

PROYECTO: Taller de Herrería y Forja
“La Fábrica”

Nombre del Emprendedor: Anastasio Pérez Aparicio

Contenido

Resumen ejecutivo.....	2
I. Descripción de la empresa o nombre del proyecto y objetivos:.....	7
II. Análisis del Producto y su Mercado	11
III. Estrategia de Mercadotecnia	16
IV. Plan de Ventas	21
V. Plan de Operaciones del Proyecto	22
VI. Recursos Humanos.....	24
VII. Aspectos Legales	26
VIII. Plan Financiero y evaluación del proyecto	Error! Bookmark not defined.
IX. Plan de Inversión y Financiamiento.....	Error! Bookmark not defined.
X. Conclusiones.....	Error! Bookmark not defined.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201106

Resumen ejecutivo

▪ Descripción del negocio

La Fábrica, es una empresa parralense dedicada a la fabricación de artículos contemporáneos de herrería y forja como lo son puertas, rejas para ventana y productos de ocasión (asadores, maceteros, sillas, etc.), los cuales cuentan con un valor alto en su calidad, pues el diseño, estilo y acabado son excepcionales.

El proceso de fabricación de estos productos ofrecidos por *La fábrica*, son producidos en serie, ya que de esta manera se optimiza, supervisa y mejora la calidad en todos y cada uno de los acabados.

Se utilizan métodos de calidad en el diseño, en los materiales y en los productos terminados, con el objetivo de cumplir con las exigencias del cliente, considerándose no solo una “fábrica”, sino una empresa que brinda servicio personalizado, más allá de solo productos decorativos para el hogar.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201106

▪ **Descripción del producto o servicio (en caso de ser innovador mencionar por qué o enunciar sus ventajas competitivas)**

Fabricación de Puertas simples, ventanas metálicas de herrería, Protectores, escaleras metálicas y algunos muebles de Forja en frio. Basándose en las necesidades y expectativas de los clientes, moda, diseño y minimalismo.

La Fábrica, ofrece la asesoría y elaboración del diseño del producto, vinculando las expectativas del cliente y la experiencia y conocimiento del equipo experto de dicha empresa, encontrándose como resultado el producto final, el cual engloba lo que el cliente ha solicitado, la calidad de los materiales y un diseño único y exclusivo.

▪ **Mercado y segmentos más rentables (ventas estimadas)**

La Fábrica dispone de tres segmentos de mercado objetivo:

Residencial: El cual abarca a un mercado mucho más exclusivo, demandante y que busca diseño, estilo y personalidad en cada uno de los productos que adquiere. A este tipo de clientes se les considera con un nivel socioeconómico de medio alto a alto.

Interes Social: Dicho segmento busca seguridad, calidad y precios accesibles en este tipo de productos, dejando a un lado factores como la moda, diseño exclusivo y acabados de lujo. A este segmento se le puede clasificar en un nivel socioeconómico bajo a medio.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201106

Constructoras/ Inmobiliarias: El objetivo de ofrecer estos productos a este tipo de empresas es la capacidad de compra en volumen, donde se puede demandar calidad, diseño exclusivo, estilo y personalidad para cada construcción; o bien, productos que garanticen lo básico demandado para estas construcciones (p.e. fraccionamientos de interés social)

Público en general: Ese tipo de clientes clasificados como personas con poder adquisitivo que buscan productos más comunes como lo son asadores, maseteros, sillas, artículos decorativos, etc.

- **Estrategias de penetración en el segmento de mercado**

En la actualidad, la sociedad atraviesa por una carente y devaluada calidad de vida, a causa de la delincuencia e inseguridad; por lo que es necesario buscar alternativas para asegurar y mantener a salvo el patrimonio. Con esto *La Fábrica* no solo ofrece productos decorativos, sino la posibilidad de confiar en que su patrimonio está a salvo, y además cuenta con el diseño y la calidad de los excelentes materiales con los que es fabricado cada producto en *La Fábrica*.

