

**Abarrotería La Frontera compra y venta de artículos
de consumo diario, por mayor y menor
(Práctica Empresarial Dirigida -PED-)**

Raul Rodolfo Mucú Coc

Lic. Mario Roberto Montenegro, (Tutor)

M. Sc. Dora Leonor Urrutia de Morales, (Revisora)

Playa Grande, Ixcán, abril 2015



Autoridades de la Universidad Panamericana

M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus

Rector

Dra. Alba Aracely Rodríguez de González

Vicerrectora Académica

M. A. César Augusto Custodio Cobar

Vicerrector Administrativo

EMBA. Adolfo Noguera Bosque

Secretario General

Autoridades de la Facultad de Ciencias Económicas

M. A. César Augusto Custodio Cobar

Decano

M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz

Vicedecano

Lic. Ovidio Nehemías López Herrera

Coordinador Regional I

Lic. Milward Mandhiver Menchú Chávez

Coordinador de Sede

**Tribunal que practicó el examen general de la
Práctica Empresarial Dirigida -PED-**

Lic. Edgar Alexander Pop Gutierrez
Examinador (a)

Licda. Milvia Josefina Portillo Sandoval
Examinador (a)

Lic. Edgar Uwaldo Caal
Examinador (a)

Lic. Mario Roberto Montenegro
Tutor

M. Sc. Dora Leonor Urrutia de Morales
Revisora



**UNIVERSIDAD
PANAMERICANA**

"Sabiduría ante todo, adquiere sabiduría"

REF.:C.C.E.E.0017-2015

**LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
GUATEMALA, 05 DE MARZO DEL 2015
SEDE PLAYA GRANDE**

De acuerdo al dictamen rendido por el Licenciado Mario Roberto Montenegro, tutor y Licenciada Dora Urrutia de Morales, revisora de la Práctica Empresarial Dirigida, proyecto -PED- titulada "Abarrotería La Frontera compra y venta de artículos de consumo diario, por mayor y menor", Presentado por él (la) estudiante Raúl Rodolfo Mucú Coc, y la aprobación del Examen Técnico Profesional, según consta en el Acta No.1629, de fecha 08 de noviembre del 2014; **AUTORIZA LA IMPRESIÓN**, previo a conferirle el título de Administrador de Empresas, en el grado académico de Licenciado.



M.A. César Augusto Custodio Cóbar
Decano de la Facultad de Ciencias Económicas.

Guatemala, 11 de marzo de 2014

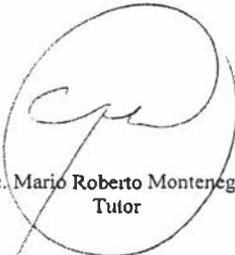
Señores:
Facultad de Ciencias Económicas
Carrera Licenciatura en Administración de Empresas
Universidad Panamericana
Guatemala, Guatemala.

Estimados Señores:

En relación a la tutoría de la Práctica Empresarial Dirigida -PED- del Tema: "Abarrotería La Frontera compra y venta de artículos de consumo diario, por mayor y menor" Realizado por: Raúl Rodolfo Mueú Coc, carné No. 0807020, estudiante de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la tutoría de la misma observando que cumple con los requerimientos establecidos en la reglamentación de la Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, considero que el informe cumple con los requisitos para ser sometido al examen Técnico Profesional Privado (ETPP), por lo que doy dictamen de aprobado al tema desarrollado en Práctica Empresarial Dirigida con una nota de setenta y ocho puntos (78) de 100 puntos

Al ofrecermee para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.



Lic. Mario Roberto Montenegro.
Tutor

MSc. Dora Leonor Urrutia Morales de Morales
Maestría en Gerencia Educativa
Licenciada en Pedagogía con Orientación en Administración y Evaluación Educativa

Guatemala, 22 de septiembre de 2014

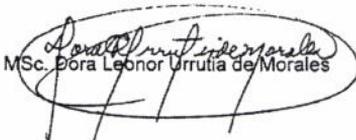
Señores:

Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Ciudad

Estimados Señores:

En relación al trabajo de Práctica Empresarial Dirigida (PED) del Tema: "Abarrotería La Frontera compra y venta de artículos de consumo diario, por mayor y menor" Realizado por: Raúl Rodolfo Mucú Coc, carné No.0807020, estudiante de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la revisión del mismo y se hace constar que cumple con los requerimientos de estilo establecidos en la reglamentación de la Universidad Panamericana. Por lo tanto doy el dictamen de aprobado para realizar el Examen Técnico Profesional (ETP).

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.


MSc. Dora Leonor Urrutia de Morales



UNIVERSIDAD
PANAMERICANA

"Subiduria ante todo, adquiere sabiduria"

REGISTRO Y CONTROL ACADÉMICO

REF.: UPANA: RYCA: 0467.2015

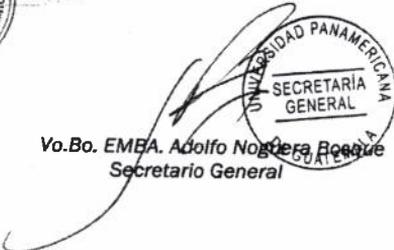
El infrascrito Secretario General EMBA. Adolfo Noguera Bosque y la Directora de Registro y Control Académico M.Sc. Vicky Sicajol, hace constar que el estudiante Mucú Coc, Raúl Rodolfo con número de carné 0807020, aprobó con 71 puntos el Examen Técnico Profesional, de la Licenciatura en Administración de Empresas, en la Facultad de Ciencias Económicas, el día ocho de noviembre del año dos mil catorce.

Para los usos que el interesado estime convenientes se extiende la presente en hoja membretada a los veintiún días del mes de marzo del año dos mil quince.

Atentamente,


M.Sc. Vicky Sicajol
Directora
Registro y Control Académico




Vo.Bo. EMBA. Adolfo Noguera Bosque
Secretario General



Luis Alberto Mendoza
cc. Archivo.

Índice

Resumen	i
Introducción	ii
Capítulo 1	
1.1 Antecedentes	1
1.2 Marco teórico	2
1.2.1 Definición de empresa	2
1.2.1.1 Tipos de empresas	2
1.3 Cliente	3
1.3.1 Clasificación de los clientes	3
1.4 Proveedor	4
1.5 Producto	4
1.6 Plaza	4
1.7 Requisitos legales para la inscripción de una empresa comercial individual	5
1.8 Inspección de trabajo	12
1.9 Qué es la Dirección de Atención y Asistencia al consumidor	13
1.10 Reglamento interno de trabajo	14
1.11 Contrato de trabajo	20
Capítulo 2	
2. Metodología	
2.1 Tipo de investigación	21
2.2 Sujetos de la investigación	21
2.3 Instrumento	22
2.4 Procedimientos	22
2.5 Aporte esperado	22

Capítulo 3

3. Análisis de resultados	
3.1 Análisis FODA	24
3.2 Análisis de porter	27
3.2.1 Amenaza de entrada de nuevos competidores	27
3.2.2 El poder de negociación de los proveedores	28
3.2.3 El poder de negociación de los compradores	28
3.2.4 Amenaza de los productos sustitutos	28
3.2.5 Rivalidad entre los competidores	29
3.3 Análisis de mercado	30
3.4 Estrategia competitiva de la empresa a crear	31
3.5 Área de aprovisionamiento e insumos	37
3.5.1 Proveedores (descripción de principales proveedores)	37
3.5.2 Procedimientos	39
3.6 Área de comercialización	39
3.6.1 Plan de mercadotecnia	39
3.6.2 Precio	40
3.6.3 Plaza (canales de distribución)	40
3.6.4 Promoción	40
3.6.5 Estrategias de comunicación	41

Capítulo 4

4. Propuesta de solución o mejora	
4.1 Selección y presentación de la idea	42
4.1.1 Descripción de la empresa	42
4.1.2 Denominación o nombre de la empresa	42
4.1.3 Eslogan	42
4.1.4 Tamaño	42
4.1.5 Mercado objetivo	43

4.1.6 Producto o servicio	43
4.1.7 Diferenciación	43
4.2 Presentación de la idea	43
4.3 Definición de la empresa	45
4.3.1 Nombre comercial	45
4.3.2 Logotipo de la empresa	45
4.3.3 Aspectos legales o legalización de la empresa	45
4.3.4 Localización	46
4.3.5 Misión, visión, valores y metas	47
4.3.6 Objetivos	48
4.4 Área de organización y recursos humano	49
4.4.1 Estructura organizacional	49
4.4.2 Descripción y especificación de puestos detallado	50
4.5 Estudios financieros	56
4.5.1 Plan de inversión	56
4.5.2 Crecimiento anual	57
4.5.3 Estado de resultados	57
4.5.4 Balance general	59
4.5.5 Flujo de caja	60
4.5.6 Razones financieras	61
4.5.6.1 Tiempo de retorno capital	61
4.5.6.2 Tasa interna de retorno	61
4.6 Viabilidad del proyecto	61
4.6.1 Conceptual (aceptación del producto o servicio)	62
4.6.2 Operacional (logística del proyecto necesario)	63
4.6.3 De mercado (apertura cobertura de mercado)	63
4.6.4 Económica (factibilidad en base a indicadores financieros y económicos)	63
Conclusiones	64
Referencias bibliográficas	65
Anexos	66

Resumen

La demanda sin duda alguna motiva a los profesionales emprendedores a la creación de empresas que viene a promover el desarrollo económico, social, individual y cultural de la región y la república de Guatemala.

En la región estudiada existen tres centros de ventas de productos de consumo diario pero no logran satisfacer las necesidades y expectativas de los consumidores debido a la falta de capacidad económica, intelectual y liderazgo. Están al servicio de la comunidad de forma empírica por lo tanto es importante mencionar que la instalación de una empresa bien organizada y con el estudio de mercado analizado con esta misma actividad tiene viabilidad total aceptada.

En la actualidad existe un número de quince poblados con un total de cincuenta y cinco familias en cada uno, para abastecer de artículos de consumo diario realizan dos viajes a la semana de forma masiva a una aldea denominada Playitas jurisdicción municipal de Chisec donde tienen que arriesgar la vida en cruzar el río Chixoy en lancha para poder llegar al destino con un costo total tanto en transporte terrestre la cantidad de hasta veinte quetzales sin tomar en cuenta el día que cada consumidor pierde para tal actividad.

El presente proyecto busca la creación de una abarrotería con ubicación en la aldea El Prado del municipio de Playa Grande Ixcán, departamento del Quiché, que cubrirá las quince aldeas circunvecinas con el fin de abastecer el mercado objetivo con una diversidad de artículos de consumo diario de alta calidad y buen precio.

Para atender y satisfacer la demanda actual de la región, se realizó la presente Práctica Empresarial Dirigida (PED) con el tema de creación de empresa denominada Abarrotería La Frontera, que consta de cuatro capítulos según estructura y requerimiento de la Universidad Panamericana. El capítulo uno; hace referencia al marco referencial y teórico, el capítulo dos; describe la metodología utilizado para el presente estudio, capítulo tres; se analiza el resultado obtenido y el último capítulo; deja plasmada la propuesta de solución o mejora, se encontrarán las conclusiones, referencias y anexos.

Introducción

El presente informe fue elaborado en Playa Grande Ixcán, durante los meses determinados por la sede de Universidad Panamericana, finalizó en el mes de junio del año dos mil catorce, en sustitución de la tesis que se elabora previo a optar al título de Licenciatura en Administración de Empresas. Durante el período de elaboración se recopiló información para el análisis respectivo de la demanda existente en 15 comunidades de la microrregión V, fueron utilizados primero los conocimientos adquiridos durante el proceso de formación, aplicación de estudio y análisis de mercado, FODA, entre otros.

La aldea denominada El Prado es una de las 30 aldeas que cubre la microrregión V y es céntrica para reuniones y/o concentraciones comunitarias. En esta aldea existen tres tiendas que demuestran una variedad mínima de productos de consumo diario pero los propietarios no están capacitados para ofrecer buena atención y liderar el mercado local y regional, con el fin de aprovechar y satisfacer las demandas se analizó y creó una Abarrotería con el nombre La Frontera, además del objetivo de crecimiento conlleva un objetivo estratégico, que consiste en minimizar el riesgo de accidentes y muertos que han ocurrido al momento de cruzar el río Chixoy para poder llegar a la aldea Playitas del municipio de Chisec, departamento de Alta Verapaz y realizar las compras de los productos que en El Prado no hay.

Abarrotería La Frontera es una empresa dedicada y orientada, a proporcionar bienes de consumo diario de manera eficiente y eficaz al mercado objetivo en primera instancia, en los horarios de 8:00 am a 12:00 pm y de 2:00 pm a 6:00 pm.

Previa a la creación de la empresa se realizó el análisis financiero donde determina la factibilidad, la inversión se recupera a partir del segundo año porque muestra Tasa de Rentabilidad Promedio (TRP) y la tasa interna de Retorno (TIR) son mayores a la tasa de interés otorgada por la institución Bancaria.

Dedicatoria

A Dios: Por guiar mis pasos, por haberme brindado fortaleza, sabiduría para culminar mi carrera y por todas sus bendiciones.

A mis padres: Lorenzo Mucú y María Coc de Mucú, por guiarme con sus sabios consejos y esperar de mí siempre lo mejor.

A mis hermanos: Con quienes comparto mi alegría y satisfacción y por haberme brindado su apoyo en todas las dificultades que hemos vivido en familia y por la gran paciencia que me han mostrado durante todo el proceso de estudio.

A la Universidad: Por ser el templo sagrado del saber y forjador de profesionales universitarios.

A mis compañeros: Por los gratos recuerdos y momentos especiales que hemos compartido a la vez deseándoles éxitos en su vida profesional.

A mis amigos: Porque sus palabras de ánimo fueron vital e importante para impulsar mi deseo de seguir adelante, por su amistad y apoyo brindado en todo momento.

A mi asesor: Ing. Mario Roberto Montenegro, por su apoyo en la realización de este proyecto.

Capítulo 1

1.1 Antecedentes

El municipio de Ixcán, departamento de Quiché, es uno de los municipios que se caracteriza por su diversidad cultural, por ser una zona de negocio y por su constante crecimiento poblacional y desarrollo económico, a pesar de ser uno de los sectores del país más golpeado por el conflicto armado interno.

En general se puede decir que en el municipio se encuentran presentes delegaciones de Organizaciones Gubernamentales como no Gubernamentales (nacionales e internacionales), así mismo organizaciones locales constituidas y que ejecutan una importante labor en el municipio. Por lo tanto, Playa Grande, que es la cabecera municipal de Ixcán, es el centro donde interactúan las diferentes organizaciones ya mencionadas, la presencia hace que tenga un acelerado desarrollo en el ámbito cultural, social, económico y político, da un alto potencial en cuanto a la producción agrícola y la comercialización del mismo. Otras fuentes de ingreso son las empresas privadas, organizaciones públicas y el sector educativo.

