

## RESUMEN EJECUTIVO

- **Descripción del proyecto de emprendimiento**

El producto Stanstea es un té funcional elaborado a base de extracto natural de la raíz de *Ipomoea stans*, planta conocida en México comúnmente como: maromero, tlaxcapan, quiebraplato, tumbavaqueros, entre otros nombres; Dicha bebida ofrece al consumidor un producto de agradable sabor, que aporta una gran cantidad de compuestos antioxidantes, los cuales tienen beneficios para la salud, tales como la prevención o retraso de la aparición de las principales enfermedades degenerativas relacionadas con la edad; sin embargo, estos compuestos no curan las enfermedades ya existentes. Stanstea es un producto que busca incursionar en el mercado de bebidas envasadas naturales, garantizando a sus clientes que es producto elaborado sin aditivos ni conservantes.

- **Carácter innovador del proyecto**

La industria alimentaria tiene ahora la gran oportunidad de transformar esta planta originaria de México en un producto que además de sus características organolépticas, aporten componentes con actividad biológica, siendo una bebida que pueden consumir personas de entre 15 y 60 años de edad. Además de las ventajas competitivas con las que cuenta el producto siendo una idea innovadora de la aplicación de extracto de *Ipomoea stans* con un bajo costo de obtención de este y los beneficios con los que cuenta.

- **Pertinencia del proyecto de emprendimiento**

Actualmente, se buscan alimentos con alta capacidad antioxidante, que se incorporen fácilmente en la dieta diaria de las personas; logrando así una alimentación balanceada en cuanto a nutrientes y compuestos antioxidantes, los cuales contribuyen, entre otros aspectos, a disminuir de los radicales libres en el organismo. Se ha incrementado la importancia de cuantificar la concentración de antioxidantes presentes en un alimento, debido a que los individuos hoy en día requieren consumir mayor cantidad de estos compuestos bioactivos, ya que la generación de radicales libres aumenta y con esto los procesos de envejecimiento celular y enfermedades crónicas.

- **Identificación del mercado y sus posibilidades de crecimiento nacional e internacional.**

Desde el punto de vista del valor de Stanstea se apoyara de una imagen de marca que justifique el precio y que ayude a permanecer en la mente del consumidor, siguiendo una estrategia de diferenciación.

Para establecer los precios a los que venderá el producto se han tenido en cuenta la competencia actual y los gastos a cubrir, iniciando a incursionar en la región del Altiplano Hidalguense, utilizando un canal de distribución detallista, que servirá como base para tener un contacto cercano con el consumidor, auxiliando en estrategias de mercado de expansión.

- **Planeación de proyecto: recursos materiales, económicos, humanos e infraestructura necesarios para llevar a cabo el proyecto.**

Para llevar a cabo cada una de las actividades de producción y administración mismas de la empresa, fue necesario considerar cada uno de los recursos elementales para el inicio de las actividades como: los recursos humanos, monetarios, mobiliario, maquinaria y equipo de producción.

- **Presupuesto del proyecto**

Es por ello que analizando todos estos factores que interviene en la producción y lanzamiento del producto se llegó a la conclusión de que requiere una inversión inicial de \$291 300.00, considerando los resultados obtenidos en el flujo de fondos y punto de equilibrio realizado, que confirman la viabilidad del proyecto como lo son:

- VAN: \$973,452.64
- TIR: 48.89%
- Costo-Beneficio: \$1.31

- **Contexto legal y ético que permitirá la implementación de la empresa o negocio.**

Además de considerar dichas proyección a 5 años de la empresa, para definir el contexto legal con el que se constituirá la empresa, el cual será bajo el Régimen de Incorporación Fiscal, el cual traerá beneficios para la misma.

- **Especificar si cuenta con la patente o se inició el procesos de patentamiento u otra medio de protección.**

De acuerdo la viabilidad observada de la innovación del negocio, los integrantes del equipo han iniciado el proceso de patentamiento de la innovación presente en el Anexo 1.

- **Descripción del perfil de cada emprendedor y su aporte al proyecto.**

Dentro del área de administración y finanzas que engloba todo lo relacionado con el funcionamiento de la empresa, desde las funciones propias relacionadas con el personal y bienes que integran la empresa, con la facturación, pago a proveedores, las funciones contables de la empresa, donde se establecen las decisiones de inversión, financiación, análisis, planificación y control de la situación económico-financiera será realizado por la integrante del equipo Anel Sánchez Jiménez. Respecto al área de producción, integrada por todas aquellas funciones relacionadas con la producción de bienes y prestación de servicios se encontrara la integrante Tania Verónica Zarate Ramírez, apoyada por Sait Antonio Saviñon Alvarez quien a la vez será el encargado de orientar y dirigir el proyecto hacia el éxito con todos sus esfuerzos, Anexo 2.

## **CAPÍTULO 1. LA IDEA EMPRESARIAL**

### **1.1. Panorama general de la empresa**

El cliente actual demanda productos frescos, saludables, de calidad, variedad y que se adapten a sus tendencias alimenticias. Principalmente buscan tener una opción diferente, con la que se sientan identificados y les ofrezca variedad a la hora de elegir sus productos.

Stanstea busca posicionarse como el primer té elaborado en la región con extracto de *Ipomoea stans*, que al mismo tiempo de que proporciona antioxidantes al cuerpo, cuenta con un sabor agradable para cliente.

Desde el punto de vista de la innovación y la originalidad, la idea es altamente innovadora ya que no existe ninguna empresa que se dedique a la producción de té con esta planta. Sin embargo, esta idea también conlleva un alto nivel de riesgo ya que si bien es un producto exitoso regionalmente, recién está insertándose en la región, lo cual genera incertidumbre con respecto a su aceptación.

Teniendo en cuenta lo analizado, hay que considerar que aunque no se requiera una gran inversión se debe ser muy cuidadoso y original al momento de darle publicidad y en cómo será la atención al público, para poder darle éxito y posicionarlo.

### **1.2. Misión**

Somos una empresa, dedicada a la producción y comercialización de una bebida natural y saludable de alta calidad, comprometidos con satisfacer las necesidades de nuestros consumidores, contribuyendo al bienestar integral de la sociedad.

### **1.3. Visión**

Para el 2020 seremos una empresa 100% mexicana y productora de té de *Ipomoea stans*, líder en el mercado estatal, comprometida con la calidad del producto y la satisfacción del cliente, a fin de lograr elevar la calidad de vida nuestros clientes.

### **1.4. Valores**

- |               |                   |               |
|---------------|-------------------|---------------|
| ✓ Respeto     | ✓ Imparcialidad   | ✓ Compromiso  |
| ✓ Disciplina  | ✓ Responsabilidad | ✓ Honestidad  |
| ✓ Igualdad    | ✓ Humildad        | ✓ Solidaridad |
| ✓ Cooperación | ✓ Democracia      |               |
| ✓ Equidad     | ✓ Lealtad         |               |

## **CAPÍTULO 2. ANÁLISIS DEL ENTORNO**

### **2.1. Análisis de la situación**

Este análisis sirve para apreciar el impacto que tendrán los distintos escenarios en los que se podría enfrentar en su entorno macro y micro.

Para analizar el macro entorno se realizaron un Análisis PEST, abreviatura de las iniciales de factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos, utilizados para evaluar el mercado en el que se encuentra un negocio, en el que se puede concluir que se está en presencia de un ambiente muy inestable debido a la ausencia de políticas estables y duraderas. Esto genera inseguridad, incertidumbre y desconfianza, afectando las decisiones a muy largo plazo.

Por lo que, si Stanstea o cualquier empresa desee crecer y mantenerse en el mercado, se necesitara de una calidad constante, innovación en los productos y servicios, campañas publicitarias intensas y estudios de mercado correctos.

Por otro lado, para estudio del micro entorno o ambiente específico, en el que la organización interactúa directamente y que tienen un impacto directo en su capacidad para alcanzar metas, se utilizó el modelo propuesto por Michael E. Porter (1979), que postula que hay cinco fuerzas que básicamente conforman la estructura de una industria. Estas fuerzas delimitan precios, costos y requerimientos de inversión, que constituyen los factores básicos que explican la expectativa de rentabilidad a largo plazo y, por lo tanto, el atractivo de la industria. Por esto, mientras más fuerte sea cada fuerza más limitada estará la capacidad de las compañías para aumentar precios y obtener mayores utilidades.

En el caso de estudio de Stanstea se puede destacar que la industria en la que se dese insertará es competitiva. Esto se debe principalmente a que los consumidores tienen a su alcance una gran cantidad de opciones y que ya existen otras empresas de gran trayectoria que venden un producto que compite con los jugos naturales. Por otro lado las barreras de entrada y salida son bajas, por lo que es fácil el ingreso de nuevos competidores.