- **Precio de venta estimado del producto o servicio.**

Desde un análisis general el costo promedio de fabricación de estos productos, según su segmento:

Residencial	
Puertas	\$5,800
Rejas para ventanas	\$3,950

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201106

Interes Social	
Puertas	\$2,500
Rejas para ventanas	\$1,690

Público en general	
Asadores	\$3,980
Maseteros	\$800
Otros (varios)	\$1,000

Dichos precios se sujetan al modelo estándar diseño y acabados.

- **Mencione la competencia del negocio, directa e indirecta**

Los competidores a los que *La Fábrica* se enfrenta son muy variados, ya que en la ciudad existen poco más de 90 talleres de estructuras metálicas, dedicados a la fabricación de este tipo de productos; sin embargo la ventaja competitiva con la que cuenta esta empresa es la experiencia y conocimientos de un profesional, como lo es el Arquitecto Anastasio Pérez Aparicio.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201106

▪ **Análisis FODA del negocio (sólo Fortalezas, Debilidades)**

Fuerzas:

Contar con maquinaria especializada

Puntualidad y compromiso en la entrega del producto

Calidad en el proceso y selección de materias primas

Experiencia y capacidad de diseño por expertos

Debilidades:

Mano de obra sin conocimiento en diseño

No se cuenta con punto de venta y exhibición

Infraestructura inadecuada

Oportunidades

La inseguridad promueve la demanda de rejas y puertas de herrería y forja

Tendencia en nuevos diseños

El creciente desarrollo y construcción de nuevos fraccionamientos en la ciudad

Diversidad y mejores materias primas al alcance

Amenazas

El precio de los insumos es inestable (metales)

Mano de obra calificada escasa

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201106

I. Descripción de la empresa o nombre del proyecto y objetivos:

▪ **Naturaleza de la empresa**

La Fábrica, es una empresa parralense dedicada a la fabricación de artículos contemporáneos de herrería y forja como lo son puertas, rejas para ventana y productos de ocasión (asadores, maceteros, sillas, etc.), los cuales cuentan con un valor alto en su calidad, pues el diseño, estilo y acabado son excepcionales.

El proceso de fabricación de estos productos ofrecidos por *La fábrica*, son producidos en serie, ya que de esta manera se optimiza, supervisa y mejora la calidad en todos y cada uno de los acabados.

Se utilizan métodos de calidad en el diseño, en los materiales y en los productos terminados, con el objetivo de cumplir con las exigencias del cliente, considerándose no solo una “fabrica”, sino una empresa que brinda servicio personalizado, más allá de solo productos decorativos para el hogar.

▪ **Antecedentes de la empresa o proyecto**

Nombre del Emprendedor: Anastasio Pérez Aparicio

RFC:

Fecha de inscripción:

Dirección: Prolongación Laureles #17 Col. Magisterial

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201106

Teléfono: 627 52 54200

Lugar de residencia: Parral, Chih.

Edad: 55 años

Estado Civil: Casado

Ocupación: Empresario Taller de Herrería y Forja (1 año)

Experiencia en el ramo o empresarial: El Sr. Anastasio Pérez Aparicio cuenta con la experiencia en actividades relacionadas a la planificación, diseño de edificios y construcciones contemporáneas, pues su profesión así se lo permite, recibido con Arquitecto desarrolla hoy *La Fábrica*, donde se combinan los conocimientos y la experiencia por el diseño y creación de productos innovadores y de calidad.

○ **La idea**

La fábrica, surge al darse cuenta que no existe una empresa especializada en ofrecer este tipo de productos en la ciudad; ya que es necesaria la calidad, diseño, estilo y buen gusto al momento de adquirir este tipo de productos, que pueden considerarse productos de por vida.

Además de que no existen empresas de este ramo en la ciudad que ofrezcan la asesoría y elaboración del diseño del producto, vinculando las expectativas del cliente y la experiencia y conocimiento del equipo experto de dicha empresa, encontrándose como resultado el producto final, el cual engloba lo que el cliente ha solicitado, la calidad de los materiales y un diseño único y exclusivo

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201106

○ **¿Por qué?**

Las condiciones a las que actualmente se enfrenta la sociedad, han propiciado la adopción de nuevas alternativas para asegurar y resguardar sus hogares; es decir, la delincuencia aunado a la necesidad en los casos donde los integrantes de la familia deben salir a trabajar y por ende el hogar queda “desprotegido” .