Ixcán, para su buena administración se divide en siete microrregiones; la microrregión V constituye 30 aldeas que da inicio desde la comunidad denominada La Caoba hasta finalizar en la aldea Tres Ríos. La aldea El Prado es una de las comunidades de dicha microrregión y céntrica de reuniones y/o actividades comunitarias, es decir, cubre 16 poblados su producción e ingreso económico es el comercio, cultivo de maíz, arroz, frijol y jornales que ofrece la empresa Palmas de Ixcán con sede de contratación en mencionada aldea.

Todas las compras de artículos de consumo diario las 16 aldeas de la región lo realizan en la aldea Playitas, Chisec, Alta Verapaz debido que en la región no existe ninguna casa comercial que se dedicara a satisfacer la demanda de la población.

1.2 Marco teórico

1.2.1 Definición de empresa

Es una organización o institución que ejerce actividad económica, con la finalidad de obtener utilidades por medio de la satisfacción de las demandas y deseos de los clientes, en las que requiere de una razón de ser, una misión, estrategias, objetivos, tácticas y políticas de actuación para sobresalir en un mundo globalizado.

1.2.1.1 Tipos de empresas

Según el sector de actividad:

Empresas del Sector Primario: son actividades económicas relacionadas con la transformación de los recursos, como: la ganadería, la silvicultura, la acuicultura, la caza y la pesca.

Empresas del Sector Secundario o Industrial: realizan actividades de transformación de la materia prima (elaboración de productos) tales como: lo textil, la madera, otros.

Empresas del Sector Terciario y de Servicios: son empresas dedicadas a la prestación de servicios de acuerdo a las necesidades de los clientes.

Según el tamaño:

Grandes empresas: se caracterizan por manejar capitales y financiamientos grandes y sus ventas se registran en millones de dólares, cuentan con miles de empleados y pueden pedir créditos de montos grandes a empresas tanto nacionales como extranjeras.

Medianas empresas: estas empresas están integradas por cientos de empleados, con sindicatos, hay responsabilidades y funciones bien definidas, cuentan con sistemas de procedimientos automatizados.

Pequeñas empresas: son entidades independientes, creadas para ser rentables que no predominan en la industria, con un número limitado de colaboradores.

Microempresas: son empresas de propiedad individual, el sistema de fabricación artesanal, con la capacidad de ser atendido por una persona.

Según la propiedad de capital:

Empresa Privada: el capital está en manos de la propiedad privada.

Empresa Pública: el capital está en manos del estado.

Empresa Mixta: el capital es compartida entre el estado y la propiedad privada.

1.3 Cliente

Es la persona individual o jurídica que accede a un producto o un servicio por medio de una transacción financiera u otro medio de pago, quien compra se le denomina comprador y quien consume, consumidor. Por naturaleza cliente, comprador y consumidor son la misma persona. El término opuesto al cliente es el de competidor.

1.3.1 Clasificación de los clientes:

Cientes activos: son aquellos que hacen compras en un periodo de tiempo corto.

Cientes inactivos: son aquellos que realizan sus compras en un periodo largo de tiempo.

Cientes de compra frecuente: son los que realizan compras en periodos más cortos que el del grueso de los clientes.

Cientes de compra en promedio: son los que compran con regularidad y que evidencian satisfacción en el servicio prestado.

Cliente ocasional: es el que no realiza compras muy a menudo o casi nunca lo hacen.

1.4 Proveedor

Se aplica a la persona o empresa que provee o abastece a otra persona o a otra empresa de lo necesario o conveniente para un fin determinado.

1.5 Producto

Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad. El producto es parte de la mezcla de un marketing de la empresa, junto al precio, distribución y promoción, lo que conforman las 4 Ps.

En marketing producto se entiende por los siguientes elementos:

Elementos tangibles: son todos aquellos elementos físicos.

Los intangibles: por ejemplo aquellos que se producen y consumen al mismo tiempo.

Personas: se aplica a los profesionales en las distintas aéreas.

Lugares: como ciudades, países, parques, bosquesu otros.

Instituciones: universidades, fundaciones empresas (no sus bienes y servicios)

Ideas: abarca proyectos de negocios, proyectos sociales, hasta proyectos internos dentro de una organización.

1.6 Plaza

Define donde comercializar el producto que se ofrece. Considera el manejo efectivo de los canales logísticos y de venta para lograr que el producto llegue al lugar, en el momento y en condiciones adecuadas. Los canales de distribución hacen llegar el producto al comprador potencial.

Merchandising: cuyo significado es mercancía y acción, o micro mercadotecnia, es la parte de la mercadotecnia que tiene por objeto aumentar la rentabilidad, actividades que estimulan la compra y el conjunto de estudios y técnicas comerciales que permiten presentar el producto o servicio en las mejores condiciones, tanto físicas como psicológicas al consumidor final. Cuyo objetivo es llamar la atención, dirigir al cliente hacia el producto, facilitar la acción de compra.

1.7 Requisitos legales para la inscripción de una empresa comercial individual

Es necesario aclarar que inscribirse como comerciante Individual no implica inscribir una empresa. El comerciante, como persona individual puede ejercer actividades comerciales, pero no ha registrado la Empresa como tal. Por lo tanto para inscribir una empresa se hace necesario realizar una serie de trámites legales establecidos por la ley.

El artículo 112 literal b. del código tributario establece que tanto contribuyente como empresa deben inscribirse en los registros respectivos de acuerdo a la ley, aportando los datos y documentos necesarios y comunicar las modificaciones actuales o posteriores de los mismos. La persona que opta por realizar el proceso de inscripción de su empresa individual deberá llenar los distintos formularios exigidos y realizar paso a paso cada uno de los trámites que exigen las distintas instituciones, entre los cuales se encuentran:

- Tramites en el Registro Mercantil
- Tramites en la SAT
- Tramites en el IGSS

Tramites en el Registro Mercantil

Una de las obligaciones que tiene la persona como comerciante ante la ley es la de inscribirse tanto ella como a su empresa en el Registro Mercantil, ya que dicho registro tiene como finalidad

dar seguridad jurídica al titular del derecho frente a terceros a partir del momento de la inscripción.

El Registro Mercantil es la institución administrativa que tiene por objeto a través de su inscripción, la publicidad de los datos referentes a los empresarios mercantiles, a las empresas y establecimientos, a los hechos y relaciones jurídicas de importancia para el tráfico mercantil.

De acuerdo al artículo 334 del código de comercio, todos los comerciantes individuales que tengan un capital de dos mil quetzales o más quedan obligados a inscribirse en el registro mercantil.

Requisitos para inscribirse como comerciante individual

La inscripción del comerciante individual se hará mediante declaración jurada del interesado, consignada en formulario con firma autenticada, que comprenderá:

- 1°. Nombres y apellidos completos, edad, estado civil, nacionalidad, domicilio y dirección.
- 2°. Actividad a que se dedique.
- 3°. Régimen económico de su matrimonio, si fuere casado o unido de hecho.
- 4°. Nombre de su empresa y sus establecimientos y sus direcciones.
- 5°. Fecha en que haya dado principio su actividad mercantil.

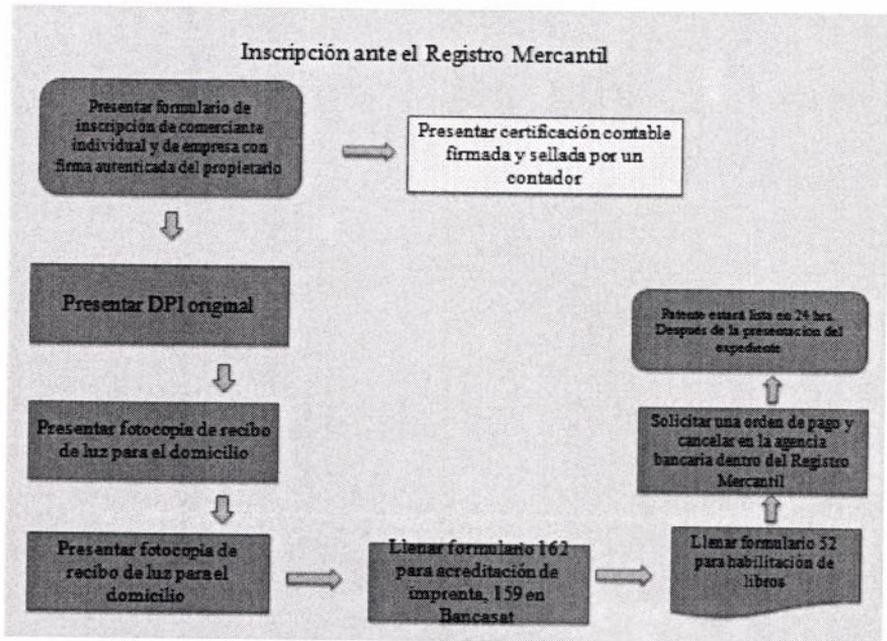
* Importante: el registrador razonará el Documento Personal de Identificación (DPI) del interesado.

Requisitos para inscribir la empresa o establecimiento

- 1°. Nombre de la empresa o establecimiento.
- 2°. Nombre del propietario y número de su registro como comerciante.

- 3°. Dirección de la empresa o establecimiento.
- 4°. Objeto y nombres de los administradores o factores.

Flujograma de inscripción ante el Registro Mercantil



Trámites en la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT)

Al concluir los trámites exigidos por el Registro Mercantil, los interesados en inscribir su empresa, deberán realizar las gestiones correspondientes en la Superintendencia de Administración Tributaria, tales como:

- * Inscripción en el Registro Tributario Unificado (RTU) para que le extiendan el número de Identificación Tributaria (NIT) en el caso de los comerciantes individuales
- * Registro de los propietarios
- * Inscripción de la empresas mercantil individual
- * Autorización y habilitación de libros

Formulario para la inscripción de la empresa individual

Para la Inscripción de Empresa Individual, el trámite establece que el interesado deberá presentarse al edificio de la Superintendencia de Administración Tributaria –SAT-, en una de las ventanillas del Departamento de Registro Tributario Unificado (RTU) y solicitar inicialmente el Formulario de Inscripción y actualización de información de Contribuyentes en el Registro Tributario Unificado (SAT- No. 0014) cuyo valor es de Q.1.00

Habilitación de libros

Según lo establece la ley, el nuevo empresario y contribuyente deberá “Llevar los libros y registros referentes a las actividades y operaciones que se vinculen con la tributación” Los pequeños Contribuyentes deberán habilitar o llevar un libro de compras y ventas del pequeño contribuyente. En el caso de los comerciantes con activo total mayor de Q25, 000.00 deberán llevar los libros siguientes:

- | | | | |
|-----------|-----------------------|--------------|----------|
| * Compras | * Ventas | * Inventario | * Diario |
| * Mayor | * Estados financieros | | |

En caso de los comerciantes cuyo activo sea menor a Q25, 000.00 está obligado a llevar los libros siguientes:

- * Inventario

* Caja

* Importante: los libros deben mantenerse en el domicilio fiscal del contribuyente. Para continuar el trámite de la inscripción tiene que ir nuevamente al Registro Mercantil para que le sean autorizados sus libros contables.

Artículo 112 “Obligaciones de los contribuyentes y responsables”, literal a. Código tributario de Guatemala.

* Procedimiento para habilitar los libros contables en la SAT

* Obligaciones de los contribuyentes

* Llevar los libros y registros referentes a las actividades y operaciones que se vinculen con la tributación.

* Presentar las declaraciones que correspondan y formular las ampliaciones o aclaraciones que les fueren solicitadas.

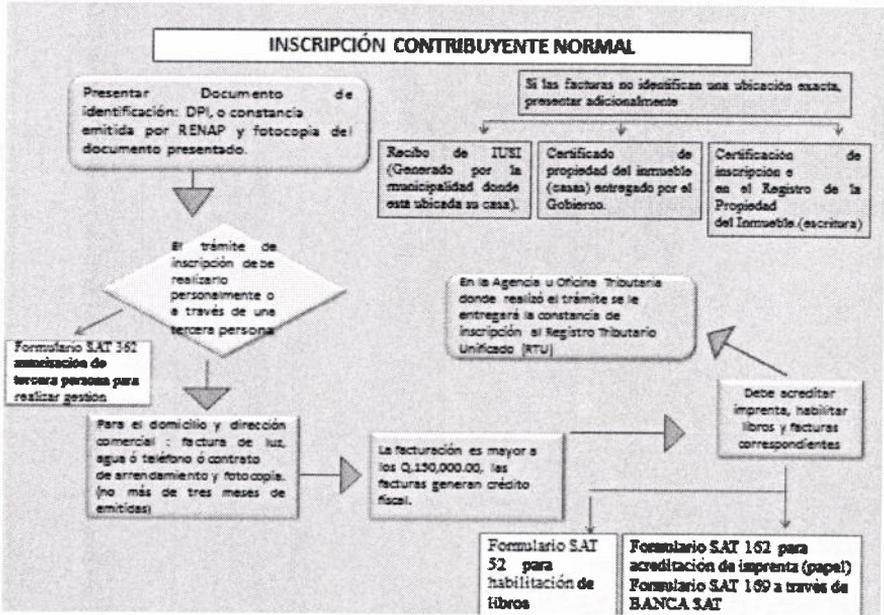
* Facilitar a los funcionarios fiscales autorizados, las inspecciones o verificaciones en cualquier local, establecimientos comerciales o industriales, oficinas, depósitos contenedores, cajas registradoras y archivos, así como camiones, tanques, buques, aeronaves y otros medios de transporte.

* Permitir que la Administración Tributaria revise las declaraciones, informes y documentos, comprobantes de mercaderías, relacionados con hechos generadores de obligaciones tributarias

* Comunicar cualquier cambio de la situación tributaria de los contribuyentes o responsables.

* Proporcionar a la Administración Tributaria la información que le requiera referente a actos, contratos u otros hechos o relaciones mercantiles con terceras personas.

