

FORMATO GUÍA PARA PRESENTAR LOS PROYECTOS POR EQUIPO	
1.- Equipo:	N.3
2.- Nombre de los integrantes del equipo:	1. CORDOBA RAMIREZ YERI LAURA 2. DE LA CRUZ COLLADO KIARA YAMILET 3. LANDERO RODRIGUEZ NATIVIDAD 4. SANCHEZ GANG EDNA JARETH 5. MAGAÑA GONZALEZ KEVIN ALEXANDER
3.- Nombre de la asignatura:	DERECHO DE LOS NEGOCIOS
4.- Nombre del proyecto:	EMPRENDE Y EXPANDE
5.- Presentación:	Sabemos que el éxito de una Pequeña y Mediana Empresa (PyME) depende no solo de la estrategia comercial, sino también de un buen conocimiento del marco legal. Como empresarios, es fundamental conocer las figuras del comerciante individual y colectivo, así como los requisitos y prohibiciones para ejercer el comercio legalmente. Además, todos los comerciantes tienen obligaciones, como el registro mercantil, la contabilidad adecuada y el cumplimiento de normas que garantizan transparencia en los negocios. Cuando hablamos de sociedades mercantiles, nos referimos a las distintas formas en las que una empresa puede organizarse. Es importante entender su clasificación y características para elegir la que mejor se adapte a nuestras necesidades. También es clave conocer procesos como la fusión, transformación, escisión, disolución y liquidación, que pueden ser necesarios en algún momento del crecimiento de una empresa.
6.- Objetivo:	Nuestro objetivo es dar a conocer por medio de un grupo de Facebook los conceptos básicos del comercio, brindando información clara y accesible a las microempresas sobre sus obligaciones legales, fiscales y operativas. Buscamos que los emprendedores comprendan la importancia del cumplimiento normativo, la administración eficiente de sus recursos y la aplicación de estrategias comerciales que fortalezcan su crecimiento. A través de orientación y herramientas prácticas, pretendemos fomentar una cultura empresarial basada en la formalidad la planificación y sostenibilidad, permitirnos que las microempresas mejoren su competitividad, optimizan su gestión y contribuyen a su desarrollo económico de su comunidad.
7.- Tiempo de realización:	
La metodología seleccionada para trabajar el proyecto, se divide en tres fases:	(1) Preparación (2) Desarrollo y (3) Comunicación.
8.- Fase de Preparación	

8.1.-Identificar los temas de aprendizaje que se conocen y los que no se conocen.	LO QUE SE SABE	LO QUE NO SE SABE
	Antecedentes del comercio.	Evolución del derecho mercantil en nuestro sistema jurídico.
	Concepto del comercio.	Comerciante individual y colectivo; requisitos, prohibición para ejercer el comercio.
	Actos de comercio.	Obligaciones de los comerciantes, auxiliares mercantiles.
		La sociedad mercantil en lo general. - Clasificación y análisis de cada una de ellas.
		Fusión, transformación escisión, disolución y liquidación de las sociedades mercantiles. Estudio particular de la sociedad cooperativa.
8.2.-Realizar una lluvia de ideas en la que se plantea la solución al problema.	• Edna Jareth Sánchez Gang: Propuso el nombre de la página • Kiara Yamilet De la Cruz Collado: Propuso buscar videos o material audiovisual que expliquen las sociedades mercantiles y su clasificación para una mejor comprensión. • Yeri Laura Córdoba Ramirez: Compartió el grupo de facebook para llegar a mas personas y propuso consultar con profesores o expertos en derecho mercantil para aclarar dudas sobre comerciantes individuales y colectivos. • Natividad Landero Rodríguez: Analizar y discutir cada tipo de sociedad mercantil. • Kevin Alexander Magaña González: Realizar un cuadro comparativo sobre los procesos de fusión, transformación, escisión, disolución y liquidación de sociedades mercantiles para saber de que trata el tema.	
8.3.-Hacer una planeación paso a paso y por escrito.	Semana del 10 -14 de Febrero • El quipo analiza sobre el proyecto asignado la clase anterior, e investigan acerca del tema seleccionado, se discute y se da ideas sobre la red social en la que el proyecto se llevara a cabo. • Se realiza el llenado de una parte del formato, donde cada uno participa proporcionando ideas y asimismo se busca la información en fuentes que ayuden a la compresión del problema.	
	Semana del 17 - 21 Febrero	

