

Universidad Autónoma de Baja California

Facultad de Ciencias Administrativas

Posgrado e Investigación

MAESTRÍA EN TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BAJA CALIFORNIA
POR LA REALIZACION PLENA DEL HOMBRE

TESIS:
**PLAN DE NEGOCIOS "SOLUCIONES
INTEGRALES MEDISOFT" EN MEXICALI, B. C.**

TESIS QUE PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRO PRESENTA:

José Alberto Jordán Reyes

DIRECTOR DE TESIS:

Dr. Héctor Gerardo Arriola Zorrilla

Mexicali, B.C. a 11 de Mayo del 2011

Dedicatorias

A mis queridos y siempre amados padres

José Guadalupe Jordán Soria

Blanca Elena Reyes Calderón

A mi novia que amo con todo mi corazón

Karla Ruiz Ruiz

A mis queridas hermanas

Nydia Elena Jordán Reyes

Alejandra Guadalupe Jordán Reyes

A mis amigos que siempre me apoyan y están conmigo siempre

Agradecimientos

Quiero agradecer a mis padres por el apoyo incondicional, por fomentar en mí la importancia de la superación y de estudiar este posgrado.

Agradezco infinitamente a mi novia por la tolerancia y el apoyo brindado durante el periodo de este posgrado, por ser mi principal motivo y apoyar mis deseos de lograr mis objetivos en la vida.

Agradezco a mis amigos, que con sus comentarios siempre lograron en mí una mayor motivación.

Agradezco a la gran institución como lo es la Universidad Autónoma de Baja California, por permitirme formar parte de sus egresados profesionales.

Agradezco a esos maestros que tras su carisma y profesionalidad transmitieron sus conocimientos para elevar nuestro nivel profesional.

Agradezco a mis compañeros de grupo, por la unidad y el compañerismo que siempre estuvo presente.

Agradezco a mi director de tesis por el apoyo que me brindo durante el desarrollo de este proyecto.

INDICE

Introducción.....	6
1 Planteamiento del estudio.....	10
2 Justificación del estudio.....	10
3 Objetivos del trabajo terminal.....	11
4 Marco referencial.....	12
5 Metodología.....	12
I. Naturaleza del Proyecto.....	14
I.1 Nombre de la empresa.....	14
I.2 Descripción de la empresa.....	14
I.3 Misión estratégica.....	14
I.4 Visión estratégica.....	15
I.5 Objetivos y Planes Estratégicas.....	15
I.6 Ventajas competitivas.....	16
I.7 Análisis de la industria o sector.....	16
I.8 Productos y Servicios de la empresa.....	23
I.9 Impacto tecnológico, económico y ambiental.....	24
II. Aspectos de Mercado.....	25
II.1 Investigación de Mercado.....	25
II.2 Estudio de Mercado.....	27
II.3 Distribución y puntos de ventas.....	27
II.4 Promoción del producto o servicio.....	27
II.5 Fijación y políticas de precios.....	28
II.6 Plan de introducción al mercado.....	29
II.7 Riesgos y oportunidades del mercado.....	30
II.8 Sistema y plan de ventas.....	30
II.9 Plan de abastecimiento.....	31
III. Producción.....	32
III.1 Especificaciones del producto.....	32
III.2 Descripción del proceso de producción o prestación del servicio.....	32
III.3 Diagrama de flujo del proceso.....	33
III.4 Características de la tecnología.....	39
III.5 Equipo e instalaciones.....	41
III.6 Materia prima.....	42
III.7 Capacidad instalada.....	43
III.8 Manejo de inventarios.....	43
III.9 Ubicación de la empresa.....	44
III.10 Diseño y distribución de la planta y oficinas.....	44
III.11 Mano de obra requerida.....	45
III.12 Programa de producción.....	45

IV. Aspectos Organizativos	47
IV.1 Estructura organizacional.....	47
IV.2 Funciones específicas por puesto.....	48
IV.3 Capacitación del personal.....	49
IV.4 Desarrollo personal.....	49
IV.5 Administración de sueldos y salarios.....	49
IV.6 Evaluación del desempeño.....	50
IV.7 Marco legal de la organización.....	51
V. Aspectos Financieros	53
V.1 Sistema contable de la empresa.....	53
V.2 Flujo de efectivo.....	53
V. Riesgos críticos	54
VI. Aspectos Legales de Implementación y Operación	56
VI.1 Definición del régimen de constitución de la empresa.....	56
VI.2 Trámites de apertura.....	56
VI.3 Trámites fiscales.....	57
VI.4 Trámites laborales.....	57
VI.5 Aspectos de salud.....	57
VII. Estudio de Factibilidad	59
VIII. Análisis de FODA	61
IX. Conclusiones y Recomendaciones	64
Anexos	66
Bibliografías	98

Introducción

La creación de una empresa siempre tendrá relación con la innovación, puesto que parte de ideas meramente propias de su creador o fundador, tal vez proponiendo algún producto o servicio ya establecido en el mercado, pero que a su vez contendrá una mejora para el mismo.

Toda organización que pretende competir en el mercado y proyectarse como marca de calidad debe realizar antes estrategias y métodos por los cuales se llevan a cabo para el logro del éxito. Partiendo de este punto, los conceptos tales como planeación, organización, dirección y control deben estar claramente bien definidos dentro de los integrantes de la empresa.

Dentro de una empresa, la administración se encuentra en todas las actividades que se emprenden para coordinar el esfuerzo del grupo, es decir, la manera en la cual se tratan de alcanzar las metas u objetivos con ayuda de las personas y de las cosas, mediante el desempeño de ciertas labores esenciales, como su planeación, la organización, la dirección y el control (Anzola, 2002).

Por otra parte, en el desarrollo de la empresa, un factor que impide su crecimiento es la manera conservadora y empírica que muestra el pequeño empresario para el manejo de sus operaciones normales, esto es, no implementa sistemas nuevos y modernos que permitan un mejor y continuo desarrollo, ya sea porque no sabe cómo, cree que es muy costoso o simplemente porque piensa que no funcionan (Anzola, 2002).

Existen muchas personas que tienen ideas sobre nuevos negocios, pero son pocas las que consiguen finalmente llevarlas a la práctica y crear una nueva empresa. Para transformar una idea en una empresa no existe ruta única y bien señalizada. Cada persona emprendedora que ha creado una nueva empresa tiene la sensación de que ha descubierto un nuevo itinerario (Planelles, 1997).

En México la tendencia a la creación de nuevas empresas, o como se le conoce ahora "Pymes", ha ido creciendo paulatinamente, debido al espíritu emprendedor de las personas y al autoempleo. Más sin embargo únicamente el 10% de las empresas que cumplen diez años en el mercado, logran un crecimiento, madurar y tener éxito. El 75% de las nuevas empresas deben cerrar sus operaciones a tan solo dos años de vida; el 50% de los negocios quiebran con tan solo un año de actividad y el 90% de las empresas mueren antes de cumplir los cinco años (Revista Microempresa mexicana, 2008).

Durante los últimos cinco años nuestro país ha reflejado un crecimiento dentro del mercado del desarrollo de software, con un 12% a comparación del 2005, incremento que fue causado por los bajos costos de la renta mensual, lo que lo hace más accesible a la mayoría de las empresas.(fuente: Gilberto Romero Ríos, gerente de Soluciones Empresariales de Select, Contactforum.com.mx, 2009)

El crecimiento de la industria de Software en México fue impulsado por la crisis de principios de los años 80s, la cual cerro la importación de tecnología y obligo al desarrollo de una base de ingenieros y técnicos que pudieran dar mantenimiento a la capacidad instalada la cual era básicamente *mainframes* de la empresa norteamericana *International Bussines Machine* (IBM).

El mercado de Software de México ocupó en el año 2001 el lugar número 24 a nivel mundial en cuanto a gasto (US 597 millones) y su participación en el mercado mundial fue de .3% este mercado es el segundo en América Latina (fuente Clemente Ruiz Duran, UNAM, 2008).

Si bien es cierto que el crecimiento tecnológico en el último siglo se ha incrementado exponencialmente, también es una realidad que estas aportaciones tecnológicas no se han manifestado de igual manera alrededor del mundo. Los recursos de Tecnologías y Sistemas de Información (T/SI) en México son cada vez más utilizados y por esto negocios tales como consultorios

médicos están tomando medidas para gestionarlas eficientemente, y manejar de mejor manera sus negocios, pero, la realidad no es necesariamente de esta forma, lo que impide obtener el máximo provecho de las oportunidades que brindan las TI como herramientas de innovación.

También se sabe que el avance de las tecnologías de información con respecto a la medicina ha sido circunstancial, ya que ésta área implica una generación y almacenamiento de información indescriptible, por lo que mantener la información de los pacientes con su historial médico desde nacimiento puede ser fundamental para detectar posibles enfermedades que sean causa de enfermedades más graves a futuro.

Dados los avances tecnológicos, la actualización de procesos médicos y la implementación de sistemas de gestión integral de centros médicos están en constante aumento. Empresas desarrolladoras de software aprovechan esta necesidad de la medicina y ven un nicho de negocio favorable para sus bolsillos.

El desarrollo de software es quizá de los productos que más han evolucionado en muy poco tiempo y las personas encargadas de su elaboración se han enfrentado con problemas como la exigencia cada vez mayor en la capacidad de resultados, es por eso que los productos de software deben ser desarrollados con base en la implementación de estándares mundiales que garanticen la producción de software de calidad.

En Mexicali, en base a los resultados obtenidos después de la aplicación de entrevistas, se detectó que siete de cada diez de los consultorios médicos no cuentan con tecnologías adecuadas para un mejor manejo de la información, así mismo las empresas desarrolladoras de software locales no se han abierto hacia este tipo de mercado, lo que implica que algunos consultorios no actualicen sus procesos para tener un mejor control de información.

Ante esta necesidad, nace la inquietud de desarrollar este estudio, que a través de un plan de negocios propone la inserción de una nueva empresa

desarrolladora de software en Mexicali. Empresa que brindará aplicaciones que apoyen el mejor manejo de la información y que bajo el nombre de Medisoft pretende posicionarse pronto en el mercado.

Aunque este rubro es de suma innovación, Medisoft empleará diferentes opciones para múltiples áreas médicas, por lo que la venta del producto se hará por medio de paquetes con perfiles que al o los clientes se ajusten, y será lanzado a la venta con precios competitivos. La difusión del producto se hará por medio de radio y televisión local, así como también se hará por medio de una página de internet y el establecimiento de un stand durante congresos, foros, seminarios y convenciones medicas.

Por lo tanto, el universo de esta empresa enfoca las necesidades que surgen en algunos negocios contar con un sistema de control de información, el cual hará brindar un mejor servicio para sus propios clientes.

1. Planteamiento del estudio

Generar un plan de negocios para el establecimiento de una empresa dedicada al desarrollo de software médico, buscando implementar tecnologías de información para satisfacer las necesidades de la población médica, lo que implicará una mejora notable en el manejo de la información.

2. Justificación del estudio

Dado el estudio de mercado realizado para la ciudad de Mexicali, nos encontramos con que no existe alguna empresa local que se dedique a la venta de sistemas médicos (Medisoft), los cuales son servicios que básicamente permitan involucrarse con el avance tecnológico en el área medicinal, esto hará un proceso de mejora tanto como para el personal de trabajo como para los pacientes.

Posicionado en el séptimo lugar mundial en exportaciones, México se presenta como uno de los mercados más atractivos para inversión y desarrollo de software.

A nivel mundial el mercado de Tecnologías de la Información (TI) registra un crecimiento anual de entre 24 y 30 por ciento, nuestro país se mueve en el 16 por ciento, por lo que, empresas como Praxis planean vender cinco millones de pesos en exportación en seis o siete años, lo que significa quintuplicar la exportación actual. Aún cuando la mayor parte de desarrollo de software está destinado al mercado interno, por medio de apoyos como el Programa de Desarrollo de Software (ProSoft), de la Secretaría de Economía, esperan conquistar principalmente al mercado estadounidense.

Luego de la aparición de Prosoft, nuestro país empezó a exportar cerca de 80 millones de dólares en desarrollo de software, la meta de exportación fijada para el 2012 es de 18 mil millones de dólares. Con esta cifra, México se

colocaría como el principal exportador de América Latina y uno de los principales del mundo. (El Universal, 2008)

3. Objetivos del trabajo terminal

Objetivo general:

- Aplicar la metodología de un plan de negocios para la creación de una empresa en la ciudad de Mexicali, B.C. que apoye en la adopción de las tecnologías de información mediante un sistema que mejore los procesos de administración en los consultorios médicos.
- Ampliar el campo de investigación para mejoras o creación de nuevos productos a futuro.

Objetivos Específicos:

- Demostrar que, mediante la creación de un plan de negocios una empresa de desarrollo de software es viable bajo cualquier especialidad.
- Plantear estrategias que puedan ser aplicadas a otros negocios para sobresalir en el mercado.
- Presentar procedimientos y acciones a seguir para la creación de un producto innovador.
- Plantear estrategias para crear una estructura organizacional ideal para la empresa.

4. Marco Referencial

El concepto de la empresa a implementar se refiere a la creación de productos bajo software que apoye en las funciones y/o actividades propias de una estancia medica.

Medisoft es un producto que va dirigido a aquellos médicos que deseen llevar un mejor control de su consultorio, implementando un software que reemplace procesos y facilite el análisis de cada expediente creado.

Aunque no existe una fecha específica, ni de quien desarrollo el primer software o cual fue el primer software dedicado a los consultorios médicos, es inevitable que en la actualidad ya existen muchos fabricantes de este producto y que sin lugar a duda es un nicho que en México aun no es aprovechado.

El estilo de Medisoft consiste en un tipo de aplicación que se desarrolla e implementa para gestionar las estancias médicas. Debido a que este concepto se basa en el desarrollo de software, los productos son realizados basado a las necesidades de cada cliente. Esto requiere de un alto grado de ingeniería, el uso de aplicaciones dedicadas y los conocimientos para desarrollar y diseñar. Una de las características más importantes de Medisoft, es que es adaptable a cualquier sistema operativo. Adicional a esta característica es que en la competencia no manejan este tipo de desarrollos y la mayoría del mercado de este sector desconoce de la existencia de este tipo de aplicaciones.

5. Metodología

La metodología empleada en este plan de negocios se baso en la consulta de libros especializados en administración; en internet, en páginas como la secretaria de economía, pymes en México, sección amarilla, Gobierno del Estado de Baja California, Ayuntamiento de Mexicali y demás fuentes citadas en las Bibliografías.

Además se diseñó una encuesta de Diez preguntas para aplicar al mercado, para determinar el tipo de actividades y uso de las Tics en las estancias médicas, encuesta que se aplicó a una población de 250 usuarios con el fin de detectar una oportunidad por atacar para lograr el éxito de la empresa.

Las encuestas fueron aplicadas a diferentes especialidades en la medicina, para conocer diferentes puntos de opinión y si en ellos existe interés para invertir en una aplicación que vaya a la medida de sus necesidades.

Naturaleza del Proyecto

I.1 Nombre de la Empresa

“Soluciones Integrales Medisoft”. El concepto Medisoft es una conjunción de Medical-Software, el cual describe de manera amplia el giro de la empresa, además de ser un concepto en el que el mercado podrá ubicar o relacionar fácilmente, además no solo se ofrece la producción del software, sino también el mantenimiento preventivo, actualizaciones necesarias y la capacitación para el buen funcionamiento del mismo.

I.2 Descripción de la Empresa

Es una empresa que ofrece soluciones bajo software, aplicaciones que van enfocadas al administración médica, es decir, estas aplicaciones apoyaran funciones que se realizan u operan en un consultorio médico, elaborado por personal comprometido a la calidad. El modo de operación de la empresa consta del análisis de actividades propias a cada especialidad médica, para poder después comenzar con el desarrollo del software a la medida. El proceso de elaboración de las aplicaciones cuenta con un tiempo alrededor de cuatro semanas, tiempo que garantizará un producto funcional, amigable y sin fallas.

I.3 Misión Estratégica

Nuestra misión es proporcionar al sector médico soluciones integrales en tecnologías de la información y comunicación, que les permita fortalecer su competitividad, mediante el suministro y mantenimiento de tecnología de punta, desarrollo web y capacitación de calidad, que generen el desarrollo financiero y profesional de nuestro personal y asociados.

I.4 Visión Estratégica

Ser una empresa punta de lanza en proyectos informáticos, implementando tecnología de vanguardia, con presencia en el país y el extranjero, colaborando en el crecimiento de las empresas y participando así en el desarrollo de nuestro país.

I.5 Objetivos y Planes estratégicos

El primer paso para cumplir nuestra Misión y Visión, se debe de generar una serie de procedimientos, los cuales nos llevaran al éxito deseado. Estos procedimientos se describen en:

- a. Investigación del mercado, esto nos demostrara si nuestra línea de negocio es factible, de ser así, se procede con,
- b. El marco legal, el cual nos permitirá obtener permisos y documentos que la empresa requiera para su establecimiento.
- c. Con los puntos anteriores, se continúa con la elaboración de un presupuesto, que nos indicará la inversión necesaria para el arranque de la empresa y respaldo de los tres primeros meses.
- d. La contratación del personal, el cual hará en base a sus conocimientos y experiencia laboral, demostrando ser apto para la vacante.
- e. La propaganda y difusión de la empresa, se pretende acaparar al mercado, por lo que las estrategias de mercadotecnia deberán ser agresivas.
- f. El manejo de precios competitivos, estos estarán fundamentados bajo el estudio de competencias y que a la vez sean atractivos y accesibles para los clientes.
- g. Realizar estados financieros y balances que proyecte la rentabilidad de la inversión.

Los objetivos a mediano plazo son los siguientes:

- a. Incrementar las utilidades de la empresa.
- b. Ser empresa reconocida a nivel regional.
- c. Incrementar el personal de la empresa.

Dentro de los objetivos a largo plazo destacan:

- a. La apertura de nuevas sucursales en diferentes áreas geográficas.
- b. Mantener liderazgo dentro del mercado.
- c. Iniciar con la producción de nuevas aplicaciones para distintos sectores.

I.6 Ventajas competitivas

De acuerdo a la información procesada resultado de la investigación de competencias, nuestras ventajas competitivas son la **falta de una empresa dedicada a este giro en la ciudad**, lo cual nos permite llegar al cliente de manera personal, así como también de brindar **seguridad** al cliente de la adquisición de un producto de calidad; el **seguimiento** que se le da al cliente después de haber adquirido el producto, garantizando el buen funcionamiento de la aplicación; y que las aplicaciones van de acuerdo a la necesidades de cada cliente.

I.7 Análisis de la industria o sector

La India ha venido emergiendo como una gran potencia en la producción de *software* en los últimos tiempos. Ya en 2005, por conceptos de subcontratación de servicios y exportaciones de la industria del *software* y la información, el monto fue de 17 mil 200 millones de dólares, cifra que podría elevarse a 60 mil

millones anuales para 2010 según pronósticos de Nasscom y McKinsey citados en El Economista de Cuba (2009).

De acuerdo a esta cita, se espera que el crecimiento en las exportaciones indias de TI provenga del mercado de software y de la subcontratación de TI tradicional, como la administración a distancia de sistemas completos, que en la actualidad es un mercado dominado por las grandes empresas de asesoría en TI. Se estima que este renglón se elevará de Ocho por ciento de las ventas del país a 30 por ciento en 2010, mientras el porcentaje de desarrollo de software caerá de 55 por ciento a 39 por ciento.

Los países de América Latina no han tenido políticas estatales hechas públicas con vistas a conocer sus pronunciamientos sobre la informatización social, excepto México que presenta un trabajo consecuente desde la década de los 90. Sin embargo, la actualidad está marcada por numerosos convenios y alianzas para el desarrollo de las nuevas tecnologías en el continente.

Según estudios realizados por Compattia (2004), existe una correlación establecida entre el desarrollo económico y la inversión que realizan los países en Tecnologías de la Información y Software. Los países destinan en promedio 7.5 por ciento de su inversión a la tecnología de Información, mientras en los países latinoamericanos ese promedio es inferior a Dos por ciento. La industria del software en Latino-América tiene una participación del 2.9 por ciento del gasto total en Tecnología de la Información del mundo, siendo Brasil el de mayor participación en ese sentido (Tabla 1).

Tabla 1. América Latina. Participación de los gastos realizados en cada país en el gasto total en el conjunto de países.

País	Hardware	Software	Servicios	Gastos internos	Total
Brasil	49%	52%	51%	40%	45%
México	18%	17%	18%	%26	21%
Argentina	10%	11%	10%	7%	10%
Colombia	4%	5%	4%	9%	5%
Venezuela	4%	5%	6%	9%	5%
Chile	3%	%3	4%	5%	4%
Resto	12%	7%	6%	4%	9%

Fuente: Witsa 2005 (www.witsa.com)

Apoyada en empresas que demandan más tecnología, la industria del software en México aumentó su producción 42 por ciento en los últimos cinco años al pasar de 2 mil 358 a 3 mil 600 millones de dólares.

De acuerdo con un balance de la Comisión de Economía de la Cámara de Diputados, este sector es uno de los que mejor han sobrellevado la crisis económica, lo que le permitió generar, en ese lapso, más de 30 mil empleos directos de alta remuneración y rentabilidad (www.sipse.com, 2009)

Se estima que en México alrededor de 300 empresas conforman la industria del software y cerca del 20 por ciento se encuentran formalmente estructuradas, ya sea como subsidiarias de grandes empresas internacionales, como organizaciones netamente mexicanas, o una combinación de ambas. Un aspecto importante relacionado con este hecho es que más del 90 por ciento del universo de este sector lo integran microempresas, la mayoría de las cuales carece de estructura y de un enfoque formal en sus actividades de venta y

elaboración de contratos, además de que prestan servicios en forma aislada y en actividades muy específicas a diversos sectores.