### **2.2. Análisis de la competencia**

Una de las preocupaciones centrales de toda empresa es el hecho de enfrentarse a la competencia, la cual se ha visto fortalecida por el fenómeno de la globalización y las exigencias cada vez más fuertes por parte de los consumidores de comprar productos de mayor calidad a un precio competitivo. Sin embargo, muchas empresas pasan por alto el análisis de sus competidores a la hora de entrar al mercado. Lo ideal es contar con un sistema de información continua, para identificarlos y encontrar la manera de hacer las cosas mejor que ellos.

Si bien el grado de competencia al cual se enfrentará Stanstea es elevado, el mercado es amplio y diverso por lo que bastará con establecer una buena imagen para comenzar a ganar participación de mercado. Es muy importante que la marca se esfuerce por mantener e ir aumentando de a poco su lugar en el mercado,

manteniendo siempre su producto y servicios de calidad e innovándolos constantemente.

### 2.3. Análisis de los proveedores

Para que una empresa tenga éxito en el mercado, es imprescindible tener una buena relación con sus proveedores. Gracias a esto se pueden conseguir buenas compras para el negocio, mejorar la calidad de los insumos y lograr futuros acuerdos beneficiosos. De su adecuada gestión depende el precio final del producto, su calidad e incluso la potencial oferta al mercado, lo cual ayuda a producir un mejor producto o servicio final, generando de esta manera una mayor satisfacción del cliente y, por lo tanto, mayores ventas para la compañía.

El empresario debe ser consciente de la importancia de escoger bien a sus proveedores y establecer con ellos acuerdos claros y específicos. Para ello se debe estudiar y analizar el mercado de proveedores antes de decidirse por unos u otros. Para Stanstea, este análisis se realizó en base a criterios de rendimiento, económicos y adaptativos a las necesidades cambiantes.

### 2.4. Diagnóstico de la situación

Para este diagnóstico utilizamos la herramienta FODA, que permite obtener un diagnóstico preciso en función de la tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formuladas. Obteniendo que en el caso Stanstea se debe poner énfasis en ser los primeros en ofrecer un producto 100% natural con beneficios para la salud, para unir de esta manera con la tendencia actual de los consumidores a llevar una vida más saludable, manteniendo siempre un producto de calidad a un precio competitivo y accesible al público, en cual podría en el futuro personalizar el producto con sus gustos y necesidades. Para ello se tendrá que buscar y aprovecha financiamientos que otorgan ciertos Bancos y otras organizaciones como crédito al emprendedor o apoyo a Mi PyMes

## CAPÍTULO 3. ANÁLISIS DEL MERCADO META

### 3.1. Segmentación de mercado

Entre las principales variables a mezclar para segmenta el mercado al que dirija sus esfuerzos Stanstea de elaboro en perfil del consumidor que se presenta a continuación:

Tabla 1. Perfil del consumidor de “Stanstea”

Variables demográficas	
Edad	De 15 a 60 años
Genero	Indistinto
Nivel socioeconómico	C+ B A
Estado civil	Indistinto

<b>Religión</b>	Indistinto
<b>Variables geográficas</b>	
<b>Unidad geográfica</b>	Altiplano Hidalguense
<b>Condiciones geográficas</b>	Clima templado, húmedo con lluvia en verano, ecosistema templado, suelo derivado de tierra.
<b>Raza</b>	Indistinta
<b>Tipo de población</b>	Urbana y rural
<b>Variables psicograficas</b>	
<b>Grupo de referencia</b>	Familia, compañeros, amigos y pareja.
<b>Personalidad</b>	Saludable, positiva, vanidosa, original, segura e innovadora.
<b>Cultura</b>	Indistinta
<b>Ciclo de vida familiar</b>	Indistinto
<b>Motivos de compra</b>	Novedad, bebida saludable , gusto, ocio, nutrición, sabor,

Fuente: Elaboración propia

### 3.2. Determinación del mercado meta

Luego de haber encontrado los segmentos en los que la compañía puede tener oportunidades, se deben evaluar y seleccionar los segmentos a los que se atenderá. Para ello se adopta alguna de las estrategias de cobertura de mercado: marketing indiferenciado, diferenciado o concentrado

En el caso de Stanstea, la estrategia adoptada es la de marketing concentrado. Esta estrategia es preferible cuando los recursos de la empresa son limitados y cuando se inserta un nuevo producto al mercado. Al aplicar este tipo de marketing, la empresa puede afianzarse en relación a sus competidores más grandes y con más recursos, ya que al conocer mejor las necesidades del segmento que atiende, logra una posición firme y una buena reputación.

### 3.3. Posicionamiento

Stanstea busca posicionarse como la primera marca en el Altiplano Hidalguense que ofrezca un té 100% naturales, de bajo contenido graso y calórico. Además, de que es un productos de alta calidad a un precios competitivo.

### 3.4. Estimación de la demanda

En México el mercado de bebidas sin alcohol es ampliamente liderado por refrescos comunes. En segundo lugar se encuentran las aguas minerales y los jugos listos para beber/concentrados. Posteriormente se encuentra las aguas saborizadas, y por último se encuentran los refrescos light, las bebidas hidratantes y las energizantes. La tendencia actual a una vida más saludable, y el marketing enfocado en ésta y las campañas publicitarias para jóvenes, el aumento general del consumo y ciertos cambios culturales, sumaron una amplia oferta de bebidas a la mesa cotidiana de los mexicanos.

El consumo actual de bebidas no alcohólicas representa en Hidalgo un consumo anual per cápita de 89 litros, de los cuales un 23.7% es representado por los jugos y tés. Como estos son los sustitutos y competidores más directos del producto que se está desarrollando en el trabajo, se consideran el dato que sirve como mejor aproximado para estimar el tamaño objetivo del mercado. Se obtiene de esta forma un mercado en Hidalgo de aproximadamente 21 litros de consumo anual per cápita.

Stanstea se enfocará en el Altiplano Hidalguense, la cual tiene una población de aproximadamente 97814 personas. De éstas, estimando un consumo anual de 15 litros per cápita, se obtiene un consumo aproximado de 1.725 millones de litros al año.

### **3.5. Estrategias**

El planeamiento estratégico representa un punto de equilibrio entre los procesos analítico (en base al razonamiento) e intuitivo (en base al juicio o experiencia propia). Es por esto que se cree conveniente organizar esta sección de acuerdo a la metodología propuesta por el autor Fred R. David (2003), la cual consiste en dividir el proceso en tres etapas: etapa de aportación de información, etapa de ajuste y etapa de decisión.

### **3.6. Etapa de aportación de información**

Anteriormente se realizó un análisis PEST y uno de las fuerzas competitivas de la industria. Esta información ayuda a descubrir las diferentes alternativas que posee la empresa para aprovechar oportunidades y disminuir el impacto de las amenazas. Obviamente estos datos deben ser organizados de alguna manera y para ello se utilizan las matrices EFI (Matriz de evaluación de factores internos) y EFE (Matriz de evaluación de factores externos). En las que puedo observar que la empresa responderá de manera adecuada a las oportunidades y amenazas del entorno, manteniendo una posición interna fuerte.

### **3.7. Etapa de ajuste**

La etapa de ajuste del proceso de formulación de estrategias consiste en cinco técnicas básicas que se utilizan en cualquier secuencia: Matriz FODA, PEEA (Matriz de la posición estratégica y evaluación de la acción), y matriz de la estrategia principal.

Teniendo en cuenta las características de Stanstea, se puede observar que de acuerdo a los beneficios que proporciona el consumo del té y a la tendencia actual, se espera un rápido crecimiento en el resto del Estado. Por otro lado, se trata de un producto totalmente innovador y del cual la sociedad no tiene conocimiento, por lo que al introducirse en el mercado su posición competitiva será débil ya que deberá realizar un gran esfuerzo para poder insertarse adecuadamente, desarrollando nuevos productos.

Lo importante entonces es que la organización se esfuere por mejorar su situación en un futuro cercano, lo que puede lograrse si se maneja de manera adecuada el negocio ya que a la empresa le sobran cualidades para fortalecer su posición.

Por otro lado, al encontrarse en una industria de crecimiento rápido del mercado, una estrategia intensiva es por lo general la primera opción que se debe considerar, al no existir todavía la compañía, sólo se pueden hacer suposiciones en cuanto a su fortaleza financiera, por lo que los resultados se inclinan hacia la estabilidad ambiental.

### **3.8. Etapa de decisión**

Las técnicas de ajuste analizadas anteriormente presentaron alternativas de estrategias posibles.

### **3.9. Estrategias de negocios**

Es poco probable que una empresa desarrolle su accionar en base a una sola estrategia, por lo que se observó que es importante llevar a cabo distintas estrategias, iniciando desde el punto de vista del valor que Stanstea quiere otorgarle al cliente, la empresa se enfocará en diferenciar su producto en un nicho de mercado específico. Para ello se valdrá de una buena imagen de marca que justifique ese mayor precio y que ayude a permanecer en la mente del consumidor.