	• Se distribuye información a cada integrante para tener una mejor comprensión y manejo del tema. • Los integrantes del equipo llevan a cabo la creación de la red social seleccionada donde en esta red se da a conocer como <i>Emprende y Expande</i>. Semana del 24 - 28 Febrero • Se discute de como llamar la atención para que nuevas personas se acerquen a nuestra red social e invitarlos a formar parte de este proyecto. Semana del 3 - 7 Marzo • Realizar la asignación de roles. • Diseñar, planificar y publicar la primera publicación de la página. Semana del 10 - 14 Marzo • Se distribuirán los temas y responsabilidades, estableciendo objetivos y estrategia de trabajo. • Realización de investigación sobre los temas asignados recopilando información de fuentes confiables. Semana del 17 - 21 Marzo • Presentación de avances de la investigación. • Organización del material recolectado. • Elaboración de resúmenes y estructuración del contenido. • Creación de materiales visuales como infografías, videos o imagenes para su publicación en la página. Semana del 24 - 28 Marzo • Publicar el material visual realizado en la pagina de Facebook. • Programación de publicaciones en la red social. Semana del 31 marzo - 04 Abril • Evaluación del impacto de las publicaciones en la red social. • Ajustes en la estrategia de difusión. • Creación de nuevo material visual y publicaciones interactivas. • Monitoreo de la participación del público en la página. Semana del 7 - 11 Abril • Análisis del alcance del proyecto. • Revisión de la información compartida y corrección de posibles errores. • Implementación de mejoras en la presentación de los contenidos. • Evaluación del impacto del material publicado.
--	---

	Semana del 14 - 18 Abril • Revisión general de toda la información recopilada. • Organización de datos para el informe final. • Redacción de la primera versión del informe del proyecto. • Corrección y ajuste de detalles en la redacción. Semana del 21 - 25 Abril • Evaluación del informe preliminar y revisión de coherencia. • Incorporación de conclusiones y análisis final del proyecto. • Edición final del informe escrito. • Revisión y corrección de detalles antes de la entrega. Semana del 28 Abril - 02 Mayo • Elaboración de la presentación del proyecto. • Diseño de diapositivas y material de apoyo. Semana del 5 - 9 Mayo • Evaluación final de la información publicada en redes sociales. • Verificación del cumplimiento de objetivos del proyecto. • Revisión general y ajustes finales antes de la entrega. Semana del 12 - 16 Mayo • Preparación para la exposición final. • Revisión de puntos clave del proyecto. • Última revisión del informe y la presentación. Semana del 19 - 23 Mayo • Entrega y presentación final del proyecto. • Reflexión y evaluación del proyecto. • Discusión sobre aprendizajes y posibles mejoras.
8.4.-Asignar tareas a cada miembro del equipo para encontrar la solución al problema.	• Yeri Laura Córdoba Ramírez: Investigar sobre los antecedentes del comercio, concepto de comercio y actos de comercio. • Kiara Yamilet De la Cruz Collado: Realizar un análisis sobre la evolución del derecho mercantil en el sistema jurídico mexicano. • Natividad Landero Rodríguez: Estudiar las obligaciones de los comerciantes y los auxiliares mercantiles. • Edna Jareth Sánchez Gang: Investigar sobre el comerciante individual y colectivo, sus requisitos y prohibiciones para ejercer el comercio. • Kevin Alexander Magaña González: Analizar las sociedades mercantiles en general, su clasificación y características.
8.5.- Fundamentar las acciones que van a	En nuestra sociedad, el comercio es una actividad fundamental que permite la circulación de bienes y servicios, promoviendo el desarrollo

