



**® RALOY**

*La Mejor Inversión en Lubricación*

# MANUAL DEL DISTRIBUIDOR

Abril 19, 2013

## ÍNDICE

### Introducción

Introducción

Misión

Visión

Mercado meta

Objetivo de ventas

### FACTORES CLAVE DE ÉXITO

1. Conocimiento y relación con el mercado

1.- Conocimiento del mercado

1.1.- Perfil del mercado

1.2.- Proceso de prospectación y venta

1.2.1.- Check List para el vendedor

1.2.2.- Guía para el vendedor

1.2.3.- Proceso de venta

1.3.- Apertura de nuevos puntos de venta

2.- Segmentación de distribuidores por región

2.1.- Políticas de asignación de territorios

3.- Confianza y trato humano

4.- Plan comercial

4.1.- Meta ventas modelo

4.2.- Políticas de comisiones por ventas directas

### INDICADORES

#### 2. Rentabilidad (análisis financiero)

1.- Propuesta de negocio

1.1.- Modelo financiero para alcanzar el punto de equilibrio con una venta de 25,000 litros mensuales

1.1.1.- Mezcla recomendada de productos

1.1.2.- Cálculo del punto de equilibrio

1.1.3.- Propuesta de gastos

2.- Precio y crédito de Raloy hacia el distribuidor

2.1.- Política de precios

2.2.- Política de descuentos

2.3.- Política de promociones

2.4.- Políticas de crédito

2.5.- Garantía de crédito

2.6.- Requisitos para trámite de garantía hipotecaria

3.- Política de crédito del distribuidor hacia el cliente

4.- Recomendaciones fiscales

5.- Mejores prácticas administrativas

5.1.- Administración del personal

5.1.1.- Administración del personal

5.1.2.- Organigrama

5.1.2.1.- Principales tareas por función

5.1.2.2.- Principios de la delegación efectiva

5.1.3.- Reglamento interior de trabajo

5.1.4.- Reclutamiento

5.1.5.- Cumplimiento de obligaciones laborales

5.1.6.- Beneficios de tener la documentación completa de los empleados

5.1.7.- Tipos de contrato

5.1.8.- Aviso de incorporación al IMSS

5.1.9.- Uso de acta administrativa

5.1.10.- Causas de la terminación laboral

5.2.- Control de inventario

5.2.1.- Ordenando el inventario

5.2.2.- Acomode su almacén

5.2.3.- Controle su inventario

5.2.4.- Recepción por devolución del cliente

5.2.5.- Realice conteos físicos de sus productos

5.2.6.- Acciones clave para mejorar el rendimiento de su inventario

INDICADORES



### 3.Costo – Beneficio

- 1.- Estudios de costo-beneficio
  - 1.1.- Datos requeridos para analizar un análisis de costo / beneficio
- 2.- Optimizar la operación de los equipos del cliente
  - 2.1.- Política de análisis de aceites usados
    - 2.1.1.- Requerimientos
    - 2.1.2.- Equipos sujetos a análisis
    - 2.1.3.- Cantidad de muestras
    - 2.1.4.- Tiempo de respuesta
    - 2.1.5.- Causales de rechazo

INDICADORES

### 4.Asistencia Técnica

- 1.- Capacitación
    - 1.1.- Política de capacitación
  - 2.- Plataforma de consulta
    - 2.1.- Guía Webex
  - 3.- Reforzamiento de la estructura de coordinadores de zona
  - 4.- Tienda virtual
- INDICADORES

### 5.Calidad en el Servicio

- 1.- Existencia de productos especiales
- 2.- Elaboración de productos especiales
  - 2.1.- Política de productos especiales
  - 2.1.- Política de desarrollo de nuevos productos
- 4.- Servicio de entrega
  - 4.1.- Política de embarques mínimos
  - 4.2.- Política de tiempos de entrega – portafolio de productos
  - 4.3.- Política de entrega de producto en

minigranel (TOTES)

- 4.4.- Política de fletes
- 4.5.- Política de seguros de traslado
- 5.- Condiciones de entrega de producto
  - 5.1.- Política de devoluciones
  - 5.2.- Autorización de devoluciones
- 6.- Evaluación de la calidad en el servicio
  - 6.1.- Metodología para evaluar la calidad en el servicio a clientes

INDICADORES

### 6.Posicionamiento de Marca (políticas de publicidad y manual de identidad gráfica)

- 1.- Publicidad
  - 1.1.- Política de publicidad
  - 1.2.- Enumeración de elementos considerados dentro de la provisión publicitaria
- 2.- Homologaciones
  - 2.1.- Listado de aprobaciones

INDICADORES

ANEXOS



**RALOY**

## INTRODUCCIÓN

Este manual es el producto de las aportaciones de distribuidores, vendedores y otros ejecutivos de Raloy Lubricantes S.A. de C.V. En conjunto con la experiencia general por más de 30 años en la planeación, organización, dirección y control de negocios del ramo.

No pretende ser la panacea del cómo trabajar un negocio y tampoco está escrito en piedra, por lo que cualquier aportación, experiencia y/ o comentario que enriquezca este modelo será siempre muy bien recibida.

Cualquier duda o comentario favor de dirigirse con su coordinador o con el área de mercadotecnia.

Este manual y el modelo financiero ya fueron validados en nuestra agencia (Toluca) por lo que cualquier dato o cifra referente a este trabajo puede ser comprobada por cualquier distribuidor de Raloy en el momento que lo solicite.



# Misión:

Buscar el bien de nuestros clientes a través de soluciones en lubricación con el mejor costo-beneficio, para empresas que requieran lubricantes en motores a diesel, gasolina, hidráulicos, rodamientos y engranes, con un servicio de excelencia y asesoría técnica, desarrollando el conocimiento del mercado y la relación con sus socios comerciales.



**RALOY**

# Visión:

Posicionar en la mente de los consumidores institucionales de la zona asignada, y en los segmentos previamente seleccionados, a Raloy como la empresa de lubricantes número 1 en servicio



# Mercado Meta:

Empresas que consumen lubricantes para motores a Diesel, Gasolina, Hidráulicos, Rodamientos y Engranés.

Empresas Mineras.



**RALOY**

# Objetivo de ventas:

Obtener una participación de mercado del 10% en cada una de las zonas de influencia donde haya distribuidores, en el plazo de un año.



# 1. Conocimiento y relación con el mercado



## 1. Conocimiento y relación con el mercado

- 1.- Conocimiento del mercado
  - 1.1.- Perfil del mercado
- 1.2.- Proceso de prospectación y venta
  - 1.2.1.- Check List para el vendedor
  - 1.2.2.- Guía para el vendedor
  - 1.2.3.- Proceso de venta
- 1.3.- Apertura de nuevos puntos de venta
- 2.- Segmentación de distribuidores por región
  - 2.1.- Políticas de asignación de territorios
- 3.- Confianza y trato humano
- 4.- Plan comercial
  - 4.1.- Meta ventas modelo
  - 4.2.- Políticas de comisiones por ventas directas

INDICADORES



## 1.- Conocimiento y relación con el mercado

Raloy Lubricantes es una empresa diseñada y orientada al mercado institucional (entendiéndose esto como las empresas y/o instituciones que son consumidoras directas de los productos, ejemplos: líneas de transporte, ayuntamientos e industria en general), por lo que el mercado de consumidores, tales como refaccionarias, autoservicios, etc., serán accesados solamente en forma ocasional, de oportunidad u obedeciendo a campañas específicas.

### 1.1.- Perfil del mercado

Raloy lubricantes apoyará al distribuidor con información detallada del mercado que permita identificar los prospectos de clientes, la competencia, el tamaño de mercado y el nivel de precios de la zona, para establecer de manera conjunta la meta que debe alcanzar, el enfoque estratégico a aplicar y las oportunidades de negocio que debe aprovechar

Con este enfoque, se han definido 3 tipos de clientes con las características que deben de reunir para ser atendidos. Se enlistan a continuación:

#### Cliente 5

##### **Consumo de lubricante al mes mayor a los 800 litros**

Que cuente con solvencia moral y económica  
Inteligente, que aprecie y valore:  
Productos de calidad certificada  
Con certificaciones y homologaciones internacionales (API, ASTM, ISO, etc.)  
Con aprobaciones de clientes actuales AAA (Mercedez Benz, GM, Massey Ferguson, Honda, etc.)  
Servicio de calidad  
Entregas puntuales  
Entregas completas  
Producto presentable  
Control de inventarios  
Sistemas de reorden  
Software con clientes  
Rendimiento del lubricante  
Lubricante adecuado para cada equipo  
Incremento de los periodos de vida útil del fabricante y de los equipos, etc.  
Mediante: diagnóstico profesional y capacitación al cliente  
Mejor costo beneficio  
Buscando que el costo del lubricante no sea un gasto, sino una inversión que produzca rendimientos, logrando la mejor inversión en lubricación

#### Cliente 3

##### **Consumo de lubricantes al mes de entre 300 y 800 litros**

Que cuente con solvencia moral y económica  
Inteligente, que aprecie y valore:  
Productos de calidad certificada  
Con certificaciones y homologaciones internacionales (API, ASTM, ISO, etc.)  
Con aprobaciones de clientes actuales AAA (Mercedez Benz, GM, Massey Ferguson, Honda, etc.)  
Servicio de calidad  
Entregas puntuales  
Entregas completas  
Producto presentable  
Mejor costo beneficio  
Buscando que el costo del lubricante no sea un gasto, sino una inversión que produzca rendimientos, logrando la mejor inversión en lubricación

#### Cliente 1

##### **Consumo de lubricantes al mes menor a los 300 litros**

Que pague de contado  
Inteligente, que aprecie y valore:  
Productos de calidad certificada:  
Con certificaciones y homologaciones internacionales (API, ASTM, ISO, etc.)  
Con aprobaciones de clientes actuales AAA (Mercedez Benz, GM, Massey Ferguson, Honda, etc.)  
Servicio de calidad  
Entregas puntuales  
Entregas completas  
Producto presentable



1.2.- Proceso de prospectación y ventas

## ¿Qué quiero vender?

Portafolio de productos

## ¿A quién le quiero vender?

Levantamiento en Campo

## ¿Cuánto quiero vender?

Plan y compromiso

## ¿En qué tiempo?

Plan y compromiso

***Primero: seguridad, orgullo, confianza***

La **detección exacta** de  
la **necesidad del cliente**  
representa el **80% de la venta**

## Sondeo:

conseguir una comprensión clara , total y mutua de las necesidades del cliente.

## Apoyo:

Ayudar a que el cliente comprenda concretamente cómo puedes satisfacer su necesidad.

## ¿Cuándo?

- El cliente expresa una necesidad y ambos la comprenden claramente.
- Tú conoces cómo tu producto y tu organización pueden satisfacer esa necesidad.

## Cierre:

Llegar a un acuerdo respecto a los pasos a seguir para la venta

## Indiferencia:

Cuando el cliente expresa satisfacción con sus circunstancias, tenemos que superar el nivel de satisfacción actual mejorando nuestra oferta de valor.

## ¿Cómo?

- Reconociendo la necesidad del cliente
- Describiendo las características y beneficios pertinentes
- Verificando la aceptación del cliente

## ¿Cuándo?

- El cliente da señales de que está dispuesto a avanzar o el cliente ha aceptado los beneficios que tu describiste

## ¿Cómo?

- Reconocer el punto de vista del cliente
- Sondear, verificando que el cliente está consciente de sus necesidades.
- Explorar las circunstancias en busca de oportunidades y/o consecuencias.
- Confirmar la existencia de una necesidad



## 1.2.1.- Check List para el vendedor

1-Mentalizar perfectamente estos tres conceptos:

- Existe una nueva tecnología en lubricantes.
- Esta nueva tecnología proporciona importantes beneficios a los usuarios.
- Raloy cuenta con esta nueva tecnología.

2- Elaborar programa de visita por zona geográfica. (Utilizar CRM)\*

3- Seleccionar cuidadosamente los prospectos a visitar.

4- Preparar la visita, asegurándose de llevar todo lo necesario.

*Nota: consultar manual de uso del CRM (LINK)*

5- Cuidar escrupulosamente la presentación personal y la identidad corporativa.

6- Presentar a la compañía – (Pagina Web, Bluetooth, USB)

7- Explicar con mayor claridad los tres conceptos del punto 1.

8- Explicar las características técnicas de los productos que el prospecto interesado puede utilizar.

9- Ubicar si estamos con la persona indicada para la toma de decisiones.

- ¿A quién reporta?
- ¿Quién toma la decisión?
- ¿Conoce las necesidades reales de lubricación?
- Hacer preguntas clave (no puede contestar el comprador y el mismo buscará al Gerente de mantenimiento.)\*

10- Solicitar nos permitan una demostración ante las personas que tomen decisiones

11- Hacer la demostración

12- No sobrevender las expectativas pero sí señalar que existen beneficios importantes con esta tecnología:

- Mayor vida útil del producto
- Mayor duración de los equipos y/o en partes en movimiento.
- Mayor productividad.
- Ahorro de energía
- Ahorros en gastos de mantenimiento y/o paros de producción.

13- Cambiar la mentalidad del prospecto. (Orientarla hacia el costo beneficio)



## 1.2.2.- Guía para el vendedor

### 1- Preparación de la visita

- Levantamiento de prospectos de la zona. (Utilizar CRM disponible en Web)
- Conseguir cita.
- Conseguir la mayor información posible sobre el cliente.
  - a) Circunstancias
  - b) Consumos
  - c) Competidores que lo atienden
  - d) Previo análisis de crédito.

### 2- Durante la visita

- Sondeo preliminar
  - a) ¿Qué productos lubricantes consumen?
  - b) ¿Qué volumen?
  - c) ¿Qué marcas?
  - d) ¿Qué problemas enfrenta con sus actuales proveedores: calidad, servicio, etc.?

### 3- Detección de las necesidades reales.

- Ubicar el puesto del comprador. (Comprador, encargado de mantenimiento, encargado de producción – operaciones, etc.)

### 4- Recomendaciones de productos.

- Consultar manual de operación del equipo.
- Consultar manual técnico.
- En caso de duda, consultar telefónicamente al asistente técnico.
- En ocasiones, solicitar la presencia del asistente técnico.
- Como última opción ofrecer una demostración sin compromiso para el cliente.

### 5- Manejo del concepto costo- beneficio.

- Vida del producto.
- Ahorro de energía.
- Vida del equipo. ( Espaciamiento del mantenimiento predictivo )
- Vida de las herramientas.
- Servicio
- Precio



## 1.2.3.- Proceso de venta Necesidades de reales

- Presentación
- Establecer Rapport
- Romper el hielo
- Entrevistas
- Estrategia previa
- Productos
- Conocer necesidades
- A quién

El cierre es la parte más importante de la venta

Siempre necesitamos saber:

- ¿Cuándo?
- ¿Qué?
- Cantidad
- ¿Cómo?

Las preguntas siempre son cerradas y duales

## 1.3.- Apertura de puntos de venta

Según INEGI, en México cada día nacen en promedio 600 PYMES.

Cerca del 70% de las PYMES en México, fracasan a los 3 años de haber sido creadas.

Algunas razones por las que los negocios fracasan:

- La toma de decisiones no está centrada en datos objetivos
- Desconocimiento de las necesidades del cliente
- Enfoque de “producto” y no de solución
- Mala ubicación el negocio
- Desconocimiento de las características de la competencia
- Falta de definición de las funciones, áreas o procesos que componen el negocio
- Falta de tacto y habilidad para manejar al personal
- Mal manejo del recurso financiero
- Apego a prácticas obsoletas de administración
- Conflictos familiares

Nuevos principios básicos de expansión de negocios:

- Evaluar su situación interna.
- Condiciones y requisitos legales.
- Analizar los factores de la zona donde desea ubicar su PDV
- Analizar sus factores financieros.
- Administrar profesionalmente su proyecto
- Contar con procesos operativos bien definidos.
- Integrar a su equipo de trabajo.
- Asegurar su buen desempeño como líder.

Es de suma importancia que si Usted abre un nuevo punto de venta lo haga por las razones correctas



### Paradigmas de cuando se debe abrir un PDV.

- Se quiere resolver problemas financieros tanto de otras sucursales como personales.
- Es para asegurar que cada uno de los hijos tenga su negocio.
- La competencia parece llevar la delantera al estar abriendo varias tiendas.
- Se cuenta con una propiedad que no tiene uso productivo.
- El padre o fundador del negocio insiste en ello.

Antes de analizar si verdaderamente hay una oportunidad de expansión para su negocio, debe preguntarse si la forma en la que opera cada una de las funciones básicas de su negocio es lo suficientemente sólida para reproducir el modelo.

### Compras.

- ¿Se tienen definidos los objetivos de esta función?
- ¿Se tiene definido al personal de compras, éste conoce sus funciones?
- ¿Se cuenta con indicadores y métodos para identificar que comprar, cuando y cuanto?
- ¿Utiliza controles como orden de compra, recepción de productos y cuentas por pagar?
- ¿Se realizan análisis que cuestionen la integración de nuevos productos o eliminación de otros?

### Almacén.

- ¿Se tiene definido el objetivo de esta función?
- ¿Se tiene definido al personal de almacén y que este conozca sus funciones?
- ¿Se cuenta con programas de seguridad orden y limpieza?
- ¿Se evitan mermas y robos mediante controles de entradas y salidas?
- ¿Se mantienen actualizadas las existencias mediante conteos físicos?
- ¿Se conoce la rotación y punto de reorden de los productos?
- ¿Se evita tener productos obsoletos?

### Ventas

- ¿Se tiene definido en control de esta función?
- ¿Se tiene definido al personal de ventas, éste conoce sus funciones?
- ¿Se cuenta con objetivos y planes de venta?
- ¿Se cuenta con políticas de crédito y el personal las conoce?
- ¿Se fijan precios y políticas de descuento?
- ¿Se utilizan registros de ventas y de cuentas por cobrar?



## Entregas.

- ¿Se tiene definido el objetivo de esta función?
- ¿Definido al personal encargado de esta función y éste conoce sus funciones?
- ¿Se cuenta con un método de programación de entregas?
- ¿Se cuenta con los criterios para asegurar que se tienen las unidades de reparto necesarias?
- ¿Se tiene un programa de mantenimiento preventivo y correctivo?
- ¿Se tiene registros de datos y formatos que le permitan controlar el gasto en transporte?

## Administración de personal.

- ¿Se cuenta con procedimientos formales de reclutamiento?
- ¿Se cuenta con descripciones de puesto?
- ¿Conoce el personal cuáles son sus funciones y obligaciones laborales?
- ¿Se utilizan políticas y controles administrativos para minimizar los conflictos con el personal?
- ¿Se evalúa el desempeño del personal?

Es cierto que Ud. Puede abrir un nuevo punto de venta sin tomar en cuenta hoy en día, nada se lo impide, sin embargo, el cumplir con estos puntos le evitará muchos problemas al obtener mayores ganancias y de forma sostenible

No porque alguno de sus puntos de venta haya tenido éxito, significa que los siguientes también los tendrán.

## Debemos identificar factores extraordinarios. Entre estos pueden estar:

- La presencia de un empleado muy capaz
- Condiciones muy favorables del mercado al momento en que se abrió
- El cierre de una venta extraordinaria (respaldo económico importante)
- La ubicación del local
- La motivación y el apego al trabajo, debido a que fue la tienda fundadora

## La competencia.

### Aspectos a considerar.

- Tamaño y ubicación de las tiendas.
- Solidez de la infraestructura, de la operación y del personal.
- Fusiones y adquisiciones de empresa.
- Campañas publicitarias y promociones.
- Segmentos a los que se dirigen.
- Participación de mercado.



## ¿En dónde ubicar un punto de venta?

Paradigmas erróneos sobre donde ubicar un nuevo PDV.

- Mayores serán las ganancias del negocio entre mejor sea el nivel socioeconómico de la población.
- La presencia de competidores es necesariamente un factor de fracaso.
- La ausencia de competencia hace más atractiva la localización.
- Tener suficiente “olfato” para seleccionar una buena ubicación.