Además de que al encontrarse en un entorno con mayores oportunidades y fortalezas, se buscara participar a través de una táctica envolvente, que trabajara de manera conjunta en un futuro, al diversificarse colocando stands en distintos eventos o ferias de la región.

## **CAPÍTULO 4. MARKETING MIX**

### **4.1. Producto**

El producto que se desea inserta en el mercado es un té natural con extracto de Ipomea Stanst, con alto contenido de antioxidantes y un sabor agradable a canela (Figura 1).

#### **4.1.1. Marca**

Una marca es un nombre, término, símbolo que pretende identificar los bienes y servicios de un vendedor y diferenciarlos de los de la competencia. Para el caso bajo análisis se optó por Stanstea, siendo su slogan “Descubre la magia del sabor”. Se eligieron estas opciones ya que son las que mejor representan la idea del negocio. Por otro lado, es fácil de pronunciar y recordar y sugiere acerca de los beneficios y cualidades del producto.



Figura 1. Producto Stanstea



Otro aspecto indispensable para el negocio es el logotipo de la organización (Figura 2). Este elemento forma parte de la marca porque contribuye a que ésta sea fácilmente identificada y rápidamente reconocida. Para el caso bajo análisis se seleccionó el siguiente logotipo:



**Figura 2.** Logotipo de Stanstea  
(Fuente: Elaboración propia).

Se buscó un logo que represente la simplicidad del negocio, por lo que su slogan igual será incluido, pero sí en el local comercial. Sus colores son llamativos y alegres, al igual que la idea de producto que se quiere vender. Es un logo fácil de ver y recordar y se puede aplicar y distinguir en cualquier medio gráfico.

#### 4.1.2. Envase

Para seleccionar el envase más adecuado para Stanstea se tuvo en cuenta que este permita la manipulación del producto, que sea adecuado a las necesidades del consumidor en términos de tamaño, ergonomía, calidad, facilidad de uso, entre otras, y que se consiga a un precio acorde a la oferta comercial que se quiere hacer del producto. Al tratarse de productos naturales, se utilizarán envases transparentes para que el consumidor pueda apreciar la frescura y la buena calidad de los productos, permitiendo así que el cliente vea en todo momento lo que está consumiendo, por lo que se optó por el envase representado en la Figura 3.



**Figura 3.** Envase para el producto Stanstea.

#### 4.2. Precio

Para la fijación del precio se consideró que la compañía optará por una estrategia de marca y diferenciación, lo que significa un precio mayor que justifique esa diferencia. Por otro lado, se tuvo en cuenta que los consumidores son los que determinan si el precio es correcto o no, por lo que su fijación debe estar orientada hacia ellos, teniendo en cuenta los precios de la posible competencia y que cubra los gastos.

Producto	Material	Presentación	Precio (\$)
<b>FUZE TEA</b>	Lata	450ml	\$8.00
	Botella PET*	500ml	\$11.00
		600ml	\$12.00
<b>NESTEA</b>	Lata	453ml	\$10.00
	Botella PET*	600ml	\$12.00
<b>Lipton tea</b>	Botella PET*	600ml	\$10.00
<b>Té Arizona</b>	Lata	680ml	\$12.00
	Botella PET*	473ml	\$15.00
<b>Stanstea</b>	Botella de vidrio retornable	500ml	\$12.50

\* Polietileno tereftalato

### **4.3. Plaza o distribución**

Es muy importante la decisión de localización ya que la elección del emplazamiento supone una elevada inversión y además puede condicionar la ventaja competitiva.

Stanstea ofrecerá su producto únicamente en la región de Altiplano Hidalguense, utilizando un canal de distribución detallista, con intermediarios. Teniendo como base el municipio de Apan, donde producirá. De ahí partirá a los distintos puntos de venta donde estará disponible el producto o bien como se le conoce "Tienda Tradicional" en cada uno de los municipios que integran esta región. Para seleccionar el punto de venta se tendrán en cuenta diversos factores como la cercanía al cliente, la población que abarca, los costos de colocación, la facilidad de acceso y las condiciones ambientales.

### **4.4. Promoción**

El marketing no es solamente el desarrollo de un buen producto, su precio y ponerlo a la venta. Los clientes necesitan conocer el producto antes de la compra del mismo y esto se realiza mediante la promoción, que incluye formas impresas, difusión en exteriores, etc. El mix de promoción debe estar guiado por el volumen a comercializar y al tipo de cliente meta. Por lo que se desarrollaran actividades orientadas a generar la construcción del concepto e imagen de marca. La promoción deberá servir para informar a los consumidores acerca del nuevo producto que propone la empresa y sus características innovadoras. Posteriormente, se deberá seguir realizando publicidad para que el cliente recuerde el producto.

Para tener una mejor publicidad la empresa iniciara con colocar posters publicitarios en puntos estratégicos de los municipios del Altiplano Hidalguense donde exista una mayor concentración de población, además de realizar spots en radios en las estaciones de cada uno de los municipios. Además, teniendo en cuenta los costos, las alternativas más viables para buscar el reconocimiento de la empresa son crear una página web, un sitio en Facebook y Twitter.

## **CAPÍTULO 5. PLAN DE OPERACIONES**

### **5.1. Generalidades**

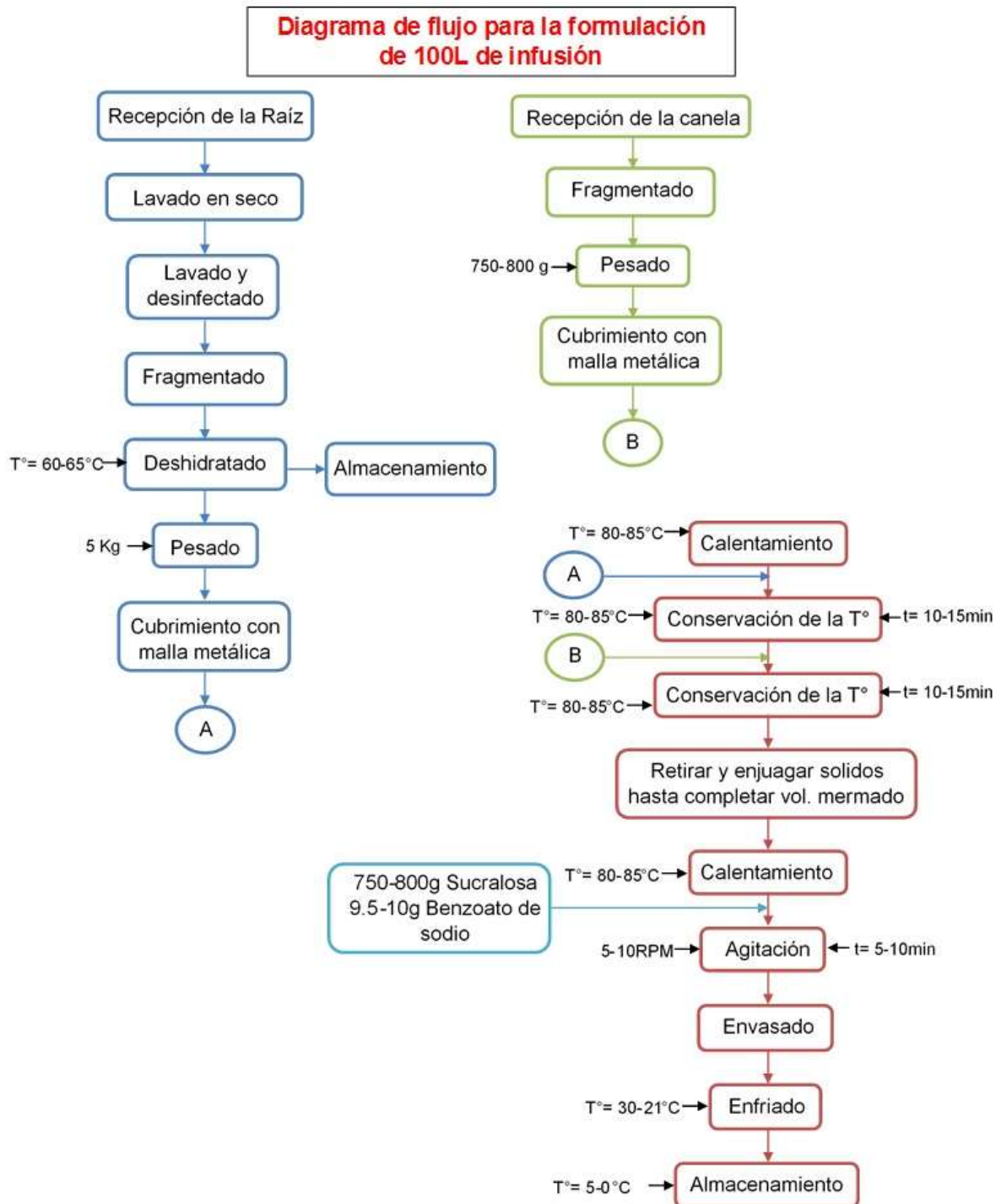
Las principales materias primas son: raíz de *Ipomoea stans*, canela, agua, sucralosa como endulzante y benzoato de sodio como conservador.