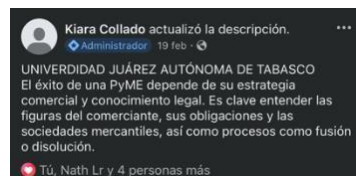
realizar en base a la información obtenida.	económico. Sin embargo, no siempre se tiene plena conciencia de la importancia de regular y estructurar correctamente las actividades comerciales para garantizar un equilibrio entre el crecimiento económico y la seguridad jurídica de los participantes. El derecho mercantil ha evolucionado a lo largo del tiempo para adaptarse a las necesidades de los comerciantes y a las transformaciones del mercado. En nuestro sistema jurídico, esta rama del derecho regula no solo los actos de comercio, sino también la figura del comerciante, estableciendo requisitos, prohibiciones y obligaciones que deben cumplirse para operar legalmente. Dentro de este marco, es imprescindible diferenciar entre el comerciante individual y colectivo, así como comprender el papel de los auxiliares mercantiles en la dinámica empresarial. En particular, las sociedades. Referencias: • Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2021). Ley General de Sociedades Mercantiles . México. Recuperado de https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGSM.pdf • Gómez Lara, J. (2020). Derecho Mercantil . Editorial Porrúa. • Rojina Villegas, R. (2018). Compendio de Derecho Mercantil . Prensa de la Universidad de Oxford. • Sánchez Castañeda, A. (2019). Las sociedades cooperativas en México: Marco legal y desafíos . UNAM.
8.6.-Recursos: Aquí se contemplan los libros, las revistas, las computadoras, las hojas, los bolígrafos, los espacios, las impresiones, las pastas, los consumibles, los materiales, las comidas, las bebidas, los transportes, las llamadas telefónicas, el uso del internet, el tiempo aire del celular, los costos de envío, las impresiones y lo que los equipos consideren pertinentes, de	Los recursos que utilizaremos para realizar el proyecto son: computadora, internet, redes sociales, libros, revistas, aplicaciones de diseño, herramientas de edición de video y celulares.

acuerdo a la naturaleza de su proyecto.						
8.7.- Elaborar un plan de acción.						
ACTIVIDAD	FECHA DE INICIO	FECHA DE TERMINACIÓN	DURACIÓN	RESPONSABLES	ESTATUS	OBSERVACIONES
Análisis del proyecto y lluvia de ideas	10-feb-2024	14-feb-2024	5 días	Todo el equipo	- Completado	-
Investigación sobre comercio y derecho mercantil	17-feb-2024	21-feb-2024	5 días	Todos los integrantes	- Completado	Distribución de temas entre miembros
Creación del grupo en Facebook	24-feb-2024	28-feb-2024	5 días	Kiara Yamilet De la Cruz Collado	- Completado	Publicación inicial con la temática del proyecto
Desarrollo de estrategias para atraer audiencia	3-mar-2024	7-mar-2024	5 días	Todo el equipo	-En progreso	Se analizan maneras de aumentar la interacción
Asignación de roles y primera publicación	10-mar-2024	14-mar-2024	5 días	Todos los integrantes	- Completado	Diseño y planificación de contenido
Investigación sobre temas asignados	17-mar-2024	21-mar-2024	5 días	Todos los integrantes	- Pendiente	Recopilación de información de fuentes confiables
Creación de contenido visual (infografías,	24-mar-2024	28-mar-2024	5 días	Todo el equipo	- Pendiente	Material para publicaciones en redes

Elaborado por la Dra. María Teresa Pantoja Sánchez y adaptado por la Dra. Minerva Camacho Javier sólo para fines educativos en nivel licenciatura.