Aspectos importantes que tiene que evaluar:

### Analice la zona:

Un punto importante que complementa el tamaño de mercado, es la tendencia de crecimiento, es decir, no importa cuántos clientes hay en este momento, sino cuántos puede haber mañana

La disponibilidad de terrenos, locales

El costo de los mismos

Analice los factores de la ubicación específica

- Que atraiga más al cliente
- Que tenga mayor tráfico peatonal / vehicular
- Que facilite la maniobra de materiales y vehículos
- Que minimice sus costos

Los 5 factores que Usted deberá evaluar en su búsqueda por un sitio específico:

- Visibilidad y señalización
- Accesibilidad
- Tráfico
- Dimensiones
- Restricciones



## 2.- Segmentación de distribuidores por región

### 2.1.- Políticas de asignación de territorios

Raloy asignará a cada Distribuidor un territorio geográfico en la ciudad y zona de influencia donde se ubica el Distribuidor con el potencial de venta y crecimiento del mercado suficiente para que desarrolle un negocio rentable, sano y de largo plazo.

El territorio se podrá ampliar o modificar previa autorización por escrito de la empresa.

Los Distribuidores se obligan a no invadir otros territorios fuera del asignado.

En los casos donde haya más de un Distribuidor, los Distribuidores se obligan a respetar a los Clientes que ya compran Raloy.

## 3.- Confianza y trato humano

A partir de este año se desarrollará de manera conjunta entre coordinadores de zona y distribuidores un programa de capacitación que tiene como objetivo la formación en la Misión de Lubricantes Raloy y la búsqueda del bien común.

En una primera etapa los coordinadores se capacitarán, posterior a ello se definirá la estructura del curso para ser dado a los distribuidores y personal de ventas.

## 4.- Plan comercial

### 4.1.- Meta ventas modelo

Obtener una participación de mercado del 10% en cada una de las zonas de influencia donde haya distribuidores, en el plazo de un año.



## 4.2.- Políticas de comisiones por ventas directas:

Aprovechando relaciones y contactos, el Distribuidor podrá promover ventas a empresas de alto potencial de consumo en nombre de Raloy.

Raloy pagará al Distribuidor una comisión en base al diferencial que resulte del precio base que proporcione Raloy y el precio de venta que el Distribuidor logre negociar con el Cliente.

### Obligaciones del distribuidor

- Obtener los pronósticos de Ventas con una visión mínima de 3 meses.
- Obtener los programas de compras de los clientes (Orden de compra y/o pedido) y enviar a planta para la programación de producción y surtimiento
- Dar seguimiento a la logística de facturación, entrega, cobranza y servicios de postventa.
- Obtener las muestras de aceite y enviar a la planta para su análisis. Enviar los reportes de resultados al cliente.
- Visitar a los clientes para anticipar sus requerimientos y necesidades de productos, de asistencia técnica, de capacitación para asegurar la satisfacción total de sus necesidades y fortalecer su fidelidad hacia la marca.

### Obligaciones de Raloy

- Facturar los pedidos programados en base a los precios y condiciones de crédito negociadas.
- Informar al Distribuidor de las ventas y cobranza realizadas durante el mes.
- Pagar al Distribuidor el importe de sus comisiones dentro de los primeros 8 días de cada mes. El pago se realizará en base a las facturas cobradas en el mes inmediato anterior mediante Nota de crédito.
- Proporcionar al Distribuidor el apoyo técnico necesario para realizar estudios de lubricación, de confiabilidad y capacitar al personal de mantenimiento del cliente.
- Proporcionar el servicio de análisis de aceite usado hasta un máximo del 8% de la flota o equipos del cliente.

### Derechos del distribuidor

- El Distribuidor tendrá acceso a los reportes de facturación, de embarques y cobranza del cliente.
- El Distribuidor recibirá el importe de su comisión vía Nota de Crédito a los 8 días siguientes del cierre de mes de las facturas cobradas en el mes anterior.

### Precios

- Raloy dará un precio base por producto/ presentación y el Distribuidor podrá negociar el margen de utilidad hasta donde sea posible.
- Raloy realizará los ajustes de precios que sean necesarios en base a las variaciones de las materias primas e insumos de fabricación.
- Raloy notificará al cliente a través del Distribuidor de los ajustes de los precios 30 días antes de su aplicación indicando un porcentaje global aproximado y 15 días antes enviará los nuevos precios.

### INDICADORES:

- (mantener 200 prospectos en cartera renovados cada 4 meses a total distribuidores (para lo que resta del año el objetivo es llegar a 400 prospectos))
- 10% de los 400 prospectos que se lleguen a fin del 2012
- Periodo de reposición de prospectos (cada 4 meses)
- Ventas por cliente, producto, vendedor (mínimo 1000 litros por cliente cerrado)



## 2. Rentabilidad (análisis financiero)



## 2. Rentabilidad (análisis financiero)

- 1.- Propuesta de negocio
  - 1.1.- Modelo financiero para alcanzar el punto de equilibrio con una venta de 25,000 litros mensuales
    - 1.1.1.- Mezcla recomendada de productos
    - 1.1.2.- Cálculo del punto de equilibrio
    - 1.1.3.- Propuesta de gastos
- 2.- Precio y crédito de Raloy hacia el distribuidor
  - 2.1.- Política de precios
  - 2.2.- Política de descuentos
  - 2.3.- Política de promociones
  - 2.4.- Políticas de crédito
  - 2.5.- Garantía de crédito
  - 2.6.- Requisitos para trámite de garantía hipotecaria
- 3.- Política de crédito del distribuidor hacia el cliente
- 4.- Recomendaciones fiscales
- 5.- Mejores prácticas administrativas
  - 5.1.- Administración del personal
    - 5.1.1.- Organigrama
      - 5.1.1.1.- Principales tareas por función
      - 5.1.1.2.- Principios de la delegación efectiva
    - 5.1.2.- Reglamento interior de trabajo
    - 5.1.3.- Reclutamiento
    - 5.1.4.- Cumplimiento de obligaciones laborales
    - 5.1.5.- Beneficios de tener la documentación completa de los empleados
    - 5.1.6.- Tipos de contrato
    - 5.1.7.- Aviso de incorporación al IMSS
    - 5.1.8.- Uso de acta administrativa
    - 5.1.9.- Causas de la terminación laboral
  - 5.2.- Control de inventario
    - 5.2.1.- Ordenando el inventario
    - 5.2.2.- Acomode su almacén
    - 5.2.3.- Controle su inventario
    - 5.2.4.- Recepción por devolución del cliente
    - 5.2.5.- Realice conteos físicos de sus productos
    - 5.2.6.- Acciones clave para mejorar el rendimiento de su inventario
      - 5.2.6.1.- Indicadores que permiten conocer el nivel de ganancia

INDICADORES



**RALOY**

## 1.- Propuesta de negocio

1.1.- Modelo financiero para alcanzar el punto de equilibrio con una venta de 5,000 litros mensuales

### 1.1.1.- Mezcla recomendada de productos

Cálculo basado en 15,000 litros

Familia	Precio Promedio (\$)	%	Volumen/ Mes	Margen Promedio (\$)	Importe (\$)	Costo Promedio	Precio Promedio
Lubricantes para motor	\$28.00	54%	<b>13,500</b>	\$6.00	\$81,000.00	297,000	\$378,000.00
Lubricantes para la industria ( Minerales )	\$30.00	35%	<b>8,750</b>	\$8.00	\$70,000.00	192,500	\$262,500.00
Lubricantes Sintéticos y Esp ( Krönen )	\$65.00	5%	<b>1,250</b>	\$ 25.00	\$31,250.00	50,000	\$81,250.00
Grasas Minerales	\$43.00	4%	<b>1,000</b>	\$12.00	\$12,000.00	31,000	\$43,000.00
Grasas sintéticas y especiales.	\$75.00	2%	<b>500</b>	\$35.00	\$17,500.00	20,000	\$37,500.00
<b>Totales</b>		<b>100%</b>	<b>25,000</b>		<b>\$211,750.00</b>	<b>590,500</b>	<b>\$802,250.00</b>
						24	\$32.09

Margen real en agencia

## 1.1.2.- Cálculo del punto de equilibrio

Tabla de tiempos para la consolidación de la franquicia (primer año)

Mes No.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>Objetivo Mensual de Ventas ( Lts )</b>	5000	7000	7500	8500	10000	12500	13500	15000	15000	16500	16500	16500
<b>Margen Promedio (\$/Lt.)</b>	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47
<b>Ingreso</b>	\$ 42,350.00	\$ 59,290.00	\$ 63,525.00	\$ 71,995.00	\$ 84,700.00	\$ 105,875.00	\$ 114,345.00	\$ 127,050.00	\$ 127,050.00	\$ 139,755.00	\$ 139,755.00	\$ 139,755.00
<b>Gastos</b>	\$ 41,344.00	\$ 40,444.00	\$ 41,244.00	\$ 41,244.00	\$ 41,744.00	\$ 47,744.00	\$ 48,744.00	\$ 53,210.00	\$ 59,210.00	\$ 60,710.00	\$ 61,460.00	\$ 62,610.00
<b>Acumulado</b>	\$ 1,006.00	\$ 19,852.00	\$ 42,133.00	\$ 72,884.00	\$ 115,840.00	\$ 173,971.00	\$ 239,572.00	\$ 313,412.00	\$ 381,252.00	\$ 460,297.00	\$ 538,597.00	\$ 615,737.00

Tabla de tiempos para la consolidación de la franquicia (segundo año)

Mes No.	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
<b>Objetivo Mensual de Ventas ( Lts )</b>	19000	19000	19000	19000	19000	19000	22000	22000	22000	22000	22000	22000
<b>Margen Promedio (\$/Lt.)</b>	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47
<b>Ingreso</b>	\$ 160,930.00	\$ 160,930.00	\$ 160,930.00	\$ 160,930.00	\$ 160,930.00	\$ 160,930.00	\$ 186,340.00	\$ 186,340.00	\$ 186,340.00	\$ 186,340.00	\$ 186,340.00	\$ 186,340.00
<b>Gastos</b>	\$ 63,660.00	\$ 63,660.00	\$ 68,160.00	\$ 68,160.00	\$ 69,160.00	\$ 71,160.00	\$ 72,160.00	\$ 72,160.00	\$ 72,160.00	\$ 72,160.00	\$ 72,160.00	\$ 73,160.00
<b>Acumulado</b>	\$ 713,007.00	\$ 810,277.00	\$ 903,047.00	\$ 995,817.00	\$ 1,087,587.00	\$ 1,177,357.00	\$ 1,291,527.00	\$ 1,405,707.00	\$ 1,519,877.00	\$ 1,634,047.00	\$ 1,748,217.00	\$ 1,861,487.00

Tabla de tiempos para la consolidación de la franquicia (tercer año)

Mes No.	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
<b>Objetivo Mensual de Ventas ( Lts )</b>	23500	23500	23500	23500	23500	23500	25000	25000	25000	25000	25000	25000
<b>Margen Promedio (\$/Lt.)</b>	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47
<b>Ingreso</b>	\$ 199,045.00	\$ 199,045.00	\$ 199,045.00	\$ 199,045.00	\$ 199,045.00	\$ 199,045.00	\$ 211,750.00	\$ 211,750.00	\$ 211,750.00	\$ 211,750.00	\$ 211,750.00	\$ 211,750.00
<b>Gastos</b>	\$ 75,160.00	\$ 75,160.00	\$ 75,160.00	\$ 75,160.00	\$ 75,160.00	\$ 75,160.00	\$ 75,160.00	\$ 75,160.00	\$ 75,160.00	\$ 75,160.00	\$ 75,160.00	\$ 75,160.00
<b>Acumulado</b>	\$ 1,985,322.00	\$ 2,109,207.00	\$ 2,233,092.00	\$ 2,356,977.00	\$ 2,480,862.00	\$ 2,604,747.00	\$ 2,741,332.00	\$ 2,877,917.00	\$ 3,014,502.00	\$ 3,151,087.00	\$ 3,287,672.00	\$ 3,424,257.00

**Nota: No se considera la depreciación debido a que si bien es un gasto también es un ingreso a caja cuando se trata de evaluar proyectos**



## 1.1.3.- Propuesta de gastos

Propuestas de gastos por mes (primer año)

Mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>Renta</b>	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00
<b>Viáticos</b>	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 780.00	\$ 780.00	\$ 780.00	\$ 780.00	\$ 780.00
<b>Gasolina</b>	\$ 1,500.00	\$ 2,000.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 5,250.00	\$ 5,250.00	\$ 5,250.00
<b>Papelería</b>	\$ 1,050.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 1,050.00	\$ 1,050.00	\$ 1,050.00	\$ 1,050.00	\$ 1,050.00
<b>Teléfonos</b>	\$ 750.00	\$ 500.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 1,300.00	\$ 1,300.00	\$ 1,300.00	\$ 2,700.00	\$ 2,700.00	\$ 3,450.00	\$ 4,200.00	\$ 4,200.00
<b>S/Comprobante</b>	\$ 200.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 750.00
<b>Mantto</b>	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 768.00	\$ 768.00	\$ 768.00	\$ 768.00	\$ 768.00
<b>Alarma</b>	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00
<b>Seguros Inventario</b>	\$ 1,712.00	\$ 1,712.00	\$ 1,712.00	\$ 1,712.00	\$ 1,712.00	\$ 1,712.00	\$ 1,712.00	\$ 1,712.00	\$ 1,712.00	\$ 1,712.00	\$ 1,712.00	\$ 1,712.00
<b>Servicios de admimistración</b>	\$ 5,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
<b>Gerente</b>												
<b>Asistente Admon</b>	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00
<b>Chofer Almacenista</b>	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00
<b>Vendedor 1</b>	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 7,000.00
<b>Vendedor 2</b>						\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00
<b>Vendedor 3</b>									\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00
	\$ 41,344.00	\$ 40,444.00	\$ 41,244.00	\$ 41,244.00	\$ 41,744.00	\$ 47,744.00	\$ 48,744.00	\$ 53,210.00	\$ 59,210.00	\$ 60,710.00	\$ 61,460.00	\$ 62,610.00



## Propuesta de gastos por mes (segundo año)

Mes	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Renta	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00
Viáticos	\$ 780.00	\$ 780.00	\$ 780.00	\$ 780.00	\$ 780.00	\$ 780.00	\$ 780.00	\$ 780.00	\$ 780.00	\$ 780.00	\$ 780.00	\$ 780.00
Gasolina	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Papelería	\$ 1,050.00	\$ 1,050.00	\$ 1,050.00	\$ 1,050.00	\$ 1,050.00	\$ 1,050.00	\$ 1,050.00	\$ 1,050.00	\$ 1,050.00	\$ 1,050.00	\$ 1,050.00	\$ 1,050.00
Teléfonos	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00
S/Comprobante	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00
Mantto	\$ 768.00	\$ 768.00	\$ 768.00	\$ 768.00	\$ 768.00	\$ 768.00	\$ 768.00	\$ 768.00	\$ 768.00	\$ 768.00	\$ 768.00	\$ 768.00
Alarma	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00
Seguros Inventario	\$ 1,712.00	\$ 1,712.00	\$ 1,712.00	\$ 1,712.00	\$ 1,712.00	\$ 1,712.00	\$ 1,712.00	\$ 1,712.00	\$ 1,712.00	\$ 1,712.00	\$ 1,712.00	\$ 1,712.00
Servicios de admimistración	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00
Gerente												
Asistente Admon	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00
Chofer Almacenista	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00
Vendedor 1	\$ 7,000.00	\$ 7,000.00	\$ 7,000.00	\$ 7,000.00	\$ 7,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00
Vendedor 2	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 7,000.00	\$ 7,000.00	\$ 7,000.00	\$ 7,000.00	\$ 7,000.00	\$ 7,000.00	\$ 7,000.00	\$ 8,000.00
Vendedor 3	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 7,000.00	\$ 7,000.00	\$ 7,000.00	\$ 7,000.00	\$ 7,000.00	\$ 7,000.00	\$ 7,000.00
	\$ 63,660.00	\$ 63,660.00	\$ 68,160.00	\$ 68,160.00	\$ 69,160.00	\$ 71,160.00	\$ 72,160.00	\$ 72,160.00	\$ 72,160.00	\$ 72,160.00	\$ 72,160.00	\$ 73,160.00



Propuesta de gastos por mes (tercer año)

Mes	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00
<b>Renta</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Viáticos</b>	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00
	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
<b>Gasolina</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	\$ 1,050.00	\$ 1,050.00	\$ 1,050.00	\$ 1,050.00	\$ 1,050.00	\$ 1,050.00	\$ 1,050.00	\$ 1,050.00	\$ 1,050.00	\$ 1,050.00	\$ 1,050.00	\$ 1,050.00
<b>Papelería</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00
<b>Teléfonos</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>S/Comprobante</b>	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00
	\$ 768.00	\$ 768.00	\$ 768.00	\$ 768.00	\$ 768.00	\$ 768.00	\$ 768.00	\$ 768.00	\$ 768.00	\$ 768.00	\$ 768.00	\$ 768.00
<b>Mantto</b>												
	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00
<b>Alarma</b>												
	\$ 1,712.00	\$ 1,712.00	\$ 1,712.00	\$ 1,712.00	\$ 1,712.00	\$ 1,712.00	\$ 1,712.00	\$ 1,712.00	\$ 1,712.00	\$ 1,712.00	\$ 1,712.00	\$ 1,712.00
<b>Seguros Inventario</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00
<b>Servicios de admimistración</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Gerente</b>												
	\$ 9,500.00	\$ 9,500.00	\$ 9,500.00	\$ 9,500.00	\$ 9,500.00	\$ 9,500.00	\$ 9,500.00	\$ 9,500.00	\$ 9,500.00	\$ 9,500.00	\$ 9,500.00	\$ 9,500.00
<b>Asistente Admon</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00
<b>Chofer Almacenista</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00
<b>Vendedor 1</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00
<b>Vendedor 2</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00
<b>Vendedor 3</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	\$ 75,160.00	\$ 75,160.00	\$ 75,160.00	\$ 75,160.00	\$ 75,160.00	\$ 75,160.00	\$ 75,160.00	\$ 75,160.00	\$ 75,160.00	\$ 75,160.00	\$ 75,160.00	\$ 75,160.00

**Nota: los ejercicios financieros para 5, 10 y 15 mil litros, los podrá encontrar en el anexo ---**

## 2.- Precio y crédito de Raloy hacia el distribuidor

### 2.1.- Política de precios

El área de Mercadotecnia de Raloy Lubricantes es la responsable de elaborar las listas de precios de los productos Raloy, Krönen y SkyBlue AdBlue las cuales se envían vía correo electrónico a los Distribuidores a través de los Coordinadores de Ventas Regionales y la Gerencia de Ventas a Distribuidores.

Raloy buscará siempre mantener una óptima relación precio-calidad en sus productos y ofrecerá precios competitivos a sus Distribuidores para apoyar sus esfuerzos de venta en la zona asignada que le permitan alcanzar los objetivos de volumen y rentabilidad establecidos.

Los precios son LAB Destino y no incluyen el IVA.

Las listas de precios entran en vigor en la fecha señalada al pie de la lista y no tienen un tiempo de vigencia determinado. Los cambios de precios están sujetos a las variaciones en los precios de las materias primas, principalmente aceites básicos y aditivos.

Siempre que las condiciones de mercado sean estables Raloy informará cualquier cambio en la listas de precios con un mínimo de 30 días de anticipación indicando un porcentaje global aproximado y 15 días antes de la vigencia de los nuevos precios, enviará la nueva lista de precios.

Las listas de precios son documentos confidenciales, de uso exclusivo del Distribuidor, que no deberán ser proporcionados a empresas de la competencia.