#### **Recolección de la raíz**

La colecta de las raíces se hace con pala y machete, y sólo se cosecha una parte de la raíz; el resto de la misma permanece en el suelo, lo que implica que los colectores le dan "tiempo" a las plantas a que se reproduzcan por semilla en su respectivo hábitat.

Posteriormente se lava con ayuda de abundante agua y cepillos, posteriormente se fragmenta para y se deshidratarla a un temperatura de entre 60°-65°C, esto como método de conservación para ayudar a alargar su durabilidad y así poder prolongar su utilización.

## 5.2. Proceso de producción



## **CAPÍTULO 6. ESTUDIO LEGAL Y DE GESTIÓN**

### **6.1. ¿Qué es el régimen de incorporación fiscal (RIF)?**

Es el régimen que permite la ampliación de la base de contribuyentes; sustituye a los Regímenes de Intermedios que no rebasaron de 2 millones de pesos y REPECOS, además busca incorporar aquellos que opten por tributar en éste.

Solo las personas físicas que realicen únicamente actividades empresariales, es decir venta bienes o presten servicios por los que no requiera título profesional poder constituirse en este régimen. Además de que los ingresos obtenidos en el año anterior, no debiera haber excedido de \$2, 000,000.

### **6.2. Características**

- No pagan impuesto durante el primer año (incluye ISR, IVA y IEPS), salvo que emitan facturas desglosando impuestos (IVA-IEPS).
- El impuesto se disminuirá gradualmente hasta por 10 años.
- Expedirán comprobantes de venta en forma simplificada por las ventas que realice al público en general.
- Las retenciones realizadas a sus trabajadores SÍ deben ser pagadas a la autoridad.
- Declararan cada dos meses (marzo, mayo, julio, septiembre, noviembre y enero del siguiente año), el primer año solo presenta la declaración de ISR, IVA y en su caso IEPS sin pago.

### **6.3. Beneficios**

- Durante el primer año no se paga el ISR, ya que hay una reducción del 100%, la cual irá disminuyendo en los siguientes nueve años.

<b>Reducción del ISR a pagar</b>										
<b>Años</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
<b>Descuento en el pago del ISR</b>	100%	90%	80%	70%	60%	50%	40%	30%	20%	10%

- Los Contribuyentes, podrán calcular y enterar el pago mediante un programa electrónico pre llenado con la información que proporcionen.
- No se encontraran obligados a la presentación de la declaración con información de las operaciones con sus proveedores en el bimestre inmediato anterior, cuando utilicen el sistema de registro fiscal “Mis Cuentas”.
- No están obligados a presentar declaración anual ni declaración anual ni declaraciones informativas, salvo la de retenciones de salarios.
- Los Contribuyentes que tengan pérdidas pendientes de amortizar de ejercicios anteriores a 2014 por el régimen intermedio o general, podrán disminuir en el RIF el saldo que tengan pendiente de aplicar.

- Los Contribuyentes que trasladen IVA de manera expresa y por separado por las operaciones que realicen, no estarán obligados a presentar las declaraciones informativas previstas en la Ley del IVA, siempre que utilicen el sistema de registro fiscal “Mis Cuentas”.

#### **6.4. Obligaciones**

- Inscribirse en el RFC.
  - Solicitar y conservar comprobantes fiscales de sus gastos.
  - Expedir notas de venta.
  - Registrar sus operaciones en el Sistema de Registro Fiscal Mis Cuentas.
- Entregar a sus clientes comprobantes fiscales por las operaciones que realicen, los cuales podrá expedir a través del Sistema Registro Fiscal “Mis Cuentas”.
- Emitir comprobante fiscal por las remuneraciones que efectúen por sueldos y salarios y las retenciones de contribuciones que realicen.
- El pago de nómina podrá generarse en la opción de “Generar Factura”, con tipo de comprobante “Gasto” y el RFC del empleado. En descripción se deberá anotar “nómina del día...” (periodo que ampare el comprobante).
- Retener el ISR a trabajadores y enterarlo bimestralmente a más tardar el último día del mes inmediato posterior al bimestre que corresponda la declaración.
- En el caso de las facturas con pago a plazos, se emitirá la primera factura consignando el monto total y número del pago parcial. Los demás pagos parciales se controlaran con su respectiva factura.
- Pagar sus compras e inversiones, mayores a \$2,000 pesos, mediante cheque, tarjeta de crédito, débito, de servicios, mediante TEF o monederos electrónicos autorizados por el Servicio de Administración Tributaria.
- Tratándose de inversiones, se deducirán las erogaciones efectivamente realizadas en el ejercicio para la adquisición de activos fijos, gastos o cargos diferidos.

#### **6.5. Justificación de constitución**

De acuerdo a los ingresos proyectados del proyecto, se eligió el régimen de incorporación fiscal, debido a que los ingresos por las ventas no exceden los \$2000000.00 de pesos, por lo cual se buscaron los beneficios que brinda este que a su vez nos ayudara en diversos aspectos como por ejemplo;

Es un régimen fiscal que permite tener mayor liquidez, debido a la reducción en el pago del impuesto sobre la renta y facilidades dentro de los impuestos de IVA e IEPS, además de que no implica mayor carga administrativa. Con esto la empresa “Stanstea” puede ser acreedora a un descuento del 100% en IVA así como IEPS

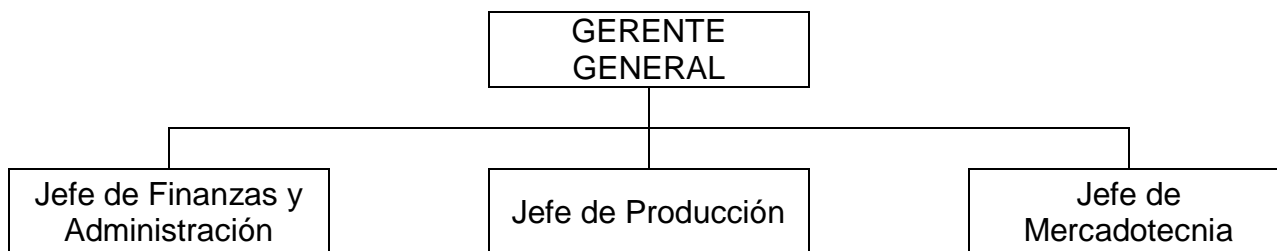
de las ventas con el Público en General por todos los años que se permanezca en el RIF, que tiene como máximo una duración de 10 años así mismo dará una reducción del 100% de IVA y IEPS en el primer año disminuyendo 10% en los años siguientes hasta agotarse en el décimo año, siempre y cuando se permanezca en el RIF.

En este sentido que el régimen seleccionado para el funcionamiento de la empresa, se tiene la opción que durante el periodo que permanezca en el régimen previsto se calcula el impuesto sobre la renta de forma bimestral por los periodos comprendidos de enero y febrero; marzo y abril; mayo y junio; julio y agosto; septiembre y octubre, y noviembre y diciembre de cada año y efectuar el pago del impuesto a más tardar el día 17 del mes siguiente al bimestre que correspondiente.

## **CAPÍTULO 7. PLAN DE ADMINISTRACIÓN**

Una vez definidos los objetivos y estrategias del plan de marketing y de operaciones, es muy importante que el empresario seleccione la estructura que le permitirá a la organización llevar adelante esas estrategias y lograr sus objetivos.

Como Stanstea es una empresa joven y pequeña se comenzará con una estructura simple. Debido a que ambiente al que se enfrenta la empresa es simple, comprendido por los tres integrantes del equipo de trabajo individuo; lo que significa una estructura orgánica que sea flexible para poder adaptarse a los cambios que vayan surgiendo.



### **7.1. Descripción de puestos**

Todo empresario debe saber que es muy importante determinar las funciones y las responsabilidades de cada puesto porque esto le permite coordinar tareas, supervisar el trabajo y a los trabajadores, establecer medidas de control, asignar responsabilidades de las actividades, medir los resultados y evaluar el desempeño de sus trabajadores.

A continuación se describen cada uno de los puestos en la empresa.