México podría ser uno de los protagonistas de la nueva economía digital, mediante acciones coordinadas, si se consolida el concepto de fábricas de software para convertirse en exportador de este servicio. El potencial de ingresos sería superior a los cinco mil millones de dólares anuales en el mediano plazo y los desarrolladores mexicanos podríamos construir una marca con reconocimiento global.

Es fundamental que tanto la iniciativa privada como los organismos gubernamentales capitalicen las ventajas geográficas y laborales de México, frente a un sector que representa más de 500 mil millones de dólares anuales a nivel mundial.

Aunque no existe un listado exhaustivo de empresas de software en la región, se supone que el total de las mismas ascienden a unas 40. A principios del 2006 se levantó una encuesta a los empresarios de 30 de estas como parte del proyecto “PYMES: Redes de Conocimiento, Actividad Innovativa y Desarrollo Local”, cuyos resultados permiten ofrecer un perfil sumario del sector.

Los empresarios que conforman este sector son fundamentalmente hombres, con una edad promedio de 40 años, y con un elevado nivel de instrucción formal. Casi todos estudiaron carreras vinculadas técnicamente a la actividad que realizan, fundamentalmente en instituciones del propio estado de Baja California. Casi todos habían tenido experiencia laboral previa. Y de ellos, la mitad había estado laboralmente vinculada a la industria maquiladora. (Revista Concyteg, 2007)

Las empresas son muy pequeñas, con 80% de las mismas con menos de 15 empleados y, en promedio 13. La facturación del sector aún no es muy relevante en términos de la economía regional. Las ventas totales para el 46% de las empresas estuvieron en el rango de 1 a 5 millones de pesos. Y sólo el

20% facturó por encima de los 5 millones. En general tienen una orientación al mercado interno, fundamentalmente local, lo que se aprecia en que sólo el 33% de las mismas realizan exportaciones (aunque éstas representan sólo representan en promedio el 7.9% del volumen total de ventas); y, además, en que los principales clientes y competidores son principalmente otras empresas de la misma localidad. El 53% de las empresas se orienta fundamentalmente a la realización de servicios de TI, mientras que el resto descansa su actividad esencialmente en el desarrollo de productos estandarizados de software. (Revista Concyteg, 2007)

Aunque prácticamente todas realizan tanto uno como otro tipo de actividad. En todos los casos, la orientación fundamental se encuentra dirigida a soluciones empresariales. En términos de productos o software empaquetados, los más importantes son software de gestión para pequeños comercios, o soluciones de comercio exterior y aduanas (orientados al mercado de maquiladoras), como se puede ver en el Tabla 2. En la Tabla 3, por su parte, se observa, con relación a los servicios, que los principales son la consultoría en TI y el desarrollo a la medida. (Revista Concyteg, 2007)

Tabla 2. Distribución porcentual de los productos de software de las empresas de software de Baja California, según su tipo

Tipo de software	Total
Software de gestión	28.90%
Comercio exterior/Aduanas/Impuestos	23.70%
Aplicaciones verticales	15.80%
Aplicaciones ERP	7.90%
Content Management	7.90%
Sistemas de información geográfica	5.30%
Software de colaboración	5.30%
Software de educación	2.60%
Software de entretenimiento	2.60%
Total	100%
Fuente: Encuesta a empresarios de software en Baja California, Colef, 2006. Proyecto Conacyt 45608 "PYMES redes de conocimiento, actividades innovativas y desarrollo local", UAM-X, UNAM, COLEF, UACJ, CON LA PARTICIPACIÓN DE LA U DE G.	

Tabla 3. Distribución porcentual de los servicios de software de las empresas de software de Baja California, según su tipo

Tipo de software	Total
Consultoría en TI	28.90%
Desarrollo a la medida	23.70%
Servicios de outsourcing	15.80%
Venta productos no propios	7.90%
Otros servicios	7.90%
Total	5.30%
Fuente: Encuesta a empresarios de software en Baja California, Colef, 2006. Proyecto Conacyt 45608 "PYMES redes de conocimiento, actividades innovativas y desarrollo local", UAM-X, UNAM, COLEF, UACJ, CON LA PARTICIPACIÓN DE LA U DE G.	

Algunas compañías competitivas globalmente como EIDON – ZENTRUM, Telvista y Softek de México, Samsung SDA de Corea, Gameloft de Francia y Mphasys de la India han hecho de Baja California su segundo hogar.

Algunas compañías establecidas en Baja California

- Betta Global Systems
- Grupo Red
- Intuare
- Soluciones Integrales Tecnológicas
- Prisma Computación
- Everest Internet Solutions
- RT-Solutions
- Cybecorp
- Zentrum Ziziemaz
- Softek
- Bufete de Tecnología y Soluciones Avanzadas
- Telvista
- Servicios de Desarrollo de Software
- Smart BC

- IBM
- Sony
- Grupo Tress Internacional
- Soluciones Integrales Tecnológicas
- GM Consultores en Informática
- e-Systems
- Tecnología Nettss
- Gameloft

Fuente (investinbaja.gob.mx, 2010)

El estado de Baja California es considerado como uno de los cinco estados con más alto potencial para desarrollar la industria de Tecnologías de la Información.

Ahora bien, como se puede observar, dados los resultado representados en el Tabla 1 anterior, el software que se propone en este proyecto es la implementación de una aplicación de gestión, el cual está representado por el 28.9%, porcentaje que a su vez representa un nicho u oportunidad en este rubro, así como también la innegable competencia existente en ese mercado.

En Mexicali contamos con empresas como Grupo Red, Grupo Tress y Gameloft, por mencionar algunas, estas organizaciones están bien establecidas a nivel local, ya que por la calidad de sus productos y la experiencia adquirida en su tiempo de operación cuentan con una gran cantidad de clientes de renombre, lo que significa una fuerte pelea por el mercado de software, aunque en nuestra región ninguna de las empresas mencionadas anteriormente se perfilan hacia las necesidades de la gestión medica, oportunidad que Medisoft tomará para introducirse en el mercado.

I.8 Productos y Servicios de la empresa

La ideología de la empresa será ofrecer servicios integrales para la gestión de consultorios médicos, tomando en cuenta la instalación, las actualizaciones necesarias, la capacitación de uso y en su caso la venta de equipo necesario en caso de que las necesidades del cliente lo requieran.

Las operaciones de la empresa comienzan a partir de las 9:00 a.m., concluyendo a las 7:00 p.m., de Lunes a Viernes, con un horario de comida de 2:00 p.m. a 3:30 p.m., y los Sábados las operaciones tendrán un horario de 9:00 a.m. a 2:00 p.m., esto con la finalidad de optimizar los procesos necesarios para el desarrollo de las aplicaciones.

El proceso de desarrollo comienza con el análisis de las necesidades del cliente, para esto se requiere de tres sesiones de visita a cliente o clientes, una vez claro los requerimientos necesarios se procede con la elaboración del producto, proceso que tiene un tiempo aproximado de dos a tres semanas, puesto que una vez concluida la aplicación, se aplican pruebas de funcionamiento para detectar anomalías en el sistema.

Cada aplicación va enfocada al perfil de cada especialidad médica, esto quiere decir que, las aplicaciones son desarrolladas bajo módulos, toda aplicación tiene módulos de gestión, además se añade el modulo por especialidad, esta opción contiene los requerimientos necesarios de una especialidad específica para su completo funcionamiento.

Todos los productos se entregan en caja con logo, datos y código de barras de la empresa, cada paquete incluye un DVD de instalación, el manual de usuario correspondiente a la aplicación y la capacitación al personal que en su caso haga uso del sistema, todo esto con la finalidad de proyectar el compromiso y la calidad de la empresa.

I.9 Impacto tecnológico, económico y ambiental

Sabemos de la importancia que es actualmente contar un sitio web, es por eso que la empresa cuenta con un espacio en la red en el cual los clientes pueden saber más sobre nosotros, quienes somos?, en donde nos ubicamos?, que proyectos hemos realizado? Etc.... esta proyección nos permitirá llegar a nivel local, regional, nacional y mundial, de modo que el cliente pueda contactarnos por el Internet.

Aunque las TIC's es una rama en crecimiento en México, el impacto económico va a favor de los usuarios, puesto que tanto en equipo como en servicios los precios son cada día más accesibles, y la adopción de un sistema integral representa el ahorro u optimización de tiempo, lo que para algunos significa dinero.

Dada la crisis ambiental en el mundo, la empresa contara con una norma de reciclaje, la cual herramientas como el papel no se desperdiciara hasta darle su último uso, contaremos con contenedores para la basura orgánica e inorgánica, además, para el ahorro de energía se optara por la adquisición de un local que varias ventanas o tragaluces para poder así aprovechar la luz del día.

Capítulo II. Aspectos del Mercado

II.1. Investigación de Mercado.

Mexicali es la ciudad capital de Baja California, está ubicada en el noroeste de México (32° 40´ norte, 115° 28´ oeste) y hace frontera con Calexico, California, EUA. La metrópoli es llamada "La ciudad que capturó al Sol" debido a sus altas temperaturas 45° Centígrados (promedio a la sombra) durante el verano (Wikipedia, 2007). Es la segunda ciudad más poblada del Estado, de acuerdo con el segundo conteo de población y vivienda, tenía 653,046 habitantes, mientras que el municipio agrupaba a 855,962 personas, de los cuales 739,173 son económicamente activos y se encuentran aseguradas por el IMSS, en la Tabla 4 podemos observar cómo está distribuida esta población por sector u ocupación (INEGI, 2009). Esto significa que existe un considerable número de posibles clientes.

En base a datos del IMSS e INEGI en la Tabla 5 podemos observar una comparación entre las 2 instituciones, mostrando información de los tres sectores y en la cual informa de la población asegurada por el IMSS por sector.

Tabla 4. Distribución de la población ocupada

Sector y Rama de actividad económica	2006 I trimestre
Primario	69,716
Agricultura, ganadería, silvicultura, caza y pesca.	69,716
Secundario	405,008
Industria extractiva y de la electricidad.	7,364
Industria de la transformación	
Construcción	284,255
	113,389
Terciario	735,076
Comercio	241,812
Restaurantes y hoteles	70,110
Comunicaciones y transportes	59,462
Servicios profesionales y financieros	81,169
Servicios sociales	104,045
Servicios diversos	128,302
Gobierno	50,176
No especificado	114,178
TOTAL	1'323,978

Fuente: INEGI Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo Trimestre. I del 2006.

Actualmente Baja California cuenta con más de 3,500 consultorios médicos particulares, lo cual refleja un porcentaje de la población medica en el estado que ejerce sus servicios de manera independiente, esta población representa a médicos especialistas en las diversas ramas de la medicina.

Tabla 5. Población ocupada por sector del INEGI y trabajadores del IMSS por sector.

PERIODO	INEGI			IMSS		
	PRIMARIO	SECUNDARIO	TERCIARIO	PRIMARIO	SECUNDARIO	TERCIARIO
2009 I	76,339	352,489	803,518	21,651	293,107	288,414
2009 II	76,237	352,792	840,463	16,743	289,370	290,211

Fuente INEGI e IMSS

II.2 Estudio de Mercado

El siguiente estudio de mercado fue elaborado a través de 250 encuestas aplicadas a personales médicos y auxiliares con los que cuenta con consultorio propio y/o compartido, muestras que fueron obtenidas gracias a la disponibilidad de cada encuestado, ejercicio que consto de 10 preguntas, el cual nos ayuda a la toma de decisiones, Ver anexo 1 con la encuesta aplicada.

Los resultados arrojados cuentan con un 98% de nivel de confianza y un 2% de margen de error, esto debido a algunas preguntas omitidas por los encuestados.

II.3 Distribución y puntos de venta

La ubicación de la empresa se baso en la localización de una área amplia y alejada de la afluencia de las personas, es por eso que se opto por una zona residencial y tranquila como lo es la Colonia Nueva, además de que esta ubicación no afectara a la misma dado que el mercado principal se encuentra distribuido en diferentes puntos de la ciudad.

La distribución y venta de las aplicaciones partirá en esta ubicación donde los clientes tendrán que asistir en caso que adquieran nuestros productos y/o servicios.

II.4 Promoción del producto o servicio

Sabemos de la importancia que es tener un producto bien promocionado, ya que a partir de un adecuado programa de promoción, se puede dar a conocer el producto.

Uno de nuestros objetivos es crear un impacto directo en nuestros posibles clientes para que adquieran nuestros productos, es por eso que la campaña publicitaria constara de la promoción de producto directamente con el cliente, esto con la finalidad de animar al posible cliente para comprar el producto, otro medio es la entrega de folletos con la descripción de la empresa y el producto,

así como también participar en periódicos y revistas especializadas, ya que estos medios circulan por toda la ciudad.

Por otra parte también haremos menciones de la empresa a través de la radio y televisión local, los medios utilizados para la promoción del producto informaran a los futuros clientes acerca de ofertas de introducción, participación en ferias, exposiciones y congresos, así como de planes de financiamiento.

II.5 Fijación y políticas de precios

Para poder fijar precios es de suma importancia decidir en dónde queremos posicionarnos en el mercado, desear la participación máxima por parte del mercado o la permanencia en el mismo. La calidad de nuestros productos generarán respuestas de los clientes, aunque es un producto que, por ser tecnología genere una impresión de costoso, para ello deberemos establecer un precio que al cliente le sea atractivo para invertir en su negocio.

Es importante considerar el precio de introducción en el mercado, los descuentos por compra en volumen o planes de financiamiento, las promociones, comisiones, los ajustes de acuerdo con la demanda, entre otras. Una empresa puede decidir entrar al mercado con un alto precio de introducción e ingresar con un precio bajo en comparación con la competencia o bien no buscar mediante el precio una diferenciación del producto o servicio y, por lo tanto, entrar con un precio cercano al de la competencia.

Por otra parte, es recomendable establecer políticas claras con relación a los descuentos por pronto pago o por volumen, así como las promociones, puesto que éstas constituyen parte importante de la negociación con los clientes potenciales y/o distribuidores.

Para lograr un precio competitivo, se planea establecer una base de datos de proveedores: locales, nacionales y extranjeros, con los que se establezca una

alianza comercial, buscando establecer políticas y acuerdos comerciales que lleven al ganar-ganar de ambas partes.

II.6 Plan de introducción al mercado

La mercadotecnia es emprendida principalmente por el personal de la empresa, puesto que somos los primeros en promover nuestros servicios con el propósito claro de iniciar con el pie derecho.

A lo largo de 6 meses se pretenderá introducir el producto al mercado mediante el apoyo de la televisión y la radio, crearemos una imagen en la que nuestros futuros clientes conozcan a la empresa, productos y beneficios.

Durante este periodo debemos reflejar experiencia en el campo, la calidad de nuestros productos y el compromiso con el cliente, para ello mencionaremos nombres de clientes de renombre ya cautivos con la finalidad de causar confianza en la aplicación.

La campaña de publicidad comenzara a través del canal 66 de Mexicali, con spots publicitarios de la empresa y productos en los horarios matutino y vespertino; por otra parte también tendremos menciones en la radio bajo la frecuencia 91.5 FM con un horario de 11:00 a.m. a 1:00 p.m.; así también llegaremos a los clientes vía correo electrónico, en el cual por medio de la empresa "estesillega.com" mandaremos flyers sobre los productos, promociones y/o ofertas. Ver tabla 6 de presupuesto de publicidad.

Para que el cliente nos conozca directamente, instalaremos un stand de publicidad en congresos, convenciones, exposiciones de las que nuestro mercado le sea posible asistir.

Tabla 6. Presupuesto de publicidad

Medio	Empresa	Descripción	Precio
Television	Canal 66	120 spots	\$27,500.00
Radio	los 40 Principales	50 spots	\$7,500.00
Internet	Estesillega.com	3 envíos	\$3,900.00
Folletos	Boceto	1000 flyers 1/3 cta	\$500.00
Total			\$39,400.00

II.7. Riesgos y oportunidades del mercado

Los riesgos en que la empresa pueda caer son causados por nuestros clientes, puesto que son ellos los consumidores, la oferta del producto les pueda no gustar, es por eso que las acciones para abatir este riesgo se enfoca en la flexibilidad hacia las situaciones ajenas tales como la devaluación del peso frente al dólar, la situación económica y las necesidades del mercado.

Las oportunidades en el mercado son amplias, ya que este sector o especialidad en el desarrollo de software no se ha implementado en la región, pocas son las empresas que atienden estas necesidades, además de que las tecnologías de información se introducen cada vez más hacia la medicina.

II.8. Sistema y plan de ventas

La empresa maneja la venta de productos en menudeo y mayoreo. En cuanto a las ventas en mayoreo, estas consisten en la venta del producto a un grupo mayor a 5 clientes en una sola transacción, lo cual significa un descuento en el precio de la aplicación para beneficio de ellos mismos.

Otro método para incrementar nuestras ventas es la aplicación de descuentos por recomendación, esto quiere decir que, si un cliente acude a nosotros por

recomendación de un cliente cautivo, el cliente nuevo recibirá un descuento por la adquisición del producto.

Una estrategia más a tratar es de realizar convenios con empresas de la competencia, en la cual se acuerde en la producción de las aplicaciones a mercados distintos, esto con la finalidad de no competir por el mismo sector y así llegar a un esquema ganar-ganar.

II.9. Plan de Abastecimiento

La empresa no requerirá de realizar compras en materiales para la producción de software, sin embargo se deberá tener en cuenta los gastos en herramientas necesarias como lo es los cartuchos de impresoras, papelería y productos de aseo e higiene, cada fin de mes se realizará el levantamiento de inventarios, los cuales serán reabastecidos para que la empresa pueda operar de manera optima en un plazo de 30 días.

Por mencionar algunos de nuestros proveedores mencionamos a Office Depot, Costco y Walmart, empresas ubicadas en la ciudad.

CAPITULO III. Producción.

II.1. Especificaciones del producto o servicio.

Nuestros productos son desarrollados bajo un extenso análisis de las necesidades y/o requerimientos de nuestro cliente, para después iniciar con la etapa de desarrollo.

Para la producción se requiere dos equipos de cómputo con la paquetería necesaria, uno para el desarrollo de la aplicación (VISUAL BASIC), y otro para el diseño de la interfaz del usuario, una vez terminada la aplicación se procede a la etapa de pruebas en el cual debe darse el visto bueno y que la aplicación ya puede ser entregada al cliente.

La entrega del producto se hace a través de un caja, esta caja en su exterior contiene el logo y nombre de la empresa, además de un código de barras; por la parte interior contiene el DVD de instalación y el manual de usuario, todo esto con el fin de dar credibilidad en la calidad del producto.

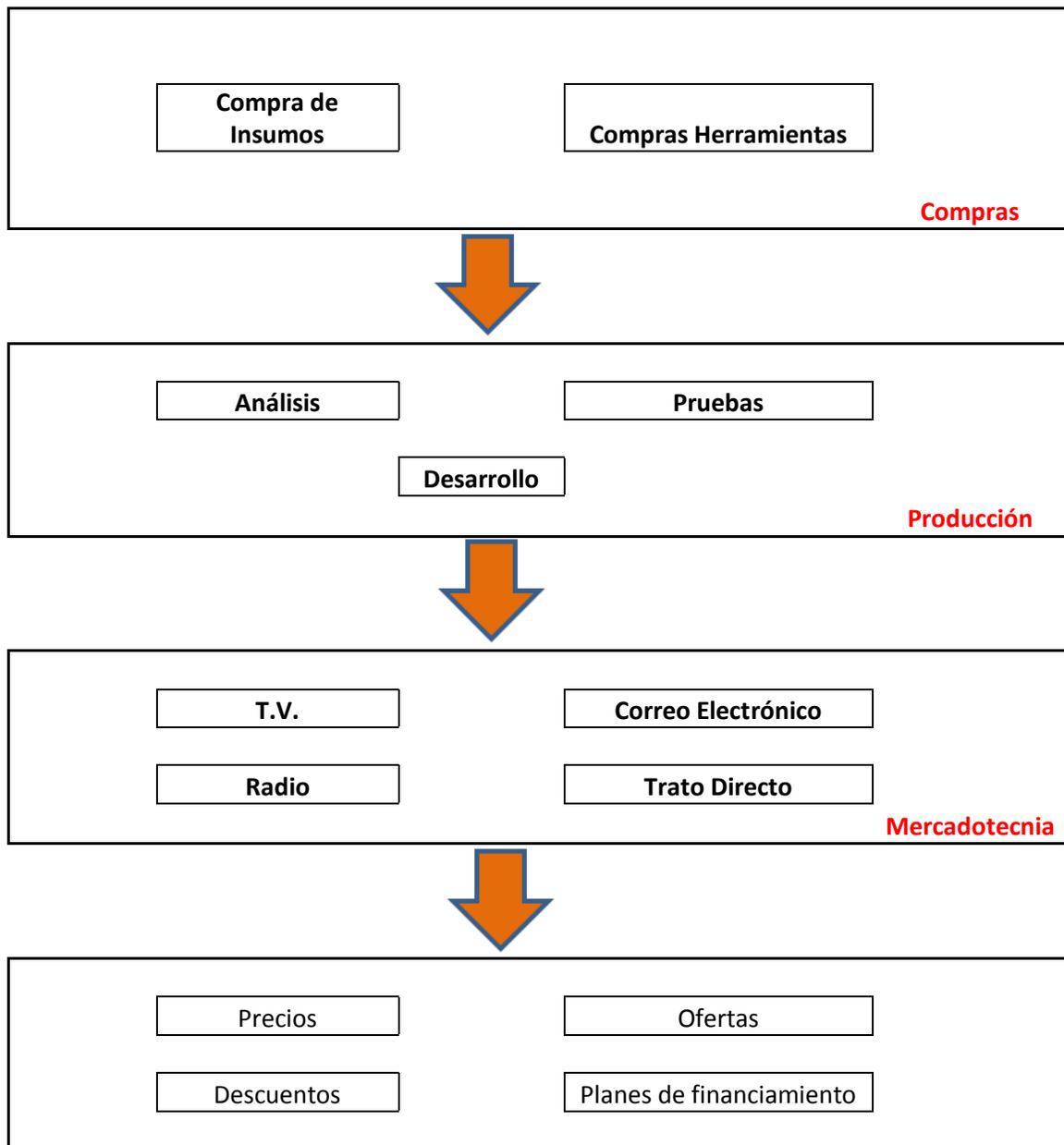
II.2. Descripción del proceso de producción o prestación del servicio.

