4/100 MHZ.
- Disco duro de 540 Mb.
- Memoria RAM de 4 Mb.
- Drive de 3.5".
- Tarjeta de video SVGA color.
- Monitor SVGA color.
- Teclado.

TEXA AM 133/1000

- Procesador AMD 133 MHZ.
- Disco duro de 1 Gb.
- Memoria RAM de 8 Mb.
- Drive de 3.5".
- Tarjeta de video SVGA de 1 Mb PCI.
- Monitor SVGA color.
- Teclado.

TEXA PENTIUM 75/1000

- Procesador pentium 75 HMZ.
- Disco duro de 1 Gb.
- Memoria RAM de 8 Mb.
- Drive de 3.5".
- Tarjeta de video SVGA de 1 Mb PCI.
- Monitor SVGA COLOR.
- Teclado.

TEXA PENTIUM INTEL TRITON

- Memoria RAM 8 Mb exp. 128 Mb.
- 256 Kb de cache exp. a 512 Kb.
- Floppy de 3.5" de 1.44 Kb.
- Disco duro de 1.44 Mb.
- Tarjeta de video SVGA 1 Mb PCI.
- Monitor color súper VGA 14".

Comercial de Medicamentos & Medicinas

IMPRESORAS.

EPSON:

Stylus 820	600*600 dpi
Stylus color Pro	720*720 dpi
Stylus color IIS	720*720 dpi
Stylus color II	720*720 dpi

HEWLETT PACKARD:

HP 400	600*300 dpi
HP 680 COLOR	600*600 dpi
HP 820 COLOR	600*600 dpi
HP 5L	600*600 dpi
HP 5P	600*600 dpi

LEXMARK:

EXECTJET IIc

OLIVETTI:

OLIVETTI JP-50 PORTATIL
OLIVETTI CASHMART
OLIVETTI SRO 12 MF

OKIDATA:

OKIJET 200
OKIPAGE 4W
OKIDATA PM-3410
OKIDATA ML 182+/182 TURBO

BROTHER:

BROTHER XL 2000
BROTHER XL 1000
BROTHER M4309
BROTHER 1924L
BROTHER M1918

Comercial de Medicamentos & Medicinas

MAQUINAS REGISTRADORAS DE COMPROBACION FISCAL.

MAQUINA NCR-2010

Maquina completa diseñada para poder ser utilizada por cualquier tipo de negocio y cumplir con todos los requisitos que pide la S.H.C.P., tiene doble cinta, una para imprimir el ticket del cliente y otra para el rollo de auditoría, imprime en ambos tickets el logotipo de la S.H.C.P., cuenta con cerradura de control y restringe el acceso a los cinco niveles de operación de la maquina, cuenta con llave de acceso a los cinco niveles de operación de la maquina, se puede observar la operación que se realiza por medio de los dos exhibidores (pantallas) con capacidad de 10 dígitos el cual muestra el precio del producto y el numero de referencia del mismo, sello fiscal de seguridad y memoria inviolable.

Este tipo de maquinas generan los siguientes reportes:

- Reporte global diario de ventas.
- Reporte por departamento.
- Reporte por precios pre-fijados.
- Reporte de ventas por hora.
- Reporte de totales para consultas por periodo.
- Reporte de efectivo en caja.
- Reporte de número de transacciones.
- Reporte promedio de cada transacción.

SISTEMA NCR MODELO 9500

Este tipo de maquinas es de las mas completas ya que reúne todos los requisitos que establece la S.H.C.P. y cuenta con un sofisticado sistema de seguridad inviolable, además tiene el sistema scanner, que sirve para leer el código de barras del producto o artículo; este tipo de máquinas se puede conectar a una caja maestra que hace la recopilación general de datos para generar los siguientes reportes:

- Reporte de ventas general.
- Reporte de ventas por departamento.
- Reporte de ventas por artículo.
- Reporte de efectivo en caja.
- Reporte de ventas por periodo o por hora.
- Reporte de skims.

Este tipo de máquinas es lo último en tecnología hasta el momento siendo altamente productivas y eficientes, existen varios modelos como: la IBM modelo 4680, la ICL modelo 4530 o la SWEDA modelo 8200, pero en general ofrecen el mismo servicio y tipo de reportes.

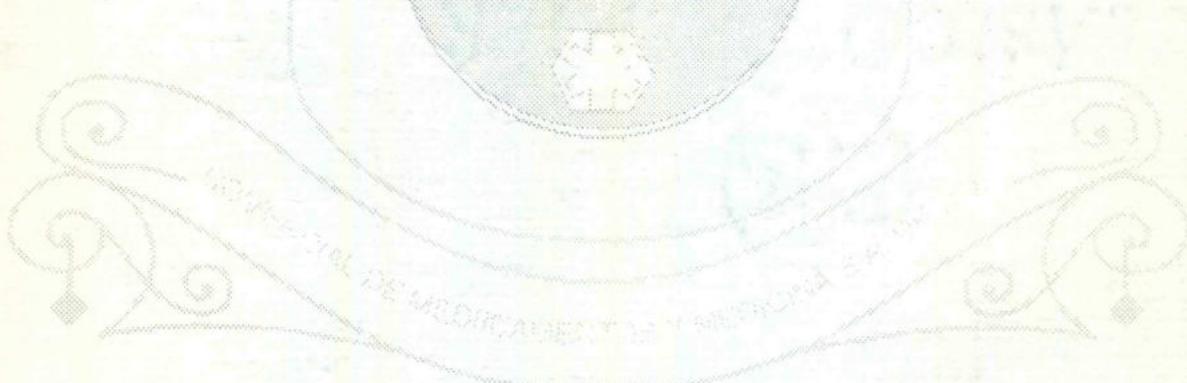
Comercial de Medicamentos & Medicinas

SISTEMA PUNTO DE VENTA MXC-8200-UPT

Esta máquina esta diseñada para ofrecer lo mejor de las cajas registradoras y de lo mas avanzado en tecnología y electrónica, es compatible con una computadora personal y así obtener ventajas en cuanto a la informática, reúne en el mismo equipo todos los sistemas de seguridad que exige la S.H.C.P., esta garantizada en cuanto a durabilidad y ofrece todas las funciones que requiere una maquina de comprobación fiscal, ademas de la compatibilidad, conectividad y gran cantidad de aplicaciones que ofrecen las computadoras personales, permite el acceso al mundo actual y sofisticado de los sistemas abiertos.

Contiene un microprocesador que controla los dispositivos clásicos de una caja registradora, como lo son el teclado, cerraduras de control, cerraduras para cajeros/vendedores, gabetas para efectivo, impresora de ticketes para el cliente y para auditoría, sistema de alarma y una memoria con capacidad de 32 kb.

Para nuestra empresa utilizaremos una computadora power macintosh 52690 conectada a la máquina de comprobación fiscal sistema NCR modelo 9500 la cual contiene el lector de código de barras (scanner), para facilitar las salidas de mercancía y dar mayor agilidad al cobro de las ventas en el establecimiento, ademas de prevenir posibles errores o malos manejos de los cajeros.



Siempre al Cuidado de su Salud

Comercial de Medicamentos & Medicinas

SISTEMAS DE SEGURIDAD Y ALARMAS.

TRANSMISOR INALAMBRICO PARA PUERTAS Y VENTANAS:

Contiene switch para interferir, switch de chequeo, contactos externos de entrada, contactos externos para seleccionar, contactos de respuesta rápida y lenta y transmisión retardada.

DETECTOR INALAMBRICO DE HUMO:

Contiene alarma construida con sonido de 85 db, indicador de baterías bajas a base de alarmas, arriba de 64 000 códigos.

TRANSMISORES MANUALES:

De uno, dos y cuatro canales, botón activador, arriba de 16 000 códigos y baterías de litio.

DETECTOR INFRARROJO INALAMBRICO:

Contiene una fase de discriminación y conteo, detector con escudo, amplificador para RFI Y EMI inmunidad, alta densidad y largo alcance.

CAJA FUERTE DE LLAVE Y ELECTRONICA ELSAFE MICROSAFE:

- Caja de operación mecánica la cual ofrece un sistema exclusivo para aperturas de emergencia, sin necesidad de un cerrajero en caso de que se extravíe la llave, además obtiene una póliza de seguros contra robos.

- Caja de seguridad electrónica que cuenta con las ventajas en ahorros inmediatos, sin perder de vista la posibilidad de modernizarse en un futuro, sin tener que desechar su inversión inicial.

PANEL DE SEGURIDAD:

Proporciona 64 zonas independientes de sensores programados, 61 zonas de radio, 3 zonas de cableado, múltiples salidas de alarma, acepta múltiples formatos lineales RF dentro de los cuales existen entre otros: SX supervisado, S1 supervisado y código mega. Además cuenta con detector de error y corrección y salida de audio con tonos sincronizados.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

3) INVESTIGACION DE LA EMPRESA Y SU ADMINISTRACION.

Para nuestra empresa se requiere personal con un nivel alto de preparación, así como de personal con un nivel medio. Con esto generaremos empleos a los habitantes de estas zona y daremos oportunidad de trabajo.

Es obligación de nuestra empresa contar con la asesoría y respaldo de un medico o químico que sea el responsable en el control de los medicamentos de alto riesgo.

Se proporcionaran cursos y platicas a todo el personal por medio de este responsable para que se tenga un conocimiento general del manejo de los diferentes medicamentos y sus usos.

Se pretendera que también el personal se encuentre agusto con el trabajo que desempeñe por lo que se les otorgaran gratificaciones y en general se tratara de que logren una superación tanto en el trabajo, así como personal.

Para una mejor presentación de todo el personal se les otorgara una bata con el logotipo de la empresa.

La limpieza es de vital importancia en nuestro negocio por lo cual sera una exigencia mantener siempre en perfectas condiciones de limpieza e higiene el local y al personal mismo para una buena presentación e imagen a los clientes.

El horario de trabajo sera el siguiente:

HORARIO NORMAL:

ALMACENISTA: (uno)

De lunes a sábado de 08:00 hrs. a 14:00 hrs. y
16:00 hrs. a 19:00 hrs.

EMPLEADOS DE MOSTRADOR: (cuatro)

De lunes a sábado de 07:00 hrs. a 15:00 hrs.
de 15:00 hrs. a 23:00 hrs. y
de 23:00 hrs. a 07:00 hrs.

CAJEROS: (dos)

De lunes a sábado de 07:00 hrs. a 15:00 hrs. y
de 15:00 hrs. a 11:00 hrs.

REPARTIDORES: (dos)

De lunes a sábado de 08:00 hrs. a 14:00 hrs. y
de 16:00 hrs. a 19:00 hrs.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

HORARIO DOMINICAL:

EMPLEADOS DE MOSTRADOR: (dos)

de 08:00 hrs. a 14:00 hrs. y

de 15:00 hrs. a 20:00 hrs.

Cada trabajador tendrá derecho a un receso de 30 minutos como descanso, mismos que los destinara a sus necesidades personales, el receso se les otorgara en un horario distinto para cada trabajador, para que de esta manera exista el personal suficiente en el establecimiento y se otorgue el servicio en forma eficiente.

Tendrá que rolar turno entre una parte del personal para cubrir los 3 turnos de trabajo.

El personal que labore en el establecimiento tendrá todas las prestaciones de ley como son:

- Registro en el IMSS
- Registro en el SAR
- Registro en el INFONAVIT
- Prestaciones que contiene la Ley Federal del Trabajo como lo son:

A.- Por cada 6 días de trabajo tendrá uno de descanso.

B.- No laborara los días de descanso obligatorios, como lo son:

- 1 de Enero.
- 5 de Febrero.
- 21 de Marzo.
- 1 de Mayo.
- 16 de Septiembre.
- 20 de Noviembre.
- 1 de Diciembre de cada 6 años que hay cambio del Poder Ejecutivo Federal.
- 25 de Diciembre.

C.- Tendrá derecho a sus vacaciones anuales conforme lo marca el art. 76 de la Ley Federal del Trabajo, y a la prima vacacional correspondiente.

D.- Tendrá derecho al reparto de utilidades correspondientes en caso de existir utilidades, el aguinaldo se entregara en la fecha correspondiente y el monto sera de 15 salarios como mínimo.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

4) EL ENTORNO ECONOMICO Y POLITICO.

En el municipio de Ezequiel Montes se esta desarrollando el sector comercial y ganadero, lo cual esta originando la oportunidad para establecer nuevos negocios, ademas de que la poblacion esta creciendo en un 3.7 % anualmente; en consecuencia se demanda cada día mas bienes y servicios.

Una característica del sector económico es que se estaba desarrollando lentamente pero permanente, y actualmente este crecimiento esta acelerando el desarrollo de esta actividad.

El apoyo político que se esta dando a todo tipo de comercios es satisfactorio ya que en este tiempo de crisis lo que busca el municipio de Ezequiel Montes es lograr la creación de empleos y generar de esta manera mas ingresos para el beneficio del mismo.

Las condiciones sociales de la zona son aceptables ya que el índice de delincuencia es demasiado bajo como se muestra en la siguiente estadística:

SEGURIDAD Y ORDEN PUBLICO

DELITO 1995	PRESUNTOS DELINCUENTES	DELINCUENTES SENTENCIADOS
LESIONES	39	32
ROBO	12	4
HOMICIDIOS	0	5
VIOLACIONES	3	3
OTROS DELITOS	16	6

FUENTE: INEGI, DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICA, DIRECCION DE ESTADISTICA, DEMOGRAFICA Y SOCIALES. EDICION 1996.

En el aspecto religioso consideramos que no habrá conflictos entre los habitantes, pues el 99.1 % son católicos y el 0.2 % son protestantes o evangélicos, el 0.2 % pertenecen a otra religión y el 0.5 % no pertenecen a ninguna.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

En cuanto al alcoholismo no existen datos estadísticos que nos muestre una cifra exacta; consideramos que esto no es problema social en Ezequiel Montes actualmente, ya que el consumo de bebidas embriagantes básicamente es en reuniones sociales y en los fines de semana, consideramos que esto es normal en cualquier municipio o entidad federativa.

Como conclusión de todo lo anteriormente expuesto consideramos que se lograra el establecimiento y el éxito esperado de nuestra empresa.

5) INVESTIGACION FINANCIERA.

En la región existen apoyos financieros como lo son: Banca Serfin, Caja Popular Ezequiel Montes y Caja Popular Casa Blanca. Existen también en el municipio de San Juan del Rio diversas instituciones de crédito con las cuales en un determinado momento podrían apoyarnos a través de un financiamiento. Las instituciones en San Juan del Rio son: Nafin, Bancos de primer pido, Cajas populares, Organizaciones Auxiliares de Crédito, Unicrecope, entre otras.

En la actualidad el Banco Nacional de Comercio Interior (BNCI), esta ofreciendo apoyos a casi dos mil negocios de toda la República Mexicana de la industria farmacéutica por un monto de \$ 150 000.00 y \$ 200 000.00 para ayudar a este ramo a superar la crisis por la cual esta pasando y poder capitalizar nuevamente sus empresas.

Consideramos que el crédito que solicitaremos sera a Nacional Financiera a través de los programas de financiamiento que hay para la micro, pequeña y mediana industria, nuestros proveedores nos darán crédito con mercancía a 8, 15, 30 y 60 días con lo que nos veremos beneficiados ya que nosotros otorgaremos crédito a nuestros clientes únicamente por 8 y 15 días.

Otra forma de financiamiento que tendremos es que nuestros proveedores nos cambiaran los productos 15 días antes de su fecha de caducidad de los mismos, por lo que no tendremos pérdidas en los productos que tengan estas características.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

B) PLANEACION.

Si no se actúa en base a un plan previo se corre el riesgo de fracasar por lo cual se considera como segundo factor de éxito la planeación estratégica y táctica.

PLANEACION ESTRATEGICA

Es un enfoque sistemático que busca posesionar y relacionar a la empresa con su medio ambiente con el fin de asegurar su continuidad y hacer que tenga una rápida respuesta ante la turbulencia de su medio ambiente.

DEFINICION:

Es un proceso administrativo de conjuntar los recursos de la organización con sus oportunidades de mercadotecnia en el largo plazo, consistiendo este proceso en la definición de la división, el establecimiento de objetivos en la organización la evaluación de las unidades estratégicas de negocios y la selección de estrategias para ayudar a cumplir los objetivos de la organización.

1.1 ACEPTACION DEL CONCEPTO DE MERCADOTECNIA.

Nuestro concepto de mercadotecnia es salud.

1.2 SEGMENTACION DE MERCADO.

No existen dos consumidores iguales por lo cual es muy difícil satisfacerlos de la misma manera. Para llenar las muy diversas necesidades de mercado los especialistas en mercadotecnia encauzan sus esfuerzos hacia grupos mas pequeños o segmentos dentro del mercado total.

Los consumidores tienden a manifestar similitudes que los mantiene unidos y se basan en características personales, comportamiento de compra o su estructura psicológica. Los especialistas en mercadotecnia tratan de atraer solo algunos segmentos de mercado o de consumidores y desarrollar diferentes metas que puedan satisfacer mejor las necesidades y deseos de cada segmento.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

METODOS PARA LA SEGMENTACION DE MERCADO:

- Mercadotecnia concentrada.
- Atomización de mercado.
- Atracción de varios segmentos de mercado.
- Generalización de mercado.

La mercadotecnia concentrada: consiste en atacar a un solo segmento de mercado.

La atomización de mercado: es la estrategia que consiste en tratar a cada consumidor como si fuera un segmento de mercado.

La atracción de varios segmentos de mercados: consiste en intentar satisfacer varios de los segmentos, recurriendo a variaciones en la mezcla de mercadotecnia, valiendose de diferentes productos, precios distintos, esfuerzos promocionales diferentes o combinaciones de diferentes sistemas de distribución.

La generalización del mercado: es cuando el producto es único y no tiene bienes sustitutos.

Preguntas para la segmentación de mercados:

- 1.- ¿ Se puede identificar y medir el mercado?
- 2.- ¿ Es significativo el mercado ?
- 3.- ¿ Es accesible el mercado ?
- 4.- ¿ El mercado responde ?

Bases para la segmentación de mercados

*Por características de los consumidores

*Demográfico.
*Geográficos.

*Por comportamiento del consumidor

*por uso del producto.
*Por beneficios percibidos del producto.
*Por estilo de vida o psicografico.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

POR CARACTERISTICAS DE LOS CONSUMIDORES

Este método de segmentación mide varias de las características de los consumidores tales como edad, sexo, ingreso, ubicación y otras, y luego determina el grado en que estas características se relacionan con el comportamiento de compra.

Demográficamente. Es de acuerdo a su nivel de educación, su edad, sexo, estado civil, etc.

Geográficamente. Se hace de acuerdo a la ubicación del consumidor, pero afecta las predilecciones del mismo.

POR COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES

Este método analiza el comportamiento de los consumidores en el mercado y efectúa un rastreo para determinar que rasgos y atributos comunes generan tal conducta en ese segmento, este método utiliza la segmentación por:

Por uso del producto. Se analiza a los usuarios frecuentes del producto y desarrolla una mezcla de mercadotecnia dirigida a tales segmentos utilizando el principio de la regla 80 - 20.

Por beneficios percibidos del producto. Analiza la información sobre las preferencias y necesidades de los consumidores y las traduce en programas de mercadotecnia que hacen incapie sobre tales preferencias.

Por estilo de vida o psicografico. Divide al mercado en segmentos configurados por la manera en que viven los consumidores como reflejo de sus valores actitudes y creencias.

Siempre al Cuidado de su Salud

Comercial de Medicamentos & Medicinas

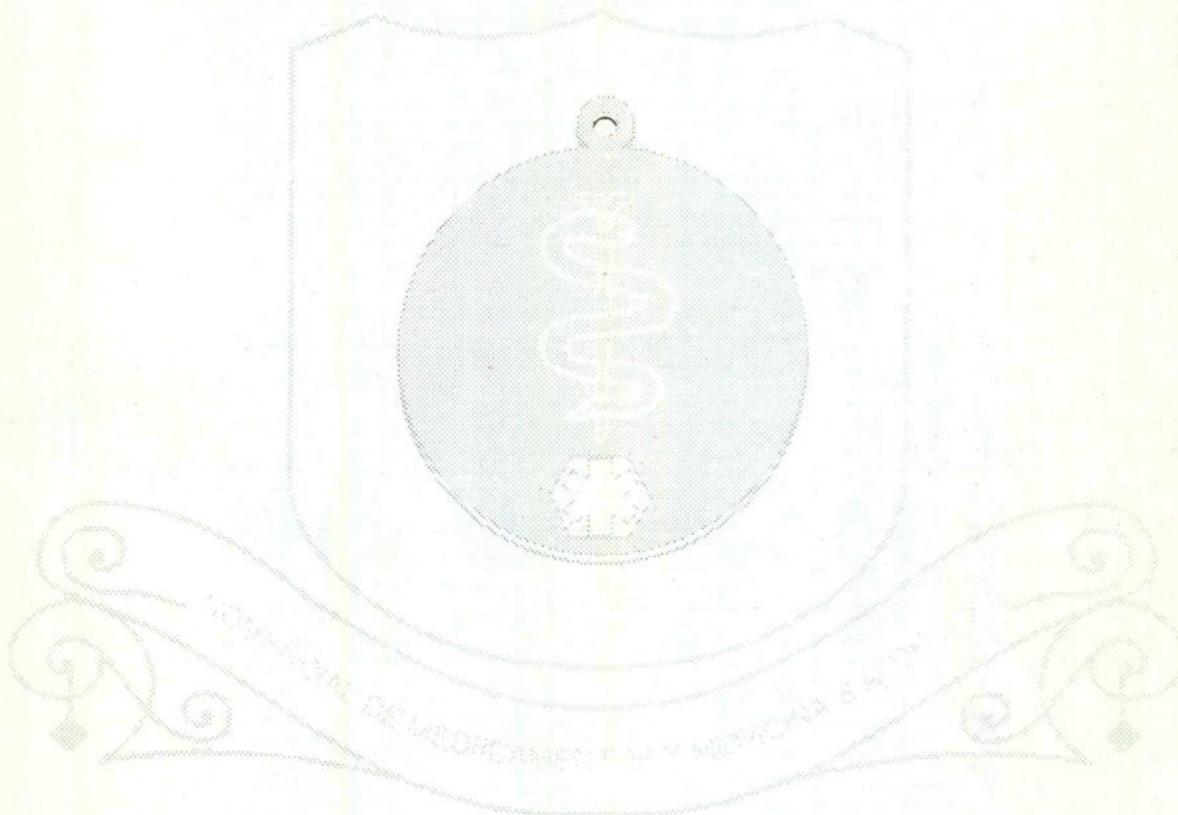
terapéuticos	alimentación	alimento enteral	advera	1
			pegiasol	2
			sustacal	3
	alimentación infantil lacteado		enfalac	4
			nenatal	5
			simlac con hierro	6
	alimentación infantil no láctea		isomil	7
			nutrion soya	8
			nutrion 1	9
	carbohidratos		nan ha	10
			nan sin lactosa	11
				12
	lipidos		sustacal	13
			soyaven	14
			emulsan	15
	analgésicos	agonistas	demerol	16
			durogesit	17
		antagonistas	núbian	18
	metamizol		standol	19
			prodolina	20
		neomelubrina	21	
paracetamol		magnopiról	22	
		asafen	23	
		desenfriolito	24	
anorexígenos	no anfetamínicos	asenix	25	
		diatoman	26	
		esbaltex	27	
antialérgicos y antihistamínicos	bloqueadores antihistamínicos de receptores h1	astemina	28	
		andantol	29	
		cloro trimetón	30	
antiácidos	inhibidores de la liberación de histamina	ventizol	31	
		lertamina	32	
	solos	pepto bismol	33	
asociados con antiflatulentos		leche de magnesia hidratada	34	
		algicón	35	
		sal de uvas picot	36	
amoxicilina		galan plus	37	
	solo	ecimox	38	
		amoxil	39	
ampicilina		amoxisol	40	
	en combinación	amoxibron	41	
		penamox	42	
solo		vugmentin	43	
		binotal	44	
		flamicina	45	
en combinación		pentroxyl	46	
		ampiclox d	47	
		bisolvon ampicilina	48	
solo		250 mg.	49	
		500 mg.	50	
	algitrin	51		
	dáctril	52		

Comercial de Medicamentos & Medicinas

salud	sustancias activas	paracetamol		sinadol		49	
			en combinación	asafen buscapin tucilen pediátrico		50 51 52	
				sola	a - bicón		53
			vitamina a	Página 4 en combinación	arovit		54
					hipoglus plus		55
		vitaminas	vitamina b complejo	solo	manibee complejo		56
				en combinación	optimin		57
					rempiex		58
			vitamina k	en combinación	cal - rutina		59
		alimento dietético	en combinación	milsen			60
				pulmucaren			61
		calcio	solo	calcival plus			62
				c 1000 c cal - rutina			63 64
			en combinación	casec casilan			65 66
		hierro	solo	ferronina fernal inferón			67 68 69
				en combinación	fortacil genal b-12 isomil		70 71 72
				sola		humulin	
		insulina	humana	en combinación	humulin n humulin 3070		74
					humulin i humulin r		75 76
			bovina	sola	antusin		77
	productos de belleza	cremas para la piel cremas para afeitar lociones		insulina lenta insulina nph insulina regular		78 79 80	
		hombres	rasuradoras	para el pelo		81	
			tintes	para bigote y barba		82	
			fijadores para el pelo			83	
			perfumes			84	
		mujeres	cremas para la piel perfumes			85 86	
			fijadores para el pelo			87	
			tintes para el pelo			88	
			cosméticos	lápiz labial maquillaje barniz		89 90 91	
				cremas delinadores acetones depiladoras		92 93 94 95 96 97	
	hombres	pañuelos desechables				98	
			shampoo			99	
			desodorantes			100	
			jabones			101	
			cremas dentales cepillos			102 103	

Comercial de Medicamentos & Medicinas

productos higiénicos	mujeres	pañuelos desechables	104
		shampoo	105
		desodorantes	106
		jabones	107
		cremas dentales	108
	cepillos	109	
	toallas sanitarias	110	
	niños	pañales	111
		mamilas	112
		biberones	113
talcos		114	
chupones		115	
cotonetes		116	



Siempre al Cuidado de su Salud

Comercial de Medicamentos & Medicinas

1.3 ANALISIS DE LOS SEGMENTOS IDENTIFICADOS.

SBU O VEN	INVERSION REQUERIDA	CRECIMIENTO FUTURO	TURBULENCIA FUTURA	RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSION
1	Media baja	bajo	media alta	alto
2	media baja	alto	alta	alto
3	media baja	alto	alta	alto
4	baja	alto	muy alta	medio alto
5	media alta	alto	muy alta	alto
6	alta	muy alto	muy alta	muy alto
7	media baja	muy alto	alta	medio bajo
8	media alta	bajo	muy alta	medio alto
9	media alta	alto	muy alta	alto
10	media alta	alto	muy alta	medio alto
11	media baja	medio bajo	baja	bajo
12	baja	alto	media alta	bajo
13	muy alta	bajo	muy alta	muy alto
14	muy baja	bajo	muy baja	bajo
15	baja	alto	muy alta	medio alto
16	media alta	alto	baja	alto
17	media alta	alto	baja	medio alto
18	media baja	medio bajo	baja	medio alto
19	baja	bajo	muy alta	alto
20	baja	medio bajo	baja	medio alto
21	baja	bajo	alta	alto
22	media baja	alto	baja	alto

Comercial de Medicamentos & Medicinas

SBU O VEN	INVERSION REQUERIDA	CRECIMIENTO FUTURO	TURBULENCIA FUTURA	RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSION
23	media alta	alto	muy alta	medio alto
24	muy alta	alto	muy alta	alto
25	muy alta	alto	muy alta	alto
26	baja	bajo	muy baja	bajo
27	media alta	bajo	baja	medio alto
28	baja	bajo	muy alta	alto
29	baja	muy alto	alta	medio alto
30	alta	bajo	muy alta	alto
31	baja	bajo	baja	alto
32	baja	bajo	alta	muy alto
33	media alta	alto	media alta	alto
34	media alta	bajo	alta	alto
35	baja	alto	muy alta	medio alto
36	media baja	alto	muy alta	alto
37	media baja	bajo	baja	bajo
38	baja	alto	alta	medio alto
39	media alta	alto	muy alta	alto
40	alta	alto	baja	medio alto
41	alta	muy alto	muy alta	alto
42	media alta	muy alto	baja	medio alto
43	baja	alto	alta	alto
44	baja	alto	baja	muy alto
45	media alta	alto	muy alta	muy alto

Comercial de Medicamentos & Medicinas

SBU O VEN	INVERSION REQUERIDA	CRECIMIENTO FUTURO	TURBULENCIA FUTURA	RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSION
46	media alta	medio alto	alta	alto
47	media alta	alto	alta	medio alto
48	baja	bajo	muy alta	bajo
49	media alta	bajo	muy alta	medio alto
50	baja	bajo	baja	alto
51	baja	alto	muy alta	bajo
52	media alta	bajo	baja	alto
53	baja	alto	alta	muy alto
54	baja	alto	muy alta	alto
55	media baja	medio alto	alta	bajo
56	media alta	alto	baja	alto
57	baja	alto	media alta	alto
58	media alta	alto	baja	medio alto
59	baja	medio alto	baja	bajo
60	baja	alto	muy alta	alto
61	alta	alto	muy alta	alto
62	media alta	medio alto	muy alta	bajo
63	alta	alto	alta	muy alto
64	media alta	alto	alta	medio alto
65	baja	muy alto	alta	alto
66	media alta	alto	muy alta	medio alto
67	media alta	alto	alta	medio alto
68	baja	medio bajo	baja	bajo

Comercial de Medicamentos & Medicinas

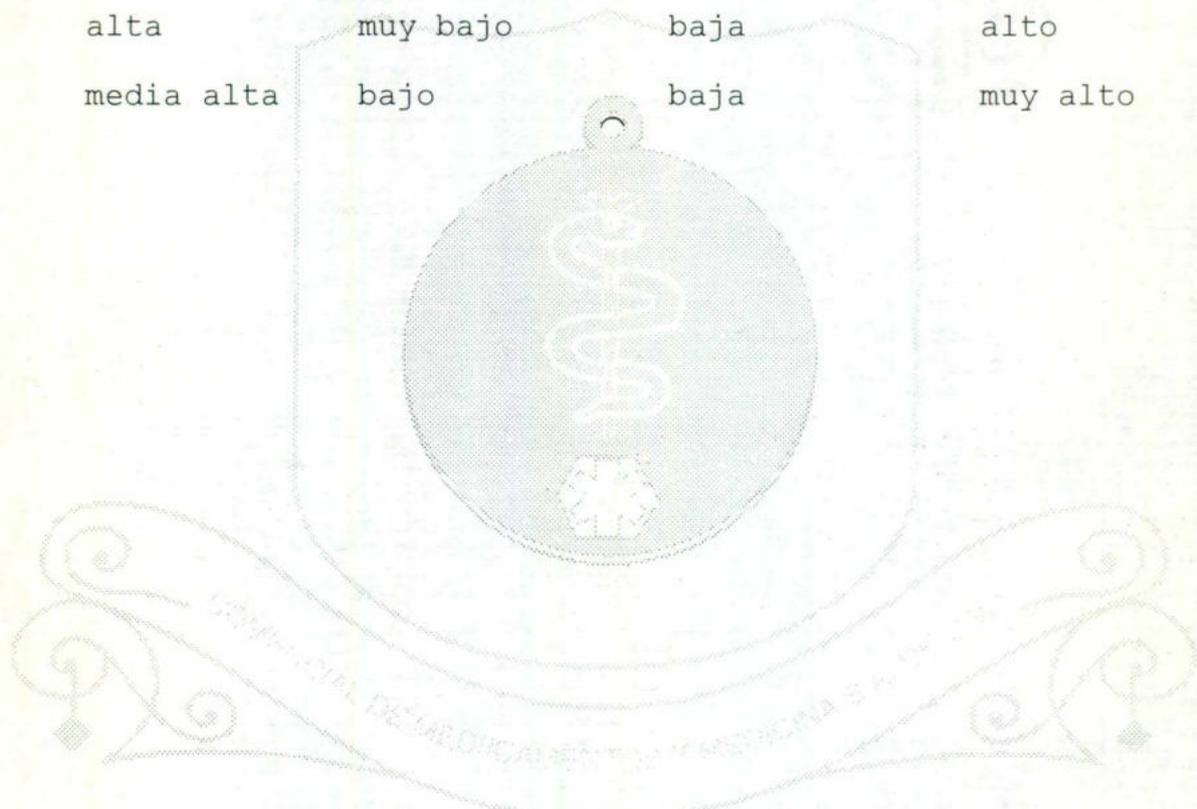
SBU O VEN	INVERSION REQUERIDA	CRECIMIENTO FUTURO	TURBULENCIA FUTURA	RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSION
69	media alta	alto	muy alta	alto
70	media baja	medio bajo	baja	medio bajo
71	baja	alto	alta	bajo
72	baja	bajo	alta	muy bajo
73	alta	alto	baja	medio alto
74	muy alta	medio alto	baja	muy bajo
75	alta	bajo	muy baja	medio alto
76	alta	medio alto	baja	alto
77	alta	medio alto	baja	alto
78	media baja	alto	baja	medio alto
79	alta	medio bajo	muy baja	alto
80	alta	alto	muy alta	muy alto
81	alta	medio alto	alta	alto
82	baja	bajo	baja	medio alto
83	baja	alto	baja	alto
84	baja	alto	baja	bajo
85	muy alta	bajo	muy alta	muy bajo
86	media alta	alto	baja	muy alto
87	baja	bajo	alta	alto
88	media alta	bajo	alta	medio alto
89	alta	alto	baja	alto
90	media alta	bajo	baja	muy alto
91	media alta	bajo	baja	alto

Comercial de Medicamentos & Medicinas

SBU O VEN	INVERSION REQUERIDA	CRECIMIENTO FUTURO	TURBULENCIA FUTURA	RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSION
92	alta	bajo	baja	alto
93	baja	bajo	alta	medio alto
94	muy baja	medio bajo	muy baja	medio alto
95	baja	medio bajo	baja	medio alto
96	baja	medio bajo	baja	alto
97	baja	medio bajo	baja	alto
98	baja	medio bajo	baja	alto
99	muy baja	bajo	baja	medio alto
100	muy baja	bajo	media alta	medio alto
101	baja	bajo	muy alta	medio alto
102	alta	alto	muy alta	muy alto
103	alta	alto	baja	medio alto
104	media alta	alto	baja	medio alto
105	alta	alto	muy alta	alto
106	media alta	muy alto	alta	medio alto
107	baja	bajo	muy baja	bajo
108	baja	bajo	muy baja	medio alto
109	baja	alto	muy alta	alto
110	media alta	bajo	muy baja	bajo
111	baja	bajo	muy baja	medio alto
112	baja	bajo	muy alta	alto
113	baja	muy alto	alta	medio alto
114	alta	bajo	muy alta	alto

Comercial de Medicamentos & Medicinas

SBU O VEN	INVERSION REQUERIDA	CRECIMIENTO FUTURO	TURBULENCIA FUTURA	RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSION
115	alta	medio alto	baja	alto
116	alta	medio bajo	baja	alto
117	baja	bajo	alta	alto
118	media alta	bajo	alta	medio alto
119	alta	muy bajo	baja	alto
120	media alta	bajo	baja	muy alto



Siempre al Cuidado de su Salud

Comercial de Medicamentos & Medicinas

1.4 MISION DE LA EMPRESA.

Algunas empresas la tienen vagamente o distorsionada, otras ni siquiera la tienen pero para iniciar la planeación estratégica la gerencia debe contestar primero en que negocio estamos y posteriormente en que negocio deberíamos estar ya que si el negocio no es claro, cualquier esfuerzo para la planeación estratégica resultaría ineficaz.