Con esto se ha incrementado la demanda de productos como rejas y puertas que den la tranquilidad y seguridad a este “nuevo” estilo de vida.

Sin embargo, es inexistente la oferta de productos de calidad, como lo son los ofrecidos por *La Fábrica*, es por lo cual nace dicho proyecto, además del valor agregado en la asesoría y fabricación de productos personalizados y basados en las expectativas y demandas del cliente.

○ **Visión**, “Ser una empresa comprometida satisfacer las necesidades de sus clientes, ampliando la gama de productos y servicios en herrería y forja, más allá de sólo producir, asesorando y fomentando el diseño y estilo en cada producto.”.

○ **Misión**, “Innovar, diseñar, producir y comercializar el servicio de forja y herrería, ofreciendo productos de calidad que superen las expectativas del cliente”.

○ **Objetivos**

1. Iniciar con la atención y servicio a un 50% del mercado objetivo, respetando los límites de producción.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201106

2. Ser capaces de ofrecer productos y servicios con un alcance a todos y cada uno de los segmentos identificados.

- **Planes de la empresa (Pronósticos)**, Cuales son los pronósticos de la empresa en el corto plazo y cómo los vincula con su planeación a 5 años.

▪ **Descripción del entorno**

- **Cuáles son las principales tendencias macroeconómicas y financieras que repercuten en su negocio**

A mediados de la década de los 90's se inicia con una nueva era en el diseño y estilo de casas habitación, pues se toma en cuenta el acabado rustico o contemporáneo en las construcciones. Lo que hoy se traduce en minimalismo y calidad en forja y herrería

- **Cuáles son las principales variables sociales, políticas, ambientales, fitosanitarias y culturales que inciden en el desarrollo del negocio**

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201106

México es uno de los países de Latinoamérica que se encuentra localizado en una región volcánica rica en minerales. La tradición minera se remonta a la época prehispánica, como lo muestra la explotación de yacimientos ubicados principalmente en las zonas de Taxco, Pachuca, Guanajuato y la sierra Gorda, en Querétaro, donde se encontraron vestigios de bocaminas. Sin embargo, no es sino hasta el periodo de la colonia cuando la minería adquiere una gran relevancia económica y social, que se refleja en un importante impulso a la creación de poblaciones en función de la ubicación de los yacimientos y de las actividades exploratorias, así como la creación de infraestructura de transporte, la especialización de fuerza de trabajo y el estímulo a las actividades de investigación. A nivel mundial, el auge de la minería mexicana se tradujo en un importante flujo de metales preciosos, especialmente plata, hacia los circuitos comerciales de Europa.

Por lo cual es importante considerar que México cuenta con la capacidad en materias primas para la producción y generación de productos en herrería y forja; sin embargo aun y cuando esto suceda s depende del precio y estatus de estos materiales, por lo que se introducen materias primas al proceso de producción que sustituyan o complementen el trabajo realizado en *La Fábrica*.

II. Análisis del Producto y su Mercado

Producto: Visión general, Fabricación de Puertas simples, ventanas metálicas de herrería, Protectores, escaleras metálicas y algunos muebles de Forja en frio. Basándose en las necesidades y expectativas de los clientes, moda, diseño y minimalismo.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201106

La Fábrica, ofrece la asesoría y elaboración del diseño del producto, vinculando las expectativas del cliente y la experiencia y conocimiento del equipo experto de dicha empresa, encontrándose como resultado el producto final, el cual engloba lo que el cliente ha solicitado, la calidad de los materiales y un diseño único y exclusivo.

- **Fortalezas y ventajas**

Fortalezas

- Desarrollo y diseño de nuevos y exclusivos diseños, contando con la experiencia de un profesional.
- Diversidad de productos, según el segmento objetivo.
- Capacidad de producción y sistematización en el proceso
- Versatilidad en el servicio o en los productos, según lo que el cliente necesita.
- Conocimiento de proveedores de materia prima de calidad.

Ventajas competitivas

- Sin competidores locales con un concepto parecido.
- Calidad e innovación en el servicio y producto ofrecido
- Productos de calidad a precios accesibles.