Los procesos de producción arrancan con la planeación de compras, puesto que en ella se hace el estudio sobre los insumos y herramientas necesarias para el desarrollo de las aplicaciones; después se procede con la fase de producción, esta se encarga específicamente en el desarrollo de los sistemas (análisis, desarrollo y control de calidad); la mercadotecnia es otra de las fases de producción ya que esta nos permitirá llegar de diversas maneras al cliente (tv, radio, correo electrónico), por eso esta fase es crucial para darnos a conocer y colocar el producto en el mercado; ventas es la fase en la que se tiene el contacto con los clientes por los diferentes canales (teléfono, web o

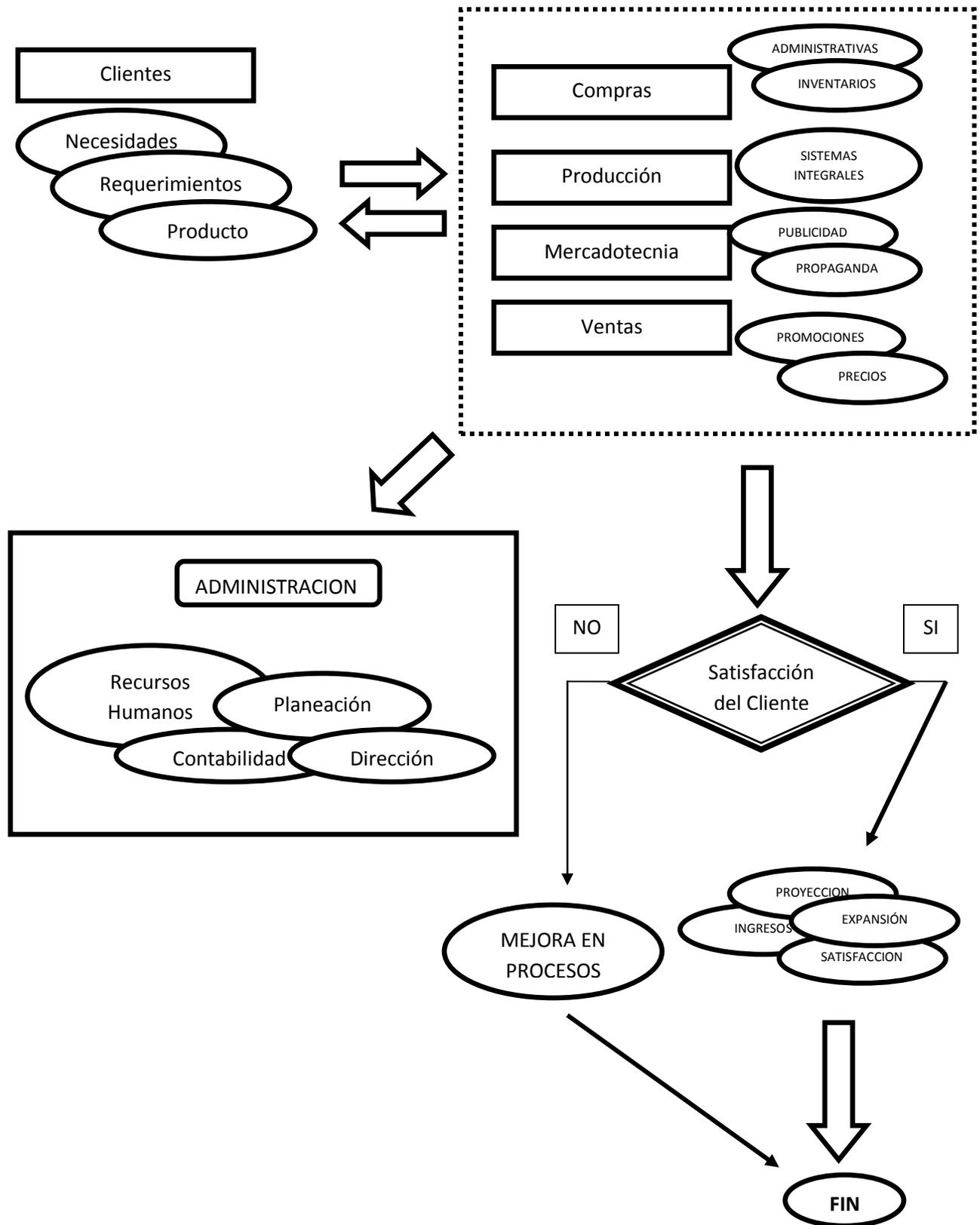
trato directo) y en la cual se establecen los precios, las ofertas, los descuentos y los planes de financiamiento.

III.3 Diagrama de flujo del proceso

Nuestra descripción de producción se representa en el siguiente diagrama, el cual contiene 4 fases esenciales para el funcionamiento de la empresa.

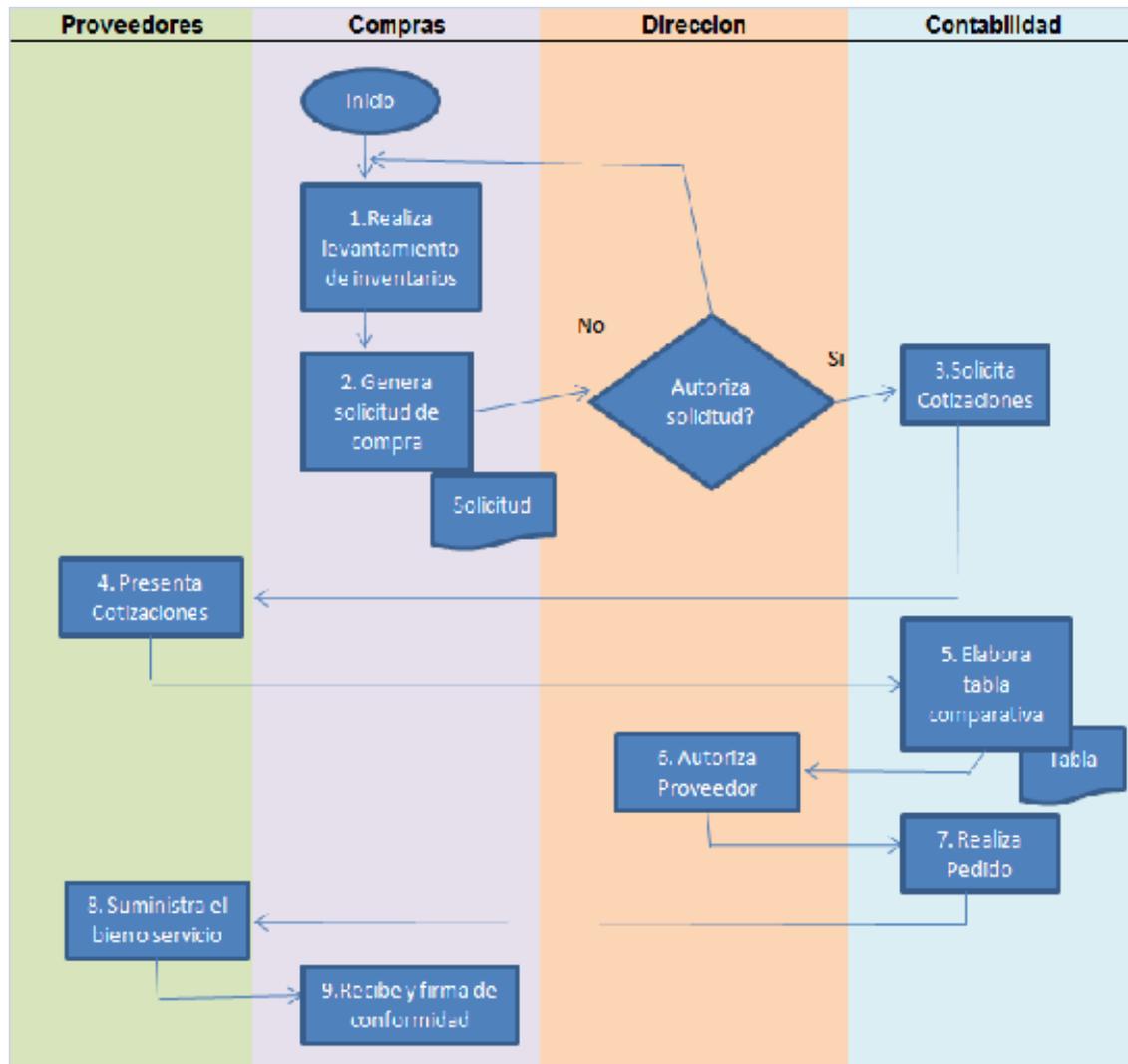


III.3.1 Diagrama de flujo general



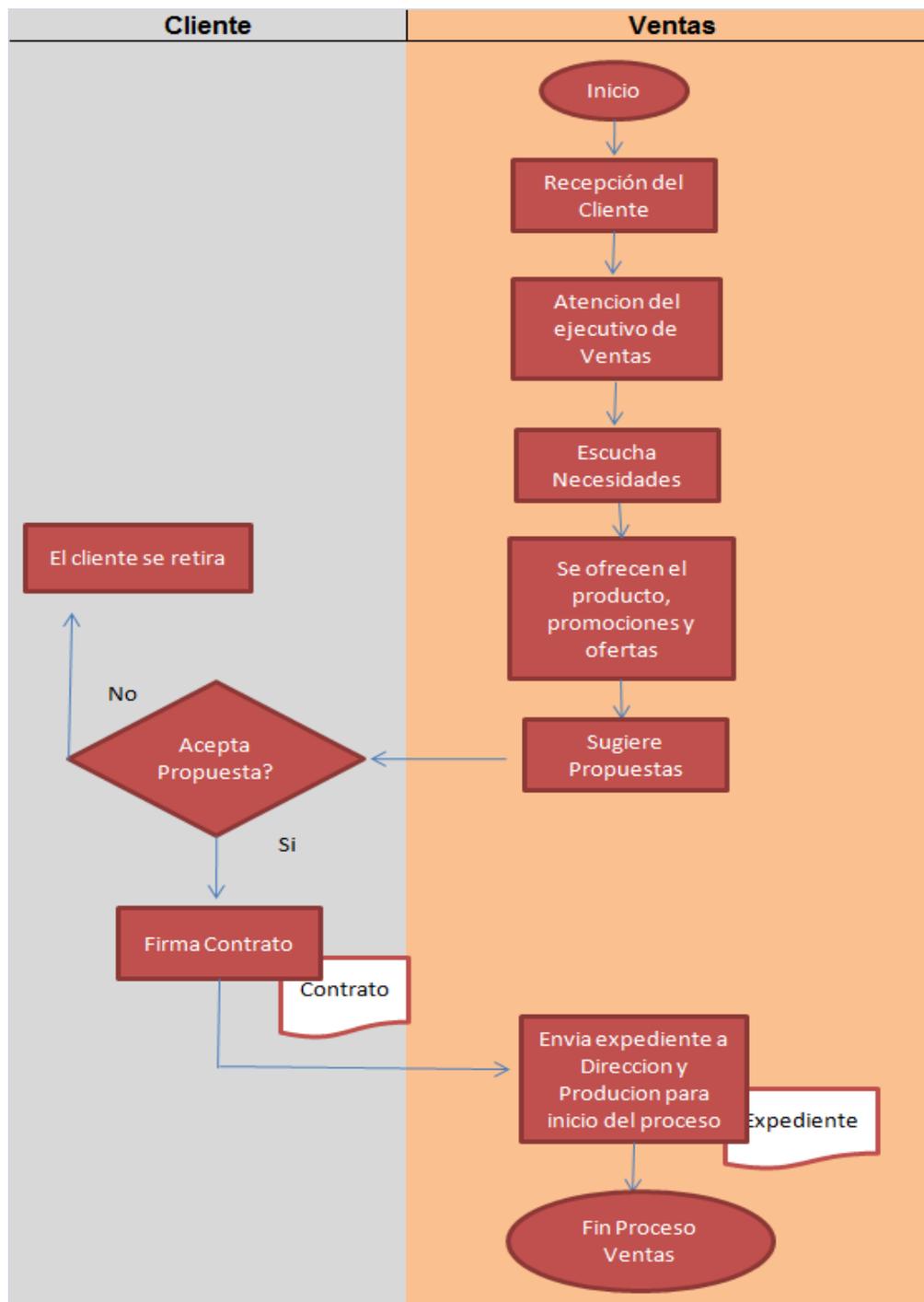
III.3.2 Flujo de Compras

Esta fase está encargada de realizar las compras de insumos, material y herramientas para la empresa, por lo que el levantamiento de inventarios debe ser preciso al momento de realizarse, ya que esta fase se realiza cada fin de mes para abastecer a la empresa de los productos o servicios necesarios para su operación diaria.



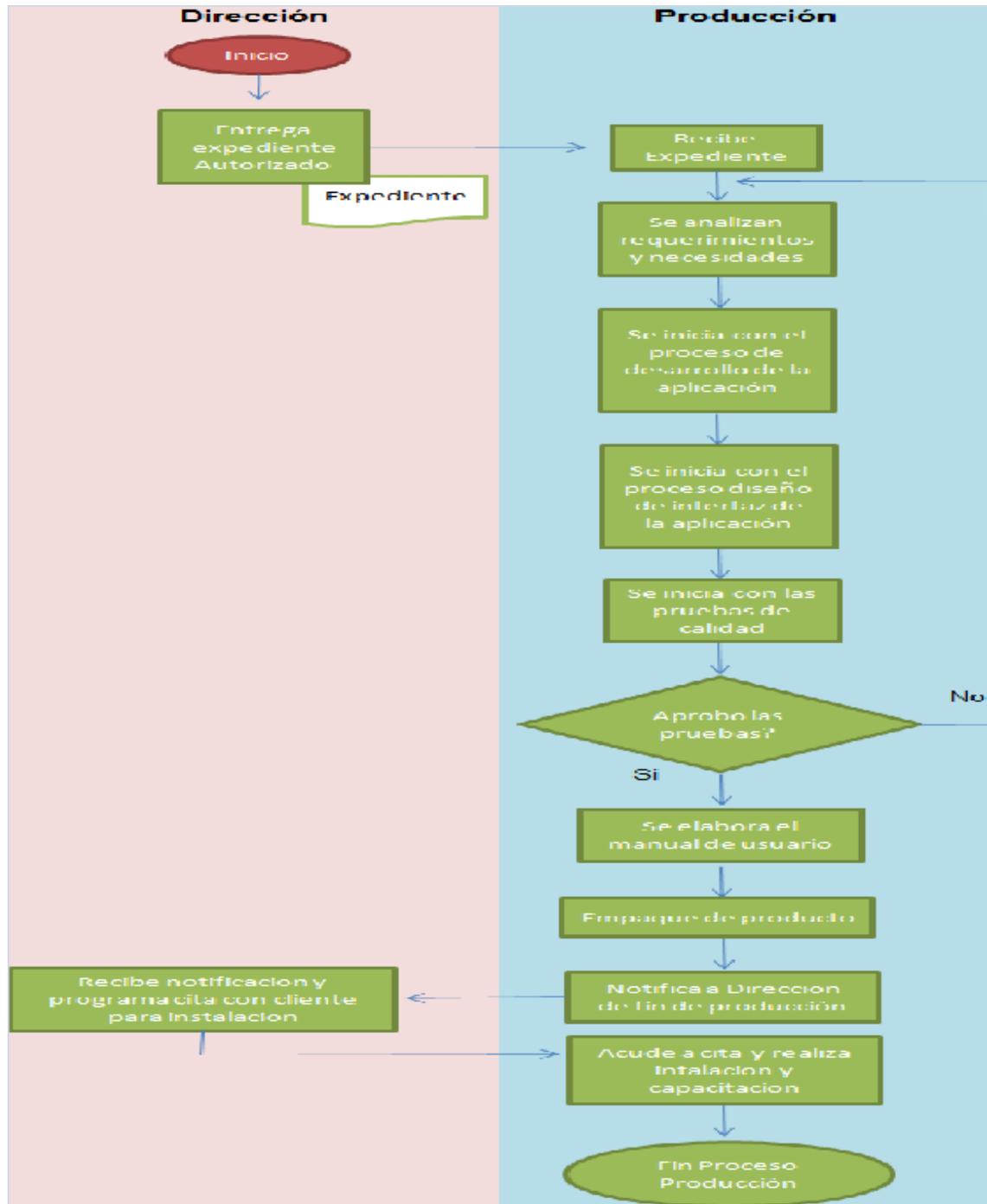
III.3.3 Flujo de Ventas

Las ventas incurren en la atención directa del cliente, este proceso se encargara de convencer al cliente de la compra del producto mostrándole las ofertas y promociones disponibles hasta llegar a la firma del contrato de servicios.



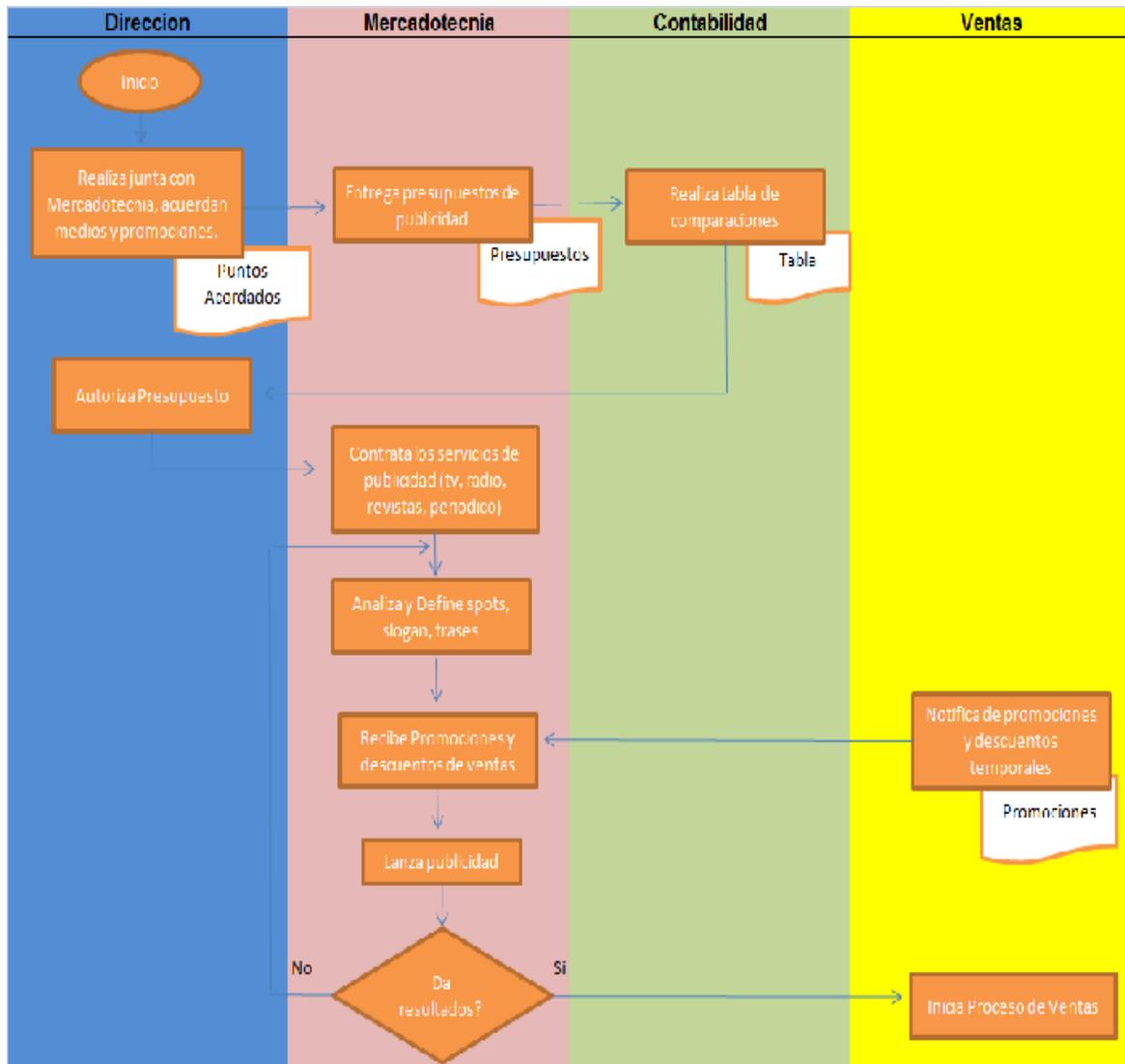
III.3.4 Flujo de Producción

Fase encargada de toda la producción de la empresa, recibirá un expediente autorizado el cual señala la firma de contrato de servicios para poder iniciar con operaciones de producción, este proceso deberá pasar por las pruebas de calidad antes de la entrega al cliente.



III.3.5 Flujo de Mercadotecnia

Esta etapa es fundamental para la atracción de clientes, significa encontrar los medios ideales para darnos a conocer nuestros productos, servicios y promociones ya que esto influirá en el éxito y prolongación de la empresa en el mercado.



III.4. Características de la tecnología

Somos una empresa que se dedica a la creación de sistemas integrales, en base a eso la tecnología que se requiere para esa producción debe ser de punta, se requiere de equipo específico para desarrollar software compatible con futuras plataformas o paqueterías existentes actualmente. Además de que también se requieren los periféricos y adecuaciones ideales para complementar el equipo tecnológico con los que contara la empresa.