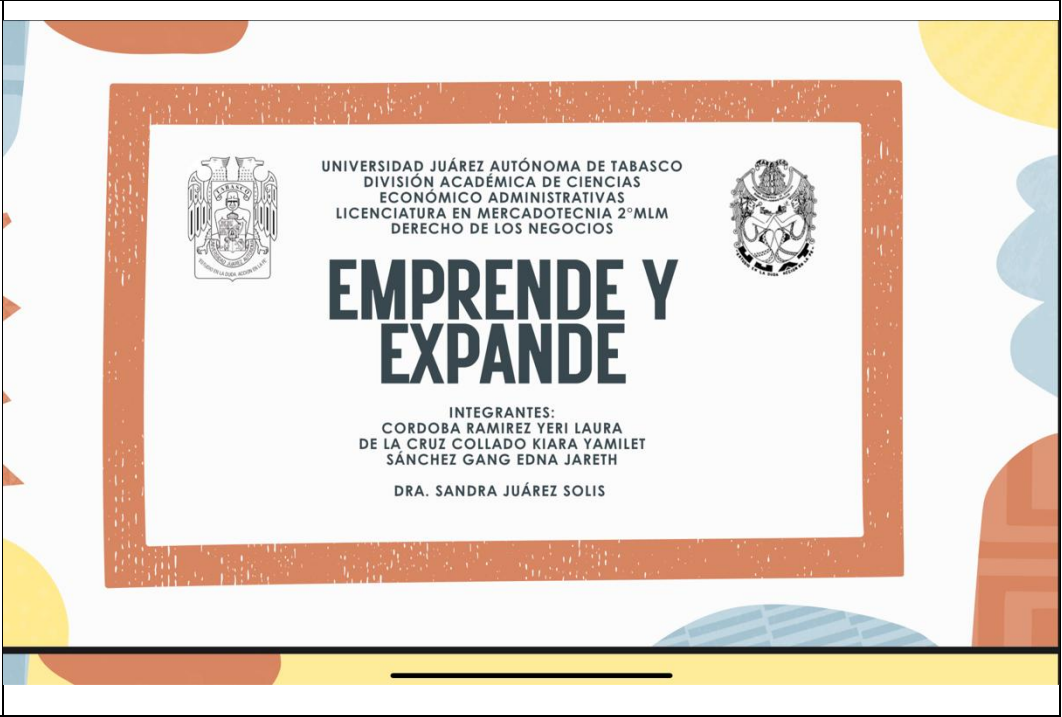
para atraer audiencia												
Asignación de roles / 1ra publicación												
Investigación / Planificación de contenido												
Creación de contenido visual												
Publicación en Facebook												
Evaluación del impacto												
Redacción del informe final												
Elaboración de presentación												
Exposición y cierre del proyecto												

9.2.-Elaborar las evidencias.



	https://www.facebook.com/share/g/15h42fcoot/?mibextid=wwXlfr
9.3.-Construcción de un marco de referencia en base a la información encontrada.	Marco Referencial Introducción: En un entorno económico cada vez más competitivo, el conocimiento jurídico en materia mercantil se vuelve una herramienta indispensable para el desarrollo exitoso de las pequeñas y medianas empresas (PyMES). En México, el derecho mercantil regula las relaciones comerciales, define a los sujetos de comercio, establece las obligaciones del comerciante y determina el funcionamiento de figuras fundamentales como las sociedades mercantiles. Entender este marco jurídico es esencial no solo para cumplir con la normativa vigente, sino también para planificar y ejecutar estrategias comerciales que permitan a las PyMES consolidarse en el mercado y protegerse frente a riesgos legales y económicos. Planteamiento del problema: Muchas personas emprendedoras desconocen sus derechos y obligaciones dentro del ámbito del comercio formal. Este desconocimiento legal limita su capacidad para actuar con seguridad jurídica y tomar decisiones estratégicas informadas. En consecuencia, las PyMES suelen enfrentar obstáculos legales, tributarios o contractuales que pueden poner en riesgo su operatividad y crecimiento. Es fundamental que los actores económicos, especialmente los pequeños comerciantes, comprendan la figura del comerciante, los actos de comercio, las implicaciones de constituirse como sociedad, y los procesos de transformación, fusión o disolución de empresas, tal como establece el derecho mercantil mexicano. Justificación: La correcta comprensión del marco legal mercantil no solo fortalece el cumplimiento normativo, sino que es una palanca clave para el desarrollo sostenible de las PyMES. Conocer los derechos del comerciante permite operar con mayor confianza, mientras que cumplir con las obligaciones impuestas por el Código de Comercio genera transparencia y confianza entre socios, clientes y autoridades. Además, el dominio de figuras como las sociedades mercantiles y los procesos de transformación empresarial ofrece herramientas para adaptarse a las exigencias del mercado y crecer estratégicamente. Por ello, educar y difundir estos conocimientos es vital para fomentar la formalidad, proteger inversiones y mejorar la competitividad de los pequeños empresarios.

	Objetivo: Demostrar que el éxito de una PyME depende directamente de su estrategia comercial y su conocimiento del marco legal. Es clave entender figuras como el comerciante, sus derechos y obligaciones, así como las formas societarias, sus implicaciones jurídicas, y los procesos como la fusión, transformación o disolución empresarial.
9.4.-Organización de la información y las fuentes consultadas.	
9.5.-Presentación del reporte en Word	  UNIVERSIDAD JUAREZ AUTONOMA DE TABASCO DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVO FORMATO PROYECTO. Nombre del Alumno: Yeri Laura Cordoba Ramirez Kiara Yamilet De La Cruz Collado Edna Jareth Sanchez Gang Profesor(a): Dra. Sandra Juárez Solis Materia: Derecho de los Negocios Grado y Grupo: 2 MLM Fecha de entrega: 28 ABRIL 2025
10.- Fase de Comunicación	