Flujograma, trámites ante la Superintendencia de Administración Tributario (SAT)



Trámites en el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social (IGSS)

Al concluir este proceso en el registro Mercantil y en la SAT, el dueño de la nueva empresa individual, deberá de inscribir a sus empleados en el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social –IGSS–

El 30 de Octubre de 1946, el Congreso de la República de Guatemala, emite el Decreto número 295, "LA LEY ORGANICA DEL INSTITUTO GUATEMALTECO DE SEGURIDAD SOCIAL". Se crea así "Una Institución autónoma, de derecho público de personería jurídica propia y plena capacidad para adquirir derechos y contraer obligaciones, cuya finalidad es aplicar en beneficio del pueblo de Guatemala, un Régimen Nacional, Unitario y Obligatorio de

Seguridad Social, de conformidad con el sistema de protección mínima" (Cap. 1º, Art. 1º). Se crea así un Régimen Nacional, Unitario y Obligatorio. Esto significa que debe cubrir todo el territorio de la República, debe ser único para evitar la duplicación de esfuerzos y de cargas tributarias; los patronos y trabajadores de acuerdo con la Ley, deben de estar inscritos como contribuyentes, no pueden evadir esta obligación, pues ello significaría incurrir en la falta de previsión social.

¿Dónde se puede inscribir un patrono?

El documento requerido en Inscripciones Patronales de cualquier naturaleza o tipo de organización es la constancia extendida por un Perito Contador, en la citada constancia debe de indicarse lo siguiente:

1. Fecha (día-mes-año), en que se ocupó el mínimo de trabajadores o más que obliga al patrono a inscribirse.
2. Total de Trabajadores con los cuales se dio la obligación en la fecha señalada.
3. Monto devengado en salarios por el total de trabajadores indicados, en el período base de la inscripción.

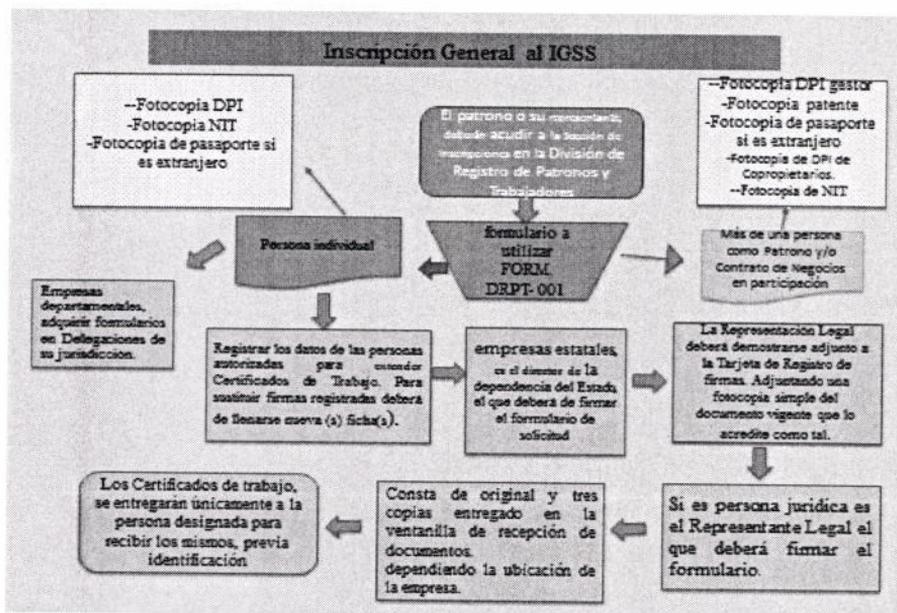
Empresas individuales que están obligadas al pago de IGSS

* **Empresas ubicadas en el departamento de Guatemala:** al emplear los servicios de 3 trabajadores el patrono se encuentra obligado a inscribir su empresa en el Régimen de Seguridad Social, debiendo descontar la cuota laboral correspondiente a sus empleados posteriormente a la inscripción de cada uno de ellos.

Las empresas de transporte terrestre, quedan obligadas a inscribir la Empresa en el Régimen de Seguridad Social, cuando ocupen 1 ó 2 trabajadores.

* Empresas ubicadas en el resto de departamentos de la República de Guatemala: en el caso de estas empresas, al emplear los servicios de 5 trabajadores el patrono está obligado a inscribir su empresa en el Régimen de Seguridad Social, debe descontar la cuota laboral correspondiente a sus empleados, posterior a la inscripción.

Flujograma de inscripción ante el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social (IGSS)



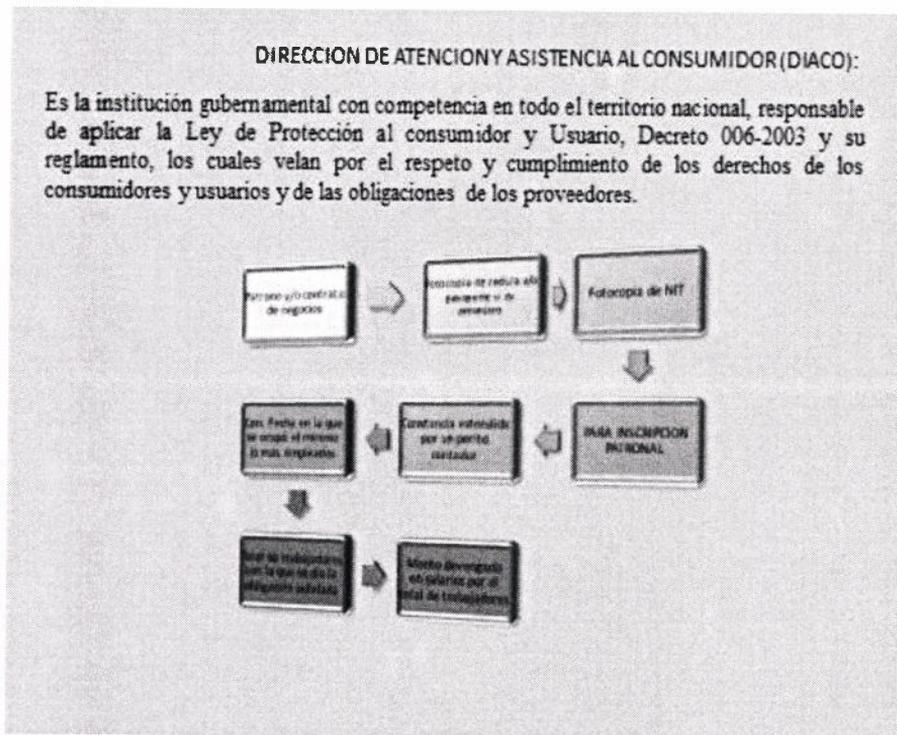
1.8 Inspección de trabajo

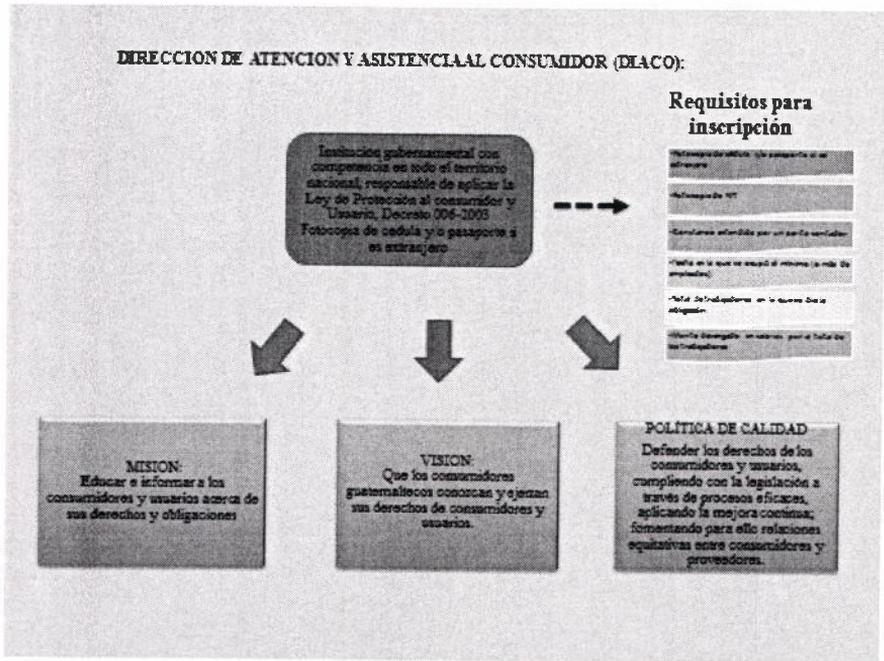
Esta es una institución encargada de velar por el cumplimiento de los derechos y obligaciones laborales, mediante la fiscalización, conciliación y asesoría profesional tanto a trabajadores como a patronos; la inspección de trabajo es la encargada de resolver con celeridad y acierto lo que surge con motivo de la aplicación de las leyes laborales, cuya finalidad es la búsqueda de la armonía en los centros de trabajo.

* La inspección de trabajo establece que el nuevo patrono debe cumplir con las siguientes obligaciones:

Contrato de trabajo, Feriados y permisos, jornada de trabajo y descansos, protección a la maternidad y derechos paternos, protección a los trabajadores y organización interna, remuneraciones, asignaciones y cotizaciones.

1.9 Qué es y cuál es la función de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO)





1.10 Reglamento interno de trabajo

1.10.1 Disposiciones generales

Dentro del presente reglamento que busca satisfacer las necesidades de la empresa pero a su vez la integridad de los trabajadores se formula de conformidad con lo establecido dentro del código de trabajo en la sección del Título II Capítulo IV. Artículos 57 al 60, con el objetivo de regular las condiciones precisas y obligatorias que regirán las prestaciones de servicios y realizaciones concretas del trabajo, de los trabajadores de la empresa: Abarrotería La Frontera

1.10.2 Condiciones de ingreso

Para dar inicio a la relación laboral entre trabajadores y empleador, se deberá formalizar este vínculo a través de la elaboración de un contrato individual de trabajo, de conformidad con las leyes laborales respectivas, y una vez el trabajador cumpla con los requisitos establecidos por la empresa.

Los dos primeros meses de trabajo se consideran de prueba conforme a la ley lo establece, salvo que por mutua conveniencia las parte involucradas pacten un periodo menor.

El empleador o empleado durante el periodo de prueba puede dar por terminado el contrato, por su propia voluntad, con justa causa o sin ella sin incurrir en responsabilidad alguna. Por lo que durante dicho periodo la terminación de la relación laboral se produce sin responsabilidad de las partes.

Toda persona para ingresar como trabajador en la empresa deberá de cumplir con los requisitos siguientes:

- a) Ser mayor de edad, presentar cedula de vecindad.
- b) Llenar una solicitud de empleo en los formularios que la empresa para tal efecto le proporcionara. Deberá rellenar todos los renglones, contestar con veracidad a todas y cada una de las preguntas.
- c) Demostrar su capacidad para el trabajo que solicita, sometiéndose a las pruebas que la empresa determine. La calificación de dichas pruebas es inapelable y la selección del personal es un derecho de la empresa.
- d) Carecer de antecedentes penales y policiaicos.

Toda persona que desee ingresar a laborar a la Abarrotería La Frontera, está obligada a llenar una solicitud en el formulario aprobado por la empresa, en el cual se pide información relativa a la educación, experiencia laboral, aptitudes y aspiraciones del interesado.

Se exigirá que el solicitante proporcione referencias sobre sus condiciones como persona y como trabajador, cartas de recomendación personal, extendidas y firmadas por personas honorables, constancias laborales, de las empresas en donde laboro con anterioridad, cuatro fotografías recientes; hasta una vez se les notifique que ha sido contratado.

Los trabajadores contratados a plazo fijo o para obra determinada terminarán su relación laboral con la empresa al vencimiento del plazo estipulado o conclusión de la obra para el que fueron contratados, sin responsabilidad para las partes.

1.10.3 Jornada laboral de todo el personal

1. Hora de entrada 8:00 am.
2. Salida 17:00 horas.
3. El descanso y hora de almuerzo será de 12:00 a 13:00 horas.

1.10.4 Intereses particulares

Los trabajadores que por asuntos de interés particular necesiten licencias o permisos para no concurrir a sus labores, lo solicitaran al empleador o jefe inmediato personalmente o por escrito y con la suficiente anticipación, debiendo el trabajador expresar el motivo que justifique este permiso para los efectos de su calificación.

Una vez examinada la solicitud el responsable con facultad para la autorización, en caso de considerarla, deberá ser expreso y además deberá indicar si se concede con o sin goce de salario. Sin esta constancia escrita el trabajador no podrá dejar de asistir al trabajo, y caso de que no asistiera la empresa podrá tomar las medidas disciplinarias pertinentes, perdiendo además el derecho al pago del día de trabajo.

La empresa se compromete a conceder las siguientes licencias de descanso con goce de sueldo:

- a) Cuando ocurriere el fallecimiento del cónyuge o de la persona con la cual estuviese unida de hecho al trabajador, o de los padres o hijos, tres días.
- b) Cuando contrajera matrimonio, cinco días.

- c) Por nacimiento de hijo, dos días.
- d) Para responder a citaciones judiciales, por el tiempo que tome la comparecencia y siempre que no exceda de medio día dentro de la jurisdicción y un día fuera del Departamento de que se trate.
- e) Por desempeño de una función sindical, siempre que ésta se limite a los Miembros del Comité Ejecutivo y no exceda de seis días en el mismo mes calendario, para cada uno de ellos. No obstante lo anterior el patrono deberá conceder licencia sin goce de salario a los miembros del referido Comité Ejecutivo que así lo soliciten por el tiempo necesario para atender las atribuciones de su cargo.

El patrono está obligado a pagar el día de descanso semanal, aun cuando en una misma semana coincidan uno o más días de asueto, y así mismo cuando coincida un día de asueto pagado y un día de descanso semanal.

1.10.5 Peticiones y Reclamos

Todo trabajador de la empresa podrá formular reclamos y peticiones relacionados con las condiciones de trabajo. Estos reclamos podrán hacerse verbalmente o por escrito ante el jefe inmediato si los asuntos son de carácter colectivo o de interés general, podrán gestionarlo por medio de tres representantes debidamente facultados para aceptar cualquier decisión que se adopte.

En el caso que no puedan ser resueltos inmediatamente los reclamos o peticiones se deberá notificar a los trabajadores lo resuelto en un tiempo no mayor de quince días.

1.10.6 Obligaciones de los trabajadores

Son obligaciones de los trabajadores de la empresa Abarrotería La Frontera, además de las que determina el Código de Trabajo, las siguientes:

1. Ejecutar los trabajos para los que hayan sido contratados y los que le asigne el gerente o jefe inmediato, con toda diligencia y máxima eficiencia.