El propósito misión debe especificarse por escrito o publicarse y la declaración de la misma no debe de ser demasiado amplia o vaga, ni breve o específica.

La declaración de la misión junto con la orientación para beneficiar al cliente debe tener una orientación hacia el mercado, hacia el desarrollo de la empresa y del personal que labora en ella.

MISION:

Poner a disposición del público en general toda clase de medicamentos, productos higiénicos y de limpieza personal, brindando un servicio completo y eficaz y de esta forma cubrir las necesidades que el mismo público demande, de tal manera que los beneficios que esperamos obtener sean logrados, así como fomentar el crecimiento constante e integrar a la empresa como un grupo e inculcar la idea de que cada trabajador es una parte importante, creando un ambiente de trabajo de optimismo.

OBJETIVO

El objetivo primordial es que el municipio de Ezequiel Montes cuente con una farmacia que ofrezca una gran variedad de medicamentos, productos de higiene y de limpieza personal, a buen precio, con un servicio eficiente y durante las 24 horas del día.

META

Lograr la preferencia del público consumidor y de esta manera permanecer en el mercado para el bienestar y progreso del municipio.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

ESTRATEGIAS

Realizar constantemente propaganda y publicidad donde aparezca el logotipo del negocio.

No descapitalizar a la empresa, previniendo futuras eventualidades.

Estar en contacto directamente con el público consumidor para tener en cuenta sus preferencias y gustos por nuestros productos.

Delinear perfectamente nuestro sistema organizacional interno para que conozca cada miembro de la empresa sus actividades.

Trabajar con los doctores por comisión, respecto de sus recetas.

TACTICAS

Imprimir recetas medicas para los consultorios y clínicas medicas de la región donde aparezcan los datos de nuestra farmacia y el logotipo.

Rotulas la fachada del local con nuestro logotipo y el nombre de la farmacia.

Reinvertir el 10 % de las utilidades en cada ejercicio fiscal, independientemente de las reservas legales.

Realizar encuestas al público consumidor sobre la variedad de productos, así como del servicio que se ofrece.

Establecer planes y programas de acción cada 3 meses y evaluar los resultados que se vayan obteniendo.

Siempre al Cuidado de su Salud

Comercial de Medicamentos & Medicinas

1.5 ANALISIS DEL MEDIO AMBIENTE EMPRESARIAL.

ANALISIS DEL MEDIO AMBIENTE EXTERNO

AREA DE DECISION	O P O R T U N I D A D E S	A M E N A Z A S
MERCADO	Se cuenta con toda clase de medicamentos, productos higiénicos y de limpieza.	Existen precios controlados en algunos medicamentos.
	Existen facilidades por parte de los proveedores para devolverles los productos percederos.	Son productos perecederos.
MERCADOTECNIA	El servicio de atención al cliente es completo, para hacer llegar los productos al cliente.	Invertir capital en equipo de transporte y gastos operativos y de mantenimiento.
	No existen establecimientos competentes, pues los existentes son pequeños.	Existen muchos negocios de este giro con cartera vencida.
	Podemos otorgar crédito a las empresas y organizaciones públicas.	Incremento de farmacias oficiales.
	No existe una competencia marcada.	Posiblemente se reglamente las automedicación.
	Demanda constante de nuestros productos.	No se puede prever el consumo de determinado producto.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

AREA DE
DESICION

O P O R T U N I D A D E S

A M E N A Z A S

TECNOLOGIA

Instalación de una caja registradora, equipada con lector de código de barras para agilizar las operaciones de venta.

La innovación tecnológica avanza rápidamente por lo que debemos

Instalación de computadora conectada a la caja registradora para poder controlar los productos.

actualizar nuestro equipo constantemente.

SOCIO-POLITICO
ECONOMICO

La sociedad se beneficia al existir este tipo de establecimientos, pues la salud es un sector muy importante.

Perdida del poder adquisitivo.

Inflación.

Con la apertura de nuevos negocios existen mas fuentes y oportunidades de empleo. El municipio y el estado obtienen mayores ingresos por concepto de impuestos.

Devaluación.

Tramitación excesiva para establecer este tipo de negocios.

Siempre al Cuidado de su Salud.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

ANALISIS DEL MEDIO AMBIENTE INTERNO

AREAS FUNCIONALES

F U E R Z A S

D E B I L I D A D E S

MERCADOTECNIA

Servicio de atención a clientes completo, las 24 hrs.

Otorgamiento de créditos descuentos y promociones

Variedad de productos ofrecidos.

Mucha existencia en el almacén.

FINANZAS

Existencia de instituciones de crédito.

Tramitación excesiva para solicitud de un crédito.

Buena solvencia moral y económica para obtener créditos externos.

Existen altas tasas de intereses en el mercado y existencia de cartera vencida por la situación económica actual.

Planeación adecuada de inversión futura.

Destino adecuado de las utilidades.

Inversión constante y variada por la existencia de productos de precios diferentes.

Recuperación de inversión en el corto plazo.

PRODUCCION

Buen servicio y atención.

Bajo nivel de escolaridad en la región.

Habilidad para atender con rapidez a los clientes.

No existe personal con experiencia suficiente en venta de productos de salud.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

AREAS
FUNCIONALES

F U E R Z A S

D E B I L I D A D E S

Estrategias de ventas de mostrador.

Deficiencias en la atención a los clientes.

Ofrecimiento de créditos, descuentos y promociones.

RECURSOS
HUMANOS

Personal técnico para el área de ventas.

Falta de centros de capacitación y estudio

Limpieza y responsabilidad en los empleados.

Falta de personal técnico especializado

Inexistencia de rotación de personal.

Incentivos a empleados en relación a volumen de ventas.

para realizar esta clase de labores.

Flexibilidad para mantener buen ambiente laboral.

Se depende del personal capacitado.

ADMÓN.

Amplia visión para cumplir con los objetivos.

No aplica las estrategias adecuadas correctamente, y por lo

Adecuada organización de las operaciones diarias de la empresa.

tanto no lograr los

Excelente división del trabajo.

objetivos.

Integración de las áreas de trabajo.

Revisar planes y programas de acción trimestralmente.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

1.6 DESARROLLO DE LA HOJA DE TRABAJO PARA EL ANALISIS AMBIENTAL.

ELEMENTOS AMBIENTALES	HECHOS ACTUALES	HIPOTESIS Y/O INVESTIGACION REQUERIDA	CONCLUSIONES
VALORES ORGANIZACIONALES.	Responsabilidad de la empresa para dar a conocer su misión a todos los que la integran.	Se supone que al dar a conocer la misión entan identificados los objetivos a corto, mediano y largo plazo.	La empresa obtendra mayor eficiencia en todos los deptos. que se reflejara en las utilidades.
	Se otorgaran - incentivos por volumen de ventas, premios - por puntualidad y asistencia, - haciendo sentir al trabajador como parte importante en la empresa.	Consideramos que manteniendo un ambiente laboral agradable se -- tendrá mejor - atención a los clientes.	La finalidad es mantener al personal, evitando una rotación muy continua y fomentar el volumen de ventas.
	Mantener precios lo mas accesibles posibles para tener preferencia con el público consumidor.	Creemos que manteniendo precios accesibles y -- buen servicio seremos siempre competitivos.	Esto contribuirá para conservar -- nuestros clientes y mayor aceptación en el mercado.
POLITICAS ORGANIZACIONALES.	Cumpliremos con las disposiciones legales a las que este sujeto el establecimiento, -- oportunamente.	Creemos que al cumplir con las obligaciones legales a tiempo y eficazmente ---- evitaremos problemas.	La empresa se ubicara en el regimen fiscal correctamente, así mismo realizara los tramites y permisos que sean necesarios.

Siempre al Cuidado de su Salud

Comercial de Medicamentos & Medicinas

ELEMENTOS AMBIENTALES

HECHOS ACTUALES

HIPOTESIS Y/O INVESTIGACION REQUERIDA

CONCLUSIONES

La atención y servicio al cliente sera un factor muy importante, por lo tanto se estara capacitando constantemente al personal.

Suponemos que la atención al cliente es de vital importancia.

Con esto se mantiene un desarrollo mejor en el personal beneficiandose la empresa.

Los sueldos y prestaciones -- así como los premios a los trabajadores -- se realizaran en la fecha establecida.

Al establecer esta política se lograra en el personal una -- mayor motivación manteniendo satisfechos a los empleados y a la empresa misma.

Con esto se mantiene un desarrollo mejor en el personal beneficiandose la empresa.

OBJETIVOS

Lograr la preferencia, ofreciendo buen -- precio, variedad de productos y una atención eficiente.

Suponemos que al Lograr la preferencia entre el público obtendremos prestigio en el lugar.

De esta forma la posición económica de la empresa sera estable.

A CORTO PLAZO

Fortalecer a la empresa a -- traves del estímulo constante a los trabajadores para lograr aumentar nuestras ventas

Consideramos que al lograr este objetivo obtendremos un margen de utilidad ---- mayor y poder hacer frente a cualquier eventualidad.

De esta forma la posición económica de la empresa sera estable.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

ELEMENTOS AMBIENTALES	HECHOS ACTUALES	HIPOTESIS Y/O INVESTIGACION REQUERIDA	CONCLUSIONES
A MEDIANO PLAZO	Dar a conocer la existencia de nuevos productos, manteniendo un buen surtido y diferentes presentaciones de un mismo producto.	Creemos que con esto seremos --- competentes y los clientes quedaran satisfechos.	El publico consumidor tendrá la oportunidad de escoger entre varias opciones la que mejor le convenga.
A LARGO PLAZO	Mantener las ventajas comparativas y competitivas comparadas con la competencia.	Suponemos que al mantener ventajas sobre la competencia, --- nuestro crecimiento sera mas rapido y seguro.	Mantendremos la aceptación de --- nuestros clientes
DISEÑO ORGANIZACIONAL.	Organización -- vertical de los recursos dentro de la empresa: Establecimiento de un local -- ofreciendo toda clase de medicamentos, de acuerdo a enfermedad a tratar, productos higienicos y de limpieza personal de acuerdo a su caso. Organización de los recursos para mercadotecnia: Implantar en la empresa estrategias de ventas en base a sacar la mercancía en cantidades apropiadas y al precio justo.	Para esta actividad comercial este sistema es el mas adecuado y fácil de comprender. Suponemos que al llevar a cabo en forma adecuada -- las estrategias el volumen de ventas se incrementara.	Con esto se lograra una mayor coordinación entre cada puesto. De esta manera los inventarios existentes tendran una rotación mas veces en un periodo.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

ELEMENTOS
AMBIENTALES

HECHOS
ACTUALES

HIPOTESIS Y/O
INVESTIGACION
REQUERIDA

CONCLUSIONES

ANALISIS
DE LA
SITUACION

No existe en el lugar un establecimiento que brinde un amplio surtido de estos productos así como un buen servicio.

Suponemos que al conocer las necesidades del mercado y mejorando el servicio encontraremos la aceptación del público consumidor.

La apertura de un establecimiento - con un servicio completo dentro de este giro dara prestigio y preferencia.

DEMANDA
GENERICA

La existencia de los establecimientos actuales no cubren las necesidades y demanda de la población.

De acuerdo a las estadísticas que proporciona el INEGI, en el sector salud y por parte de los consultorios y las clínicas medicas nos allegaremos de información.

Con esto lograremos saber cuales son los medicamentos y productos que tienen mas demanda en el mercado.

DEMANDA
DE MARCA

Ofrecer variedad en productos de diversos laboratorios, diferentes marcas en productos de higiene y limpieza personal.

Creemos que al ofrecer esta variedad el beneficio que obtendremos sera la preferencia del consumidor.

Esto dara como resultado que los clientes nos identifiquen por ofrecerles lo que ellos demanden.

Siempre al Cuidado de su Salud

La tasa de compra sera de un 45 % mensual

La población esta en un constante crecimiento por lo que se demanda mayor cantidad de --- nuestros productos.

Nuestra tasa de compra sera constante y aumentara de acuerdo al crecimiento de la población.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

ELEMENTOS AMBIENTALES

HECHOS ACTUALES

HIPOTESIS Y/O INVESTIGACION REQUERIDA

CONCLUSIONES

Para el sector salud en el cual estamos comprendidos es muy favorable debido a que los mismos consumidores por medio de sus recetas médicas nos indicaran el tipo de medicamentos que desean adquirir.

Consideramos que ante la existencia de variedad de marcas en el mercado, el logotipo sera el que nos ayude a que nos identifiquen.

El logotipo sera lo que nos distinga de la competencia.

COMPETENCIA

Inexistencia de competidores -- con características similares a las nuestras.

En función a las características que nos hacen diferentes a los demás, lograremos el éxito deseado.

Lograremos la -- permanencia en el mercado.

El servicio durante las 24 horas del día y a domicilio es una ventaja --- para obtener el éxito.

La competencia no ofrece el servicio adecuado.

El servicio y atención al --- cliente sera ---- nuestra fuerza de ventas.

Los establecimientos actuales carecen de una publicidad adecuada.

Por este motivo no logran atraer la atención del público consumidor y en consecuencia se ven obligados a salir del mercado.

Se manejaran programas de publicidad adecuados y en el momento oportuno con lo cual lograremos permanecer en el gusto del consumidor.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

ELEMENTOS AMBIENTALES

HECHOS ACTUALES

HIPOTESIS Y/O INVESTIGACION REQUERIDA

CONCLUSIONES

La entrada en este giro no es difícil.

Se supone que cumpliendo con los requisitos necesarios por parte de las autoridades correspondientes no habra ningún problema.

Cumpliendo con los requisitos no estaremos expuestos a ningún tipo de sanciones.

Los establecimientos existentes no son muchos y pequeños y no manejan estrategias de mercado, por lo tanto, nuestra estrategia estara basada en la atención y servicio.

Creemos que con una excelente atención y servicio al consumidor obtendremos su preferencia.

Los beneficios se reflejaran en un alto nivel de ventas, lo que nos mantendrá en el mercado.

POLITICA OFICIAL.

Esta clase de establecimientos estan supervisados por la secretaria de salubridad y asistencia, y se esta obligado a contar con la supervisión de un químico responsable.

Se debe exigir a los trabajadores tener un extricto cuidado en el uso venta de medicamentos de alto riesgo.

A través del químico responsable evitaremos situaciones que pongan en riesgo la salud de los consumidores y el prestigio de la empresa.

Existen medicamentos controlados por la SECOFI en cuanto al precio.

La SHCP proporciona maquinas registradoras de precios y comprobación fiscal.

Se tendrá un buen control en estos medicamentos.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

1.7 DESARROLLO DE LA HOJA DE ESTRATEGIA.

PONDERACION DE LOS POSIBLES FACTORES DE EXITO.

FACTOR DE EXITO (O Y P)	CONTRIBUCION RELATIVA AL EXITO DE LA EMPRESA. %	CONTROL QUE SE TIENE SOBRE EL FACTOR DE EXITO %	INDICE DE PRIORIDAD 1 * 2 = 3	RANGO
------------------------------	---	--	-------------------------------------	-------

OPORTUNIDADES.

1.- Se cuenta con toda clase de medicamentos, productos higienicos y de limpieza personal.

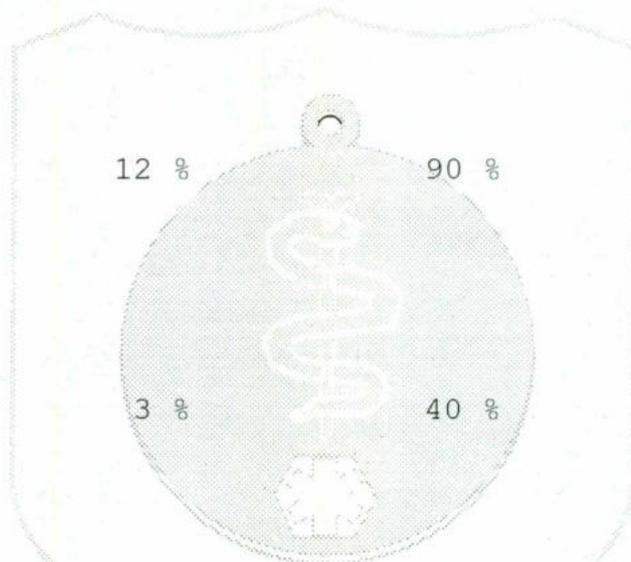
2.- Existe facilidad por parte de los proveedores para devolver productos perecederos.

3.- El servicio de atención al cliente es completo. (las 24 horas y a domicilio).

4.- No existen establecimientos competentes.

5.- Se otorgara crédito a las empresas y organismos públicos y privados.

6.- La tecnología que se utilizara no requiere de una gran inversión.



12 % 90 % 0.1080 2

3 % 40 % 0.0120 8

12 % 95 % 0.1140 1

10 % 30 % 0.0300 6

10 % 80 % 0.0800 3

3 % 15 % 0.0045 11

Siempre al Cuidado de su Salud

Comercial de Medicamentos & Medicinas

FACTOR DE EXITO (O Y P)	CONTRIBUCION RELATIVA AL EXITO DE LA EMPRESA. %	CONTROL QUE SE TIENE SOBRE EL FACTOR DE EXITO %	INDICE DE PRIORIDAD 1 * 2 = 3	RANGO
------------------------------	---	--	-------------------------------------	-------

7.- La apertura de estos negocios los apoya el gobierno y es de beneficio para la sociedad pues al mismo tiempo se generan empleos y pago de impuestos al gobierno.

5 %

25 %

0.0125

7

AMENAZAS

1.- Existen precios controlados por el gobierno.

3 %

10 %

0.0030

12

2.- Revisión -- constante de inventarios para checar fechas de caducidad de los productos.

4 %

30 %

0.0120

9

3.- Inversión de capital en equipo de transporte y su mantenimiento.

10 %

60 %

0.0600

4

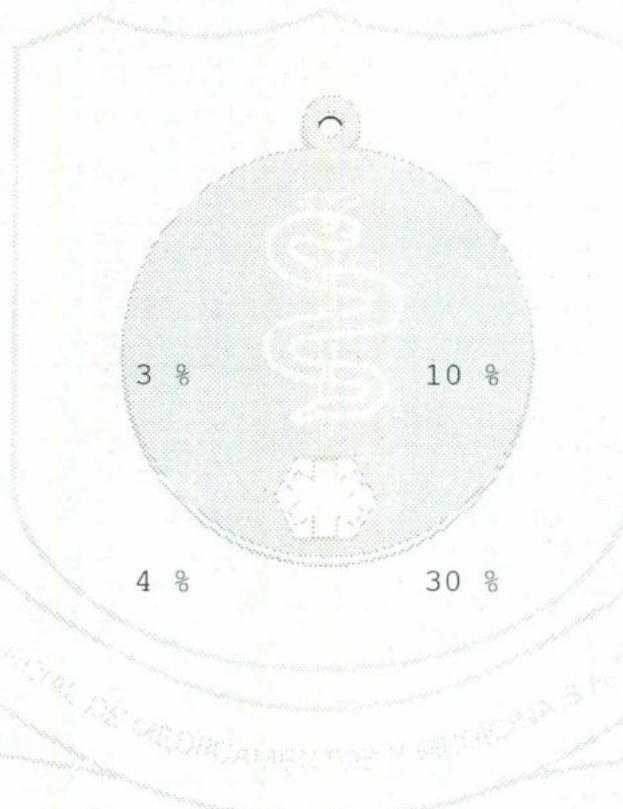
4.- Realizar la cobranza en fecha posterior a la estipulada.

13 %

45 %

0.0585

5



Comercial de Medicamentos & Medicinas

FACTOR DE EXITO (O Y P)	CONTRIBUCION RELATIVA AL EXITO DE LA EMPRESA. %	CONTROL QUE SE TIENE SOBRE EL FACTOR DE EXITO %	INDICE DE PRIORIDAD $1 * 2 = 3$	RANGO
------------------------------	---	--	---------------------------------------	-------

5.-La innovación tecnológica ---- avanza rápidamente por lo que debemos actualizar nuestros -- equipos.

5 %

5 %

0.0025

13

6.- Perdida del poder adquisitivo, inflación y devaluación.

10 %

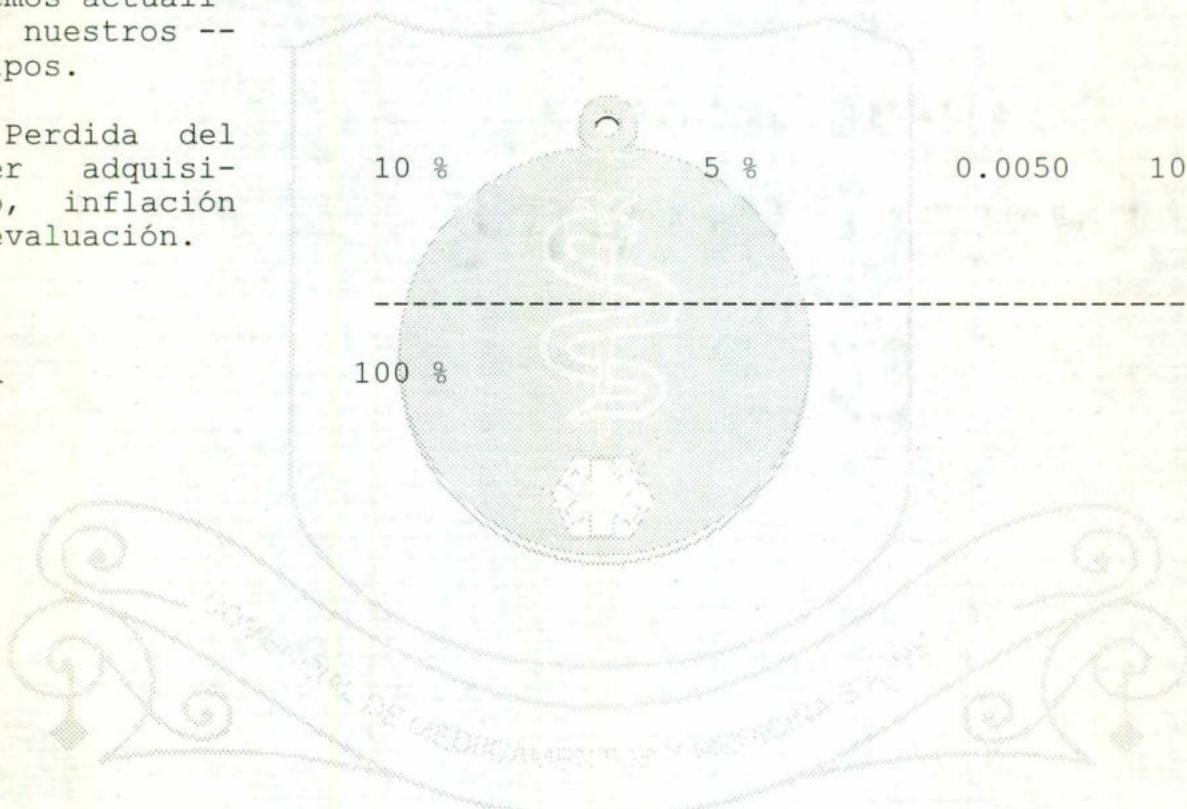
5 %

0.0050

10

SUMA

100 %



Siempre al Cuidado de su Salud

Comercial de Medicamentos & Medicinas

HOJA DE TRABAJO PARA LA ESTRATEGIA

OPORTUNIDADES Y PROBLEMAS POR ORDEN JERARQUICO SEGUN SU IMPORTANCIA.

- 1.- El servicio que se brindara al cliente es completo, las 24 hrs. y a domicilio.
- 2.- Se contara con toda clase de medicamentos, productos higiénicos y de limpieza personal.
- 3.- Se otorgara crédito a las empresas y organismos públicos y privados.
- 4.- Se requiere de inversión en equipo de transporte y su mantenimiento.
- 5.- Al otorgar crédito se corre el riesgo de que los clientes no paguen en la fecha de vencimiento.
- 6.- En el municipio no existen establecimientos de este tipo que sean competentes.
- 7.- El gobierno apoya la apertura de nuevas fuentes de empleo y de recaudación de impuestos.
- 8.- Los proveedores otorgan facilidades para devolver los productos perecederos.
- 9.- Se tiene que revisar constantemente los productos para verificar la fecha de caducidad.
- 10.- La economía del país se ve afectada por la constante pérdida del poder adquisitivo, la inflación y/o devaluación, etc.
- 11.- Para este tipo de establecimientos no se requiere de tecnología muy costosa y avanzada.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

ESTRATEGIAS DE LA MEZCLA MERCADOLÓGICA.

AREA DE DECISION	ALTERNATIVA DE ESTRATEGIA RECOMENDADA	EFECTO ESTIMADO
ESTRATEGIA DE LA DEMANDA GENERICA	Por medio de programas de publicidad se dará a conocer el servicio y atención que brinda nuestro negocio.	A través de esto nos daremos a conocer rápidamente al público consumidor.
	Otorgar crédito, promociones y descuentos a los consumidores de nuestros productos.	Se lograra la preferencia de nuestro negocio.
ESTRATEGIAS DE LA DEMANDA DE MARCA	Diseñar nuestro propio logotipo para que nos identifiquen por medio por medio de el.	Se lograra la preferencia de nuestro negocio.
	Rotular nuestro logotipo en la fachada principal de la farmacia.	Lograr llamar la la atención de las personas.
ESTRATEGIAS FINANCIERAS	Los proveedores nos otorgaran crédito a 8, 15, 30 y 60 días; nosotros daremos crédito a 8 y 15 días.	Trabajar con dinero de nuestros proveedores el mayor tiempo posible y nosotros obtener utilidades sin arriesgar nuestro capital.
	Reinvertir el 10 % anual de las utilidades.	Con esto se mantendrá una buena situación financiera, liquidez y rentabilidad.
PRECIO	Buscar que los proveedores nos den siempre los mejores precios para ofrecer los productos a un precio menor que el de los demás establecimientos.	Con lo anterior lograremos la preferencia no solo por la cantidad de productos que ofrecemos, sino por el precio accesible que ofrecemos.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

AREA DE DECISION	ALTERNATIVA DE ESTRATEGIA RECOMENDADA	EFECTO ESTIMADO
PLAZA (CANALES DE DISTRIBUCION)	Desarrollar un programa Para hacer llegar nuestros artículos a todos los posibles consumidores de toda la región.	Con lo anterior lograremos atacar todo el mercado de la zona y otras areas.
	Desarrollar este programa por rutas o por zonas para evitar pasar 2 veces o no visitar alguna comunidad o municipio.	Con esto lograremos tener presencia en todos los mercados posibles y evitar costos de distribución elevados.
PUBLICIDAD Y PROMOCION	Darnos a conocer al público en general por medio de volantes, ofertas descuentos y promociones	Para lograr tener informado al público en general constantemente.
GERENCIA DE VENTAS	Se trata de alcanzar todas las metas y planes establecidos, se dará un apoyo total al personal que labore en nuestra empresa para que sienta confianza y apoye en la fuerza de ventas: se les darán incentivos de acuerdo a lo antes estipulado.	Se trata de lograr un desarrollo completo de la empresa y dar continuidad al desarrollo de la misma y de los que en ella laboren.

Siempre al Cuidado de su Salud

Comercial de Medicamentos & Medicinas

1.8 DESARROLLO DEL PLAN DE MERCADOTECNIA.

PLANEACION TACTICA DE VENTAS:

BASE DE INVESTIGACION.

En la investigación que se realizó mediante cuestionarios, información proveniente del INEGI sobre el entorno económico y político de la región donde nos vamos a establecer fue muy favorable por los siguientes aspectos:

- Se está desarrollando el sector comercial y ganadero.
- La población crece un 3.7 % anualmente.
- Del punto anterior se desprende que la demanda de bienes y/o servicios es cada día mayor.
- La inflación que se vive en estos momentos es alta y afecta a toda la economía del país.

BASE DE ANALISIS.

Nuestra base de análisis fueron los cuestionarios aplicados a las personas, ya que de ellos se obtuvo la información que se necesitaba.

RESULTADO DEL ANALISIS.

El planteamiento de soluciones y conclusiones en general son los siguientes:

- Que en el lugar no existe un establecimiento que ofrezca un buen surtido de medicamentos y servicio eficiente que satisfaga al público consumidor.
- Ningún establecimiento existente ofrece servicio a domicilio.
- No se ofrece el servicio nocturno, ni de fin de semana o días festivos.
- No ofrecen descuentos o promociones al público en general, tampoco ofrecen crédito a las empresas o dependencias gubernamentales.
- No tienen una publicidad adecuada y constante.

Con estos resultados que se obtuvieron concluimos que al establecernos debemos aprovechar las ventajas comparativas que tenemos en relación a los ya existentes, para poder tener aceptación y permanecer en el mercado.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

C) LA PROGRAMACION.

Una de las características esenciales que nos hará ser diferentes a los demás competidores sera el de ofrecer al publico consumidor un amplio surtido de productos médicos, higiénicos y de limpieza personal, un servicio de atención de manera rápida y oportuna, precios accesibles, así como también promociones, ofertas y descuentos.

Para ofrecer un amplio surtido, se ofreceran productos en sus diferentes presentaciones de contenido, uso y precios.

Nuestros inventarios existentes siempre estarán en óptimas condiciones, pues la razón principal es que nuestros proveedores nos cambiaran los productos en caducidad, por tanto no tendremos problemas en almacenamiento ni tampoco perdidas en este aspecto.