NOMBRE DEL PUESTO	<b>Jefe de Finanzas y Administración</b>
CLAVE	AD01
UBICACIÓN DEL PUESTO	Empresa Stanstea
SALARIO	\$0000.00
REPORTA A	Gerente general
HORARIO	Lunes a Viernes de 9:00 a 18:00
OBJETIVO	Asegurar y administrar los recursos necesarios para el funcionamiento de la empresa mediante el diseño y la gestión de las estrategias financieras
<b>PRINCIPALES FUNCIONES:</b>	
*Elaborar escenarios y proyecciones de ingresos y egresos de la empresa *Diseñar e implementar la estrategia financiera *Analizar la situación financiera de la empresa *Gestionar recursos financieros necesarios para alcanzar los objetivos de la empresa. *Supervisar el área de RH	
<b>RESPONSABILIDADES</b>	
ESCOLARIDAD	Ing. en Gestión Empresarial Lic. En Administración
EXPERIENCIA	2
GENERO	Indistinto
ESTADO CIVIL	Soltero
EDAD	26- 38 años

NOMBRE DEL PUESTO	<b>Jefe de Producción</b>
CLAVE	PR01
UBICACIÓN DEL PUESTO	Empresa Stanstea
SALARIO	\$0000.00
REPORTA A	Gerente general
HORARIO	Lunes a Viernes de 9:00 a 18:00
OBJETIVO	Encargado de la coordinación y ejecución de programas de producción e implementación
<b>HABILIDADES REQUERIDAS</b>	
*Manejo de SAP *Lean Manufacturing	
<b>RESPONSABILIDADES</b>	
ESCOLARIDAD	Ingeniera en Industrias Alimentarias
EXPERIENCIA	3 años
GENERO	Indistinto
ESTADO CIVIL	Soltero
EDAD	25-35 años

NOMBRE DEL PUESTO	<b>Jefe de Mercadotecnia</b>
CLAVE	MR01
UBICACIÓN DEL PUESTO	Empresa Stanstea
SALARIO	\$0000.00
REPORTA A	Gerente general
HORARIO	Lunes a Viernes de 9:00 a 18:00
OBJETIVO	Desarrollar e implantar un plan de mercadotecnia
<b>FUNCIONES DEL PUESTO</b>	
*Coordinar el desarrollo actividades de promoción de la empresa *Planear y desarrollar campañas publicitarias en medios masivos para promover el posicionamiento de la marca *Planar y ejecutar encuestas y un análisis de mercado *Coordinar el diseño y elaboración de artículos promocionales	
<b>RESPONSABILIDADES</b>	
ESCOLARIDAD	Lic. en mercadotecnia
EXPERIENCIA	3 años
GENERO	Indistinto
ESTADO CIVIL	Soltero
EDAD	28–35 años

## **CAPÍTULO 8. PLAN FINANCIERO**

Anteriormente, se ha identificado un producto o servicio con potencial de ser comprado por un grupo importante de clientes, se ha indicado que es posible producir el bien o servicio y que se puede contar con el personal adecuado, pero aún no se ha podido demostrar si su producción y comercialización le permitirá al inversionista recibir una retribución económica a cambio del dinero invertido, es decir, si el plan resultará económica y financieramente viable.

En el plan financiero se integran todos los planes y estrategias previamente establecidos en el plan de negocios, reflejando todas las decisiones que se han tomado a lo largo de su desarrollo. Es importante señalar que el plan financiero para una empresa en marcha es distinto al plan financiero de una nueva iniciativa empresarial. Mientras que el primero comienza con un análisis de la situación financiera de la empresa, el segundo comienza identificando los datos, supuestos y políticas que guiarán las proyecciones económicas y financieras del nuevo emprendimiento.

### **8.1. Factibilidad económica y financiera**

A continuación se detallan todos los elementos necesarios para poder realizar el flujo de fondos correspondiente:



## 8.2. Ventas

En el apartado de Mercado Meta se determinó la demanda de los té. Para determinar la demanda de los demás productos, se observó directamente la cantidad vendida por los posibles competidores.

CONCEPTO	VOLUMEN	PRECIO	VENTAS	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
	KG	UNITARIO	/CICLO	1	2	3	4	5
VENTA DE TÉ	45,000.00	22.00	\$990,000.00	\$990,000.00	\$1,039,500.00	\$1,091,475.00	\$1,146,048.75	\$1,203,351.19
TOTAL				\$990,000.00	\$1,039,500.00	\$1,091,475.00	\$1,146,048.75	\$1,203,351.19

Además, se consideró que las ventas aumentarán un 10% cada año.

## 8.3. Costos

### 8.3.1. Costos variables

COSTOS VARIABLES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sucralosa	\$288,000.00	\$ 302,400.00	\$317,520.00	\$ 333,396.00	\$350,065.80
Canela	\$118,800.00	\$124,740.00	\$130,977.00	\$137,525.85	\$144,402.14
Etiquetas	\$ 21,060.00	\$22,113.00	\$ 23,218.65	\$24,379.58	\$ 25,598.56
Tapas	\$ 4,680.00	\$4,914.00	\$5,159.70	\$5,417.69	\$ 5,688.57
PET	\$ 225.00	\$236.25	\$248.06	\$ 260.47	\$ 273.49
Benzoato de sodio	\$547.20	\$574.56	\$603.29	\$633.45	\$665.13
TOTAL	\$433,312.20	\$454,977.81	\$477,726.70	\$501,613.04	\$526,693.69

### 8.3.2. Costos fijos

A continuación se detalla los costos variables que incurrirán en la empresa, todos detallados anualmente.

COSTOS FIJOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mano de obra (2)	\$ 57,600.00	\$60,480.00	\$63,504.00	\$ 66,679.20	\$70,013.16
Administración	\$ 28,800.00	\$30,240.00	\$31,752.00	\$33,339.60	\$35,006.58
Ventas	\$43,200.00	\$45,360.00	\$47,628.00	\$50,009.40	\$ 52,509.87
Gas	\$5,382.00	\$5,651.10	\$5,933.66	\$ 6,230.34	\$6,541.85
Energía Eléctrica	\$4,700.00	\$4,935.00	\$5,181.75	\$ 5,440.84	\$5,712.88
Agua	\$ 600.00	\$630.00	\$661.50	\$694.58	\$ 729.30
TOTAL	\$140,282.00	\$ 147,296.10	\$154,660.91	\$162,393.95	\$ 170,513.65

## 8.4. Margen de contribución

PRODUCTO	COSTO UNITARIO	PRECIO UNITARIO	MARGEN
Té	\$ 7.68	\$ 12.50	\$ 4.82

## 8.5. Inversión inicial

Todo negocio debe incurrir en ciertos gastos para poder iniciar sus operaciones. A continuación se detallarán cuáles son los necesarios para que Stanstea funcione correctamente. Este detalle es muy importante para que los futuros inversionistas sepan con claridad en dónde se invierte el capital aportado.

La inversión inicial integra 2 componentes principales: el activo fijo y capital de trabajo, las cuales serán detalladas a continuación.

### 8.5.1. Activo fijo

El activo fijo se compone de todos aquellos elementos de trabajo que se necesitan para elaborar el producto.

CONCEPTOS	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	MONTOS	TOTAL
<b>ACTIVO FIJO</b>					
Planta purificadora de agua	equipo	1	\$45,900.00	\$45,900.00	\$45,900.00
Marmita	equipo	1	\$30,520.29	\$30,520.29	\$30,520.29
Llenadora	equipo	1	\$280,952.00	\$280,952.00	\$280,952.00
Taponadora	equipo	1	\$235,280.00	\$235,280.00	\$235,280.00
Banda transportadora	equipo	1	\$63,318.00	\$63,318.00	\$63,318.00
Lámpara de inspección	equipo	1	\$7,612.00	\$7,612.00	\$7,612.00
Codificadora (manual)	equipo	1	\$6,055.00	\$6,055.00	\$6,055.00
Envase PET	pieza	50	\$1.25	\$62.50	\$62.50
Tapas	pieza	50	\$0.26	\$13.00	\$13.00
Etiquetas	pieza	50	\$1.17	\$58.50	\$58.50
Planta	obra	1	\$33,000.00	\$33,000.00	\$66,000.00
Caja	pieza	5	\$3.00	\$15.00	\$15.00
<b>TOTAL</b>			\$702,642.97	\$702,786.29	\$735,786.29

### 8.5.2. Capital de trabajo

El capital de trabajo es todo lo que se debe tener inmovilizado para que el negocio funcione.

Incluye los créditos por ventas, los bienes no vendidos y el stock de proveedores.

En el caso particular, como la raíz se puede movilizarse además de que este no genera costo de adquisición. Por lo que el capital de trabajo es cero.

## 8.6. Depreciaciones

Por medio de la depreciación se disminuye el valor de los bienes de uso como una pérdida contable deducible de las ganancias, pero sin salida de efectivo.

Para el caso bajo análisis se utilizó el método de línea recta, considerando 5 o 10 años según la vida útil de cada bien.

Al no conocerse el valor de recupero que tendrán al finalizar el análisis aquellos productos que tienen una vida útil mayor al período considerado para el proyecto, se consideró que este será un 40% de su valor de compra.