2. Seguir las instrucciones recibidas de parte de sus jefes inmediatos para el desempeño de las labores encomendadas.
3. Desempeñar cualquier obligación contraída en la empresa bajo las condiciones contratadas y con todo sentido de responsabilidad y cooperación.
4. Guardar los secretos técnicos, comerciales y financieros de la empresa.
5. Mantener una conducta ejemplar y los principios de moralidad en el centro de trabajo.
6. Mantener en buen estado las herramientas, útiles, vehículos, otros. Todo equipo de la empresa que le fuera entregado para su uso.
7. Guardar el debido respeto a sus superiores y jefes inmediatos y prestar toda colaboración necesaria a sus compañeros de trabajo y personal en general.
8. Atender con buenos modales y consideración a la clientela de la empresa.
9. Presentarse diariamente a sus labores cuidando de su aseo y aspecto personal.
10. Llenaran los reportes respectivos en las jornadas establecidas.
11. El desacato a las ordenes e indisciplina se amonestará, al acumular tres llamas de atención se le suspenderá 5 días sin goce de salario.
12. Los empleados deberán portar el uniforme que se le asigne identificado con el logo de la empresa.
13. Queda totalmente prohibido el uso de sustancias nocivas para la salud como licor y drogas dentro y fuera de la empresa, cabe recalcar que el incumplimiento causará el despido inmediato por parte de la empresa.

1.10.7 Obligaciones de la empresa

La empresa con el fin de brindarles un ambiente agradable a sus empleados se compromete a cumplir, además de las obligaciones que establece el Código de Trabajo y disposiciones legales en vigor, se determinan las siguientes obligaciones:

- a) Considerar a los trabajadores absteniéndose de malos tratos de palabra o de obra.
- b) Cancelar a los trabajadores sus salarios.

- c) Conceder a los trabajadores el tiempo necesario para el ejercicio del voto a las elecciones populares sin reducción de salario.
- d) Hacer las deducciones que autorice la ley, de los salarios de los trabajadores.

Estas obligaciones de la empresa hacia sus trabajadores fueron creadas buscando el beneficio de los empleados, para que estos al momento necesario tengan fundamento para hacer valer sus derechos.

1.10.8 Contrato de trabajo

CONTRATO DE TRABAJO	
En _____	a _____ de _____ Año _____
entre don _____	R.U.T. _____ con domicilio
en _____	calle _____ N° _____
y don _____	R.U.T. _____ de nacionalidad _____
nacido el _____ de _____ Año _____	domiciliado en calle _____
N° _____ de estado civil _____	y procedente de _____
<p>se ha convenido en el siguiente CONTRATO DE TRABAJO, para cuyos efectos las partes convienen denominarse, respectivamente, EMPLEADO Y TRABAJADOR.</p>	
<p>1° El Trabajador se compromete a ejecutar el trabajo de _____ (Indicar Concisamente) _____ en el establecimiento de _____ (Indicar el año del Negocio) _____ denominado _____ (Ciudad o Lugar) _____ y ubicado en _____ calle _____ N° _____ pudiendo ser trasladado a otro domicilio, o labores similares, dentro de la ciudad, por causa justificada, sin que ello importe menoscabo para el Trabajador.</p>	
<p>2° La jornada de trabajo será la siguiente _____</p>	
<p>3° El tiempo extraordinario se pagará con el recargo legal y se cancelará conjuntamente con el respectivo sueldo.</p>	
<p>4° El Empleador se compromete a remunerar al Trabajador con la suma de \$ _____ (En Letras) _____ como sueldo fijo por _____ (Unidad de Tiempo) _____ además se asigna al Trabajador una comisión de _____ (Especificar cantidad e indicar sobre que se basa) _____</p>	
<p>Las remuneraciones se pagarán _____ por _____ periodos vencidos, en dinero en efectivo, moneda nacional y del monto de ellas el Empleador hará las deducciones que establecen las leyes vigentes.</p>	
<p>5° El Empleador se compromete a suministrar al Trabajador los siguientes beneficios que aprecian las partes en la forma que se indica: (casa, luz, alimentación, combustible, etc.) _____</p>	
<p>6° El presente contrato durará _____ (Indicar el tiempo de duración o si este es indefinido) _____ y podrá ponerse término cuando concurren para ello causas justificadas que, en conformidad a la ley, puedan producir su caducidad, o sea permitido dar al Trabajador el aviso de desahucio con 30 días de anticipación, a lo menos.</p>	
<p>7° Se entienden incorporadas al presente contrato todas las disposiciones legales que se dicten con posterioridad a la fecha de suscripción y que tengan relación con él.</p>	
<p><input type="checkbox"/> Se deja constancia que don _____ ingreso al servicio el _____ de _____ Año _____</p>	
<p>_____ FIRMA DEL TRABAJADOR</p>	<p>_____ FIRMA DEL EMPLEADOR</p>
<p>_____ CED. NAC. IDENTIDAD</p>	<p>_____ CED. NAC. IDENTIDAD R.U.T.</p>

Capítulo 2

2. Metodología

2.1 Tipo de investigación

El desarrollo de esta etapa que se trata de la recopilación de datos, se utilizó el método inductivo que puede distinguirse en cuatro pasos esenciales: la observación general del mercado objetivo para su registro; la clasificación y el estudio de cada indicador; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización; y la contrastación.

Con esta metodología se recolectan los datos de mayor impacto para interpretar y solucionar el problema o necesidad.

2.2 Sujetos de la investigación

La observación directa se llevó a cabo en los negocios existentes en las aldeas El Prado y Playitas, aldeas donde se realizan la compraventa de los productos de consumo diario al por mayor y menor. La aplicación de esta técnica de estudio fue de acuerdo a los días de mercado que la comunidad Playitas tiene asignado.

La metodología de evaluación se basó en los siguientes estudios:

- ✓ Estudio de mercado
- ✓ Estudio administrativo
- ✓ Estudio financiero
- ✓ Estudio de la viabilidad

2.3 Instrumento

Para poder recopilar la información de manera precisa y exacta se hizo uso de los instrumentos siguientes:

- ✓ observación directa
- ✓ entrevista
- ✓ análisis FODA

2.4 Procedimientos

A través de un cronograma de actividades se inició el estudio del proyecto donde se hizo uso de la técnica de observación directa que consiste en mirar detenidamente el mercado objetivo en su totalidad, clasificar y registrar cada indicador que se presente en el desarrollo del estudio.

Se realizó entrevistas en los diferentes negocios de forma aleatoria y en seguida se procedió al desarrollo del análisis FODA para poder establecer un criterio de resultado y propuesta de solución.

2.5 Aporte esperado

Al municipio

Contribuir al crecimiento económico del municipio de Ixcán, a través del acceso inmediato de productos de consumo diario a un precio justo y accesible que abarrotería La Frontera ofrecerá para la población de la microrregión V.

A la seguridad

Con la ejecución de la propuesta de solución o mejora del presente estudio se pone en práctica el objetivo estratégico, que consiste en minimizar el riesgo de accidentes y muertos que han ocurrido al momento de cruzar el río Chixoy en lancha para poder realizar las compras de productos de consumo diario.

A la Universidad

Que el presente proyecto contribuya al enriquecimiento de los futuros graduandos de la facultad de Ciencias Económicas, proporcionando un valor agregado al conocimiento profesional y que sirva como instrumento de consulta para la creación de nuevos proyectos productivos.

Al país

Sirva como ejemplo y de reflexión a los habitantes de Guatemala, que existe una infinidad de oportunidades de cómo crecer en la economía de forma honrada sin necesidad de tener vínculos con agrupaciones delincuenciales.

Capítulo 3

3. Análisis de resultados

3.1 Análisis FODA: análisis de las fuerzas competitivas, internas y externas.

Fortalezas

- ❖ Productos de buena calidad
- ❖ Precios competitivos
- ❖ Buena ubicación
- ❖ Atención y servicio al cliente adecuada
- ❖ Variedad de productos
- ❖ Conocimiento sobre las ventas de productos y necesidades de los clientes
- ❖ Conocimiento en el manejo de la atención a clientes con calidad
- ❖ Control de ingresos y egresos de los productos que se ofrecen
- ❖ Control de calidad en cuanto a los productos
- ❖ Capital propio.

Oportunidades

- No hay mucha competencia en la aldea
- Existe oferta de recursos humanos en la región para las plazas a crear
- Proveedores disponibles
- Posibilidad de crecer entre otros sectores
- Decidir sobre los precios
- Aumentar el número de clientes
- Ser una empresa minorista y mayorista

Debilidades

- Falta de infraestructura para el funcionamiento y establecimiento del negocio.
- La empresa aun es desconocida
- Competencia en cuanto a los precios

Amenazas

- Desastres naturales
- Que surjan nuevas empresas similares
- Ventas ambulantes
- Riesgo en cuanto al transporte de los productos
- Productos perecederos y vencidos
- Alza del precio de los productos
- Proveedores que no tengan los productos requeridos y entreguen después del tiempo justo
- Clientes sin capacidad de pagos y solicitan productos a crédito

Factores Internos	
Factores internos	<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Productos de buena calidad ➤ Precios competitivos ➤ Buena ubicación ➤ Servicios y atención adecuada ➤ Variedad de productos ➤ Conocimiento sobre las ventas de productos y necesidades de los clientes ➤ Conocimiento en el manejo de la
	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Falta de infraestructura para el funcionamiento y establecimiento del negocio ➤ La empresa aun es desconocida ➤ Competencia en cuanto a los precios ➤ El alto costo de la canasta básica.



		<p>atención a clientes con calidad</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Control de ingresos y egresos de los productos que se ofrecen ➤ Control de calidad en cuanto a los productos ➤ Capital propio 	
Factores Externos	OPORTUNIDADES	Estrategia F.O.	Estrategia D.O.
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No hay mucha competencia en la aldea ➤ Oferta de recurso humano a contratar ➤ Proveedores disponibles ➤ Posibilidad de crecer entre otros sectores ➤ Decidir sobre los precios ➤ Aumentar el número de clientes ➤ Ser una empresa minorista y mayorista 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacitaciones periódicas para personal con respecto a la atención al cliente ➤ Publicar a la población la ubicación de la empresa ➤ Realizar promociones de productos en épocas festivos 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Evaluar conocimiento del personal sobre los productos ➤ Compensar la falta de experiencia con una buena atención y precios favorables. ➤ Generar precios más cómodos a clientes activos y frecuentes ➤ Establecer productos económicos para clientes con alcances económicos más limitados. ➤ Cotizar costos con diferentes proveedores
	AMENAZAS	Estrategia F.A.	Estrategia D.A.
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Desastres naturales ➤ Que surjan nuevas empresas similares ➤ Ventas ambulantes ➤ Riesgo en cuanto al transporte de los productos ➤ Productos perecederos ➤ Alza y baja de precio de los productos 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dentro de la empresa clasificar los productos de mayor movimiento para llevar un mejor control en los ingresos que los competidores ➤ Dar a conocer las ventajas de los productos ofrecidos con respecto a otros. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mantener un inventario de los productos generales. ➤ Mantener un control de calidad sobre productos adquiridos. ➤ Consultar sitios electrónicos de empresas similares para analizar sus estrategias y políticas. ➤ Dar a conocer a clientes en cuanto a la calidad y

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Proveedores que no tengan los productos requeridos y entreguen fuera de tiempo ➤ Clientes sin capacidad de pagos y soliciten productos a crédito. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ofrecer atención personalizada a los clientes para hacerlos sentir a gusto y atraerlos. ➤ Promocionar los productos mediante publicidad. ➤ Motivar al cliente con descuentos especiales. 	<p>fecha de vencimiento de los productos.</p>
--	--	--	---

3.2 Análisis de Porter

Establecer las fuerzas que influyen en la competencia del sector de la economía y el reordenamiento en cinco grupos que constituyen las cinco fuerzas de análisis.

3.2.1 Amenaza de entrada de nuevos competidores

La región donde estará instalada la empresa se encuentra a unos 50 kilómetros de la cabecera municipal de Playa Grande Ixcán y a unos 5 kilómetros de la aldea Playitas.

La aldea El Prado es área rural, no cuenta con infraestructura de mercado, los pequeños competidores existentes operan en sitios ajenos, no cuentan con capacidad económica para ampliar su cobertura de mercado, la comunidad está bien organizada y no permiten el ingreso e instalación de un negocio que el dueño no sea residente de la aldea, por lo que se considera difícil la entrada de nuevos competidores y si el caso fuese así, la empresa cuenta con capacidad competitiva en el mercado, cuenta con el capital necesario y local propio para la operatividad y el propietario es de la región es conocido por la comunidad, dedicará el tiempo necesario para posicionar en el mercado a corto plazo, logrando así los objetivos de la empresa.

3.2.2 El poder de negociación de los proveedores

La empresa se dedicará a la venta de productos de consumo diario, cumpliendo los requisitos de una abarrotería. Los proveedores tienen cobertura de reparto en la aldea Playitas y en la cabecera municipal de Ixcán por lo que el poder de negociación de los proveedores no varía el precio de los productos, se hará convenio con ellos para que lleguen a dejar el pedido a la localidad de la empresa a crear.

La evolución de los precios será a nivel de mercado general, los precios de los productos para los consumidores no varía, al contrario saldrán favorecidos porque evitarán el pago de pasajes, costo en tiempo para realizar las compras en la aldea Playitas.

3.2.3 El poder de negociación de los compradores

El mercado es atractivo para la empresa, los clientes no están organizados y no van a estar, las pequeñas competencias no podrán disminuir precios porque sus proveedores son todas las tiendas de la aldea Playitas y no cuentan con convenios con proveedores mayoristas y directos de fábricas, esta lista de debilidades la empresa aprovechará para mantener los precios competitivos, los clientes no tienen opciones para disminuir precios.

La utilidades de la empresa mantendrá, los clientes serán fidelizados a través de la aplicación de las diferentes estrategias y técnicas de ventas, captación de clientes y atención personalizada.

3.2.4 Amenaza de productos sustitutos

La abarrotería La Frontera tiene capacidad de adquirir la variedad de productos con los diferentes proveedores de acuerdo a las exigencias de los clientes de manera que los clientes y competidores no tengan la opción de decidir sobre los precios.

Los tres pequeños competidores con ventas por unidades, de acuerdo al estudio realizado sí venden productos de la misma fábrica y con precios altos. Estos competidores no ofrecen buena atención a los clientes, los productos en malas condiciones y/o vencidos.

La amenaza de productos sustitutos no afectará a la empresa, se dedicará a la venta de productos de consumo diario, contará con diversidad de productos y a los mejores precios, no es una empresa de producción y/o fábrica.