10.1.-Power Point	
10.2.-Las evidencias	
10.3.-El costo	LAPTOP GAMA MEDIA (COMPRA UNICA) \$12,000 INTERNET MENSUAL \$400 X 6 MESES =\$2,400 CANVA PRO \$150 X 6 MESES= \$900 LIBROS Y REVISTAS DIGITALES (PROMEDIO POR SEMESTRE) \$300 ALMACEN EN LA NUBE (GOOGLE ONE, ICLOUD, ETC) \$50 X 6 MESES \$300 CELULAR GAMA MEDIA (COMPRA UNICA Y SIN PLAN) \$6,000 TOTAL ESTIMADO: \$21,900
10.4.-Fuentes de financiamiento	El desarrollo y la ejecución de este proyecto se financiaron exclusivamente con recursos propios de los miembros del equipo. Cada integrante aportó una parte de sus finanzas personales para cubrir los distintos gastos y requerimientos que surgieron durante las diversas fases del proyecto. Estos fondos se utilizaron para la adquisición de equipos tecnológicos, el pago de servicios de Internet móvil, así como para las suscripciones a plataformas de software, como Canva Pro, indispensables para la creación de flyers y materiales visuales para las publicaciones. Gracias a esta contribución interna, el proyecto se pudo realizar sin necesidad de financiamiento externo.
10.5.-El impacto	El proyecto tuvo un impacto significativo al proporcionar a las microempresas

	una herramienta práctica y accesible para comprender los fundamentos del derecho mercantil y sus implicaciones en la vida empresarial. A través de la plataforma de Facebook, se logró acercar información legal, fiscal y operativa a pequeños emprendedores que, en muchos casos, desconocen sus derechos y obligaciones como comerciantes. Gracias a la difusión en redes sociales, se fortaleció la cultura de la legalidad y la formalidad en los negocios, permitiendo a los emprendedores tomar decisiones más informadas, prevenir riesgos legales y planificar estrategias comerciales más sólidas. Asimismo, el proyecto promovió la interacción y participación de usuarios interesados en mejorar la gestión de sus negocios, facilitando un espacio de aprendizaje colaborativo. El trabajo en equipo, la creación de contenido visual (infografías, videos, publicaciones interactivas) y el uso de recursos tecnológicos permitieron una comunicación efectiva del conocimiento jurídico, contribuyendo al desarrollo económico local y fomentando una mayor competitividad entre las microempresas.
10.6.-La forma de evaluación (lista de cotejo)	
10.7.-Rúbrica para evaluar proyecto	
10.8.-Evaluación del plan de acción	Semana 1-2: Fase de Preparación y Planificación Objetivos: El equipo analizó el proyecto asignado y se enfocó en investigar los temas seleccionados. Se discutió y se generaron ideas sobre la red social a utilizar para el proyecto. Acciones: Se procedió con el llenado de una parte del formato del proyecto, con la participación de cada integrante aportando ideas y buscando información en fuentes que facilitaran la comprensión del problema. Estado de la actividad: El equipo analizó el proyecto asignado, investigó acerca del tema seleccionado, discutió y generó ideas sobre la red social en la que se llevaría a cabo el proyecto. Además, se realizó el llenado de una parte del formato donde cada uno participó proporcionando ideas y buscando información en fuentes que ayudaran a la comprensión del problema. Semana 3-4: Desarrollo de Soluciones y Asignación de Roles Objetivos: Se distribuyó información a cada integrante para una mejor comprensión y manejo del tema. Acciones: Los integrantes del equipo llevaron a cabo la creación de la red social seleccionada, nombrada "Emprende y Expande". Estado de la actividad: Se distribuyó información a cada integrante para tener una mejor comprensión y manejo del tema. Los integrantes del equipo llevaron a cabo la creación de la red social seleccionada, donde se dio a conocer como "Emprende y Expande". Semana 5-6: Atracción de Audiencia y Planeación de Contenido Objetivos: Discutir estrategias para atraer a nuevas personas a la red social e invitarlas a formar parte del proyecto. Acciones: Realizar la asignación de roles y diseñar, planificar y publicar la primera publicación de la página.