COSTOS DE DEPRECIACIONES					
ACTIVO FIJO	VALOR ORIGINAL	TASA	AÑOS	DEP ANUAL	VALOR RESCATE
Planta purificadora de agua	\$45,900.00	10%	6.00	\$7,650.00	\$7,650.00
Marmita	\$30,520.29	10%	5.00	\$6,104.06	\$ -
Llenadora	\$280,952.00	10%	5.00	\$56,190.40	\$ -
Taponadora	\$235,280.00	10%	6.00	\$39,213.33	\$39,213.33
Banda transportadora	\$63,318.00	10%	6.00	\$10,553.00	\$10,553.00
Lámpara de inspección	\$7,612.00	10%	6.00	\$1,268.67	\$1,268.67
Codificadora (manual)	\$6,055.00	10%	5.00	\$1,211.00	\$ -
Envase PET	\$62.50		10.00	\$6.25	\$31.25
<b>TOTAL</b>	<b>\$669,699.79</b>			<b>\$122,196.71</b>	<b>\$58,716.25</b>

## 8.7. Financiamiento

Para llevar a cabo una inversión se requieren recursos financieros, por lo que se debe determinar la mejor mezcla financiera o estructura de capital. Ésta es una decisión referida al tipo de derechos que se emiten sobre los activos de la empresa; en otras palabras es la relación de capital y deuda que elige una empresa para financiar sus activos.

Esta decisión es muy importante ya que impacta en la magnitud y riesgo del flujo de fondos de la empresa, en el control sobre las decisiones de negocios de la

compañía y su impacto posterior en el flujo de fondos y en la capacidad de decisión para emitir nuevos derechos.

Para el caso en particular, al vivir en una inestabilidad constante no conviene endeudarse, por lo que se optó por un financiamiento con capital propio. En el futuro, a la hora de implementarse, el inversionista puede buscar otras fuentes de financiamiento.

### **8.8. Tasa costo de capital (ks)**

El costo de capital es la tasa de rendimiento mínimo que debe requerirse a los cursos de acción existentes, que podrían llevarse a cabo con los fondos disponibles, para optimizar la riqueza de los propietarios. Esta tasa es el pivote entre las decisiones de inversión y financiamiento con el objetivo financiero de la compañía.

Para determinar la tasa se utilizó la siguiente fórmula:

$$Ks = Rf + B(Rm - Rf) + \text{riesgo país}$$

Dónde:

Rf= tasa libre de riesgo

B= beta de la industria

Rm= riesgo de mercado

Riesgo país= riesgo país porcentual de México

Al aplicar los valores reales, se obtiene la siguiente tasa

$$Ks = 0.87\% + 1.99 * (9.73\% - 0.87\%) + 10.47\%$$

$$Ks = 28.18\%$$

### **8.9. Flujo de fondos**

Recapitulando lo dicho anteriormente, los supuestos para realizar el flujo son los siguientes:

- Tasa de impuesto a las ganancias: 35%
- Tasa de costo de capital: 28.18%
- Las ventas aumentarán un 10% cada año.
- Los sueldos aumentarán un 15% cada año.
- Como se conoce el valor de recuperación de los activos fijos al finalizar, se contemplaran estos datos.
- El capital de trabajo para el año 0 es un 10% de las ventas del año posterior y para el resto de los períodos es el 20% de las ventas del próximo año.

Entonces, la proyección para Stanstea en su escenario más probable es el siguiente:

CONCEPTOS / AÑO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
( + ) VENTAS	\$ -	\$ 990,000.00	\$1,039,500.00	\$1,091,475.00	\$1,146,048.75	\$1,203,351.19
( + ) VALOR DE RESCATE	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$58,716.25
( = ) INGRESOS TOTALES	\$ -	\$990,000.00	\$1,039,500.00	\$1,091,475.00	\$1,146,048.75	\$1,262,067.44
COSTOS FIJOS	\$ -	\$140,282.00	\$147,296.10	\$154,660.91	\$ 162,393.95	\$170,513.65
COSTOS VARIABLES	\$ -	\$ 433,312.20	\$454,977.81	\$477,726.70	\$501,613.04	\$526,693.69
( = ) COSTOS TOTALES	\$ -	\$573,594.20	\$602,273.91	\$632,387.61	\$664,006.99	\$697,207.34
COMPRA ACTIVO FIJO	\$702,786.29	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
COMPRA ACTIVO DIFERIDO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
COMPRA CAPITAL DE TRABAJO	\$48,249.52	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
( = ) SALDO FINAL	- \$751,035.81	\$416,405.80	\$437,226.09	\$459,087.39	\$482,041.76	\$564,860.10

## 8.10. Criterios de decisión

### 8.10.1. Valor actual neto (VAN)

El valor actual neto es el método más conocido a la hora de evaluar proyectos de inversión.

Permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto. Cuando dicha diferencia es positiva, el proyecto es recomendable.

Como se mostrará a continuación, para el caso bajo análisis el VAN es \$973,452.64 por lo que por este método el proyecto es viable.

### 8.10.2. Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno o rendimiento de una inversión es la tasa de descuento que iguala el valor actual de las salidas de efectivo con el valor actual de los ingresos esperados. En otras palabras, es la tasa que hace cero el VAN.

Como regla general, se acepta todo proyecto que tenga una TIR superior al costo de capital.

La Ks del proyecto es 28.18%, la cual es doblada por la TIR obtenida: 48.89%. Entonces, por este método también se recomienda el proyecto.

### **8.10.3. Costo-beneficio**

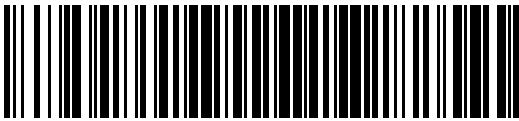
El último indicador de rentabilidad que se analiza es con la relación al Costo-Beneficio, donde este debe ser mayor que 1, lo que significa, que por cada peso invertido se va a recuperar y se tendrá un excedente. Como resultado de Stanstea es de \$1.31, por lo que por cada peso invertido se recuperara, \$.31.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

- ✓ El estudio realizado, muestra que el proyecto de innovación, es una excelente alternativa de inversión, debido a sus grandes posibilidades de crecimiento y expansión.
- ✓ Además de que este proyecto es una importante herramienta para la creación, desarrollo y crecimiento empresarial, el cual se demuestra con la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de té en la región.
- ✓ La implementación de plan de contingencias será de gran utilidad, para atender las emergencias que puedan originarse durante las etapas de construcción y operación del proyecto.
- ✓ Adquirir materia prima e insumos de excelente calidad, controlar el proceso de comercialización, ya que de ellos dependen las ventas que la tienda haga.
- ✓ Establecer estrategias de mercadeo que le permita a la empresa una mayor visión comercial, asistiendo a eventos, foros y ferias, entre otros, relacionados con el sector.
- ✓ Fortalecer nuestras debilidades en los aspectos internos para lograr solidez, logrando ser competitivos y exigentes a la vez
- ✓ Además de construir un ambiente laboral equilibrado y dinámico ya que el bienestar en el trabajo es uno de los aspectos básicos que influyen en el rendimiento de cada uno de los colaboradores.

ANEXOS

Anexo 1. Proceso para la búsqueda fonética por parte del IMPI.



IT/B/2016/000440

Dirección Divisional de Promoción y Servicios de Información Tecnológica.

Subdirección Divisional de Servicios de Información Tecnológica.

EXPEDIENTE: IT/E/2016/000445

SOLICITUD: IT/B/2016/000440

IDENTIFICADOR DE LA SOLICITUD: 750

FECHA Y HORA DE RECEPCIÓN:

12/08/2016 14:13:07

SOLICITUD DE:  
Búsqueda del Estado de la Técnica Internacional

SOLICITANTE(S):  
SAIT ANTONIO SAVIÑON ALVAREZ.

DOCUMENTO DIGITALIZADO ANEXO:

SAIT ANTONIO SAVINON.pdf

La presente solicitud será procesada con la información proporcionada por el solicitante en la misma.

SOLICITANTE(S):  
El solicitante manifiesta que los datos asentados en la presente solicitud son ciertos.

CON LA FECHA Y HORA REFERIDA SE HA RECIBIDO SU SOLICITUD DE BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN TECNOLÓGICA CON EL NÚMERO DE FOLIO IT/B/2016/000440

ATENTAMENTE

CADENA ORIGINAL: BÚSQUEDA DEL ESTADO DE LA TÉCNICA|IT/E/2016/000445|IT/B/2016/000440|12/08/2016 14:13:07|null|

FIRMA DIGITAL:  
F5A8T62Rj/sXWTO0jyDlbq+PoU+/Vu9FiNDfU5tdiet8YEIkLwN3b3FzrdBh6fl6Va2bKW04EuX9Zgyqh1S4LZ69bIX/Av7GMHAqAnxyPdbvPtI8FJFOWYUvgZg9  
G359ty20rFiduCqH4LZ4tMp6LkvQ  
YLIYEqaMwbC6SRrZSEM=



## SOLICITUD DE INFORMACIÓN TECNOLÓGICA

(Antes de llenar el formato, sírvase leer las consideraciones generales al reverso).