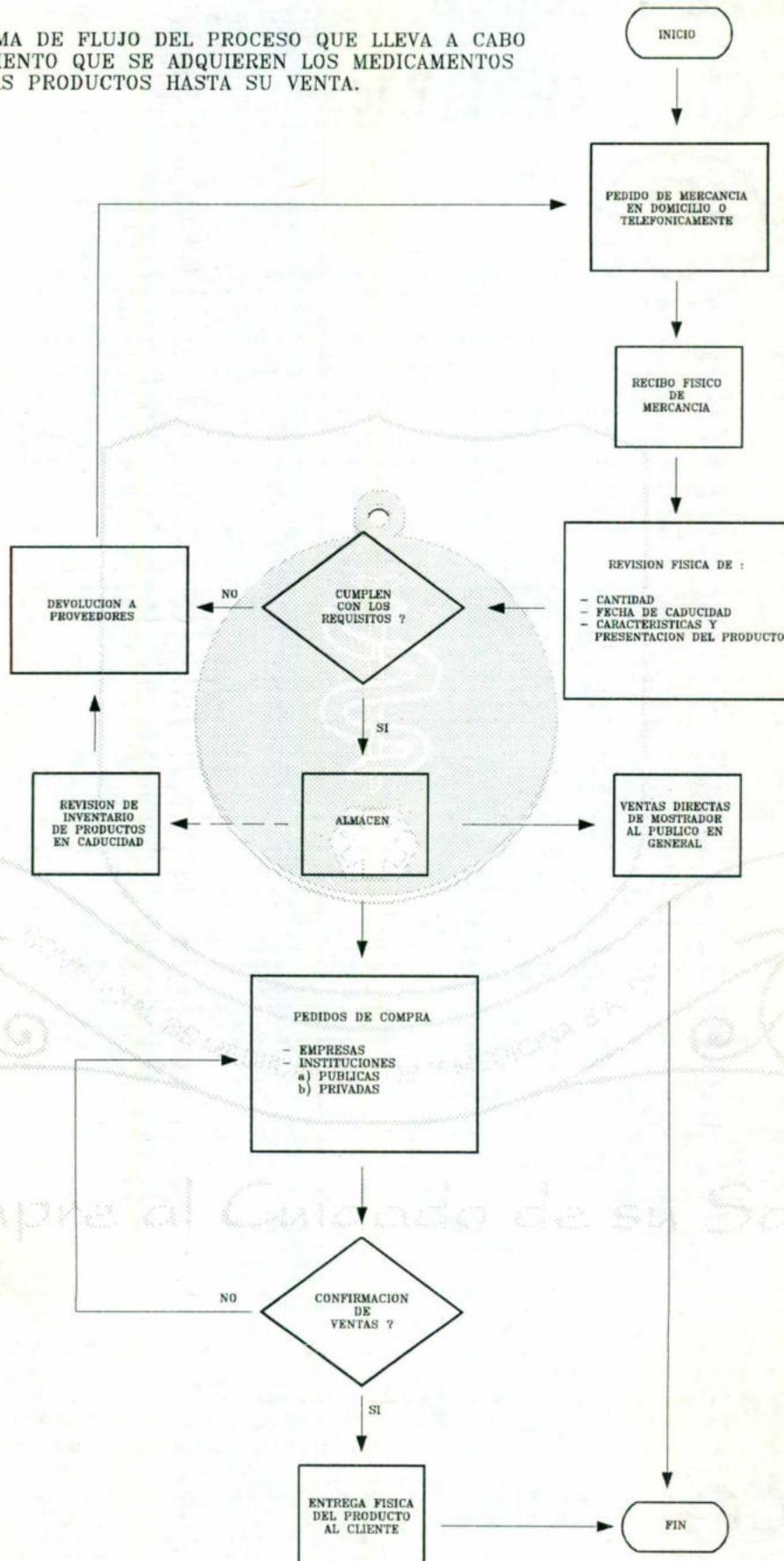
PROCESO QUE SE LLEVARA A CABO DESDE LA ADQUISICION DE LA MERCANCIA HASTA LA ENTREGA A LOS CONSUMIDORES.

El proceso de adquisición de la mercancía empesara por la realización del pedido, contactando con el proveedor en nuestro domicilio o por medio del teléfono, este pedido sera elaborado por el almacenista; en cuanto se confirme la operación de compra se preparara el recibimiento en nuestra bodega, al momento de recibir la mercancía se rebisara minuciosamente para verificar que se recibe lo que se pidió, que los productos vengan en buenas condiciones, si algún producto no cumple con las condiciones de compra por algún desperfecto por transportación del proveedor o por algún descompuesto de fabricación se devolverá al proveedor, los que cumplan con los requisitos entraran al almacén, el almacenista se encargara del almacenamiento de los productos así como realizar la revisión del inventario que este proximo a caducidad, de existir productos con fecha de caducidad cercana nos comunicaremos con los proveedores para llevar a cabo la devolución y reposición de estos productos.

Para vender la mercancía al público en general se elaboraran facturas si el cliente así lo desea o bien en una factura global del día se registraran todas aquellas que no soliciten. A los clientes que se les haga la entrega a domicilio se les elaborara su factura correspondiente y se entregara en la fecha de pago que se pacte con ellos.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO QUE LLEVA A CABO EL MOMENTO QUE SE ADQUIEREN LOS MEDICAMENTOS Y DEMAS PRODUCTOS HASTA SU VENTA.



Comercial de Medicamentos & Medicinas

GRAFICA DE GANTT.

ACTIVIDAD	TIEMPO EN EL QUE SE LLEVA A CABO EL PROCESO																															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
PEDIDOS DE MERCANCIA					█	█															█	█										
RECIBO DE MERCANCIA								█	█															█	█							
ALMACENAMIENTO									█	█															█	█						
REVISION ALMACEN			█	█																█	█											
VENTAS AL PUBLICO	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█

TIEMPO O SECUENCIA DEL PROCESO.

- 1.- Hacer los pedidos los días 5 y 6, 20 y 21 de cada mes del año.
- 2.- Recibir y revisión física de mercancía los días 8 y 9, 23 y 24 de cada mes.
- 3.- Almacenamiento de mercancía los días 9 y 10, 24 y 25 de cada mes.
- 4.- Revisión física de inventario para verificar fechas de caducidad los días 3 y 4, 18 y 19 de cada mes.
- 5.- Venta al publico en general desde el día 10 de cada mes y el día 25 de cada mes, después de recibir la mercancía.
- 6.- Este proceso se llevara a cabo cada mes.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

II. MOTIVACION.

Se han escrito cientos de libros con la vana ilusión de tratar de entender desde la comodidad de una oficina la importancia de la motivación de cualquier organización humana.

Así como existen teorías interesantes apoyadas en estudios sobre el tema de motivación, también existen al respecto falacias que se han propagado en todo el mundo, como aquella según la cual es dinero es la principal fuerza impulsora de la actividad humana. De hecho, una cantidad de ideas sobre la motivación están en conflicto, por lo cual las personas adoptan diferentes posiciones, solo existen lineamientos básicos que son útiles para mejorar la motivación.

PRINCIPALES TEORIAS MOTIVACIONALES.

1. MODELO DE JERARQUIAS DE A. H. MASLOW, (1943).

Sostiene que las personas tienen distintos niveles de necesidades (inferiores y superiores) y estos se deben ir satisfaciendo del nivel más bajo, hacia arriba en una secuencia de inferior a superior que hace que cada paso al siguiente eslabón se de cuando el anterior se haya satisfecho de manera razonable.

Este modelo se considera como una relación general que se aplica a grandes cantidades de personas en situaciones normales.

NECESIDADES DE ORDEN INFERIOR:

A) Físicas: Requieren una cantidad mínima de satisfacción y requiere:

- Necesidades básicas necesarias para el mantenimiento de la vida y un bienestar razonable.
- El mantenimiento a largo plazo de vida y bienestar. Se satisfacen las necesidades de orden inferior mediante: Alimento, ropa, vivienda, etc.

B) Seguridad y protección: Se satisfacen mediante los conceptos de permanencia y amor.

NECESIDADES DE ORDEN SUPERIOR:

A) Social: Se satisface mediante el reconocimiento por otros o un sentido personal de crecimiento y realización.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

- B) Estimación y posición: No son fáciles de satisfacer y se relacionan mas con los sentimientos.
- C) Autorrealización: Se satisface cuando las personas llegan a hacer lo que son capaces.

2. LA MOTIVACION Y LOS FACTORES DE MANTENIMIENTO DE FREDERICK HERZBERG (1959) O MODELO DE MOTIVACION DE DOS FACTORES.

Herzberg analizó que algunos factores servían primordialmente para elevar la satisfacción y la motivación, pero su ausencia no era muy negativa.

Esos factores se conocen como de motivación, porque tienden a motivar y satisfacer, le dan al empleado un generador interno y proporcionan impulsos internos hacia un mejor rendimiento.

Otro conjunto de factores provocan falta de satisfacción cuando se encuentran ausentes, pero en presencia no proporcionan una motivación poderosa, se llaman factores de mantenimiento.

EJEMPLO:

Los factores de motivación se presentan en relación directa con el empleo. Los factores de mantenimiento se producen en el ambiente que rodea al trabajo.

Los factores nuestros pueden ser sentimientos positivos poderosos como: El trabajo mismo, realización, posibilidades con el trabajo, avance, reconocimiento; o sentimientos muy negativos como: posición, relaciones con la supervisión, colegas o subordinados, normas y administración de la empresa, seguridad en el empleo, condiciones de trabajo, sueldo y vida personal.

3. MODELO DE EXPECTATIVAS O DE VICTOR H. VROUM. (1946).

Este modelo afirma que la motivación se debe a los resultados que se buscan y a la estimación propia de una acción conducida a las consecuencias deseadas, es decir, si una persona desea algo con suficiente fuerza, y el camino esta despejado, tratará de alcanzar esa meta.

La fuerza de las preferencias por un resultado con relación a otras se llama valencia, ya que una persona también puede desear no tener resultados, la valencia puede ir de -1 a +1.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

La confianza de una persona en que un acto conduciera a una consecuencia dada se denomina expectativa. Si un acto no tiene probabilidades de producir una consecuencia, sus expectativas serán nulas, si un acto produce consecuencia la expectativa sera de +1.

Resumiendo valencia es el deseo de un resultado y expectativa es la probabilidad de que la acción conduzca a una consecuencia.

Cuando se multiplica la valencia por la expectativa, el producto es el estado aproximado de motivación de una persona.

La motivación es importante en las empresas y negocios porque abarca la fase de acción de la conducta, Un viejo refrán dice que uno puede llevar un caballo al agua, pero no puede hacerlo beber. Como el caballo, el empleado industrial puede estar dotado generosamente de todo el equipo físico, las capacidades y la maquinaria necesaria para realizar una tarea, pero esto no garantiza que el ejecutara la tarea. La misteriosa cualidad que lo impulsa a emprender la acción para ejecutar la tarea es lo que estudiamos cuando dirigimos nuestra atención a los problemas de la motivación humana en la industria.

LA MOTIVACION HACIA EL TRABAJO

Es muy común escuchar en las organizaciones la sentencia: "Hay que motivar a nuestro personal para que trabaje mas". Frecuentemente a este mandato se le da un cariz manipulatorio, como si fueran marionetas a quienes hay que motivar. Generalmente se emplea el termino como sinónimo de inducción o excitación. Para hacer las cosas mas difíciles, se destaca la motivación hacia el trabajo; pero en esta frase se hable de dirección, como si el trabajo fuera el factor hacia el cual tendiese la conducta y como si la labor fuese capaz de incitar, mantener y dirigir la conducta. En otras palabras, se trata de convertir al trabajo en un fin, sin embargo, resulta evidente que para la mayoría de las personas el trabajo no es sino un medio para lograr otras cosas. Sin negar que en algunas circunstancias el trabajo en si mismo puede ser gratificante, no podemos pensar que todo el mundo va a considerarlo un fin en si mismo; por lo contrario, debemos conocer cuales son los objetivos de las personas, que pueden ser logrados a través de un medio: El trabajo.

Por otro lado todavía en muchos libros se hable de que un trabajador contento produce mas y mejor. Es muy común caer en el error de que un elemento motivado produce mas. A fin de cuentas, muchos administradores se interesan por motivar a sus trabajadores a fin de lograr mayores niveles de producción. Empero, la motivación es uno de los muchos elementos que es necesario tomar en cuenta en el proceso productivo.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

III VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE TENER Y/O MANEJAR UNA EMPRESA.

VENTAJAS:

- 1.- Control: Se tiene la autoridad para tomar decisiones. Se tiene todo el poder para dirigir todas las actividades de la empresa.
- 2.- Beneficios y utilidades: Mientras mas éxitos tenga la empresa se obtienen mas beneficios y utilidades, así como los salarios de los empleados dependen por lo general de la aceptación de presupuestos y aumentos en el costo de la vida, el del empresario depende directamente del desempeño.
- 3.- Libertad creadora: Las ideas y el talento pueden expresarse con libertad sin las restricciones expuestas por políticas fijadas y la necesidad de seguir los canales.
- 4.- Seguridad en el trabajo: El empresario no puede ser despedido, sustituido u obligado a retirarse.
- 5.- Realización personal: La satisfacción de haber creado una empresa propia en base a capacidad personal.
- 6.- Libertad de tiempo: No hay un horario establecido fijo que sea estricto.

DESVENTAJAS:

- 1.- Riesgo de la inversión: Si la empresa fracasa, se puede perder gran parte de lo invertido, además de que se arriesgan los bienes personales.
- 2.- Trabajo largo: El mantener en operación una empresa rara vez toma ocho horas diarias sobre todo al inicio.
- 3.- Fluctuación de ingresos: En lugar de tener un sueldo fijo, los ingresos están sujetos a altas y bajas.
- 4.- Responsabilidad: La libertad de tomar decisiones implica el deber de respaldarlas, se es responsable por cualquier cosa que salga mal.
- 5.- Tensión y presión: La presión de satisfacer a los clientes a los empleados, al gobierno, al arrendador (en su caso), y a los proveedores generalmente genera mas tensión que la de un trabajo rutinario.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

IV PRINCIPALES DIFERENCIAS ENTRE EMPLEADOS Y EMPRESARIOS.

En el mundo de los negocios, del trabajo, etc. Únicamente existen dos opciones de actividad: Ser empresario o ser empleados:

A diferencia del empleado, el empresario es su propio jefe o en su caso, comparte responsabilidad y las decisiones con sus socios.

El empleado, por lo general tiene las siguientes motivaciones en cuanto a su trabajo:

- A) Trabajar hasta donde tenga que hacerlo para recibir mi sueldo.
- B) Tomar responsabilidades únicamente cuando así me lo ordenen.
- C) Trabajar lo mínimo, procurando que esto tenga razonalmente satisfechos a mis jefes.
- D) Hago lo que tengo que hacer y nada mas.
- E) Mi titulo es lo mas importante de mi personalidad en el campo productivo. Espero reconocimientos constantes de la gente y de mis jefes a raíz de el.
- F) Mi máxima aspiración es llegar a ocupar un puesto de alto ejecutivo con muchas prestaciones y escritorio lujoso.
- G) Otras por el estilo.

En un contexto radicalmente diferente, el empresario tiene las siguientes motivaciones en cuanto a su trabajo: _

- A) La gente me reconocerá por mis logros y resultados empresariales que por mis títulos o escritorios lujosos.
- B) Trabajare hasta 16 horas, si es necesario ya que todo va en beneficio de la empresa.
- C) La empresa es como una extensión de mi persona. El éxito de ella, es mi éxito.
- D) Si no salgo a la calle a vender simplemente no como.
- E) Mientras mas eficiente y eficaz sea mi empresa, mas resultados y ganancias obtendré.
- F) El costo de ser un empresario de éxito, como soportar tensiones, presiones, lograr jornadas de trabajo, altibajos, etc., es algo que bien vale la pena.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

VI CUALIDADES DEL EMPRESARIO.

No cualquier persona tiene talento y capacidad para ser empresario. No es cuestión de que tan inteligentes se es; sino que tiene mas que ver con la personalidad y comportamiento.

Se han hecho investigaciones que demuestran que los individuos que poseen ciertas características, tienen mas posibilidades de éxito como empresarios que los que no las tienen. Aunque no se trata de algo absolutista, las que mas se mencionan con frecuencia son:

- 1) MOTIVACION: Es el empuje mental y físico para cumplir con las tareas elegidas.
- 2) DISPONIBILIDAD A TOMAR RIESGOS: Es la disposición a participar, en caso de que sea necesario la misma seguridad propia para alcanzar las metas.
- 3) HABILIDAD PARA TOMAR DECISIONES: Es el talento para analizar situaciones complejas y obtener conclusiones que dan lugar a que la empresa tenga éxito.
- 4) RELACIONES HUMANAS Y PUBLICAS: Es la habilidad para interactuar con otros, de inspirar cooperación, confianza y lealtad.
- 5) COMUNICACION: Es la habilidad de expresarse y comprender a otros, para poder compartir ideas.
- 6) HABILIDAD TECNICA: Es la experiencia para producir y comercializar los bienes y servicios de la empresa.
- 7) CAPACIDAD DE VENTAS: Es la habilidad para persuadir a la gente de los beneficios de los productos que vendemos o servicios que ofrecemos.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

V MENTALIDAD DEL EMPRESARIO.

Si pudiéramos describir lo que una mente empresarial piensa, arrojaríamos los siguientes resultados:

- 1) INICIATIVA: Realizo las cosas a mi manera, imponiendome mis propias metas y disciplina.
- 2) CAPACIDAD DE DIRIGIR: Puedo lograr que mis empleados obedezcan mis ordenes, sin esforzarme demasiado y de manera voluntaria.
- 3) ORGANIZACION Y PLANEACION: No doy paso en falso, sino que siempre sigo los pasos de un plan previo.
- 4) RELACIONES HUMANAS: Me esfuerzo con llevarme bien con la gente, aun con personas incompatibles con mi personalidad y de manera de pensar.
- 5) RESPONSABILIDAD: Me agrada hacerme cargo de cualquier situación, por difícil que esta sea y llevarla a cabo exitosamente.
- 6) TOMA DE DESICIONES: Me gusta tomar desiciones rápidas, pero bien fundamentadas.
- 7) ATENCION A LOS DETALLES: Si es necesario cargar cajas o mover escritorios, lo haré con todo gusto, puesto que todo va en beneficio de la empresa y además, cualquier actividad de trabajo es dignificante.
- 8) COMUNICACION: El éxito de mi gestión depende de la comunicación establecida a todos los niveles de la empresa.
- 9) TRABAJO: Si es necesario trabajare hasta 16 horas diarias para sacar la empresa adelante.
- 10) ESPECULACION: Primero esta la fortaleza económica de la empresa que cualquier afán de enriquecimiento personal rápido a costa de las reservas de la empresa.
- 11) ETICA EMPRESARIAL: Prefiero tener clientes a muchos años que respeten y admiren la decencia y seriedad de la empresa.
- 12) CONSTANCIA Y TENACIDAD: Cuando me decido a hacer algo, lo llevo a cabo sin bajar el ritmo.
- 13) SEGURIDAD Y CONFIANZA: Puedo lograr lo que me proponga, dentro de mis limitaciones y mis capacidades.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

VII DEFINIENDO LA PERSONALIDAD EMPRESARIAL.

Para definir la personalidad empresarial en forma correcta, primero analicemos que es un empresario, porque se convierte en tal y a que se refiere la palabra personalidad.

EMPRESARIO es aquella persona que impulsada por el deseo de ser independiente, crea y desarrolla una idea que representa la posible solución a las necesidades o deseos del consumidor y que organiza, dirige y asume los riesgos medidos de la creación y operación de su empresa.

Generalmente lo motivan su necesidad intrínseca de hacer las cosas a su manera desde su particular punto de vista y la atracción por una necesidad vital del mercado de la cual esta seguro puede satisfacer manejando las principales variables mercadológicas como precio, producto, plaza y promoción.

PERSONALIDAD Se refiere principalmente a toda diferencia individual que constituye en forma específica y única a una persona y que la distingue de otra.

En forma lateral, personalidad es también la interpretación de las impresiones que cada persona causa.

Para nuestro propósito, es decir para definir que es la personalidad empresarial, nos referimos a la personalidad total del empresario, es decir, el resultado de lo que ha sido, de lo que ha hecho y aún de lo que hace, de lo que ha pensado hacer y lo mas importante, lo que quiere llevar a cabo (realizar).

Es un hecho que cualquier persona no sirve para todo. Por ejemplo, para la actividad de la tauromaquia se requieren características especiales que no todos tenemos, tales como la valentía, amor al peligro e indiferencia ante el prolongado e inútil sufrimiento de un animal indefenso (después de que pasaron todos sobre él).

Así mismo se requieren ciertas características específicas para accionar y tomar decisiones básicas para la gestación, fundación y operación de una empresa.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

¿Cual es la personalidad del empresario? A continuación se enlistan diez rasgos de la dominada teoría de la personalidad del empresario, rasgos indicativos pero no definitivos, ni normativos.

- 1.- Generalmente sus familiares, parientes cercanos o amigos tuvieron una empresa familiar y posiblemente funcionaba en su casa donde vivió cuando niño.
- 2.- Le gustaba ayudar en esa empresa.
- 3.- Cuando niño, vendió algunos de sus objetos.
- 4.- Su rendimiento escolar fue aproximadamente igual al promedio de sus compañeros.
- 5.- Difícilmente se encuentran satisfechos trabajando en una empresa, ya que a menudo tienen la reacción que pudieran hacer mejor trabajo del que realizan, por lo cual se sienten frustrados.
- 6.- Prefieren jugar un deporte que verlo por televisión.
- 7.- Prefieren trabajar en sus propios proyectos que en los ideados por otros.
- 8.- Prefieren leer cosas reales que ficticias.
- 9.- Tienen decisión e iniciativa.
- 10.- Se involucran en actividades extra-laborales.

Finalmente añadiendo que dentro de la personalidad empresarial tienen una inata motivación para lograr sus propósitos, son optimistas por naturaleza, son originales y confían en sus propios recursos, adquieren una buena información alrededor de sus propios intereses y tienen una necesidad vehemente de realización.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

VIII FUTURO DEL EMPRESARIO MEXICANO.

A raíz de los grandes problemas económicos por los que el país atraviesa y sobre todo debido a la falta de liquidez y recursos del sector público para generar empleos y riqueza a distribuir se puede afirmar que ha comenzado una fuerte era empresarial en México.

Así, el empresario es ahora una fuerza motriz del desarrollo económico nacional, por ser su actividad generadora de empleos y de inversión.

De esta manera se contempla un futuro bastante prometedor para el empresario mexicano. En estos momentos se requiere de grandes cantidades de inversión productiva como principal salida a la crisis económica. La inversión representa la creación de nuevos empleos y expansión de los ya establecidos.

En toda sociedad, el empresario ejecuta principalmente toda actividad emprendedora.

Actualmente, el gobierno federal intenta establecer las condiciones propicias para la inversión productiva vis desregulación, desincorporación, estímulos fiscales, apoyos financieros y reglas claras.

Por otra parte, las cámaras y organismos empresariales tienen programas muy interesantes de fomento empresarial.

Todo depende de la confianza y determinación del empresario mexicano. El camino está abierto el país lo reclama.

Siempre al Cuidado de su Salud

Comercial de Medicamentos & Medicinas

MODULO II INICIACION DE LA EMPRESA

2.1 SELECCION DE OPORTUNIDADES.

Antes que nada es preciso definir, lo que se entiende por un negocio adecuado: "es invertir tiempo y dinero en un proyecto viable de corte empresarial, con el fin de obtener ganancias, reconocimiento y prestar un servicio a la comunidad".

Para tomar una desición adecuada, en cuanto al giro y tipo de negocio, es necesario un procedimiento ordenado de selección, la pregunta que surge es la siguiente: ¿Que tipo de negocio o empresa iniciamos?. Desgraciadamente en la mayoría de los casos, se decide al respecto en base a corazonadas y recomendaciones de amigos, sin seguir la metodología necesaria. Lo anterior trae como consecuencia un alto índice de fracasos en nuestro país, por no partir a bases realistas e investigación previa.

Así entonces, partimos del término realidad, para fijar la norma de adecuación. Nuestra realidad la constituyen diversos elementos, todos ellos relativos al negocio a emprender.

Estos elementos son los siguientes:

- I. Elementos generales.
- II. Elementos específicos personales.
- III: Elementos específicos del negocio.

I. ELEMENTOS GENERALES.

A) ENTORNO ECONOMICO.

En México y América latina se presentan rasgos profundos en materia de una estructura macroeconomica que rescate, promueva y fomente una cultura empresarial con las necesidades actuales de la sociedad y con las expectativas de las nuevas generaciones de profesionistas, donde (brilla por su ausencia) hace falta la planeación a mediano y largo plazo y donde las directrices educativas específicamente las relacionadas con el aspecto pedagógico de la enseñanza no ha logrado articular una estrategia que incida en el cambio de actitud y de mentalidad del mexicano.

Sin embargo podemos decir que el tema de los micro empresarios en nuestro país no es un tema nuevo o desconocido. Existe desde hace mucho tiempo la conciencia y la voluntad por generar diversas iniciativas que impulsen a este sector de la economía, pero estas, en ocasiones han quedado a la deriva o bien sujetas a programas sexenales donde no ha existido la visión para darles continuidad.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

Actualmente sigue en pie el programa de apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa (PROAME) promovido por entidades como la PNUD, la OEA, la AECI y la SRE que ha tenido una excelente incursión con ejemplos tangibles de fomento y apoyo a este sector.

Sin embargo la situación actual del país nos sigue confrontando especialmente a toda la comunidad empresarial, pues para todos es sabido que vivimos momentos críticos que requieren de toda nuestra seriedad para entender los problemas y el cambio en el cual esta inmerso el país, tanto en su realidad local como en su contexto internacional.

Viviendo un panorama difícil para todo el sector de empresas micro, pequeñas y medianas del país y para las miles de fuentes de empleo que genera dicho sector, el titular de la Secretaria del Trabajo en Queretaro, el Lic. Guillermo del Hoyo afirma que la situación laboral en esta entidad es afortunadamente buena debido a la estrecha relación que se tiene con las centrales patronales y obreras, las asociaciones de industriales y las cámaras empresariales, donde se han podido delinear medidas para amortiguar e atemperar la crisis sin dejar a un lado la búsqueda de la creación de nuevos empleos. Comenta que uno de los objetivos prioritarios es que el desempleo no se incremente y que este por lo menos se mantenga en una cifra del 3 %, para procurar que no existan mas afectados y para seguir siendo uno de los estados con menor desempleo como lo menciona el INEGI en su ultimo reporte.

El reto para Queretaro en materia de relación empresa-trabajador según la Secretaria del Trabajo esta cifrada en 4 puntos básicos:

- 1.- La preservación del empleo.
- 2.- La fortaleza y la confianza a trabajadores y empresarios para salir adelante con esfuerzos coordinados.
- 3.- La creación de fuentes de empleo a través de ofertas a las empresas, mano de obra calificada vía cursos de capacitación intensiva; y
- 4.- La promoción de un ambiente de optimismo real, pero moderado para mejorar las condiciones laborales.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

EXTERNO

México sigue hoy una estrategia mas activa de eliminación de barreras comerciales. El caso mas importante es el del comercio con los Estados Unidos de Norte América y el de Canadá, razón por la cual la iniciativa del TLC norteamericano ha recibido mayor atención, no hay duda sin embargo de que México busca diversificar su comercio con todas las regiones del mundo, tanto con mecanismos multilaterales como mediante propuestas regionales de apertura comercial.

La apertura comercial resultante de un tratado de libre comercio con los Estados Unidos y Canadá significa ganancias económicas para los 3 países, la eliminación de barreras permitira a las 3 economías producir mas con los mismos recursos al eliminar las ineficiencias del proteccionismo y el beneficio seria mayor para México.

La política comercial de México claramente busca la apertura multilateral, es un hecho sin embargo que las negociaciones comerciales han caído en la situación obscura de verse como concesiones entre países, donde los gobiernos actúan como si los consumidores fuesen rehenes.

El peor negociador es el que habré más sus mercados, no obstante que aun la apertura unilateral representa beneficios.

INTERNO.

Se han superado las condiciones de emergencia aguda, también se ha iniciado la recuperación entendida como que la producción esta aumentando en la mayoría de los sectores de la economía.

Alcanzar un crecimiento económico vigoroso y sostenido es un imperativo que debe unir nuestros esfuerzos, solo el crecimiento rápido y perdurable de la economía nacional nos dará los recursos para desplegar una política de apoyo social mas ambiciosa.

Para hacer una realidad esa nueva etapa de crecimiento es indispensable que perseveremos entre quehaceres esenciales:

El primero consiste en seguir aplicando el programa económico que nos ha permitido vencer las emergencias e iniciar la recuperación hasta consolidarla con toda certeza.

El segundo consiste en continuar las reformas estructurales para contar con una economía cada vez más eficiente, de tal manera que los factores de la producción señaladamente el trabajo obtengan mayores rendimientos e ingresos.

El tercero consiste en aumentar significativamente el ahorro nacional, ya que solo así podremos financiar sanamente la inversión, sin riesgos de volver a sufrir crisis como las que han sido recurrentes en los últimos 20 años.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

1.- POLITICA FISCAL.

RESOLUCION MISCELANEA 1996.

Regla 1 (1) vigencia de la resolución y su aplicación.

A partir de abril y hasta el 31 de marzo de 1997 aplicable a contribuciones federales, excepto al comercio exterior.

LEY DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA.

Pagos provisionales trimestrales. Las personas morales presentaran pagos provisionales el día 17 del mes inmediato posterior a aquel al que corresponda el pago.

Pagos provisionales trimestrales. Las personas morales contribuyentes cuyos ingresos en el ejercicio inmediato anterior no hayan excedido de 4 000 000, efectuaran pagos provisionales trimestrales a mas tardar el día 17 de los meses de abril, julio, octubre y enero del año siguiente.

limite	limite		
enero-junio 95	julio-diciembre 95	enero-junio 96	julio-diciembre 96
\$ 4 000 000	\$ 5 198 400	\$ 5 938 132	\$ 6 956 522

Cuando los contribuyentes antes señalados hubieran efectuado pagos provisionales trimestrales en los términos de este párrafo y obtengan en el ejercicio ingresos acumulables que excedan del monto antes indicado, podran estar a lo previsto en este párrafo en el ejercicio siguiente a aquel en el que excedan de dicha cantidad.

Regla 146

Deducción de comprobantes de maquinas registradoras de comprobación fiscal aun cuando no se traslade el IVA por separado.

Los contribuyentes podran deducir en base a comprobantes de maquinas registradoras de comprobación fiscal aun cuando no se haya trasladado en forma expresa y por separado el IVA siempre que se cumplan con los siguientes requisitos:

I. Se pague con cheque nominativo y en la póliza se anote el numero de comprobante que se pago.

II. Que la adquisición no exceda de 1 023.00 c/u.

III. Que el total de adquisiciones por este concepto no excedan de \$ 81 910.00 en el ejercicio o del 1 % de los ingresos acumulables.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

Regla 201

Disminución del crédito al salario de los impuestos federales.

Los retenedores podran disminuir las cantidades que entreguen en efectivo a los trabajadores de Impuesto Sobre la Renta a su cargo o de las retenciones del mismo, efectuadas a terceros o del IVA, IEPS e IVA y en general de cualquier impuesto federal. En caso de saldo a favor podrán compensarlo en la siguiente declaración o solicitar su devolución en la forma oficial 1.

IMPUESTO AL ACTIVO

Regla 320

Exención del impuesto al activo por el ejercicio fiscal de 1996, los contribuyentes a quienes se les aplica la exención son los siguientes: personas morales, personas físicas del régimen general y personas físicas régimen simplificado.

Para gozar de la exención, se requiere que los ingresos por actividades no excedan de \$ 7 000 000 en el ejercicio de 1995.

Los contribuyentes que por el ejercicio de 1996 gocen de la exención del impuesto al activo deberán seguir cumpliendo con sus obligaciones formales y calcular el impuesto como si no existiera esta exención. Debiendo cumplir con lo siguiente:

- 1.- Primera declaración de pago provisional en ceros.
- 2.- Ajuste a pagos provisionales en ceros; y
- 3.- Calcular el impuesto final del ejercicio, manifestando en la declaración dicho calculo solo que en el impuesto a pagar indicara cero.

CODIGO FISCAL DE LA FEDERACION.

Regla 16

Forma fiscal para devolución. 32

La forma 32 debe ser presentada y acompañada de los anexos respectivos y de la declaración normal y/o complementaria donde aparezca el saldo que se solicito.

Forma fiscal de registro federal de contribuyentes. R 1

Comercial de Medicamentos & Medicinas

Regla 43

Operaciones con el publico en general.

Se deberan expedir comprobantes cuando se soliciten y les proporcionen copia de la cédula de identificación. En el caso de operaciones mayores de \$ 32.00 se debera entregar comprobante simplificado y si la operación es menor puede no entregarse comprobante si no se tiene maquina de comprobación fiscal.

Regla 69

De la presentación de declaraciones

Renglón que se marca en ceros.

Los contribuyentes obligados a presentar declaraciones en los términos del art. 31 del código fiscal de la federación deberan llenar las formas a que se refiere la regla 68 de esta resolución, marcando con un cero los renglones que correspondan a contribuciones por las que estando obligados a su pago, no tengan contribución a cargo, ni saldo a favor, ecepto cuando se trate de declaraciones de pagos provisionales y se presente respecto de las mismas del supuesto a que se refiere el tercer párrafo del citado art. 31.

Tercer párrafo del art. 31.

Los contribuyentes que tengan obligación de presentar declaraciones periódicas de conformidad con las leyes fiscales respectivas, continuaran haciendolo en tanto no presenten los avisos que correspondan para efectos del registro federal de contribuyentes.

Tratandose de declaraciones de pagos provisionales, los contribuyentes deberan presentar dichas declaraciones siempre que haya cantidad a pagar o saldo a favor, así como la primera declaración sin pago. Cuando se presente una declaración sin impuesto a cargo se presumira que no existe impuesto a pagar en las declaraciones de pago provisional posteriores que no sean presentadas.

Obligados a dictaminarse por estados financieros de 1995.

1) Quiénes en el ejercicio inmediato anterior obtuvieron ingresos acumulables superiores a \$ 11 479.00.

2) Los que el valor de su activo en el ejercicio inmediato anterior determinado fue superior a \$ 22 958.00 de acuerdo con la ley del impuesto al activo.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

2.- RUBROS PRIORITARIOS.