También se requiere de las contrataciones de servicios como lo es el servicio de internet y telefonía. Ver cotizaciones en la tabla 7.

Tabla 7 Servicios de Internet y Telefonía

Descripción paquete Telnor Negocio:
<ul style="list-style-type: none">• Minutos de Larga Distancia Nacional ilimitados• Llamadas locales ilimitadas• Infinitum 2 ó 4 Mbps• Renta Básica de la Línea Comercial• Todos los Servicios Digitales *• Tarifas Preferenciales uno desde EUA \$ 1,10 el minuto• Módem inalámbrico sin costo para nuevos clientes Infinitum
Desde \$ 1,433.85 MN, IVA incluido.

A continuación se describen en la tabla 8 los equipos y herramientas necesarias para las operaciones de la empresa.

Tabla 8. Equipo requerido para la empresa

Cantidad	Equipo	Características	Uso	Precio
4	HP PAVILION DESKTOP MS210 	Windows® 7 Home Basic Original Procesador AMD Athlon™ X2 3250e 1,5 GHz, 1 MB, 2000 MT/s Memoria 4 GB (2 x 2 GB) Interfaz de red Ethernet 10/100 BaseT Pantalla con tecnología HP BrightView de 18,5" Teclado estándar USB	Producción (3) Contabilidad (1)	\$ 10,999.00 m.n.
2	HP PROBOOK 4310S NOTEBOOK 	Windows® XP Professional Procesador Intel® Core™2 Duo P8700 Unidad DVD+/-RW SuperMulti DL LightScribe SATA o unidad Blu-ray ROM DVD+/-RW SuperMulti DL LightScribe SATA LED HD antirreflejo de 13,3" (resolución de 1366 x 768) o LED HD con tecnología BrightView de 13,3" (resolución de 1366 x 768), cámara web de 2 MP integrada Unidad de disco duro SATA de 500 GB	Dirección Ventas	\$7,418.00 M.N.
1	MULTIFUNCIONAL LASERJET M131 	Resolución de impresión 600 X 1200 DPI Resolución de escaneo 600 X 600 DPI 19 PAGINAS POR MINUTO		\$ 3,999.00 M.N.
1	OFFICE 2007 HOGAR Y ESTUDIANTES 	LICENCIA	TODOS LOS EQUIPOS	\$ 1,499.00 M.N.
1	NORTON ANTIVIRUS 2010 	LICENCIA	TODOS LOS EQUIPOS	\$ 999.00 M.N.
1	ADOBE FLASH PROFESIONAL 	LICENCIA	EQUIPOS DE PRODUCCIÓN	\$9,087.00 M.N.
1	MICROSOFT VISUAL BASIC 6.0 	LICENCIA	EQUIPOS DE PRODUCCIÓN	\$ 5,200.00 M.N.

III.5. Equipo e Instalaciones

El siguiente equipo es parte de las necesidades de la empresa para sus operaciones diarias. Ver tabla 9.

Tabla 9. Equipo Mobiliario

Cantidad	Equipo	Descripción	Área	Precio x Unidad
3	 <p>Centro de Trabajo Capri</p>	<p>Color Cerezo</p> <p>Alto 75 cm</p> <p>Ancho 135 cm</p> <p>Profundidad 151 cm</p>	<p>Dirección</p> <p>Contabilidad</p> <p>Ventas</p>	\$ 3,099.00 M.N.
3	 <p>Escritorio con Porta CPU</p>	<p>Color Maple</p> <p>Alto 73 cm</p> <p>Ancho 140 cm</p> <p>Profundidad 70 cm</p>	Producción	\$ 2,299.00 M.N.
8	 <p>Silla Trabajo Malla Boss</p>	<p>Color Negro</p> <p>Base Giratoria</p>	Todas	\$ 899.00 M.N.
1	 <p>Gabinete de Almacenamiento</p>	<p>Color Roble</p> <p>Alto 181 cm</p> <p>Ancho 75 cm</p> <p>Profundidad 40 cm</p>	Dirección	\$ 1,769.00 M.N.
1	 <p>Mesa para Impresora Sauder</p>	<p>Color Cerezo</p> <p>Alto 73 cm</p> <p>Ancho 59 cm</p> <p>Profundidad 40 cm</p>	Producción	\$ 549.00 M.N.

También se requiere de herramientas como la papelería. Ver tabla 10 con elementos de papelería ideales para la empresa.

Tabla 10. Presupuesto Mensual de Papelería.

Artículo son * solo son requeridos en primer mes.

Descripcion	Precio por Unidad	Cantidad	Presupuesto Mensual
Folders Carta Colores C/25	\$59.00	4	\$236.00
Etiqueta File Color C/25	\$27.90	3	\$83.70
Caja Hoja Blanca c/10 rma	\$439.00	1	\$439.00
Paquete de CD C/100	\$123.00	2	\$246.00
Paquete de DVD C/100	\$158.50	2	\$317.00
Pluma Negra Bic Caja/12	\$31.90	1	\$31.90
Pluma Azul Bic Caja	\$31.90	1	\$31.90
Pluma Roja Bic Caja	\$31.90	1	\$31.90
Lápices paquete 5/pzas	\$14.90	3	\$44.70
*Engrapadora	\$79.00	6	\$474.00
*Quitagrapas	\$7.90	6	\$47.40
*Sacapuntas Eléctrico	\$199.00	2	\$398.00
*Portalápices	\$10.90	6	\$65.40
*Tijeras	\$59.00	3	\$177.00
Plumones	\$24.90	6	\$149.40
*Agenda	\$69.80	1	\$69.80
*Calendario	\$51.90	1	\$51.90
Correctores	\$26.50	6	\$159.00
Post-it	\$19.90	6	\$119.40
Clips caja c/100	\$5.90	6	\$35.40
Total	\$1,472.70		\$3,208.80

III.6. Materia Prima

Para esta empresa en base a sus operaciones y requerimientos no necesita de materia prima para la producción de software, dado a que no se necesita material para procesarlo y transformarlo en un producto final.

III.7. Capacidad Instalada

La capacidad instalada dispone de personal estable, administrativo y técnico especializado en el ramo de desarrollo de software.

La empresa va conformada por 3 equipos para el área de producción, 2 equipos dedicados específicamente al desarrollo de código de la aplicación y 1 equipo dedicado al diseño de la interfaz, el video tutorial incluido en el cd de instalación y de la elaboración del manual para el usuario.

En esta área se requiere de 3 personas especializadas en desarrollo y diseño, además que la empresa se preocupa por el crecimiento profesional de los estudiantes, por eso también tendremos a dos colaboradores realizando sus prácticas profesionales, uno en el turno matutino y otro en el vespertino, ambos con un tiempo de servicio de 4 hrs diarias durante 6 meses. Ver tabla 11 de capacidad de producción.

Tabla 11. Capacidad de Producción

Tipo	Cantidad
Clientes atendidos mensualmente	6 Unidades
Total de personal de producción	3 Unidades
Rendimiento mensual de aplicaciones(número de personas)	18 Unidades
Costo promedio de producción por unidad	\$3,000.00 m.n.

III.8. Manejo de Inventarios

Este proceso queda a cargo del área de compras, puesto esa quien se hará cargo de realizar levantamiento de inventarios y de reabastecer los mismos para cada mes.

Para llevar un control ordenado, cualquier inventario es resguardado de manera electrónica, esto quiere decir, que el área deberá crear una base de datos sobre inventarios de cada mes, y una vez teniendo los inventarios requeridos para el mes siguiente se solicita autorización de Dirección para su compra.

El área de producción notificará a Compras cuando se requiera de una nueva paquetería o sustitución de equipo.

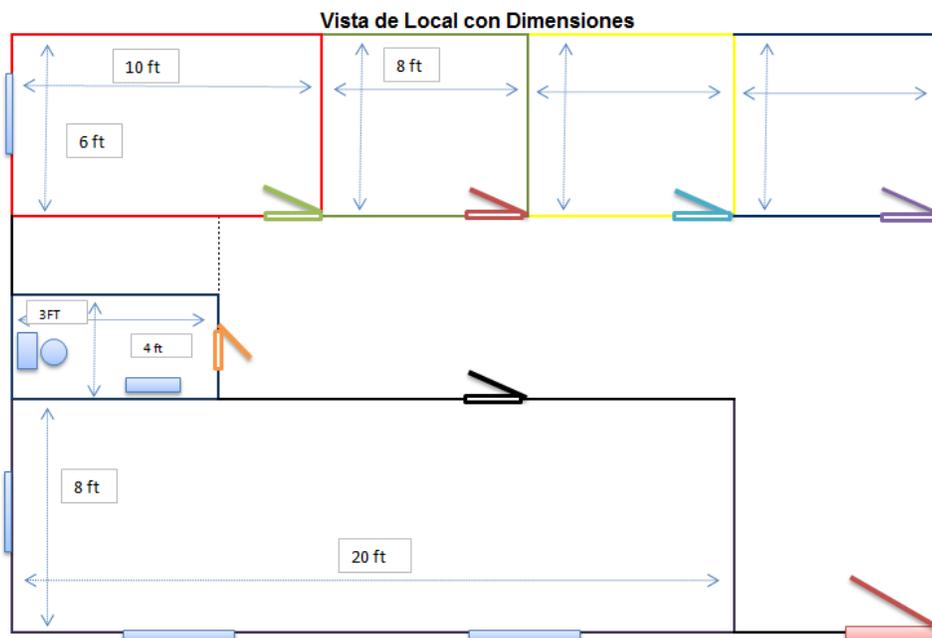
III.9. Ubicación de la empresa

Por las dimensiones del equipo y personal a contratar se requiere de un espacio amplio e ideal para trabajar que sea de bajo costo, como se menciono anteriormente se desea tener una ubicación en una zona residencial, esta zona deseada se encuentra dentro de lo que es la conocida Colonia Nueva ya que está ubicada en zona céntrica además de contar con cercanía de servicios médicos, comerciales y bancarios.

III.10. Diseño y Distribución de la planta y oficina

El diseño de la empresa va adecuada de acuerdo a las dimensiones y el propio diseño del local, es por eso que tendrá que ser adaptada de manera en el que el espacio se optimizado al máximo puesto que será una superficie plana y de una sola planta, además de contar con los servicios básicos luz, agua y teléfono disponibles.

Ver tabla 12, proyecta gastos a realizar para optimizar el espacio laboral.



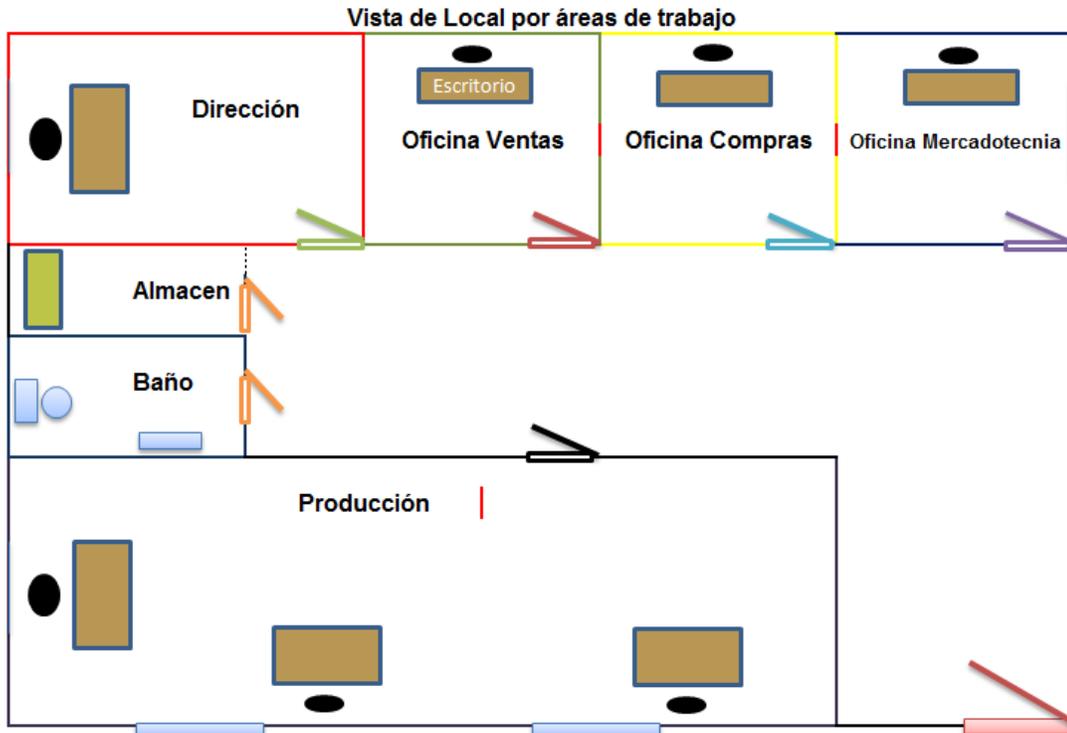


Tabla 12. Costos del edificio M.N..

Renta de local	\$3,000.00
Déposito 3 meses	\$1,500.00
Adecuaciones a edificio	\$10,500.00
Total	\$17,000.00

III.11. Mano de obra requerida

Todo personal requerido debe tener Licenciatura o Ingeniería con titulación comprobable, así como también deberá demostrar dominio y experiencia sobre el ramo que cada profesional ejerce, esto con la finalidad de pertenecer a una empresa que demuestre ética, compromiso y calidad.

III.12. Programa de Producción

Nuestro programa de producción se realiza en base a una calendarización de procesos basándonos en el avance de cada etapa de producción, para ello el personal de producción hace entrega de un cronograma sobre las etapas y

fechas con las que se compromete para la elaboración del software y así evitar conflictos que pudieran surgir durante y después del proceso de desarrollo.

Capítulo 4. Aspectos Organizativos

IV.1. Estructura Organizacional

El organigrama de la empresa está formado por el tipo lineal.

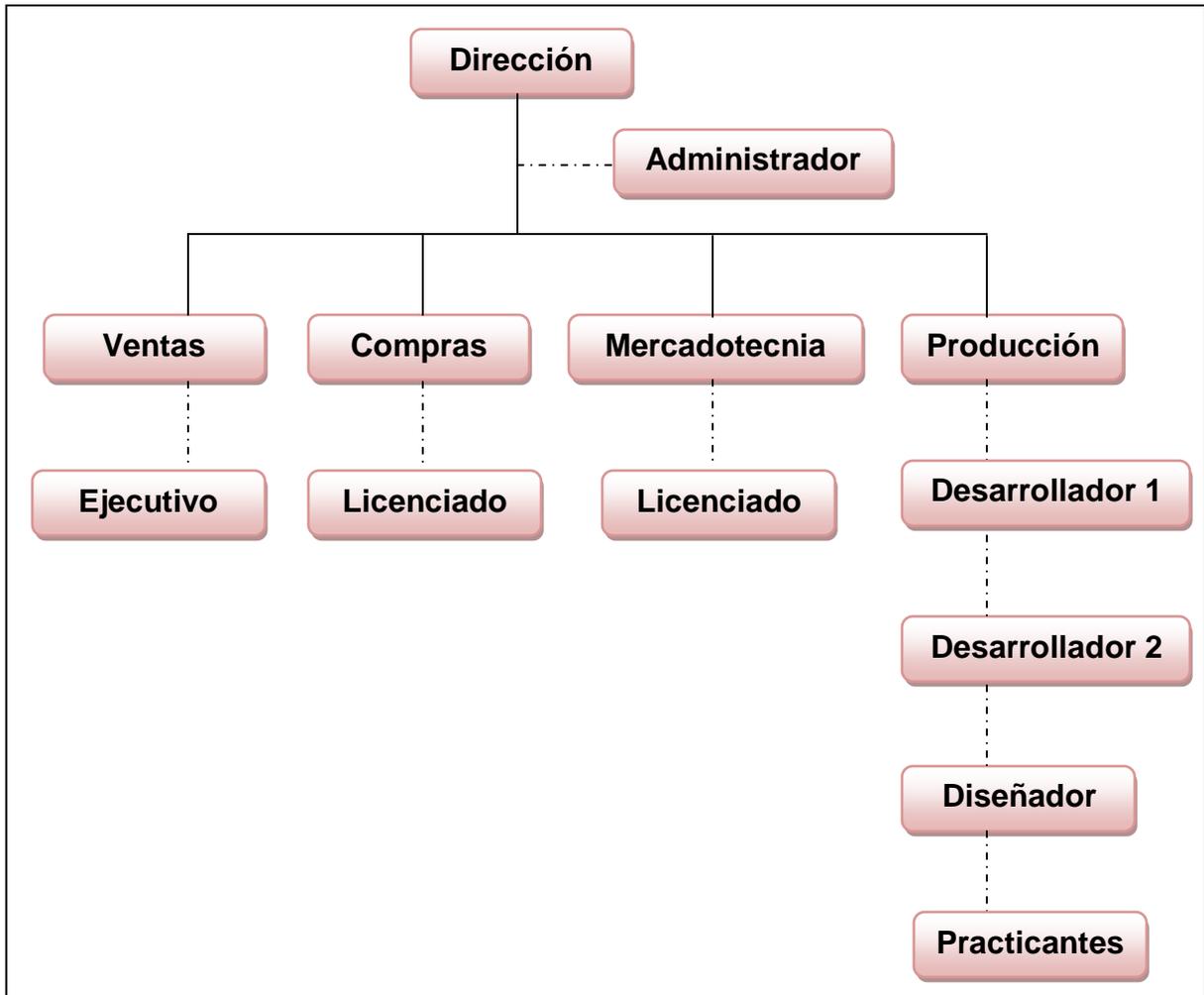


Figura 1. Organigrama

El puesto líder le pertenece al Administrador puesto que en el cae supervisar y coordinar los procesos operativos de la empresa en conjunto con el demás personal, así como también gestiona las operaciones diarias y lleva a el control de las operaciones financieras de la empresa.

IV.2. Funciones específicas por puesto

El administrador, o líder de la empresa está encargado de varias funciones destinadas a la mejora y mantenimiento de la empresa, hacer cumplir la normativa de la empresa, sigue a pie cada estrategia y meta planeada, contrata el personal ideal para cada puesto, lleva el control de la administración fiscal, la contabilidad de la empresa y organiza juntas laborales para mejora de la empresa.

El ejecutivo de ventas maneja el control de clientes, es el único personal que interactúa con el cliente, labora reporte de ventas semanales, mensuales y anuales, se relaciona con personal de producción solo para la entrega de expedientes, presenta información clave al área de mercadotecnia para atraer clientes, presenta al administrador precios, descuentos, promociones y planes de financiamiento para su aprobación. La función principal es el control de capital ingresado por ventas.

En el área de **Compras**, el personal se dedica al control de inventarios, puesto que tendrá que reabastecer a la empresa para su operatividad, realizar las compras de los equipos, instalaciones y herramientas necesarias. Todo egreso de la empresa es analizado en esta área, para después dar autorización por parte del administrador, por otra parte también se encarga del archivar documentos como facturas, pólizas y comprobantes de venta.

El **Licenciado en Mercadotecnia** es el encargado de la publicidad y propaganda de los servicios y productos de la empresa, debe encontrar los medios ideales para llegar a los clientes, proyectando a la empresa como una de las mejores en su ramo, recibe cotizaciones de Ventas para su publicación y presenta presupuestos a Compras para después solicitar su aprobación.

El **personal de producción** es el personal encargado de la elaboración del producto principal de la empresa, se dedican al análisis, diseño, desarrollo e implementación de las aplicaciones, así como también del empaque del

producto y de la capacitación al cliente final, reporta al administrador cuando el proceso de elaboración haya terminado.

IV.3. Capacitación del personal

El tiempo requerido para la capacitación puede reducirse drásticamente con una cuidadosa selección del personal. La mayoría de los trabajadores prefieren un trabajo que les permita ampliar sus conocimientos y experiencia.

La necesidad de capacitación puede manifestarse en: 1) datos de selección de personal; 2) evaluaciones de desempeño; 3) capacidad, conocimientos y experiencia de los trabajadores; 4) introducción de nuevos métodos de trabajo, maquinaria o equipos; 5) planificación para vacantes o ascensos en un futuro y 6) leyes y reglamentos que requieran entrenamiento.

Por ello la empresa contratará los servicios de una empresa dedicada a la capacitación de áreas de interés para el desarrollo de la empresa misma. Una vez terminada la capacitación al personal se realizará una evaluación de los conocimientos y habilidades obtenidas.

IV.4. Desarrollo de Personal

El desarrollo personal de cada empleado mejorará el ambiente laboral, dado que traerá beneficios para la empresa, sin embargo el crecimiento profesional de cada empleado será apoyado, así como también en situaciones no agradables, hechos que al empleado motivará para mejorar su calidad laboral, con esto se garantiza que cada empleado tenga aspiraciones a mejorar su calidad de vida.

IV.5. Administración de sueldos y salarios

A partir de este año el salario mínimo de Mexicali es de \$ 54.80 M.N. diarios, tomando como base el área geográfica, por lo que la empresa pagará al personal por la prestación de sus servicios un monto superior a lo establecido por la ley. Los pagos se realizarán semanalmente cada sábado de la semana y

puede variar en caso de alguna falta no justificada o por no cumplir los objetivos semanales. Además se maneja un bono por producción, el cual depende de la cantidad de producto terminado mensual, esta remuneración es considerada a partir del excedente de las metas mensuales.

A continuación en la tabla 13 se presenta un desglose de pago de nominas.