### 2.2.- Política de descuentos

Los descuentos comerciales están sujetos a la escala de volumen siguiente:

- De 2000 L a 4,000 L/mensuales – 56%
- De 4001 a 10,000 L/mensuales – 58%
- De 10,001 a 30,000 L/mensuales en adelante – 60%
- De 31,000 L en adelante – 60% más 3%

Los descuentos financieros a la fecha de actualización del presente documento (Enero 2013) son los siguientes:

- 9% en pago de contado anticipado
- 7.5% pago puntual a 30 días
- 6.0% pago puntual a 45 días

Del 46° día en adelante, no se otorgará ningún descuento financiero y se cargarán intereses moratorios.



## 2.3.- Política de promociones

A fin de mejorar o elevar la posición competitiva de los precios de Raloy, la empresa lanzará promociones de carácter temporal, que pueden ser de un solo producto o grupo de productos condicionados o no a la compra de determinado volumen.

El área de Mercadotecnia dará a conocer la promoción o promociones a través de los Coordinadores Regionales de Ventas y de la Gerencia de Ventas a Distribuidores, indicando la fecha de inicio y terminación de las mismas.

## 2.4.- Políticas de crédito

Raloy ofrece una línea de crédito a sus Distribuidores para el pago de sus facturas a 30 o 45 días.

Los requisitos para solicitar dicha línea son:

- Llenar el formato de Solicitud de Crédito (anexo 1)
- Enviar los Estados financieros auditados de los últimos dos años. Dictamen completo incluyendo notas a los estados financieros
- Estados financieros internos del presente año (con antigüedad no mayor a tres meses), comparativos con el año anterior firmados por el contador de la empresa, con su nombre y número de cédula profesional (anexar copia), con relaciones analíticas; acompañadas de sus respectivas declaraciones parciales de impuestos (la información financiera debe coincidir en fecha con la declaración de impuestos, así como las relaciones analíticas).
- Cédula de RFC
- Alta en hacienda (R1); domicilio actual
- Acta constitutiva
- Poder del Representante Legal
- Identificación oficial del representante legal

## 2.5.- Garantía de crédito

Para respaldar la línea de crédito, Raloy requiere una garantía que puede ser:

- Gravamen de un bien inmueble ante Notario Público (se otorga como crédito máximo el 50% del valor del inmueble)
- Carta de Crédito Bancaria doméstica, standby. En este caso la relación de crédito es de 1:1 con vigencia de un año.
- Fianza de crédito



## 2.6.- Requisitos para trámite de garantía hipotecaria

- Copia de escrituras de bien inmueble
- Avalúo de la propiedad, expedido por perito certificado
- Certificado reciente de libertad de gravamen
- Constancia actual de no adeudo de pago predial
- En caso de ser persona moral, copia del acta constitutiva, es importante que mencione el poder del representante legal para contratar, o en su caso la escritura donde se le otorga el poder para realizar este trámite.
- Copia de identificación con fotografía del propietario del inmueble,
- en caso de ser casado bajo régimen de bienes mancomunados presentar copia de identificación con fotografía del cónyuge.
- Datos generales del Distribuidor y del dueño del terreno:
  - nombre
  - lugar de origen
  - dirección
  - estado civil
  - ocupación

## 3.- Política de crédito del distribuidor hacia el cliente

El correcto otorgamiento del crédito es el primer paso para una cobranza efectiva

**UN CREDITO MAL OTORGADO DIFICILMENTE PODRÁ SER RECUPERADO**

Política de crédito para empresas transnacionales o de solvencia y prestigio reconocido.

A una empresa transnacional o de solvencia y prestigio reconocido, no se le pedirá ningún tipo de garantía, solo la solicitud de crédito, carta de instrucciones y contrato de compra-venta (cláusula en la que se especifique que en caso de no pagar al vencimiento de las facturas se le cobrará un interés moratorio mensual de \_\_ %

**Nota: no se recomienda cobrar más de dos veces la TIE**

### Procedimiento de otorgamiento de crédito

- 1.Pida los documentos necesarios y forme un expediente.
- 2.Lleve a cabo la investigación
- 3.Tomar la decisión de otorgamiento del crédito.
- 4.Defina plazo, monto y garantía
- 5.Tramite la garantía
- 6.Registre el crédito en el negocio ( Sistema )



## Documentos necesarios:

Persona Física	Persona moral
Solicitud de crédito	Solicitud de crédito
Contrato de apertura de crédito	Contrato de apertura de crédito
Pagaré firmado	Pagaré firmado
Referencias de crédito	Referencias de crédito
Relación de Bienes ( cada hoja del escrito firmada por el propietario )	Relación de Bienes ( cada hoja del escrito firmada por el representante legal )
Copia de identificación oficial con fotografía	Copia de identificación oficial del representante legal . (Administrador único si es S.A. )
Copia de cédula fiscal	Comprobante de domicilio a nombre de la empresa y de meses recientes
Copia del contrato de arrendamiento ( si el local es rentado)	Copia de cedula fiscal
Estados financieros auditados de los últimos dos años*	Copia del contrato de arrendamiento ( si el local es rentado)
Acta de matrimonio ( si aplica)	Acta constitutiva / Poderes
Estados financieros internos del presente año.*	Estados financieros auditados de los últimos dos años

**Toda la información incluida en la solicitud, debe de ser verificada**

## Siempre que otorgue un crédito, utilice un pagaré

El pagaré es un título de crédito por medio del cual un cliente se obliga a pagar, pero no garantiza por sí mismo el pago, sino que permite la acción ejecutiva mercantil en caso de incumplimiento. (solo si tiene bienes y/o propiedades). Se recomienda que sea la firma del titular y la de un fiador con bien inmueble. Si es casado y tiene propiedades deberá firmar la esposa (separación de bienes).

## Ventajas de los juicios ejecutivos mercantiles

- 1.El embargo se da en la fase inicial del procedimiento, a diferencia de los juicios ordinarios en los que se da hasta que el juez dicta sentencia. (se puede asegurar desde un inicio que contará con bienes que puedan cubrir el adeudo en caso de que el cliente se niegue a pagar).
- 2.Los juicios ejecutivos mercantiles tienen una duración de 18 meses en promedio, mientras que los ordinarios duran de 18 meses a 3 años.

## Diferencia entre juicio ejecutivo mercantil y juicio ejecutivo ordinario.

La diferencia es que los juicios ordinarios mercantiles se refieren a controversias que surgen en el ámbito mercantil como contratos y diferencias entre socios y es un litigio largo o como su nombre lo dice ordinario.

El juicio ejecutivo mercantil es más rápido que el ordinario por que en el documento base de la demanda es un título ejecutivo mercantil, esta clase de títulos traen aparejada una ejecución y por esto su facilidad de cobro y rapidez del juicio. (en estos títulos ejecutivos no dependen para su valides de algún otro documento sino que son autónomos y la deuda es reconocida y aceptada en el mismo documento)

## Políticas de crédito (sobre los plazos autorizados)

- No se recomienda dar más de 30 días de plazo a los clientes.
- Para los clientes revendedores el plazo del crédito deberá coincidir con la frecuencia en la que se le entrega material, en un plazo máximo de 15 días.
- El monto debe coincidir con el consumo que tiene en promedio en el plazo que se le fije.



## Información importante

- Cada pedido que se entregue se debe entregar con una remisión.
- Al entregar el producto el cliente deberá firmar la remisión y poner el sello de la empresa.
- Entregar con factura a menos de que se tenga pagaré firmado
- Debemos poner especial cuidado en que el que firme la remisión sea el representante legal de la empresa o en su defecto a quién esta persona designe como responsable de almacén ( autorización por escrito)
- Tener cuidado de inscribir en sus facturas el formato de pagaré al calce.

## Sobre la factura y la remisión

- La factura acredita solamente el cambio de propietario .
- La remisión es el documento oficial que garantiza la recepción del producto

## Cobranza

¿Un cobrador?, ventajas y desventajas

Personal	Ventajas	Desventajas
Ventas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se les mantiene motivados a cobrar ya que las comisiones se pagan sobre ventas cobradas (cuando existe un esquema de comisiones).</li> <li>• El cliente se siente cómodo cuando quien le cobra es alguien que conoce su situación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La labor de ventas puede descuidarse.</li> <li>• La cobranza puede no ser efectiva cuando se tiene relaciones de confianza con el cliente.</li> <li>• Se puede mermar la relación de venta si se incurre e una cobranza agresiva.</li> </ul>
Cobranza	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El personal está más enfocado y preparado para llevar a cabo esta labor con éxito.</li> <li>• Se mantiene a distancias sanas del cliente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Exige una excelente coordinación con el equipo de ventas para conocer los antecedentes de cada caso.</li> <li>• No resulta nada sencillo motivarlos mediante un ingreso variable sobre cuenta cobrada</li> <li>• Se requieren altos volúmenes de venta para justificar el sueldo.</li> </ul>

Si se realiza una renegociación de deuda con el cliente, utilice una carta convenio de pago, para que este conste por escrito y sea firmado por ambas partes



## Guía de cobranza

### 1. Recordatorio de pre-cobranza.

Hacer una llamada previa al vencimiento, aproximadamente tres días antes de éste, para recordarle al cliente cuanto y cuando debe pagar.

### 2. Recordatorio al vencimiento.

Reportarse de nuevo con el cliente. Acuerde con él la forma en que se va a realizar el pago (transferencia, cheque, etc.)

### 3. Nuevos compromisos.

Si el cliente no pagó en la fecha de vencimiento, llámelo otra vez y formalice con él un nuevo compromiso de pago con la fecha exacta. Antes de que esta nueva fecha se cumpla, repetir el recordatorio de cobranza.

### 4. Reestructura.

En ocasiones, es probable que el cliente no se esté negando a pagar, sino que no tenga la liquidez necesaria. Considere la opción de reestructurar la deuda ofreciendo no solamente una nueva fecha de pago, sino facilidades de abonos por cantidades que se ajusten a las posibilidades del cliente.

### 5. Visita y carta.

Si el cliente sigue incumpliendo, visítelo llevándole una carta firmada por el gerente de la franquicia/ agencia, requiriendo una nueva fecha de pago, antes de proceder a la cobranza judicial. En caso de que en el procedimiento de otorgamiento de crédito no se haya obtenido un pagaré, a estas alturas se debe asegurar de obtener este documento firmado por el cliente. Sin éste no es posible llevar la cobranza judicial por la vía ejecutiva ( que es la más ágil )

### 6. Cobranza extrajudicial a través de terceros.

Considerar la opción de realizar una cobranza por medio de una agencia que por una comisión, se encargue de esta labor.

### 7. Cobranza Judicial.

Si después de todos los pasos anteriores, el cliente sigue sin pagar se debe proceder en forma legal. El abogado del negocio o de su confianza, deberá hacer una llamada al cliente para ofrecer una última fecha de pago, si esta no se respeta se debe comenzar con una acción judicial, que solamente será posible si se tiene un pagaré u otro documento legal.

## Venta de deuda.

Vender la cuenta a una agencia o a una persona especializada puede ser considerada como la última opción cuando no se requiere incurrir en mayores costos de cobranza y quiere recuperar al menos una porción de la cuenta.



## Sobre a carta de cobranza

- **Asegúrese que toda la información incluida es correcta**
- La carta debe ir firmada por la máxima autoridad del negocio
- Redáctela de forma clara y breve ( Máximo una Página )
- Resalte la información clave como saldos , fechas, facturas, etc.
- Sea firme pero no amenazante.
- Busque que la carta sea interpretada como un servicio o atención. Cuando la cuenta esté vencida utilice frases como “ Nos interesa seguir sirviéndole como se merece”
- Asegúrese que al cliente le quedan claras cuales son las próximas medidas, en caso de que no se pague.
- Cuando lo considere necesario , incluya el comentario sobre la entrada del abogado en próximas omisiones de pago.
- Adapte el tono de la carta según el número de veces que le ha enviado ( si es el 1er recordatorio o 2do )

## 4.-Recomendaciones fiscales

Coyunturas que ofrece la ley fiscal en México 2010

Se recomienda aprovechar al máximo estas deducciones, dentro del marco legal, ya que no existen muchas:

- Gastos Médicos para familiares en línea recta.( 100%)
- Funerales. (100%)
- I.V.A de gasolina, obteniendo factura con I.V.A desglosado.
- Hasta 2 automóviles para uso de la familia Topado. (\$150,000 por unidad).
- Esposa e hijos pueden estar en nómina sin restricción. (Personas físicas con actividad empresarial).

Recomendación.

Es mejor asignarle un sueldo de \$15,000 a dos familiares y un sueldo de \$20,000 al gerente que asignarle un sueldo de \$ 50,000 al gerente general debido a la tasa de impuestos .

- En caso de comidas que se realicen a menos de 50 km del negocio solo se puede deducir el 12.5% y en restaurantes a más de 50 Km de distancia son deducibles al 100%

Debido a que el fisco no da muchas oportunidades de deducir gastos se recomienda por lo menos aprovechar estos consejos para mejorar nuestro nivel de vida, pasándole algunas facturas de esto a la S.H.C.P.

- Días de respuesta: Son los días que tarda el proveedor en surtir.
- Días de seguridad: los días que se toman como protección en caso de que el proveedor surta tarde.



## 5.-Mejores prácticas administrativas

### 5.1.-Administración del personal

Lo más importante en una organización es su capital humano, mientras más desarrollada es su estructura de personal, mejor será el desempeño de la empresa por lo que el gerente tiene que tener como prioridad todo lo que tenga que ver con reclutamiento, selección, motivación, capacitación y desarrollo de su personal.

En todo negocio debemos enfocarnos a:

- Tener personal más productivo.
- Disminuir la rotación.
- Reducir los riesgos legales.
- Pagar adecuadamente. (de acuerdo a mercado o un poco mas).
- Disminuir el ausentismo.

Si no sabe con toda claridad qué es lo que debe hacer un trabajador, no puede decirle si esta haciendo las cosas bien o mal.

Cuando se asignan con toda claridad las funciones y las responsabilidades, se eliminan las situaciones en donde los trabajadores se culpan los unos a otros.

Funciones principales:

1. Identifique las funciones y actividades de su negocio.
2. Elabore un organigrama.
3. Asigne responsabilidades.
4. Defina un reglamento interior de trabajo.

Las “funciones” son las actividades principales que se deben realizar en el negocio para que marche bien. (Las podemos sacar del modelo de operación)

#### 5.1.1.- Organigrama

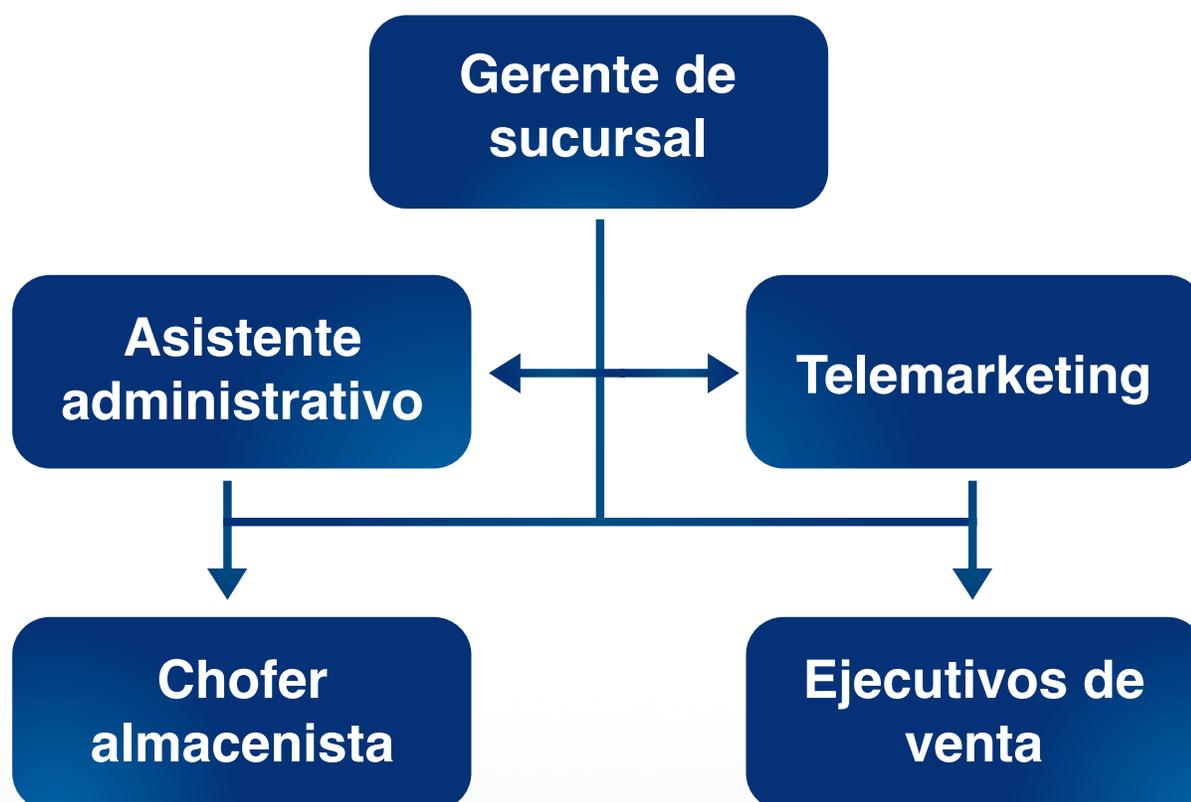
Para qué nos sirve un organigrama?

Para visualizar la distribución de las funciones en la organización

¿Cómo nos ayuda?

Es la base para que se puedan delegar tareas, actividades, funciones, responsabilidades dentro de la empresa

Se adjunta organigrama y descripción de puesto, sólo como información referida, por si el distribuidor considera que contiene algo rescatable para él.



**Compra**

**Almacén**

**Venta**

**Entrega**



## 5.1.1.1.- Principales tareas por función

### **a)Compras:**

- Hacer el cálculo de las cantidades a pedir de cada producto.
- Revisar las existencias de almacén, de acuerdo con un calendario de revisión.
- Tener una lista de proveedores y las cotizaciones de los productos que manejan.
- Hacer los pedidos mediante la colocación de una orden de compra.
- Llevar registros de las compras tanto a crédito como de contado

### **b)Almacén:**

- Mantener actualizada la información sobre las existencias de los productos.
- Recibir el material (orden de compra) , dando de alta existencias.
- Dar salida al material que será vendido, dando de baja las existencias en almacén.
- Mantener el área de almacén ordenada y limpia.

### **c)Atención a cliente y servicio de excelencia (venta):**

- Atender correcta y cortésmente al cliente.
- Tomar el pedido con los datos , tanto del cliente como de los productos
- Pasar el pedido oportunamente para que sea programado.
- Respetar las políticas de otorgamiento de crédito y descuentos.
- Mantenerse actualizado acerca de la información sobre las características, precios y aplicaciones de los productos que se comercializan.

### **d)Entregas:**

- Programar los pedidos a ser entregados en las unidades del negocio.
- Obtener información de los choferes sobre sus rutas y sus tiempos.
- Mantener un alto nivel de disponibilidad de las unidades del negocio.
- Llevar control de los costos de combustible, mantenimiento y refacciones de las unidades.
- Cargar las unidades de acuerdo a su capacidad.
- Entregar el pedido en la dirección del cliente
- Recolectar firmas, sellos, hora de recibido de los clientes.
- Entregar a la encargada administrativa las facturas y dinero recibidos de los clientes.



### 5.1.1.2.- Principios de la delegación efectiva

#### Resultados deseados

- El jefe debe entender claramente lo que quiere lograr y asegurarse que el trabajador entienda a la perfección lo que se desea que haga. La orden dada debe ser supervisada.

#### Asigne responsabilidades

- Las responsabilidades son las tareas específicas que hay que llevar a cabo para que las funciones se cumplan satisfactoriamente. (es darle vida al organigrama)

#### Beneficios

- Tanto el empleado como el gerente conocen, por escrito, lo que tiene que hacer como parte de sus funciones desde el principio.
- Contribuyen a que mejore la comunicación en el negocio, se reducen los problemas laborales y se ahorran gastos por conceptos de demandas o liquidaciones.
- Facilita una incorporación rápida y productiva del personal de nuevo ingreso.