El gobierno municipal obtuvo ingresos por el año de 1995 por:

PRESUPUESTO DE INGRESOS 1995

RESUMEN GENERAL POR GRUPOS

C O N C E P T O	IMPORTE
IMPUESTOS	\$ 718,015.00
DERECHOS	66,623.00
PRODUCTOS	29,929.00
APROVECHAMIENTOS	175,334.00
PARTICIPACIONES	3 867,502.00

TOTAL DE INGRESOS	\$ 4 857,403.00

Los egresos del año de 1995 fueron:

PRESUPUESTO DE EGRESOS 1995

RESUMEN GENERAL POR GRUPOS

C O N C E P T O	I M P O R T E	% PARTICIPACION EN EL TOTAL
SERVICIOS PERSONALES	\$ 726,912.00	14.97 %
SERVICIOS GENERALES	190,104.00	3.91 %
MATERIALES Y SUMINISTROS	86,060.00	1.77 %
MAQUINARIA MOBILIARIO Y EQ.	141,561.00	2.92 %
ADQUISICION DE INMUEBLES	0.00	0.00 %
CONSTRUCCIONES	2 142,711.00	44.11 %
TRANSFERENCIAS SUBSIDIOS Y APORT.	358,958.00	7.39 %
DEUDA PUBLICA	2,565.00	0.05 %
ASIGNACIONES GLOBALES SUPLEMENTARIAS	1 208,532.00	24.88 %

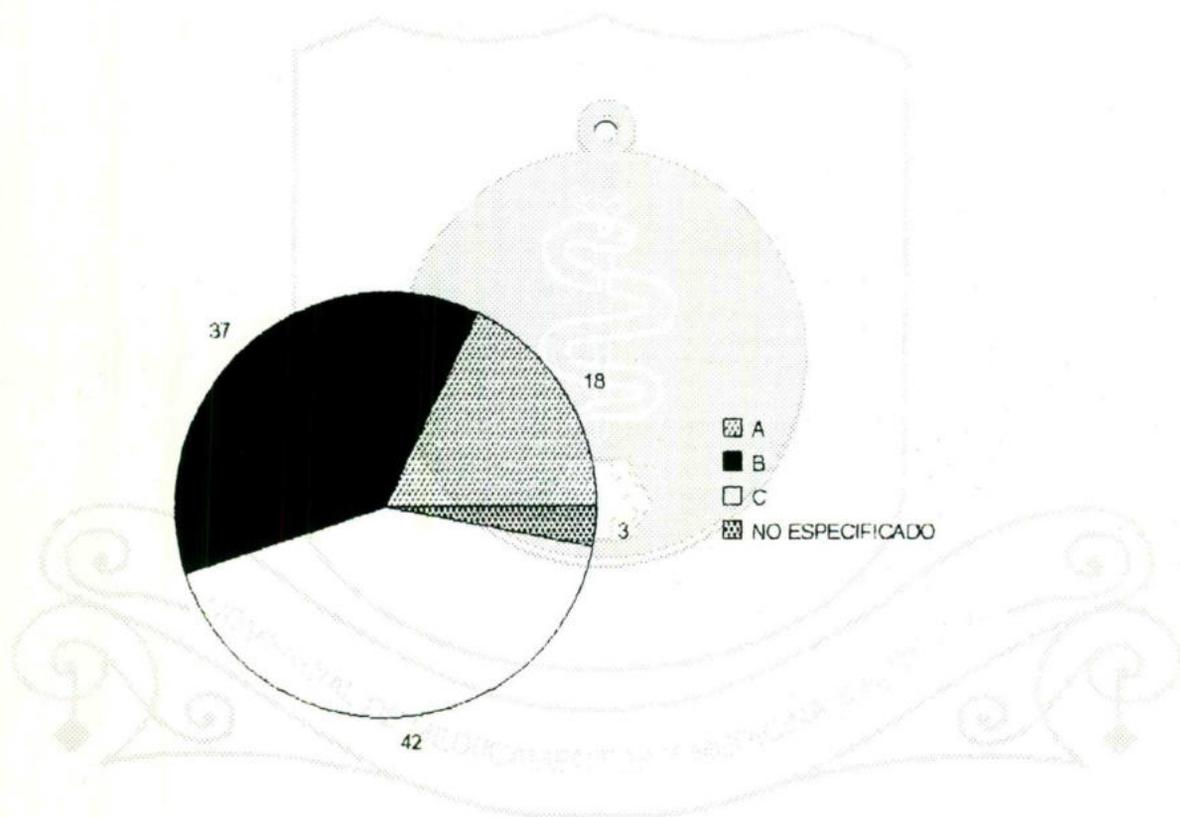
PRESUPUESTO TOTAL	\$ 4 857,403.00	100.00 %

Comercial de Medicamentos & Medicinas

Población ocupada por sector de actividad.

ESTADO

MUNICIPIO



Siempre al Cuidado de su Salud

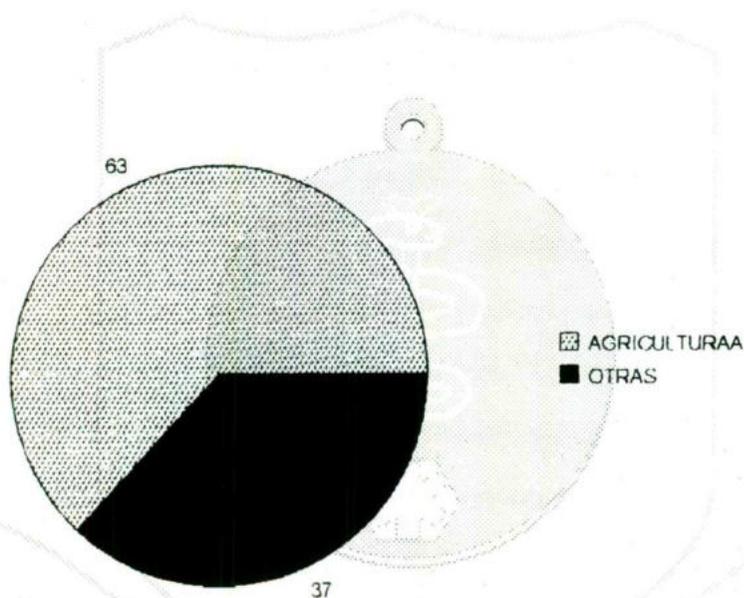
- a/ Comprende: Agricultura, Ganadería, Silvicultura, Caza y Pesca.
- b/ Comprende: Minería, Extracción de petróleo y Gas, Ind. Manufacturera, Generación de Energía Eléctrica y Construcción.
- c/ Comprende Comercio y Servicios.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

Ejidos y comunidades agrarias por actividad principal.

ESTADO

MUNICIPIO



Siempre al Cuidado de su Salud

Comercial de Medicamentos & Medicinas

5.- INDICE INFLACIONARIO.

Las perspectivas de los agentes económicos han mejorado, para el cierre del año se espera un crecimiento del 4.09 %, una inflación del 27.12 %, un tipo de cambio de \$ 8.03 por dolar, un superávit comercial de 6 774 millones de dolares y un deficit en la cuenta corriente de 2 282 millones de dolares.

Los pronósticos para 1997 apuntan hacia un mejor desempeño de la economía nacional, pues se espera un crecimiento del producto interno bruto de 4.4 %, una inflación de 18.1 %, un superávit en la balanza comercial de 3 867 millones de dolares y un deficit en la cuenta corriente de 4 851 millones de dolares.

Como resultado de una encuesta realizada por el Banco de México entre distintos empresarios durante el pasado mes de agosto, la expectativa en el crecimiento del producto interno bruto para este año ha mejorado, ya que la encuesta realizada en julio marcaba una tasa del 3.41 %.

Ahora con la nueva encuesta, se espera un crecimiento del producto interno bruto de 4.09 %, aunque hay algunos analistas del sector financiero que estan proyectando una tasa de incremento hasta del 4.5 % para este año.

En lo que se refiere ala inflación los agentes económicos mejoraron marginalmente sus pronósticos en este sentido. La encuesta realizada en julio apuntaba una tasa inflacionaria del 27.56 % pero ahora esta expectativa señala una tasa del 27.17 %.

Respecto al tipo de cambio, la encuesta de agosto señala que la paridad al cierre del año sera de \$ 8.03 por dolar, aquí también hay una revisión a la baja, ya que la encuesta de julio apuntaba hacia una cotización de \$ 8.27 por dolar.

También cambio de rumbo la visión del rendimiento de los cetes a 28 días de plazo, en julio la encuesta marcaba una tasa de 29.12 % para el cierre del año, pero ahora este se ha revisado a 27.93 %, para septiembre se espera un rendimiento de 26.47 %, para octubre de 26.60 % y para noviembre de 27.05 %.

6.- JUSTIFICACION ECONOMICA DEL PROYECTO.

Satisfacer las necesidades de productos médicos en el municipio de Ezequiel Montes, así como los gustos en artículos de higiene y limpieza personal es lo que se pretende lograr al establecer nuestra empresa.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

Para lograrlo es indispensable ofrecer un amplio surtido y una excelente atención al consumidor; actualmente no existe un establecimiento con estas características, dándonos la oportunidad de aprovechar al máximo esta ventaja.

El municipio se beneficiara en los siguientes aspectos:

- 1) Pago de impuestos.
- 2) Una fuente mas de empleos.
- 3) Contar con un establecimiento permanente que cubra estas necesidades.

DERRAMA ECONOMICA.

Toda empresa por muy pequeña que sea, debe realizar los gastos que son indispensables para el buen funcionamiento, tanto en lo que se refiere a lo administrativo, como a su mantenimiento.

Nuestra empresa cubrira periodicamente los gastos como son: Pago de sueldos al personal quincenalmente, pago de impuestos, renta del local, mantenimiento del equipo de transporte, pagos de luz, publicidad, pago de intereses y gastos administrativos por créditos, pago de teléfono, cuotas del IMSS, SAR e INFONAVIT, agua, seguros, etc.

B) ENTORNO POLITICO-SOCIAL.

I) SOCIAL:

1.- CLIMA LABORAL.

Queretaro viviendo un panorama difícil para todo el sector de empresas micro, pequeñas y medianas del país y para las miles de fuentes de empleos que genera dicho sector, la situación laboral en esta entidad es afortunadamente buena debido a la estrecha relación que se tiene con las centrales patronales y obreras, las asociaciones de industriales y las cámaras empresariales, donde se han podido delinear medidas para amortiguar o atemperar la crisis sin dejar a un lado la búsqueda de la creación de nuevos empleos.

Uno de los objetivos prioritarios es que el desempleo no se incremente y que este por lo menos se mantenga en una cifra del 3 % para procurar que no existan mas afectados y para seguir siendo uno de los estados con menos desempleo como lo menciona el INEGI en su ultimo reporte.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

En el tan debatido tema de realizar modificaciones en la ley federal del trabajo, se comenta que esta ley nos debe llevar a una reflexión mas profunda para tener adecuaciones muy puntuales con la realidad del mercado como pudieran ser aspectos de capacitación, ecología y medio ambiente, seguridad e higiene, productividad, jornadas de trabajo y otras mas que sean de suma importancia para contar con una ley flexible y moderna.

El reto para Queretaro en materia de relación empresa-trabajador según la secretaria del trabajo esta cifrada en cuatro puntos básicos:

- 1.- La preservación del empleo.
- 2.- La fortaleza y confianza a trabajadores y empresarios para salir adelante con esfuerzos coordinados.
- 3.- La creación de fuentes de trabajo a través de ofertar a las empresas mano de obra calificada vía cursos de capacitación intensiva; y
- 4.- La promoción de un ambiente de optimismo real pero moderado para mejorar las condiciones laborales.

En los últimos 12 meses se establecieron en la entidad 129 empresas nuevas que han generado alrededor de 1 500 empleos, asimismo se ha realizado una intensa labor de promoción de maquiladores textiles a fin de que se ubicaran o ampliaran en comunidades de escaso desarrollo.

El economista Dr. Fernando Noriega autor del libro "Teoría del desempleo, la distribución y la pobreza", nos dice que es necesario estrechar la brecha que existe entre las teorías o modelos que norman nuestros ideales, nuestras pretensiones y la realidad concreta.

Señala además que el gobierno debe intervenir en la redistribución del ingreso, de la riqueza, y en la agilización de la demanda efectiva, vía gasto público.

También señala que la política redistributiva se realiza a través de mecanismos como la desgravación de salarios, el ejercicio del gasto público discriminado por niveles de ingresos y de la riqueza.

Actualmente la fuerza laboral en el país es de 33 millones de trabajadores y se estima que para el año 2 000 serán de 40 millones. El nivel de desempleo es de 11 millones sumando a los subempleados. Afirman fuentes periodísticas que para seguir en este ritmo de nula generación de empleos las fuentes laborales indispensables en cinco años podrían llegar a una cifra de 20 millones de personas.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

La sociedad tiene toda la razón al indignarse ante la aplicación laxa de la ley. La sociedad tiene razón al desconfiar de leyes que en vez de castigar a los delincuentes, solapan su impunidad y alientan su reincidencia; de leyes que en vez de desagraviar a las víctimas, frustran su derecho y las dejan indefensas.

Por eso, también se han promovido reformas a la legislación penal, para actuar con mayor celeridad y firmeza contra quienes son sorprendidos al cometer un delito o cuando se preparan para cometerlo.

La sociedad también tiene razón al preocuparse por la inseguridad pública y al irritarse cuando quienes deben vigilar el cumplimiento de la ley son los primeros en violarla. Este es un grave problema que resolveremos con un esfuerzo firme y prolongado.

De ahí que simultáneamente al reforzamiento de las leyes, sea iniciado la reestructuración de las Procuradurías General de la República y General de Justicia, para convertirlas en dependencias modernas, respetuosas de la ley, profesionales y especializadas.

Así avanzaremos inicialmente hacia una nueva etapa donde las corporaciones policiacas y los órganos de procuración de justicia se ganen el respeto de la sociedad actuando con desencia y limpieza, y sean reconocidos no por atropellar, sino por proteger a los ciudadanos; no por extorsionar, sino por servir a la ciudadanía.

Para entrar en una nueva etapa de primacía del derecho, es necesario que todos, absolutamente todos contribuyamos a enraizar y extender una cultura de apego a la ley.

Ciertamente hay muchísimos ciudadanos que procuran observar las leyes. Pero también son todavía muchos los que prefieren ignorarlas, buscando un provecho indebido de su incumplimiento.

Es a ellos a quien debemos convencer, con la ley en la mano, de que si unas veces la violación de la legalidad puede beneficiarlos, en muchas otras puede hacerlos víctimas.

Es indispensable que todos, absolutamente todos, nos acostumbremos a cumplir la ley. Quien respeta la ley, respeta a los demás y se gana el respeto de todos.

La creación de esta cultura de apego a la legalidad tomara tiempo. Precisamente por eso, debemos comenzar a inculcarla y practicarla todos cuanto antes, para dar tranquilidad a nuestra vida personal y familiar, y para dar certidumbre a nuestra vida productiva y nuestras relaciones sociales.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

Ciertamente uno de los problemas mas graves de la profusa tendencia del desempleo se encuentra en la especulación financiera, donde las actividades productivas que son el pilar del desarrollo económico no se asoman ni por equivocación en las mentees de quiénes provocan el insulso juego desestabilizador.

Es urgente el apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas que representan aproximadamente el 95 % de empresas y que a su vez generan el 60 % de los empleos.

La COPARMEX, organismo popular empresarial afirma que es necesario modificar la ley federal del trabajo para hacer mas flexible la relación laboral en la empresa con el propósito de seguir elevando el nivel de productividad de la mano de obra mexicana.

En sus propuestas del sector privado 1994-2000, señala que es necesario desaparecer la figura de contratos de ley, reglamentar de manera mas flexible la contratación temporal, establecer el pago por hora, desaparecer el escalafón ciego, añadir el principio de a "trabajo igual, salario igual", introducir las premisas de calidad y desaparecer las juntas de conciliación y arbitraje.

2.- CLIMA EMPRESARIAL.

En los últimos doce meses se establecieron en la entidad queretana 129 empresas nuevas que han generado alrededor de 1,500 empleos. Así mismo, se realizó una intensa labor de promoción con maquiladoras textiles a fin de que se hubicaran o ampliaran en comunidades de escaso desarrollo, teniendo como resultado la generación de 2,425 empleos con una inversión de 36 millones.

Para impulsar las exportaciones, el Banco Nacional de Comercio Exterior apoyó durante este año a diversas empresas con financiamientos que alcanzan los 50 millones de dólares, además de proporcionar capacitación y asesoría a través de 30 cursos y seminarios.

A fin de contar con infraestructura para el desarrollo industrial, los fideicomisos de parques industriales del gobierno del estado vendieron 37 mil metros cuadrados de terrenos para el asentamiento de nuevas empresas.

3.- CLIMA SOCIAL.

La ciudadanía exige mejores leyes para perseguir y castigar a los delincuentes que hoy la amenazan en sus personas, en sus familias y en su patrimonio.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

II) POLITICO

1.- GUBERNAMENTAL.

Con toda confianza hoy se puede decir que gracias al esfuerzo de todos los mexicanos, el país supero la etapa de emergencia económica y ha iniciado claramente la recuperación.

Después de la abrupta contacción de 1995, el Producto interno bruto creció poco más de tres por ciento durante el primer semestre de este año, lo que prácticamente asegura el cumplimiento de la meta para el año en su conjunto. Afortunadamente, la recuperación está en vías de generalizarse a todos los sectores productivos.

2.- EMPRESARIAL.

El actual contexto en el que nos vemos inmersos sin duda alguna nos viene a replantear una serie de cuestiones de importancia vital para el desarrollo de las ideas que den luz a nuestra sobrevivencia familiar, laboral y social.

La crisis, la necesidad y los problemas particulares de ese mundo individual que poseemos nos confrontan a diario para ejercer la imaginación y la creatividad como la única posibilidad para conservar aquello por lo que siempre hemos luchado un México nuevo.

Las regiones del país tendrán que definir con prontitud un esquema económico congruente con sus necesidades particulares pero con directrices que le permitan homologarse en un proyecto nacional de gran alcance. Queretaro ubicado en la región Centro-Bajío connotada como enclave estratégico para el futuro del país, es materia obligada para un continuo análisis de sus sectores.

Estamos viviendo un momento bastante especial desde el punto de vista financiero y económico, esto - hay que aceptarlo y hay que decirlo -, crea un momento de reflexión y de análisis para los inversionistas y para la sociedad en general.

El estado de Queretaro al igual que todo el país va a resentir fuertemente resintió fuertemente el impacto de la crisis financiera, porque por un lado se retrasarán las inversiones y por otro desgraciadamente, afectarán a las empresas ya establecidas suspendiendo contrataciones e incrementando la desocupación. Sin embargo, tenemos que ver las fortalezas de Queretaro y que afortunadamente se siguen manteniendo como su localización geográfica, su plataforma industrial, su creciente infraestructura humana, su tranquilidad social y su tranquilidad laboral.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

Se estima que México actualmente anda cerca de los 90 millones de habitantes y que para el año 2025 siguiendo con una tasa anual de crecimiento del 1.8 % seremos 140 millones de mexicanos, 50 millones de gentes más.

El problema es complejo, ya que por un lado existe un avance vertiginoso en el desarrollo de las ciencias y la tecnología que ayuda a que las empresas trabajen en condiciones de mayor automatización y sin dependencia de mano de obra y la otra vertiente antes mencionada el crecimiento intenso de la población. Está en nosotros el dar cauce a nuevos planteamientos que no dejen de perseguir la meta propuesta **"Desarrollo económico con generación de empleos"**.

II. ELEMENTOS ESPECIFICOS PERSONALES.

A) RELACIONES SOCIALES.

Las relación que existira con la competencia y la sociedad en general sera de un ambiente agradable y de amistad.

Con la sociedad las relaciones son de vital importancia pues de ello depende el éxito y/o el fracaso del negocio. Con la competencia existira una rivalidad solamente en el ámbito comercial; se pretendiera ser siempre amable y abierto en los demás aspectos.

B) RELACIONES COMERCIALES O DE NEGOCIOS.

Ademas de las buenas relaciones que mantendremos con la competencia, se deberan establecer también buenas relaciones con nuestros proveedores para poder obtener los mejores precios y créditos que puedan otorgarnos, así mismo que se nos entreguen los pedidos de mercancía en la fecha establecida.

C) RELACIONES POLITICAS.

Estar siempre disponible ante las autoridades municipales y estatales para cualquier evento social en el cual podamos apoyarlos, de esta manera nos beneficiaremos ampliamente para agilizar algún tramite necesario al establecer el negocio, en su transcurso del tiempo y/o al pretender ampliar nuestra capacidad instalada.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

D) CREDITO PERSONAL.

De acuerdo a las buenas relaciones sociales, comerciales, de negocios y políticas que tendremos, lograremos una buena imagen moral y económica, a tal grado que al momento de solicitar crédito ante las instituciones bancarias y fondos de fomento y apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa tengamos fácil acceso a ellos.

E) EXPERIENCIA EN EL RAMO.

Por ser una empresa de nueva creación no tendremos experiencia en el ramo, pero al ir desarrollando la formación empresarial del negocio nos hemos dado cuenta que en la localidad existen muchas deficiencias en este tipo de establecimientos, entre las cuales observamos la falta de variedad de productos médicos, limpieza y aseo personal, ineficiente atención al público consumidor, pésima organización administrativa y falta de publicidad.

Consideramos que al superar estas deficiencias y contando con la asesoría de una persona con una amplia experiencia en el ramo obtendremos los conocimientos necesarios para superar cualquier eventualidad que se nos presente.

F) CAPACIDAD DE INVERSION.

Nuestro negocio se establecera en el régimen fiscal como sociedad anónima de capital variable, iniciando con 2 socios cuya aportación sera de \$ 125,000.00 cada uno y un crédito bancario por \$ 250,000.00, considerando suficiente nuestro capital social para cubrir las necesidades iniciales que origine la creación del establecimiento.

G) DISPONIBILIDAD DE TIEMPO.

La disposición de tiempo es un factor importante para desarrollar las actividades tanto directivas como comerciales, por lo cual dedicaremos tiempo completo pues desempeñamos cada uno de los socios un puesto fundamental con responsabilidades.

H) GUSTO POR EL RAMO O GIRO.

Cubrir una necesidad tan indispensable como lo es la salud y bienestar de las personas y el gusto que sentimos por hacerlo fue lo que nos motivo a desarrollar este giro comercial, pues el municipio carece de un establecimiento capaz de satisfacer tanto las necesidades en medicamentos, como los gustos por artículos de limpieza y aseo personal.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

I) FORMACION ACADEMICA.

El tener una profesión en el área contable-administrativa nos da una visión para desarrollar eficientemente las actividades que requiera el negocio, tanto financieras, contables y administrativas.

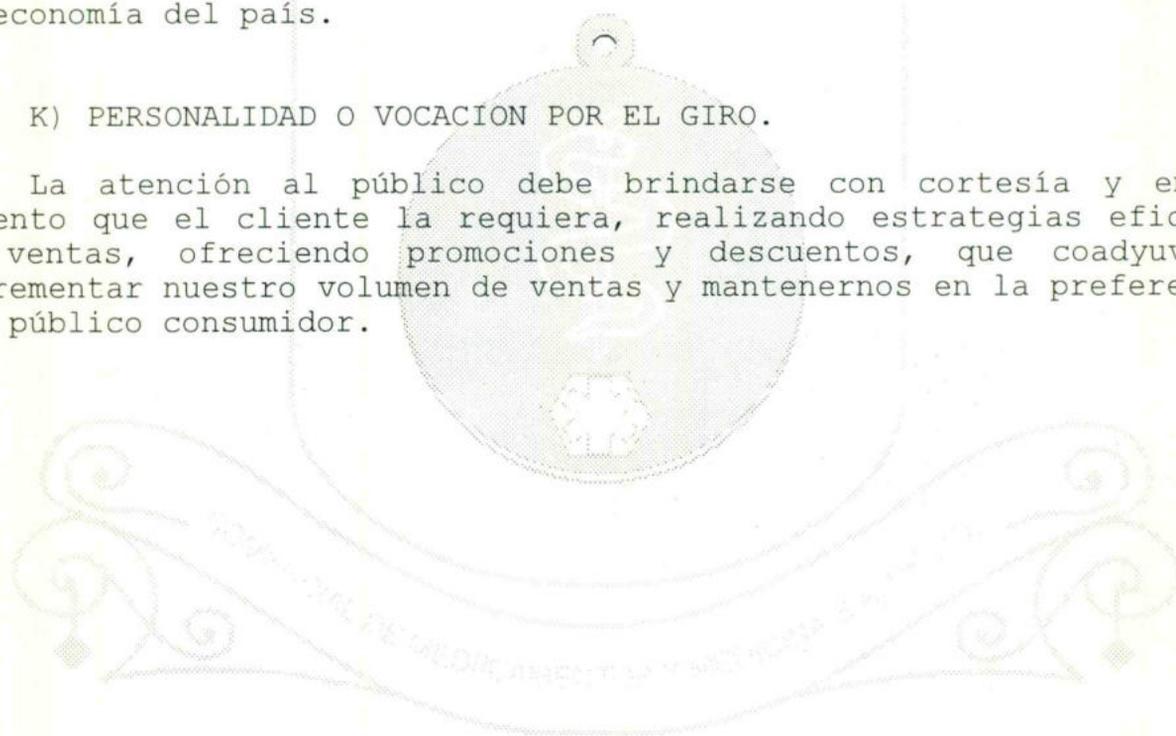
J) VOCACION EMPRESARIAL.

Nuestra vocación empresarial surge como consecuencia de la crisis en la cual está inmerso el país, pues la tasa de desempleo cada día va en crecimiento al no existir fuentes de empleo.

Actualmente el país necesita de gente emprendedora de nuevos negocios, desarrollando ideas innovadoras que ayuden a reestablecer la economía del país.

K) PERSONALIDAD O VOCACION POR EL GIRO.

La atención al público debe brindarse con cortesía y en el momento que el cliente la requiera, realizando estrategias eficaces de ventas, ofreciendo promociones y descuentos, que coadyuve a incrementar nuestro volumen de ventas y mantenernos en la preferencia del público consumidor.



Siempre al Cuidado de su Salud

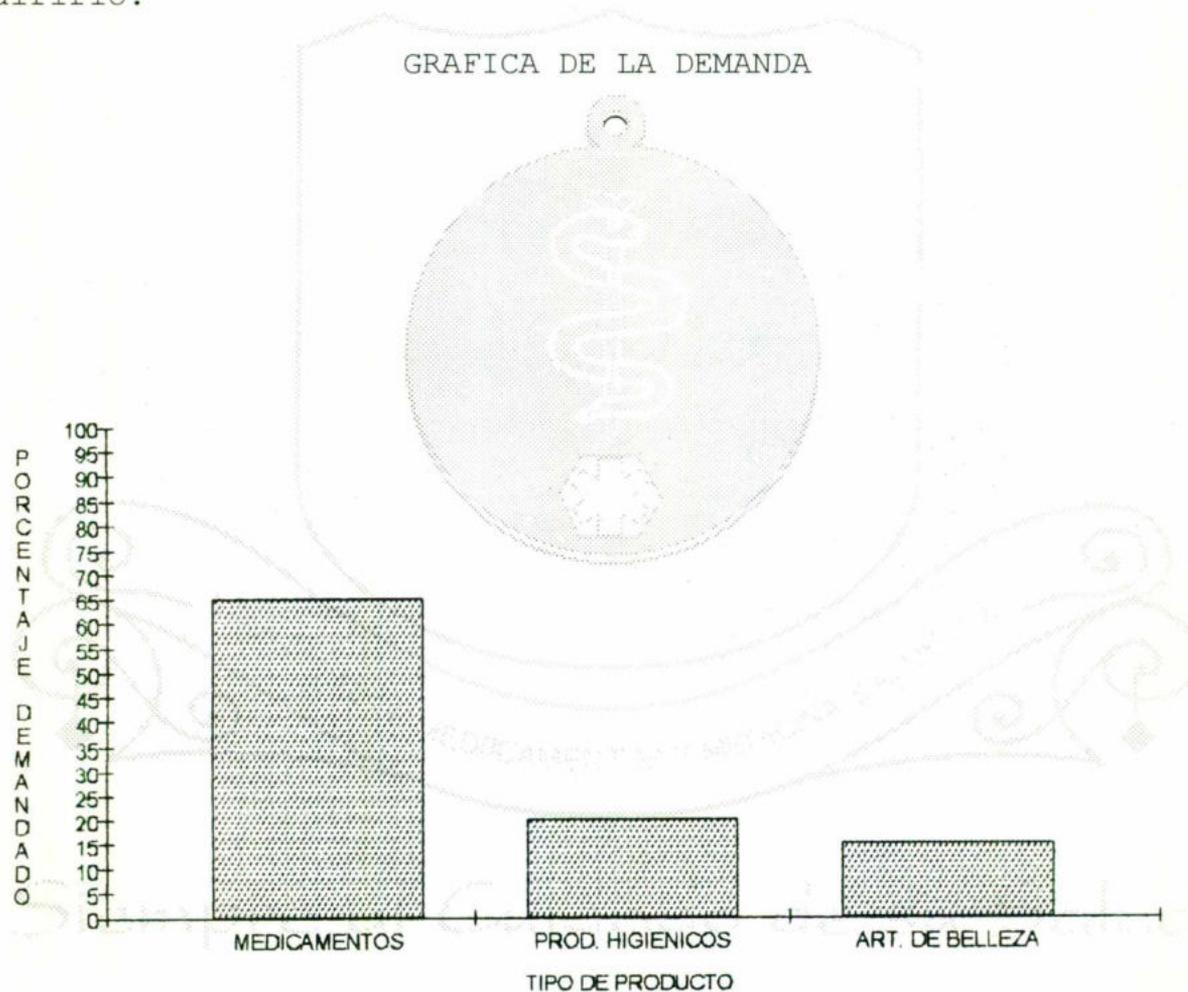
Comercial de Medicamentos & Medicinas

III. ELEMENTOS ESPECIFICOS DEL NEGOCIO.

A) ASPECTOS DEL MERCADO.

1.- DEMANDA.

La demanda es la solicitud de bienes y servicios con respaldo de poder de compra, esto es, que no basta con necesitar algo para ya suponer que lo estamos demandando, es necesario contar con recursos, para hacerlo, pues de otra manera esto se quedaria en una simple eptencia o deseo. La demanda es solicitar, desear o requerir un satisfactor siempre que se cuente con una capacidad económica para adquirirlo.



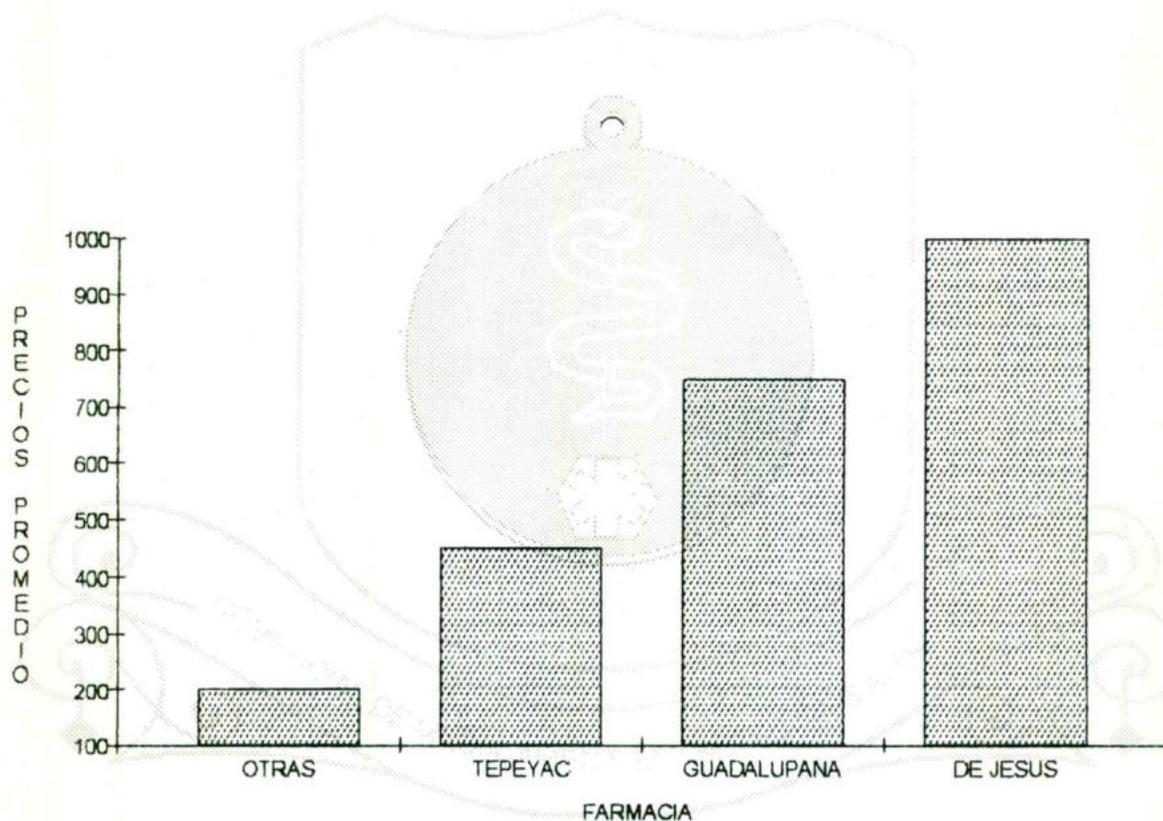
Después de haber realizado un análisis de mercado en base a la demanda de productos médicos, artículos de higiene y de aseo personal, se encontro que de un cien por ciento de demanda general de los artículos, se demanda un 60 % de medicamentos, un 25 % de productos higiénicos y un 15 % de artículos de belleza o aseo personal.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

2.- OFERTA.