- **El cliente**

Residencial: El cual abarca a un mercado mucho más exclusivo, demandante y que busca diseño, estilo y personalidad en cada uno de los productos que

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201106

adquiere. A este tipo de clientes se les considera con un nivel socioeconómico de medio alto a alto.

Interes Social: Dicho segmento busca seguridad, calidad y precios accesibles en este tipo de productos, dejando a un lado factores como la moda, diseño exclusivo y acabados de lujo. A este segmento se le puede clasificar en un nivel socioeconómico bajo a medio.

Constructoras/ Inmobiliarias: El objetivo de ofrecer estos productos a este tipo de empresas es la capacidad de compra en volumen, donde se puede demandar calidad, diseño exclusivo, estilo y personalidad para cada construcción; o bien, productos que garanticen lo básico demandado para estas construcciones (p.e. fraccionamientos de interés social)

Público en general: Ese tipo de clientes clasificados como personas con poder adquisitivo que buscan productos más comunes como lo son asadores, maseteros, sillas, artículos decorativos, etc.

○ **El Mercado Potencial,**

En la actualidad se ha orientado el diseño y construcción de viviendas, residencia o edificios bajo estándares de innovación en el diseño y estilo, por lo que esto ha permitido una expansión en la demanda de productos especializados y contemporáneos para este tipo de segmentos. En la década de los 90's se inició con una creciente creación y desarrollo de complejos reuniendo estas características, lo que incremento en un 30% la creación de empresas de herrería y forja en el país.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201106

○ **Mercado actual**

La creciente construcción de nuevos espacios residenciales o fraccionamientos ha permitido iniciar un nuevo segmento de mercado, como los son los asentamientos humanos como fraccionamientos de interés social o residenciales.

Es por lo cual *La Fábrica* ha puesto la mirada en este tipo de clientes, ya que en el caso de las viviendas de interés social, la necesidad de asegurar el interior de sus viviendas se ha incrementado a causa de la ola de inseguridad y delincuencia, traduciéndose en una oportunidad de negocio para esta empresa que apenas inicia.

○ **Tendencia:**

En cuanto a la tendencia de producción y venta de los productos de herrería y forja, se puede mostrar que existe un incremento equilibrado de la demanda del producto, en el caso de las viviendas de interés social, pues dentro del estudio de mercado realizado se muestra la necesidad de asegurar su vivienda con rejas o puertas hechas en materiales metálicos, lo cual se toma como referencia en la tendencia de productos de herrería y forja :

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201106

Tasas de Crecimiento Anuales.



○ **Valor del Mercado,**

La evolución de las ventas de este tipo de empresas en los tres últimos años ha sido positiva; información obtenida tras conocer el crecimiento de la demanda en productos de herrería y forja. Este leve incremento se sustenta básicamente en el sector de la construcción, que ha permitido dar pie a estas nuevas oportunidades de negocio, contemplando factores como un mercado más exigente, la seguridad, y la calidad de los productos adquiridos. Lo cual genera un valor en el mercado, pues las oportunidades de encontrar este tipo de empresas, como lo es *La Fábrica* son mínimas.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201106

III. Estrategia de Mercadotecnia

- **Mercadotecnia**

A corto Plazo (6 meses)

Establecer un plan de promoción y publicidad directamente con el cliente, utilizando la información como principal factor para que adquieran este producto (seguridad, calidad y diseño a un costo mínimo)

A mediano plazo (1 año)

Innovar y diversificar los productos, iniciando con el acercamiento a empresas constructoras o inmobiliarias que permitan introducir los productos de *La Fábrica* al mercado.