### 5.1.2.- Reglamento interior de trabajo

Se debe apegar a la ley federal del trabajo, apartado de obligaciones de los trabajadores, procurando que este documento sea mas motivador que represor.

### 5.1.3.- Reclutamiento

Se recomienda recurrir al sistema de evaluación por competencias. Ya que ha demostrado ser muy efectivo, existen despachos especializados (outsourcing, a precios muy moderados) esto no es un gasto es una inversión muy rentable; una mala selección de personal es verdaderamente cara para una empresa. (En caso que necesiten Raloy les puede apoyar con alguno de ellos)

#### Beneficios:

- Se reduce el riesgo de contratar a personal irresponsable o incompetente.
- Se disminuye la rotación.
- Se asegura que desde el primer día de trabajo, el trabajador conoce las reglas.

#### Evalúe los candidatos.

- A través de los documentos básicos que deben entregar.
- Mediante una entrevista.
- Un examen de habilidades para el puesto.
- O recurra a asistencia profesional.

#### Documentos básicos necesarios.

- Solicitud de empleo con fotografía.
- Comprobante de domicilio.
- Copia de la credencial de elector.
- Copia del CURP.
- Comprobar personalmente las referencias.



## 5.1.4.-Cumpla las obligaciones legales laborales.

Se debe tener un expediente completo de cada uno de sus empleados desde el primer día que entra en contacto con usted, durante su estancia en el negocio y hasta su salida.

## 5.1.5.- Beneficios de tener un la documentación completa de los empleados

Expediente completo de cada trabajador:

- Tiene evidencia de todo lo que ocurre, así como la documentación necesaria, para sustentar su posición en caso de un conflicto.
- Le evita grandes salidas de dinero y dolores de cabeza por eventos como:
  - Demandas
  - Accidentes
  - Conflictos con el personal
  - Multas del IMSS u otras instituciones
  - Despidos de personal

Documentos básicos para el ingreso

- Solicitud de empleo debidamente llenadas
- Cartas de recomendación (referencias)
- Comprobante de domicilio
- Copia de identificación (IFE)
- Contrato individual de trabajo
- Aviso de incorporación al IMSS
- Constancia de entrega del reglamento interior de trabajo
- Constancia de entrega de material de trabajo, equipo, uniformes

## 5.1.6.- Tipos de contrato

- Obra determinada
- Tiempo determinado
- Tiempo indeterminado
- Comisión mercantil
- Asimilables a salario (jubilados)

## 5.1.7.- Aviso de incorporación al IMSS

- El número de inscripción al IMSS
- Es un requisito indispensable para ingresar a una persona a laborar. Si no se cuenta con él se corre el riesgo de tener que pagar grandes multas .
- El alta de personal es la evidencia de que la persona que entra a laborar a sido registrada en el IMSS; esto es muy importante, pues el costo por un accidente de trabajo va desde los \$100,000 hasta el millón de pesos.



#### 5.1.8.- Uso de acta administrativa.

- Debido a que el testimonio del patrón en un juicio no sirve de mucho, debemos tener un respaldo que compruebe acusaciones (retardos, faltas u otro tipo de problemas).
- En este documento se mencionan las faltas incurridas por el trabajador y es firmada por el representante legal de la empresa y por el propio empleado. Debe ser firmado por todos los trabajadores diariamente o por medios electrónicos.

La salida de personal implica \$\$, si no se tienen los documentos que se enlistan el costo puede ser más alto.....

- Carta renuncia / rescisión.
- Finiquito / Liquidación.
- Copia del cheque o póliza firmada.
- Baja ante el IMSS.

#### 5.1.9.- Causas de la terminación de la relación laboral.

- Por causa justificada.
- Por renuncia voluntaria.
- Por muerte... aparte del IMSS, se debe seguir un trámite ante la junta de Conciliación y Arbitraje para liquidar la indemnización correspondiente y entregar el seguro de vida (si existe) a los beneficiarios del trabajador.

**NO SE OLVIDE DE CAPACITAR A SU PERSONAL.  
SI USTED CREE QUE LA CAPACITACIÓN ES CARA PRUEBE LA  
IGNORANCIA.....**

#### 5.2.- Control de inventario

NO SE PUEDEN TOMAR DECISIONES SOBRE ALGO QUE NO ESTÁ CONTROLADO, Y NO SE PUEDE CONTROLAR ALGO QUE NO ESTÁ ORDENADO

##### 5.2.1.- Ordenando el inventario

Para poner en orden su almacén, debemos seguir las siguientes acciones:

- 1.Libere espacio en su almacén.
- 2.Acomode su inventario.
- 3.Mantenga su almacén limpio y ordenado.



## 5.2.2.- Acomode su almacén

Los beneficios de mantener el área de almacén con buen acomodo, son:

- Aumenta la capacidad de almacenamiento.
- Disminuye las mermas.
- Disminuye los accidentes de personal.
- Los productos se localizan fácilmente.
- Los productos de mayor movimiento tiene un lugar más accesible.
- Facilita los conteos físicos

## 5.2.3.- Controle su inventario:

Sin control en almacén, no será posible tomar decisiones para resolver problemas y mejorar la operación

¿Cuánto le cuesta que le roben o le dañen sus productos?

- Suponga que en su negocio se pierden/ maltratan/ roban \$500 pesos de producto a la semana. ¿Cuánto cree que tiene que vender para reponer esta pérdida? Aunque pareciera evidente la respuesta NO es \$500 pesos.
- No olvide que los ingresos que se obtienen por cada venta hay que pagar su costo, además de gastos de operación , administrativos de manera que.....

$$\begin{array}{r} \text{Ingresos por venta} \\ - \\ \text{Costo de venta} \\ - \\ \text{Gastos Administrativos.} \\ \text{Gastos de operación.} \\ \text{Gastos varios.} \\ \hline = \text{Utilidad Neta} \end{array}$$

Si este negocio tiene un 10% de utilidad neta (además recuerde que esta utilidad es antes de impuestos) Cuanto necesita vender para reponer los \$500.

Utilice la siguiente fórmula:

$$\frac{\text{Valor del producto vendido}}{\text{Utilidad Neta (\%)}} = \text{Ventas necesarias para reponerlo}$$

Para mantener el inventario bajo control, Usted necesita llevar a cabo, dos acciones clave:

- 1.Controle las entradas y salidas de productos en su almacén.
- 2.Realice conteos físicos



#### 5.2.4.- Recepción por devolución del cliente

Ante una devolución no es necesario usar un formato de control. Lo que sí es necesario es que el personal de ventas se encargue de:

- Asegurarse que el cliente devuelve el producto en buen estado y presente su remisión o factura.
- Dar de alta la mercancía nuevamente en el sistema.
- Realizar el trámite administrativo necesario ( factura , N/C)
- Archivar los documentos.
- Comunicar la devolución al responsable de almacén.

Cada vez que se entregue un pedido, este tiene que ir acompañado de un documento proveniente de ventas con:

- Fecha.
- Producto.
- Características.
- Cantidad.
- Cliente.

Las opciones de este documento son:

- Copia de factura.
- Copia de remisión.

**Importante:** se recomienda esta salida de producto sea con remisión debido a que:

- La remisión es el documento oficial en donde el cliente acepta que recibió el producto.
- La factura solo ampara el cambio de propiedad del producto.

#### 5.2.5.- Realice conteos físicos de sus productos:

Una de las necesidades más grandes de los negocios es tener sus existencias de inventario constantemente actualizadas y esto solo se puede lograr mediante conteos físicos.

##### BENEFICIOS.

- Detectar productos dañados u obsoletos.
- Detectar merma o robo de producto.
- Tener existencias del inventario actualizadas.
- Conocer datos exactos para la toma de decisiones sobre su inventario

##### Recomendaciones generales para los conteos físicos:

- Clasifique los productos en A y B.
- Calendarice el conteo.
- Cuenta producto por lo menos 3 veces al año.

Identifique las causas de las diferencias (ya que el conteo no termina hasta que se determinan las causas de estas diferencias)



## 5.2.6.- Acciones clave para mejorar el rendimiento de su inventario:

1. Conozca cuánto gana con sus productos.
2. Conozca cuánto tiempo tiene sus productos en su inventario.
3. Conozca el rendimiento de sus productos según margen y rotación.
4. Conozca cuando y cuánto debe comprar.

### 5.2.6.1.- Indicadores que permiten conocer el nivel de ganancia:

#### **EL MARGEN BRUTO.**

Cabe aclarar que este margen no es su ganancia final, ya que de este monto aun se deben pagar una serie de gastos (administrativos, operativos, impuestos)

El margen bruto se puede identificar en 2 formas:

- Dinero \$\$ y Porcentaje %

Ejemplo:

Si se vendieron \$7000.00 de un mismo producto y esos productos les costaron \$6000.00, su margen bruto es de \$1000.00.

En porcentaje:

Si esos \$7000 corresponden al 100% de su ingreso, su costo será de un 85% y su margen bruto de un 15% con respecto al 100%.

$$\text{Margen Bruto (\$)} = \text{Ventas (\$)} - \text{Costo de Ventas (\$)}$$

$$\text{Margen Bruto (\%)} = \frac{\text{Margen Bruto (\$)}}{\text{Ventas (\$)}}$$

---

$$\text{Ventas (\$)}$$

**Margen Bruto:** Es la ganancia que se obtiene al vender un producto. Solo considera el precio de venta y el costo de venta, no incluye gastos de operación ni administrativos.

**Ventas (\$):** Es la suma de todas las facturas, que se hayan generado en el periodo en gestión.

**Costo de venta (\$):** Es lo que costó la mercancía que se vendió durante el periodo.

### Calculo del Costo de Ventas:

$$\text{Costo de ventas} = \text{Inventario Inicial} + \text{Compras} - \text{Inventario Final}$$

### Conozca cuánto tiempo tienen sus productos en el inventario.

Los productos almacenados representan dinero que no está generando rendimiento.

Existen dos formas de medir cuanto tiempo duran los productos en almacén:

1. Días de inventario.
2. Rotación.

**Días de inventario:** Los días que tarda en venderse el inventario promedio a costo.

**Costo de venta (\$):** Es lo que costó la mercancía que se vendió durante el mes.

**Inventario promedio (\$):** Es el valor del costo del producto que en promedio se mantiene en almacén.

$$\text{Inventario Promedio} = \frac{\text{Inventario Inicial} + \text{Inventario Final}}{2}$$

### LA ROTACIÓN:

Son las veces que desplaza su inventario al año, es decir cuantas vueltas da su inventario promedio al año.

$$\text{Rotación de inventarios (Vueltas)} = \frac{365}{\text{Días de inventario}}$$

**Rotación:** Se refiere a las veces (vueltas) que se vende el inventario promedio en un año.

**Días promedio de inventario:** Es la cantidad de producto en pesos a costo que en promedio se mantiene al mes en almacén.



Productos	Ventas Mensuales	Costo de ventas	Margen Bruto (\$)	Margen Bruto (%)	Inventario Promedio	Rotación Anual
Hidráulico	\$300,000	\$291,000	9,000	3%	\$100,000	34.9
Diesel 15W40	\$100,000	\$75,000	\$25,000	25%	\$150,000	6.0
Gasolina 15W40	\$5000	\$3000	\$2000	40%	\$50,000	0.7

¿Cuál de estos productos cree que le ofrece el mejor rendimiento?

## EL FACTOR UTILIDAD-ROTACIÓN:

Este factor indica la utilidad bruta generada en un año dependiendo de cómo se mueve la inversión que se tiene en inventario.

- Si el factor es 1, quiere decir que por cada peso que se tiene invertido en inventario, se generará \$1 de utilidad bruta al año.
- Si el factor es .5, quiere decir que por cada peso que se tiene invertido en inventario, se generará \$0.5 de utilidad bruta al año.

Factor de utilidad-rotación = Margen Bruto (%) X Rotación anual

Factor de utilidad- rotación: Dice cuánto dinero genera cada peso invertido en inventario en un año.

Margen Bruto: Ganancia que se genera al vender los productos. (sin gastos)

Rotación: el número de veces que se vende el inventario en un año.

Conozca cuando y cuanto debe comprar.

El punto de reorden.

Punto de reorden = Consumo durante el tiempo de entrega + stock de seguridad + tiempo de entrega

- Punto de reorden : es el nivel de existencias que me indica que y cuando debo comprar
- Demanda Diaria : Son los productos en unidades que se venden en promedio diariamente
- Stock de seguridad (1/3 del consumo en tiempo de entrega)

**El tiempo de entrega no es el que promete el proveedor, sino , el real desde que se coloca la orden hasta que llega a tu bodega.**

**Demanda Diaria = Venta Mensual (unidades)**

**Días laborables del mes.**

INDICADORES  
Mínimo 18% de utilidad bruta



# 3. Costo - Beneficio



### 3.Costo – Beneficio

- 1.- Estudios de costo-beneficio
  - 1.1.- Datos requeridos para analizar un análisis de costo / beneficio
  
- 2.- Optimizar la operación de los equipos del cliente
  - 2.1.- Política de análisis de aceites usados
    - 2.1.1.- Requerimientos
    - 2.1.2.- Equipos sujetos a análisis
    - 2.1.3.- Cantidad de muestras
    - 2.1.4.- Tiempo de respuesta
    - 2.1.5.- Causales de rechazo

INDICADORES



## 1.- Estudios de costo - beneficio

### 1.1. Datos requeridos para analizar un análisis de costo – beneficio

Información para la realización de cálculos	
Nombre del Cliente	
Número de vehículos en la flotilla	
Intervalo actual de drenado de aceite (km)	
Tiempo de cambio de aceite (horas)	
Costo de mano de obra (\$/hora)	
Ganancias (\$/hora)	
Costo del filtro de aceite (\$)	
Intervalo de drenado objetivo utilizando DELO 400 (km)	
Promedio de kilómetros recorridos anuales por vehículo	
Tamaño promedio del depósito de aceite (litros)	
Precio del lubricante actual (\$/litro)	
Precio del lubricante DELO 400 (\$/litro)	

## 2.- Optimizar la operación de los equipos del cliente

### 2.1.- Política de análisis de aceites usados

Servicio otorgado a clientes de alto consumo, que utilizan nuestros lubricantes, realizándose por las siguientes razones:

1. Por reclamación
2. Evaluación de desempeño (rendimiento)
3. Apoyo a programas de mantenimiento preventivo
4. Estudio para extensión del periodo de drenado (en equipos fuera de garantía)



Los lineamientos a seguir para su manejo son los siguientes:

## Primero: 2.1.1.Requerimientos:

Los requerimientos a cubrir para los análisis son los siguientes:

1.Muestra de aceite de la marca "RALOY LUBRICANTES"

2.Llenar la "SOLICITUD Y REPORTE DE ANÁLISIS DE ACEITE USADO" correctamente, Formato RL-AT-01).

Nota.-Se anexa formato (solamente reportar los datos requeridos).

2.1.Nombre del cliente.

2.2.Responsable del cliente

2.3.Nombre de la muestra

2.4.Fecha de obtenida

2.5.Tiempo o kilómetros de uso

2.6.Kilómetros acumulados (u horas)

2.7.No. de unidad (identificación de la unidad)

2.8.Marca y modelo de la unidad. (Vehículo, máquina, etc.)

2.9.Marca y modelo del mecanismo muestreado (Motor, caja de velocidades, diferencial, sistema hidráulico, etc.)

2.10.Capacidad del cárter (Volumen en litros)

2.11.Litros de relleno (cuando aplique)

2.12.Tipo de combustible (cuando aplique)

3.Tener consumo mensual real mayor a 1,500 litros.

4.Tener bien definido el objetivo comercial y técnico.

5.Definir la(s) unidad(es) que estarán en estudio (monitoreo).

6.Toda muestra que llegue al laboratorio deberá estar perfectamente bien identificada, con los siguientes datos:

6.1. Nombre del cliente

6.2. Responsable del cliente

6.3. Equipo monitoreado

6.4. Marca del equipo

6.5. Modelo del equipo

6.6. No. de la unidad (Vehículo, máquina, etc.)

6.7. Nombre del lubricante en estudio.

6.8. Tiempo de uso (en Kilómetros u horas)

6.9. Tiempo de uso de la unidad.

6.10. Fecha de muestreo

Raloy Lubricantes, S.A. de C.V.

Análisis de lubricantes

Cliente:

Responsable:

Equipo muestreado:

Marca:

Modelo:

No. de Equipo:

Producto:

Tiempo de uso (Kms / Horas):

Fecha de muestreo:



7. La cantidad de muestra para análisis depende de los equipos a monitorear. Para conjuntos mecánicos automotrices, se requieren 250 ml mínimo; para aceites dieléctricos 2 litros; hidráulicos 250 ml y grasas 500 grs.

#### Segundo: 2.1.2. Equipos sujetos a análisis:

1. Motores diesel de flotillas importantes.
2. Transmisiones y diferenciales de equipo pesado.
3. Cajas de engranes o reductores grandes.
4. Sistemas Hidráulicos
5. Compresores grandes
6. Turbinas
7. Todas las especialidades industriales, tanto de aceites minerales como sintéticos (HI TECH)

#### Tercero: 2.1.3. Cantidad de muestras:

La cantidad de muestras a analizar por cliente, deberá sujetarse a las reglas del muestreo estadístico, aplicando para esto las tablas de muestreo (military standards), utilizando como nivel de confiabilidad, dos desviaciones estándar.

En ningún caso la cantidad de equipos a muestrear deberá ser mayor al 7% del universo (Parque vehicular).

#### Cuarto: 2.1.4. Tiempo de respuesta:

El tiempo de respuesta será de 5 días hábiles una vez recibida la solicitud de análisis y la muestra en el laboratorio.

El responsable de entregar los resultados al cliente será el encargado de la cuenta y/o se subirán a la WEB.

#### Quinto: 2.1.5. Causales de rechazo:

Las causales de rechazo de las muestras para análisis son las siguientes:

1. Muestras contenidas en bolsas, envases de plástico y vidrio que no sean las diseñadas para ese objetivo o que vengan contaminadas.
2. Muestras con más de 15 días de haber sido obtenidas.
3. Muestras de la competencia para dar equivalentes (\*)
4. Muestras obtenidas de depósitos pequeños (menores a 20 litros). No aplica para motores de combustión interna diesel.
5. Muestras tomadas de motores de combustión interna a gasolina. No aplica si el aceite está a prueba en este tipo de motor
6. Muestras de grasa para contratipos (\*)
7. Muestras menores, cuyo volumen enviado sea menor a 250 ml. de aceite automotriz, 2 litros para aceite dieléctrico, 250 ml para aceite hidráulico y 500 gr para grasas.

Muestras excesivamente contaminadas, detectables a simple vista (agua, polvo, etc.)

*(\*) Se debe identificar completamente el mecanismo que se va a lubricar o en su defecto nombre y características del producto de la competencia.*

### 3.1.- Indicadores

Evidencias del estudio de costo – beneficio actualizado



# 4. Asistencia Técnica



#### 4.- Asistencia Técnica

##### 1.- Capacitación

- 1.1.1.- Capacitación Técnica
- 1.1.2.- Capacitación comercial
- 1.2.- Política de capacitación

##### 2.- Plataforma de consulta

- 2.1.- Guía Webex

##### 3.- Reforzamiento de la estructura de coordinadores de zona

##### 4.- Tienda virtual

#### INDICADORES



## 1.1.- Capacitación

La Capacitación es la parte más importante en la estructuración de un negocio de franquicia ya que precisamente esta no es más que la transmisión de un modelo de negocio previamente validado (Know how).

Esta capacitación se dividirá en dos grandes bloques:

### 1.- Técnica

- Presencial
- Virtual

### 2.- Comercial

- Presencial
- Virtual

#### 1.1.1.- Capacitación Técnica

Raloy lubricantes prestará extraordinaria importancia en este rubro; se ha contratado especialmente a un ingeniero altamente capacitado cuya función principal será la de elaborar los cursos de capacitación técnica y transmitirlos a todos y cada uno de los dueños de la franquicia, de la forma que sea más conveniente.