Tabla 13. Sueldos de empleados sin descuento por impuestos

Tipo de Empleado	Pago x Hora	Hrs. Trabajadas x semana	Total de Percepciones mensualmente
Administrador	\$45.00	47	\$8,460.00
Ejecutivo Ventas	\$45.00	47	\$8,460.00
Licenciado Mercadotecnia	\$45.00	47	\$8,460.00
Licenciado Admon. Empresas	\$45.00	47	\$8,460.00
Desarrollador 1	\$45.00	47	\$8,460.00
Desarrollador 2	\$45.00	47	\$8,460.00
Diseñador Gráfico	\$45.00	47	\$8,460.00

IV.6. Evaluación del desempeño

Para evaluar el desempeño de nuestro personal es necesario aplicar un método de evaluación que se enfoque en cualidades como lo es la personalidad y comportamiento, además de evaluar el potencial de desarrollo. Ver tabla 14.

Tabla 14. Cualidades del personal a evaluar

Conocimiento y dominio del trabajo
Calidad del trabajo
Relaciones con las personas
Estabilidad emotiva
Capacidad de síntesis
Capacidad analítica
Responsabilidad
Trabajo bajo presión

Capacidad de Aprendizaje

Por otra parte también existen indicadores de desempeño para evaluar al personal, con esto se podrán aplicar acciones correctivas o preventivas para mejorar la empresa y poder incentivar y motivar al personal. Ver tabla 15.

Tabla 15. Indicadores de Desempeño

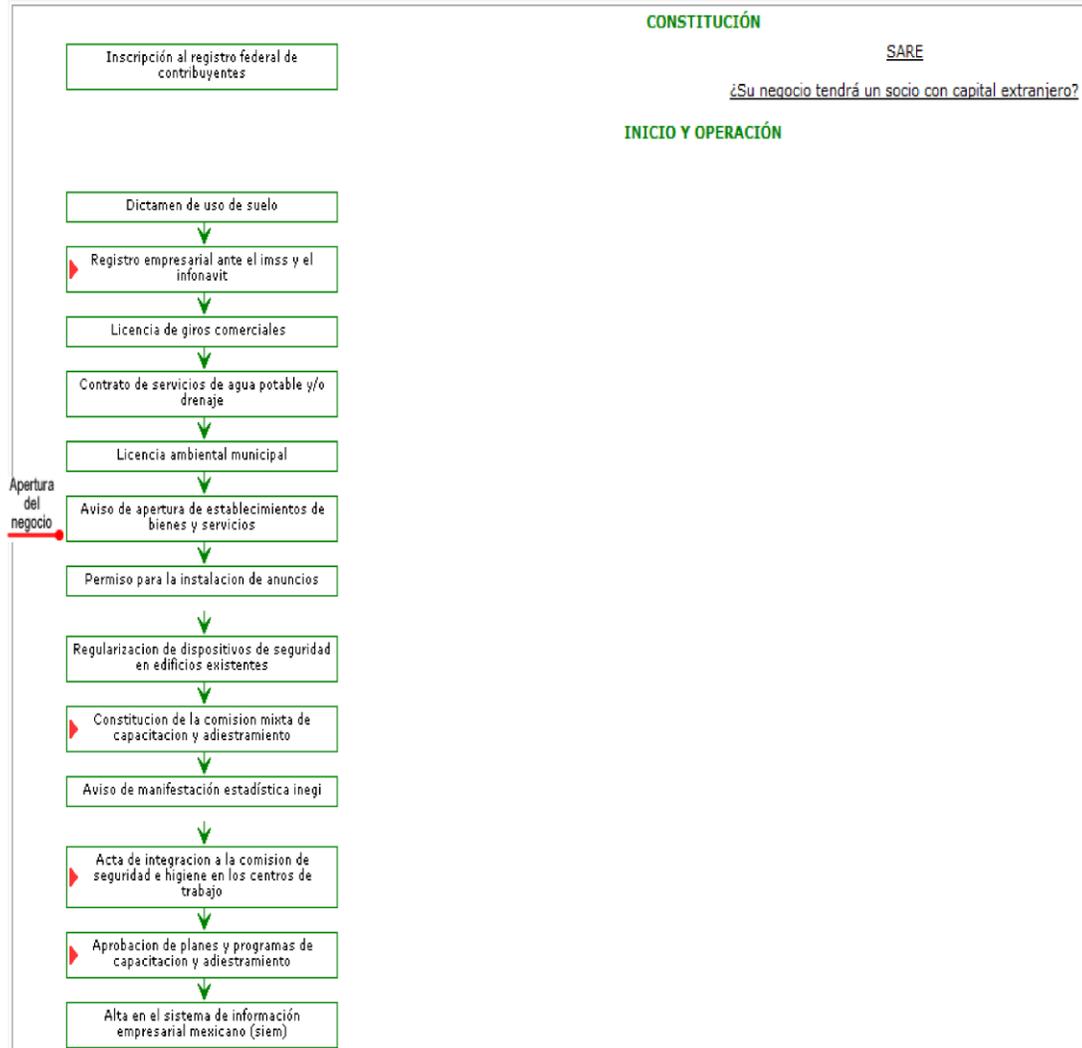
Asistencia
Creatividad
Indice de Accidentes
Ambiente laboral
Limpieza e Higiene
Atención al Cliente

IV.7. Marco Legal de la organización

El marco legal representa los trámites solicitados por el gobierno de la entidad. Se proyecta diagrama de flujo de tramitación, cada uno representa una institución de expedición diferente así mismo de del costo del mismo.

Trámites obligatorios para constituir o iniciar un negocio en:
Mexicali, Baja California

De : 951023 : OTROS, SERVICIOS PROFESIONALES, TECNICOS Y ESPECIALIZADOS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE



En el anexo 3 se describen las características de cada trámite.

Por último, se establecerá un contrato de trabajo entre la empresa y los empleados, para especificar por escrito el acuerdo entre trabajador y empresario, por el que se presten unos servicios bajo la dirección y organización de éste a cambio de una retribución económica. Todo esto fundamentado y sustentado en la ley federal del trabajo vigente en México.

Capitulo V. Aspectos financieros

V.1. Sistema Contable de la empresa

Las labores contables están a cargo del administrador de la empresa, el cual utiliza la aplicación de excel para la interacción y flujo de la información, aplicación que funge como herramienta principal en todas las operaciones financieras y que no permite duplicar esfuerzos.

V.2. Flujo de efectivo

El flujo de efectivo va de la mano relacionado con ventas y compras, en ventas ya que son los ingresos totales a la empresa; y compras puesto que éste realiza los egresos como los costos variables y los costos fijos.

Capítulo VI. Riesgos Críticos

En base a este proyecto se determinan algunos riesgos críticos para la empresa.

1. Permisos

El primer riesgo es no contar con los permisos y trámites oficiales que permitan operar a la empresa de manera legal, esto puede ocasionar multas, sanciones o la propia clausura del negocio.

2. Reclutamiento del personal adecuado para el puesto

Riesgo que debe medirse antes de la contratación, puesto que cada empleado debe mostrar las habilidades y aptitudes adecuadas para el puesto, el no hacerlo implicaría retrasos en operaciones, números rojos y mal ambiente en el área laboral.

3. No acelerar el sistema de precios del producto

El no tener el precio del producto bien definido es un riesgo que para nuestra competencia es una oportunidad, es por eso que durante la fijación de precios se debe realizar un análisis de los costos de producción para determinar precios competitivos.

4. No proveer a la empresa de relaciones públicas

Las relaciones públicas tanto como para la empresa, como para uno como persona es de suma importancia, ya que es un medio de comunicación en el cual se habla de lo que eres y lo eficiente que eres, lo mismo es como empresa puesto que estas referencias pueden ayudar a posicionarnos pronto en el mercado e incrementar ventas.

5. Falta de comunicación interna

Otro riesgo crítico es la falta de comunicación entre el personal de la empresa, si los miembros de los procesos no se encuentran coordinados es difícil la entrega de resultados, esto puede resolverse a través de juntas semanales en la cual puedan exponerse los puntos de vista del personal.

6. Mejora continua

Existen empresas que en todos sus procesos tradicionales no buscan la mejora continua, este riesgo es muy común, dado que implica una inversión, sin embargo en nuestra empresa la mejora continua es una necesidad para seguir estando a la par con el crecimiento tecnológico.

7. La visión de la empresa

Riesgo que en muchas empresas existe, no tener claro hacia donde queremos que llegue nuestra empresa limita el crecimiento de la misma, para ello debemos analizar hasta donde queremos llegar, cuál será la guía que seguiremos para tener resultados deseados.

8. Crisis Económica

Actualmente pasamos por una crisis mundial, en el que muchas empresas han quebrado, esto debido a las relaciones comerciales que existen, este riesgo es sin duda uno de los más importantes ya que por esta causa muchos de los posibles clientes se reservan en la inversión y que, por este momento lo prefieran para no tener problemas económicos después.

Sin duda pueden surgir más riesgos críticos, puesto que dentro de la empresa en cada área existen riesgos, simplemente se trata de contrarrestar esos riesgos para que no afecten a la empresa, y un método puede ser el tener paciencia, tolerancia y persistencia, esto nos llevará a dar resultados.

Capítulo VII. Aspectos legales de implementación y operación

VII. 1. Definición del régimen constitución de la empresa

La razón social se establecerá inicialmente como persona física con actividad empresarial y régimen intermedio, ya que se estima que las ventas durante el primer año no sobrepasen los \$4, 000,000.00 de pesos (SAT, 2009).

Por otra parte se planea también inscribir a la empresa en el Registro Nacional de Instituciones y Empresas Científicas Tecnológicas (RENIECYT), esto con el fin de participar en las convocatorias para otorgar apoyos económicos por parte de la CONACYT, la cual se basa en varios puntos a destacar (Ver anexo 4 Convocatoria RENIECYT), y así recibir un ingreso más que apoye nuestro crecimiento (CONACYT, 2009).

En cuanto al personal laboral de la empresa, estos deberán estar registrados ante el IMSS y con su respectivo contrato laboral.

VII.2. Trámites de apertura

Baja California cuenta ya con nuevos procesos para la apertura negocios de manera más rápida, a través del portal www.bajacalifornia.gob.mx, en el cual se agiliza la tramitación de apertura, ver tabla 16.

Tabla 16. Trámites de apertura de negocios

Trámite	Dependencia
1. Contrato de arrendamiento	Propieario
2. Dictámen de uso de suelo	Secretaría de Obras Públicas
3. Registro empresarial ante el IMSS e INFONAVIT	IMSS
4. Licencia de Giros Comerciales	Recaudación de Rentas del Edo.
5. Contrato de Servicios de Agua Potable	CESPM
6. Licencia Ambiental Municipal	Dirección de Ecología Municipal
7. Aviso de apertura de establecimientos de bienes y servicios	Recaudación de Rentas del Edo.
8. Instalación de anuncios permanentes	Dpto. Control Urbano
9. Regularización de dispositivos de seguridad	Dir. Bomberos y Protección Civil
10. Constitución de la comisión mixta de capacitación y adiestramiento	Sría. Del Trabajo y Prevención Social
11. Aviso de Manifestación estadística INEGI	INEGI

12. Acta de integración a la comisión de seguridad e higiene a los centros de trabajo	Sría. Del Trabajo y Prevención Social
13. Aprobación de planes y programas de capacitación y adiestramiento	Sría. Del Trabajo y Prevención Social
14. Alta en el Sistema de Información Empresarial Mexicano	SIEM
15. Contrato de energía eléctrica	CFE
16. Contrato de servicio de telefonía e Internet	TELNOR

VII.3. Trámites Fiscales

Existen dos trámites fiscales, uno es federal y el otro es estatal y son obligatorios para poder operar una empresa de cualquier giro en el estado de Baja California, Ver tabla 17.

Tabla 17. Trámites Fiscales

Trámite	Dependencia
1. Inscripción al Registro Federal de Contribuyentes	SHCP
2. Aviso de Inscripción al Padrón de Contribuyentes del Estado	Secretaría de Planeación y Finanzas

VII.4. Trámites laborales

Para iniciar operaciones con personal, se deben efectuar algunos trámites legales, para asegurar a los trabajadores y el cumplimiento del contrato laboral, ver tabla 18.

Tabla 18. Trámites laborales

Trámite	Dependencia
1. Registro Patronal Único	IMSS
2. Altas de seguro del primer trabajador	IMSS
3. Contrato de Trabajo	Despacho Jurídico

VII.5. Trámites de la Salud

Como toda empresa también se requiere trámites para salvaguardar la salud e higiene dentro de la empresa, por ello se requieren de permisos especiales para operar de manera adecuada, ver tabla 19.

Tabla 19. Trámites de Salud

Trámite	Dependencia
1. Licencia Ambiental	Dirección de Ecología Municipal
2. Aviso de Funcionamiento	Secretaría de Salud

En el anexo 5 se muestran algunos formatos de los trámites citados anteriormente.

VIII. Estudio de Factibilidad

El estudio realizado nos refleja un proyecto que es factible puesto que al producir 14 unidades mensuales empiezan a surgir las utilidades, las cantidades manejadas se basan en presupuestos investigados para este proyecto por lo cual los costos fijos se basan en la suma de los sueldos mensuales del personal más impuestos y el pago de la renta mensual del local, los costos variables dependerán del consumo de los servicios como agua, luz y teléfono, a demás de la papelería necesaria.

En la tabla 21 se muestran las cifras para generar utilidades.

Tabla 21. Punto de Equilibrio

Unidades	Ventas	Costos Totales	Utilidades	Costos Fijos
0	\$ -	\$35.000,00	-\$ 35.000,00	\$35.000,00
10	\$ 30.000,00	\$38.500,00	-\$ 8.500,00	\$35.000,00
20	\$ 60.000,00	\$42.000,00	\$ 18.000,00	\$35.000,00
30	\$ 90.000,00	\$45.500,00	\$ 44.500,00	\$35.000,00
40	\$ 120.000,00	\$49.000,00	\$ 71.000,00	\$35.000,00
50	\$ 150.000,00	\$52.500,00	\$ 97.500,00	\$35.000,00
60	\$ 180.000,00	\$56.000,00	\$ 124.000,00	\$35.000,00
70	\$ 210.000,00	\$59.500,00	\$ 150.500,00	\$35.000,00
80	\$ 240.000,00	\$63.000,00	\$ 177.000,00	\$35.000,00
90	\$ 270.000,00	\$66.500,00	\$ 203.500,00	\$35.000,00

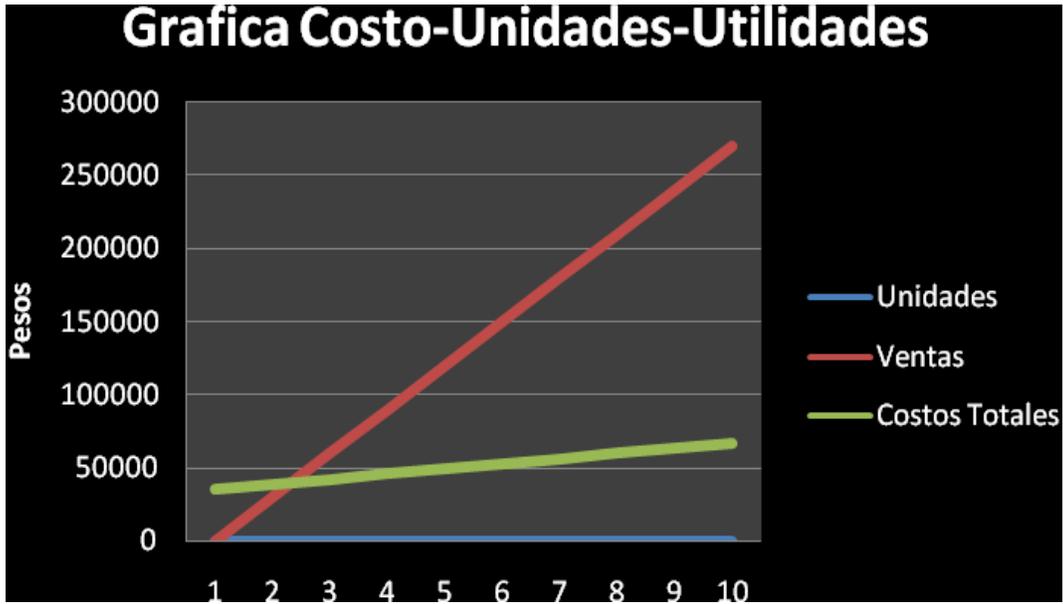


Figura 2 . Punto de equilibrio

IX. Análisis FODA

El siguiente análisis fue elaborado mediante una matriz, el cual determina en cada cuadrante el tipo de estrategias en las que la empresa puede emplear para subsistir en el mercado, analizando las oportunidades y amenazas como factores externos, y las fortalezas y debilidades como factores internos, ver tabla 21.

Tabla 21. Matriz FODA

Servicios Integrales Medisoft	FUERZAS - F	DEBILIDADES - D
	1.- Contamos con Planeación Estratégica que nos permitirá determinar a dónde queremos llegar.	1.- Estamos en proceso de arranque
	2.- Las decisiones se toman en función de datos y el análisis de los mismos	2.- Nuevos en el mercado
	3.- Personal altamente competitivo	3.- No contar con cartera de clientes
	4.- Grupo Multidisciplinario	4.- Problemas con la calidad de Medisoft
	5.- Los asociados cuentan con nivel académico de Posgrado	5.- Falta de conocimiento de las necesidades de los clientes
	6.- Utilización del comercio electrónico y mercadotecnia digital	6.- Poca experiencia en el desarrollo de software
	7.- Características especiales y únicas de Medisoft.	7.- Producción de Medisoft costosa
	8.- Producción de Medisoft en base a paquetes por área medica.	
	9.-Trato directo con el cliente por ser empresa local	
10.- Publicidad y difusión de Medisoft.		
OPORTUNIDADES - O	ESTRATEGIAS FO - OFENSIVAS	ESTRATEGIAS DO - ADAPTATIVAS
1.- En todas las líneas de negocio, el Mercado está en Crecimiento	1.- Acudir a las asociaciones médicas ofreciendo el producto con el 20% de descuento por introducción a los primeros 100 compradores (F1,F8,F9,O3)	1.- Solicitar financiamiento a gobierno para mantener gastos de operación (D1,D3,D7,O2)
2.- Existen fuentes de financiamiento externo	2.- Llegar al 80% del mercado ofreciendo el producto en un tiempo no mayor a 2 semanas(F1,F6,F10,O5)	2.- Contactar a un grupo de representantes médicos que promueva y venda el producto rápido en el mercado (D2,D3,O6)
3.- Mercado virgen para Medisoft	3.- Acudir a escuelas de Medicina para promover el producto, para adquirir futuros clientes (F1,F10,O1)	3.- Prestar versiones BETA a doctores de confianza para la aprobación del producto(D4,O5)
4.- Competencia local poco agresiva	4.- Participar en convenciones y/o exposiciones medicas, promoviendo a Medisoft como una herramienta de apoyo y de calidad(F1,F7,O9)	4.- Contratar un servicio de capacitación para el personal (D6,D7,O3,O10)
5.- Necesidad del cliente para llevar un mejor control sobre su consultorio	5.- Incrementar la producción de Medisoft e iniciar producción en aplicaciones de líneas de negocios diferentes (F1,F8,O4,O10)	5.- Promover Medisoft por medios electrónicos (D2,D3,O7,O8)
6.- Capacidad económica de los doctores	6.- Abrir nuevas sucursales en diferentes puntos geográficos (F1,F10,O2,O3)	6.- Implementar sistema PDA para promocionar Medisoft(D2,O7)
7.- Hay tendencia para adoptar aplicaciones móviles		
8.- Crecimiento en la adopción del comercio electrónico en las empresas		
9.-Introducir Medisoft en nuevos		

AMENAZAS - A	ESTRATEGIAS FA - DEFENSIVAS	ESTRATEGIAS DA - DE SUPERVIVENCIA
10.- Migrar a nuevas aplicaciones de diferentes líneas de negocios.		
1.- Al ser nuevos en el mercado la competencia tendrá su mira en nosotros (Guerra de Precios)	1.- Iniciar con precios competitivos (F1,F4,F5,A1)	1.- Asociarme con clientes que tengan peso en el mercado, para poder impulsar a Medisoft(D1,D2,A1,A7)
2.- Negativa de clientes para actualizar procesos	2.- Insistir para convencer al cliente sobre las ventajas de Medisoft (F3,F5,A2,A7)	2.- Revaluar la aplicación de Medisoft para, implementar nuevos updates y adecuaciones que atraigan a los clientes (D3,D5,A2,A10)
3.- Piratería del producto Medisoft	3.- Patentar la aplicación (F1,A3)	3.- Promocionar Medisoft con el 40% de descuento en el precio total, en ventas por volumen (mayor a 20 paquetes)(D2,D3,D7)
4.- Programas de financiamiento que ofrece la competencia	4.- Vender Medisoft a \$13.00 pesos por dólar, no importando la devaluación futura del peso (F1,F2,A4,A6)	4.- Cambiar el personal por uno con más capacidad y experiencia (D4,D6,A9,A8)
5.- Latencia en el aumento de impuestos	5.- Inscribir al personal en foros, convenciones, conferencias, seminarios y/o cursos para estar informados sobre los avances de la TICS (F1,F3,A8,A10)	5.- Realizar una nueva investigación del mercado (D5,D7,A7)
6.- Volatilidad del peso frente al dólar	6.- Reducir el precio en un 30% en actualizaciones y/o mantenimiento a los clientes que nos recomienden con nuevos clientes(F1,F7,F8,F10,A7,A1)	
7.- No haya demanda	7.- Implementar un sistema de seguridad para la infraestructura de información (server) para prevenir el correcto funcionamiento de Medisoft(F1,A11)	
8.- No mantenernos actualizados conforme al avance de la tecnología		
9.- Alto crecimiento de profesionistas que ofrezcan el producto a menor costo y con el mismo profesionalismo		
10.- Crecimiento de aplicaciones sencillas al alcance del cliente		
11.- Hackeo		

El primer cuadrante representa tener una empresa ofensiva, esto es como utilizaremos nuestras fortalezas para aprovechar nuestras oportunidades, para ello se desarrollan estrategias para lograr este tipo de negocio, el cual se trata de abaratar al mercado.