3.2.5 Rivalidad entre los competidores

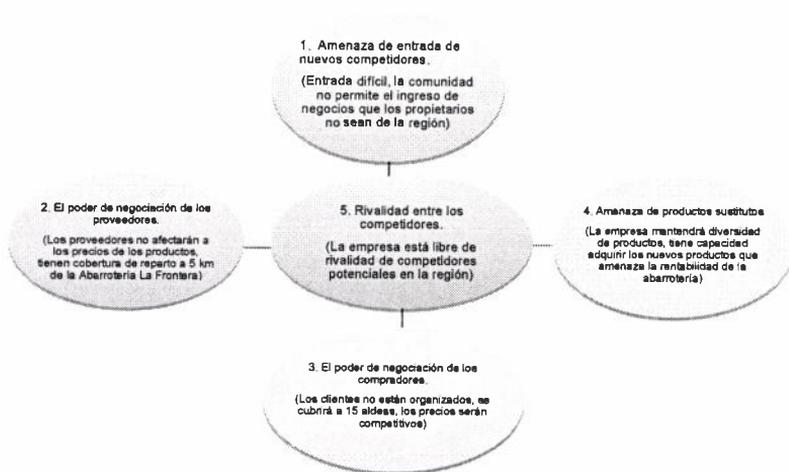
La aldea de operaciones de la empresa está libre de competencia de negocios bien posicionados, con capacidades económicas.

Para la Abarrotería La Frontera será muy fácil posicionarse en el mercado, a parte que está libre de competidores potenciales, no enfrentará la guerra de precios y publicidades agresivas, los clientes exigen iniciar las operaciones de forma inmediata, así satisfacer las necesidades y demanda existente en la región.

Es importante mencionar, que, abarrotería La Frontera realizará cotizaciones, negociaciones e investigaciones de nuevos productos y proveedores de forma oportuna con el fin de mantener la información actualizada de los precios y evitar el alza sin justificación alguna de parte de algunos de los proveedores, mantener y atraer a los clientes de la abarrotería.

Los precios de los productos que ofrecen los proveedores son clave para la competitividad y vida de la abarrotería La Frontera.

Aunque las competencias existentes de baja capacidad fueran a copiar las técnicas y estrategias de ventas, se implementarán nuevas estrategias y valor agregado al servicio esto con el fin de ser más competitivo y único en la región. El espíritu de competitividad debe prevalecer en la abarrotería La Frontera de forma constante.



3.3 Análisis de mercado:

La investigación de mercado es el instrumento que posibilita a la empresa conocer el mercado donde va a ofrecer los productos y facilita la verificación de la aceptación de la empresa, que permite aproximar a la determinación de la demanda esperada y conocer los aspectos cuantitativos y cualitativos de la misma y define quienes van a ser los posibles clientes, trata de averiguar con el mayor detalle posible sobre sus ingresos, sexo, edad, educación. Así mismo determina si los clientes son potenciales o no y el poder adquisitivo de cada uno de ellos y ¿qué tipo de publicidad es necesario realizar?, ¿qué política de precios a utilizar? ¿Qué piensan los clientes potenciales de los productos que se va a ofrecer?, ¿Cómo perciben los atributos de los productos que se va a ofrecer?, ¿Cuáles son los puntos débiles de esos productos o servicios que se brindará?, Esto permite mejorar los productos y hacerlos más atractivos para los clientes.

La investigación permite saber en qué mercado va a actuar la abarrotería, que parte de ese mercado tiene posibilidades de atender, quiénes son los competidores, quiénes y en qué cantidades van a comprar el producto, a qué precio y si existe probabilidad de crecimiento de la demanda o por el contrario es un sector que tiende a desaparecer.

Competidores:

En la Aldea El Prado y aldeas circunvecinas existen tres tiendas que se dedican a la venta de productos de consumo diario, los cuales se constituyen como competidores potenciales en ventas al por menor no así por mayor, son los siguientes:

Tienda la **Bendición** está ubicada en la calle principal que conduce a Tres Ríos

Tienda el centro está ubicado en el centro de la comunidad

Tienda La Virgen que está a un costado de la Iglesia Católica

Los competidores potenciales en ventas por mayor se ubican en la aldea Playitas de la jurisdicción municipal de Chisec, Alta Verapaz, donde cada cliente deben pagar un monto promedio de Q. 20.00 en pasaje y 1 día que ocupan para realizar las compras correspondientes.

3.4 Estrategia competitiva (de la empresa a crear)

La estrategia a utilizar será el enfoque de atención al cliente, muchas de las empresas en la actualidad han desatendido este aspecto para tener éxito en todo lo que se proyecta realizar, y para tener productos de primera calidad, ser diferente a otras tiendas competidoras.

Este apartado de análisis de mercado ayudará a determinar la existencia de un mercado para el producto, y mediante la información que se obtenga se podrá diseñar una estrategia de penetración y diferenciación de los mismos para ello se han determinado dos factores de mucha importancia que influyen en la composición y comportamientos de los mercados, dentro de ello está mercado de consumo, los cuales son los que se comercializan bienes que están destinados al consumo individual o familiar dentro de bienes de conveniencia: son bienes de uso común que se compran con frecuencia y requieren un mínimo esfuerzo de decisión, según los bienes de especialidad son los productos que tienen ciertas características que permite considerarlos como únicos y sus consumidores están dispuestos a realizar un gran esfuerzo por adquirirlos.

A continuación se mencionará las siguientes estrategias que lleva como fin principal captar y mantener a los clientes de la abarrotería La Frontera y asegurar el mercado en la región y liderar en todo momento.

- a. **Liderazgo general en costos:** en la abarrotería la principal preocupación en mayor parte es la rentabilidad y la posibilidad de ofrecer productos a un precio bajo y de calidad. Esta estrategia se logra cuando los productos que la abarrotería La Frontera dispondrá a los clientes sean adquiridos al mayoreo con los proveedores y que los mismos proveedores lleguen a dejar las compras a la bodega de la abarrotería La Frontera. De esta manera le permite a la empresa situarse en una posición fuerte ante los competidores, los bajos costos permiten disminuir los precios para nuestros consumidores.
- b. **Estrategia de diferenciación:** con esta estrategia la abarrotería devengará rendimientos mayores, proporciona un aislamiento contra la rivalidad competitiva y aumenta las utilidades. La abarrotería La Frontera mantendrá la diferenciación con ofrecer productos no vencidos, en buenas condiciones, precios cómodos, promoción constante de los productos, buena atención y servicio a los clientes y el establecimiento legal por medio de la creación como una pequeña empresa.
- c. **Concentración o enfoque especializado:** La abarrotería se va a concentrar en la atención de las necesidades particulares de los consumidores individuales de la aldea El Prado y las pequeñas tiendas de las 15 comunidades circunvecinas. Satisfacer a los clientes potenciales será fundamental y se realizará de la mejor manera posible.

Segmentación de mercado

Esta estrategia de marketing ayudará a la abarrotería La Frontera a dividir un amplio mercado objetivo en subconjuntos de consumidores que tienen necesidades y prioridades comunes, identificar a los clientes potenciales y obtener información para lograr posicionar y liderar el mercado.

Selección del criterio de segmentación

La abarrotería La Frontera, utilizará el criterio de las características de los consumidores, ellos son los que buscan los servicios y la atención de la futura empresa, por medio de este apartado se analizará las características, edades, recursos económicos, comodidad y gustos de los consumidores, esto le servirá a la abarrotería para realizar la estrategia de venta y saber hacia dónde enfocar sus ventas de productos.

Selección de la base de segmentación

Se dispone de muchas variables que sirven para fraccionar el mercado general en segmentos significativos. En global se puede clasificar en las siguientes variables:

✓ Segmentación geográfica

Aldea Nueva Providencia

Aldea El Paso

Aldea El Recuerdo

Aldea Santa Cruz

Aldea Esmeralda

Aldea San Jorge

Aldea Nuevo Paraíso

Aldea La Muñeca

Aldea Tres Ríos

Aldea La Paz

Aldea La Reformita

Aldea San Jorge 2

Aldea Las Minas

Lotificación El Paso

Aldea El Prado

✓ Segmentación demográfica

El producto estará clasificado en diferentes grupos con base a variables como señoras, señores y niños entre las edades de 1 mes a 85 años, segmento 1 (niños edades de 0 a 12 años), segmento 2 (damas 13-85 años), segmento 3 caballeros (13-85) y está dirigido de acuerdo a las clases sociales, media, baja y alta.

✓ Segmento Socioeconómico

Dentro de este segmento se enfocará en el ingreso medio, de acuerdo al estudio realizado en esta Aldea existen personas que devengan un ingreso mensual mínimo de Q 1,500.00 en adelante según el tipo de trabajo que realicen.

✓ Segmentación por ocupación

Amas de casa, agricultores, estudiantes de nivel primario, microempresarios.

✓ Segmentación por categoría

Público en general.

✓ Segmentación psicográfica

De acuerdo al estilo de vida de los consumidores, aldea El Prado y las aldeas circunvecinas, cuenta con diferentes niveles socioeconómicos y decisiones. La empresa cuenta con productos que beneficien a todos y que se adecuen a sus ingresos económicos.

✓ Segmentación conductista

Este segmento se caracteriza por adquirir productos que posean mayor calidad, que sean para satisfacer las necesidades que se presente en el hogar, diferentes estilos y diseños de los productos que se va a ofrecer. Este segmento se caracteriza por tener mayor nivel adquisitivo.

Cálculo del tamaño objetivo

Cada mes se tendrá una venta estimada de Q 80,538.50

$Q3097.64 \text{ diarios} \times 26 \text{ días} = Q 80,538.50$

Tamaño del mercado potencial 825 familias

Resumen:

Ventas 1 mes público en general por menor Q. 13,038.50

Ventas 1 mes por mayor 45 miniempresas Q. 67,500.00

Distribución del mercado objetivo con la competencia

Tienda la Bendición está ubicada en la calle principal que conduce a Tres Ríos

Tienda el centro está ubicado en el centro de la comunidad

Tienda La Virgen que está a un costado de la Iglesia Católica.

Objetivo, La abarrotería está orientada en atender las demandas de las amas de casa que son los clientes metas, agricultores, niños y niñas, estudiantes de distintos niveles, profesionales y pequeñas tiendas en las comunidades de cobertura debido que son los clientes de mayor consumo por tal razón a ellos es de ofrecer una atención especializada.

Precio, el precio es un factor importante para la abarrotería “La Frontera” por consiguiente el precio de venta se determina con base a los costos de proveedores, objetivos específicos de la empresa, distancia de las comunidades, entre otros

El precio se adecua al estado del producto a ofrecer, sin descuidar los precios de la competencia para nivelar o reducir en cuanto a los de abarrotería “La frontera” con el objetivo de posicionar dentro del mercado, así mismo no dejar atrás las promociones y descuentos especiales en algunos productos en ocasiones especiales.

Estructura de capital: (cómo estará estructurado)

Al principio, la abarrotería contará con un capital para su apertura, posterior a eso recurrir a préstamos bancarios tales como los servicios financieros que ofrece Banrural, por el bajo costo de los intereses que ofrece así incrementar el capital para poder expandir y responder a las demandas.

Financiamiento del proyecto

Descripción	Total	%
Aporte inicial	Q. 250,000.00	62.50
Préstamo a Institución Bancaria	Q. 150,000.00	37.50
Total	Q. 400,000.00	100.00

Institución	BANRURAL
Tasa de Interés	14%
Años.	5

Está previsto que para financiar el proyecto se tienen fuentes propias constituidas con un aporte inicial Q. 250,000.00 y un financiamiento bancario Q. 150.000.00 a contratarse en BANRURAL a una tasa de interés del 14% anual, pagadero a 5 años.

Ubicación

La empresa está ubicada en la microrregión V, en una aldea denominada El Prado del municipio de Playa Grande Ixcán, es considerada una zona transitable y reconocida por la población en general.

3.5 Área de aprovisionamiento e insumos

3.5.1 Proveedores (descripción de principales proveedores)

Los proveedores que traerán los productos directos son: tienda La Surtidora de Ixcán, Abarrotería el Siglo, tienda y pollería Brenda, tienda El Regalito, quienes se encuentran a 48 kilómetros de la aldea en donde se va a ubicar la abarrotería, y el principal proveedor que se va a elegir es tienda La Surtidora de Ixcán, ellos llegan a dejar el producto hasta la puerta de la abarrotería como un agregado al servicio.

Productos embutidos

Salchichas, longaniza, chorizo, salchichones, serán distribuidos por la empresa Productos Bremen, S.A. con ubicación en el km 5-5 Ruta al Atlántico Zona 07 Guatemala, Guatemala, este proveedor cuenta con vehículos de reparto semanal en toda la república por lo que no se estará pagando fletes y además la aceptación de devoluciones y reemplazo de productos vencidos.

“Productos Ducal S.A” empresa que proveerá todos los productos enlatados como: frijol volteado en lata, jugos grandes y pequeños B-8 y de sabores, salsa ducal, el proveedor de estos productos en mención, cuenta con camiones repartidores que cubren la región de Playa Grande Ixcán.

Diana S.A, ubicada en la ciudad de Guatemala, será la empresa proveedora de los productos de golosinas y galletas de distintas clases de la marca Diana. Cuenta con cobertura de reparto por mayoreo en el municipio de Playa Grande Ixcán.

Las bebidas gaseosas proveerán las empresas Pepsi y Coca cola. Estas dos empresas cuentan con bodega de distribución en la cabecera municipal de Ixcán y camiones repartidores en las comunidades.

También se harán convenios con los siguientes proveedores para diversificar la Abarrotería La Frontera y satisfacer la demanda existente en el mercado.

Boca-deli

Super Cola

Pollo Rey

Azúcar La Montaña

Agua pura Salvavidas

Agua pura Saqhá

Huevos La Granja S.A

Arroz Polochic

Arroz Macarena.

3.5.2 Procedimientos (costos de producción u operación)

Plan de compras por trimestre

Producto	1er. Trimestre	2do. Trimestre	3er. Trimestre	4to. Trimestre
Galletas	Q 32,000.00	Q 4,000.00	Q 6,900.00	Q10,300.00
Maiz	Q 32,965.00	Q 7,410.00	Q 7,125.00	Q 9,500.00
Papel Higiénico	Q 34,980.00	Q 5,720.00	Q 5,830.00	Q 9,570.00
Café en Frasco	Q 39,960.00	Q 2,520.00	Q 2,640.00	Q 8,400.00
Frijol	Q 30,011.55	Q 1,304.85	Q 1,478.83	Q 2,087.76
Varios	Q 30,079.20	Q 4,983.00	Q 5,073.60	Q 5,164.20
Total por trimestre	Q199,999.20	Q 25,938	Q 29,047.60	Q45,022.20
Total de compra durante los 12 meses = Q. 300,000.00				

Compras temporada alta del primer trimestre (enero, febrero y marzo) Q.199, 999.20

Compras temporada normal del segundo trimestre (abril, mayo y junio) Q.25, 938.00

Compras temporada alta del tercer trimestre (julio, agosto y septiembre) Q. 29,047.60

Compras temporada alta cuarto trimestre (octubre, noviembre y diciembre) Q.45, 022.20

Compras en 12 meses= Q. 300,000.00

3.6 Área de comercialización

3.6.1 Plan de mercadotecnia

Productos (alternativas, diversificación)

Los servicios que brindará la abarrotería La Frontera para alcanzar el éxito deben ser la atención personalizada y buen servicio a los clientes existentes, nuevos, amigos y público en general.