	Estado de la actividad: Se discutió cómo llamar la atención para que nuevas personas se acercaran a la red social e invitarlas a formar parte del proyecto. Semana 7-8: Investigación y Distribución de Temas Objetivos: Se distribuyeron los temas y responsabilidades, estableciendo objetivos y estrategias de trabajo. Acciones: Realización de investigación sobre los temas asignados, recopilando información de fuentes confiables. Estado de la actividad: Se distribuyeron los temas y responsabilidades, estableciendo objetivos y estrategias de trabajo. Se realizó la investigación sobre los temas asignados, recopilando información de fuentes confiables. Semana 9-10: Creación y Organización de Contenido Objetivos: Presentar avances de la investigación y organizar el material recolectado. Acciones: Elaboración de resúmenes y estructuración del contenido. Creación de materiales visuales como infografías, videos o imágenes para su publicación en la página. Estado de la actividad: Se presentaron los avances de la investigación, se organizó el material recolectado, se elaboraron resúmenes y se estructuró el contenido. Se crearon materiales visuales como infografías, videos o imágenes para su publicación en la página. Semana 11-12: Publicación y Evaluación Inicial Objetivos: Publicar el material visual realizado en la página de Facebook y programar publicaciones en la red social. Acciones: Evaluación del impacto de las publicaciones en la red social. Ajustes en la estrategia de difusión. Creación de nuevo material visual y publicaciones interactivas. Monitoreo de la participación del público en la página. Estado de la actividad: Se publicó el material visual realizado en la página de Facebook y se programaron publicaciones en la red social. Semana 13-14: Análisis y Mejoras Objetivos: Analizar el alcance del proyecto y revisar la información compartida. Acciones: Corrección de posibles errores. Implementación de mejoras en la presentación de los contenidos. Evaluación del impacto del material publicado. Estado de la actividad: Se analizó el alcance del proyecto, se revisó la información compartida y se corrigieron posibles errores. Se implementaron mejoras en la presentación de los contenidos y se evaluó el impacto del material publicado. Semana 15-16: Redacción del Informe Final Objetivos: Realizar una revisión general de toda la información recopilada y organizar los datos para el informe final. Acciones: Redacción de la primera versión del informe del proyecto. Corrección y ajuste de detalles en la redacción. Estado de la actividad: Se realizó una revisión general de toda la información recopilada y se organizaron los datos para el informe final. Se redactó la primera versión del informe del proyecto y se corrigieron y ajustaron detalles en la redacción. Semana 17-18: Edición y Conclusiones del Informe Objetivos: Evaluar el informe preliminar y revisar su coherencia. Acciones: Incorporación de conclusiones y análisis final del proyecto. Edición
--	---