#### 1.1.2.- Capacitación comercial

De igual manera Raloy Lubricantes proporcionará la capacitación comercial a los dueños de las franquicias, basada esta en las experiencias vividas en el modelo de distribución propio ( Agencia Toluca). Enriquecida con algunos conocimientos relacionados con las técnicas modernas de ventas.

Es importante tener presente que el compromiso de Raloy es la capacitación de los distribuidores (propietarios de la franquicia), no así de todos y cada uno de los colaboradores del franquiciatario.

Esto último debe ser responsabilidad de cada titular, como sucede en las principales franquicias internacionales.

Es imperativo en los negocios actuales el que los propietarios conozcan a fondo el modelo de su negocio para poderlo operar correcta y eficazmente así como mantenerlo en operación, máxime tratándose de una venta técnica que es el caso que nos ocupa.

## 1.2.- Política de capacitación

Raloy ofrece a sus Distribuidores cursos de capacitación técnica para el propio Distribuidor o Gerente, para su equipo de ventas y para el personal de servicio técnico.

El área de soporte técnico es la responsable de elaborar el programa de cursos de capacitación que contempla cursos presenciales en planta, cursos vía webex (e-learning), cursos regionales en distintas ciudades y cursos en las propias instalaciones del Distribuidor.

El programa de cursos contempla los siguientes temas:

### 1) Principios básicos de lubricación:

Fundamentos de lubricación automotriz  
Curso de lubricación industrial  
Engranajes y rodamientos  
Fluidos hidráulicos  
Grasas  
Anticongelantes-refrigerantes

Los cursos de capacitación están elaborados con la información técnica actualizada y el material didáctico de apoyo y es impartido por personal altamente capacitado y con gran experiencia. Los cursos se diseñan en base a las necesidades del personal de ventas y de asistencia técnica, cuidando la duración, participantes, frecuencia y temas específicos. Raloy no imparte cursos de capacitación a los clientes de los Distribuidores. Nuestro compromiso y obligación es capacitar al Distribuidor y a su personal de ventas para que ellos sean los que capaciten al personal de sus clientes.



## 2.- Plataforma de consulta

### 2.1.- Guía Webex

Guía para asistir a una Sesión de capacitación a través de Webex®.

En esta guía le daremos a conocer la forma mas practica para asistir a una sesión de Capacitación de Raloy Lubricantes a través de Webex®

Lo primero que debemos revisar son los requerimientos de Software y Hardware que su equipo de cómputo debe cubrir.

#### Requerimientos de Hardware.

##### •PC o Laptop con procesador Intel o AMD

Sistema de Audio correctamente configurado en la PC o Laptop. Es decir que pueda escuchar música y que cuente con una entrada para conectar un micrófono y una salida para auriculares (bocinas). Generalmente vienen identificados con un color verde para la salida de bocinas y en color rosa la entrada para el micrófono. También es posible utilizar una diadema con audífonos y micrófono. Marca y modelo sugerido mas no indispensable es el PC47308 de la marca Plantronics.

•Opcional: Webcam, cualquier webcam es suficiente para el vídeo dentro de la sesión. Recuerde que este componente es opcional

#### Requerimientos de Software

- Sistema operativo Windows Versión, 2000,2003,XP o Vista.
- Navegador Internet Explorer Versión 6,7 u 8, Firefox Versión 2 o 3, Chrome Versión 1
- JavaScript y cookies activadas en su navegador de Internet
- ActiveX habilitado en su navegador. Normalmente activado.

#### Conexión a Internet.

Se recomienda contar con una conexión a internet de por lo menos 512kb, a mayor ancho de banda su experiencia dentro de la sesión será mejor.

Un punto importante es el uso de conexiones por cable de red, aunque de forma inalámbrica es posible participar en la sesión Ud. Podrá experimentar algunas dificultades con el audio de la sesión.



Ahora revisaremos paso a paso como unirse a una sesión

Cuando Ud. es invitado a una sesión de capacitación, recibirá un correo electrónico similar al citado a continuación.

Ejemplo de Correo Electrónico de invitación a una sesión.

*Hola René Villegas,  
Ivan Garcia lo invita a participar como un asistente en la siguiente sesión de formación en línea:*

*Tema: Sesio de Capacitacion*

*Organizador: Ivan Garcia*

*Fecha: jueves, 22 de julio de 2010*

*Hora: 11:00 am, Verano Hora (Ciudad de México, GMT-05:00)*

*Número de la sesión: 579 257 555*

*Contraseña de la sesión: 123456*

-----  
Para unirse a la sesión de formación  
-----

1. Vaya a

<https://raloy.webex.com/raloy/k2/j.php?ED=151843647&UID=1157865337&RT=MTkjoA%3D%3D>

2. Introduzca su nombre y dirección de correo electrónico.

3. Introduzca la contraseña de la sesión: 123456

4. Haga clic en "Entrar ahora".

5. Siga las instrucciones que aparecen en pantalla.

Para ver en otras zonas horarias o idiomas, haga clic en el enlace

<https://raloy.webex.com/raloy/k2/j.php?ED=151843647&UID=1157865337&ORT=MTkjoA%3D%3D>

Ud. deberá seguir las instrucciones que aparecen en el mensaje. Debe seleccionar y copiar la línea del punto 1 que dice "Vaya a" y posteriormente pegarla en la barra de direcciones de su navegador.



Al terminar de cargar la pagina de la sesión. Ud. vera el siguiente formulario para unirse a la sesión.

The screenshot shows a web browser window titled "Raloy Lubricantes, SA De CV RFC RLU840130J27 WebEx Enterprise Site - Microsoft Internet Explorer". The page displays the Raloy logo and navigation tabs: Bienvenido, Meeting Center, Support Center, Training Center, and My WebEx. A "Conexión de organizador" link is visible in the top right.

The main content area is titled "Información de la sesión: Sesio de Capacitacion". It includes a sidebar with navigation options: "Asistir a una sesión" (with sub-options: Sesiones en directo, Sesiones grabadas, Sesión no listada), "Organizar una sesión", "Instalación" (with sub-options: Gestor de formación, Preferencias), and "Soporte".

The session details are as follows:

<b>Estado de la sesión:</b>	<b>Iniciado</b>
<b>Fecha de sesión:</b>	jueves, 22 de julio de 2010 11:00 am, Verano Hora (Ciudad de México, GMT-05:00)
<b>Hora de inicio:</b>	1 hora
<b>Duración:</b>	1 hora
<b>Presentadores:</b>	Ivan Garcia
<b>Descripción:</b>	
<b>Agenda:</b>	
<b>Número de sesión:</b>	579 257 555
<b>Contraseña:</b>	123456

On the right, there is a section titled "Entrar a la sesión ahora" with the instruction: "Para entrar a esta sesión de formación, proporcione la siguiente información." Below this are three input fields: "Nombre:", "Dirección de correo electrónico:", and "Contraseña de sesión:". A blue "Entrar" button is located at the bottom right of this section.

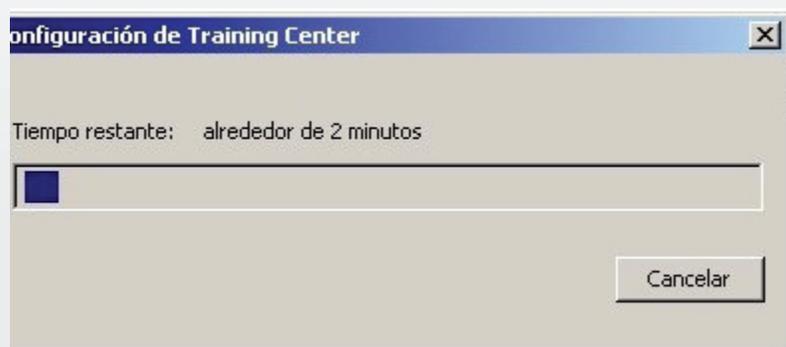
1. En el campo 1 debe escribir su nombre y apellidos.
2. En el campo 2 debe escribir su dirección de correo electrónico.
3. En el campo 3 aparecerá ya escrita la contraseña de la sesión misma que puede encontrar en el punto 3 del correo de invitación.

Por último presione el botón color azul con la leyenda Entrar.

Cuando se ha presionado el botón Entrar, se iniciara una carga de los complementos necesarios para unirse a la sesión.

**Nota: Si su navegador es versión Explorer 7 u 8 o bien Firefox 3, por seguridad se bloqueara la instalación de estos complementos, y aparece una barra de aviso bajo la barra de direcciones del navegador, desde esta misma barra Ud. podrá dar la autorización para que se instalen los complementos.**

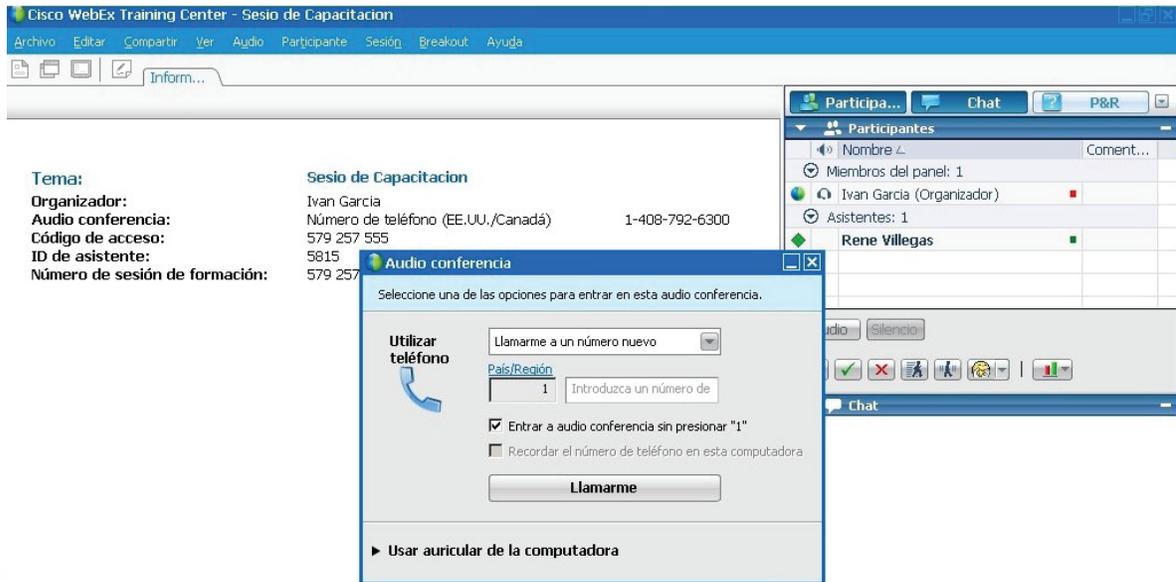
Una vez iniciada la instalación de los complementos Ud. verá una ventana de instalación como la siguiente imagen.



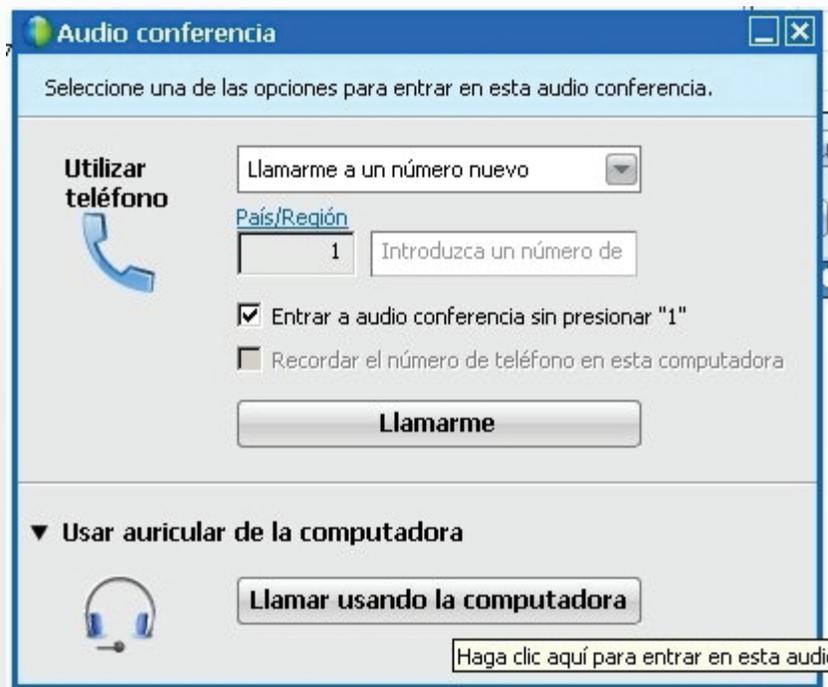
Al termino de la instalación de los complementos, Ud. Vera una pagina con un botón con la leyenda “Volver a la sesión” presione ese botón y Ud. estará dentro de la sesión. Únicamente falta la conexión al audio Webex®.

Para conectarse al audio, debe seguir estos pasos:

Aparecerá una ventana de conexión al audio como la siguiente imagen.

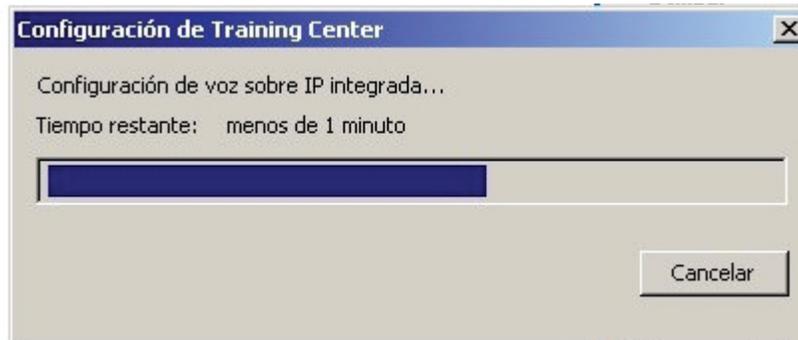


Ud. debe dar clic en la opción con la leyenda “Usar auricular de la computadora” como aparece en la siguiente imagen.



Ahora debe dar clic en el botón "Llamar usando la computadora".

Una vez que de clic en el botón, aparece una ventana de instalación del complemento de audio.



En algunos casos, se inicia un asistente de configuración para el Micrófono y Bocinas. Ud. solo deberá avanzar en ese asistente hasta concluir con la configuración.

Una vez concluida la configuración de audio Ud. Esta listo para participar en la sesión.

Esperamos que esta pequeña guía le facilite el hacer uso de esta herramienta que Raloy Lubricantes pone a su alcance para brindarle una nueva forma de capacitación a distancia.

Si tiene algún problema para unirse a la sesión, no dude en llamar al departamento de TI al 01.722.26.27.900 ext. 753 y con gusto le atenderemos.



### 3.- Reforzamiento de la estructura de coordinadores de zona

A partir de este 2013 incorporaremos un nuevo Coordinador en la Zona Norte que actualmente atiende la Lic. Alicia Lugo y elaboraremos en conjunto con el Distribuidor el programa de visitas, contemplando un mínimo de 4 visitas por año, las cuales se alternarán con 4 visitas del área de apoyo técnico.

Las visitas del Coordinador de Ventas tienen como principal objetivo apoyar al Distribuidor y a sus vendedores a brindarles apoyo comercial para ganar nuevos clientes a través de una prospectación profesional y selectiva así como acompañar a los vendedores a visitar a clientes potenciales.

### 4.-Tienda Virtual

#### 4.1.- Políticas para acceder al portal de descargas y tienda promocional

#### Objetivo

Establecer un portal de información de la marca para que el distribuidor pueda acceder a los elementos de comunicación, herramientas de apoyo a ventas y artículos de promoción ALCANCE

Este portal está definido para distribuidores autorizados de la marca, los cuales tengan correo distribuidor@raloy.com.mx para su correcto acceso y control de información

#### Definiciones

**Portal de descargas:** sitio virtual donde se almacena información relacionada de la marca, material de apoyo a ventas, presentaciones, logotipos, etc.

**Portal carrito:** sitio para la venta de promocionales, herramientas para la venta y material POP

**Mail Raloy:** correo electrónico oficial de la marca para el acceso a esta información

**Usuario:** persona encargada de la distribución responsable del manejo de este tipo de información

### Responsabilidades

#### Área de mercadotecnia:

Es responsable de compilar la información en los portales de descargas con el objetivo de tener la información siempre vigente para una adecuada difusión de comunicación de la marca.

#### Área de coordinación:

Es responsable de revisar conjuntamente con el distribuidor de la zona la información necesaria requerida para una adecuada difusión de la marca.

Revisar conjuntamente con el distribuidor los apoyos necesarios en cuanto a la comunicación de la marca y herramientas para la venta.

#### Distribuidor:

Es responsable de registrarse al sitio de descargas y mantener el acceso a las personas que considere necesarias para su uso

### INDICADORES

- Exámenes de conocimiento a los vendedores donde se exige una calificación mínima



# 5. Calidad en el Servicio



**RALLOY**

## 5.-Calidad en el Servicio

- 1.- Elaboración de productos especiales
  - 1.1.- Política de productos especiales
  - 1.1.- Política de desarrollo de nuevos productos
- 2.- Servicio de entrega
  - 2.1.- Política de embarques mínimos
  - 2.2.- Política de tiempos de entrega – portafolio de productos
  - 2.3.- Política de entrega de producto en minigranel (TOTES)
  - 2.4.- Política de fletes
  - 2.5.- Política de seguros de traslado
- 3.- Condiciones de entrega de producto
  - 3.1.- Política de devoluciones
  - 3.2.- Autorización de devoluciones
- 4.- Evaluación de la calidad en el servicio
  - 4.1.- Metodología para evaluar la calidad en el servicio a clientes

## INDICADORES



## 1.- Elaboración de productos especiales

### 1.1.- Política de productos especiales

Raloy cuenta con un amplio portafolio de productos de línea que cubre la demanda del 90% de lubricantes y grasas que se venden en México. Sin embargo, la gran variedad de productos que demanda el sector industrial obliga a mantener un portafolio de productos especiales para ganar o mantener clientes de este segmento de mercado.

El portafolio de productos especiales se integra por dos tipos de productos:

- 1) Productos con pedido mínimo de 1,000 litros y tiempos de entrega de 8 días hábiles
- 2) Productos en sistema de Kan-Ban donde el volumen es abierto y el tiempo de entrega es de 8 días hábiles. Estos productos son:
  - Lubricorte AGS-180M
  - Raloy Term 22
  - Raloy Tac 68
  - Compresoil SAE 40
  - Voltalub 60-M
  - Soluble 927
  - Frigolub 300
  - Grasa Ralio Complex EP No. 2
  - Grasa Ralio Moly EP No. 2

Este portafolio es dinámico y dependiendo del volumen de venta podemos incorporar nuevos productos a este portafolio o pasar algunos al portafolio de productos de línea.

### 1.2. Política de desarrollo de nuevos productos

Con el fin de apoyar el crecimiento de las ventas de sus Distribuidores, Raloy cuenta con un Departamento de investigación y desarrollo de nuevos productos con personal altamente capacitado y con una larga experiencia en las pruebas de laboratorio y de campo para formular nuevos lubricantes y grasas. El procedimiento que deberá seguir el Distribuidor para solicitar el desarrollo de un nuevo lubricante, es llenar el formulario anexo (Solicitud de Desarrollo de nuevo producto) con la información del cliente o prospecto, equipo o maquinaria donde se aplicará el lubricante, condiciones

de operación (velocidad, carga, temperatura y condiciones ambientales) así como volumen estimado de ventas mensuales y precio objetivo.

Si se tiene el dato, indicar el nombre y marca del lubricante que recomienda el fabricante del equipo o de la maquinaria, información que se puede obtener de la placa o manual de operación del equipo en cuestión.

Con esta información, el personal de desarrollo de nuevos productos formulará el nuevo lubricante y elaborará las pruebas físico-químicas que sean necesarias en el laboratorio para cumplir con las especificaciones técnicas que requieren los equipos.

Una vez concluidas las pruebas de laboratorio, se envía la formulación al área de Ingeniería para realizar el costeo del nuevo producto el cual se envía a su vez al área de Mercadotecnia para la integración del precio de lista al Distribuidor.