La oferta son las diversas cantidades de mercancías que a cada uno de los precios posibles serán puestas a la venta, siempre que se mantengan constantes las condiciones objetivas y subjetivas en que actúan los oferentes.

GRAFICA DE LA OFERTA



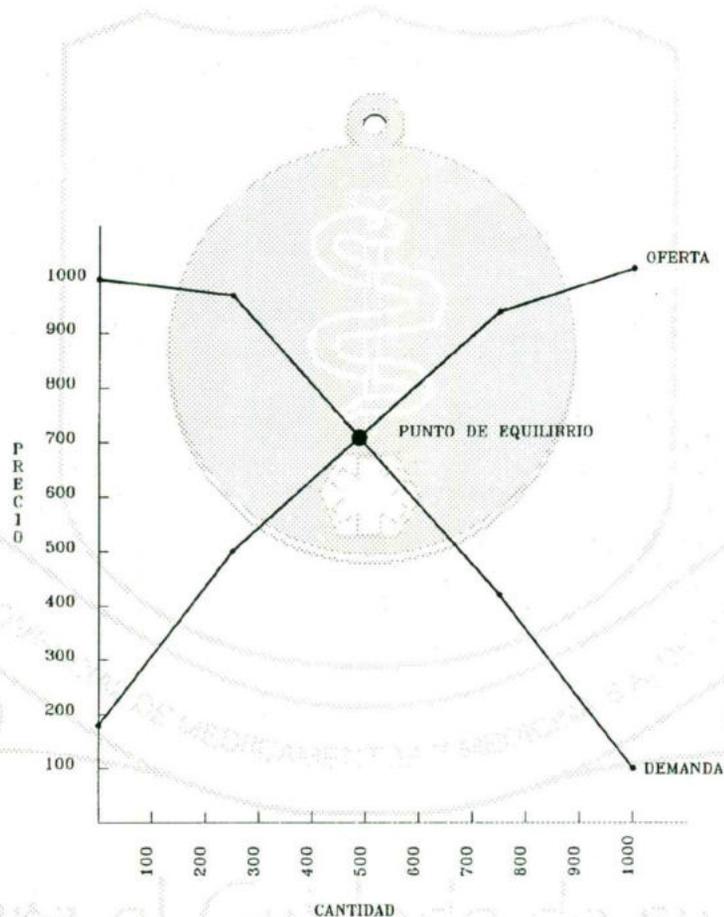
Siempre al Cuidado de su Salud

Actualmente en la localidad existe muy poca oferta, pues podríamos decir que sólo existen dos establecimientos con capacidad de competir (farmacia la guadalupana y farmacia el tepeyac), sin embargo estos tienen deficiencias las cuales hemos mencionado, otros establecimientos no cuentan con capacidad para ser considerados como competencia.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

3.- BALANCE OFERTA-DEMANDA.

Cuando la cantidad demandada resulta mayor que la ofrecida, el precio tiende a subir y al subir el precio la cantidad ofrecida tiende a aumentar. Cuando la cantidad ofrecida es mayor que la demandada entonces el precio tiende a bajar y al bajar el precio la cantidad demandada tiende a aumentar. Finalmente es el precio quien viene a armonizar a la oferta y a la demanda, cuando el oferente y el demandante lo aceptan para efectuar una transacción.



Al analizar la gráfica de la oferta y la demanda, lo que se ubica arriba del punto de equilibrio se le llama excedente, esto significa que se ofrecen más artículos de los que se demandan y bajo el punto de equilibrio se le llama faltante, lo que significa que se demanda más de lo que se ofrece. En conclusión se aprecia que hay un faltante pues se demanda más de lo que se ofrece.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

4.- ANALISIS DE LA COMPETENCIA.

Los establecimientos con quiénes vamos a competir en Ezequiel montes son los siguientes:

A) Los que son de preferencia por el publico consumidor.

B) Existen otros con características similares en cuanto a capacidad instalada.

Los incisos a y b ofrecen atención y servicio deficientemente, además de no contar con variedad de productos así como de diversidad de presentaciones, no existen en ninguno de ellos ofertas o promociones, ni descuentos, además de no aprovechar la publicidad.

5.- PRECIOS Y CONDICIONES DE VENTA.

Precios adecuados en los productos, repercute en la preferencia del público consumidor y por consiguiente en el volumen de ventas, además de ofrecer precios controlados en algunos productos médicos.

Las condiciones de venta que otorgaremos serán de 2 tipos:

Al publico en general: Ofertas y promociones.

Clientes por pedido: Descuentos por pronto pago, ofertas, promociones y ventas a crédito.

6.- PROMOCION Y PUBLICIDAD.

La promoción se utilizará para dar salida a productos que por sus características físicas pueden ser perecederos en algunos casos o porque sean de temporada.

la publicidad sera de gran utilidad al aprovecharla al máximo y en el momento que consideramos oportuno, y al realizar campañas publicitarias siempre estaremos presentes para el público consumidor con la idea de encontrar variedad, opciones de compra, satisfaciendo eficazmente sus necesidades y gustos.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

B) ASPECTOS ECONOMICOS - FINANCIEROS.

FINANCIEROS.

1.- NECESIDADES DE CREDITO.

Al iniciar la empresa y en el transcurso de la vida de esta, acudiremos a las diferentes instituciones de financieras que existen tanto en el municipio, así como en la región entre las que podemos encontrar:

Banca Serfin.
Bancomer
Banamex
Cajas populares
Nafin
Uniones de crédito

2.- NECESIDADES DE FLUJO DE EFECTIVO.

El flujo de efectivo en caja que se maneja en el primer año sera de \$ 5,000.00 de acuerdo a las necesidades que se deseen cubrir, considerando alguna contingencia que en su momento se presente.

3.- MARGEN DE UTILIDAD DEL NEGOCIO.

Esperamos obtener un margen de utilidad sobre la inversión de un 41 %, considerando de antemano que los proveedores nos cambiaran los productos percederos y contando con una cartera de proveedores que nos ofrezcan las mejores alternativas en la adquisición de las mercancías, así como las condiciones de pago.

Siempre al Cuidado de su Salud

Comercial de Medicamentos & Medicinas

4.- Punto de equilibrio.

El punto de equilibrio se entiende como el volumen de ventas necesarias para absorber los costos fijos y los costos variables, sin que se obtengan utilidades o perdidas.

COSTOS FIJOS

Nomina	\$ 7 000.00
IMSS	3 200.00
SAR	300.00
INFONAVIT	750.00
Renta	2 000.00
Seguros	500.00

	\$ 13 750.00

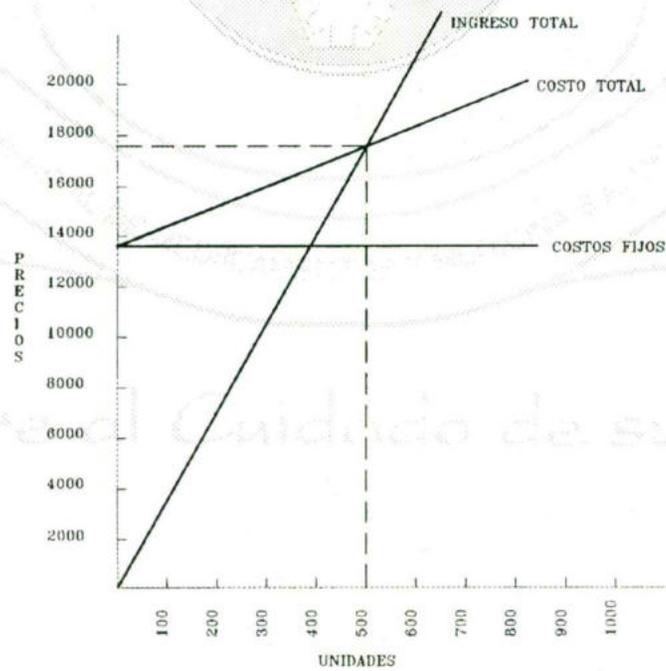
COSTOS VARIABLES

Luz	\$ 400.00
Agua	100.00
Publicidad	1 000.00
Papeleria	600.00
Aguinaldo	3 800.00
Vacaciones	1 500.00
P. vacaciones	370.00
Mantto. Activos	5 000.00

	\$ 12 770.00

Ventas \$ 60 000.00

$$\begin{array}{r}
 \text{P.E.} = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ventas}}} \\
 = \frac{13,750}{1 - \frac{12,770}{60,000}} = \frac{13,750}{1 - .2128} = \frac{13,750}{.7872} = \$ 17,466
 \end{array}$$



Para obtener un equilibrio en el cual el negocio no pierda ni gane se deben obtener ventas por \$ 17 466.00 y se deben vender en promedio 500 productos a un precio promedio de \$ 35.00 cada uno.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

- ECONOMICOS.

1.- PRODUCTOS MARGINALES.

Nuestra actividad o giro principal será el de compra venta de productos farmacéuticos, productos higiénicos y de perfumería, por lo cual las utilidades que se generen serán por la actividad comercial a la que nos dedicamos, pero pueden existir en ocasiones artículos o accesorios complementarios obteniendo un producto marginal por la venta de éstos.

C) ASPECTOS LEGALES.

1.- PERMISOS Y LICENCIAS.

Para poder establecernos como una Sociedad Anónima de Capital Variable debemos cumplir con los siguientes permisos y licencias que son necesarias.

1.- Solicitar permiso ante la Secretaria de Relaciones Exteriores en la Dirección General de Asuntos Jurídicos.

2.- Tramitación de Constitución ante Notario Público.

3.- Inscripción ante la Secretaria de Hacienda y Crédito Público por medio del formulario R-1 (Aviso de Inscripción).

4.- Solicitar ante la Secretaria de Salubridad el aviso de apertura del establecimiento.

5.- Licencia Municipal.

6.- Inscripción en el Padrón Municipal.

Siempre al Cuidado de su Salud



SECRETARIA
DE
RELACIONES EXTERIORES
MEXICO

PERMISO NO. 036919

EXPEDIENTE NO. 09/21920/

FOLIO 50 19

En atención a la solicitud presentada por el
C: JOSE PEREZ GUZMAN esta Secretaria
concede el permiso para que al constituir la persona moral solicitada
se utilice la denominación COMERCIAL DE MEDICAMENTOS Y MEDICINAS
S.A. DE C.V.

Este permiso quedará condicionado a que en la escritura constitutiva se inserte la cláusula de exclusión de extranjeros prevista en el Artículo 30 o el convenio que señala el Artículo 31, ambos del Reglamento de la Ley para Promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Extranjera

El Notario Público o Corredor Mercantil ante quien se protocolice este permiso, deberá dar aviso a la Secretaria de Relaciones Exteriores dentro de los 90 días hábiles a partir de la fecha de autorización de la escritura sobre el uso del permiso o, en su caso, del convenio sobre la renuncia a que se hace referencia en el párrafo que antecede.

Lo anterior se comunica con fundamento en el artículo 27 Constitucional Fracción I 1 de su Ley Orgánica, 17 de la Ley para Promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Extranjera y en los términos del Artículo 28 fracción V de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal

Este permiso dejará de surtir efectos si no se hace uso del mismo dentro de los 90 días hábiles siguientes a la fecha de su expedición y se otorga sin perjuicio de lo dispuesto por el artículo 91 de la Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial.

MEXICO, D.F. a 9 de ENERO de 1997

SUFRAGIO EFECTIVO. NO REELECCION

SECRETARIA
DE RELACIONES
EXTERIORES
DIRECCION GENERAL DE
ASUNTOS JURIDICOS

[Handwritten signature]

P.A. 1

H. SECRETARIA DE RELACIONES EXTERIORES
DIRECCION GENERAL DE ASUNTOS JURIDICOS
DIRECCION DE PERMISOS ARTICULO 27 CONST.

ASUNTO: AVISO NOTARIAL.

En cumplimiento a lo dispuesto en los artículos 31, párrafo tercero y 32, fracción II, párrafo cuarto - del Reglamento de la Ley para Promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Extranjera, se notifica que con fecha 21 DE ENERO DE 1997 y por escritura número 3270, se protocolizó el permiso No. 036919 para:

Constituir una SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE bajo la siguiente denominación COMERCIAL DE MEDICAMENTOS Y MEDICINAS S.A. DE C.V.

La sociedad o asociación de referencia, insertó en su escritura la siguiente cláusula:

- (X) Cláusula de exclusión de extranjeros.
- () Cláusula de admisión de extranjeros.

Habiendo celebrado el convenio a que se refiere el artículo 31 del Reglamento de la Ley para Promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Extranjera.

A t e n t a m e n t e

Notario Público No. UNO

En: EZEQUIEL MONTES QRO.

LIC. JOSE LUIS PEREZ VAZQUEZ

FIRMA

DECLARACION DE PAGO
DE DERECHOS
POR CERTIFICACIONES,
REPOSICIONES, ETC.

USO EXCLUSIVO DE LA SHCP.

I. OFICINA AUTORIZADA

MEXICO, D.F.

CUALIDAD MUNICIPIO ENTIDAD FEDERATIVA

USO EX
CLUSIVO
DE LA
SHCP

CLAVE DE LA OFICINA

FRAL SUB DG S

II. DATOS DE IDENTIFICACION DEL CONTRIBUYENTE

NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL

COMERCIAL DE MEDICAMENTOS Y MEDICINAS

III. DEPENDENCIA

SECRETARIA DE RELACIONES EXTERIORES

CLAVE

156

IV. DESCRIPCION DEL CONCEPTO

IMPORTE

CLAVE

SERVICIOS CONSULARES

PASAPORTE ORDINARIO

152

PASAPORTE BECARIO/TRABAJADOR

152

PASAPORTE OFICIAL

152

REFRENDO PASAPORTE OFICIAL

152

DOCUMENTO DE IDENTIDAD Y VIAJE

152

LEGALIZACIONES

753

VISAS

153

OTROS CONSTITUCION

\$ 380.00

153

SERVICIOS JURIDICOS

PERMISO CONFORME A LAS FRACCIONES
I Y IV DEL ARTICULO 27 CONSTITUCIONAL

154

CARTA DE NATURALIZACION

ORDINARIA

155

PRIVILEGIADA

155

OTROS

Nº 2589010

IMPORTE A PAGAR

H. SECRETARIA DE RELACIONES EXTERIORES
DIRECCION GENERAL DE ASUNTOS JURIDICOS
DIRECCION DE PERMISOS ARTICULO 27 CONST.

ASUNTO: SE SOLICITA PERMISO PARA
USO DE DENOMINACION O RA
ZON SOCIAL.

JOSE PEREZ GUZMAN

señalando como domicilio
para oír toda clase de notificaciones la casa marcada con el
No. 150 de la calle de PEDRO VEGA
Colonia CENTRO en EZEQUIEL MONTES
autorizando para los mismos efectos y recibir el permiso co-
rrespondiente a JORGE UGALDE ALVAREZ
ante usted comparezco y expongo:

Por medio del presente vengo a so-
licitar autorización de esa H. Secretaría para que al consti-
tuir una persona moral, se utilice la denominación:

- 1.- COMERCIAL DE MEDICAMENTOS Y MEDICINAS
- 2.- SUPER FARMACIA IDEAL
- 3.- DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS
- 4.- DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS Y PERFUMERIA
- 5.- FARMACIA Y PRFUMERIA EZEQUIEL MONTES

En mérito de lo expuesto, atentamente pido:
UNICO.- Expedir el permiso solicitado.

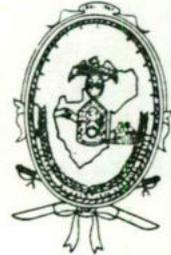
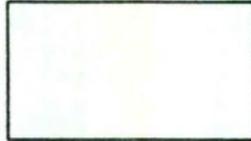
EZEQUIEL MONTES QRO., a 13 de DICIEMBRE de 1996.

FINA



H. AYUNTAMIENTO DE EZEQUIEL MONTES, QRO.

1994-1997



TESORERIA MUNICIPAL

PADRON MUNICIPAL DE CONTRIBUYENTES

Cuenta Núm. **34-235-89** Giro Gravado **PDTOS HIGIENE PERSONAL**

Contribuyente: **COMERCIAL DE MEDICAMENTOS Y MEDICINAS SA DE CV**

Domicilio: **AV. CONSTITUCION No. 139**

Horario: **LUNES A DOMINGO LAS 24 HRAS DEL DIA**

Ezequiel Montes, Qro. 22 de **ENERO** de 19**97**

El Presidente Municipal Constitucional

El Tesorero Municipal

C. SERVANDO VELAZQUEZ MONTES

C. PRIV. RAFAEL N. RESENDIZ JIMENEZ

ESTA TARJETA DEBE ESTAR VISIBLE AL PUBLICO

Comercial de Medicamentos & Medicinas

2.- MARCO JURIDICO.

Este tipo de sociedades esta sujeta a su buen funcionamiento y debera sujetarse al marco jurídico y legal:

- a) Ley General de Sociedades Mercantiles.
- b) Ley del Impuesto Sobre la renta, Titulo II.
- c) Ley del Impuesto al Valor Agregado.
- d) Ley del Impuesto al Activo.
- e) Ley Federal del Trabajo.
- f) Ley del Seguro Social (comprende SAR e INFONAVIT).

a) LEY GENERAL DE SOCIEDADES MERCANTILES.

CAPITULO I.

De la constitución y funcionamiento de las sociedades en general.

Articulo 1.- Esta ley reconoce las siguientes especies de sociedades mercantiles:

- I. Sociedad en Nombre Colectivo.
- II. Sociedad en Comandita Simple.
- III. Sociedad de Responsabilidad Limitada.
- IV. Sociedad Anónima.
- V. Sociedad en Comandita por Acciones.
- VI. Sociedad Cooperativa.

Cualquiera de las sociedades a que se refieren las fracciones I a V de este artículo podran constituirse como Sociedad de Capital Variable, observandose entonces las disposiciones del capitulo VIII de esta ley.

Articulo 2.- Las sociedades mercantiles inscritas en el Registro Público de comercio, tienen personalidad jurídica distinta de la de los socios.

Articulo 5.- Las sociedades se constituiran ante notario y en la misma forma se harán constar con sus modificaciones.

El notario no autorizara la escritura cuando los estatutos o sus modificaciones contravengan lo dispuesto por esta ley.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

Artículo 6.- La escritura constitutiva de una sociedad debera contener:

- 1.- Los nombres, nacionalidad y domicilio de las personas físicas o morales que constituyan la sociedad.
- 2.- El objeto de la sociedad.
- 3.- La razón social o denominación.
- 4.- Su duración.
- 5.- El importe del capital social.
- 6.- La expresión de lo que cada socio aporte en dinero o en otros bienes; el valor atribuido y estos y el criterio seguido para su valorización. Cuando es capital sea variable, así se expresara indicando el mínimo que se fije.
- 7.- El domicilio de la sociedad.
- 8.- La manera conforme a la cual haya de administrarse la sociedad y las facultades de los administradores.
- 9.- El nombramiento de los administradores y la designación de los que han de llevar la firma social.
- 10.- La manera de hacer la distribución de las utilidades y perdidas entre los miembros de la sociedad.
- 11.- El importe del fondo de reserva.
- 12.- Los casos en que la sociedad haya de disolverse anticipadamente.

Todos los requisitos a que se refiere este artículo y las demás reglas que se establezcan en la escritura sobre la organización y funcionamiento de la sociedad constituiran los estatutos de la misma.

CAPITULO V.

DE LA SOCIEDAD ANONIMA.

SOCIEDAD ANONIMA.

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

Artículo 88.- La denominación se formara libremente, pero sera distinta de la de cualquier otra sociedad y al emplearse ira siempre seguida de las palabras "Sociedad Anónima" o de sus abreviaturas "S. A."

Comercial de Medicamentos & Medicinas

DE LA CONSTITUCION DE LA SOCIEDAD.

Artículo 89.- Requisitos para proceder a la constitución.

- 1) Que haya dos socios como mínimo y que cada uno de ellos suscriba una acción por lo menos.
- 2) Que el Capital Social no sea menor de \$ 50 000.00 y que este integramente suscrito.
- 3) Que se exhiba en dinero efectivo, cuando menos el 20 % del valor de cada acción pagadera en numerario; y
- 4) Que se exhiba integramente el valor de cada acción que haya de pagarse, en todo o en parte, con bienes distintos del numerario; la determinación de estos.
- 5) La forma de hacer la convocatoria para la asamblea general constitutiva y las reglas conforme a las cuales deba celebrarse.
- 6) La fecha de la suscripción; y
- 7) La declaración de que el suscriptor conoce y acepta el proyecto de los estatutos.

Los fundadores conservaran en su poder un ejemplar de la suscripción y entregaran el duplicado al suscriptor.

La asamblea general constitutiva se encargara de hacer los nombramientos de administradores y comisarios que hayan de funcionar durante el plazo señalado por los estatutos, con la designación de quiénes han de usar la firma social.

La administración estará a cargo de uno o varios mandatarios temporales y revocables, pueden ser socios o personas extrañas a la sociedad.

La asamblea general de accionistas es el órgano supremo de la sociedad, podra acordar y ratificar todos los actos y operaciones de la sociedad y sus resoluciones serán cumplidas por la persona que ella misma designe o a la falta de designación por el administrador o por el consejo de administración.

La Asamblea General de Accionistas, se reunira en el domicilio y podran ser:

A) Ordinarias.- Se reuniran por lo menos una vez al año, dentro de los primeros 4 meses siguientes al cierre del ejercicio fiscal.

B) Extraordinarias.- Se reuniran en cualquier tiempo, para tratar asuntos para los que la ley o el contrato social exija un quórum especial.

La vigilancia de la sociedad estará a cargo de uno o varios comisarios, temporales y revocables, quiénes pueden ser socios o personas extrañas a la sociedad.

FORMULARIO DE REGISTRO

R1P1961

124

R-1

ANTES DE INICIAR EL LLENADO, LEA LAS INSTRUCCIONES DEL REVERSO.

ADMINISTRACION LOCAL DE RECAUDACION

CRH
1 2 7 5

2 REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES

INDICAR CON "X" PERSONA FISICA PERSONA MORAL SI EL TRAMITE ES NORMAL COMPLEMENTARIO

DATOS GENERALES DEL CONTRIBUYENTE

3 APELLIDO PATERNO, MATERNO Y NOMBRE (S), O DENOMINACION O RAZON SOCIAL
C O M E R C I A L D E M E D I C A M E N T O S Y

M E D I C I N A S S . A . D E C . V .

4 DOMICILIO FISCAL O DOMICILIO DEL ESTABLECIMIENTO: CALLE No. Y/O LETRA EXTERIOR No. Y/O LETRA INTERIOR

AV . C O N S T I T U C I O N 1 3 9

COLONIA

TELEFONO

C E N T R O 7 - 0 1 - 0 9

REFERENCIA

ENTRE LAS CALLES DE Y DE

M A R I A N O M A T A M O R O S H E R I B E R T O J A R A

MUNICIPIO O DELEGACION EN EL D.F.

CODIGO POSTAL

E Z E Q U I E L M O N T E S 7 6 6 5 0

LOCALIDAD

ENTIDAD FEDERATIVA

E Z E Q U I E L M O N T E S Q U E R E T A R O

5

SOLICITUD DE INSCRIPCION

FECHA DE NACIMIENTO O FECHA DE FIRMA DE LA ESCRITURA O DOCUMENTO CONSTITUTIVO

AÑO MES DIA
9 7 0 1 2 1

FECHA DE INICIO DE OPERACIONES AÑO MES DIA
9 7 0 1 2 1

ACTIVIDAD PREPONDERANTE (DESCRIBA) **PRODUCTOS FARMACEUTICOS Y DE HIGIENE PERSONAL**

OBLIGACIONES FISCALES (CLAVE)

1 0 1 1 4 9 1 6 0 2 0 1

6 EN CASO DE ESTAR OBLIGADO EN EL REGIMEN SIMPLIFICADO A PRESENTAR RELACION DE BIENES Y DEUDAS, INDIQUE MONTO DE:

BIENES DEUDAS CAPITAL DE APORTACION

7

CAMBIO DE SITUACION FISCAL

OBLIGACIONES FISCALES (CLAVE)

MARQUE CON UNA "X" EL TIPO DE MOVIMIENTO

AÑO MES DIA AUMENTO

1 AUMENTO Y/O DISMINUCION DE OBLIGACIONES FISCALES DISMINUCION

2 ASALARIADOS QUE AUMENTAN OBLIGACIONES POR OTRAS ACTIVIDADES AUMENTO

3 CAMBIO DE DOMICILIO FISCAL CANCELACION EN EL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES

4 APERTURA DE ESTABLECIMIENTOS O LOCALES 11 LIQUIDACION TOTAL DEL ACTIVO

5 CIERRE DE ESTABLECIMIENTOS O LOCALES 12 LIQUIDACION DE LA SUCESION

6 SUSPENSION DE ACTIVIDADES 13 DEFUNCION

7 CAMBIO DE DENOMINACION O RAZON SOCIAL 14 FUSION DE SOCIEDADES

8 REANUDACION DE ACTIVIDADES 15 ESCISION TOTAL DE SOCIEDADES

9 INICIO DE LIQUIDACION 16 PERSONAS MORALES NO CONTRIBUYENTES (QUE NO ENTRAN EN LIQUIDACION)

10 APERTURA DE SUCESION AÑO MES DIA

FECHA DE CANCELACION

8

SERVICIOS

1 ETIQUETAS CON CODIGO DE BARRAS 2 X CEDULA DE IDENTIFICACION FISCAL (EXPEDICION) 3 X CEDULA DE IDENTIFICACION FISCAL (REEXPEDICION) 4 COPIA INSTANCIA DE INSCRIPCION (R.F.C.) 5 SOLICITUD DE COPIAS DE DECLARACIONES

PATERNO

P E R E Z

MATERNO

G U Z M A N

NOMBRE(S)

J O S E

REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES

P E G J 7 1 0 1 2 1 X 1 2

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE, REPRESENTANTE LEGAL O LIQUIDADOR

9 DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL O LIQUIDADOR APELLIDOS

SE PRESENTA POR DUPLICADO

INSTRUCCIONES GENERALES

- Esta forma será llenada a máquina o con letra de molde, a tinta negra, con bolígrafo y las letras no deberán invadir los límites de los recuadros.
- En caso de que ésta sea llenada a mano, utilice números y letras mayúsculas como los siguientes:
- Se podrá utilizar un formulario para varios tipos de trámites.
- En caso de cambio de situación fiscal, invariablemente deberá anotar el tipo de movimiento, la fecha y la(s) clave(s) de obligación(es) fiscal(es); en el renglón correspondiente, según sea el caso.
- En cambio de domicilio fiscal, se deberá presentar el aviso correspondiente ante el módulo de atención fiscal o de recepción de trámites fiscales que corresponda a la nueva ubicación del domicilio fiscal.
- Deberán asentarse los datos correspondientes al trámite a efectuar, como se indica en el recuadro siguiente, recordándole que todos los datos requeridos son obligatorios. Se previene que en caso de error u omisión se aplicarán las sanciones establecidas en el Código Fiscal de la Federación:

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T
U	V	W	X	Y	Z				

RECUADRO A UTILIZAR									
TRÁMITES A EFECTUAR	1	2	3	4	5	6	7	8	9
SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN				X	X	X	X		X
CAMBIO DE SITUACIÓN FISCAL	X	X	X	X	X	X	X	X	X
SERVICIOS	X	X	X	X	X	X	X	X	X

SOLO UTILIZARA ESTE RECUADRO CUANDO ESTE OBLIGADO A PRESENTAR LA RELACION DE BIENES Y DEUDAS EN EL REGIMEN SIMPLIFICADO.

INSTRUCCIONES ESPECIFICAS

- El contribuyente deberá anotar el número de la C.R.H. que identifica a la extinta Oficina Federal de Hacienda, correspondiente a su domicilio fiscal. En inscripciones se dejará en blanco.
- Enseguida de los recuadros correspondientes a "Registro Federal de Contribuyentes", recuadro número 2 de la cartula del formulario, deberá marcar con "X" si se trata de Persona Física o Persona Moral e indicar de igual forma si el trámite a realizar es normal o complementario.
- Para solicitud de inscripción, las personas físicas deberán anotar su nombre y fecha de nacimiento tal y como aparece en el acta respectiva; las personas morales anotarán la denominación o razón social y la fecha de firma de la escritura o documento constitutivo, tal y como aparece en el mismo.
- Para cambio de situación fiscal, deberá anotar nombre, denominación o razón social y registro federal de contribuyentes, tal y como aparece en la constancia de inscripción o cédula de identificación fiscal.
- Anotar domicilio fiscal en caso del aviso de inscripción, tratándose del aviso de apertura o cierre de un establecimiento o local se consignará la ubicación del mismo. En los casos de suspensión o cancelación del R.F.C. anotar el domicilio donde se conservará la documentación fiscal. Se deberá describir con la mayor precisión la ubicación de cada domicilio. En caso de dificultarse la descripción de la ubicación se utilizará el renglón marcado "referencia", anotando elementos materiales más cercanos a su domicilio que permitan identificar su ubicación.
- Marque con una "X" el tipo de servicio seleccionado según sea el caso. Para solicitud de cédula de identificación fiscal (respiciendo), constancia de inscripción y copias de declaraciones, se anejará copia sellada por el banco, de la forma SHCP.5 del pago de derechos.
- Si se trata de persona física deberá estar firmado por ésta, o en su caso, por el representante legal o albacea. Tratándose de persona moral, deberá llevar el nombre del representante legal o liquidador, su clave del registro federal de contribuyentes y su firma.
- Las personas físicas que en el recuadro 7 marquen el número 2 "Asalariados que aumentan obligaciones por otras actividades", deberán adjuntar copia certificada del acta de nacimiento.

Con el formulario deberá adjuntarse el documento que acredite el movimiento en los siguientes casos:

	SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN
Personas Físicas:	Acta de nacimiento (copia certificada) o Cédula o Pasaporte (copia certificada)
Personas Morales:	Documento constitutivo (copia certificada)
	CAMBIO DE SITUACIÓN FISCAL
Cambio de denominación o razón social:	Documento notarial (copia)
Inicio de liquidación:	Documento notarial (copia)
Apertura de Sucesión:	Documento en el que el representante acepta el cargo (copia)
	CANCELACIÓN EN EL R.F.C.
Liquidación total del activo:	1. Declaración final de liquidación (copia) 2. Documento notarial (copia) 3. Última declaración del ejercicio (copia)
Liquidación de la Sucesión:	Documento que acredite al albacea (copia)
Dafunción:	Acta de defunción (copia)
Fusión de Sociedades:	1. Documento Notarial (copia) 2. Última declaración del ejercicio (copia)
Extinción total de Sociedades:	1. Documento Notarial (copia) 2. Última declaración del ejercicio (copia)
Personas morales no contribuyentes (que no están en liquidación):	Última declaración del ejercicio (cuando estén obligados)

- En la clave 119 (otros ingresos) quedan incluidos los autores que tributan conforme al régimen simplificado.
- Anotar la fecha de nacimiento o firma de la escritura o fecha del documento constitutivo, así como la fecha de inicio de operaciones según corresponda. Se considera para efectos fiscales "inicio de Operaciones" la fecha que se anote, salvo prueba en contrario.
- Describir la actividad preponderante, indicando la(s) clave(s) de obligación(es) fiscal(es), según se trate y conforme al cuadro siguiente:

CLAVE	OBLIGACIÓN	OBLIGACIONES FISCALES
PERSONAS FÍSICAS		
101	SOCIEDADES MÉRITOLES	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
102	OCUPACIONES INDEPENDIENTES COMO ACTIVIDAD EMPRESARIAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
103	SOCIEDADES Y ASOCIACIONES CIVILES	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
104	SOCIEDADES COOPERATIVAS DE PRODUCCIÓN	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
105	SOCIEDADES DE HERRAMIENTA	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
106	PERSONAS MORALES NO CONTRIBUYENTES	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
107	ACTIVIDADES EMPRESARIALES	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
108	ESTADIOS SIMPLIFICADO	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
109	CONTRATACIÓN	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
110	INSTRUMENTOS DE CREDITO Y ENTIDADES FINANCIERAS	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
111	PROCURADURÍA	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
112	ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
113	ASOCIANTE	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
114	ASOCIADO	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
115	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
116	CONTRIBUYENTE REGIMEN GENERAL DE LEY	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
117	CONTRIBUYENTE MENOR	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
118	REGIMEN SIMPLIFICADO	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
119	REGIMEN DE OBLIGACIONES POR OTROS INGRESOS	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
120	REGIMEN DE OBLIGACIONES POR OTROS INGRESOS PARA DETERMINACIÓN DE OBLIGACIONES	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
121	ASOCIACIONES EN PARTICIPACIÓN	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
122	ASOCIANTE	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
123	ASOCIADO	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
124	COMUNIDAD	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
125	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
126	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
127	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
128	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
129	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
130	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
131	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
132	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
133	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
134	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
135	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
136	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
137	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
138	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
139	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
140	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
141	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
142	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
143	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
144	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
145	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
146	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
147	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
148	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
149	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
150	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
151	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
152	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
153	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
154	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
155	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
156	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
157	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
158	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
159	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
160	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
161	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
162	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
163	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
164	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
165	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
166	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
167	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
168	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
169	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
170	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
171	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
172	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
173	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
174	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
175	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
176	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
177	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
178	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
179	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
180	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
181	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
182	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
183	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
184	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
185	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
186	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
187	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
188	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
189	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
190	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
191	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
192	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
193	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
194	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
195	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
196	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
197	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
198	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
199	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
200	HEREDENCIA COMUNAL	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES

Comercial de Medicamentos & Medicinas

La Sociedad Anónima, bajo la responsabilidad de sus administradores presentara a la asamblea de accionistas anualmente, un informe que incluya por lo menos:

- 1) Informe sobre la marcha de la sociedad en el ejercicio, así como, sus políticas.
- 2) informe sobre las principales políticas y Criterios Contables en la preparación de la información financiera.
- 3) Un estado financiero que muestre la situación de la sociedad a la fecha de cierre del ejercicio.
- 4) Un estado financiero que muestre explicados y clasificados los resultados de la sociedad.
- 5) Un estado de cambios en la situación financiera.