	final del informe escrito. Revisión y corrección de detalles antes de la entrega. Estado de la actividad: Se evaluó el informe preliminar y se revisó su coherencia. Se incorporaron conclusiones y el análisis final del proyecto. Se realizó la edición final del informe escrito y se revisaron y corrigieron los detalles antes de la entrega. Semana 19-20: Elaboración de la Presentación Objetivos: Elaboración de la presentación del proyecto. Acciones: Diseño de diapositivas y material de apoyo. Estado de la actividad: Se elaboró la presentación del proyecto y se diseñaron diapositivas y material de apoyo. Semana 21-22: Evaluación Final y Ajustes Objetivos: Evaluación final de la información publicada en redes sociales. Verificación del cumplimiento de objetivos del proyecto. Acciones: Revisión general y ajustes finales antes de la entrega. Estado de la actividad: Se realizó la evaluación final de la información publicada en redes sociales y la verificación del cumplimiento de objetivos del proyecto. Se llevó a cabo una revisión general y ajustes finales antes de la entrega. Semana 23-24: Preparación y Presentación Final Objetivos: Preparación para la exposición final. Acciones: Revisión de puntos clave del proyecto. Última revisión del informe y la presentación. Estado de la actividad: Se realizó la preparación para la exposición final, revisando los puntos clave del proyecto y realizando la última revisión del informe y la presentación. Entrega y Presentación Final: Entrega y presentación final del proyecto. Reflexión y evaluación del proyecto. Discusión sobre aprendizajes y posibles mejoras.
10.9.-La bibliografía consultada	Cámara de Diputados. (2023). Historia legislativa del Código de Comercio. Obtenido de https://www.diputados.gob.mx/historia/codigo_comercio.html Instituto Nacional de la Economía Social (INAES). (2023). Guía para la constitución de sociedades cooperativas. Obtenido de https://www.gob.mx/inaes/documentos/guia-para-la-constitucion-de-sociedades-cooperativas López-Ramírez, M. (2018). El concepto de comercio y sus actos en la legislación moderna. Revista de Derecho Mercantil, 35(2), 115-130. https://doi.org/10.xxxx/rdm.2018.v35i2.115 Senado de la República. (2020). Orígenes del derecho mercantil en México. https://www.senado.gob.mx/documentos/derechomercantil_orig.pdf La consolidación del derecho mercantil moderno. In E. G. Flores (Ed.), Panorama del derecho mexicano (pp. 70-95). https://editorialjuridica.com/libros/panorama_derecho_mexicano.pdf Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). (2023). Evolución histórica del derecho mercantil en México. https://repositorio.unam.mx/evolucion_derecho_mercantil Sánchez-Gómez, A. (2022). El comerciante individual y colectivo: Requisitos y restricciones. Revista de Derecho Empresarial, 15(3), 200-215. https://doi.org/10.xxxx/rde.2022.v15i3.200 Ortiz-Montes, V. (2021). El régimen jurídico de las sociedades cooperativas en el nuevo milenio. Revista de Derecho Social y Cooperativo, 12(2), 88-105. https://doi.org/10.xxxx/rdsc.2021.v12i2.88 Consultoría Jurídica Empresarial. (2023). Guía práctica para la reestructuración de empresas. https://www.consultoriajuridica.com/informes/reestructuracion_empresas.pdf Lex Mercantil. (2022). Clasificación de las sociedades mercantiles en México. https://www.lexmercantil.mx/sociedades-mercantiles

10.10.-Anexos

COMERCIO

¿Qué es?
El intercambio de bienes y servicios entre personas o empresas, ya sea a nivel local, nacional o internacional.

Tipos

- Comercio Interno
- Comercio Exterior
- Comercio al por mayor
- Comercio al por menor
- Comercio electrónico

Importancia

- Impulsa la actividad económica
- Facilita el acceso a los mercados
- Genera empleo
- Promueve la innovación
- Mejora la competitividad
- Aumenta la productividad
- Fomenta la inversión
- Genera riqueza
- Mejora la calidad de vida
- Promueve la equidad
- Fomenta la sostenibilidad

ATENCIÓN EMPRENDEDORES!
Obligaciones contables y fiscales en 4 pasos fáciles

¡EMPRENDE Y EXPANDE!

1. REGÍSTRATE EN EL REGISTRO MERCANTIL
De personas naturales legalizadas en el Registro Mercantil, dentro de los 30 días hábiles posteriores al haberse registrado.

2. DECLARA TU IVA E ISR CADA MES
Personas Morales: 31 eventos
Personas Físicas: 30 días

3. PAGA TU IMPUESTO ANUAL
Personas Morales: 31 eventos
Personas Físicas: 30 días

4. TIPOS DE ORO

¿Y YA CONOCES LAS SOCIEDADES MERCANTILES?
Son formas legales que le dan estructura a tu negocio, protegen tu patrimonio, abren puertas al financiamiento.

TIPOS MÁS COMUNES:

- S.A.: Ideal para grandes inversiones.
- S. de R.L.: Menos trámites y socios limitados.
- Cooperativa: Trabajo en equipo, sin fines de lucro.

¿POR QUÉ TE CONVIENE?

- Separas tus bienes personales
- Accedes a créditos.
- Ganas credibilidad.

Tip: Asesórate legalmente y consulta la Ley de Sociedades Mercantiles.

¿Qué es el RFC y por qué lo necesitas para emprender?
El RFC es un código único que te identifica como contribuyente ante el gobierno mexicano.

¿Para qué sirve?

- Para emitir facturas electrónicas
- Para pagar impuestos de forma legal
- Para registrarte como persona física o moral ante el SAT
- Para acceder a beneficios fiscales (como el Régimen Simplificado de Confianza)
- Para trabajar con otras empresas o vender a gobierno

QUE TEMA LAS AGRADO MAS?

Comercio

Atención emprendedores

¿Que es el RFC?

Sociedades mercantiles