Dependiendo del origen de las materias primas y si se da el caso de que son comunes a otros productos, se establecerá el tiempo de entrega y el pedido mínimo para el lote de producción.

## 2.- Servicio de entrega

### 2.1.- Política de embarques mínimos

En el caso de pedidos de emergencia, el volumen mínimo a embarcar es de 2,000 Litros.

### 2.2.- Política de tiempos de entrega – portafolio de productos

Raloy se compromete a entregar los pedidos en los tiempos siguientes:

- 1) **Portafolio de productos de línea** – comprende los productos de mayor demanda cuyo tiempo de entrega es de máximo 48 horas una vez recibido el pago del pedido en el caso de que sean pagos de contado o de la autorización de crédito por parte del área de Crédito y Cobranzas. Estos productos no están sujetos a volumen mínimo.



2) **Portafolio de Productos Krönen** – Comprende los productos de alta tecnología, en su mayoría sintéticos, de la marca Krönen, con tiempo de entrega de máximo 48 horas una vez recibido el pago del pedido (cuando sea pago de contado) o de recibir la autorización de crédito por parte del área de Crédito y Cobranzas.

**Nota:** A la fecha de actualización de este documento (Marzo 2013) se encuentra en revisión el portafolio de productos Krönen que será depurado en base al historial de ventas de los años 2011 y 2012 y al potencial y compromiso de venta de los Distribuidores que soliciten mantener uno o varios productos.

3) **Productos Especiales** – integrado por productos de bajo movimiento. Su tiempo de entrega es de 8 días hábiles una vez recibido el pago anticipado o recibida la autorización del embarque por el área de crédito. Estos productos están condicionados a un volumen mínimo de 1,000 L excepto los que se clasifican bajo el sistema Kan-Ban

## 2.3.- Política de entrega de producto en minigranel (TOTES)

### Objetivo:

Cumplir con el servicio, la calidad, tiempo y costo, el abastecimiento de nuestros productos en presentación mini-granel a nuestros Clientes

### Alcance:

Este procedimiento aplica a las áreas comerciales y a todo el personal de la organización que se vincule en el uso de la presentación TOTE.

### Definiciones:

**Venta en tote:** Se entiende como venta en tote las ventas que se realicen en cantidades de 1,000 litros y sus múltiplos y que son entregadas ya sea en un recipiente plástico con capacidad de 1,000 litros y con bomba para realizar su trasvase o en una unidad pipa con cuenta litros. La descarga se realiza en el depósito que se encuentra en las instalaciones del cliente.

**Accesorios:** Es todo aquel equipo que no sea identificado como el recipiente de 1,200 litros y su base metálica.

**KIT DE DESPACHO:** Consta de pistola despachadora con cuenta litros, bomba neumática, manguera de 12 metros retráctil y carrete. Este kit tiene un precio aprox. de \$ 1,000 USD y se vende al Distribuidor al 50% de su precio, facturándose a un plazo de 12 meses sin intereses o de contado en caso de no tener línea de crédito.

## RESPONSABILIDADES:

### Gerencia y Coordinadores de Ventas a Distribuidores

Identificar en conjunto con el Distribuidor los clientes potenciales factibles en el uso de la presentación TOTE, así como promocionar la venta en esta presentación.

- Llenar del formato ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD DE ENTREGA EN TOTE EB (EQUIPO BÁSICO) Anexo 4.
- Llenar de formato SOLICITUD DE TOTE PARA ENTREGA EN COMODATO, Anexo 5
- Llenar de formato CONTRATO EN COMODATO, Anexo 8.
- Llenar de formato SOLICITUD DE INSTALACIÓN DE EQUIPO ADICIONAL Y ACCESORIOS, anexo 6.
- Llenar de formato APROBACIÓN DE INSTALACIÓN DE EQUIPO ADICIONAL Y ACCESORIOS, anexo 7.
- Llenar de formato MANTENIMIENTO A TOTE EN COMODATO Anexo 9.
- Negociar con los clientes los tiempos, fechas y horarios de entrega.
- Notificar a servicio a clientes cuando sea la primera entrega en tote para coordinar el envío de la base metálica y el tote vacío de 1,200 litros.

### Distribuidor

- El Distribuidor se hará cargo del mantenimiento de los equipos adicionales tales como, pistola despachadora, bomba neumática o de otro tipo, carrete, manguera etc. Dirección de Mercadotecnia y Coordinación de



#### Mercadotecnia

- Definir los productos a ser entregados en presentación TOTE.
- Definir equipo para la entrega de los productos en TOTE, ya sea pipa, tote y bomba, Anexos 1 y 2.
- Cumplir con la política de tiempos de entrega establecida.

#### Departamento de Transportes:

- Custodiar los contratos de comodato originales y debidamente requisitados.
- Custodiar los formatos inherentes a este procedimiento y debidamente requisitados.
- Mantenimiento y/o reposición del tote y la base metálica debido al uso normal.
- Conocer y aplicar los procedimientos e instrucciones de trabajo relacionados con totes.
- Cumplir con los tiempos de entrega ofrecido en las notas de los anexos 1 y 2.
- Mantener inventario de 3 equipos especiales tales como bombas neumáticas, carretes y mangueras y pistolas despachadoras.

#### DESARROLLO:

- El Distribuidor debe llenar el formato ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD DE ENTREGA EN TOTE, Anexo 4. En base a los parámetros que se contemplan en este formato, el área de coordinación de totes analiza la factibilidad operacional de la entrega, y de ser posible, procede con el siguiente punto. (De no ser las condiciones normales de entrega previstas en este formato, el vendedor deberá de solicitar aprobación del área de transportes).
- Para formalizar la comercialización de algún producto en tote el Distribuidor enviará el formato "SOLICITUD DE TOTE PARA ENTREGA EN COMODATO" Anexo 5.

#### Equipo y accesorios adicionales.

- Si el cliente del Distribuidor pide equipo adicional o especial, el vendedor debe de anotar la información correspondiente al tipo y cantidad de accesorios que serán instalados, en el formato "SOLICITUD DE INSTALACIÓN DE EQUIPO ADICIONAL Y ACCESORIOS", Anexo 6
- De requerir algunos accesorios o implementos adicionales al equipo básico (TOTE y base) para facilidades del cliente, se procederá de la siguiente forma:

- a) Las Áreas Comerciales solicitan al coordinador de tráfico se realice un levantamiento físico.
- b) Coordinador de tráfico, establece la cita con el cliente, para efectuar el levantamiento físico y la integración del presupuesto.
- c) Tráfico presenta a las áreas comerciales el presupuesto, mediante formato "SOLICITUD DE INSTALACIÓN DE EQUIPO ADICIONAL Y ACCESORIOS", (parte complementaria del Anexo 6) mostrando el costo, el plano del proyecto y el tiempo de ejecución estimado.
- d) Si el costo no rebasa los 200 salarios mínimos diarios debe de ser firmada por el gerente de finanzas. Formato APROBACIÓN DE INSTALACIÓN DE EQUIPO ADICIONAL Y ACCESORIOS, Anexo 7.
- e) Si el costo rebasa los 200 salarios mínimos diarios debe de llevar la firma de autorización del Director General. Formato APROBACIÓN DE INSTALACIÓN DE EQUIPO ADICIONAL Y ACCESORIOS, Anexo 7
- f) Es necesario que la entrega de los equipos en comodato se protocolice mediante un contrato de comodato, en el cual se estipula las condiciones del préstamo, sus causales de rescisión y los accesorios que quedan en comodato, haciendo mención del costo de los mismos.

El contrato de comodato es elaborado por el Gerente de Ventas a Distribuidores en tres tantos, es firmado por el Director de Mercadotecnia en calidad de representante de Raloy y se recaba la firma de quien funge como representante del cliente al momento de que los equipos son entregados en las instalaciones del cliente, si por alguna razón el cliente no puede o no quiere firmar el contrato de comodato, el responsable de la cuenta tendrá la responsabilidad de recabar esta firma en un lapso no mayor a 30 días calendario y deberá entregar un original con firma autógrafa a la coordinación tráfico, para su respectiva salvaguarda y control. En caso de no entregar este documento debidamente requisitado, se suspenderán las entregas al cliente hasta no tenerlo.

- g) Cuando el equipo ya se encuentre en el poder del cliente, el mantenimiento correctivo inherente al desgaste natural de una operación



adecuada, corresponde a Raloy, previo aviso del área comercial vía el llenado del formato "MANTENIMIENTO A TOTE EN COMODATO", Anexo 9.

Los gastos correspondientes a dichos mantenimientos, serán cubiertos por parte de Raloy Lubricantes, motivo por el cual, el Director de Mercadotecnia con el Gerente de Ventas Distribuidores y el Coordinador de Zona deberán evaluar en caso de reparación de un tote foráneo (más allá del D. F. Y zona metropolitana) cual de las 2 siguientes opciones es la más conveniente:

Cubrir Raloy todos los gastos de traslado, consumo y materiales necesarios, para efectuar la reparación.

Pedir al cliente que el mismo se encargue de contratar localmente un plomero o técnico que lleve al cabo la reparación, reembolsándole el gasto posteriormente.

## Tiempos de Instalación

a) Equipo básico:

Una vez recibido la solicitud debidamente requisitado, el tiempo máximo para realizar la instalación será de:

3 días hábiles en el D. F., zona metropolitana o en un radio de 90 Km. de la planta.

1 semana para instalaciones foráneas.

b) Equipo especial y/o instalaciones especiales:

Máximo en 5 días hábiles después de recibir solicitud del área comercial, se realizará la visita a las instalaciones del cliente y presentará presupuesto a las áreas comerciales de los trabajos y materiales requeridos.

Máximo 2 semanas posteriores a recibir el formato AUTORIZACIÓN PARA INSTALACIÓN DE EQUIPO ESPECIAL Y ACCESORIOS debidamente requisitado así como el contrato de comodato, el área de Tráfico llevará a cabo los trabajos presupuestados.

## Beneficios Adicionales:

- Forma sencilla y segura para manejar el producto, evitándoles el riesgo de maniobrar tambores.
- Control de la existencia, visualmente se determina en que nivel de existencia se encuentra.
- No generación de residuos peligrosos.
- Ahorro de espacio y limpieza.
- Ayuda a controlar los desvíos, si se asegura el despacho y se controla.
- Evita el desperdicio o residuos que quedan en envases desechables.
- Ahorro al no usar envase.
- Evita contaminaciones por polvo, trapo, estopa, agua etc.

## Presentación Equipo.

El Kit de EB (Equipo Básico) se compone de un tote con capacidad de 1,200 lts. , una base metálica, la cual le da una elevación de 45 cm. para facilitar la extracción del producto, incluye también una boquilla de despacho, que se coloca en la válvula de salida del tote.

## Retorno de la Inversión:

El Distribuidor deberá considerar un cargo adicional por concepto de amortización de la inversión para recuperar la inversión en el equipo de despacho. Este sobreprecio estará en función del volumen consumido por el cliente. Se recomienda un plazo no mayor de 24 meses para recuperar la inversión.



## 2.4.- Política de fletes

Los precios de los productos Raloy son LAB destino, por lo tanto los gastos de fletes son por cuenta de Raloy. La empresa se reserva el derecho de contratar la línea o líneas transportistas que cumplan los requisitos de rutas, seguridad, estado de los vehículos, nivel de capacitación de los operadores y confiabilidad en el servicio de entregas y manejo de los productos.

Si el Distribuidor solicita la entrega total o parcial de los productos en un domicilio distinto de sus instalaciones, Raloy tendrá el derecho de cobrar al Distribuidor cualquier diferencia que resulte de dichas entregas.

## 2.5.- Política de seguros de traslado

Cualquier evento de robo o accidente en el traslado de los productos, será por cuenta de Raloy.

El Distribuidor deberá revisar que la mercancía llegue en perfectas condiciones. Si la mercancía le llega dañada, el Distribuidor deberá reclamar a la línea fletera al momento de recibirla y levantar un reporte de inconformidad el cual enviará a Raloy al área de Atención a clientes quien se encargará de levantar la inconformidad con el área de Calidad de Raloy para su revisión y acción que proceda.

## 3.- Condiciones de entrega del producto

### 3.1.- Política de devoluciones

Eventualmente y sólo en los casos que tenga una razonable justificación Raloy aceptará devolución de productos, en el entendido de que los fletes serán pagados por el Distribuidor.

En estos casos Raloy efectuará un cargo del 15% por gastos administrativos y de reacondicionamiento del producto.

## 3.2.- Autorización de devoluciones

Por razones técnicas de calidad: Coordinación de Soporte Técnico / Atención a clientes  
 Por razones financieras o comerciales: Dirección de Mercadotecnia / Gerencia de Ventas a Distribuidores / Dirección General.

## 4.- Evaluación de la calidad en el servicio

### 4.1.- Metodología para evaluar la calidad en el servicio a clientes

Desde hace varios años Raloy realiza un estudio de satisfacción de sus clientes en los diferentes canales de venta: Distribuidores nacionales, Ventas Directas, Maquilas y Distribuidores Exportación.

#### OBJETIVOS GENERALES:

Conocer la percepción de varios aspectos relevantes para la empresa que le ayude a identificar mejoras en sus procesos.

Evaluar el cumplimiento de los lineamientos establecidos por el sistema de calidad en cuanto a variables primarias y secundarias, que nos aseguren la mejora continua y un servicio de excelencia.

#### OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Definir los principales motivadores e inhibidores de la valoración del servicio por parte del cliente respecto a cada una de las siguientes áreas estratégicas:

- Entregas completas
- Entregas a Tiempo
- Estado en que llega el producto
- Evaluación del Coordinador de Ventas
- Desempeño del producto y costo-beneficio
- Servicio de entrega por parte de las líneas fleteras
- Asistencia Técnica



## METODOLOGÍA

Se aplica un cuestionario cada tres meses con preguntas directas para medir en la escala de 1 a 10 los niveles de satisfacción de los clientes de Raloy en las áreas estratégicas antes mencionadas.

Con los resultados obtenemos indicadores de niveles de valoración de los procesos de la relación comercial cliente-proveedor en dichas áreas estratégicas. Las referencias de estas valoraciones se fundamentan en las experiencias previas de los clientes, así como en las expectativas frente al actual proveedor del servicio.

De ahí se establece una jerarquización de elementos y atributos de mayor preponderancia para el usuario en su relación con Raloy Lubricantes, así como los elementos de evaluación negativa en función de la relación con la empresa.

El reporte de resultados se envía a las áreas de ventas (Distribuidores, maquilas, exportación y ventas directas) para establecer el programa de acciones que se llevarán a cabo para corregir y mejorar la percepción de los clientes del servicio que le brinda Raloy en los diferentes aspectos que sustentan la relación comercial.

Ámbito	Nacional e Internacional.
Tipo de Estudio	Longitudinal (Anual).
Metodología	Cuantitativa a través de una encuesta por muestreo con cobertura de cuotas por segmento vía electrónica.
Universo de Estudio	Tomadores de decisión en las empresas, clientes de Raloy Lubricantes.
Técnica de Recolección	Cuestionarios electrónicos
Tamaño de la Muestra	56 entrevistas efectivas
Distribución de la Muestra	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 13 entrevistas a ventas directas marca Raloy</li> <li>• 13 entrevistas maquilas de marca</li> <li>• 23 entrevistas a Distribuidores</li> <li>• 7 entrevistas clientes internacionales</li> </ul>
Duración	Máxima de 15 minutos

### INDICADORES

- 90% del nivel de satisfacción de distribuidores (se mide de manera semestral)
- % del nivel de satisfacción de clientes de distribuidores



# 6. Posicionamiento de Marca

(políticas de publicidad)



**RALOY**

6. Posicionamiento de Marca  
(políticas de publicidad)

1.- Publicidad

1.1.- Política de publicidad

1.2.- Enumeración de elementos considerados dentro de la provisión publicitaria

2.- Homologaciones

2.1.- Listado de aprobaciones

INDICADORES



## 1.- Publicidad

### 1.1.- Política de publicidad

**Objetivo:** Coordinar, supervisar y controlar la asignación de los recursos publicitarios a los que el Distribuidor tiene derecho y verificar que la marca se difunda correctamente de acuerdo a los lineamientos del Manual de Identidad Corporativa.

Política para la asignación y uso de recursos publicitarios.

Serán contempladas las siguientes responsabilidades y normas:

1.- Es responsabilidad de la Gerencia de Mercadotecnia verificar que se esté aplicando el 4% (2% otorgado por la empresa y 2% otorgado por el Distribuidor) de las compras mensuales sin I.V.A. a las que todo Distribuidor tiene derecho, para efecto de promover la marca.

2.- Es responsabilidad de la Gerencia de Mercadotecnia mantener informada al área de ventas cuando ella necesite información sobre el uso de la provisión publicitaria por parte del Distribuidor.

3.- Será responsabilidad de la Gerencia de Distribuidores el mantener informado al distribuidor acerca de esos montos y sus provisiones publicitarias.

4.- Es responsabilidad de la Gerencia de Distribuidores el informar al distribuidor que el uso de los recursos publicitarios tiene caducidad y se podrá hacer uso de ellos como sigue:

- De Enero a Junio - Se puede hacer uso de este recurso en cualquier momento a partir de informado el monto de provisión y con un límite de recepción de facturas al 30 de Julio (sin excepción).
- De Julio a Diciembre - Se puede hacer uso de este recurso en cualquier momento a partir de informado el monto de provisión y con un límite de recepción de facturas al 15 de Diciembre.

5.- Todo proyecto publicitario o programa de publicidad en la zona deberá de ser revisado primeramente por el Gerente de Distribuidores para su Vo. Bo. una vez otorgado este, se turnará a Mercadotecnia para su consentimiento final de acuerdo a los lineamientos de imagen corporativa de la marca y la difusión de la misma.

6.- Es responsabilidad de la Gerencia de Distribuidores observar en todo momento que en las distribuciones otorgadas se respeten los lineamientos de Identidad gráfica interna y externa de la marca, contar con un mínimo de imagen indispensable en la distribución, trabajar conjuntamente con el distribuidor de la zona para que tenga la marca un mínimo de presencia.

En todos los casos:

1.- No se pagará ninguna inversión publicitaria, bajo ninguna circunstancia, si no existiere el mismo monto de aportación por parte del Distribuidor.

2.- No se pagará ninguna inversión publicitaria si no hubiera una evaluación y aceptación previa del proyecto por parte de Mercadotecnia (Formato F1 "Formato para solicitud de apoyo publicitario" debidamente requisitado).

3.- No se pagará ninguna inversión publicitaria si el Distribuidor tiene saldo pendiente x Pagar y en su caso se notificará que el pago se hará a su saldo pendiente.

### 1.2.- Enumeración de elementos considerados dentro de la provisión publicitaria

#### A.- Relaciones Públicas:

(Para este punto se requerirá un mínimo de 5 fotos de soporte al final del proyecto)

Patrocinio de eventos: Convivios, Carreras de autos, maratones, paseos ciclistas, campañas ecológicas, campañas humanitarias, pláticas con temas comerciales, equipos de fútbol, equipos de basketball, de fútbol americano, entre otros.



**Promoción de Ventas:** Edecanes, renta de sonido, renta de inflables, exhibidores, reconocimientos de ventas.

*\*\*Para todo el punto "A" se deberá especificar en la solicitud lo siguiente:*

Fecha en que se llevará a cabo: día, mes y año  
Periodicidad: única vez, semanal, mensual, etc.  
Lapso en tiempo de duración: de \_\_\_\_20\_\_ a \_\_\_\_  
de 20\_\_.  
Describir además en qué consiste el apoyo y/o proyecto (apoyo en especie, uniformes, etc.)

## **B.- Imagen corporativa:**

Medios masivos de comunicación: Televisión, Radio, Prensa

*\*\*Se requiere de una grabación del comercial y/o muestra del anuncio publicado y/o transmitido.*

## **Publicidad exterior Gran Formato:**

Espectaculares, pinta de fachadas, Anuncio exterior, Publicidad en Camiones.