### Por la presente se solicita:

(Marque sólo una opción)

Uso exclusivo  
Delegaciones y Subdelegaciones Federales  
de la Secretaría de Economía.

Uso exclusivo  
IMPI, Oficinas Regionales del IMPI

Sello, Fecha y Hora de presentación,  
No. de folio de entrada.

☐ Búsqueda a partir de datos bibliográficos  
☐ Nacional ☐ Internacional

☐ Búsqueda a partir de datos técnicos  
☐ Nacional ☐ Internacional

Búsqueda del Estado de la Técnica  
☒ Internacional

### I. DATOS DEL (DE LOS) SOLICITANTE (S)

1) Nombre (s) *Sait Antonio Savinón Alvarez*

2) Tipo de usuario: Inventor independiente ☒ Sector Educativo ☐ Despacho ☐ Micro o Pequeña Empresa ☐  
Empresa Mediana o Grande ☐ Centros de Investigación ☐ Otros ☐

### II. DATOS DEL (DE LOS) REPRESENTANTE (S) LEGAL (ES) O MANDATARIO (S)

3) Nombre (s):

### III. DOMICILIO PARA OÍR Y RECIBIR NOTIFICACIONES EN EL TERRITORIO NACIONAL

4) Domicilio (calle, número, colonia, municipio o delegación): *Calle 16 de Septiembre #4*

Población y Estado: *Santa Clara Hidalgo*  
Código postal: *43961*

5) Teléfono (clave):\* Correo electrónico:\* *13030234@itesa.edu.mx*

### IV DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

6) Datos Bibliográficos a buscar: (Solo para el caso de Búsquedas Bibliográficas). Continuar en el punto 9)

7) Área técnica: Química ☒ Biotecnología ☐ Mecánica ☐ Eléctrica ☐  
Electrónica ☐ Diseños ☐

8) Descripción de los aspectos técnicos más relevantes y objetivo de la búsqueda :  
*Infusión elaborada a base de extracto natural de la raíz de Ipomoea sp. (4.5-5%),  
canela (1-1.6%), sucralosa como edulcorante (1-1.6%) y benzoato de sodio como conservador  
(0.009-0.01%).*

9) Observaciones:\* (Si anexa información complementaria o desea hacer alguna precisión, especifíquelo en este rubro)

*Agrego hoja con información adicional.*

*Sait Antonio Savinón Alvarez*  
Nombre y firma del solicitante o su mandatario

*Agua Hgo a 8 de Agosto del 2016*  
Lugar y fecha





NUMERO DE FOLIO

10027649648



10027649648

PERIFÉRICO SUR 3106, COL JARDINES DEL PEDREGAL  
DEL ALVARO OBREGON, CP 01900 MÉXICO, D.F.  
RFC: IMP-931211-NE

REGIMEN GENERAL DE LEY PERSONAS MORALES / PERSONAS MORALES NO CONTRIBUYENTES TÍTULO III DE LA LEY DEL ISI

CONCEPTO	CANTIDAD U. M.	ARTÍCULO	PRECIO UNITARIO	IMPORTE
CONCEPTO: Por informe de búsqueda sobre el estado de la técnica en un área tecnológica específica, por cada uno	1 Servicio	21	\$823.72	\$823.72
PAGO EN UNA SOLA EXHIBICION				
50% DE DESCUENTO - INSTITUCIONES EDUCATIVAS			TOTAL TARIFA	\$823.72
ANOTACIONES:			I.V.A.	\$131.80
---			SUBTOTAL	\$955.52
---			ACTUALIZACION	\$0.00
---			RECARGOS	\$0.00
---			TOTAL A PAGAR	\$955.52

--- NOVECIENTOS CINCUENTA Y CINCO PESOS 52/100 MN ---

Este documento es una representación impresa de un CFDI

## Sello Digital del CFDI:

lotuocaeyAlbaw8LMFIl2/ObvpNd+86RaMtwikkjVNLKj1AZ7rXBctWrihmgb6quUUj8t  
EmIq4pXMMaQJqhsT++itZ5+2sCT+VgyHx4jLO9b1CcDu5pEjghDxjuxMS+I+pomsi  
2CDsMd5NfxaKO2wCnx1rotRCqlztDFil70/WehEFz6wljU5I2EGQWlINxPPY102yHw  
VnpGcYCKBsL/bAKWPB9+EXXQznuqdVNIg7IWbf8wel8L0zrA/yOyQesS/vzsvz6bp  
U7jaKRauwv9hbSdRc43DaS0YWKgwIzpY+aTYVIQ7m3uY8mcl+3pUo10mYoA27  
RGsX3HX7Vcvll7LA==

## Sello del SAT:

a6a/k6KfG8llleg97f75aqiEbKqD49n7X1WJ2Ou6vW9KvYjmVc4Dx0d+G5zzQe5bPk  
WlafeSXdEpPurMeBNQUqGCidSEvk10b937qqL2AQ6hNoosCnzP/R+joFYrkTuTS  
9PafbmTLK0JBB43j5jHUb5FiLYBvXIMThFk4HDuR6U=

## Cadena Original:

||1.0|60174CE2-F4C4-4D68-B66F-E8ECBDC4C9ED|2016-08-  
12T09:46:20|lotuocaeyAlbaw8LMFIl2/ObvpNd+86RaMtwikkjVNLKj1AZ7rXBctWrih  
mgb6quUUj8tEmIq4pXMMaQJqhsT++itZ5+2sCT+VgyHx4jLO9b1CcDu5pEjghDxjux  
MS+I+pomsi2CDsMd5NfxaKO2wCnx1rotRCqlztDFil70/WehEFz6wljU5I2EGQWlIN  
xPPY102yHwVnpGcYCKBsL/bAKWPB9+EXXQznuqdVNIg7IWbf8wel8L0zrA/yOyQ  
esS/vzsvz6bpU7jaKRauwv9hbSdRc43DaS0YWKgwIzpY+aTYVIQ7m3uY8mcl+3p  
Uo10mYoA27RGsX3HX7Vcvll7LA==|00001000000202700691||



UIDD: 60174CE2-F4C4-4D68-B66F-E8ECBDC4C9ED

No. de Certificado CSD: 00001000000401943067

No. de Certificado SAT: 00001000000202700691

Fecha de Certificación: 2016-08-12T09:46:20

Lugar y Fecha de Expedición: Ciudad de México; 2016-08-12T09:41:18

Forma y Método de Pago: Pago una sola exhibición; 03

## DATOS DEL TITULAR O SOLICITANTE

NOMBRE: INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DEL ORIENTE DEL ESTADO DE HIDALGO

DIRECCIÓN: Calle. Carretera Apan-Tepeapulco Km. 3.5 No.Ext. S/N  
No.Int. , Col. Las peñitas, CP.43900, APAN, HIDALGO, MX

RFC: ITS020624FY8

## BANCO: BANCOMER

CONVENIO: 0662852

FECHA DE OPERACION: 11/08/2016 00:00:00

FOLIO INTERNET: 8923600000000004458091

NF0092226599



### Ing. en Gestión Empresarial

#### Perfil Profesional

**Profesión / Área:** Desarrollar y fomentar el impulso innovador y creativo de las técnicas de administración y avance tecnológico, para gestionar cada uno de los recursos necesarios de una organización, mediante la implementación de acciones de mejora y una toma de decisiones correctas, aumentando su capacidad de crecimiento, desarrollo y competencia en el mercado.

#### Habilidades

##### Liderazgo/ Eficacia

**Habilidades:** Diseño y mejora de los sistemas integrados de personas.

**Experiencia:** Aplicación de conocimientos en las ciencias matemáticas, físicas y sociales, junto con los principios y métodos de análisis de ingeniería y diseño organizacional.

**Logros:** Diagnóstico del clima laboral en una empresa metalmecánica

##### Perseverancia / Apoyo

**Habilidades:** Fomentar y promueve el desarrollo e innovación en las organizaciones.

**Experiencia:** Uso de técnicas y herramientas para lograr una meta o solucionar problemas en cualquier área funcional de las organizaciones, diseñando procesos de mejor eficiencia y eficacia.

**Logros:** Conocimientos de las materias de mercadotecnia tradicional y online, gestión de la producción y finanzas.

##### Trabajo en equipo / Objetiva

**Habilidades:** Toma decisiones en forma efectiva

**Experiencia:** Desarrollo y justificación de estrategias para alcanzar objetivos organizacionales, a través del trabajo en equipo y la participación de las personas y otros recursos de la organización.

**Logros:** Creación y mejora de estrategias en una empresa maquilera, para una dirección y organización, encaminadas a la rentabilidad y sostenibilidad de esta.

##### Capacidad de análisis/ Pronta respuesta

**Habilidades:** Identifica, plantea y resuelve problemas.

**Experiencia:** Aplicación de herramientas, métodos y técnicas que permitan resolver de manera creativa el diseño o desarrollar estructuras o procesos de fabricación.