Para tener una empresa de tipo adaptativa se requiere de conocer las debilidades propias de la empresa para poder así aprovechar las oportunidades que existen en el mercado, las estrategias que se desarrollan en este tipo de empresa representan el cómo se puede adaptar la empresa ante situaciones como la crisis, el crecimiento tecnológico o la negativa del mercado.

Para nuestro tercer cuadrante las estrategias son meramente defensivas, ya que en este tipo de situación la empresa requiere de fortalezas que puedan dominar ante las amenazas de la empresa, esto quiere decir que se requieren de estrategias que no permita que la empresa deje de competir en el mercado.

El último cuadrante se refiere a una empresa de tipo supervivencia, es en este donde no se debe de estar, puesto que indica cómo aprovecharse de las debilidades de la empresa para poder combatir con las amenazas, las estrategias surgidas en este cuadrante pueden representar la asociación con algún inversionista, bajar los precios hasta el 50% del valor o el cambio de personal laboral.

IX. Conclusiones y Recomendaciones

Para demostrar que la aplicación de un plan de negocios es viable se requiere de aplicar un estudio de mercado y análisis financiero muy detallado; el caso de Medisoft se obtuvo un 98% de confianza en las encuestas aplicadas al mercado, por la parte financiera se demostró que la inversión inicial es elevada, y se requiere de apoyos o seleccionar un crédito a largo plazo, sin embargo, se obtuvo un punto de equilibrio el cual demuestra que, se requiere de producir 13 unidades para generar utilidades.

Las estrategias sugeridas para nuevos productos y/o servicios deben ser meramente ofensivas, de manera tratar de llegar al cliente lo más pronto posible, sea difusión, propaganda, convenciones o trato directo.

Explotar una cartera de clientes cautivos puede impulsar la adquisición de nuevos clientes, esta estrategia se plantea dado a que las referencias o recomendaciones, sobre todo en este rubro, son muy importantes, dado que la comunicación entre la comunidad médica es muy frecuente.

Se plantea que, para la creación de una estructura organizacional ideal, la misión y visión de la empresa debe ser clara y concisa, de manera que el personal adapte la ideología y objetivos de la empresa, además se deben elaborar diagramas de flujo sobre las operaciones de cada puesto, la descripción de todas y cada una de las responsabilidades del puesto.

Se determinó que en México se empieza a dar un auge mayor a las tecnologías de información desde inversiones que el gobierno realiza al sector, hasta inversiones por parte de instituciones como la CONACYT.

El mercado de las TICS a nivel local, aun es virgen, a pesar de las múltiples empresas dedicadas a este rubro, existen áreas y mercados que aún no

incursionan en la nueva era. Por otra parte la facilidad de apoyo financiero público y privado en el sector de tecnologías prometen una motivación mayor para nuevos emprendedores.

La creación de un plan de negocios bien fundamentada puede ser el hincapié para la mejora del mismo o del impulso para innovar con nuevos productos, puesto que la información desarrollada utilizada se puede utilizar como base para ampliar el campo de investigación.

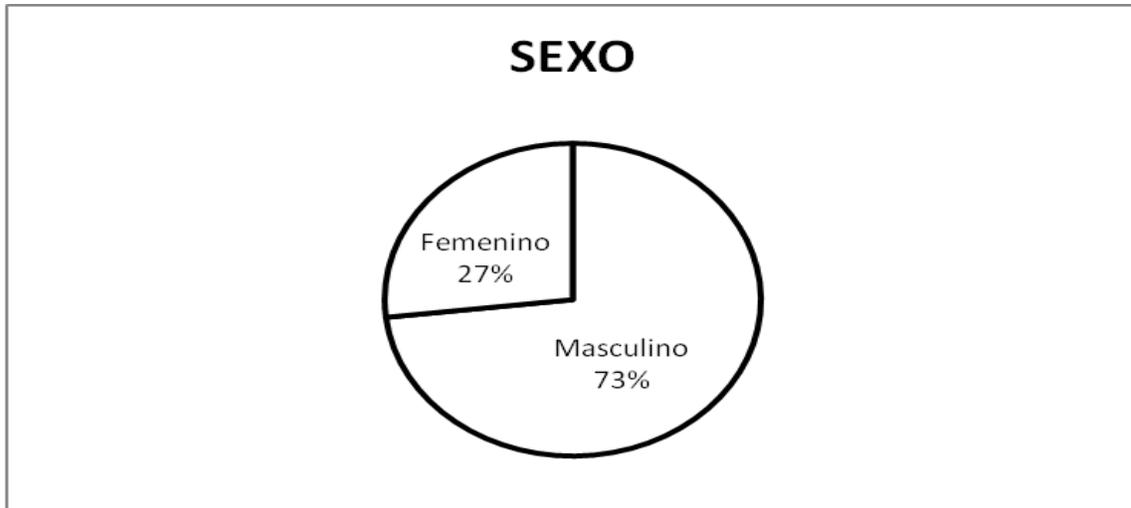
Anexo 1. Encuesta

Universidad Autónoma de Baja California
Facultad de Ciencias Administrativas
Programa de Maestría en Tecnología de la Información y de la Comunicación

Encuesta, Por favor llene la información solicitada.

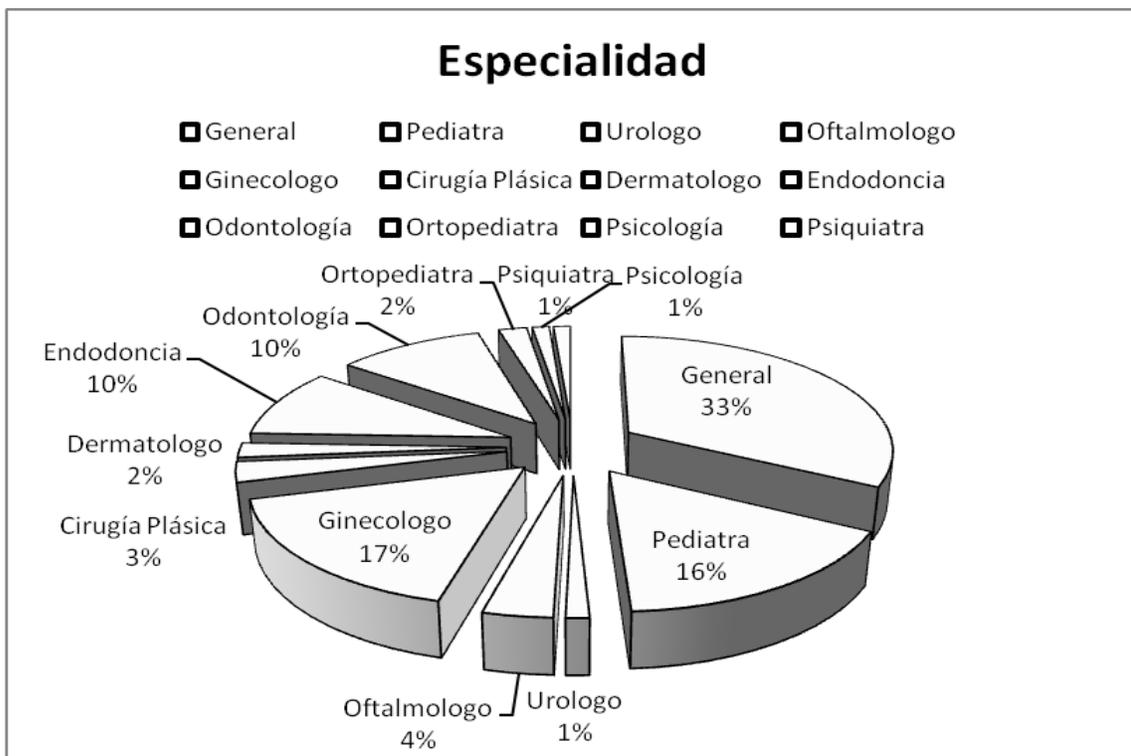
Folio ____ Fecha: _____

Sexo: (M) masculino, (F) femenino



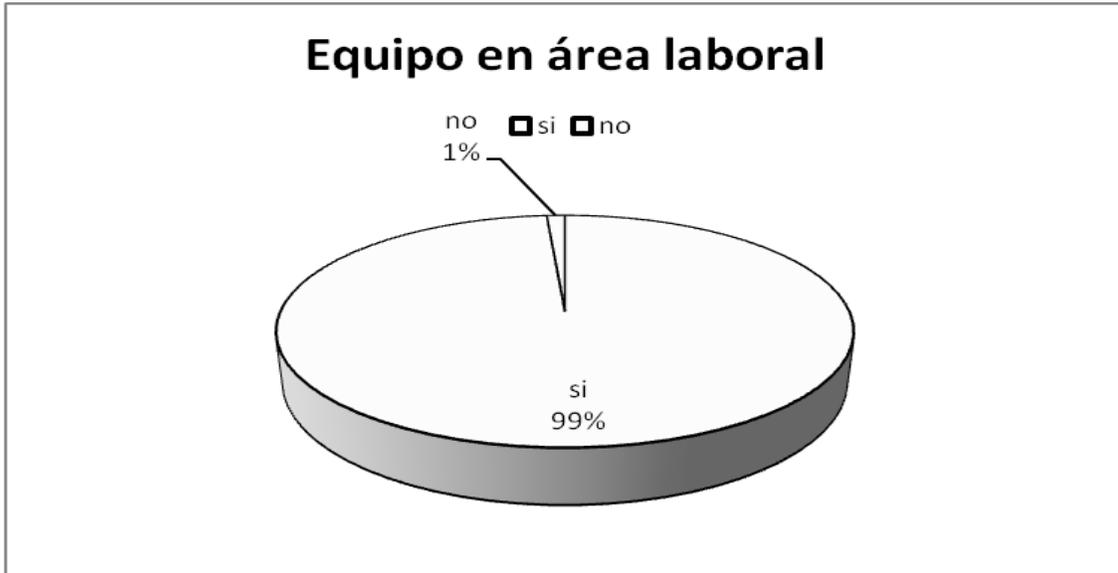
Edad: A) 24 a 27 B) 28 a 31 C) 32 a 35 D) 36 a 39 E) Más de 40

1. ¿Cuál es su especialidad?



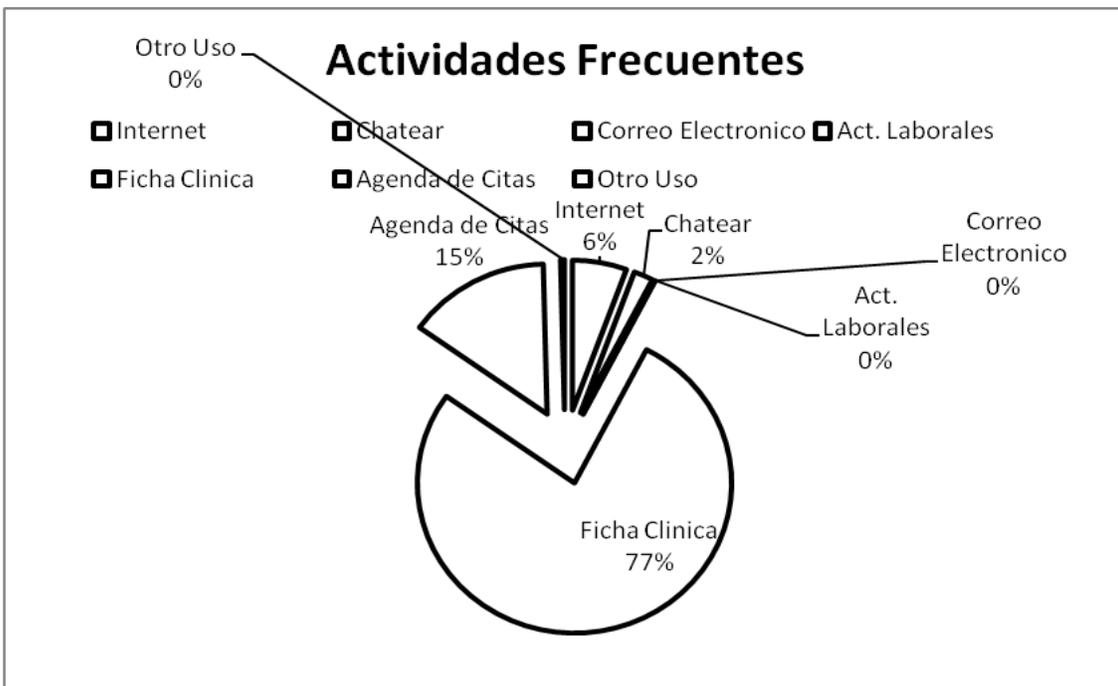
2. En su área laboral/consultorio, cuenta con algún equipo de cómputo?

- a) Si
- b) No



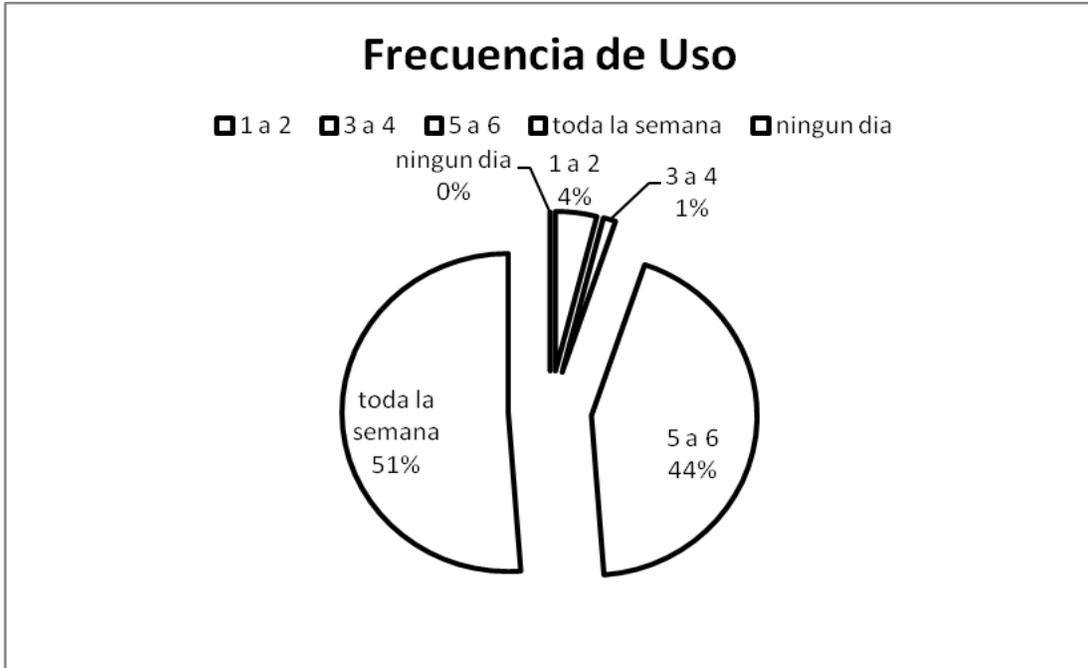
3. Qué tipo de actividades realiza mientras utiliza la computadora? (marque todas las que aplique).

- a) Internet
- b) Chatear
- c) Revisar correo electrónico
- d) Actividades laborales
- e) Ficha Clínica
- f) Control de Citas
- g) Otro uso



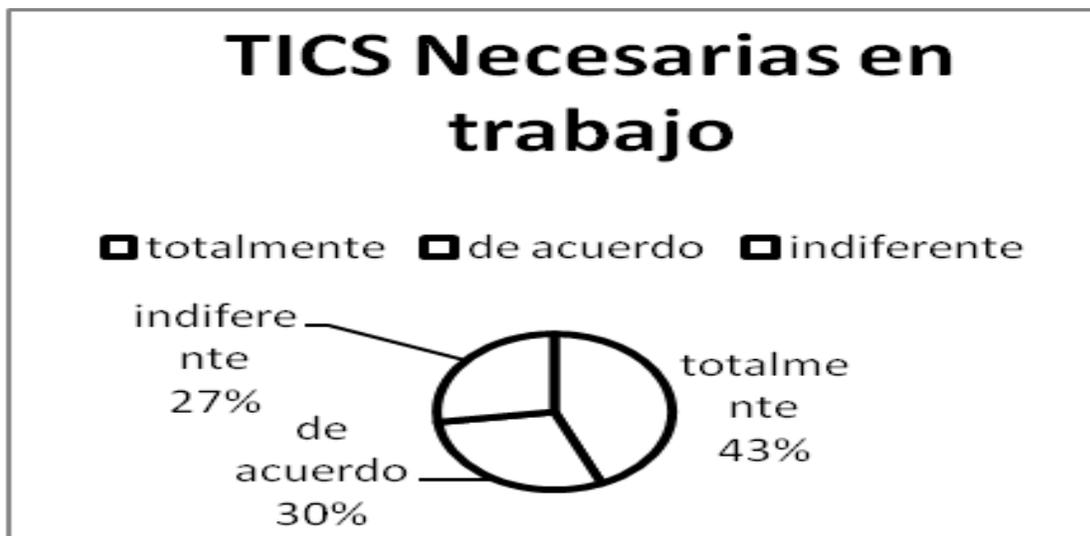
4. ¿Cuál es la frecuencia con la que hace uso de la computadora por semana?

- a) De 1 a 2 días
- b) De 3 a 4 días
- c) De 5 a 6 días
- d) Toda la semana
- e) Ningún día



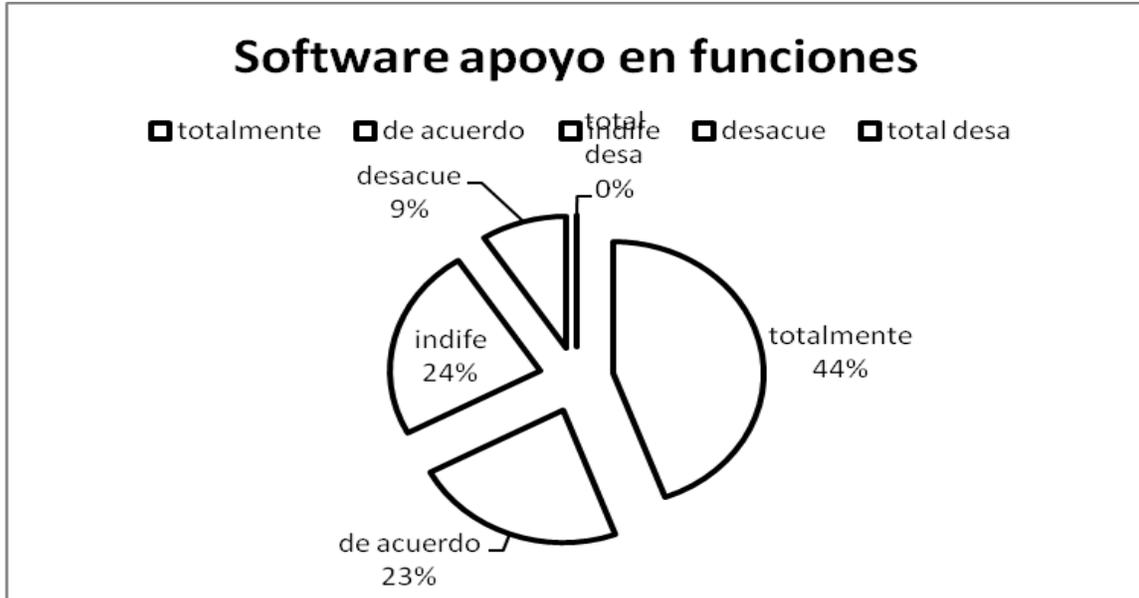
5. ¿Considera usted a las tecnologías de información como herramienta laboral/empresarial?

- a) Totalmente de Acuerdo
- b) De Acuerdo
- c) Indiferente
- d) Desacuerdo
- e) Totalmente Desacuerdo



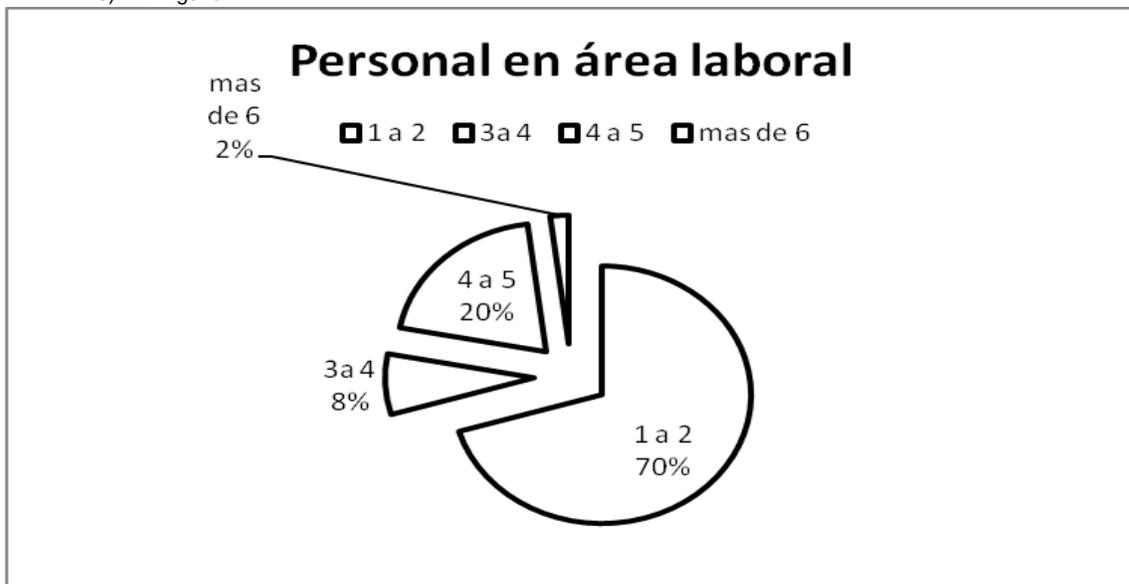
6. ¿Considera usted que una aplicación informática (software) a la medida apoyaría en sus funciones?