*\*\* Para este punto se deberá incluir en la solicitud un croquis de la ubicación del anuncio y/o la barda donde se colocará la publicidad, se requerirán además dos fotografías antes del proyecto y dos fotografías del proyecto terminado. Como soporte.*

**Publicidad exterior punto de ventas:** Láminas, pendones, anuncios luminosos, exhibidores

*\*\*Para este punto se requerirán dos fotografías antes del proyecto y 2 fotografías del proyecto terminado como soporte.*

**Publicidad empresarial:** Calendarios, agendas, folletos, catálogos, manuales, carpetas de ventas, videos, cubos de notas, tarjetas de presentación, hojas membretadas, folders.etc.

*\*\*Se requerirá aprobación por el área de Mercadotecnia para dichos fines ya que se*

*deberá de cuidar en todo momento la imagen corporativa de ser aprobado se requerirán bocetos del proyecto para aprobación de la imagen y muestras finales de los mismos.*

## **C.- Promocionales:**

Raloy cuenta con una línea de productos promocionales (Ver catalogo ), pero si el distribuidor deseará, por cualquier motivo realizar los propios se deberán de aprobar por el área de mercadotecnia utilizando al 100% la imagen corporativa de la compañía, de los cuales presentamos una lista de los que podrían ser considerados dentro de la reserva publicitaria:

Gorras, Playeras, camisas, chamarras, chalecos, pants, camisas de mezclilla, relojes de pulso, relojes de pared, batas, overoles, trajes de baño, shorts, plumas, artículos de escritorio, juegos de mesa, artículos de cocina, juegos inflables, calcomanías, globos herramientas en general, inflables publicitarios.

*\*\* Cualquier promocional que no esté dentro de lo mencionado tendrá que ser consultado a mercadotecnia (a través de la Gerencia de Ventas) para su aprobación*

*\*\*Se requerirá muestra física al final del proyecto.*

3.- Es responsabilidad del departamento de Mercadotecnia el informar la resolución del proyecto dentro de los 5 días posteriores a la recepción formal del mismo por parte de la Gerencia de Ventas, esto de no existir modificaciones y/o adecuaciones sugeridas, de ser así, el trámite empezará a contar a partir de recibido el documento con dichos cambios (La Gerencia de Distribuidores será la encargada de comunicar dicha resolución al distribuidor).

4.- No entra, bajo ninguna circunstancia, los gastos de mensajería que por concepto de envío de la publicidad se generen. (serán enviados por cobrar al distribuidor)



5.- No serán considerados, para efecto de esta reserva, productos y/o servicios no contemplados en el Anexo 2 (Enumeración de elementos considerados dentro de la reserva publicitaria).

6.- Todo paquete publicitario aprobado se enviará en su embarque de pedido, en caso de requerirlo antes será por cuenta del distribuidor el envío por paquetería.

7.- Será necesario que después de aceptado y realizado el proyecto, para recibir pago y/o bonificación al Distribuidor anexe lo siguiente:

6.1.- Formato F1 debidamente llenado y firmado Gerencia de Distribuidores

6.2.- Estado de cuenta de sus ventas y de su saldo a favor del 2% de publicidad.

6.3.- Copia de la factura al 100% de pago del Distribuidor a su proveedor.

6.4.- Factura Original del distribuidor a Raloy por el 50% de la inversión publicitaria.

6.5.- Muestra física y/o dos fotografías del proyecto terminado.

*\*\*Dicha bonificación se programará de acuerdo a los pagos programados por el área de finanzas.*

D.- Equipo de despacho (kits de lubricación)

Para un mejor servicio a nuestros clientes se consideró ofrecerle a los Distribuidores apoyo para la compra de equipo de despacho en Minigraneles, los cuales se facturarán al 50% de su precio de compra en el mercado con un plazo de 12 meses sin intereses para los que tienen línea de crédito.



## 2.- Homologaciones

### 2.1.- Listado de aprobaciones

#### LISTA DE APROBACIONES

Fecha: 12 de Abril, 2013

Distribución: R16

Sustituye: R15

OTORGADA POR OEM	NOMBRE DEL PRODUCTO	STATUS
AMERICAN PETROLEUM INSTITUTE (Licencia 0280)	API período 2013	VIGENTE
API Diesel Exhaust Fluid (Licencia 0029)	API-DEF período 2013	VIGENTE
ATIEL (Technical Association of the European Lubricants Industry)	Raloy Lubricantes, S.A. de C.V.	VIGENTE
CINCINNATI MACHINE (Espec P-68, P-69, P-70)	Hidrafluid ISO 32, 46, 68	VIGENTE
CUMMINS INC. (CES-20078)	Raloy Euro-American Fleet SAE 15W-40 API CI-4/SL	VIGENTE
CUMMINS INC. (CES-20078)	Raloy Diesel Supreme VDS-3 SAE 15W40 API CI-4/SL	VIGENTE
CUMMINS INC. (CES-20078)	Raloy Diesel Power SAE 15W-40 API CI-4 Plus/SL	VIGENTE
CUMMINS INC. (CES-20081)	Raloy Diesel Extra Performance SAE 15W-40 API CJ-4/SL	VIGENTE
CUMMINS INC. (CES-20081)	Max Raloy Diesel Ultra Synthetic 5W-40 API CJ-4/SN	VIGENTE
DAIMLER AG (Sheet 229.1)	Max Raloy Service 229.1 SAE 15W-40	VIGENTE
DAIMLER AG (Sheet 229.1)	Max Raloy Service 229.1 SAE 20W-50	VIGENTE
DAIMLER AG (Sheet 229.51)	Max Raloy Service 229.1 SAE 5W-40	VIGENTE
DAIMLER AG (Sheet 228.3)	Raloy Diesel Extra Performance SAE 15W-40 API CJ-4/SL	VIGENTE
DAIMLER AG (Sheet 228.3)	Raloy Diesel Power SAE 15W-40 API CI-4 Plus/SL	VIGENTE
DAIMLER AG (Sheet 228.31)	Max Raloy Diesel Ultra Synthetic SAE 5W-40 API CJ-4/SN	VIGENTE
DAIMLER AG (Sheet 228.31)	Raloy Diesel Leader V4 SAE 15W-40 API CJ-4/SM	VIGENTE
DAIMLER AG (Sheet 228.5)	Max Raloy Diesel 3277-M SAE 10W-40	VIGENTE
DAIMLER AG (Sheet 228.51)	Max Raloy Diesel Genuine SAE 10W-40	VIGENTE
DAIMLER AG (Sheet 229.31)	Krönen Multigrado Sintético SAE 5W-40	VIGENTE
DAIMLER AG (Sheet 235.0)	Diferenciales EP SAE 85W-90 GL-5	VIGENTE
DAIMLER AG (Sheet 235.1)	Raloy Transmisión EP SAE 80W	VIGENTE
DAIMLER MERCEDES-BENZ AG (Sheet 235.0)	Raloy Diferenciales EP SAE 90 API GL-5	VIGENTE
DAIMLER MERCEDES-BENZ AG (Sheet 235.1)	Transmisión EP SAE 90 API GL-4	VIGENTE
DAIMLER MERCEDES-BENZ AG (Sheet 267.0)	Grasa Ralio EP-2	VIGENTE
DAIMLER MERCEDES-BENZ AG (Sheet 325.0)	Antifreeze RL-Plus	VIGENTE
DAIMLER MERCEDES-BENZ MEXICO (PLANTA)	Líquido para Frenos DOT-4	VIGENTE
DAIMLER MERCEDES-BENZ MEXICO (PLANTA)	Trans Fluid RDX-III	VIGENTE
DAIMLER-CHRYSLER AG (Sheet 228.3)	Raloy Diesel Supreme VDS-3 SAE 15W-40 API CI-4/SL	VIGENTE
DAIMLER-CHRYSLER AG (Sheet 228.5)	Max Raloy Diesel 228.5 SAE 5W-30	VIGENTE
DAIMLER-CHRYSLER AG (Sheet 235.11)	Raloy Transintex Plus G.O. 210 SAE 75W-90	VIGENTE
DAIMLER-CHRYSLER VEHÍCULOS COMERCIALES MÉXICO	Raloy Diesel Extra Performance SAE 15W-40 CJ-4/SL MB	VIGENTE
DAIMLER-CHRYSLER VEHÍCULOS COMERCIALES MÉXICO	Motor Oil Monograde SAE 50 M.B.	VIGENTE
DAIMLER-CHRYSLER VEHÍCULOS COMERCIALES MÉXICO	Trans Fluid RDX-III Plus M.B.	VIGENTE
DAIMLER-CHRYSLER VEHÍCULOS COMERCIALES MÉXICO	Transmisión EP SAE 80W-90 API GL-5 M.B.	VIGENTE
DENISON HYDRAULICS INC. (Espec. HF0, HF1, HF2)	Raloy Hidrafluid ISO 32, 46, 68	VIGENTE
DETROIT DIESEL CORPORATION (Espec. 93K214)	Raloy Diesel Power SAE 15W-40 API CI-4 Plus/SL	VIGENTE
DETROIT DIESEL CORPORATION (Espec. 93K215)	Raloy Diesel Supreme VDS-3 SAE 15W-40 API CI-4/SL	VIGENTE
DETROIT DIESEL CORPORATION (Espec. 93K215)	Raloy Euro-American Fleet SAE 15W-40 API CI-4/SL	VIGENTE
DETROIT DIESEL CORPORATION (Espec. 93K215)	Raloy Diesel Guard SAE 15W-40 API CH-4/SL	VIGENTE
DETROIT DIESEL CORPORATION (Espec. 93K217)	Raloy Power HD-21	VIGENTE
DETROIT DIESEL CORPORATION (Espec. 93K218)	Raloy Diesel Extra Performance 15W-40 API CJ-4/SL	VIGENTE
DETROIT DIESEL CORPORATION (Espec. 93K218)	Max Raloy Diesel Ultra Synthetic 5W-40 API CJ-4/SN	VIGENTE
DQS-UL de México	ISO 9001:2008	VIGENTE
DQS-UL de México	ISO/TS 16949:2009	VIGENTE
EATON (sheet M-2950-S & I-286-S)	Hidrafluid ISO 32	VIGENTE
EATON TRUCK CORPORATION Roadranger-DANA (E500)	Transintex Plus SAE 50	VIGENTE
EATON TRUCK CORPORATION Roadranger-DANA (E500)	Transintex Plus SAE EP 75W-90	VIGENTE
EATON TRUCK CORPORATION Roadranger-DANA (E500)	Transintex Plus SAE EP 80W-140	VIGENTE
ELECTRO-MOTIVE EMD	Raloy FFCC SAE 20W40 G-V (Code OR 88644)	VIGENTE
EMA	Acreditación No. O-0268-053/11	VIGENTE
GE TRANSPORTATION SYSTEMS	Raloy FFCC SAE 40 G-V	VIGENTE
GE TRANSPORTATION SYSTEMS	Raloy FFCC SAE 20W40 G-V (Code OR 88644)	VIGENTE
GENERAL MOTORS (Espec. Dexos1)	Krönen Energy SAE 5W-30 API SN ILSAC GF-5	VIGENTE
GENERAL MOTORS (Espec. Dexron-VI)	Trans Fluid RDX-VI	VIGENTE
ILMA (Independent Lubricant Manufacturers Association)	Raloy Lubricantes, S.A. de C.V.	VIGENTE
JALOS (Japan Lubricating Oil Society) (Espec. JASO MA-2)	Raloy Cuatro Tiempos MA2 SAE 20W-50	VIGENTE

## ISTA DE APROBACIONES

MACK (EO-M Plus)	Raloy Diesel Supreme VDS-3 SAE 15W-40 API CI-4/SL	<b>VIGENTE</b>
MACK (EO-O Premium Plus)	Raloy Diesel Leader V4 SAE 15W-40 API CJ-4/SM	<b>VIGENTE</b>
MACK (EO-O Premium Plus)	Max Raloy Diesel Ultra Synthetic 5W-40 API CJ-4/SM	<b>VIGENTE</b>
MAN (Espec. 324 Typ NF)	Antifreeze Long Life NF-300	<b>VIGENTE</b>
MAN (Espec. 324 Typ Pritarder-Einsatz)	Antifreeze Long Life NF-300	<b>VIGENTE</b>
MAN (Espec. 3277-M)	Max Raloy Diesel 3277-M SAE 10W-40	<b>VIGENTE</b>
MAN (Espec. 342-M2)	Diferenciales 342-M SAE 80W-90 GL-4	<b>VIGENTE</b>
MAN (Espec. 3477-M)	Max Raloy Diesel Genuine 10W-40	<b>VIGENTE</b>
MAN (Espec. M3575)	Max Raloy Diesel Ultra Synthetic 5W-40 API CJ-4/SM	<b>VIGENTE</b>
MAN (Espec. Typ S)	New Experience Synthetic Oil 3343 SAE 75W-90 (Typ S)	<b>VIGENTE</b>
MAN (Espec. Typ Z-3)	New Experience Synthetic Oil 341 SAE 75W-80 (Typ Z-3)	<b>VIGENTE</b>
MAN (Espec. Typ Z-4)	Krönen Transmission Synthetic Oil 341 75W-80	<b>VIGENTE</b>
NLGI (Espec. CG-LB)	Grasa Ralitio EP N° 2	<b>VIGENTE</b>
NLGI (Espec. GC-LB)	Krönen Panzer Hochtemperatur N° 2	<b>VIGENTE</b>
NLGI (Espec. GC-LB)	Grasa Ralitio Complex EP N° 2	<b>VIGENTE</b>
NLGI (Espec. GC-LB)	Grasa Ralitio Complex EP N° 3	<b>VIGENTE</b>
NLGI (Espec. LA)	Grasa Ralitio N° 2	<b>VIGENTE</b>
NMMA (National Marine Manufacturers Association)	Raloy Dos Tiempos TCW-3	<b>VIGENTE</b>
NSF (National Sanitation Foundation) (N° 139725) H1	Krönen Krystal Grease	<b>VIGENTE</b>
NSF (National Sanitation Foundation) (N° 139726) H1	Krönen Food Contact Grease N° 2	<b>VIGENTE</b>
NSF (National Sanitation Foundation) (N° 145267) H1	Krönen Hydrauliköl H1 ISO 68	<b>VIGENTE</b>
NSF (National Sanitation Foundation) (N° 145268) H1	Krönen Hydrauliköl H1 ISO 46	<b>VIGENTE</b>
NSF (National Sanitation Foundation) (N° 145269) H1	Krönen Hydrauliköl H1 ISO 32	<b>VIGENTE</b>
NSF (National Sanitation Foundation) (N° 145270) H1	Krönen Hydrauliköl H1 ISO 100	<b>VIGENTE</b>
<b>NSF (National Sanitation Foundation) (N° 146927) H1</b>	<b>Krönen AGMA Gear H1 No 2</b>	<b>VIGENTE</b>
<b>NSF (National Sanitation Foundation) (N° 146928) H1</b>	<b>Krönen AGMA Gear H1 No 4</b>	<b>VIGENTE</b>
<b>NSF (National Sanitation Foundation) (N° 146929) H1</b>	<b>Krönen AGMA Gear H1 No 5</b>	<b>VIGENTE</b>
<b>NSF (National Sanitation Foundation) (N° 146930) H1</b>	<b>Krönen AGMA Gear H1 No 6</b>	<b>VIGENTE</b>
<b>NSF (National Sanitation Foundation) (N° 146931) H1</b>	<b>Krönen AGMA Gear H1 No 7</b>	<b>VIGENTE</b>
<b>NSF (National Sanitation Foundation) (N° 146932) H1</b>	<b>Krönen AGMA Gear H1 No 8</b>	<b>VIGENTE</b>
PEMEX Refinación	Antifreeze RL-15	<b>VIGENTE</b>
PEMEX Refinación	Antifreeze RL-10	<b>VIGENTE</b>
PEMEX Refinación	Líquido para Frenos LF-3	<b>VIGENTE</b>
PEMEX Refinación	Líquido para Frenos LF-4	<b>VIGENTE</b>
<b>PEMEX Refinación</b>	<b>Racing Multigrade SAE 15W-40 API SL/CF</b>	<b>VIGENTE</b>
<b>PEMEX Refinación</b>	<b>Racing Multigrade SAE 20W-50 API SL/CF</b>	<b>VIGENTE</b>
<b>PEMEX Refinación</b>	<b>Racing Monograde SAE 40 API SL/CF</b>	<b>VIGENTE</b>
<b>PEMEX Refinación</b>	<b>Racing Monograde SAE 50 API SL/CF</b>	<b>VIGENTE</b>
<b>PEMEX Refinación</b>	<b>Transfluid RDX-III</b>	<b>VIGENTE</b>
<b>PEMEX Refinación</b>	<b>Gear Oil SAE 90 API GL-1</b>	<b>VIGENTE</b>
<b>PEMEX Refinación</b>	<b>Gear Oil SAE 140 API GL-1</b>	<b>VIGENTE</b>
<b>PEMEX Refinación</b>	<b>Gear Oil SAE 250 API GL-1</b>	<b>VIGENTE</b>
<b>PEMEX Refinación</b>	<b>Transmisión EP SAE 90 API GL-4</b>	<b>VIGENTE</b>
<b>PEMEX Refinación</b>	<b>Transmisión EP SAE 140 API GL-4</b>	<b>VIGENTE</b>
<b>PEMEX Refinación</b>	<b>New Experience Synthetic Oil SAE 5W-50</b>	<b>VIGENTE</b>
PORSCHE (Categoría A40)	Krönen Multigrado Sintético SAE 5W-40	<b>VIGENTE</b>
RENAULT (VI RLD-3 Compliance)	Raloy Diesel Leader V4 SAE 15W-40 API CJ-4/SM	<b>VIGENTE</b>
SAE International Sección México	Raloy Lubricantes, S.A. de C.V.	<b>VIGENTE</b>
SCANIA (Espec. LDF-3)	Raloy Diesel Synthetic LD Oil SAE 10W-40	<b>VIGENTE</b>
SCANIA (Espec. ST0:1)	Transmisión SC-1 EP SAE 80W-90, 85W-140 API GL-5	<b>VIGENTE</b>
SCANIA (SMX)	Raloy Extended Life Coolant	<b>VIGENTE</b>
THE PERFORMANCE REVIEW INSTITUTE (SAE J-2360)	Dirona Diferenciales SAE 85W-140 API GL-5 (MT-1)	<b>VIGENTE</b>
VOITH (Retardadores)	Transintex Plus SAE 30 (75W-80)	<b>VIGENTE</b>
<b>VOLKSWAGEN AG (VW 502 00/505 00/505 01)</b>	<b>Raloy Full Synthetic Engine Oil 5W-40 (Service Fill)</b>	<b>VIGENTE</b>
VOLVO (Espec. VDS-3)	Raloy Diesel Supreme VDS-3 SAE 15W-40 API CI-4/SL	<b>VIGENTE</b>
VOLVO (Espec. VDS-3)	Raloy Diesel Extra Performance SAE 15W-40 CJ-4/SL	<b>VIGENTE</b>
VOLVO (Espec. VDS-3)	Raloy Euro-American Fleet SAE 15W-40 API CI-4/SL	<b>VIGENTE</b>
VOLVO (Espec. VDS-4)	Raloy Diesel Leader V4 SAE 15W-40 API CJ-4/SM	<b>VIGENTE</b>
VOLVO (Espec. VDS-4)	Max Raloy Ultra Synthetic SAE 5W-40 API CJ-4/SM	<b>VIGENTE</b>
VOLVO (STD 1273,41)	Trans Fluid Synthetic M-5	<b>VIGENTE</b>
VOLVO (STD-1273,07)	Transintex Plus SAE 30 (75W-80)	<b>VIGENTE</b>
VOLVO (STD-1273,15)	Transintex Plus HD SAE 75W-90 (SAE 50)	<b>VIGENTE</b>
ZF (TE-ML-02D)	New Experience Synthetic Oil 341 SAE 75W80	<b>VIGENTE</b>
ZF (TE-ML-02L, 16K)	Krönen Transmission Synthetic Oil 341 75W-80	<b>VIGENTE</b>
ZF (TE-ML-04D, 14B, 16L, 17C)	Trans Fluid Synthetic M-5	<b>VIGENTE</b>

## 6.2.- Indicadores

- % de recordación, awareness y Posicionamiento de Marca



# ANEXOS



**RALOY**

Anexos

Convenio compromiso

Anexos

Convenio Compromiso de Pago.