**Logros:** Conocimiento de gestión de la producción, y diseño organizacional.

## Experiencia profesional

### 2015-2016 CIATEQ HIDALGO A.C

Cargo: Asistente de vinculación

Función: Apoyo en el contacto con las empresas de los estados de Puebla, Tlaxcala e Hidalgo, en sus diferentes sectores productivos (textil, automotriz, metalmecánica, agropecuario etc.), para ofrecerles el servicio de innovación tecnológica a las empresas, mediante apoyos federales e inversión internacional.

### 2010-2012 Centro de Bachillerato Tecnológico agropecuario No. 152 “Lauro L. Méndez”

Cargo: Auxiliar en el departamento de servicio social y vinculación

Función: En este departamento, desarrollo actividades como visitas a las dependencias donde los alumnos de la institución prestaban servicio. De la misma manera se llevaba control de estos alumnos, registro de reportes, horarios y documentos relacionados con ellos y con los egresados de la institución.

## Formación académica

### Técnico en administración

En esta carrera se cuenta con la especialidad en económico administrativo, fue cursada y desarrollada en el Centro de Bachillerato Tecnológico agropecuario No. 152 “Lauro L. Méndez”, se cuenta con cedula profesional y título.

## Otros datos

**Idiomas** Inglés: intermedio.

**Procesador de texto Microsoft Word.** Nivel avanzado.

**Hojas de cálculo Excel.** Nivel intermedio

**Access.** Nivel intermedio

**Power Point.** Nivel avanzado

**Anel Sánchez Jiménez**

**Dirección:** Josefa Ortiz de Domínguez #18 Apan Hgo.

**Teléfono:** 7712417726  
anel0704.1994@gmail.com

### Otros datos

**Fecha de nacimiento:** 07 de Abril del 1994.

**Estado civil:** Soltera

**Promedio:** 90.62





## Tania verónica Zarate Ramírez

Calle 5 de marzo, Jaltepec Axapusco, México.

N/S

Tel: 7751037332

E-mail: 13030404@itesa.edu.mx

I.I.A.

## HABILIDADES

-Análisis de Alimentos

Español: Natal

**-Programas manejados:** Excel, PowerPoint, Word, auto cad y video pad

-Busco soluciones fáciles y rápidas.

Inglés: Intermedio

-Colaborativa

**Año** 2007-2010    **Título:** Certificado del término de Secundaria

**Ciudad-País:** México    *Universidad o institución:* Fray Andrés de Castro 0287

**Año** 2010-2013    **Título:** Certificado bachiller general

**Ciudad-País:** México    *Universidad o institución:* preparatoria 144

**Año** 2013-    **Título:** Ingeniero en Industrias Alimentarias (En Proceso)

**Ciudad-País:** Hidalgo    *Universidad o institución:* Instituto Tecnológico del Oriente del Estado de Hidalgo ITESA

## EXPERIENCIA LABORAL

**De** 02/06/2016 **a** 30/07/2016

**(Tlanalapa, Hidalgo)**

**NOMBRE DE LA EMPRESA,** Perged S.A de C.V. (Fábrica de ropa que es trasladada a woalmar)

Cargo ocupado: Operadora manual

Tareas realizadas: Generar de manera colaborativa el traslado de materia prima para su posterior transformación así como implementar técnicas rápidas para una mejor producción y lograr un producto de buena calidad, que cumpla las características que busca el consumidor.

## REFERENCIAS

---

### **Graciela Robles Pinos**

Tlanalapa Hidalgo

Cargo: Gerente General de la empresa

Teléfono 7919132634 E-mail perged\_@gmail.com

---

## REFERENCIAS PERSONALES

Joaquin Blas Zarate Ramirez

Parentesco: Hermano

(Ciudad de México)

Ocupación: Estudiante/trabajador de medio tiempo

Teléfono: 7751061662

E-mail

Blas Zarate García

Parentesco: Padre

(Ciudad de México)

Ocupación: Campesino

Teléfono: 7751353444

E-mail

---

## FORMACIONES ADICIONALES E INTERESES

- Reconocimiento por haber obtenido el 2° lugar en el curso de carteles con el tema "Crisis Ambiental" Desarrollado por el Grupo Académico Desarrollo Sustentable del Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo, Noviembre de 2015.
- Reconocimiento por participación en la presentación de Proyectos de la asignatura de Taller de Investigación II, Mayo de 2016.
- Constancia al proyecto Stanstea por haber obtenido el 1° lugar de la categoría "Producto" en el Evento Nacional Estudiantil de Innovación Tecnológica, mayo de 2016.



## Sait Antonio Saviñon Alvarez

Calle 16 de Septiembre No. 4  
Sta. Clara Hgo.

Tel: 7751053059

E-mail: sasayo595@gmail.com

I.I.A.

## HABILIDADES

- Análisis de Alimentos.
- Investigación y Desarrollo de nuevos productos alimenticios.
- Capacidad para adaptarse a situaciones nuevas
- Relación con proveedores.
- Liderazgo
- Trabajo en equipo, bajo presión, responsable y organizado.

Español: Natal

Inglés: Intermedio

### -Programas manejados:

Paquetería Office y AutoCAD.

**-Nociones en:** Procesamiento de Alimentos.

- Disponibilidad de tiempo completo.

## ESTUDIOS

**2007-2010**

Título: Certificado de Conclusión de Secundaria

**Emiliano Zapata Hgo.**

*Escuela Secundaria General Tierra y Libertad*

**2010-2013**

Título: Certificado de Conclusión de Bachillerato

**Emiliano Zapata Hgo.**

*Colegio de Bachilleres del Estado de Hidalgo*

**2013-1017**

Título: Ingeniero en Industrias Alimentarias (En Proceso)

**Apan Hgo.**

*Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo (ITESA)*

## EXPERIENCIA LABORAL

**De 04/05/2013 a 06/09/2016**

**Internet S. A.,** Sector Público

**(Sta. Clara Hgo.)**

Cargo ocupado: Gerente de internet y Técnico de Soporte

Tareas realizadas: Administración y atención al cliente.

Resolver los inconvenientes informáticos que se presentan para una óptima ejecución de labores, asegurar que la red sea utilizada correctamente y de manera eficiente y atender con calidad para ofrecer un excelente servicio a los clientes; administra los diferentes usuarios, mantener en buen estado las herramientas de trabajo, administrar el hardware y software de las computadoras, responsable de los equipos informáticos y de la correcta utilización de los medios.



## REFERENCIAS LABORALES

---

### **Margarita Saviñon Alvarez**

Internet S. A. (Sta. Clara Hgo.)

Cargo ocupado: Dueña

Teléfono: 7751135502      Correo: internet\_sa@hotmail.com

## REFERENCIAS PERSONALES

---

Eufemia Grijalva López	Alicia APELLIDO	José Juan González Práxedes
Conocido	Conocido	Conocido
(Sta. Clara Hgo.)	(Sta. Clara Hgo.)	(Sta. Clara Hgo.)
Ama de Casa	Ama de Casa	Empleado
Teléfono: 7751456266	Teléfono: 7751217744	Teléfono: 5514923562

## FORMACIONES ADICIONALES E INTERESES

---

- Constancia por haber completado el Taller de Ahorro, desarrollado en conjunto por el Museo Interactivo de Economía y BBVA Bancomer, mayo de 2013.
- Diploma por acreditar la capacitación de Informática, otorgado por el Colegio de Bachilleres del Estado de Hidalgo, Junio de 2013.
- Reconocimiento por haber obtenido el 2° lugar en el curso de carteles con el tema “Crisis Ambiental” Desarrollado por el Grupo Académico Desarrollo Sustentable del Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo, Noviembre de 2015.
- Constancia por participación en curso extracurricular “Jueces semi-entrenados del queso de aro”, Diciembre de 2015.
- Constancia por haber concluido el curso masivo abierto en línea Investigación, Descubrimiento y Principios, impartido por el Tecnológico Nacional de México, Mayo de 2016.
- Reconocimiento por participación en la presentación de Proyectos de la asignatura de Taller de Investigación II, Mayo de 2016.
- Constancia por participación en el XXIII Evento Nacional Estudiantil de Ciencias Básicas, Mayo de 2016.
- Constancia por haber obtenido el 1° lugar en el XXIII Evento Nacional Estudiantil de Ciencias Básicas, Mayo de 2016.
- Constancia por participación como desarrollador del producto “Stanstea” en el Evento Nacional Estudiantil de Innovación Tecnológica, Mayo de 2016.
- Constancia al proyecto Stanstea por haber obtenido el 1° lugar de la categoría “Producto” en el Evento Nacional Estudiantil de Innovación Tecnológica, mayo de 2016.

**Deportes Hobbies:** Jugar Basquetbol, leer novelas de terror y artículos científicos.