Así como todas las notas que sean necesarias para completar o aclarar la información financiera de la sociedad.

b) LEY DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA.

TITULO II DE LAS PERSONAS MORALES.

Artículo 1.- Las Personas Morales estan obligadas al pago de Impuesto Sobre la Renta en los siguientes casos:

a) Residentes en México respecto de todos sus ingresos cualquiera que sea la ubicación de la fuente de riqueza de donde procedan.

Definición de México: Código Fiscal de la Federación artículo 8.

Artículo 5.- Cuando en esta ley se haga mención a la persona moral; se entiende comprendidas entre otras, las sociedades mercantiles, los organismos descentralizados que realicen preponderantemente actividades empresariales, las instituciones de crédito y las sociedades y asociaciones civiles.

Actividad empresarial: Código Fiscal de la Federación artículo 16.

DISPOSICIONES GENERALES.

Las Personas Morales deberan calcular el Impuesto Sobre la Renta, aplicando al resultado fiscal obtenido en el ejercicio la tasa del 34 %.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

DETERMINACION DEL RESULTADO FISCAL:

UTILIDAD FISCAL.

I. Se obtendrá la utilidad fiscal disminuyendo de la totalidad de los ingresos acumulables obtenidos en el ejercicio, las deducciones autorizadas por este título.

DISMINUCION DE PERDIDAS FISCALES.

A la utilidad Fiscal se disminuirán, en su caso, las pérdidas fiscales pendientes de aplicar de otros ejercicios.

DECLARACION DEL EJERCICIO.

El impuesto del ejercicio se pagará mediante declaración que presentaran ante las oficinas autorizadas, dentro de los 3 meses siguientes a la fecha en que termine el ejercicio fiscal.

Tratándose de las deducciones de inversiones, de las reservas deducibles en los términos de la fracc. IX del art. 25 de la ley, y de las previstas en el art. 27 y 28 de la misma, se retará la parte proporcional que representen los meses comprendidos en el periodo por el que se realice el ajuste, respecto del total de meses del ejercicio de que se trate.

MONTO DEL AJUSTE, DISMINUCION DE PAGOS PROVISIONALES.

El ajuste en el impuesto, se determinará aplicando la tasa establecida en el art. 10 de ésta ley, sobre el resultado que se obtenga conforme al inciso anterior. Al monto del ajuste en el impuesto se le restarán los pagos provisionales efectivamente enterados en los términos del art. 12 de esta ley, correspondiente a los meses comprendidos en el periodo del ajuste.

OBLIGACIONES DE LAS PERSONAS MORALES.

Artículo 58.- CONTABILIDAD, OPERACIONES EN MONEDA EXTRANJERA.

I. Llevar contabilidad de conformidad con el Código Fiscal de la Federación, su Reglamento y el Reglamento de esta Ley y efectuar los registros en la misma. Cuando se realicen operaciones en moneda extranjera, deberán registrarse al tipo de cambio aplicable en la fecha en que se concierten.

II. Expedir comprobantes por las actividades que realicen y conservar una copia de los mismos a disposición de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

III. Expedir las constancias en los que asienten el monto de los pagos efectuados que constituyan ingresos de fuentes de riqueza ubicada en México de acuerdo con lo previsto por el titulo V de esta ley y, en su caso, el impuesto retenido al residente en el extranjero de que se trate.

REGISTRO DE ACTIVO FIJO CON DEDUCCION INMEDIATA.

Llevar un registro especifico de las inversiones por las que se tomo la inversión inmediata en los términos del art. 51 de esta ley, describiendo en el mismo el tipo de bien del que se trate, el porcentaje que para efectos de la deducción le correspondio conforme al atado art. 51, el ejercicio en el que se aplico la deducción, la fecha en la que el bien se da de baja en los activos del contribuyente, anotando los datos de la documentación comprobatoria que la respalde.

PAGOS TRIMESTRALES PERSONAS MORALES REGIMEN SIMPLIFICADO.

INGRESOS PARA PAGOS TRIMESTRALES.

De enero a junio de 1995 publicado en el diario oficial el día 6 de abril de 1995 hasta \$ 4 000 000.00

De julio a diciembre de 1995 publicado en el diario oficial el día 10 de julio de 1995 hasta 5 198 400.00

De enero a junio de 1996 publicado en el diario oficial el día 29 de marzo de 1996 hasta 5 938 132.00

De julio a diciembre de 1996 publicado en el diario oficial el día 11 de julio de 1996 hasta 6 956 522.00

AJUSTE DE PAGOS PROVISIONALES ENERO-JUNIO.

Art. 12-A En el primer mes de la segunda mitad del ejercicio se ajustara el impuesto correspondiente a los pagos provisionales conforme a lo siguiente:

De la utilidad de los ingresos obtenidos desde el inicio del ejercicio hasta el ultimo día de la primera mitad del mismo, se restara el monto de las deducciones autorizadas en este titulo, correspondiente a dicho periodo; así como en su caso la perdida fiscal de ejercicios anteriores, pendientes de aplicar contra las utilidades fiscales.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

c) CODIGO DE COMERCIO.

LIBRO PRIMERO.

TITULO PRELIMINAR.

Artículo 1.- Las disposiciones de este código son aplicables sólo a los actos comerciales.

Artículo 2.- A falta de las disposiciones de este código, serán aplicables a los actos de comercio las del derecho común.

TITULO SEGUNDO.

De las obligaciones comunes a todos los que profesan el comercio.

Artículo 16.- Todos los comerciantes por el solo hecho de serlo estan obligados:

I) A la publicación, por medio de la prensa, de la calidad mercantil con sus circunstancias esenciales, y en su oportunidad de las modificaciones que se adopten.

II) A la inscripción en el Registro Público de Comercio, de los documentos cuyo tenor y autenticidad deben hacerse notorios.

III) A mantener un sistema de contabilidad conforme el art. 33.

IV) A la conservación de la correspondencia que tenga relación con el giro del comerciante.

d) LEY DEL IMPUESTO AL ACTIVO.

Artículo 1.- Obligados al pago del Impuesto al Activo: Personas físicas y morales que realicen actividades empresariales, sean residentes en México.

Los contribuyentes obligados determinaran aplicando al valor de sus activos en el ejercicio la tasa del 1.8 %.

No pagaran el impuesto al activo por el periodo preoperativo, ni por los 2 siguientes y el de liquidación, salvo cuando este último dure mas de 2 años.

Los contribuyentes presentaran pagos provisionales mensuales a mas tardar el día 17 del mes inmediato posterior a aquel al que corresponda el pago a cuenta del impuesto del ejercicio.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

El pago provisional mensual se determinara dividiendo entre doce el impuesto actualizado que correspondio al ejercicio inmediato anterior multiplicando el resultado por el numero de meses comprendidos desde el inicio del ejercicio hasta el mes al que se refiere el pago, pudiendose acreditar contra el impuesto a pagar los pagos provisionales del ejercicio por el que se paga el impuesto, efectuado con anterioridad.

Las personas morales presentaran declaraci3n anual del Impuesto al Activo conjuntamente con el Impuesto Sobre la Renta dentro de los 3 meses siguientes a la fecha que este determinado.

EXENCION DEL IMPUESTO AL ACTIVO.

Artículo 1 y regla miscelánea 320, 321 y 322: Se exime totalmente del pago del Impuesto al Activo que se cause durante el ejercicio de 1996 a los contribuyentes cuyos ingresos para efectos del Impuesto Sobre la Renta en el ejercicio de 1995 no excedieron de 7 000 000.00.

Para determinar si un contribuyente se sitúa en la exención citada hay que atender a los ingresos para efectos del Impuesto Sobre la Renta declarados en 1995.

Si estos no exceden de 7 millones de pesos se tendrá derecho a dicha exención.

Los ingresos a que se refiere el decreto, en los términos de la regla 320 miscelánea son los siguientes:

INGRESOS A CONSIDERAR

Personas Morales y Personas Físicas (Régimen General)	Los acumulables en los términos de los artículos 17 y 107 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta.
Personas Morales (Régimen Simplificado)	Los ingresos propios de la actividad mas ingresos por la enajenación de títulos de valor y bienes mas intereses cobrados.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

e) LEY DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO.

SUJETOS.

ART. 1.- Estan obligados al pago del Impuesto al Valor Agregado establecidos en esta ley, las personas físicas y morales que en territorio nacional realicen actos o actividades siguientes:

I.- Enajenación de bienes.

II.- Presten servicios independientes.

III.- Otorgen el uso o goce temporal de bienes.

IV.- Importen bienes o servicios.

IMPUESTO A PAGAR.

El contribuyente pagará en las oficinas autorizadas la diferencia entre el impuesto a su cargo y el que le hubieran trasladado o el que hubiese pagado en la importación de bienes o servicios, siempre que sean acreditables en los términos de esta ley.

PRECIOS OFICIALES.

El traslado del impuesto a que se refiere este artículo no se considerara violatorio de precios o tarifas incluyendo los oficiales.

Los contribuyentes presentaran el impuesto a mas tardar el día 19 del mes posterior al periodo.

f) LEY FEDERAL DEL TRABAJO.

PATRON.

Es la persona física o moral que utilice los servicios de uno o varios trabajadores.

Los directores, administradores, gerentes y demás personas que ejerzan funciones de dirección o administración en la empresa o establecimiento serán considerados representantes del patrón y en tal concepto lo obligan en sus relaciones con los trabajadores.

TRABAJADOR.

Es la persona física que presta a otra física o moral, un trabajo personal subordinado.

En una relación laboral debe existir un contrato de trabajo como lo marca la Ley Federal del Trabajo en su art. 2, en el cual un trabajador personal subordinado cualquiera que sea su forma de denominación mediante el pago de un salario.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

PARTICIPACION DE LOS TRABAJADORES EN LAS UTILIDADES DE LA EMPRESA.

Los trabajadores participaran en las utilidades de la empresa de conformidad con el porcentaje que determine la Comisión Nacional para la Participación de los Trabajadores en las utilidades de la empresa, 10 %.

SUJETOS EXENTOS DE EFECTUAR REPARTO DE UTILIDADES.

- A) Empresas de nueva creación.
 - Durante el primer año de funcionamiento.
 - Durante los dos primeros años de funcionamiento cuando cuando elaboran un producto nuevo.
 - Durante el periodo de explotación de las industrias extractivas.
- B) Las empresas que generan un ingreso anual declarado para efectos del Impuesto Sobre la Renta no superior a los 6 000.
- C) El IMSS.
- D) El INFONAVIT.
- E) Las instituciones Públicas descentralizadas.

g) LEY DEL SEGURO SOCIAL.

Al existir un contrato individual de trabajo o colectivo se debe afiliar a los trabajadores al IMSS en un plazo no mayor a 5 días.

El seguro comprende:

- I.- El régimen obligatorio.
- II.- El régimen voluntario.

El régimen obligatorio comprende:

- a) El seguro de invalidez y vida.
- b) El seguro de riesgos de trabajo.
- c) El seguro de guarderías y prestaciones sociales.
- d) El seguro de cesantía y vejez.
- e) El seguro de retiro.

Artículo 14.- Se implanta en toda la república el régimen del seguro social obligatorio, con las salvedades que la propia ley señala.

Artículo 21.- Los trabajadores tienen derecho de solicitar al instituto si inscripción, comunicar al seguro las modificaciones de su salario y demás conclusiones de trabajo. Lo anterior no libera a los patrones de cumplir con sus obligaciones, ni les exime de las sanciones y responsabilidades en que hubieran incurrido.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

Le corresponde al pagar al patrón íntegramente la cuota IMSS cuando estos persivan el salario mínimo.

El patrón al efectuar el pago de salarios a sus trabajadores debera retener las cuotas que a estos les corresponda cubrir.

El pago de las cuotas serán por bimestre vencido a mas tardar el día 17 de los meses de enero, marzo, mayo julio, septiembre y noviembre de cada año.

LEY DEL SEGURO DEL FONDO NACIONAL DE LA VIVIENDA PARA LOS TRABAJADORES.

Artículo 1.- Esta ley es de utilidad social y de observancia general en toda la República.

Artículo 2.- Se crea un organismo de servicio social con personalidad jurídica y patrimonio propio que se denominara INFONAVIT con domicilio en la ciudad de México.

Artículo 3.- El instituto tiene como objeto:

I) Administrar los recursos del Fondo Nacional de la Vivienda.

II) Establecer y operar un sistema de financiamiento que permita a los trabajadores obtener crédito barato y suficiente para:

a) La adquisición en propiedad de habitaciones cómodas e higiénicas.

b) Construcción, reparación, ampliación, y mejoramiento de sus habitaciones.

c) El pago de pasivos por los conceptos anteriores.

III) Coordinar y financiar programas de los patrones.

Artículo 29.- Son obligaciones de los patrones:

I) Proceder a inscribirse e inscribir a sus trabajadores en el instituto y dar los avisos a que se refiere el art. 31 de esta ley.

II) Efectuar las aportaciones al Fondo Nacional de la Vivienda en instituciones de crédito, para su abono en la subcuenta del Fondo Nacional de la Vivienda en las cuentas Individuales del Sistema del Ahorro para el Retiro abierto a nombre de los trabajadores, en los términos de la presente ley y sus reglamentos, así como en lo conducente, conforme a lo previsto en la Ley del Seguro Social y en la Ley Federal del Trabajo.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

Artículo 33.- El instituto podra inscribir a los trabajadores sin previa gestión de estos a los patrones.

El pago de las aportaciones señaladas en la fracc. II del art. 29 sera por bimestre vencido a mas tardar el día 17 de los meses de enero, marzo, mayo, julio, septiembre y noviembre de cada año.

Artículo 36.- Las aportaciones previstas en esta ley así como los intereses de las subcuentas de vivienda a que se refiere el art. 39 estarán exentos de toda clase de impuestos.

SISTEMA DE AHORRO PARA EL RETIRO.

Es una prestación a los trabajadores que entro en vigor el 1 de mayo de 1992.

La aportación a que se refiere el SAR es un equivalente del 7 % aplicable al salario de cada trabajador pagado integramente por el patrón.

La aportación esta formada de la siguiente manera:

2 % para ahorro para el retiro y 5 % para la vivienda.

Las aportaciones se realizaran por bimestre vencidos y se depositaran en cuentas bancarias individuales a favor de cada trabajador.

Las cuentas individuales pueden ser retiradas cuando:

- El trabajador cumpla 65 años.
- Quede pensionado por el IMSS.
- Fallezca el titular.

D) ASPECTOS TECNOLOGICOS Y DE PRODUCCION.

Para poder establecer un negocio de este giro no se requiere de una tecnología muy abanzada, puesto que no procesaremos materia prima, es decir, no se trata de una industria; solamente para un adecuado control necesitaremos de computadoras, cajas registradoras, codificadoras de precios y sistemas de seguridad y alarmas.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

E) ASPECTO ADMINISTRATIVO.

1.- PERSONAL.

Mantener un ambiente laboral agradable, haciendo sentir al personal la importancia que tiene en la empresa para que desempeñe con mayor eficiencia sus actividades, además de otorgarle todas las prestaciones de ley a las que son merecedores y remunerarle su trabajo lo mejor que sea posible. Vigilaremos también las condiciones de higiene y seguridad en la empresa.

Se adiestrara y capacitara al personal con programas que ayuden a mejorar la atención a los clientes y también se beneficiaran personalmente.

2.- SISTEMAS ADMINISTRATIVOS.

SISTEMA ADMINISTRATIVO.

La administración realizara las funciones mas adecuadas para el desarrollo de la empresa y cuidara de la existencia y mantenimiento de los sistemas de contabilidad, control, registro, archivo o información que exige la ley.

Sera responsable del cumplimiento de los requisitos fiscales y legales de la empresa.

El sistema de ventas se llevara a cabo de dos formas:

- a) Ventas al público en general, y
- b) Ventas por pedido a empresas y otras instituciones.

Las ventas señaladas en el inciso a se llevaran a cabo en el mostrador, atendidos por los empleados del mostrador, brindando un trato amable y con cortesía ofreciendo las diferentes opciones de compra, así como darles a conocer las promociones y ofertas existentes.

El pago de los artículos o productos se realizara en la caja que se le asigne para su mayor comodidad.

Las ventas por pedido se realizaran en la empresa, telefónicamente o personalmente en la empresa que lo requiera, siempre con el trato amable al señalar las 23 condiciones de venta y de pago.

El sistema de compras empieza al momento de realizar la orden de compra por teléfono o en forma directa con los proveedores, teniendo en cuenta los precios, calidad y crédito que nos ofrezcan. Al confirmar la compra y recibida la mercancía, se procedera a revisar físicamente la calidad y cantidad del pedido para ser almacenada.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

3) POLITICA DE ADMINISTRACION.

Nuestro establecimiento implantara sus políticas propias y las principales serán:

- El personal que reuna el perfil del puesto para desempeñar las actividades debera apegarse y cumplirlas estrictamente.
- El personal que se contratara sera de ambos sexos, por las diferentes actividades a desarrollar.
- La edad del personal sera preferentemente de 18 a 25 años para ventas de mostrador y de 25 a 35 años para chóferes de nuestro equipo de transporte.
- Todo el personal sin excepción alguna debera observar las indicaciones de limpieza e higiene tanto personal como del establecimiento.
- La atención al cliente es una parte esencial para tener preferencia del público por lo que se debe poner especial cuidado de cumplir con estas políticas.
- El nivel escolar del personal será mínimo de medio superior o comercial, para mejor atención al cliente.
- Todo lo relacionado al aspecto laboral debe ser dado a conocer a la administración para tomar las medidas adecuadas.
- La publicidad, promoción y ofertas se deben mantener constantemente.

Los impuestos, permisos y licencias deberan pagarse oportunamente para evitar cualquier problema que dañe la imagen de la empresa.

Siempre al Cuidado de su Salud

4.- INFRAESTRUCTURA DEL LOCAL.

Nuestra empresa se integrara por el área de ventas, la cual estará distribuida de acuerdo a los productos, exhibidores de artículos, área de cajas, un almacén a un costado del área de ventas, oficinas administrativas, sanitarios, etc.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

2.2 TRAMITACION INICIAL.

Ventajas y desventajas de cada forma legal de propiedad.

VENTAJAS

DESVENTAJAS

A) PROPIEDAD UNICA.

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">-Ser el dueño.-Es fácil empezar.-Se conservan todas las utilidades.-los ingresos de la empresa gravan ingresos personales.-Se puede convertir en socios a los empleados mas valiosos. | <ul style="list-style-type: none">-Se asume responsabilidad ilimitada.-El capital de inversión que se puede tener es limitado.-Hay que ser polifaceticos.-Es difícil retener a los empleados mas valiosos.-La vida de la empresa esta limitada. |
|---|---|

B) SOCIEDAD.

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">-Dos cabezas piensan mejor que una.-Es fácil comenzar.-Hay mas capital de inversión disponible.-Los socios solo pagan impuestos sobre el ingreso personal.-Se pueden convertir en socios a los empleados mas valiosos. | <ul style="list-style-type: none">-Los socios tienen responsabilidad limitada.-Las utilidades deben compartirse.-Los socios pueden estar en desacuerdo.-La vida de la empresa es ilimitada. |
|--|--|

C) CORPORACIONES.

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">-Los accionistas tienen responsabilidad limitada.-Pueden obtener los capitales de inversión mas altos.-Tienen vida ilimitada.-La propiedad es fácilmente transferible.-Las corporaciones reúnen a especialistas. | <ul style="list-style-type: none">-Las corporaciones gravan 2 veces el ingreso.-Tienen que pagar un impuesto sobre el capital social.-Iniciar una corporación es costoso.-Las corporaciones estan mas controladas. |
|--|---|

Al analizar las ventajas que se tienen al constituir una sociedad anónima, consideramos que es la mejor opción y para dar inicio a los tramites legales debemos seguir el siguiente procedimiento.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

A) Solicitar ante la Secretaria de Relaciones Exteriores (Dirección General de Asuntos Jurídicos, subdirección General del art. 27 Constitucional).

-Cinco alternativas de denominación social.

- *Comercial de Medicamentos y Medicinas
- *Distribuidora y Comercializadora de Productos Farmacéuticos de Ezequiel Montes
- *Super Farmacia Ideal
- *Distribuidora Farmaceutica y Perfumeria
- *Farmacia Ezequiel Montes

- Objeto de la sociedad (compra-venta de prod. farmacéuticos).
- Duración de la Sociedad (99 años).
- Capital Social (500 000.00).
- Domicilio Social (Ezequiel Montes).

B) Tramite de constitución ante notario.

- Llevar permiso de la Secretaria de Relaciones Exteriores ya autorizado.
- Cuadro de accionistas con el porcentaje que tender cada uno.
- Datos generales de los socios.
- Estatutos.
- El notario elaborara la escritura constitutiva, los socios la firmaran.
- El notario proporcionara 8 copias, entregara una carta para registrarse en la Secretaria de Hacienda y Crédito Publico y a la Tesorería del Estado.

C) Alta en la SHCP, Tesorería del Estado y otras dependencias.

- Poner el domicilio fiscal.
- Presentar ante hacienda forma R-1 (aviso de inscripción opción de sociedades mercantiles).
- Copia del acta constitutiva.
- *Presentar copia R-1 (Secretaria del Estado)
- *Copia de arrendamiento del local
- Llenar y firmar las copias del INEGI.
- Opcional registrarse ante CANACO, CANACOPE, CANACINTRA, etc.
- Regitrarse en SSA, IMSS, Municipio, etc.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

ACTA CONSTITUTIVA

En la ciudad de Ezequiel Montes, Queretaro, a los veintiun dias de enero de mil novecientos noventa y siete, el Licenciado JOSE LUIS PEREZ VAZQUEZ, notario público No. uno de Ezequiel Montes, Queretaro, hace constar: el contrato de Sociedad Anónima de Capital Variable que formalizan los señores JOSE PEREZ GUZMAN Y JORGE UGALDE ALVAREZ, quiénes me exhiben los documentos que transcribo a continuación de los siguientes artículos de sus:

E S T A T U T O S

SOCIEDAD

I. La Denominación Social es: ----- seguida de las palabras "SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE", o de sus abreviaturas " S. A. DE C.V.".

II.- El objeto de la Sociedad es: La adquisición, enajenación, representación, consignación, distribución y comercio en general por cuenta propia o ajena de toda clase de artículos y productos farmacéuticos, higiénicos y de aseo personal o perfumería. La adquisición, instalación, operación o arrendamiento por cuenta propia o ajena de toda clase de bienes muebles o inmuebles, equipo, partes, refacciones o vehículos convenientes o necesarios para la realización de los fines sociales antes mencionados; la adquisición, instalación, operación o alquiler por cuenta propia o de terceros de toda clase de locales, bodegas, expendios, almacenes u oficinas que directamente tengan relación con los objetos sociales antes descritos, y en general la ejecución de toda clase de actos y la colaboración de toda clase de contratos que en cualquier forma se relacionen con los fines sociales antes mencionados.

III. El domicilio social es el Estado de Queretaro, con la facultad para establecer agencias o sucursales en otros lugares dentro o fuera de la república.

IV. El plazo social es de NOVENTA Y NUEVE años contados a partir de la fecha de esta escritura.

V. El Capital social es variable con un mínimo de CINCUENTA MIL PESOS y un máximo ilimitado, representado por acciones nominativas con valor nominal de DIEZ PESOS cada una.

Las actas de los aumentos o disminuciones de Capital en su parte variable, deberán protocolizarse, pero no es necesario que se inscriban en el Registro Público de Comercio.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

Todo aumento o disminución de capital debera inscribirse en el Libro de Registros que lleve la Sociedad y el Libro de Acciones, los nombres de los accionistas y el número de acciones que representen, así como toda operación de transmisión de acciones que se verifiquen con la aprobación del administrador único o del consejo de administración.

VI. Los Títulos de las Acciones numerados progresivamente, contendrán los requisitos que señala el articulo ciento veinticinco de la Ley General de Sociedades Mercantiles y la renuncia a que se refiere el articulo siguiente.

Amparan una o más acciones y llevarán adheridos cupones al portador para el pago de dividendos.

Los títulos o certificados provisionales serán firmados por el Administrador Unico o por el presidente y el tesorero del Consejo de Administración.

De conformidad con lo que establece el artículo ciento treinta de la Ley General de Sociedades Mercantiles y las Normas que adelante se estipulan, los accionistas no podrán transferir libremente sus acciones.

En caso de que algún accionista desee transferir total o parcialmente su participación social lo comunicara por escrito al Administrador Unico, o al Consejo de Administración, quién dentro de los cinco días siguientes después de recibir la notificación de dicho accionista, lo hará saber de inmediato a los demás accionistas de la sociedad, mediante publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Los accionistas podrán ejercitar el derecho del tanto en la proporción al número de sus acciones dentro de los quince días siguientes a la publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Transcurrido este plazo sin que los accionistas hayan hecho uso del derecho de tanto y de acuerdo con lo anterior, podrán ser transmitidas libremente por sus dueños.

VII. "Todo extranjero que en el acto de la constitución o en cualquier tiempo anterior, adquiriera un interés o participación social en la Sociedad, se considerará por ese simple hecho como Mexicano respecto de uno y otra y se entenderá que conviene en no invocar la protección de su Gobierno bajo la pena en caso de faltar a su convenio de perder dicho interés o participación en beneficio de la Nación Mexicana".

VIII. La Sociedad será administrada por uno o varios Administradores electos por la Asamblea General quiénes permanecerán en funciones por tiempo indefinido, hasta que los que deban sustituirlos sean designados y tomen posesión de sus cargos.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

La designación de uno es de ADMINISTRADOR UNICO y la de dos o más es de CONSEJO DE ADMINISTRACION. Este o la Asamblea podrá designar presidente, Vicepresidente, Tesorero, Secretario y Vocales. La Asamblea podrá designar suplentes.

IX. Cuando actué Consejo, este deberá reunirse cuando sea citado por el Presidente, por dos de sus miembros o por el comisario, tendrá quórum con la concurrencia de la mayoría de los miembros y sus resoluciones se tomarán por dicha mayoría.

Las sesiones serán presididas por el Presidente y las actas serán autorizadas por éste y por el Secretario.

Todo accionista o grupo de accionistas que en la elección representen más del veinticinco por ciento del capital social tendrá derecho a nombrar un Consejero.

X. El Administrador Unico o el Consejero, en su caso, tienen las siguientes facultades:

a) Dirigir y administrar los negocios sociales, con el uso de la firma social, ejecutar todos los actos y celebrar todas las operaciones, convenios y contratos que se relacionen con los objetos sociales.

b) Representar a la Sociedad con el poder más amplio, ante toda persona o autoridad, administrativa o judicial, civil, penal o del trabajo, local o federal, con facultades generales y las que requiera cláusula especial de pleitos y cobranzas y actos de administración, en los términos de los dos primeros párrafos del artículo dos mil quinientos cincuenta y cuatro y del dos mil quinientos ochenta y siete del Código Civil para el Distrito Federal.

En consecuencia podrán hacer y recibir pagos, hacer sesión de bienes, recusar, articular y absolver posiciones, comprometer en árbitros, arbitradores o amigables componedores, transigir y celebrar convenios judiciales, desistirse aún del juicio de amparo, presentar denuncias y querellas, coadyuvar con el Ministerio Público, otorgar su perdón al acusado, consentir soluciones judiciales, subastar y aceptar adjudicación de bienes.

c) Ejecutar toda clase de actos de dominio en los términos del tercer párrafo del artículo dos mil quinientos cincuenta y cuatro del Código Civil para el Distrito Federal.

d) Otorgar, suscribir, aceptar, endosar o avalar toda clase de títulos de crédito en los términos más amplios del artículo noveno de la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

e) Otorgar y revocar toda clase de poderes.

Cuando actué el Consejo, podrá delegar sus facultades en el Presidente o en la persona que designe.

XI. La Asamblea, el Administrador o el Consejo pueden nombrar a un Director o Gerente General, Gerentes, Funcionarios, Apoderados o empleados de la Sociedad, confiriéndoles las facultades y atribuciones que estimen necesarias.

Los Administradores y Gerentes pueden ser o no accionistas y garantizarán su manejo con el depósito de una acción de esta sociedad o su equivalente en efectivo, que podrán recoger el concluir sus funciones si no ha contraído responsabilidad.

El Gerente no necesita garantizar su manejo cuando haya otorgado garantía como miembro del Consejo o como Administrador Unico.

VIGILANCIA

XII. La vigilancia de la Sociedad estará a cargo de un Comisario electo por la Asamblea General, podrá designarse un suplente, durará en funciones el mismo tiempo que los administradores y garantizarán su manejo en la misma forma que aquellos.

Tendrán las facultades y obligaciones que le señala la Ley General de Sociedades Mercantiles y podrá ser o no accionista.

ASAMBLEAS

XIII: La asamblea de accionistas es el órgano supremo de la sociedad.

Son ordinarias o extraordinarias y se reunirán en el domicilio social.

Son ordinarias las que traten asuntos no enumerados en el artículo ciento ochenta y dos de la Ley General de Sociedades Mercantiles: deberán reunirse cuando menos una vez al año, dentro de los cuatro meses que sigan al ejercicio social y en su caso deberán discutir, aprobar o modificar el balance después de oído el informe del comisario; decretar los dividendos o inversiones que deban darse a las utilidades; nombrar a los Administradores y Comisarios.

Son Asambleas Extraordinarias las que se reúnen para tratar los asuntos enumerados en el citado artículo.

XIV. Las Asambleas serán convocadas por el Administrador, por el Consejo o por el Comisario, salvo el derecho de los accionistas conforme a la ley.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

La convocatoria contendrá en el orden del día, los asuntos que deban ser tratados, así como el lugar, día y hora en que deban celebrarse se publicara por una sola vez con quince días de anticipación en cualquier diario de mayor circulación del domicilio.

La publicación de la convocatoria no sera necesaria si en la Asamblea esta representada la totalidad del Capital social.

XV. Para tomar parte en las Asambleas, loa accionistas deberán depositar los títulos de sus acciones en la caja social o en una institución de crédito con dos días de anticipación a la fecha de su celebración y la gerencia les expedira la tarjeta de admisión con el nombre del accionista y el numero de acciones que represente. Cada acción da derecho a un voto.

XVI. Para que una Asamblea Ordinaria quede legalmente constituida deberán estar presentes o representados accionistas propietarios del cincuenta por ciento de las acciones del Capital Social ya sea en primera o ulteriores convocatorias.

Sus resoluciones se tomarán por mayoría de votos de las acciones representadas.

La Asamblea Extraordinaria requiere para su celebración en primera convocatoria, concurrencia de accionistas que representen cuando menos el setenta y cinco por ciento del Capital Social y en segunda o ulteriores convocatorias, los accionistas deberán representar cuando menos la mitad del Capital Social.

Su resolución se tomara por accionistas que representen en todo caso la mitad del Capital Social.

BALANCE Y UTILIDADES

XVII. Anualmente se practicará con intervención del Comisario y con los requisitos de la Ley General de Sociedades Mercantiles un balance de cada ejercicio social que comprenda del primero de enero al treinta y uno de diciembre de cada año, excepto el primero que comenzara a partir de la fecha de firma de esta escritura y terminará el treinta y uno de diciembre de este año.

El balance y el informe del comisario deberán obrar en poder de los Administradores quince días antes de la asamblea que vayan a conocer de ellos, para que los accionistas puedan consultarlos.

La Asamblea Ordinaria de Accionistas señalará la retribución que deba cubrirse al Administrador único y a los Consejeros y Comisarios, por sus servicios durante el ejercicio para el cual son designados.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

Estos pagos se harán con cargo a cuentas de resultados y no estarán condicionados a la obtención de utilidades de dichos ejercicios.