La diversificación de los productos de alta calidad se mantendrá en la empresa y los precios de cada uno según la calidad, con el enfoque a la satisfacción de las necesidades y expectativas de cada clientela, sin descartar el valor agregado que se puede ofrecer.

3.6.2 Precio (establecimiento del precio)

Los precios de la gama de productos que se ofrecerá a la clientela y público en general, dependerá de la fluctuación de los precios que ofrecen los proveedores, sin embargo se mantendrá un precio favorable.

A cada producto se calculará un porcentaje de ganancia de acuerdo al costo inicial para definir el precio final ya sea minorista o mayorista.

3.6.3 Plaza (canales de distribución)

En cuanto al mercado o canales de distribución en la abarrotería se dedicará más a la venta de productos ya fabricados por tal razón el canal de distribución será directo con los consumidores finales.

3.6.4 Promoción (campaña publicitaria, promoción de ventas, estrategias de ventas, otros.)

En cuanto a la campaña publicitaria se realizará en los días festivos, realizar unas publicaciones de ventas por días especiales tales como día de las Madres, fiestas de Independencia, entre otras actividades que se realice en la comunidad, y posterior a esto se realizan promociones de ventas semanales, y el enfoque en la atención a clientes, para la aceptación de los servicios que ofrece la abarrotería.

Se mantendrá capacitación constante a los empleados con los temas de: atención a clientes, liderazgo, servicios, valores morales, entre otros.

3.6.5 Estrategias de comunicación (entre consumidores o clientes y la empresa)

Unas de las estrategias de comunicación que la abarrotería ofrecerá y mantendrá con los clientes son: atención personalizada, buen servicio, precios accesibles y productos de alta calidad. Estas cuatro principales estrategias servirán para dar vida a la abarrotería y ser competitiva ante los competidores potenciales en el mercado.

Como parte de la estrategia de comunicación, la abarrotería La Frontera mantendrá a la orden una línea telefónica para una excelente atención al cliente, para pedidos, quejas y sobre todo sugerencias para mejorar cada día.

Capítulo 4

Propuesta de solución o mejora

4.1 Selección y presentación de la idea de la empresa

4.1.1 Descripción de la empresa

La mediana empresa se dedicará a la venta de artículos de consumo diario al por menor y mayor para la región norte del municipio de Ixcán, cubriendo potencialmente a 15 poblados. La ubicación será en la calle principal, lote número 16 de la aldea El Prado.

Todos los productos que se van a ofrecer serán adquiridos con diferentes proveedores de la ciudad capital de Guatemala y otros en la cabecera municipal de Playa Grande Ixcán.

4.1.2 Denominación o nombre de la Empresa:

Abarrotería La Frontera

4.1.3 Eslogan:

Con una tienda de abarrotes cerca de su casa

4.1.4 Tamaño:

Empresa mediana, buscará obtener ganancias del mismo; y estará enfocado a la atención profesional, especializada para atender la demanda; se menciona atención especializada porque los clientes tendrán la opción de solicitar el producto a su criterio, así mismo se buscará la efectividad en cada uno de los servicios. El objetivo principal es situar un negocio rentable, estable, reconocido y líder a nivel local en un principio; con la visión de expansión a nivel comunitario.

4.1.5 Mercado Objetivo:

Público en general, agricultores, establecimientos educativos, amas de casa, niños y mini-tiendas de la región.

4.1.6 Productos

Abarrotería La Frontera, es una empresa que ofrece al público en general la venta de productos de consumo diario, tales como: venta de productos enlatados (sardinas, frijol, jugos), productos lácteos (leche, crema, queso), productos de granos básicos (frijol negro, frijol blanco, arroz,) bebidas gaseosas (coca cola, pepsicola, super cola), agua purificada (saqhá, salvavidas), artículos de limpieza y aseo personal, productos de verdurería, frutas, golosinas de distintas marcas para niños menores de edad al por mayor y menor, con una atención adecuada al cliente para su comodidad y seguridad en cuanto al producto, así mismo sus ventas las realizará en una atención especializada de esta manera de dignificar al cliente.

Además de los servicios especializado y una buena atención para cada uno de los clientes también habrá descuentos en los precios semanales en días de sorpresa de diferentes marcas y calidades, sobre todo disponer productos a costos accesibles.

4.1.7 Diferenciación

La empresa se diferenciará por su calidad, eficiencia, honestidad, precios accesibles, servicio y atención al cliente de calidad para la satisfacción de las necesidades de los clientes, implementa un mejor servicio para clientes exclusivos en donde se les facilita el uso de las tarjetas de crédito, débitos y otras.

4.2 Presentación de la idea

En la actualidad la aldea no cuenta con una abarrotería con diversidad de productos y con una atención adecuada hacia los clientes, por tal razón se ha visualizado la creación de una nueva

abarrotería que cuenta con un amplio surtido de productos que satisface las necesidades de la población en general. La abarrotería tendrá la capacidad de atender la demanda de los clientes quienes llegarán en busca de los productos que se van a ofrecer, la satisfacción de las necesidades de los clientes, y el crecimiento del sector en donde se ubica la abarrotería, en cuanto a la competencia de los servicios, se observa que se cuenta con varios al público pero no se cuenta con una atención y ubicación por la cual se crea la empresa “Abarrotería La Frontera” con el fin de brindar un excelente servicio y producto al cliente y al público en general, productos originales, todo esto le facilita a los consumidores adquirir los productos. La empresa tendrá promociones de acuerdo a la época del año llámese verano, día de las madres, navideñas, festivos patrios entre otros.

La abarrotería “La Frontera” se dedicará a la compra y venta de producto al por mayor y menor ofrecerá al público diferentes marcas de productos de las reconocidas marcas. Se constituirá como una empresa del sector terciario porque su principal elemento es la capacidad humana para realizar trabajos físicos o intelectuales orientándose al comercio desde el inicio será una empresa del contribuyente normal para trabajar con legalidad ante la Superintendencia de Administración Tributaria y en el Código de Comercio en donde dice que todo comerciante que cuanta con dos mil de capital en adelante deberá registrarse en el Registro Mercantil para constituirse como una empresa legal, la entidad será independiente su capital lo aporta únicamente el dueño. El nivel de comercialización será a nivel local, abarca la aldea El Prado y aldeas circunvecinas, su principal objetivo es obtener beneficios lucrativos.

Los Proveedores de los productos son los siguientes: Tienda el Regalito, Pollería Brenda, Abarrotería la Económica, Siglo Veintiuno entre otras empresas que proveen servicios de productos de consumo diario.

4.3 Definición de la empresa

4.3.1 Nombre comercial

Se determinó el nombre comercial Abarrotería La Frontera, el cual fue elegido porque la aldea de ubicación está cerca de la frontera de México, es un nombre llamativo, elegante, a la vez atractivo, permitirá como estrategia para contactar y atraer a los clientes potenciales y nuevos de la región.

En la localidad y/o región no existe otra con este nombre elegante y llamativo.

4.3.2 Logotipo de la Empresa



4.3.3 Aspectos legales o Legalización de la empresa

De acuerdo al artículo 334 del código de comercio, todos los comerciantes individuales que tengan un capital de dos mil quetzales o más quedan obligados a inscribirse en el Registro Mercantil. En Guatemala existen dos procedimientos para llevar a cabo la inscripción de una empresa, uno es el Proceso Tradicional en el cual el interesado realiza todos los trámites legales

de manera individual, y el de Ventanilla Ágil en donde los interesados llevan a cabo el proceso de inscripción a través de un trámite integrado.

Las empresas legales deben estar autorizadas por las autoridades respectivas. El Registro Mercantil y la Superintendencia de Administración Tributaria-SAT- son las principales entidades gubernamentales donde se realizan todas las operaciones necesarias para inscribir y legalizar una empresa.

4.3.4 Localización

Para la ubicación de la abarrotería La Frontera, se encuentra en la Aldea El Prado, jurisdicción municipal de Playa Grande Ixcán departamento de Quiché, a pocos kilómetros y minutos de la frontera de México.



4.3.5 Misión, visión, valores y metas

4.3.5.1 Misión

Empresa dedicada a la satisfacción y desarrollo de los clientes y la comunidad, con productos de consumo diario en buenas condiciones y precios accesibles todo el tiempo.

4.3.5.2 Visión

Ser la empresa líder y auto-sostenible en la microrregión V de Playa Grande Ixcán, en ofrecer con responsabilidad, mejor atención e íntegra productos de consumo diario al por menor y mayor.

4.3.5.3 Valores

Respeto

El personal por encima de todo. Este valor supremo regirá las relaciones entre la abarrotería La Frontera y su interés: clientes, trabajadores, proveedores y comunidad.

Lealtad

El personal interno debe estar comprometido con la empresa en todo momento, con sus objetivos y metas en forma decidida y constante, actuar siempre con honestidad y justicia.

Responsabilidad

Es el compromiso de cumplir las obligaciones del personal a la empresa y la empresa a los clientes, dar siempre lo mejor de cada uno, tomar decisiones justas y a tiempo que ocasionen el mínimo impacto negativo para los afectados.

Trabajo en Equipo

Unir los esfuerzos para el logro de los objetivos en un ambiente de confianza, comunicación permanente y respeto; compartir conocimientos, experiencia e información de interés.

Dignidad: Cada persona es digna como el trabajo es digno, se actuará con excelencia, valorar a los clientes como tal.

4.3.5.4 Metas

Definir e implementar estrategias de ventas de forma oportuna respondiendo las expectativas de crecimiento a un veinte por ciento de la empresa.

Alcanzar un ingreso diario de cuatro mil quetzales en ventas de productos de la abarrotería.

Abarcar el 50% del mercado durante el primer año de operaciones

4.3.6 Objetivos

Objetivo general

Ser una empresa líder y competitiva en el área de micro-región V, que se dedique a la venta de productos de consumo diario al por menor y mayor, vender como meta 966,462.00 quetzales al año, con un mínimo de 15% de ganancia.

Objetivos Específicos

- Iniciar operaciones en la región en un plazo de 3 meses.
- Generar 7 empleos directos en la región.

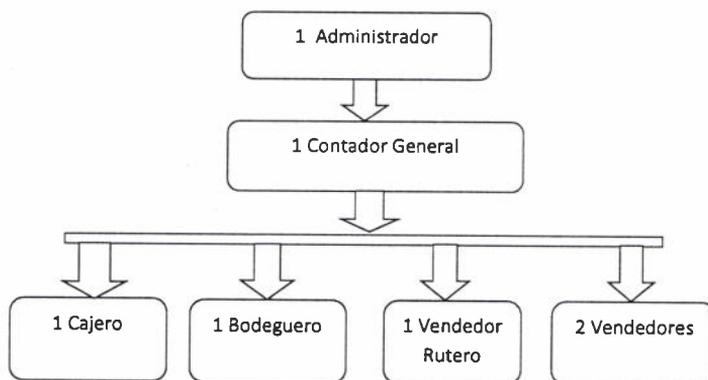
- Aumentar las ventas a un 20% anual.
- Lograr un ingreso de ventas por Q. 80,538.50 al mes.
- Posicionar a la empresa en la región en un plazo de 6 meses.
- Evaluar y desarrollar nuevas estrategias de publicidad para la venta de los productos de la abarrotería a cada tres meses.

4.4 Área de organización y recursos humanos

Es la que comprende cómo está organizado la empresa quienes la integran todo sus funciones de cada colaborador.

4.4.1 Estructura organizacional

La empresa queda estructurada de la siguiente manera; el Administrador como gerente, Contador General, Cajero, Bodeguero, Vendedor Rutero y Vendedores.



Fuente: elaboración propia

4.4.2 Descripción y especificación de puestos detallado

A continuación se especifica el perfil y las funciones de los cargos que se habilitarán en la empresa, esta herramienta tiene por objetivo establecer con claridad las actividades que se desarrollarán para obtener éxito en la actividad empresarial planteada.

Gerente general

Perfil del cargo

Edad mínima: 30 años

Sexo: masculino o femenino

Estado civil: indefinido

Residente en el la región V del municipio de Playa Grande Ixcán

Competencias técnicas

Ser graduado en Administración de Empresas o carrera a fin

Poseer dos años de experiencia laboral en cargos similares.

Descripción de funciones del gerente general

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo:	GERENTE
Supervisa: Propietario	
Misión del cargo:	
Organizar, planificar, dirigir, controlar y supervisar todas las actividades dentro de la empresa.	
Funciones y tareas específicas:	
Encargado de tomar decisiones relevantes en la empresa, coordinar y controlar las acciones con respecto al servicio para lograr los objetivos fijados por la empresa. Aportar con nuevos procesos que mejoren la calidad e imagen de la empresa y sus productos, así como planificar estrategias para ganar y ampliar segmentos de mercado. Apoyar a los demás cuando fuese necesario	
Salario	
El gerente tendrá un salario de Q.5,000.00	

Fuente: elaboración propia

Contador general

Su trabajo en la empresa será la supervisión del personal de servicio y registro de contabilidad de la empresa.

Perfil del cargo

Edad Mínima: 25 años

Sexo: masculino o femenino

Estado civil: indefinido

Residente en el municipio de Ixcán

Competencias técnicas

Graduado a nivel medio en la carrera Perito Contador

Poseer dos años de experiencia laboral en cargos similares

Estar registrado como Perito Contador en la Superintendencia de Administración Tributaria.