Convenio Compromiso de pago que celebran por una parte \_\_\_\_\_ en su calidad de deudor y por la otra \_\_\_\_\_ en su calidad de acreedor al tenor de los siguientes términos y condiciones:

- 1- El deudor reconoce adeudar al acreedor la cantidad de \$ \_\_\_\_\_ amparada por los documentos \_\_\_\_\_ mismos que se presentan vencidos a la fecha del siguiente convenio.
- 2- El deudor asume como fecha compromiso de pago el día : \_\_\_\_\_

Leído y aceptado por las partes se firma el presente convenio en la ciudad de \_\_\_\_\_ el día \_\_\_\_\_ del mes \_\_\_\_\_ del año \_\_\_\_\_.

\_\_\_\_\_  
Deudor.

\_\_\_\_\_  
Acreedor.

Datos del cliente

Nombre :

Domicilio:

Ciudad :

Teléfono:

Sr. \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del 2010  
(Nombre del gerente) (puesto )  
(Nombre de la empresa)

Por este conducto lo invitamos a regularizar el estado actual de su crédito , para poder seguir brindándole el servicio. Le recordamos que su plazo de crédito es de \_\_\_ y en su estado de cuenta aparecen facturas hasta con \_\_\_ días de atraso.

Para cualquier aclaración , comuníquese a la brevedad posible con un servidor , al teléfono \_\_\_\_\_

Evítenos la pena de suspenderle el crédito.  
(Nombre del responsable de crédito y cobranza)



## 1.1. Engranajes:

Nombre de la Compañía			
Ciudad			
Tamaño de la Flota (# de unidades)			Unidades
Kilometraje Promedio Anual/Unidad			kilómetros
Vida del Tractocamión (Km)			kilómetros
Intervalo de Servicio (Km)			kilómetros
Aceite de Transmisión (lts/unidad)			litros
Precio del Producto de Transmisión Actual (\$/lts)			por litro
Lubricante Eje Tren Motriz (lts/eje)			litros
Ejes ( <i>Sencillo=1, Tandem=2</i> )			eje(s)
Precio Actual del Lubricante de Ejes (\$/lts)			por litro
Economía de Combustible (km/lit)			kilómetros por litro
Precio Promedio del Combustible (\$/litro)			por litro
Horas para Mantenimiento			horas
Costo Promedio Mano de Obra			pesos por hora
Costo de Oportunidad			pesos por hora

**Servicio Propuesto**

Equipo	Producto	Servicio en Kms.	Precio



<b>Resultados</b>	<b>Actual</b>	<b>Raloy</b>	<b>Ahorro</b>
Intervalo de Servicio	-	0	
Uso Anual de Lubricante por Unidad (litros)			
Uso Vitalicio de Lubricante por Unidad (litros)			
<b>Costo Anual de Lubricantes por Unidad</b>			
<b>Costo Total Anual del Lubricantes de la Flota</b>			
<b>Total Kilometraje Manejados de la Flota (Millón Km)</b>	-	-	
Economía de Combustible <b>(1.5% Incremento) *</b>		0.00	0.00
<b>Costo Estimado Total de Combustible</b>			

<b>Resultados</b>	<b>Actual</b>	<b>Raloy</b>	<b>Ahorro</b>
Intervalo de Servicio	-	0	
Uso Anual de Lubricante por Unidad (litros)			
Uso Vitalicio de Lubricante por Unidad (litros)			
<b>Costo Anual de Lubricantes por Unidad</b>			
<b>Costo Total Anual del Lubricantes de la Flota</b>			
<b>Total Kilometraje Manejados de la Flota (Millón Km)</b>	-	-	
Economía de Combustible <b>(1.5% Incremento) *</b>		0.00	0.00
<b>Costo Estimado Total de Combustible</b>			
<b>Servicio al año por Unidad</b>			
<b>Costo de Mantenimiento por Unidad</b>			
<b>Costo de Mantenimiento Total Flota al Año</b>			

<b>Ahorro Anual Total de la Flota =</b>	
<b>Ahorro por Unidad =</b>	pesos/kilometro

\* Prueba independiente han comprobado que los lubricantes de eje motriz sintéticos pueden reducir significativamente la fricción y mejorar la economía de combustible - típicamente de 1 - 3%. Resultados Individuales pueden variar.



Ejercicio financiero considerando una venta mensual de 15,000 litros

Punto de equilibrio

Primer Año		Tabla de Tiempos para la consolidación de la Franquicia											
Mes No.		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Objetivo Mensual de Ventas ( Lts )		1000	2500	3500	3500	4500	5000	5000	6500	6500	9000	9000	9000
Margen Promedio (\$/Lt.)		\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47
Ingreso		\$ 8,470.00	\$ 21,175.00	\$ 29,645.00	\$ 29,645.00	\$ 38,115.00	\$ 42,350.00	\$ 42,350.00	\$ 55,055.00	\$ 55,055.00	\$ 76,230.00	\$ 76,230.00	\$ 76,230.00
Gastos		\$ 2,200.00	\$ 2,900.00	\$ 27,700.00	\$ 28,512.00	\$ 36,462.00	\$ 36,062.00	\$ 41,062.00	\$ 42,062.00	\$ 42,062.00	\$ 43,062.00	\$ 49,562.00	\$ 18,000.00
Acumulado		\$ 6,270.00	\$ 24,545.00	\$ 1,945.00	\$ 1,133.00	\$ 1,653.00	\$ 6,288.00	\$ 1,288.00	\$ 12,993.00	\$ 12,993.00	\$ 33,168.00	\$ 26,668.00	\$ 58,230.00

Segundo Año		Tabla de Tiempos para la consolidación de la Franquicia											
Mes No.		13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Objetivo Mensual de Ventas ( Lts )		11000	11000	11000	11000	11000	11000	13000	13000	13000	13000	13000	13000
Margen Promedio (\$/Lt.)		\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47
Ingreso		\$ 93,170.00	\$ 93,170.00	\$ 93,170.00	\$ 93,170.00	\$ 93,170.00	\$ 93,170.00	\$ 110,110.00	\$ 110,110.00	\$ 110,110.00	\$ 110,110.00	\$ 110,110.00	\$ 110,110.00
Gastos		\$ 52,362.00	\$ 52,362.00	\$ 53,762.00	\$ 53,762.00	\$ 54,762.00	\$ 55,762.00	\$ 55,762.00	\$ 55,762.00	\$ 55,762.00	\$ 55,762.00	\$ 55,762.00	\$ 58,762.00
Acumulado		\$ 40,808.00	\$ 40,808.00	\$ 39,408.00	\$ 39,408.00	\$ 38,408.00	\$ 37,408.00	\$ 54,348.00	\$ 54,348.00	\$ 54,348.00	\$ 54,348.00	\$ 54,348.00	\$ 51,348.00

Tercer Año		Tabla de Tiempos para la consolidación de la Franquicia											
Mes No.		25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
Objetivo Mensual de Ventas ( Lts )		14000	14000	14000	14000	14000	14000	15000	15000	15000	15000	15000	15000
Margen Promedio (\$/Lt.)		\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47
Ingreso		\$ 118,580.00	\$ 118,580.00	\$ 118,580.00	\$ 118,580.00	\$ 118,580.00	\$ 118,580.00	\$ 127,050.00	\$ 127,050.00	\$ 127,050.00	\$ 127,050.00	\$ 127,050.00	\$ 127,050.00
Gastos		\$ 52,044.00	\$ 52,044.00	\$ 52,044.00	\$ 52,044.00	\$ 52,044.00	\$ 52,044.00	\$ 52,044.00	\$ 52,044.00	\$ 52,044.00	\$ 52,044.00	\$ 52,044.00	\$ 52,044.00
Acumulado		\$ 117,884.00	\$ 184,420.00	\$ 250,956.00	\$ 317,492.00	\$ 384,028.00	\$ 450,564.00	\$ 525,570.00	\$ 600,576.00	\$ 675,582.00	\$ 750,588.00	\$ 825,594.00	\$ 900,600.00

**Nota:** No se considera la depreciación debido a que si bien es un gasto también es un ingreso a caja cuando se trata de evaluar proyectos



Propuesta de gastos por mes  
Primer año

Gastos	Propuesta de gastos por mes												
	Mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Renta			\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00
Viáticos					\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00
Gasolina	\$ 1,500.00	\$ 2,000.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00
Papelería					\$ 700.00	\$ 300.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00
Teléfonos	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 1,300.00	\$ 1,300.00	\$ 1,300.00	\$ 1,800.00	\$ 1,800.00	\$ 2,300.00	\$ 2,800.00	\$ 2,800.00	\$ 2,800.00
S/Comprobante	\$ 200.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 500.00
Mantto				\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00
Alarma							\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00
Seguros Inventario			\$ 500.00	\$ 800.00	\$ 1,030.00	\$ 1,030.00	\$ 1,030.00	\$ 1,030.00	\$ 1,030.00	\$ 1,030.00	\$ 1,030.00	\$ 1,030.00	\$ 1,030.00
Servicios de admimistración							\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00
Gerente													
Asistente Admon			\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00
Chofer Almacenista			\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00
Vendedor 1					\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 7,000.00
Vendedor 2												\$ 6,000.00	\$ 6,000.00
Vendedor 3													
	\$ 2,200.00	\$ 2,900.00	\$ 27,700.00	\$ 28,512.00	\$ 36,462.00	\$ 36,062.00	\$ 41,062.00	\$ 42,062.00	\$ 42,062.00	\$ 43,062.00	\$ 49,562.00	\$ 50,662.00	\$ 50,662.00

Gastos	Propuesta de gastos por mes												
	Mes	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Renta	\$	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00
Viáticos	\$	520.00	520.00	520.00	520.00	520.00	520.00	520.00	520.00	520.00	520.00	520.00	520.00
Gasolina	\$	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00
Papelería	\$	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00
Teléfonos	\$	3,000.00	3,000.00	4,400.00	4,400.00	4,400.00	4,400.00	4,400.00	4,400.00	4,400.00	4,400.00	4,400.00	4,400.00
S/Comprobante	\$	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00
Mantto	\$	512.00	512.00	512.00	512.00	512.00	512.00	512.00	512.00	512.00	512.00	512.00	512.00
Alarma	\$	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
Seguros Inventario	\$	1,030.00	1,030.00	1,030.00	1,030.00	1,030.00	1,030.00	1,030.00	1,030.00	1,030.00	1,030.00	1,030.00	1,030.00
Servicios de admimistración	\$	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00
Gerente													
Asistente Admon	\$	7,500.00	7,500.00	7,500.00	7,500.00	7,500.00	7,500.00	7,500.00	7,500.00	7,500.00	7,500.00	7,500.00	7,500.00
Chofer Almacenista	\$	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00
Vendedor 1	\$	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	10,000.00
Vendedor 2	\$	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	8,000.00
Vendedor 3	\$												
	\$	52,362.00	52,362.00	53,762.00	53,762.00	54,762.00	55,762.00	55,762.00	55,762.00	55,762.00	55,762.00	55,762.00	58,762.00



Gastos	Propuesta de gastos por mes											
	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
<b>Mes</b>												
Renta	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00
Viáticos	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00
Gasolina	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Papelería	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00
Teléfonos	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00
S/Comprobante	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00
Mantto	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00
Alarma	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00
Seguros Inventario	\$ 1,030.00	\$ 1,030.00	\$ 1,030.00	\$ 1,030.00	\$ 1,030.00	\$ 1,030.00	\$ 1,030.00	\$ 1,030.00	\$ 1,030.00	\$ 1,030.00	\$ 1,030.00	\$ 1,030.00
Servicios de admimistración	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00
<b>Gerente</b>												
Asistente Admon	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00
Chofer Almacenista	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00
<b>Vendedor 1</b>	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00
<b>Vendedor 2</b>	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00
<b>Vendedor 3</b>												
	\$ 59,362.00	\$ 59,362.00	\$ 59,362.00	\$ 59,362.00	\$ 59,362.00	\$ 61,362.00	\$ 61,362.00	\$ 61,362.00	\$ 61,362.00	\$ 61,362.00	\$ 61,362.00	\$ 61,362.00



Ejercicio financiero considerando una venta mensual de 5000 litros

Punto de equilibrio

Primer Año		Tabla de Tiempos para la consolidación de la Franquicia											
Mes No.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Objetivo Mensual de Ventas ( Lts )	700	1000	1500	2000	2500	3000	3800	4500	4800	5000	5000	5500	
Margen Promedio (\$/Lt.)	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	\$ 8.47	
Ingreso	\$ 5,929.00	\$ 8,470.00	\$ 12,705.00	\$ 16,940.00	\$ 21,175.00	\$ 25,410.00	\$ 32,186.00	\$ 38,115.00	\$ 40,656.00	\$ 42,350.00	\$ 42,350.00	\$ 46,585.00	
Gastos	\$ 4,370.00	\$ 4,270.00	\$ 17,070.00	\$ 17,270.00	\$ 20,270.00	\$ 20,470.00	\$ 22,132.00	\$ 23,132.00	\$ 27,632.00	\$ 28,632.00	\$ 29,432.00	\$ 29,432.00	
Resultado mes	\$ 1,559.00	\$ 4,200.00	\$ 4,365.00	\$ 330.00	\$ 905.00	\$ 4,940.00	\$ 10,054.00	\$ 14,983.00	\$ 13,024.00	\$ 13,718.00	\$ 12,918.00	\$ 17,153.00	
Acumulado	\$ 1,559.00	\$ 5,759.00	\$ 1,394.00	\$ 1,064.00	\$ 1,969.00	\$ 6,909.00	\$ 16,963.00	\$ 31,946.00	\$ 44,970.00	\$ 58,688.00	\$ 71,606.00	\$ 88,759.00	

**Nota: No se considera la depreciación debido a que si bien es un gasto también es un ingreso a caja cuando se trata de evaluar proyectos**

Propuestas de gastos

Gastos	Propuesta de gastos por mes											
Mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Renta	\$ -	\$ -	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00
Viáticos	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00
Gasolina	\$ 1,200.00	\$ 1,500.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00
Papelería	\$ 700.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00
Teléfonos	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 1,300.00	\$ 1,300.00	\$ 1,300.00	\$ 1,800.00	\$ 1,800.00	\$ 2,300.00	\$ 2,800.00	\$ 2,800.00
S/Comprobante	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00
Mantto.	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00
Alarma							\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00
Seguros Inventario	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00
Servicios de administración					\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00
Gerente												
Asistente Admón.			\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,500.00	\$ 5,500.00	\$ 5,500.00	\$ 5,500.00
Chofer Almacenista	\$ -	\$ -	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00
Vendedor 1												
Vendedor 2												
	\$ 4,370.00	\$ 4,270.00	\$ 17,070.00	\$ 17,270.00	\$ 20,270.00	\$ 20,470.00	\$ 22,132.00	\$ 23,132.00	\$ 27,632.00	\$ 28,632.00	\$ 29,432.00	\$ 29,432.00

**Nota: No se considera la depreciación debido a que si bien es un gasto también es un ingreso a caja cuando se trata de evaluar proyectos**

Ejercicio financiero considerando una venta mensual de 10,000 litros

Punto de equilibrio

Primer Año		Tabla de Tiempos para la consolidación de la Franquicia											
Mes No.		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Objetivo Mensual de Ventas ( Lts )		700	1000	1500	2000	2500	3000	4000	4800	5200	6000	6500	7000
Margen Promedio (\$/Lt.)	\$	8.47	8.47	8.47	8.47	8.47	8.47	8.47	8.47	8.47	8.47	8.47	8.47
Ingreso	\$	5,929.00	8,470.00	12,705.00	16,940.00	21,175.00	25,410.00	33,880.00	40,656.00	44,044.00	50,820.00	55,055.00	59,290.00
Gastos	\$	4,370.00	4,270.00	17,070.00	17,270.00	19,270.00	27,032.00	28,132.00	29,132.00	33,632.00	34,632.00	35,432.00	35,532.00
Resutado mes	\$	1,559.00	4,200.00	4,365.00	330.00	1,905.00	1,622.00	5,748.00	11,524.00	10,412.00	16,188.00	19,623.00	23,758.00
Acumulado	\$	1,559.00	5,759.00	1,394.00	1,064.00	2,969.00	1,347.00	7,095.00	18,619.00	29,031.00	45,219.00	64,842.00	88,600.00

Segundo Año		Tabla de Tiempos para la consolidación de la Franquicia					
Mes No.		13	14	15	16	17	18
Objetivo Mensual de Ventas ( Lts )		8000	8500	8500	9000	9500	10000
Margen Promedio (\$/Lt.)	\$	8.47	8.47	8.47	8.47	8.47	8.47
Ingreso	\$	67,760.00	71,995.00	71,995.00	76,230.00	80,465.00	84,700.00
Gastos	\$	38,032.00	38,032.00	38,032.00	41,032.00	41,032.00	41,032.00
Resutado mes	\$	29,728.00	33,963.00	33,963.00	35,198.00	39,433.00	43,668.00
Acumulado	\$	118,328.00	152,291.00	186,254.00	221,452.00	260,885.00	304,553.00

**Nota:** No se considera la depreciación debido a que si bien es un gasto también es un ingreso a caja cuando se trata de evaluar proyectos



## Propuesta de gastos (primer año)

Gastos	Propuesta de gastos por mes												
	Mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Renta	\$ -	\$ -	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00
Viáticos	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00
Gasolina	\$ 1,200.00	\$ 1,500.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00
Papelería	\$ 700.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00
Teléfonos	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 1,300.00	\$ 1,300.00	\$ 1,800.00	\$ 1,800.00	\$ 2,300.00	\$ 2,800.00	\$ 2,800.00	\$ 2,800.00
S/Comprobante	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 500.00
Mantto	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00
Alarma							\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00
Seguros Inventario	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00
Servicios de admimistración					\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00
Gerente													
Asistente Admon			\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,500.00	\$ 5,500.00	\$ 5,500.00	\$ 5,500.00	\$ 5,500.00
Chofer Almacenista	\$ -	\$ -	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00
Vendedor 1						\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00
Vendedor 2													
Vendedor 3													
	\$ 4,370.00	\$ 4,270.00	\$ 17,070.00	\$ 17,270.00	\$ 19,270.00	\$ 27,032.00	\$ 28,132.00	\$ 29,132.00	\$ 33,632.00	\$ 34,632.00	\$ 35,432.00	\$ 35,532.00	\$ 35,532.00



Propuesta de gastos (segundo año)

	13	14	15	16	17	18
<b>Renta</b>	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,500.00	\$ 5,500.00	\$ 5,500.00
<b>Viáticos</b>	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00
<b>Gasolina</b>	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00
<b>Papelería</b>	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00
<b>Teléfonos</b>	\$ 2,800.00	\$ 2,800.00	\$ 2,800.00	\$ 2,800.00	\$ 2,800.00	\$ 2,800.00
<b>S/Comprobante</b>	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00
<b>Mantto</b>	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00	\$ 512.00
<b>Alarma</b>	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00
<b>Seguros Inventario</b>	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00
<b>Servicios de admimistración</b>	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00
<b>Gerente</b>						
<b>Asistente Admon</b>	\$ 5,500.00	\$ 5,500.00	\$ 5,500.00	\$ 5,500.00	\$ 5,500.00	\$ 5,500.00
<b>Chofer Almacenista</b>	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00
<b>Vendedor 1</b>	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00
<b>Vendedor 2</b>						
<b>Vendedor 3</b>						
	\$ 38,032.00	\$ 38,032.00	\$ 38,032.00	\$ 41,032.00	\$ 41,032.00	\$ 41,032.00