Las utilidades liquidadas que arrojo el balance se aplicaran.

1o. Un cinco por ciento para formar o reconstruir el fondo de reserva legal hasta que alcance una suma igual a la quinta parte del capital social.

2o. Las cantidades que determinó la asamblea para otros gastos, gratificaciones, inversiones o reservas.

3o. La cantidad que por acuerdo de la Asamblea deba pagarse a los Accionistas como dividendos.

4o. El saldo si existiere se pasará a la cuenta de utilidades pendientes de repartir.

XVIII. Los accionistas participarán en las utilidades en proporción al número de acciones que representan correspondiendoles en todo caso una cantidad igual por cada acción.

Responderán de las pérdidas en la misma proporción, pero limitada en responsabilidad al valor nominal de sus acciones.

Cuando las acciones estén totalmente pagadas o liberadas, los accionistas no responderan por mayor cantidad en las pérdidas.

Los fundadores no se reservan participación alguna en las utilidades.

DISOLUCION Y LIQUIDACION

XIX. La sociedad se disolverá por cualquiera de las causas señaladas en el artículo Doscientos veintinueve de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

Acordada la disolución la Asamblea designara uno o más liquidadores, quiénes llevaran a efecto la liquidación de conformidad con los acuerdos de la Asamblea o en su defecto por las estipulaciones contenidas en el capítulo décimo primero de la citada ley.

El liquidador o liquidadores para los efectos de la liquidación tendrán las facultades señaladas en los incisos a, b, c y e del artículo décimo de esta escritura.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

D I S P O S I C I O N G E N E R A L

XX. La Sociedad se rige por estos estatutos y en lo no previsto en ellos por la Ley General de Sociedades Mercantiles.

Los socios se someten a los tribunales de este capital.

A R T I C U L O S T R A N S I T O R I O S

I. El capital social mínimo lo aportan los socios fundadores suscribiendo y pagando en efectivo sus respectivas acciones como sigue:

C. P. JOSE PEREZ GUZMAN, veinticinco mil acciones.

C. P. JORGE UGALDE ALVAREZ, veinticinco mil acciones.

TOTAL: Cincuenta mil acciones con valor nominal de DIEZ PESOS CADA UNA, que suman en conjunto la cantidad de QUINIENTOS MIL PESOS. Que constituyen el capital social mínimo, íntegramente suscrito y pagado.

II. Los otorgantes dándole a la presente el valor de una Asamblea General determinan que la Sociedad quede administrada por ahora por un administrador único, para cuyo cargo designan al C.P. JOSE PEREZ GUZMAN.

III. Igualmente se designa como gerente general al C. REYNALDO BARRON RIOS y como apoderado de la Sociedad al C.P. JORGE UGALDE ALVAREZ.

IV. Los funcionarios antes designados en el ejercicio de sus respectivos cargos tendrán conjunta o separadamente todas y cada una de las facultades que se mencionan y determinan en los incisos a, b, c, d, y e del artículo décimo de los estatutos sociales.

V. Se designa como COMISARIO AL ING. JORGE LUIS NAVARRO HERNANDEZ.

VI. Los funcionarios antes designados garantizan su manejo con el depósito de la cantidad de DIEZ PESOS que cada uno de ellos depósita en la caja de la sociedad.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

Por sus generales los comparecientes manifestarán ser: Mexicanos y vecinos de las ciudades de:

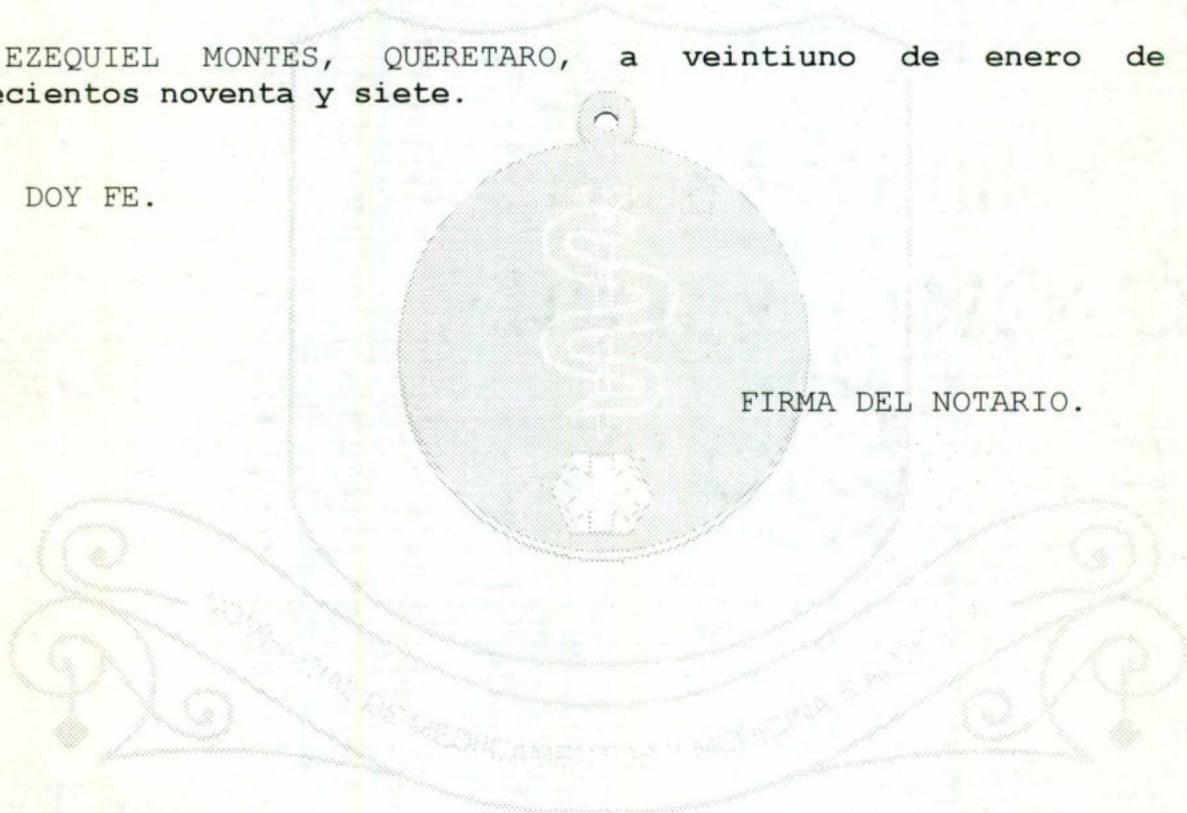
C.P. JORGE UGALDE ALVAREZ, originario de San Juan del Río, Queretaro., de veintiséis años de edad, nació el diez de mayo de mil novecientos setenta, soltero, profesionista y con domicilio en Aldama, número secenta, colonia Benito Juarez.

C.P. JOSE PEREZ GUZMAN originario de Ezequiel Montes, Queretaro., de veinticinco años de edad, nació el veintiuno de enero de mil novecientos setenta y uno, soltero, profesionista y con domicilio en Pedro Vega, número 150, centro.

EZEQUIEL MONTES, QUERETARO, a veintiuno de enero de mil novecientos noventa y siete.

DOY FE.

FIRMA DEL NOTARIO.



Siempre al Cuidado de su Salud

Comercial de Medicamentos & Medicinas

2.3 SELECCION DEL LOCAL Y OFICINA.

A) SELECCION DE LA LOCALIDAD.

En Ezequiel Montes existen muy pocos oferentes de este giro, los existentes son pequeños y atendidos por una sola persona, por lo tanto no cubren las necesidades de productos médicos y de limpieza e higiene personal, además de no ofrecer servicio durante las 24 hrs. del día.

El municipio.

La actividad comercial es un sector que se está desarrollando día con día, tomando en cuenta que el municipio es un punto de enlace de otros municipios cercanos y de la zona serrana.

De los datos proporcionados por el INEGI de 1995 en el censo de población y de establecimientos de acuerdo a la actividad comercial nos muestra que existe más demanda que oferta y más aun, de establecimientos que satisfagan eficazmente estas necesidades.

B) SELECCION DEL LOCAL U OFICINA.

El lugar para instalarnos es en una zona ubicada en un sitio de mucho acceso tanto peatonal como vehicular; además de contar en la zona con todos los servicios indispensables como teléfono, agua, luz, drenaje y carreteras para la capital del estado, San Juan del Río, Cadereyta y hacia la zona de sierra del Estado.

La seguridad del local se considera como buena ya que está en el centro de la ciudad y en la avenida principal; la afluencia de tráfico es excelente y de fácil acceso; los factores del medio ambiente se consideran como excelentes ya que muy cerca se encuentran el centro de salud, clínicas médicas y consultorios, despachos públicos y una gran variedad de negocios y comercios.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

FORMA DE EVALUACION DEL LOCAL.

C A R A C T E R I S T I C A S

E V A L U A C I O N EXCELENTE BUENA REGULAR MALA

1.-Hubicación central p/llegar al mercado	*			
2.-Disp. de mercancía/materia prima		*		
3.-Competencia cercana				*
4.-Disponibilidad de transp. y precios		*		
5.-Estacionamiento		*		
6.-Servicios adecuados (agua, teléfono, etc)	*			
7.-Afluencia de trabajo		*		
8.-Impuestos	*			
9.-Protección policiaca y bomberos			*	
10.-Factores del medio ambiente		*		
11.-Calidad de empleados disponibles		*		
12.-Nivel promedio de sueldos a empleados			*	
13.-Disponibilidad de alojamiento				*
14.-Clima comercial local		*		
15.-Condiciones de los edificios vecinos			*	
16.-Ideas personales con respecto al área	*			

2.4 GESTION DE FINANCIAMIENTOS.

Aquel que busca conseguir capital para iniciar y desarrollar una empresa tiene dos alternativas básicas legales:

- A) Capital prestado o a crédito o a fondos e instituciones de fomento.
- B) Capital de riesgo por fondos y sociedades de capital de riesgo.

La desición estriba en dos planteamientos:

- 1.- ¿ Deseo tener socios en mi empresa ?
- 2.- ¿ Deseo absorber la responsabilidad financiera yo solo en su totalidad ?

La respuesta es muy sencilla, el que trabaja con créditos debe responder por el monto del prestamo, tenga éxito o no la empresa, el que consigue el capita de riesgo responde únicamente por el uso adecuado de los recursos ante los socios capitalistas; los inversionistas absorven el riesgo del fracaso del trabajo.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

En la gestión de inversión en las empresas existe una gran variedad de combinaciones y planes:

- a) Créditos.
- b) Financiamientos.
- c) Socios capitalistas temporales.
- d) Socios capitalistas permanentes.
- e) Créditos convertibles.

Las entidades que manejan principalmente créditos y financiamientos se denominan fondos e instituciones de fomento.

Las organizaciones que aportan capital como participación accionaria se denominan fondos y sociedades de capital de riesgo.

En la actualidad existen una serie de programas de financiamiento hacia todos los sectores productivos y comerciales, el gobierno ha puesto a la disposición de los empresarios diversos apoyos entre los que se destacan aquellos orientados a promover el desarrollo de la micro y pequeña empresa y a la exportación.

FONDO PARA EL DESARROLLO COMERCIAL

(FIDEC)

OBJETIVO DEL FINANCIAMIENTO

Impulsar la modernización comercial, otorgando apoyo financiero a los comerciantes de productos básicos y de consumo generalizado, así como también a promotores de infraestructura comercial y de abastos, (listas 1,2,3).

DESTINOS Y PLAZO MAXIMO.

ESTUDIOS DE VIABILIDAD ECONOMICA Y FINANCIERA:

Para determinar la factibilidad de proyectos comerciales.

1 año incluyendo 6 meses de gracia.

COMERCIO MAYORISTAS Y COMERCIO DETALLISTA

Capital de trabajo y para la modernización de comerciantes, 1 año con una sola amortización de capital al vencimiento y pago mensual de intereses.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

TRANSPORTE:

Adquisición de transporte especializado.

10 años incluyendo 6 meses de gracia como máximo.

INOVACIONES COMERCIALES:

Para proyectos integrales tecnológicamente avanzados.

1 año incluyendo 6 meses de gracia.

CENTRO DE ACOPIO; MERCADO DE VENTA AL DETALLE; TIENDA DE AUTO SERVICIO; BODEGAS Y RED DE FRIO:

Para impulsar eficientizar y consolidar los procesos de comercialización.

10 años incluyendo un año de gracia como máximo.

CONSTRUCCION Y AMPLIACION DE INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y DE ABASTO (PROMOTORES):

Para fomentar la distribución en zonas de ingresos bajos y medios.

Plazo de construcción de la obra, mas 12 meses para la venta.

MONEDA:

Nacional.

TASA AL CLIENTE:

M.N.:

Créditos hasta \$ 250 000.00 CETES, + 1 + Intermediación libre.

Créditos superiores a \$ 250 000.00, CETES + 2 + Intermediación libre.

Créditos para la comercialización de granos y oleaginosas: CETES + 5 + Intermediación libre.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

MONTO MAXIMO:

El que requiera el proyecto, mismo que podra operar en línea automática hasta un monto de \$ 2 000 000.00

RECURSOS:

En créditos menores a \$ 250 000.00 FIDEC 100 % (lista 1,2,3,).

De \$ 250 000.00 a \$ 500 000.00 FIDEC 70 %, BANCO 10 % y el CLIENTE 20 % (lista 1 y 2).

De \$ 500 000.00 a \$ 2 000 000.00 FIDEC 70 %, BANCO 10 % y el CLIENTE 20 % (lista 1).

Más de \$ 2 000 000.00 FIDEC 70 %, BANCO 10 % y el CLIENTE 20 % (LISTA 1,2, Y 3).

DISPOSICIONES GENERALES

En créditos en cuenta corriente el cliente comprobara en el primer trimestre al banco el monto total del crédito; para créditos simples, a los 45 días. Así mismo y para efectos de comprobación selectiva, FIDEC se reserva el derecho de revocar el crédito, notificando al banco con 30 días de anticipación, si este no cumple con las reglas del fondo.

CLASIFICACION DE GIROS FINANCIABLES

(FIDEC)

LISTA 1

PRODUCTOS BASICOS Y DE CONSUMO GENERALIZADO

PRODUCTOS BASICOS.

- * Abarrotes comestibles y no comestibles.
- * Aceites y Mantecas.
- * Agua purificada.
- * Café tostado, molido y soluble.
- * Carnes de ave, res y cerdo.
- * Dulces y chocolates.
- * Especies y condimentos.
- * Frutas, frutas secas y en conserva.
- * Granos y cereales.
- * Huevo.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

- * Lácteos.
- * Otras carnes.
- * Panadería.
- * Pescados y mariscos.
- * Salchichonería.
- * Tortillería.
- * Verduras, hortalizas y legumbres.

PRODUCTOS DE CONSUMO GENERALIZADO.

- * Aparatos de rehabilitación médica.
- * Artículos para el hogar y línea blanca.
- * Bicicletas (no deportivas).
- * Telas y blancos (incluye almohadas).
- * Bonetería.
- * Calzado.
- * Librerías (incluye periódicos y revistas).
- * Medicamentos (medicinas de patente, homeopático y herbolaria).
- * Mercería y artículos escolares y pedagógicos.
- * Ropa.

LISTA 2

GIROS COMPLEMENTARIOS

- * Aceites, grasa y brea no comestible.
- * Artesanías, artículos de decoración.
- * Artículos de piel (bolsas, chamarras, etc.).
- * Artículos de plástico y polietileno (bolsas y otros).
- * Artículos deportivos.
- * Artículos para fiestas.
- * Artículos para regalo.
- * Bisutería (joyería de fantasía).
- * Centro de fotocopiado.
- * Cerrajería.
- * Computadoras.
- * Discos y cassettes.
- * Estéticas y peluquerías.
- * Ferreterías.
- * Flores.
- * Fondas y cocinas caseras (comida rápida).
- * Fotografía (incluye material fotográfico y revelado).
- * Hielo, helados y bebidas no alcohólica (neverías).
- * Jarcería (incluye sombreros).
- * Jardinería (incluye herbicidas e insecticidas).
- * Jugos y licuados.
- * Juguetería.
- * Lavandería y tintorería.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

- * Material de construcción (incluye vidriería y madera).
- * Opticas.
- * Papel (insumos para la comercialización).
- * Pastelería y repostería.
- * Perfumería.
- * Productos naturistas.
- * Refacciones.
- * Relojería.
- * Rosticería.
- * Tabaco (expendio de dulces y tabaco).
- * Talleres mecánicos y servicios (incluye vulcanizadora).
- * Talleres de reparación de calzado, artículos eléctricos y otros.
- * Tlapalería (incluye pintura, plomería y material eléctrico).
- * Veterinaria.
- * Video (compra-venta y renta de películas).

LISTA 3

OTROS GIROS

- * Artículos religiosos.
- * Combustibles.
- * Despachos.
- * Equipo médico y dental.
- * Expendio de billetes de lotería.
- * Funerarias.
- * Gas natural.
- * Instrumentos musicales.
- * Joyería.
- * Maquinaria y artículos para frigorífico.
- * Maquinaria y herramientas de trabajo.
- * Productos químicos.
- * Cerveza, vinos y licores (en botella cerrada).

2.5 DISEÑO DE IMAGEN CORPORATIVA.

Una vez seleccionada la estructura legal, el 50 % restante en importancia lo tiene el logo (figura que representa a la empresa como una unidad ante el público en general).

Esta figura o logograma debe ser totalmente congruente con el nombre y la estructura legal de la empresa, así mismo debe ser lo mas simple posible.

Los criterios que deben seguirse para la determinación del nombre o razón social, el logotipo y la denominación social son:

Comercial de Medicamentos & Medicinas

A) SELECCION DEL NOMBRE:

- Que sea congruente con el logotipo y la estructura legal.
S.C. Sociedad Civil - Ideal para empresa de servicios.
S.A. Sociedad Anónima - Ideal para industrias y comercios.
A.C. Asociación Civil - Ideal para empresas no lucrativas.
- Que el nombre quiera decir algo (no poner los apellidos en el nombre de la empresa).
- Que el nombre sea lo mas serio posible.
- Que el nombre sea lo mas corto posible.

B) SELECCION DEL TIPO DE SOCIEDAD:

S. A. de C. V. Es el tipo de sociedad que mas imagen proyecta.

C) SELECCION DEL LOGOTIPO (TIPO DE LETRA) Y LOGOGRAMA (DIBUJO):

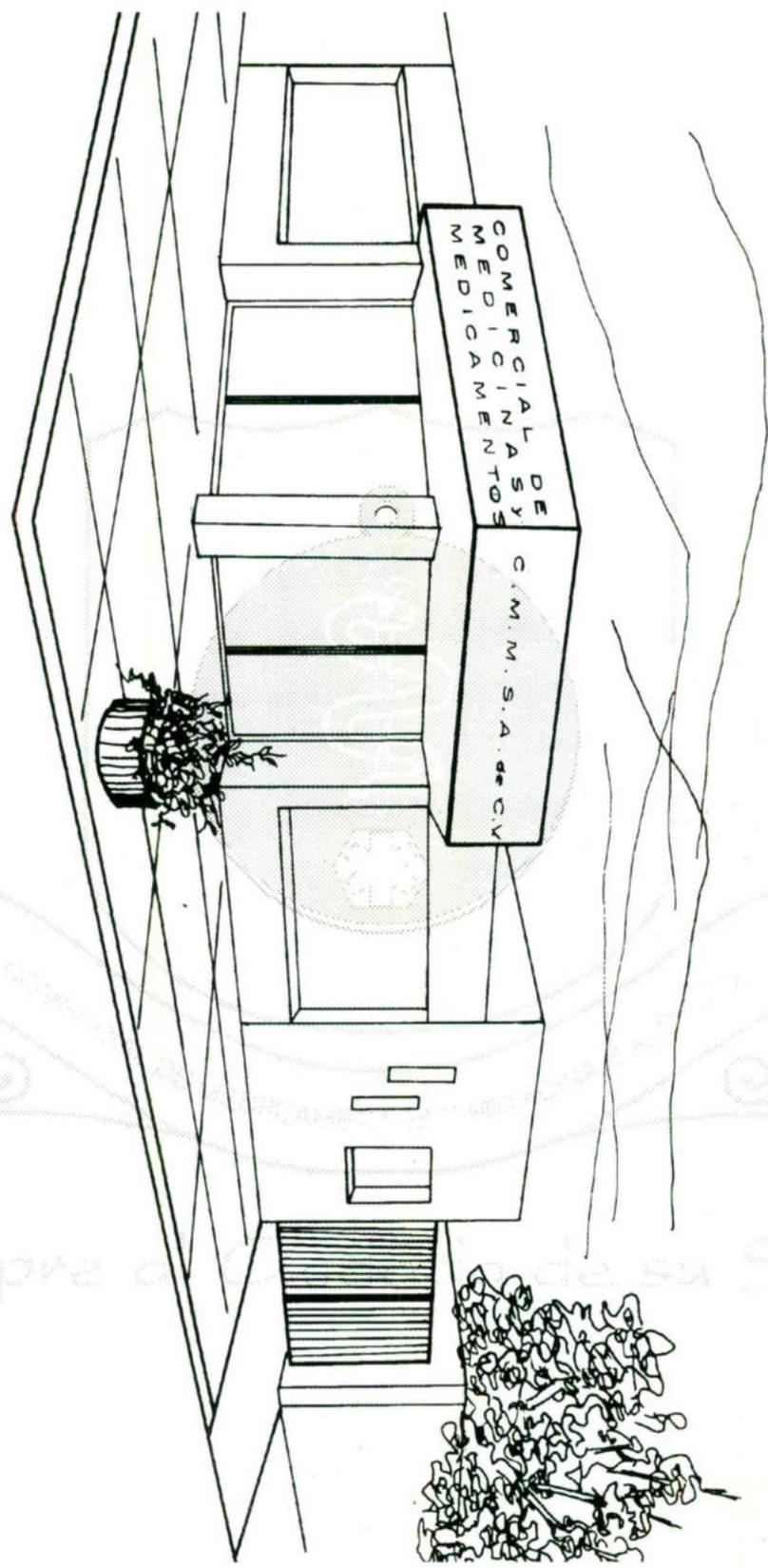
- De acuerdo al giro.
- Si las letras implican un dibujo puede ser el logotipo.
- Congruente con el nombre y marco legal de la empresa.
- sencillez.

Siempre al Cuidado de su Salud



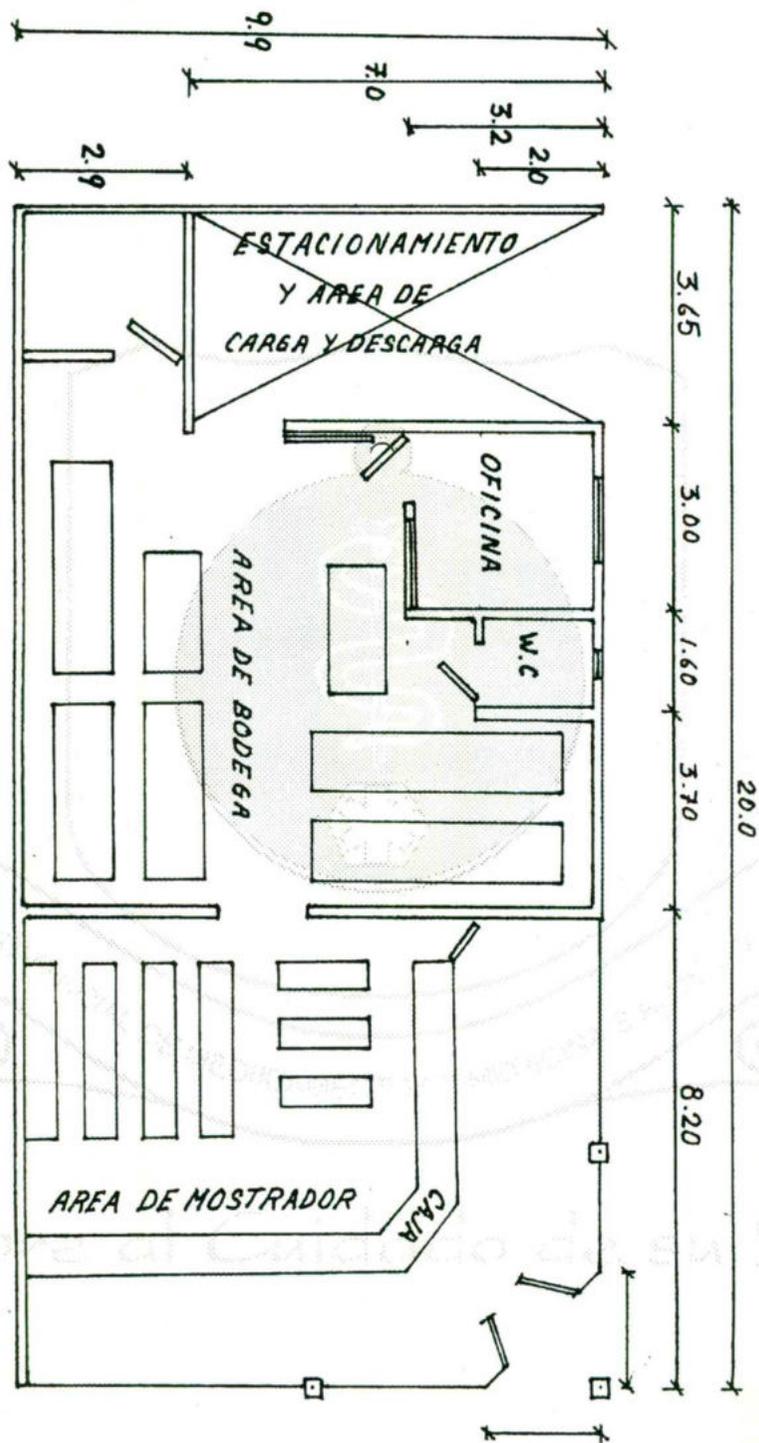
Siempre al Cuidado de su Salud

Comercial de Medicamentos & Medicinas



Siempre al servicio de su Salud

Comercial de Medicamentos & Medicinas



Comercial de Medicamentos & Medicinas

En la realización de un proyecto de este tipo se deben tomar en cuenta toda una serie de aspectos que repercutiran en el desarrollo del negocio.

Uno de estos aspectos y de mucha importancia es el arquitectónico; ya que el diseño de la fachada debe reflejar a los observadores y trausentes que se trata de un negocio comercial, que se dedica a la compra y venta de productos farmacéuticos, de higiene y de limpieza personal.

Para tal efecto la fachada (apariencia exterior), tendrá elementos como letreros, leyendas y figuras alusivas a una farmacia para que la gente logre identificarla de una manera sencilla y clara; pues de no ser así resultaria un punto en contra de la empresa, por que la gente muchas veces no identifica la actividad que desarrolla un negocio y no le nace el interés de investigarlo a menos que se entere por otro medio; esto ocasionaría todo un retroceso en las aspiraciones de la empresa ya que los primeros meses son de vital importancia.

Otro aspecto que contendrá el local son fáciles accesos para el público y que sean vistosos, así como exhibidores hacia el exterior para mostrar una serie de productos que tendremos a su disposición.

En la parte interior se tendrá un mostrador en escuadra a todo lo largo y ancho del local para poder brindar un mejor servicio al cliente; habrá dos cajas registradoras donde el cliente podra hacer el canje financiero-producto.

Se pondrán sillones junto a los exhibidores que estan hacia el exterior para que el cliente que llegue acompañado pueda realizar su compra mientras que su o sus acompañantes lo puedan esperar cómodamente.

Se tendrán siete filas de anaqueles para acomodar estratégicamente los productos, y así los empleados puedan tener un fácil manejo de todo tipo de producto que se les solicite.

El área de bodega también tendrá una serie de anaqueles para acomodar los productos por caja o paquete, se tendrá un sanitario que sera de uso exclusivo del personal, así como una área destinada a servir como guardarropa.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

2.6 ACONDICIONAMIENTO DE OFICINAS O LOCALES.

El local u oficinas deben ser las apropiadas para el negocio, lo que se elija debe promover a la empresa y ayudarla a que funcione bien.

A) APARIENCIA EXTERIOR:

Un libro no puede juzgarse por la portada, pero en un local u oficina eso es lo que la gente hace cada vez que pasa frente a ella, incluso aquellos que nunca entran y no saben nada de la empresa se forman una opinión con base a su apariencia externa. Tan solo la vista, tal como el exterior de un comercio, fábrica u oficina debe considerarse como medio de comunicación capaz de transmitir mensajes sobre la empresa.

B) APARIENCIA INTERIOR:

Depende de la distribución del local y la distribución se refiere a la posición física de muebles y aditamentos, equipo y decoración general de las oficinas. Lograr una buena distribución significa colocar las cosas de una manera calculada para obtener el máximo beneficio del espacio disponible. La decoración debe dar una buena imagen de entrada.



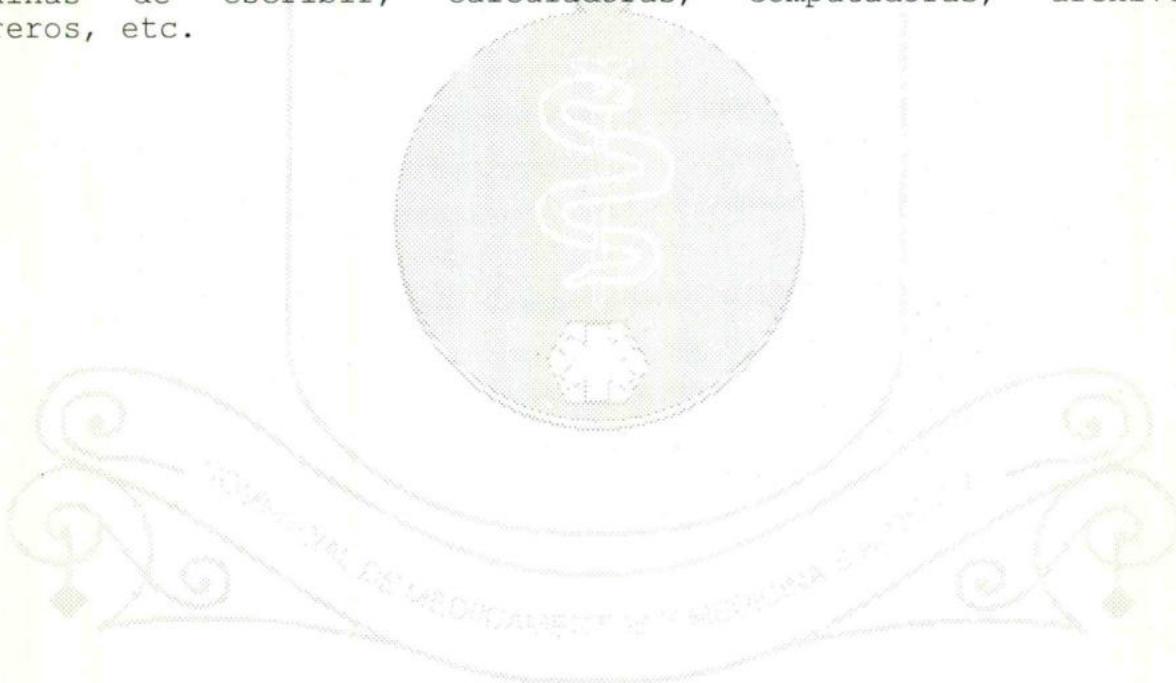
Siempre al Cuidado de su Salud

Comercial de Medicamentos & Medicinas

Se instalara una oficina para el área administrativa y contable de la empresa ahí mismo, así como también para recibir a los clientes de instituciones publicas y/o privadas que hagan pedidos por mayoreo.

Se contara con un estacionamiento para carga y descarga de la mercancía que se compre o se vaya a distribuir y así evitar la falta de estacionamiento o tal vez algún mal manejo de los productos al momento de desembarcarlos o embarcarlos.

Todas las áreas, secciones de servicio y administrativas tendrán dimensiones amplias para facilitar el acceso a ellas o un buen uso, contarán todas estas con los muebles, aditamentos, equipos y decoración necesaria como lo son: sillas escritorios, sillones, maquinas de escribir, calculadoras, computadoras, archiveros, libreros, etc.



Siempre al Cuidado de su Salud

Comercial de Medicamentos & Medicinas

2.7 PLANEACION FINANCIERA Y FISCAL.

Al iniciar una empresa es difícil hacer un análisis financiero de la misma, debido a que no se cuentan con datos estadísticos que puedan utilizarse para este fin.

El análisis financiero se relaciona primeramente con el comportamiento futuro esperado de un número de variables cruciales, tales como, la tasa de rendimiento obtenida por una empresa, costo de capital, crecimiento esperado de las utilidades, etc.

Debido a que la única fuente de información histórica que se tiene en cualquier empresa se deriva principalmente de los estados financieros, estos se revisan típicamente con el objeto de delinear tendencias y predecir expectativas.

Existen 4 estados financieros básicos de importancia para la empresa:

- 1.- Estado de posición financiera.
- 2.- Estado de resultados.
- 3.- Estado de utilidades acumuladas.
- 4.- Estado de origen y aplicación de recursos.

ESTADO DE POSICION FINANCIERA.