- a) Totalmente de Acuerdo
- b) De Acuerdo
- c) Indiferente
- d) Desacuerdo
- e) Totalmente Desacuerdo



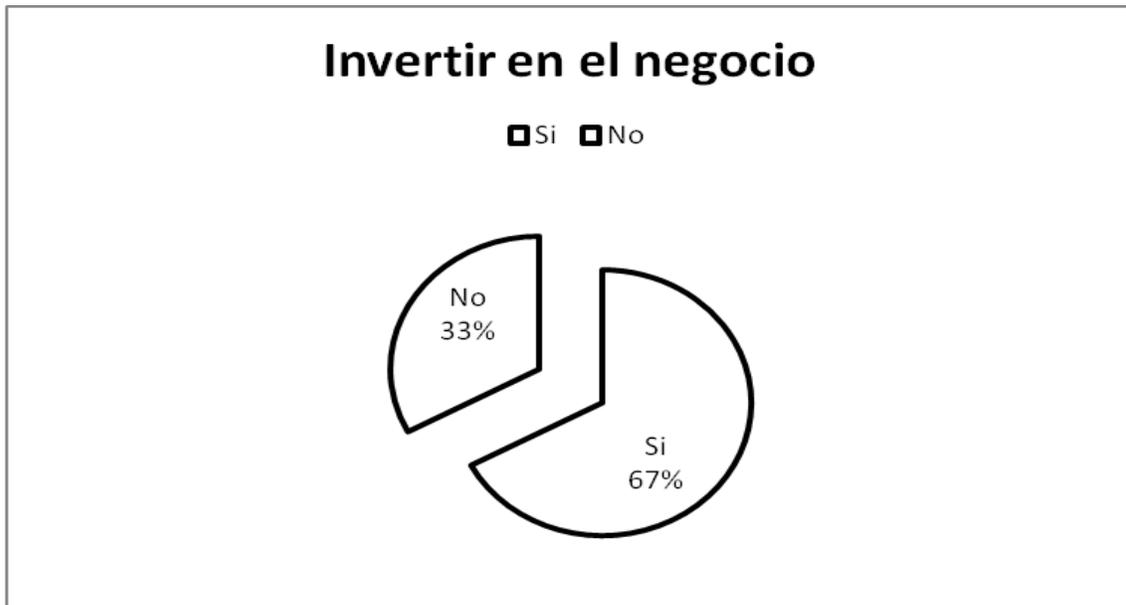
7. ¿Cuántas personas laboran en su consultorio?

- a) 1 a 2 personas
- b) 3 a 5 personas
- c) 5 a 6 personas
- d) Más de 6 personas
- e) Ninguna



8. ¿Invertiría usted en una aplicación que apoye en la gestión de su trabajo?

- a) Si
- b) No



9. ¿Qué tan importante es para usted hacer uso de las tecnologías de información?

- a) Muy importante
- b) Importante
- c) Poco importante
- d) Nada importante

Anexo 3. Descripción a detalle de trámites

En este anexo se presenta información a detalle de cada trámite, desde el lugar donde se puede expedir el trámite hasta el costo por el mismo.

Título :

INSCRIPCION AL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES

Descripción :

Trámite mediante el cual se lleva a cabo la inscripción ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), para efecto de cumplimiento de las obligaciones fiscales correspondientes.

Gestión :

Secretaría de Hacienda y Crédito Público Oficinas de Recaudación de la SHCP Blvd. Benito Juárez N°. 1990, local 19-A, Plaza Universidad, Mexicali, B.C. Tel: (6) 564 10 09 Lunes a Viernes de 9:00 a 15:00 hrs.

Respuesta :

2 a 3 días hábiles.

Vigencia :

Indefinida.

Formato :

R1 y la Solicitud de Cédula de Identificación Fiscal con CURP.

Costo :

Gratuito.

Título :

DICTAMEN DE USO DE SUELO

Descripción :

Documento expedido por la Secretaría de Obras Públicas del Gobierno del Estado, en el cual se autoriza el uso o destino que pretenda darse a los predios.

Título :

REGISTRO EMPRESARIAL ANTE EL IMSS Y EL INFONAVIT

Descripción :

El Patrón deberá registrarse al igual que a sus trabajadores en el régimen obligatorio, cumpliendo con lo establecido en la Ley del Seguro Social, al hacerlo automáticamente quedarán registrados ante el INFONAVIT Y SAR.

Gestión :

Instituto Mexicano del Seguro Social Calzada Aviación N°. 300, Col. Cuauhtémoc, Mexicali, B.C. lada (6) Tel: 555 50 15 y 16 Lunes a Viernes de 9:00 a 15:00 hrs.

Respuesta :

3 días hábiles.

Vigencia :

Indefinida.

Formato :

Aviso de inscripción patronal: AFIL01. Formato de Inscripción de las empresas en el Seguro de Riesgo de Trabajo: SSRT01003. Aviso de alta de cada uno de los trabajadores: AFIL02.

Costo :

Gratuito.

Título :

LICENCIA DE GIROS COMERCIALES

Descripción :

Cumplir con la obligación de inscribirse en el padrón de contribuyentes.

Gestión :

Recaudación Auxiliar de Rentas en San Felipe, en Av.Mar Cortéz y Calle Manzanillo s/n Zona Centro teléfono (01) (65) 77-10-65 de lunes a viernes (de 8:00 a 15:00 hrs. y los sábados de 9:00 a 13:00 hrs.)

Respuesta :

Inmediata de 5 a 10 minutos.

Vigencia :

Indefinida.

Formato :

Aviso de Inscripción o Cambios al Registro Estatal de Causantes.

Costo :

Gratuito.

Título :**LICENCIA AMBIENTAL MUNICIPAL****Descripción :**

Realizar la Evaluación Ambiental a los Proyectos de Operación y Construcción de Comercios y Servicios.

Gestión :

Dirección de Ecología Municipal: ubicada en local C1 y C2, Centro Comercial Plaza Fiesta (calz. Independencia y Héroes,) C.P 21000 Tel. (686) 556-06-36, 557-58-82

Respuesta :

15 días hábiles.

Vigencia :

Indefinida siempre y cuando no se cambie de giro o actividades.

Formato :

LAM Formato General F-1

Costo :

Lo que establezca la ley de Ingresos del Municipio

Título :

AVISO DE APERTURA DE ESTABLECIMIENTOS DE BIENES Y SERVICIOS

Descripción :

Trámite mediante el cual se realiza el aviso de funcionamiento por parte del interesado.

Gestión :

Recaudación de Rentas del Estado Edificio del poder Ejecutivo 1er. Piso. Centro Cívico. Mexicali B. C. C.p. 21000 Tel. 57-15-60 Ext. 102, Fax 57-11-58 Lunes a Viernes horario De 8.00 A 14:30 Hrs.

Respuesta :

Inmediata.

Vigencia :

Indefinida, quedando sujeta de verificación, por parte de la autoridad correspondiente.

Formato :

Aviso al registro estatal de causantes

Costo :

Gratuito.

Título :

INSTALACION DE ANUNCIOS PERMANENTES Y CARTELERAS ESPECTACULARES

Descripción :

Dar a conocer al usuario el cumplimiento de las normas que regulan el buen funcionamiento de los anuncios, sin que afecten la imagen urbana de la ciudad y de esta forma regularizar la ubicación de los mismos para dar seguridad a la ciudadanía.

Gestión :

Realice su trámite en Coordinación de Imagen Urbana del

Departamento de Control Urbano de la Dirección de Administración Urbana; en segundo piso de Casa Municipal (Ave. Independencia y Héroes 998, Centro C161vico C. P 21000 Tel: (686) 558-16-00 Ext. 1817 y 1776 Horario: 8:00 a 17:00 hrs

Respuesta :

5 días hábiles en anuncios menores 5-10 días hábiles en anuncios mayores.

Vigencia :

1 año

Formato :

Solicitud para instalación de anuncio permanente. Formato A, hoja única.

Costo :

De acuerdo a los m² de superficie, según la Ley de Ingresos del Municipio de Mexicali

Título :

REGULARIZACION DE DISPOSITIVOS DE SEGURIDAD EN EDIFICIOS EXISTENTES

Descripción :

Detectar y corregir deficiencias que supongan un riesgo de incendio, verificar el cumplimiento de la Reglamentación de Construcción y Prevención de Incendios.

Gestión :

Depto. Técnico de la Dirección de Bomberos y Protección Civil Blvd. Lázaro Cárdenas N°. 1601, Col. Hidalgo, Mexicali, B.C. Tel: (6) 561 81 51, 561 82 12 y 561 82 32 Lunes a Viernes de 8:00 a 15:00 hrs.

Respuesta :

3 a 5 días hábiles.

Vigencia :

Indefinida.

Formato :

No requiere.

Costo :

Variable.

Título :

CONSTITUCION DE LA COMISION MIXTA DE CAPACITACION Y ADIESTRAMIENTO

Descripción :

Trámite mediante el cual se integra la constitución de la Comisión Mixta de Capacitación y Adiestramiento en la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS).

Nota: Este trámite tiene la naturaleza de conservación de información. Lo debe realizar toda empresa en donde rijan las relaciones de trabajo comprendidas en el Artículo 123, Apartado A de la Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos

Gestión :

Secretaría del Trabajo y Previsión Social, ubicada en 2do. Piso del Palacio Federal Av. Pioneros #1005, Centro Cívico y Comercial de Mexicali, B.C. Horario de atención de 8:00 a 15:00 horas de lunes a viernes.

Respuesta :

Inmediata.

Vigencia :

Indefinida.

Formato :

DC1

Costo :

Gratuito.

Título :

AVISO DE MANIFESTACIÓN ESTADÍSTICA INEGI

Descripción :

Información que se proporciona al INEGI relacionada con la actividad propia del negocio, sin que ello implique efectos fiscales.

Gestión :

Instituto Nacional de Geografía, Estadística e Informática, Corporativo ISSA Calle. Calafia No. 462 3er. Piso, Centro Cívico, Mexicali, B.C. lada (65) Tel. 9047600 ext, 7611 Lunes a Viernes de 9:00 a 15:00 hrs.

Respuesta :

Inmediata.

Vigencia :

Anual.

Formato :

No se necesita

Costo :

Gratuito.

Título :

ACTA DE INTEGRACION A LA COMISION DE SEGURIDAD E HIGIENE EN LOS CENTROS DE TRABAJO

Descripción :

Trámite mediante el cual se integra a la Comisión de Seguridad e Higiene en el Trabajo en la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS).

NOTA: Este trámite no requiere presentación de ningún documento ante las oficinas de la autoridad laboral, solamente deberá conservarse la información en el domicilio del centro de trabajo y presentarlo a la autoridad laboral cuando ésta lo solicite.

Gestión :

Secretaría del Trabajo y Previsión Social, ubicada en Palacio Federal 2do. piso, Av. Pioneros #1005, Centro Cívico y comercial, Mexicali, B.C.
Horario de atención de 8:00 a 15:00 hrs. De Lunes a Viernes.

Respuesta :

Inmediata.

Vigencia :

Indefinida.

Formato :

Escrito libre apéndice A NOM-019

Costo :

Gratuito.

Título :**APROBACION DE PLANES Y PROGRAMAS DE CAPACITACION Y ADIESTRAMIENTO****Descripción :**

Trámite mediante el cual se aprueban los Planes y Programas de Capacitación de las empresas en la Secretaría de Trabajo y Previsión Social (STPS).

Gestión :

Secretaría del Trabajo y Previsión Social, ubicada en Palacio Federal 2do. piso, Av. Pioneros #1005, Centro Cívico y comercial, Mexicali, B.C.
Horario de atención de 8:00 a 15:00 hrs. De Lunes a Viernes.

Respuesta :

Inmediata.

Vigencia :

No mayor a 4 años y corresponde al periodo establecido en el formato.

Formato :

DC2

Costo :

Gratuito.

Título :

ALTA EN EL SISTEMA DE INFORMACIÓN EMPRESARIAL MEXICANO (SIEM)

Descripción :

Trámite que deberán realizar las empresas industriales, comerciales y de servicios para darse de alta en el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM).

Gestión :

Cámara correspondiente Información SIEM 01 800 410 2000.

Respuesta :

Inmediata.

Vigencia :

Anual.

Formato :

Registro SIEM.

Costo :

Pequeño Comercio: Hasta 2 empleados \$100.00, 3 empleados \$300.00, de 4 o más \$640.00. Comercio y Servicios: Hasta 3 empleados \$300.00 4 o más \$640.00. Industria: Hasta 2 empleados \$150.00, de 3 a 5 \$350.00, más de 6 \$670.00

Anexo 4. Convocatoria RENIECYT

Esta convocatoria es lanzada por el CONACYT cada año con el fin de fomentar a la creación de empresas dedicadas al desarrollo de software.

	<p>CONVOCATORIA DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN, DE DESARROLLO O DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA 2010</p>	
<p>ANTECEDENTES</p>		
<p>El Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012 (PND) destaca la importancia de apoyar las actividades científicas, tecnológicas y de innovación, de tal manera que se reflejen en la mejora competitiva del país.</p>		
<p>El Programa Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación 2008-2012 (PECITI), establece a las actividades de desarrollo tecnológico e innovación como elementos estratégicos para el desarrollo integral del país y genera la obligación de propiciar articulación entre los sectores.</p>		
<p>La Ley de Ciencia y Tecnología (LCyT) establece la obligación del Gobierno Federal para impulsar el desarrollo tecnológico y la innovación en el país, circunstancia que se retoma en el objeto del CONACYT a través de sus diversos Programas.</p>		
<p>Para la ejecución de los recursos destinados a la innovación, la Junta de Gobierno del CONACYT aprobó los Lineamientos que rigen a los Programas de Innovación Tecnológica para la Competitividad (INNOVATEC); de Apoyo a la Innovación Tecnológica de Alto Valor Agregado (INNOVAPYME); y de Desarrollo e Innovación en Tecnologías Precursoras (PROINNOVA), tomando como elemento principal la necesidad de articular a los actores de la cadena de valor educación-ciencia-innovación y el papel fundamental de esta articulación en el crecimiento económico del país.</p>		
<p>En el marco de lo anteriormente descrito, el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología</p>		
<p>CONVOCA</p>		
<p>A empresas mexicanas inscritas en el Registro Nacional de Instituciones y Empresas Científicas y Tecnológicas (RENIECYT), que realicen actividades de investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación (IDTI) en el país, de manera individual o en asociación con otras empresas o instituciones de educación superior (ES) o centros e institutos de investigación (CI) públicos o privados nacionales, a presentar sus proyectos de investigación y/o desarrollo tecnológico o innovación tecnológica que se encuentren en proceso y aún aquellos que inicien en 2010, en cuanto a la etapa de ejecución del ejercicio fiscal 2010.</p>		
<p>PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN, DE DESARROLLO O DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA 2010</p>		
<p>1. Objeto de la convocatoria</p>		
<p>El objeto de la convocatoria es ofrecer el otorgamiento de estímulos económicos complementarios, solamente a las empresas que se encuentren realizando actividades relacionadas con la investigación y desarrollo tecnológico o innovación, preferentemente en colaboración con otras empresas o instituciones de educación superior y/o centros e institutos de investigación, de tal forma que los apoyos tengan el mayor impacto posible sobre la competitividad de la economía nacional, pudiendo también participar aquellos proyectos que cuenten con actividades relacionadas con biotecnología y bioseguridad, ajustándose a lo dispuesto en la presente convocatoria y sus términos de referencia.</p>		
<p>El periodo de apoyo de los proyectos presentados y el monto de los mismos se establecen en los Términos de Referencia que forman parte de la presente Convocatoria.</p>		
<p>Entre los objetivos de la convocatoria se encuentran:</p>		
<ul style="list-style-type: none">▪ Fomentar el crecimiento anual de la inversión del sector productivo nacional en IDTI. Es importante resaltar que el programa otorga apoyos económicos complementarios sin que ello signifique la sustitución de la inversión que las empresas realizan en actividades de IDTI durante el ejercicio fiscal 2010.▪ Propiciar la vinculación de las empresas en la cadena del conocimiento "educación-ciencia-tecnología-innovación" y su articulación con la cadena productiva.▪ Formar e incorporar recursos humanos especializados en actividades de IDTI en las empresas.		



CONVOCATORIA DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN, DE DESARROLLO O DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA 2010



- Generar nuevos productos, procesos y servicios de alto valor agregado, y contribuir con esto a la competitividad de las empresas.
- Contribuir a la generación de propiedad intelectual en el país y a la estrategia que asegure su apropiación y protección.
- Ampliar la base de cobertura de apoyo a empresas nacionales.
- Fomentar la creación de empleos de alta calidad.

2. Modalidades

Las solicitudes de esta convocatoria podrán ser presentadas bajo tres modalidades:

Modalidad **INNOVAPYME** - Innovación Tecnológica de Alto Valor Agregado para proyectos de IDTI que:

- Sean presentados por Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) con claro impacto en su competitividad y/o propicien la vinculación de las MIPYMES con CI, IES.
- Propongan la inversión en infraestructura (física y recursos humanos) de investigación y desarrollo de tecnología, y consideren la creación de nuevos empleos de alto valor.

Modalidad **PROINNOVA** – Desarrollo e Innovación en Tecnologías Precursoras para proyectos de IDTI que:

- Sean presentados por MIPYMES o por empresas grandes; las propuestas deberán ser presentadas en red, integrando al menos una empresa y un CI del sector público o IES.
- Se desarrollen en vinculación con CI y/o IES y asociaciones u organizaciones articuladoras, en campos precursores del conocimiento preferentemente
- Se dará preferencia a proyectos presentados por redes formalmente constituidas como Alianzas Estratégicas y Redes de Innovación para la Competitividad (AERIS)

Modalidad **INNOVATEC** -Innovación Tecnológica para la Competitividad para proyectos IDTI que:

- Sean presentados únicamente por empresas grandes.
- Impulsen la competitividad de las empresas y articulen cadenas productivas en actividades de IDTI.
- Propongan la inversión en infraestructura (física y recursos humanos) de investigación y desarrollo de tecnología, así como también consideren la creación de nuevos empleos de alto valor.

3. Vigencia de la convocatoria

La presente convocatoria estará vigente a partir de la fecha de su publicación en la página electrónica del CONACYT y cerrará de la siguiente forma: el 29 de enero de 2010, para INNOVATEC; 5 de Marzo de 2010, INNOVAPYME; y 30 de marzo de 2010, PROINNOVA; a las 18:00 hrs. en cada caso, Tiempo del Centro del País (Ciudad de México, D.F.)

4. Situaciones no previstas

La interpretación del contenido de la presente convocatoria y de los Términos de Referencia que forman parte de la misma, así como las situaciones no previstas en ésta, serán resueltas por la Dirección Adjunta de Desarrollo Tecnológico y Negocios de Innovación del CONACYT (DADTNI) a través de la Dirección de Negocios de Innovación

5. Información adicional

Para cualquier aclaración o información adicional sobre la presente convocatoria, las personas interesadas pueden dirigirse a la Dirección de Negocios de Innovación del CONACYT a la siguiente dirección electrónica de correo estimuloalainnovacion@conacyt.mx.



Anexo 5. Formato de Trámites

Los formatos de este anexo son algunos de los requeridos para poder operar la empresa de manera legal.

5.1 Contrato de Arrendamiento

CONTRATO DE ARRENDAMIENTO

Que celebran por una parte ____(Nombre)___ que en lo sucesivo se le denominará como "EL ARRENDADOR" y por la otra parte, ____(Nombre)___ que en lo sucesivo se le denominará "EL ARRENDATARIO". Todas las partes con capacidad legal para contratar y obligarse con sujeción a las siguientes declaraciones y cláusulas:

DECLARACIONES

- I. Manifiesta EL ARRENDADOR que su nombre completo es ____(Nombre)___, de nacionalidad ____(Nacionalidad)___, mayor de edad, con RFC ____(RFC)___, y es una persona con plena capacidad para obligarse.
- II. Manifiesta el EL ARRENDADOR que tiene facultades para dar en arrendamiento la propiedad ubicada en ____(Calle, número, Colonia)___ en el municipio de ____(Municipio)___, ____(Estado)___, que en lo sucesivo se le denominará "INMUEBLE".
- III. Manifiesta EL ARRENDADOR que el INMUEBLE se encuentra libre de cualquier gravamen así como de cualquier procedimiento legal frente a cualquier autoridad municipal, estatal o federal.
- IV. Manifiesta EL ARRENDADOR que desea y esta dispuesto a arrendar el INMUEBLE a EL ARRENDATARIO, dándole uso y posesión del mismo a través del pago de la renta y las condiciones estipuladas en este contrato.
- V. Manifiesta EL ARRENDATARIO que su nombre completo es ____(Nombre)___, de nacionalidad ____(Nacionalidad)___, mayor de edad, con RFC ____(RFC)___, y es una persona con plena capacidad para obligarse.
- VI. Manifiesta EL ARRENDATARIO que por así convenir a sus intereses, desean y están dispuestos a tomar en arrendamiento EL INMUEBLE.

EL ARRENDADOR y EL ARRENDATARIO manifiestan que, expuesto lo anterior, están de acuerdo en sujetar el presente contrato al tenor de las siguientes:

CLÁUSULAS

PRIMERA. - OBJETO:
Por virtud de este contrato, EL ARRENDADOR da en arrendamiento EL INMUEBLE a EL ARRENDATARIO, quién lo recibe en buen estado de conservación y manifiesta que EL INMUEBLE reúne todas las condiciones de higiene y salubridad correspondientes, declarando EL ARRENDATARIO, a su vez, que se da por recibido EL INMUEBLE, a su entera satisfacción, y que se encuentra en las condiciones arriba indicadas.