Descripción de funciones del contador general

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo:	CONTADOR GENERAL
Supervisa: Gerente general.	
Misión del cargo:	
Encargado de realizar las funciones administrativas inherentes al cargo, y organizar la contabilidad de la empresa con las normas establecidas que se ajusten a las políticas, principios y normas generalmente aceptadas.	
Funciones y tareas específicas:	
Controlar al personal. Indicar el número de libros, formularios y registros que deben llevarse, las informaciones que deben contener y su utilización. Desarrollar la contabilidad de la empresa según el sistema contable. Determinar las cuentas de la empresa y su significado; esto es, elaborar el plan de cuentas y preparar el Manual de Instrucciones. Realizar balances y mantener un control de los registros contables ejecutados. Realizar el pago de impuestos.	
Salario	
El contador tendrá un salario de Q. 3,000.00	

Fuente: elaboración propia

Cajera

La cajera que laborará dentro de la empresa tendrá que dar un servicio rápido, ágil, eficiente y eficaz.

Perfil del cargo

Edad Mínima: 18 años

Sexo: femenino

Estado civil: casada o soltera

Conocedor del área

Dominio del idioma Q'eqchi' y castellano

Competencias técnicas

Graduada en la carrera de Perito Contador

Dos años de estudios universitarios en Administración de Empresas o Auditoría

Habilidad numérica

Descripción de funciones de la cajera

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo:	CAJERA
Supervisa: Contador general	
Misión del cargo:	
Receptar el pago de los clientes por concepto de ventas.	
Funciones y tareas específicas:	
Responsable de contabilizar y facturar las ventas. Encargarse del cierre de caja al finalizar la jornada diaria de trabajo. Realizar reporte de ventas de forma oportuna.	
Salario	
La cajera tendrá un salario de Q. 2,500.00	

Fuente: elaboración propia

Vendedor-a

Trabajarán a tiempo completo, ser sociable y tener facilidad de palabra.

Perfil del cargo

Edad Mínima: 18 años

Sexo: femenino o masculino

Estado civil: indefinido

Residente en la microrregión V

Dominio del idioma predominante del área

Competencias técnicas

Bachiller

Poseer mínimo 1 año de experiencia laboral en cargos similares

Mínimo dos o tres años de estudios universitarios en administración

Descripción de funciones de los vendedores

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo:	VENDEDOR-A
Supervisa: Contador general	
Misión del cargo:	
Responsable del asesoramiento al cliente, utilizando los medios y las técnicas a su alcance para conseguir que este cliente adquiera el producto y servicio ofrecido.	
Funciones y tareas específicas:	
Mantener limpia el área de trabajo. Categorizar los productos en los mostradores. Atender a los clientes con respeto y cortesía. Dar a conocer los productos que se ofrecen. Contestar todo tipo de inquietudes del cliente	
Salario:	
Los vendedores tendrán un salario de Q. 2,500.00	

Fuente: elaboración propia

Vendedor rutero

Trabajarán según las metas de ventas, ser sociable y tener facilidad de palabra

Perfil del cargo

Edad mínima: 25 años

Sexo: masculino

Estado civil: soltero

Conocedor del área de la microrregión V

Dominio del idioma predominante de la región

Competencias técnicas

Bachiller o carreras a fin

Poseer mínimo 1 año de experiencia laboral en cargos similares

Dos a tres años de estudios universitarios en Administración de Empresas o Auditoría

Licencia de conducir tipo M y A

Descripción de función del vendedor rutero

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo:	VENDEDOR RUTERO
Supervisa: Contador general	
Misión del cargo:	
Responsable del asesoramiento al cliente, utilizar los medios y las técnicas a su alcance para conseguir que este cliente adquiera el producto y servicio ofrecido.	
Funciones y tareas específicas:	
Mantener siempre una comunicación con los clientes Atender a los clientes con respeto y cortesía Dar a conocer los productos que se ofrecen Contestar todo tipo de inquietudes del cliente Atención al cliente, justo a tiempo	
Salario:	
Los vendedores tendrán un salario de Q. 2,500.00	

Fuente: elaboración propia

Bodeguero

Trabaja tiempo completo, ser sociable, creativo y responsable.

Perfil del cargo

Edad mínima: 25 años

Sexo: masculino

Estado civil: indefinido

Competencias técnicas

Experiencia laboral indispensable

Graduado de nivel medio Perito Contador o carrera a fin.

Descripción de funciones del bodeguero

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo:	BODEGUERO
Supervisa: Contador general	
Misión del cargo:	
Velar por el buen ordenamiento y la limpieza tanto de la mercadería y en el almacén. Además de encargarse de que todo esté a su debido tiempo.	
Funciones y tareas específicas:	
Responsable de controlar y reportar las existencias de mercadería en almacén. Encargarse del cierre de caja de la bodega al finalizar la jornada diaria de trabajo. Realizar reporte de salidas de mercadería diariamente y de las existencias en la bodega Actualizar inventario de productos de forma oportuna.	
Salario	
El bodeguero tendrá un salario de Q. 2,000.00	

Fuente: elaboración propia

4.5 Estudios financieros: Estimación inversión inicial o plan de inversión

4.5.1 Plan de inversión (Financiamiento) de la” Abarrotería La Frontera”

Plan de Inversión (Quetzales)			
	ACTIVO		
	Corriente		
	Compras	Q. 300,000.00	Q. 300,000.00
	No corriente		
	Mobiliario y equipo		Q. 20,500.00
3	Vitrinas medianas	Q. 10,500.00	
4	Estanterías	Q. 5,000.00	
5	Bancas de espera	Q. 700.00	
2	Mesas	Q. 300.00	
15	Tablas para exhibir los productos	Q. 4,000.00	
	Publicidad		Q. 8,800.00
	publicidad en radio	Q. 4,400.00	
	anuncios en T.V.	Q. 1,600.00	
	ciento de volantes (Publicidad en vía pública)	Q. 2,800.00	
	Gastos de Organización e instalación		Q. 7,150.00
	Energía eléctrica	Q. 1,345.00	
	Agua	Q. 300.00	
	Trámite Patente de Comercio	Q. 700.00	
	Autorización de libros	Q. 100.00	
	Facturas contables	Q. 500.00	
	Proformas	Q. 200.00	
	Formulario SAT	Q. 5.00	
	Instalación de Internet y teléfono	Q. 4,000.00	
	Equipo de Computación		Q. 5,550.00
1	Computadoras e impresora	Q. 5,550.00	
	Vehículo de reparto		Q. 58,000.00
1	Vehículo de 4 ruedas	Q. 58,000.00	
	TOTAL INVERSION INICIAL		Q. 400,000.00

4.5.2 Crecimiento anual

VENTAS	Ingreso	Crecimiento anual 2%
AÑO 1	Q. 966,462.00	Q. 19,329.24
AÑO 2	Q. 985,791.24	Q. 19,715.82
AÑO 3	Q. 1,005,507.06	Q. 20,110.14
AÑO 4	Q. 1,025,617.20	Q. 20,512.34
AÑO 5	Q. 1,046,189.54	
Total	Q. 5,029,567.04	

Estados financieros (proyectados a 5 años)

4.5.3 Estado de resultados

Abarrotería “La Frontera”

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos de Operación					
Ventas	Q. 966,462.00	Q. 985,791.24	Q. 1,005,507.06	Q. 1,025,617.20	Q. 1,046,129.54
UTILIDAD NETA	Q. 966,462.00	Q. 985,791.24	Q. 1,005,507.06	Q. 1,025,617.20	Q. 1,046,129.54
Costos de Ventas					
Compras	Q. 300,000.00	Q. 306,000.00	Q. 312,120.00	Q. 318,362.40	Q. 324,729.65
+ Gastos sobre Compras	Q. 9,914.00	Q. 10,112.28	Q. 10,314.53	Q. 10,520.82	Q. 10,731.24
Total disponible ventas	Q. 309,914.00	Q. 316,112.28	Q. 322,434.53	Q. 328,883.22	Q. 335,460.89
Utilidad Bruta en Ventas	Q. 656,548.00	Q. 669,678.96	Q. 683,072.53	Q. 696,733.98	Q. 710,668.65
Gastos de Operación					
Gastos de Administración	Q. 117,279.82	Q. 119,559.82	Q. 121,885.96	Q. 122,407.72	Q. 124,827.27
Sueldos de Administración	Q. 114,000.00	Q. 116,280.00	Q. 118,605.60	Q. 120,977.72	Q. 123,397.27
Amortización Gastos de Organización e instalación	Q. 1,430.00	Q. 1,430.00	Q. 1,430.00	Q. 1,430.00	Q. 1,430.00
Depreciación Eq. Computo	Q. 1,849.82	Q. 1,849.82	Q. 1,850.36	-	-
Gastos de Venta	Q. 228,500.00	Q. 232,756.00	Q. 237,097.12	Q. 241,525.06	Q. 246,041.55
Sueldos de Ventas	Q. 144,000.00	Q. 146,880.00	Q. 149,817.60	Q. 152,813.95	Q. 155,870.23

Publicidad y Promoción	Q. 8,800.00	Q. 8,976.00	Q. 9,155.52	Q. 9,338.63	Q. 9,525.40
Depreciación Mobiliario y Equipo de Sala de Ventas	Q. 4,100.00				
Depreciación Vehículo de Reparto	Q. 11,600.00				
Combustible y Lubricantes	Q. 24,000.00	Q. 24,480.00	Q. 24,969.60	Q. 25,468.99	Q. 25,978.37
Alquiler Sala de Ventas	Q. 36,000.00	Q. 36,720.00	Q. 37,454.40	Q. 38,203.49	Q. 38,967.55
Total Gastos Fijos	Q. 345,779.82	Q. 352,315.82	Q. 358,983.08	Q. 363,932.78	Q. 370,868.82
UTILIDAD DE OPERACIÓN	Q. 310,768.18	Q. 317,363.14	Q. 324,089.45	Q. 332,801.20	Q. 339,799.83
Gastos Financieros					
Intereses Gastos	Q. 21,000.00	Q. 16,800.00	Q. 12,600.00	Q. 8,400.00	Q. 4,200.00
Diferencia Positiva	Q. 289,768.18	Q. 300,563.14	Q. 311,489.45	Q. 324,401.20	Q. 335,599.83
Otros egresos					
(-) ISR por pagar	Q. 81,135.09	Q. 75,140.78	Q. 75,140.78	Q. 75,140.78	Q. 75,140.78
Pago de la Deuda	Q. 30,000.00				
Total otros egresos	Q. 111,135.09	Q. 105,140.78	Q. 105,140.78	Q. 105,140.78	Q. 105,140.78
Utilidad del Ejercicio	Q. 178,633.09	Q. 194,859.22	Q. 206,348.67	Q. 219,260.42	Q. 230,459.05

Según NIIF PARA PYMES,

ISR 31% AÑO 2013,

ISR 28% AÑO 2014,

ISR 25% AÑO 2015,

ISR 25% AÑO 2016.

4.5.4 Balance general

Abarrotería “La Frontera” Balance General proyectado a 5 años

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
NO CORRIENTE					
Mobiliario y Equipo Sala Ventas	Q. 20,500.00	Q. 16,400.00	Q. 12,300.00	Q. 8,200.00	Q. 4,100.00
(-) Depreciación Acumulada	Q. 4,100.00				
Equipo de computo	Q. 5,550.00	Q. 3,700.18	Q. 1,850.36		
(-) Depreciación Acumulada	Q. 1,849.82	Q. 1,849.82	Q. 1,850.36		
Vehiculo de Reparto	Q. 58,000.00	Q. 46,400.00	Q. 34,800.00	Q. 23,200.00	Q. 11,600.00
(-) Depreciación Acumulada	Q. 11,600.00				
Gastos de Organización	Q. 3,150.00	Q. 2,250.00	Q. 1,890.00	Q. 1,260.00	Q. 630.00
(-) Amortización Acumulada	Q. 630.00				
Gastos de Instalación	Q. 4,000.00	Q. 3,200.00	Q. 2,400.00	Q. 1,600.00	Q. 800.00
(-) Amortización Acumulada	Q. 800.00				
CORRIENTE					
Caja	Q. 178,633.09	Q. 194,859.22	Q. 206,348.67	Q. 219,260.42	Q. 230,459.05
Suma del Activo	Q. 250,853.27	Q. 247,829.58	Q. 240,608.67	Q. 236,390.42	Q. 230,459.05
Patrimonio Neto					
Acreeedores	Q. 17,220.18	Q. 2,970.36	Q. 4,460.00	Q. 2,130.00	
No corriente					
Capital	Q. 55,000.00	Q. 50,000.00	Q. 30,000.00	Q. 15,000.00	
Corriente					
Utilidad del Ejercicio	Q. 178,633.09	Q. 194,859.22	Q. 206,348.67	Q. 219,260.42	Q. 230,459.05
Suma Patrimonio neto y Pasivo	Q. 250,853.27	Q. 247,829.58	Q. 240,608.67	Q. 236,390.42	Q. 230,459.05

4.5.5 Flujo de caja

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos de Operación					
Ventas	Q. 966,462.00	Q. 985,791.24	Q.1.005,507.06	Q. 1.025,617.20	Q. 1.046,129.54
UTILIDAD NETA	Q. 966,462.00	Q. 985,791.24	Q.1.005,507.06	Q. 1.025,617.20	Q. 1.046,129.54
Costos de Ventas					
Compras	Q. 300,000.00	Q. 306,000.00	Q. 312,120.00	Q. 318,362.40	Q. 324,729.65
+ Gastos sobre Compras	Q. 9,914.00	Q. 10,112.28	Q. 10,314.53	Q. 10,520.82	Q. 10,731.24
Total disponible ventas	Q. 309,914.00	Q. 316,112.28	Q. 322,434.53	Q. 328,883.22	Q. 335,460.89
Utilidad Bruta en Ventas	Q. 656,548.00	Q. 669,678.96	Q. 683,072.53	Q. 696,733.98	Q. 710,668.65
Gastos de Operación					
Gastos de Administración	Q. 117,279.82	Q. 119,559.82	Q. 121,885.96	Q. 122,407.72	Q. 124,827.27
Sueldos de Administración	Q. 114,000.00	Q. 116,280.00	Q. 118,605.60	Q. 120,977.72	Q. 123,397.27
Amortización Gastos de Organización e instalación	Q. 1,430.00	Q. 1,430.00	Q. 1,430.00	Q. 1,430.00	Q. 1,430.00
Depreciación Eq. Computo	Q. 1,849.82	Q. 1,849.82	Q. 1,850.36	Q. -	Q. -
Gastos de Venta	Q. 228,500.00	Q. 232,756.00	Q. 237,097.12	Q. 241,525.06	Q. 246,041.55
Sueldos de Ventas	Q. 144,000.00	Q. 146,880.00	Q. 149,817.60	Q. 152,813.95	Q. 155,870.23
Publicidad y Promoción	Q. 8,800.00	Q. 8,976.00	Q. 9,155.52	Q. 9,338.63	Q. 9,525.40
Depreciación Mobiliario y Equipo de Sala de Ventas	Q. 4,100.00	Q. 4,100.00	Q. 4,100.00	Q. 4,100.00	Q. 4,100.00
Depreciación Vehículo de Reparto	Q. 11,600.00	Q. 11,600.00	Q. 11,600.00	Q. 11,600.00	Q. 11,600.00
Combustible y Lubricantes	Q. 24,000.00	Q. 24,480.00	Q. 24,969.60	Q. 25,468.99	Q. 25,978.37
Alquiler Sala de Ventas	Q. 36,000.00	Q. 36,720.00	Q. 37,454.40	Q. 38,203.49	Q. 38,967.55
Total Gastos Fijos	Q. 345,779.82	Q. 352,315.82	Q. 358,983.08	Q. 363,932.78	Q. 370,868.82
UTILIDAD DE OPERACIÓN	Q. 310,768.18	Q. 317,363.14	Q. 324,089.45	Q. 332,801.20	Q. 339,799.83
Gastos Financieros					
Intereses Gastos	Q. 21,000.00	Q. 16,800.00	Q. 12,600.00	Q. 8,400.00	Q. 4,200.00
Diferencia Positiva	Q. 289,768.18	Q. 300,563.14	Q. 311,489.45	Q. 324,401.20	Q. 335,599.83
Otros egresos					
(-) ISR por pagar	Q. 81,135.09	Q. 75,140.78	Q. 75,140.78	Q. 75,140.78	Q. 75,140.78
Pago de la Deuda	Q. 30,000.00	Q. 30,000.00	Q. 30,000.00	Q. 30,000.00	Q. 30,000.00