A Largo Plazo (A partir del 2do año)

Ser una empresa que habla por su experiencia y capacidad de ofrecer soluciones y servicios, iniciando con la campaña de publicidad y promoción para integrarse a los mercados regionales.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201106

▪ **Análisis FODA:**

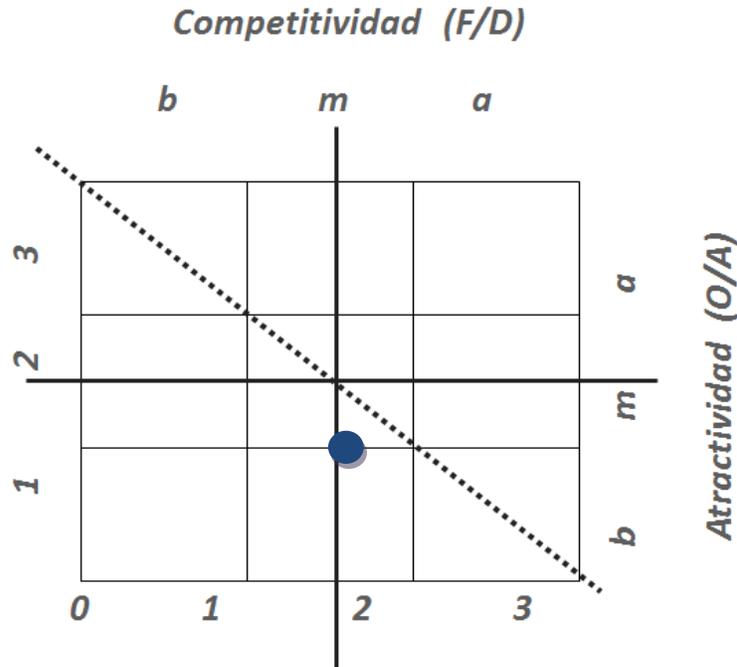
Fuerzas	Calif.	Debilidades	Calif.
Contar con maquinaria especializada	5	Mano de obra sin conocimiento en diseño	5
Puntualidad y compromiso en la entrega del producto	5	Mano de obra sin conocimiento en diseño	4
Calidad en el proceso y selección de materias primas	5	No se cuenta con punto de venta y exhibición	2
Experiencia y capacidad de diseño por expertos	3	Infraestructura inadecuada	3
TOTAL	18 pts.		14 pts.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201106

Oportunidades	Calif.	Amenazas	Calif.
La inseguridad promueve la demanda de rejas y puertas de herrería y forja	5	El precio de los insumos es inestable (metales)	5
Tendencia en nuevos diseños	5	▪ Mano de obra calificada escasa	5
El creciente desarrollo y construcción de nuevos fraccionamientos en la ciudad	5		
Diversidad y mejores materias primas al alcance	3		
TOTAL	18 pts.		10 pts.

Realizando un análisis de sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, puede ubicarse el posicionamiento de la empresa en cuanto a qué tan atractiva es en el mercado y qué tan competitiva puede llegar hacer, y dentro de este ámbito reorganizar y establecer las estrategias necesarias para la mejora de dicha empresa (análisis presentado en Conclusiones).

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201106



F= 18 D= 14 F/D= cociente de competitividad

O= 10 A= 10 O/A= cociente de atractividad

- **Política de Producto y/o Servicio y Atención al cliente,**

Como política de los productos o servicios que brinda esta empresa, se ha establecido la venta bajo contrato u hoja presupuesto, especificándose en éste, tipo de producto, diseño y estilo, así como fechas de entrega y formas de pago (crédito o contado).

- **Política de Precios, de Promociones y descuentos,**

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201106

Desde un análisis general el costo promedio de producción de los productos, se puede observar que el costo aproximado de producción de las unidades es de \$1,500 a \$3,000 pesos según la calidad de las materias primas (su clasificación) y el diseño solicitado. Entonces tomando en cuenta el costo promedio de producción y el precio del producto como se puede ofrecer:

Residencial	
Puertas	\$5,800
Rejas para ventanas	\$3,950

Interés Social	
Puertas	\$2,500
Rejas para ventanas	\$1,690

Público en general	
Asadores	\$3,980
Maseteros	\$800
Otros (varios)	\$1,000

Dichos precios se sujetan al modelo estándar diseño y acabados.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201106

- **Política de Post-venta y seguimiento a clientes,**

Se tiene como iniciativa brindar el apoyo y asesoría para que producto, en cuanto instalación y mantenimiento de éste.

Igualmente al finalizar el proceso de venta y asesoría se pretende dar seguimiento, atendiendo a los clientes de manera que se sientan especiales y atendidos a cualquier momento.