Aborda el conjunto de valores en poder de la empresa, tradicionalmente al finalizar el ejercicio fiscal, comprendiendo Activo, Pasivo y Capital contable; pero recordando que en el arranque no se cuenta con datos para nuestro proyecto, no es importante elaborarlo.

ESTADO DE RESULTADOS.

Detalla los ingresos por venta y los gastos de operación y de administración en que se incurre para producir ingresos por ventas durante un periodo, generalmente un año. La diferencia entre el total de ingresos y el de gastos durante este periodo constituye las utilidades de la empresa. En el arranque, lo que queda por hacer en la planeación financiera es un estado de resultados proforma, es decir, a futuro basados en la planeación.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

ESTADO DE UTILIDADES ACUMULADAS.

Reflejan los cambios en el capital contable derivados de cuestiones tales como adiciones o retiros para uso personal, utilidades no usuales que se aplican directo al capital contable.

Como también se aplica a fin del periodo fiscal, no es practico utilizarlo en el arranque.

ESTADO DE ORIGEN Y APLICACION DE RECURSOS.

ORIGEN:

Por origen de recursos se designan aquellas transacciones que aumentan el valor de los pasivos o del capital contable o que reducen el valor de los activos.

APLICACION:

Se designan aquellas transacciones que reducen el valor de los pasivos o del capital contable o que aumentan el valor de los activos.

Para construir un estado de origen y aplicación de recursos se toman los estados de posición financiera comparativos de los periodos fiscales consecutivos y se anotan los cambios existentes en cada cuenta.

Resumiendo el arranque en la planeación financiera solo se hace en base a:

- A) Proforma.
- B) Flujo de efectivo.

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA.

Se formulan para mostrar una situación financiera futura, resultante de realizar algunos eventos futuros. Es una información estimada.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

COMERCIAL DE MEDICAMENTOS Y MEDICINAS S.A. DE C.V. INVERSION INICIAL

2 camionetas	\$ 70 000.00
	70 000.00
1 Computadora	16 000.00
50 Anaqueles	5 000.00
1 Codificador de precios	6 000.00
5 Mostradores	9 000.00
Mercancía	250 000.00

TOTAL INVERSION	\$ 426 000.00

GASTOS A REALIZAR

Nomina	\$ 7 000.00
Renta	2 000.00
Luz	100.00
Agua	250.00
Teléfono	1 000.00
Mantenimiento	2 500.00
SAR	300.00
INFONAVIT	750.00
IMSS	3 200.00
Papelería	600.00
Aguinaldo	0.00
Seguros	500.00
Publicidad	3 000.00

	21 200 .00

Siempre al Cuidado de su Salud

Comercial de Medicamentos & Medicinas

COMERCIAL DE MEDICAMENTOS Y MEDICINAS S.A. DE C.V.

DATOS PARA EL FINANCIAMIENTO.

Crédito de \$ 250 000.00.
Periodo de gracia 6 meses.
Plazo de pago 5 años.

De las ventas al contado el 10 % son a crédito.
Del total de las ventas el 5 % están gravadas al 15 % de IVA.
Las compras serán el 50 % de las ventas totales.
Del 50 % de dichas compras el 4 % están gravadas al 15 % de IVA.
De las compras el 20 % son a crédito.

En 1997 se incrementa la nómina en un 16 %.
En 1997 se incrementa el IMSS en un 8 %.
En 1997 se incrementa el SAR en un 8 %.
En 1997 se incrementa el teléfono a \$ 1 000.00
En 1997 se incrementa la luz en un 20 %.
En 1997 se incrementa la renta a \$ 3000.00

TASAS DE INTERES PARA EL CREDITO.

Para 1997 se maneja una tasa del 38 %.
Para 1998 se maneja una tasa del 32 %.
Para 1999 se maneja una tasa del 30 %.
Para 2000 se maneja una tasa del 28 %.
Para 2001 se maneja una tasa del 25 %.
Para 2002 se maneja una tasa del 20 %.

Siempre al Cuidado de su Salud

Comercial de Medicamentos & Medicinas

COMERCIAL DE MEDICAMENTOS Y MEDICINAS S.A. DE C.V. PROYECCION DE PAGOS DE CAPITAL E INTERESES A NACIONAL FINANCIERA

MES	PAGO DE CREDITO A LARGO PLAZO	PAGO DE INTERESES DEL CREDITO	SALDO DEL CAPITAL
ENE 97	0.00	\$ 7 917.00	\$ 250 000.00
FEB 97	0.00	7 917.00	250 000.00
MZO 97	0.00	7 917.00	250 000.00
ABR 97	0.00	7 917.00	250 000.00
MAY 97	0.00	7 917.00	250 000.00
JUN 97	0.00	7 917.00	250 000.00
JUL 97	\$ 4 630.00	7 917.00	245 370.00
AGO 97	4 630.00	7 770.00	240 740.00
SET 97	4 630.00	7 623.00	236 110.00
OCT 97	4 630.00	6 296.00	231 480.00
NOV 97	4 630.00	6 173.00	226 850.00
DIC 97	4 630.00	6 049.00	222 220.00
ENE 98	4 630.00	5 926.00	217 590.00
FEB 98	4 630.00	5 802.00	212 960.00
MZO 98	4 630.00	5 679.00	208 330.00
ABR 98	4 630.00	5 555.00	203 700.00
MAY 98	4 630.00	5 432.00	199 070.00
JUN 98	4 630.00	5 309.00	194 440.00
JUL 98	4 630.00	5 185.00	189 810.00
AGO 98	4 630.00	5 062.00	185 180.00
SET 98	4 630.00	4 938.00	179 550.00
OCT 98	4 630.00	4 814.00	175 920.00
NOV 98	4 630.00	4 690.00	171 290.00
DIC 98	4 630.00	4 566.00	166 660.00
ENE 99	4 630.00	4 442.00	162 030.00
FEB 99	4 630.00	4 318.00	157 400.00
MZO 99	4 630.00	4 194.00	152 770.00
ABR 99	4 630.00	4 070.00	148 140.00
MAY 99	4 630.00	3 946.00	143 510.00
JUN 99	4 630.00	3 822.00	138 880.00
JUL 99	4 630.00	3 698.00	134 250.00
AGO 99	4 630.00	3 574.00	129 620.00
SET 99	4 630.00	3 450.00	124 990.00
OCT 99	4 630.00	3 326.00	120 360.00
NOV 99	4 630.00	3 202.00	115 730.00
DIC 99	4 630.00	3 078.00	111 100.00

Comercial de Medicamentos & Medicinas

MES	PAGO DE CREDITO A LARGO PLAZO	PAGO DE INTERESES DEL CREDITO	SALDO DEL CAPITAL
ENE 2000	\$ 4 630.00	\$ 2 592.00	\$ 106 470.00
FEB 2000	4 630.00	2 484.00	101 840.00
MZO 2000	4 630.00	2 376.00	97 210.00
ABR 2000	4 630.00	2 268.00	92 580.00
MAY 2000	4 630.00	2 160.00	87 950.00
JUN 2000	4 630.00	2 052.00	83 320.00
JUL 2000	4 630.00	1 944.00	78 690.00
AGO 2000	4 630.00	1 836.00	74 060.00
SET 2000	4 630.00	1 728.00	69 430.00
OCT 2000	4 630.00	1 446.00	64 800.00
NOV 2000	4 630.00	1 350.00	60 170.00
DIC 2000	4 630.00	1 253.00	55 540.00
ENE 2001	4 630.00	1 157.00	50 910.00
FEB 2001	4 630.00	1 060.00	46 280.00
MZO 2001	4 630.00	964.00	41 650.00
ABR 2001	4 630.00	868.00	37 020.00
MAY 2001	4 630.00	771.00	32 320.00
JUN 2001	4 630.00	675.00	27 760.00
JUL 2001	4 630.00	578.00	23 130.00
AGO 2001	4 630.00	482.00	18 500.00
SET 2001	4 630.00	385.00	13 870.00
OCT 2001	4 630.00	231.00	9 240.00
NOV 2001	4 630.00	154.00	4 610.00
DIC 2001	4 630.00	77.00	0.00

Siempre al Cuidado de su Salud

Comercial de Medicamentos & Medicinas

COMERCIAL DE MEDICAMENTOS Y MEDICINAS S.A. DE C.V. FLUJO DE EFECTIVO AL 31 DE MARZO DE 1997

ENTRADAS DE EFECTIVO AL 21 DE ENERO DE 1997	\$ 80 000.00
VENTAS AL 31 DE MARZO DE 1997.	180 000.00
	<hr/>
ENTRADAS TOTALES	\$ 260 000.00

SALIDAS DE EFECTIVO:

GASTOS DE VENTA	\$ 26 520.00	
Nomina	\$ 14 700.00	
Renta	6 000.00	
Luz	200.00	
Agua	750.00	
Teléfono	800.00	
Mantenimientos	1 400.00	
SAR	320.00	
INFONAVIT	780.00	
IMSS	3 400.00	
Papeleria	700.00	
Seguros	750.00	
Publicidad	3 000.00	
GASTOS DE ADMINISTRACION	32 800.00	
Nómina	\$ 10 300.00	
Luz	2 000.00	
Teléfono	4 500.00	
Mantenimientos	2 600.00	
SAR	400.00	
INFONAVIT	920.00	
IMSS	2 500.00	
Papeleria	2 300.00	
Seguros	1 000.00	
PAGO ACREEDORES DIV.	30 000.00	
COMPRAS	43 855.00	
	<hr/>	133 175.00
		<hr/>
EFECTIVO DISPONIBLE AL 31 DE MARZO DE 1997	\$ 126 825.00	
		<hr/> <hr/>

Comercial de Medicamentos & Medicinas

COMERCIAL DE MEDICAMENTOS Y MEDICINA S.A. DE C.V.
BALANCE INICIAL AL 21 DE ENERO DE 1997

ACTIVO:	
CIRCULANTE	
CAJA	\$ 5 000.00
BANCOS	50 000.00
INVENTARIOS	250 000.00
IVA ACREDITABLE	31 500.00

TOTAL CIRCULANTE	\$ 336 500.00
FIJO	
MOB. Y EQUIPO	\$ 20 000.00
EQ. DE TRANSPORTE	140 000.00
EQ. DE COMPUTO	16 000.00

TOTAL FIJO	176 000.00
DIFERIDO	
PAPELERIA	\$ 2 000.00
SEGUROS	1 500.00
GTOS. DE INSTALACION	28 000.00
RTAS. PAG. X ANTICIP.	4 000.00

TOTAL DIFERIDO	35 500.00
TOTAL ACTIVO:	\$ 548 000.00

PASIVO:	
CIRCULANTE	
PROVEEDORES	\$ 120 000.00
ACREED. DIVERSOS	98 000.00

TOTAL CIRCULANTE	\$ 218 000.00
FIJO	
ACREED. HIPOTECARIOS	\$ 250 000.00

TOTAL FIJO	250 000.00
CAPITAL:	
CAPITAL SOCIAL	80 000.00

TOTAL PASIVO + CAPITAL	\$ 548 000.00

GERENTE GENERAL

CONTADOR GENERAL

Comercial de Medicamentos & Medicinas

COMERCIAL DE MEDICAMENTOS Y MEDICINAS S.A. DE C.V.
ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE MARZO DE 1997

VENTAS		\$ 180 000.00
MENOS:		
COSTO DE VENTAS	82 000.00	<u> </u>
IGUAL:		
UTILIDAD BRUTA		\$ 98 000.00
MENOS:		
GASTOS DE OPERACION		59 320.00
Gastos de venta	\$ 32 800.00	
Gastos de admon.	26 520.00	
		<u> </u>
IGUAL:		
UTILIDAD NETA		\$ 38 680.00
		<u> </u>

GERENTE GENERAL

CONTADOR PUBLICO

Siempre al Cuidado de su Salud

Comercial de Medicamentos & Medicinas

COMERCIAL DE MEDICAMENTOS Y MEDICINA S.A. DE C.V. BALANCE GENERAL AL 31 DE MARZO DE 1997

ACTIVO:	
CIRCULANTE	
CAJA	\$ 5 000.00
BANCOS	64 025.25
INVENTARIOS	160 000.00
IVA ACREDITABLE	34 230.00

TOTAL CIRCULANTE	\$ 385 055.00
FIJO	
MOB. Y EQUIPO	\$ 20 000.00
EQ. DE TRANSPORTE	140 000.00
EQ. DE COMPUTO	16 000.00
DEPRECIACIONES	(10 950.00)

TOTAL FIJO	165 050.00
DIFERIDO	
PAPELERIA	\$ 2 000.00
SEGUROS	1 500.00
GTOS. DE INSTALACION	28 000.00
RTAS. PAG. X ANTICIP.	4 000.00
AMORTIZ. ACT. DIF.	(925.00)

TOTAL DIFERIDO	34 575.00

TOTAL ACTIVO:	\$ 471 880.00
	=====
PASIVO:	
CIRCULANTE	
PROVEEDORES	\$ 95 000.00
ACREED. DIVERSOS	88 200.00

TOTAL CIRCULANTE	\$ 183 200.00
FIJO	
ACREED. HIPOTECARIOS	\$ 250 000.00

TOTAL FIJO	250 000.00
CAPITAL:	
CAPITAL SOCIAL	80 000.00
UTILIDAD DEL EJER.	38 680.00

TOTAL PASIVO + CAPITAL	\$ 471 880.00
	=====

GERENTE GENERAL _____

CONTADOR GENERAL _____

MODULO III

DESARROLLO EMPRESARIAL

3.1 Y 3.2 CRECIMIENTO INICIAL Y DESPEGUE.

Desde el mismo momento en que se arranca se entra de lleno a la etapa de crecimiento inicial o despegue.

Es la etapa mas crítica de todas las responsabilidades empresariales pues de ella depende el éxito o fracaso del proyecto.

Como su nombre lo indica el despegue debe tener perfecta sincronización y debe ser a la velocidad exacta.

Para programar el despegue del nuevo negocio se sugiere tomar en cuenta lo siguiente:

- 1) Iniciar después de haber cubierto todos los pasos indicados.
- 2) Fijar metas concretas de ventas mensuales como factor real de crecimiento.
- 3) Formular un plan de trabajo de ventas y de publicidad como causal directo de ventas facturadas.
- 4) Formular un plan de reinversión de utilidades de acuerdo a los principales objetivos de crecimiento.
- 5) No forzar la marcha natural del negocio (no cambiar las leyes naturales de la oferta y la demanda).
- 6) Evitar el querer crecer demasiado rápido.
- 7) Procurar no crecer sin un plan previo de despegue.

NOTA: Una empresa de bienes de consumo final se puede empesar desde la casa, un bien de consumo intermedio o de capital en la industria es prácticamente imposible empesarlo en la casa.

Al cubrir cada paso de la previsión y planeación empezaremos el despegue de nuestra empresa y para poder medir el crecimiento hemos establecido metas del volumen de ventas mensuales de \$ 65 000.00, como promedio para los primeros 12 meses basandonos en nuestra investigación estrictamente realizada y en nuestros estados financieros proforma debidamente estructurados, tomando también en cuenta que en el primer año de vida de la empresa los clientes nos estan empesando a conocer y a distinguir de los competidores, por lo tanto para los siguientes años nuestras ventas aumentaran gradualmente.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

Considerando todos estos factores, se realizara un plan de ventas y de publicidad, cumpliendo con el objetivo de satisfacer completamente las necesidades y gustos de los clientes y poniendo a su alcance lo que ellos desean adquirir en el momento oportuno.

Pondremos énfasis en nuestro plan de trabajo de ventas, realizando ofertas, promociones y descuentos durante todo el año aprovechando los medios de comunicación para llevar a cabo las campañas publicitarias.

Nuestro plan de reinversión de utilidades se efectuará de acuerdo a las utilidades de cada año, teniendo como punto de referencia a partir del segundo año inmediato anterior, obviamente se analizaran las operaciones y resultados de cada año y de esta forma buscar nuevas alternativas para aumentar las utilidades pensando en el crecimiento continuo.

3.3 EL PRIMER AÑO.

Si el negocio sobrevive el primer año, se puede hablar entonces de un éxito inicial y de muchas posibilidades de expansión. Estos primeros doce meses son cruciales por diversas razones, siendo las principales:

- 1) La empresa está empezando a integrar su cartera de clientes.
- 2) Las finanzas dependen de la inversión inicial.
- 3) La empresa depende del desempeño de los socios o dueño particular.
- 4) El nuevo giro esta sujeto a vaivenes económicos, sociales y políticos, por ser nuevo se es mas frágil a ellos.
- 5) De hecho es el período de prueba de viabilidad del proyecto y del talento y capacidad del empresario.

NUESTRO PRIMER AÑO COMO EMPRESARIOS.

Los primeros doce meses como empresarios nos dará la pauta para conocer y posicionarnos en el mercado, realizando todas las actividades con dinamismo y eficiencia, puesto que para una empresa, no basta en sobrevivir sino en lograr una solidez en todas las áreas que la integran en forma permanente; en este lapso conoceremos las necesidades y gustos de los consumidores, los productos que tienen mayor demanda, que pueden ser por ejemplo de acuerdo a los cambios de temperatura, temporada, etc., y así mismo conoceremos a nuestros proveedores.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

Nuestro giro comercial esta sujeto a los vaivenes de la política económica que se vive en el país pues debemos tomar en cuenta que una crisis o una devaluación afecta a todo sector comercial e industrial, como a la población en su totalidad, ademas de las reformas fiscales que afectan directamente a la empresa.

Para empresas que desean sobrevivir se recomienda lo siguiente:

- 1) VENTAS: Va sobre estrategias de sobrevivencia en el esfuerzo personal y general de ventas, el sosten principal de su empresa será una buena cartera de clientes.
- 2) FINANZAS: Reinvertir por lo menos el 80 % de las utilidades netas durante los primeros 6 meses y el 60 % el resto del año.
- 3) PERSONAL: Contrate servicios externos que sustituyan personal operativo durante los primeros 6 meses y de preferencia contrate personal eventual.
- 4) PRODUCCION: Ofrezca calidad en sus productos y servicios, no se desprestige antes de consolidarse, no produzca ni compre ni mas ni menos de lo que se vende.
- 5) CONTABILIDAD Y ASPECTOS FISCALES: Cubra integralmente sus impuestos, no se convierta en un evasor fiscal, no se arriesgue a una demanda fiscal.
- 6) ASPECTOS LEGALES Y REGULACION: No iniciar operaciones antes de tener todos sus registros, licencias y permisos al corriente, no exponga su negocio a una clausura o cierre que puede ser definitivo.
- 7) ASPECTOS TECNICOS Y DE TECNOLOGIA: Contrate y capacite en todos los aspectos técnicos, ya que hasta los mas mínimos detalles pueden marcar la diferencia en esencia, nadie debe conocer la empresa mejor que usted.
- 8) DIRECCION GENERAL: Coordine eficientemente (lograr una meta determinada) y eficazmente (con fuerza para obrar) los esfuerzos de sus subordinados.
- 9) PRESUPUESTOS DE MERCADOTECNIA: Mantenga un contacto continuo con su mercado (competencia, clientes, preciso, etc.).

3.4 PLANEANDO LA EXPANSION.

Un empresario sin mentalidad de expansión constante tiende a inmovilizarse, en la actualidad, debido al constante cambio y avance tecnológico toda empresa esta obligada a crecer y a modernizarse.

Otro factor de presión al respecto es la fuerte y constante competencia que existe en todos los ramos de negocios. Así pasando el primer año es conveniente desarrollar un plan de expansión por los siguientes cuatro años.

Se deben contemplar las expectativas de expansión, vía aumento de capacidad instalada, diversificación, expansión en cadena, sucursales, etc., siendo el primer punto de partida decidir el tipo de expansión a desarrollar y para ello existen las diferentes opciones:

A) EN LA INDUSTRIA.

1.- Aumento a la capacidad instalada.

Es el resultado de apertura de nuevos mercados internos y externos. También es el resultado de saturación de los ya existentes. Consiste en ampliar las instalaciones y el equipo industrial productivo para así aumentar las unidades productivas.

2.- Diversificación de productos.

Es el resultado de descubrimiento de nuevas demandas de mercado que pueden ser fabricados utilizando la misma tecnología de equipo y proceso o aumentando la capacidad instalada y desarrollando la tecnología; consiste en expandirse abriendo nuevas líneas de productos aprovechando los mismos canales de distribución o abriendo nuevos.

B) COMERCIO AL MENUDEO.

1.- Expansión en cadena.

Consiste en aumentar el número de unidades comerciales de venta al público del mismo giro, pertenecientes a un mismo dueño. Es el resultado del éxito de la primera unidad proyectada hacia otras ubicaciones.

2.- Aumento de la línea de producto.

Consiste en la departamentalización del comercio, como resultado de manejar mas productos a la venta, a la misma clientela habitual.

3.- Sucursales.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

C) BODEGA AL MAYOREO O DE DISTRIBUCION:

- 1.- Aumento a la linea del producto.
- 2.- Aumento de espacio.
- 3.- Expansión de bodega (cubrir necesidades de abasto en la zona).
- 4.- Creación de redes comerciales (crear tiendas).

D) EMPRESAS DE SERVICIOS:

- 1.- Aumento de linea de servicios y diversificación de los mismos.
- 2.- Aumento de capacidad instalada (a nivel internacional).

Para nuestro giro comercial al que nos dedicaremos consideramos que al establecernos solidamente en Ezequiel Montes, podemos expandernos hacia otros municipios que necesiten cubrir el sector salud, siendo un beneficio a la sociedad y al mismo tiempo nosotros mismos, ademas de tomar en cuenta la experiencia que se tenga en el negocio actual, ya que esta en nosotros dar cause a nuevos planteamientos que nos lleven a un desarrollo económico.

3.5 IMPLEMENTANDO UN PROGRAMA DE DESARROLLO EMPRESARIAL.

DESARROLLO EMPRESARIAL.

Es el conjunto de actividades encaminadas a lograr el desarrollo óptimo de un negocio específico en toda su estructura y proyección.

1.- DESARROLLO MERCADOLÓGICO.

Conjunto de actividades tendientes a desarrollar el mercado y las oportunidades que de él surjan. Para esto se requiere desarrollar en el depto. de mercadotecnia previamente y de acuerdo a los objetivos de desarrollo, (crear departamentos a futuro).

2.- DESARROLLO ADMINISTRATIVO.

Es el desarrollo de métodos y procedimientos para administrar mas eficazmente a la empresa, también incluye el desarrollo de nuevos sistemas y procesos.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

3.- DESARROLLO DE RECURSOS HUMANOS.

Conjunto de actividades encaminadas a desarrollar la capacidad, eficiencia y desempeño de personal que presta sus servicios a la empresa.

4.- DESARROLLO INSTITUCIONAL.

Conjunto de actividades encaminadas a desarrollar la imagen institucional de la empresa ante el gobierno, el mercado, la sociedad, los empleados y los proveedores.

5.- DESARROLLO TECNOLÓGICO.

Es el proceso de cambio relativo de tecnología a alcanzar por una empresa, por medio de la aplicación de técnicas y procedimientos que permitan la optimización de costos, calidad y oportunidad en la extracción, producción y fabricación de bienes y generación de servicios a través de la asimilación, adaptación e innovación de tecnología.

6.- DESARROLLO DE LA PROYECCION.

Desarrollo de todos los planes a futuro de la empresa. Un plan de proyección se elabora para 10 años en adelante.

3.6 GLOBALIZACION EMPRESARIAL.

El mundo es ahora un solo mercado común e incluso ahora en la introducción de los países socialistas por lo que refiriéndose a una comercialización internacional, se deben tener fuentes y contactos para ingresar a los mercados mundiales.

FACTORES QUE HAN IMPULSADO LA GLOBALIZACION.

- 1.- Innovación y desarrollo tecnológico.
- 2.- Nueva posición relativa de las materias primas.
- 3.- Automatización - reducción de costos, pero un grave problema social, desempleo.
- 4.- Transformación de los bienes industriales, que nos vendan las maquinas que produzcan maquinas para producir bienes de consumo.
- 5.- Desarrollo y aprovechamiento de las ventajas comparativas.
- 6.- Internacionalización de la distribución, existen empresas que se dedican a distribuir los productos en el extranjero.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

OPORTUNIDADES Y RIESGOS DE LA GLOBALIZACION.

OPORTUNIDADES.

- Entrar en lineas de modernización.
- Expansión de la empresa.
- Penetración de nuevos mercados.
- Competir con firmas extranjeras.

RIESGOS.

- Disminución de márgenes de utilidades.
- Pérdida de posición del mercado.
- Virtual desaparición de la empresa.

La apertura comercial resultante de un tratado de libre comercio con los Estados Unidos y el Canadá significan ganancias económicas para los tres países,

La eliminación de barreras permite a las tres economías producir mas con los mismos recursos, al eliminar las ineficiencias del proteccionismo, y el beneficio relativo es mayor para México. Este efecto de eficiencia es positivo, aunque la magnitud de la ganancia depende de como la economía expande su actividad económica para atender un mercado mayor.

México sigue hoy una estrategia mas activa de eliminación de barreras comerciales; México busca diversificar su comercio con todas las regiones del mundo, tanto mediante mecanismos multilaterales, como mediante propuestas regionales de apertura comercial.

La expansión del comercio mundial es una de las causas principales del crecimiento económico cuya política orientada hacia el exterior conducen también al éxito económico.

Los retos del crecimiento de México le exigen definir su propio camino de desarrollo. a optado por integrarse al bloque de América del Norte, donde Estados Unidos es la potencia hegemónica, pero ello no nos debe detener para elegir la senda que conduzca a la Nación al desarrollo socio-economico que le convenga.

Nuestra empresa después de haber logrado su consolidación en todos sus aspectos y haber logrado cumplir con la misión inicial, debe buscar mercados en el extranjero para nuestros productos y para hacernos llegar de nuevos productos buscando diversificar nuestros proveedores.

Existen programas apoyados por instituciones de crédito para empresas de comercio exterior o que buscan desarrollarse otorgando apoyos para facilitar las transacciones comerciales.

Comercial de Medicamentos & Medicinas

Un programa conocido como ECEX basado en el decreto para regular el establecimiento de empresas de comercio exterior, el objetivo de este programa consiste en propiciar el crecimiento de empresas especializadas en la comercialización internacional que coadyuven al desarrollo y consoliden la oferta exportable de productos Mexicanos,

Los beneficios otorgados a estas empresas incluyen los siguientes:

Expedición de una constancia ALTEX y sus correspondientes facilidades, la autorización de un programa PITEX en la modalidad de proyecto específico.



Siempre al Cuidado de su Salud

Comercial de Medicamentos & Medicinas

CONCLUSIONES

En nuestro país hace falta una cultura emprendedora, en la actualidad y ante la falta de un mercado de trabajo es necesario aprovechar la habilidad y talento individual.

Sin embargo no es posible arrancar un negocio sin antes estar consiente de la situación de los mercados y los sistemas de producción y distribución a los que un nuevo negocio puede recurrir.

Es importante fortalecernos plenamente realizando una investigación con la seriedad que lo amerita, para prever, planear y poner en marcha un proyecto innovador, mediante la creación de un plan de negocios original, donde destaquemos nuestras ventajas que tenemos sobre la competencia de productos o servicios que estemos ofreciendo.

Ademas de esto, es importante el desarrollo de ciertos puntos para alcanzar un mejor éxito en la vida de un negocio, como puede ser, una idea nueva, conocer las necesidades del mercado, las necesidades que puede crear el mercado, los clientes directos e indirectos del negocio, la atención al medio ambiente externo e interno.

Una mayor capacitación hacia una mejor administración, servicio al cliente, calidad de inventarios.

Integrar a la empresa como un equipo e inculcando la idea de que cada empleado es un jugador del equipo.

Buscar la forma de mejorar la idea.

También existen áreas no explotadas que son mercados potenciales para desarrollar un negocio.

Un buen plan de negocios puede mejorar enormemente una buena idea, es por eso que una buena parte del éxito recae en como es desarrollada la FORMACION EMPRESARIAL DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA MERCADOTECNIA.

La ética y los valores humanos no son ajenos a un negocio por lo que su integración al planteamiento de la empresa demuestran el compromiso social de la empresa en su entorno tanto social, económico y político.

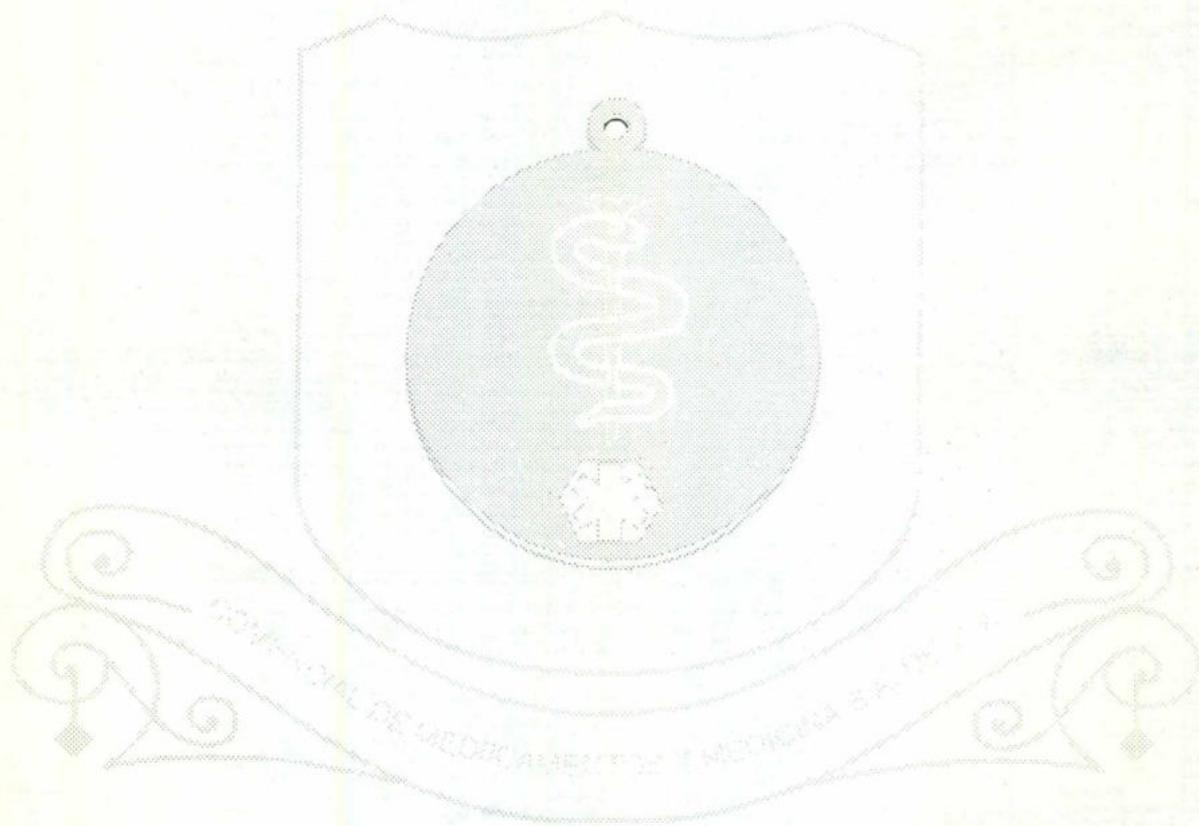
Comercial de Medicamentos & Medicinas

B I B L I O G R A F I A

- 1.- MERCADOTECNIA. WELDON J. TAYLOR, ROY T. SHAW, Jr., EDITORIAL TRILLAS.
- 2.- ESTADO, EMPRESARIOS Y CONSUMIDORES. MICHEL WIEVIORLTA, FONDO DE CULTURA ECONOMICA.
- 3.- REVISTA NTHE. NUMEROS: 11, 12 Y 13, CONCYTEQ.
- 4.- PRONTUARIO FISCAL CORRELACIONADO 1996. EDITORIAL ECASA.
- 5.- CODIGO DE COMERCIO. 59a. EDICION, EDITORIAL PORRUA.
- 6.- LEY FEDERAL DEL TRABAJO. JORGE TRUEBA BARRERA, EDITORIAL PENTAGONO S.A. DE C.V.
- 7.- LEY DEL SEGURO SOCIAL. 5a. EDICION, EDITORIAL PAC S.A. DE C.V.
- 8.- REVISTA PAF. No. 160 JUNIO 95, GRUPO GASCA.
- 9.- HORIZONTE FISCAL. No. 48 AGOSTO 96.
- 10.- RESOLUCION MISCELANEA 1996. C.P. Y M.A. ANTONIO PEREZ OLVERA, DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION 29 MARZO 96.
- 11.- LA PROGRAMACION AL SERVICIO DE LA EMPRESA. JOSEPH - MARIE MICHEL, JOSE PIERRY, EDITORIAL FONDO DE CULTURA ECONOMICA.
- 12.- SIERRA GORDA. REGIONAL INFORMATIVO, INFORME DEL LIC. ENRIQUE BURGOS GARCIA, GOBIERNO DEL ESTADO DE QUERETARO.
- 13.- DIARIO NOVEDADES. INFORME DEL GOBIERNO DE LA REPUBLICA, EDITORIAL NOVEDADES.

Siempre al Cuidado de su Salud

Comercial de Medicamentos & Medicinas



Siempre al Cuidado de su Salud