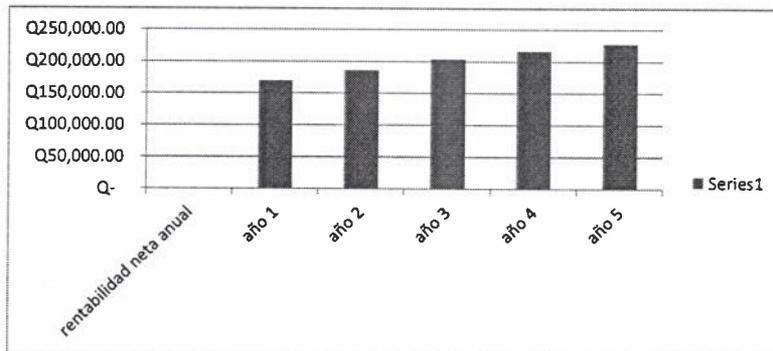
Total otros Ingresos	Q. 111,135.09	Q. 105,140.78	Q. 105,140.78	Q. 105,140.78	Q. 105,140.78
Utilidad del Ejercicio	Q. 178,633.09	Q. 194,859.22	Q. 206,348.67	Q. 219,260.42	Q. 230,459.05
(+) Depreciaciones	Q. 64,649.82	Q. 48950.36	Q. 31,400.00	Q. 15,700.00	Q. 0.00
(+) Amortizaciones	Q. 5,720.00	Q. 4020.00	Q. 2860.00	Q. 1,430.00	Q. 0.00
Utilidad Neta	Q. 249,002.91	Q. 247,829.58	Q. 206,348.67	Q. 219,260.42	Q. 230,459.05
(-) Depreciaciones	Q. 64,649.82	Q. 48950.36	Q. 31,400.00	Q. 15,700.00	Q. 0.00
(-) Amortizaciones	Q. 5,720.00	Q. 4020.00	Q. 2860.00	Q. 1,430.00	Q. 0.00
Flujo Neto Efectivo	Q. 178,633.09	Q. 194,859.22	Q. 206,348.67	Q. 219,260.42	Q. 230,459.05

4.5.6 Razones financieras

4.5.6.1 Tiempo de retorno de capital

De acuerdo al balance inicial de la empresa, la inversión inicial asciende a Q.400,000.00 cantidad que se ha previsto, retornará en un periodo de dos años, dos meses y diecisiete días, según datos reflejados en el flujo de caja. A continuación el detalle gráfico de rentabilidad neta y tiempo de retorno capital.

0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Q. 400,000.00	Q. 178,633.09	Q. 194,859.22	Q. 206,348.67	Q. 219,260.42	Q. 230,459.05



Cálculo de tiempo de retorno capital

$$(400,000.00) - Q. 178,633.09 - 194,859.22 = Q. 26,507.69 \quad 2 \text{ Años}$$

$$Q. 206,348.67 \text{ ----- } 360 \text{ días}$$

$$Q. 26,507.69 \text{ -- -- -- -- } X \quad = 46.24$$

$$46.24/30 \text{ días} = 1.54 \quad 1 \text{ Meses}$$

$$0.57 * 30 = 16 \text{ Días}$$

Plazo de recuperación de inversión **2 años=1 meses =16 días**

año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
169940.05	186405.46	203617.09	216,528.84	227,727.47

4.5.6.2 Tasa interna de retorno (TIR) es de 55.34%

4.6 Viabilidad del proyecto

4.6.1 Conceptual (aceptación del producto)

La empresa denominada Abarrotería La Frontera, propone cumplir con las expectativas requeridas por el público general del municipio de Ixcán; para ello se aplicará el manual de procedimientos en todo tipo de bienes y al personal interno se enseñará a cada uno la importancia de la buena atención en todo momento para los clientes.

La poca importancia que los competidores dan a los clientes en cuanto buena atención debido a la demanda con que cuentan hoy en día, es la oportunidad que la empresa aprovechará para posicionarse como la alternativa que esperaban para el cumplimiento de sus expectativas, esto basado en que el estudio de mercado reveló que la mayor deficiencia en los competidores es la mala calidad del atención y la falta de diversidad de productos, esta se convierte como la

principal demanda de los usuarios seguido del precio. La empresa dará alta prioridad a los siguientes aspectos:

- Calidad en atención al cliente: el personal de la empresa utilizará un vocabulario adecuado y ético que infunda en los usuarios confianza y espíritu de formalidad.
- Calidad en tiempo de entrega: la mercadería será entregado en el tiempo y lugar acordado con el cliente y en condiciones adecuadas.

4.6.2 Operacional

En el medio existe capital humano con las cualidades y capacidades que la empresa requiere para generar una relación de afecto en los usuarios hacia la empresa; por medio del cumplimiento de sus expectativas, basado en la calidad del servicio brindado en todos sus aspectos. Uno de los aspectos importantes consiste en la inducción del personal al momento de iniciar labores dentro de la institución que permitirá alinear al personal en la consecución de los objetivos institucionales.

4.6.3 De mercado (apertura cobertura de mercado)

La cobertura del mercado es de 75%, todos los clientes potenciales consumen los productos básicos para una buena alimentación.

La apertura debe ser inmediata de acuerdo a la exigencia e inquietud de los clientes.

4.6.4 Económica (factibilidad en base a indicadores financieros y económicos)

La mayor parte del capital de la empresa es propia con un complemento a través de un préstamo otorgado por el Banco de Desarrollo Rural BANRURAL S.A. con una tasa de interés del 14% cantidad que servirá para compra de equipo y herramientas gastos de organización y otros gastos establecidos en el estudio económico respectivo.

Conclusiones

- 1- El bajo nivel de calidad en atención que la competencia ofrece a sus clientes, aspecto importante que abarrotería La Frontera aprovecha para iniciar operaciones en plazo de 3 meses calendario con 7 empleos directos la población y la empresa.
- 2- En la región se pudo determinar la inconformidad e insatisfacción en los clientes de la competencia por los bajos estándares de calidad del producto y servicio que ofrecen, por otra parte se pudo apreciar el crecimiento poblacional y demanda, datos importantes para el cumplimiento de los objetivos y metas de la abarrotería La Frontera, cada año podrá aumentar la rentabilidad a un 20% o más.
- 3- Con la aplicación e implementación de las estrategias de ventas enfocadas a la misión, visión y valores de la empresa es fundamental para posicionar en el mercado, ser líder y competitivo de acuerdo a la razón de ser en un plazo no más de 6 meses a partir del primer mes de operaciones, la empresa demuestra una alta viabilidad en el sector debido al alto índice de demanda que caracteriza la región y al no contar con variedad y calidad de artículos con los competidores.

Referencias bibliográficas

1. Código Tributario
2. INTECAP, Fundamentos de Calidad, Modulo 1, MT.2.24062/o2, Edición I, Guatemala, 01 de octubre de 2002. 47. Pp.
3. INTECAP, Principios de empresarismo, MT.2.11.8-3526/10, Edición 01, Guatemala, diciembre 2010. 171.pp.
4. INTECAP, Costos y presupuestos de producción, MT.3.11.8-4252/11, Edición 03, Guatemala, Abril de 2002. 141. Pp.
5. Los emprendedores y creación de empresas, Juan Carlos Leiva Bonilla, editorial Tecnología de Costa Rica 2007.
6. Manual de estilos UPANA
7. NassirSapagChain, PROYECTOS DE INVERSIÓN, Formulación y Evaluación, 2ª edición, Pearson Educación, Chile, 2011. 544. Pp.
8. Rodrigo Varela, Innovación empresarial, arte y ciencia de la creación de empresas, Bogotá Colombia 2001.
9. www.banguat.gob.gt consultado en Enero 2009 Manual de Plan Negocios.
10. [Books.google.es/creación de empresas](http://books.google.es/creación%20de%20empresas).
11. <http://consejos-empleo.monster.es/trucos-busqueda-empleo/tendencias-industriales/que-es-una-empresa-hoy/article.aspx>

Anexos



SOLICITUD DE HABILITACION DE LIBROS

DIAS Y MES DE PRESENTACION:

DIA MES AÑO

SAT - No.0052 4365673

DATOS DE IDENTIFICACION

NUMERO DE IDENTIFICACION TRIBUTARIA (NIT): <input type="text"/> - <input type="text"/>					ADMINISTRACION <input type="text"/>	
APELLIDOS Y NOMBRES O RAZON SOCIAL: <input type="text"/>						
NUMERO O NOMBRE DE CALLE O AVENIDA DEL DOMICILIO FISCAL		NUMERO CUADRA	LINDO O MANZANA	ZONA	COLONIA O BARRIO	DEPARTAMENTO
MUNICIPIO			TELEFONO	FAX	APODO POSTAL	CIUDAD

ESTABLECIMIENTO PARA EL QUE SOLICITA LA AUTORIZACION (Unicamente Libros de Compras y Ventas)

NUMERO DEL CONTRATO (CONTRATO)				ESTABLECIMIENTO No.		
NUMERO O NOMBRE DE CALLE O AVENIDA		ZONA	COLONIA BARRIO CASERIO CERRAJES	MUNICIPIO	DEPARTAMENTO	

DETALLE DE LIBROS A UTILIZAR

LIBRO DE	MARQUE CON "X" EL SISTEMA A UTILIZAR		CANTIDAD DE HOJAS
	MANUAL	COMPUTARIZADO	
COMPRAS Y VENTAS PEQUEÑO CONTRIBUYENTE			
COMPRAS			
VENTAS			
INVENTARIOS			
DIARIO			
MAYOR			
DE ESTADOS FINANCIEROS			
DIARIO MAYOR GENERAL			
OTROS, ESPECIFIQUE:			

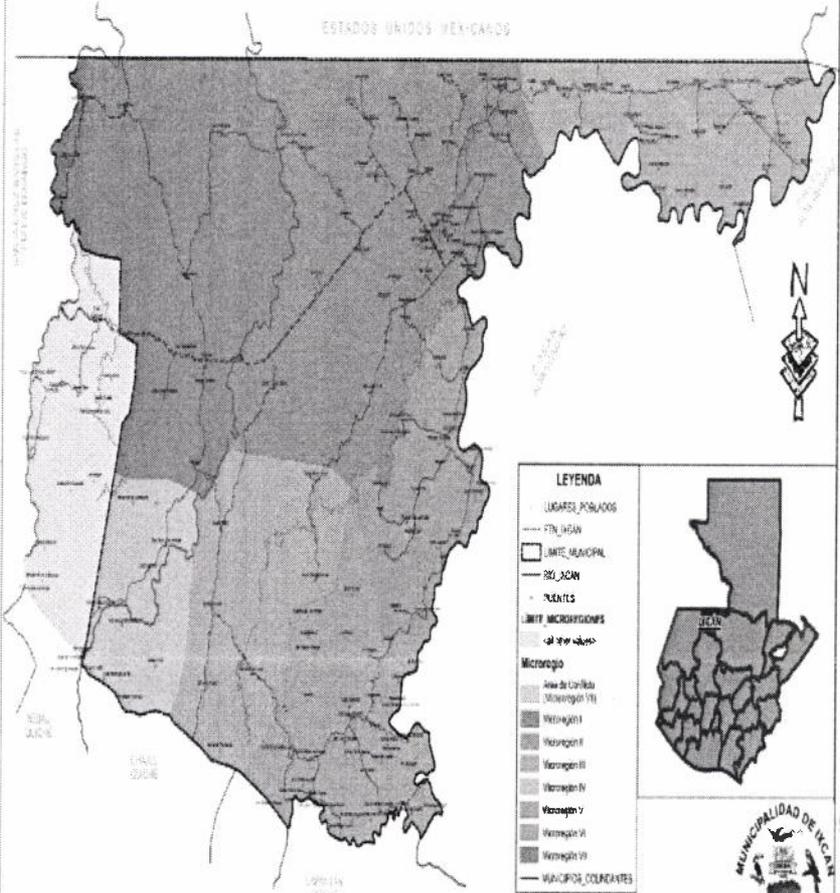
FIRMA:

NOMBRE DEL PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL

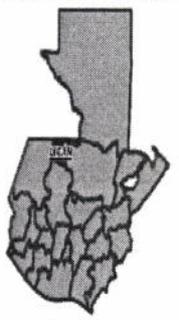
FECHA, FIRMA Y SELLO DE RECEPCION Y GRABACION:

MUNICIPIO DE IXCÁN, DEPARTAMENTO DE QUICHÉ.

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS



- LEYENDA**
- LUGARES POBLADOS
 - FIN (SEAN)
 - LIMITE MUNICIPAL
 - REJACION
 - PUENTES
 - LIMITE MICROREGIONES
 - al otro lado
 - Microregion**
 - Área de Corredor Microregión VII
 - Microregión I
 - Microregión II
 - Microregión III
 - Microregión IV
 - Microregión V
 - Microregión VI
 - Microregión VII
 - MUNICIPIOS COLINDANTES



1:100,000
0 2 4 8 10 12 Kilómetros

MAPA ACTUALIZADO-2011-DMP/IXCÁN