IV. Plan de Ventas

- **Estrategia de Ventas.**

Canal de Distribución



La manera en la cual se distribuirá este producto es contacto directo con el cliente. La entrega de los productos se hará por parte del sr Anastasio Pérez, quien transportará el embarque, considerando las especificaciones de cuidados y manejo de los productos a entregar.

- **Defina las políticas de crédito y cobranza que tiene su empresa,**

Existe la posibilidad de utilizar el crédito con los clientes que así lo requieran, el crédito se manejará en promedio por 90 días. El pago se realizará por semana.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201106

V. Plan de Operaciones del Proyecto

- **Describe el proceso de producción de sus productos/servicios:**

El proceso inicia en la adquisición de la materia prima, corte de perfiles a la medida del pedido (con sierra eléctrica) soldado o plegado, limado, formación de marco, montaje de cierre y hoja y posteriormente la instalación.

Los materiales necesarios son:

Ventana reja

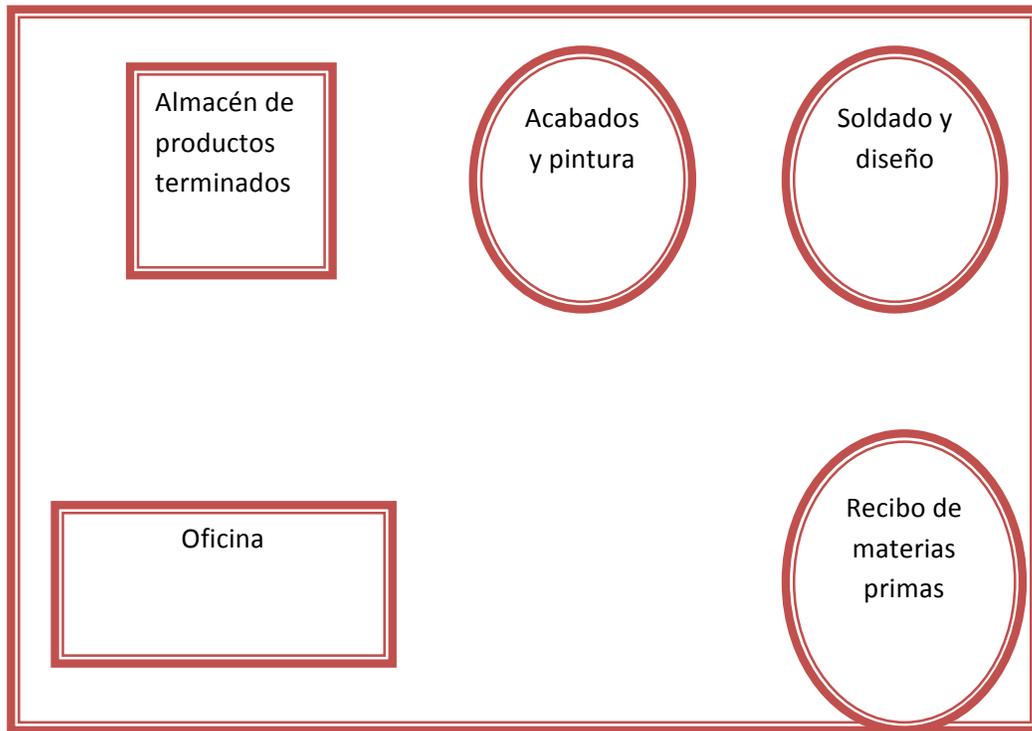
MATERIA PRIMA	UNIDADES
Hierro forjado	10
Complementos de adorno	8
Coste Materia prima	
Precio Medio Venta	
Margen Bruto	

Puerta de forja

MATERIA PRIMA	UNIDADES
Hierro forjado	22
Complementos	15
Coste Materia prima	
Precio Medio Venta	
Margen Bruto	

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201106

En la distribución de planta, se puede representar de la siguiente manera:

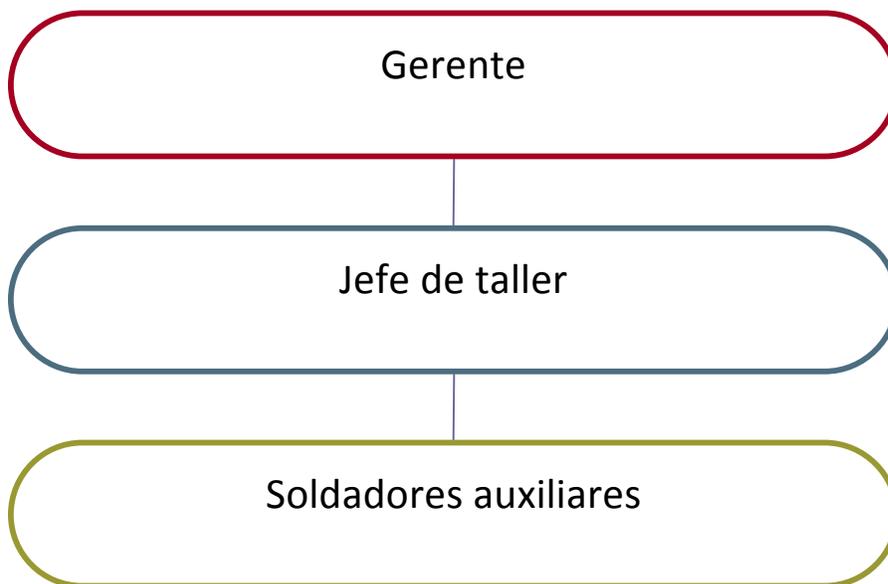


Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201106

VI. Recursos Humanos

- **Organización funcional.**

Dentro de la estructura administrativa de la empresa, se considera la presentación del organigrama, graficando así los niveles jerárquicos de los empleados y descripciones diarias en cuanto a su labor.



Gerente, persona quien coordinará las actividades necesarias para lograr el funcionamiento y comercialización del producto. Se dedicará al establecimiento desde el área administrativa y económica y a la firma de contratos de compra-venta elaborados con los clientes. Se encargará de aquellas relaciones públicas necesarias para la expansión y desarrollo de la empresa, será responsable del proceso de producción, así como las relaciones laborales, supervisión y control de bitácora.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201106

Jefe de taller y soldadores axiliares, dentro de esta área de la empresa se desarrollará todo el proceso producción y servicio al cliente, además del almacenamiento de los productos. Estos procedimientos estarán a cargo del personal en áreas de manejo de máquina, diseño y calidad de materiales, pues estas actividades resultan ser de preciso cuidado y atención.

▪ **Plan de Recursos Humanos.**

Por el tipo de actividades que se desarrollan dentro de la empresa, es necesario contemplar un perfil específico y concreto de las características básicas e indispensables para formar parte de la empresa, por lo que se presenta a continuación el perfil de cada trabajador según el área requerida.

Perfil Producción

Escolaridad mínima: preparatoria terminada

- Carrera o Especialidad: estructuras metálicas
- Situación académica: certificado
- Experiencia: control y conocimientos de procesos productivos
- Años de experiencia: 2 años o más
- Disponibilidad de viajar: no requisito
- Disponibilidad de radicar fuera: no requisito
- Edad preferente: 28 años a 45 años
- Sexo: Preferencia Hombre

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201106

El reclutamiento del personal se llevará a cabo bajo la logística radiofónica, por periódico y por bolsas de trabajo en internet.

Se llevará a cabo con un periodo no menor de 6 meses antes de la iniciación de actividades de la empresa.

VII. Aspectos Legales

- **La sociedad.**

La empresa, se ha constituido como persona física con actividad empresarial.

- **Obligaciones legales.**

Dentro de las obligaciones legales que debe cumplir la empresa, se menciona como Persona Moral, por lo que se obliga al pago mensual de sus obligaciones fiscales determinadas la Secretaria de Hacienda y Crédito Público.

- **Permisos y limitaciones.**

Se realiza de igual manera la inscripción ante la Comisión Mixta de Seguridad e Higiene ante la Secretaria del Trabajo, cuyo objetivo es investigar las causas de accidentes y enfermedades dentro de la empresa, así como proponer las medidas para prevenirlos y vigilar que se cumplan las normas.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Patricia Acosta Pérez	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201106