SEGUNDA.- RENTA:
EL ARRENDATARIO se obliga a pagar a EL ARRENDADOR una Renta Mensual de \$__(Renta)___ (__(Renta en Letras)___ PESOS CON 00/100 MONEDA NACIONAL). La Renta será pagadera por meses adelantados dentro de los primeros 5 (Cinco) días naturales del mes correspondiente. La Renta se pagará íntegramente aún y cuando EL ARRENDATARIO ocupe el inmueble solamente una parte del mes. En caso de la falta de pago oportuno y completo de la Renta, EL ARRENDATARIO pagará a EL ARRENDADOR intereses moratorios a razón de la tasa del 10% (Diez por ciento) anual del monto pendiente por pagar. La Renta deberá ser pagada en ____(Domicilio)___.

TERCERA.- PLAZO:
Este contrato de arrendamiento tendrá un plazo de ____(Plazo)___ que correrá de la fecha ____(Fecha de Inicio)___ a la fecha ____(Fecha de Terminación)___ . Cualquiera de las partes podrá dar por terminado el contrato antes de la fecha de vencimiento mediante un comunicado por escrito con 60 (Sesenta) días naturales de anticipación. Es obligación de EL ARRENDATARIO desocupar y entregar el apartamento a EL ARRENDADOR al vencimiento del plazo señalado; y en caso de que llegando éste continúe ocupándolo, se entenderá que lo estará haciendo con la oposición expresa de EL ARRENDADOR, renunciando por lo mismo desde ahora a cualquier derecho sobre prórroga o renovación del contrato en los términos de los artículos 2341, 2379, 2380 y 2381 del código civil. EL ARRENDADOR, podrá cuando así lo desee y convenga a sus intereses recibir las rentas en fecha distinta a la pactada o admitir abonos a cuenta de las mismas, sin que por ello se estime que ha habido renovación de este contrato.

CUARTA.- DEPÓSITO:
Con la finalidad de garantizar todas y cada una de las obligaciones de este contrato, EL ARRENDATARIO entrega como depósito el equivalente a ____(# meses)___ de renta, es decir, la cantidad de \$__(Renta)___ (__(Renta en Letras)___

PESOS CON 00/100 MONEDA NACIONAL). El depósito será pagado en la fecha de firma del presente contrato y será devuelto a EL ARRENDATARIO a más tardar 60 (SESENTA) días después de terminado el presente contrato, siempre y cuando sea devuelto en buenas condiciones excepto por el deterioro derivado por el uso normal del mismo, no exista adeudo de la renta o de cuotas de agua, drenaje, gas, luz y teléfono, en cuyo caso EL ARRENDADOR podrá disponer de dichos depósitos para reparar los daños o liquidar los adeudos antes mencionados. En caso de mora del plazo estipulado para el reembolso del depósito de la cantidad total o el remanente, EL ARRENDADOR se compromete a pagar intereses moratorios a EL ARRENDATARIO a razón de tasa del 10% (Diez por ciento) anual de la cantidad pendiente por pagar.

QUINTA.- MANTENIMIENTO:
EL ARRENDADOR se obliga a ejecutar por su cuenta tan solo las reparaciones que sean estrictamente necesarias para la buena conservación del INMUEBLE como lo son, por mencionar algunas, goteras, fallas eléctricas, falta de impermeabilización, daños en tuberías ocultas; más no así cuando los deterioros provengan de actos u omisiones de EL ARRENDATARIO o de personas que habitan el inmueble con la anuencia de este.

SEXTA.- OBLIGACIONES ESPECÍFICAS PARA EL ARRENDATARIO:
EL ARRENDATARIO se obliga, en forma expresa a lo que sigue:

- a. A ocupar personalmente el INMUEBLE y dedicarlo únicamente para casa habitación.
- b. A pagar, cumplidamente y a tiempo, la renta estipulada
- c. A no ceder ni subarrendar el inmueble, todo o en parte, sin consentimiento previo por escrito de EL ARRENDADOR.
- d. A cubrir el importe de las reparaciones que requiera el inmueble por razón de los actos u omisiones suyas o de las personas que habitan el INMUEBLE.
- e. A obtener previamente un permiso por escrito de EL ARRENDADOR para realizar cualquier obra, las cuales quedarán en todo caso en beneficio del INMUEBLE y sin costo alguno para EL ARRENDADOR.
- f. A devolver en las mismas buenas condiciones el INMUEBLE que recibe en el momento de firmar el presente contrato, sea en virtud de rescisión o de terminación del mismo.
- g. A dar aviso a EL ARRENDADOR de los deterioros mencionados en la cláusula quinta, siendo responsable de los daños y perjuicios que su omisión cause.

SÉPTIMA.- OBLIGACIONES ESPECÍFICAS PARA EL ARRENDADOR:
EL ARRENDADOR se obliga, en forma expresa a lo que sigue:

- a. A no estorbar, de manera alguna, el uso del INMUEBLE, a no ser por causa de reparaciones urgentes e indispensables.
- b. A garantizar el uso o goce pacífico del INMUEBLE, por todo el tiempo del contrato.
- c. A responder de los daños y perjuicios que sufra EL ARRENDATARIO por los defectos o vicios ocultos del INMUEBLE objeto del contrato, anteriores al arrendamiento.
- d. A responder de los daños y perjuicios, si EL ARRENDATARIO sufre la evicción sobre toda o parte del INMUEBLE.
- e. A expedir a EL ARRENDATARIO el recibo correspondiente a la cantidad que éste le entregue, por concepto de la renta estipulada.

OCTAVA.- RECEPCIÓN DEL INMUEBLE:
EL ARRENDATARIO recibe el INMUEBLE, en buenas condiciones, con (Ejemplo: "sus servicios sanitarios, llaves de agua, pisos, ventanas con vidrios, puertas, cocina equipada, calefacción, clima central,") Los aparatos contenido y mencionado anteriormente, se entregan funcionando y en buenas condiciones, por lo que después de tres meses a partir de la fecha de este contrato, el mantenimiento y reparaciones serán por cuenta de EL ARRENDATARIO.

NOVENA.- SERVICIOS:
A partir de la fecha de firma de este contrato, el importe de los recibos de los servicios o consumo de teléfono, gas, agua, drenaje, energía eléctrica, así como de cualquier otro servicio contratado en el INMUEBLE, serán por cuenta de EL ARRENDATARIO. Al desocupar el INMUEBLE, EL ARRENDATARIO deberá dejar totalmente pagados todos los servicios y entregar a EL ARRENDADOR dichos recibos pagados. Si por falta de pago se dan de baja los servicios, la responsabilidad de su reposición y recontractación será de EL ARRENDATARIO.

DÉCIMA.- DERECHO DE TANTO:
EL ARRENDATARIO renuncia expresamente mediante esta cláusula al derecho del tanto y preferencia a que se

refieren los artículos 2199 y 2341 del Código Civil del Estado de Nuevo León, en caso de que EL ARRENDADOR decida vender el INMUEBLE, quedando por lo tanto facultado EL ARRENDADOR para poder vender el inmueble al mejor postor sin que tenga que pagar daños y perjuicios a EL ARRENDATARIO.

DÉCIMA PRIMERA.- RENOVACIÓN DEL CONTRATO:
Al vencimiento de este contrato, EL ARRENDATARIO tendrá la opción de renovar con EL ARRENDADOR el presente contrato, dando aviso a EL ARRENDADOR con 60 (Sesenta) días de anticipación a este vencimiento, para proceder a fijar las bases del nuevo contrato, esto siempre y cuando EL ARRENDATARIO se encuentre al corriente en el pago de la Renta estipulada. Si no hay interés por parte de EL ARRENDATARIO por renovar el contrato, EL ARRENDADOR queda facultado para anunciar y mostrar el INMUEBLE a futuros inquilinos en fechas y horarios acordados con EL ARRENDATARIO.

DÉCIMA SEGUNDA.- RELACIÓN CON TERCEROS:
EL ARRENDATARIO asume toda responsabilidad derivada de sus relaciones con trabajadores, dependientes y administrativos a su servicio, relevando a EL ARRENDADOR de cualquier reclamación que por este contrato se les hiciera y a resarcirlos de cualquier cantidad que se eroguen por tales conceptos, independientemente que EL ARRENDADOR pueda demandar la rescisión de este contrato. Así mismo EL ARRENDADOR no acepta ningún cargo o gasto que se haya generado con terceras personas, físicas o morales, originadas por adaptación o remodelación del inmueble u otros de naturaleza análoga, por lo que EL ARRENDATARIO expresamente está de acuerdo que en ningún momento queda condicionada la desocupación del inmueble, al término de este contrato o por otras causas de rescisión, ya que dichos conceptos de hecho y por derecho pertenecen a EL ARRENDADOR tampoco será motivo para incumplir con todas las cláusulas de este contrato.

DÉCIMA TERCERA.- EVENTOS DE FUERZA MAYOR:
EL ARRENDADOR no se hace responsable de los daños y perjuicios que pueda sufrir EL ARRENDATARIO en su persona o en la de sus familiares, domésticos o empleados, ni en sus propiedades por motivo de robo, incendios, rayos, explosión, huracanes, humo o cualquier otra causa fortuita o de fuerza mayor ocurrida en el inmueble.

DÉCIMA CUARTA.- RESCISIÓN:
Serán causa de rescisión de este contrato, sin quedar exentos de las responsabilidades y obligaciones mencionadas en las otras cláusulas de este contrato:

- a. La muerte de EL ARRENDADOR o EL ARRENDATARIO.
- b. Comportamiento que falte a la moral y las buenas costumbres, o que afecten los intereses, seguridad y/o tranquilidad de los vecinos.
- c. La transmisión del derecho de propiedad del inmueble, por cualquier motivo
- d. El incumplimiento por parte de EL ARRENDATARIO o EL ARRENDADOR de sus obligaciones específicas mencionadas en las cláusulas SEXTA y SÉPTIMA respectivamente.

DÉCIMA QUINTA.- GASTOS Y COSTOS LEGALES:
En caso de que EL ARRENDATARIO de motivo para que se le demande judicialmente, la rescisión de este contrato para obtener la desocupación del INMUEBLE, el pago de rentas o cualquier otra obligación pactadas en el contrato, serán por su cuenta los gastos y costos legales que origina el juicio.

DÉCIMA SÉPTIMA.- DOMICILIOS LEGALES DE LAS PARTES:
Las partes señalan como su domicilio para todo lo relativo al presente contrato los siguientes:
EL ARRENDADOR: _____(Domicilio)_____
EL ARRENDATARIO: _____(Domicilio)_____

DÉCIMA OCTAVA.- JURISDICCIÓN Y LEYES APLICABLES:
Para todo lo relativo a la interpretación y cumplimiento de las obligaciones contraídas en virtud del presente Contrato, las Partes se someten a lo establecido en el Código Civil para el Estado de (Estado), y a la jurisdicción y competencia de los Tribunales de la Ciudad de (Ciudad), (Estado), y renuncian expresamente a cualquier otro fuero que por razones de domicilio o veindad, o por cualquier otra causa generadora de competencia territorial, pudiera corresponderles. La Ley Aplicable al presente Contrato, será la que rija en el Estado de (Estado).

UNA VEZ LEÍDO POR LAS PARTES, Y ENTERADAS DEL ALCANCE LEGAL DEL CONTRATO, SE FIRMA DE CONFORMIDAD EL PRESENTE CONTRATO, EN LA CIUDAD DE (CIUDAD), (ESTADO), EL DÍA DE DEL AÑO DOS MIL .

LA SUBARRENDADORA LA SUBARRENDATARIA

Nombre: _____ Nombre: _____
Por sus propios derechos Por sus propios derechos

FIADOR

Nombre: _____
Por sus propios derechos

TESTIGO

TESTIGO

Nombre: _____ Nombre: _____
Domicilio: _____ Domicilio: _____

5.2 Dictamen de Uso de Suelo



DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN URBANA
DEPARTAMENTO DE CONTROL URBANO
UNIDAD DE USOS DE SUELO

SOLICITUD DE DICTAMEN DE USO DE SUELO

S-US 2

MEXICALI, B. C., A. _____ DE _____ DEL 2008.

DATOS GENERALES

UBICACION DEL PREDIO: _____
COL. FRACC.: _____
SUPERFICIE: _____ M² LOTE: _____ MZA: _____ CLAVE CATASTRAL: _____
 CUENTA CON FACTIBILIDAD REGULARIZACION

USO ACTUAL: HABITACIONAL BALDIO
 COMERCIAL INDUSTRIAL

DESCRIBA LO EXISTENTE: _____
USO PROPUESTO: _____
ACTIVIDADES A DESARROLLAR Y/O AREAS DE TRABAJO: _____

SERVICIOS PUBLICOS

PAVIMENTO BANQUETA CORDÓN ALLUMBRADO PUBLICO
DRENAJE LLUZ AGUA GAS

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

VENTA DE BEBIDA ALCOHOLICA
 CONSUMO DE BEBIDA ALCOHOLICA

OBSERVACIONES

EDIFICACIÓN EXISTENTE _____ EN PROYECTO _____
SUPERFICIE DE CONSTRUCCIÓN _____ M2
PLANTA BAJA _____ M2
PLANTA ALTA _____ M2 NIVELES _____
No. DE CAJONES (ESTACIONAMIENTO) _____
REQ UIERE VEHICULOS DE CARGA _____
TIPO / CAPACIDAD _____ PATIO DE MANIOBRA _____
No. DE EJES DEL VEHICULO DE CARGA _____

LOCALIZACION

INSTALACIONES DE EMERGENCIA _____
USOS DE SUELO SIMILARES EN LA ZONA _____ DISTANCIA _____ M2

5.3 Formato RFC

<p>1. ACUSE DE RECIBO POR CERTIFICACIÓN O RELOJ FRANQUEADOR (PARA USO EXCLUSIVO DE LA AUTORIDAD)</p>	 <p>SAT Servicio de Administración Tributaria Mexican Tax Authority</p> <p>SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN AL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES ANTES DE INICIAR EL LLENADO DE ESTA SOLICITUD, LEA LAS INSTRUCCIONES</p>
	<p>R-1 RF-020</p>
<p>2 CURP, CLAVE ÚNICA DE REGISTRO DE POBLACIÓN (Sólo Personas Físicas)</p> <input style="width: 100%;" type="text"/>	
<p>3 ANOTE LA LETRA CORRESPONDIENTE AL TIPO DE SOLICITUD QUE PRESENTA: N= NORMAL <input type="checkbox"/> C= COMPLEMENTARIA <input type="checkbox"/></p>	
<p>3.1 CUANDO SE TRATE DE SOLICITUD COMPLEMENTARIA, INDICAR EL NÚMERO DE FOLIO ASIGNADO POR LA AUTORIDAD A LA SOLICITUD ANTERIOR:</p> <input style="width: 100%;" type="text"/>	
4 DATOS DEL CONTRIBUYENTE QUE SE INSCRIBE	
4.1 SÓLO TRATÁNDOSE DE PERSONAS FÍSICAS (Ver Instrucciones)	
<p>APELLIDO PATERNO</p> <input style="width: 100%;" type="text"/>	
<p>APELLIDO MATERNO</p> <input style="width: 100%;" type="text"/>	
<p>NOMBRE (S)</p> <input style="width: 100%;" type="text"/>	
4.2 SÓLO TRATÁNDOSE DE PERSONAS MORALES (Ver Instrucciones)	
<p>DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL</p> <input style="width: 100%;" type="text"/>	
<input style="width: 100%;" type="text"/>	
4.3 TRATÁNDOSE DE CONTRIBUYENTES RESIDENTES EN EL EXTRANJERO SIN ESTABLECIMIENTO PERMANENTE EN MÉXICO	
<p>NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN FISCAL ASIGNADO EN EL PAÍS EN QUE RESIDAN</p> <input style="width: 100%;" type="text"/>	
<p>PAÍS DE RESIDENCIA FISCAL</p> <input style="width: 100%;" type="text"/>	
4.4 DATOS POR FIDEICOMISO	
<p>SI SE TRATA DE LA INSCRIPCIÓN DE UN FIDEICOMISO, INDIQUE:</p>	
<p>DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL DELA FIDUCIARIA</p> <input style="width: 100%;" type="text"/>	
<p>RFC DE LA FIDUCIARIA</p> <input style="width: 100%;" type="text"/>	<p>NÚMERO DE FIDEICOMISO</p> <input style="width: 100%;" type="text"/>
4.5 DOMICILIO FISCAL DEL CONTRIBUYENTE QUE SE INSCRIBE O DEL REPRESENTANTE DE LA PERSONA RESIDENTE EN EL EXTRANJERO	
<p>CALLE</p> <input style="width: 100%;" type="text"/>	
<p>NÚMERO YO LETRA EXTERIOR</p> <input style="width: 100%;" type="text"/>	<p>NÚMERO YO LETRA INTERIOR</p> <input style="width: 100%;" type="text"/>
<p>ENTRE LAS CALLES DE YDE</p> <input style="width: 100%;" type="text"/>	
<p>COLONIA</p> <input style="width: 100%;" type="text"/>	
<p>LOCALIDAD</p> <input style="width: 100%;" type="text"/>	
<p>MUNICIPIO O DELEGACIÓN</p> <input style="width: 100%;" type="text"/>	
<p>CÓDIGO POSTAL</p> <input style="width: 100%;" type="text"/>	<p>TELÉFONO</p> <input style="width: 100%;" type="text"/>
<p>ENTIDAD FEDERATIVA</p> <input style="width: 100%;" type="text"/>	
<p>CORREO ELECTRÓNICO</p> <input style="width: 100%;" type="text"/>	
<p style="text-align: center;">5</p> <div style="border: 2px dashed black; padding: 10px;"> <p style="text-align: center; font-size: small;">DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD QUE LOS DATOS CONTENIDOS EN ESTA SOLICITUD SON VERDADEROS</p> <p style="text-align: center; font-size: x-small;">FIRMAO HUELLA DIGITAL DEL CONTRIBUYENTE, DEL ABOGADO, O BIEN DEL REPRESENTANTE LEGAL, QUE MANIFIESTA BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, QUE A ESTA FECHA EL MANDATO O DEL QUE SE OSTENTA NO LE HA SIDO MODIFICADO, O REVOCADO</p> </div>	
<p style="font-size: x-small;">SE REPRESENTA POR DUPLICADO</p>	

INSTRUCCIONES

DOCUMENTOS QUE SE DEBEN ACOMPAÑAR A ESTA SOLICITUD

PERSONAS FÍSICAS:

- Solicitud de Cédula de Identificación Fiscal con Clave Única de Registro de Población (duplicado) y documento que en la misma se señale (tal o en caso de persona física de nacionalidad mexicana por nacimiento, extranjero residente en el país o de nacionalidad mexicana por naturalización).
- Acta de nacimiento en copia certificada o en copia fotostática certificada por funcionario público competente o fedatario público.
- Trámites de estancias con residencia en el país, el documento migratorio vigente que corresponda emitido por autoridad competente. Asimismo o deberán proporcionar en su caso, copia fotostática debidamente apostillada o apostillada por autoridad competente, del documento con que acrediten su número de identificación fiscal del país en el que residen cuando tengan obligación de contar con éste en dicho país.
- Trámites de mexicanos por naturalización, carta de naturalización expedida por autoridad competente debidamente certificada o legalizada, según corresponda.

PERSONAS FÍSICAS RESIDENTES EN EL EXTRANJERO:

- Original y fotocopia del documento migratorio vigente que corresponda, emitido por la autoridad competente. El original se será devuelto previo cobro con la copia.
- En su caso, fotocopia del documento con el que acrediten su número de identificación fiscal asignado en el país en el que residen, debidamente certificado, legalizado o apostillado según corresponda, por autoridad competente, cuando tengan obligación de contar con éste en dicho país.

PERSONAS MORALES:

- **Sociedades Mercantiles:**
 - Copia certificada del documento constitutivo.
 - **Personas Distinguidas o Sociedades Mercantiles:**
 - Documento constitutivo en copia certificada o, en su caso, fotocopia de la publicación en el Órgano Oficial.
- **Asociaciones en Participación:**
 - Original y fotocopia del contrato de Asociación en Participación con firma autógrafa del asociante y asociados o sus representantes legales. El original se será devuelto previo cobro con la copia.

FIDEICOMISOS:

- Original y fotocopia del contrato de Fideicomiso con firma autógrafa del fideicomitente, fideicomisario o su representante legal, así como del representante legal de la Institución Fiduciaria. El original se será devuelto previo cobro con la copia.

PERSONAS MORALES RESIDENTES EN EL EXTRANJERO:

- Acta o documento constitutivo (estatutos sociales, certificado de inscripción u otro que aplique de acuerdo con la legislación en el país de residencia) debidamente apostillado o certificado, según proceda. Cuando el acta o documento constitutivo conste en idioma distinto al español deberá presentar una traducción autorizada. En su caso, fotocopia del documento con el que acrediten su número de identificación fiscal asignado en el país en el que residen, debidamente certificado, legalizado o apostillado según corresponda, por autoridad competente, cuando tengan obligación de contar con éste en dicho país.

DOMICILIO:

- Los sujetos antes señalados, también deberán presentar original y fotocopia del comprobante del domicilio fiscal manifestado en el apartado 4.4, que cuente con los datos solicitados en dicho apartado (Estado de cuenta bancaria. Dicho documento no deberá tener una antigüedad mayor a dos meses).
- Recibo de pago (Último pago del impuesto predial; en el caso de pagos parciales el recibo no deberá tener una antigüedad mayor a 4 meses) y trámites de pago anual (este deberá corresponder al ejercicio en curso) de pago de renta vigente que cumpla con los requisitos fiscales (este documento puede estar a nombre del contribuyente o de un tercero); folio con agua, siempre y cuando dicho recibo no tenga una antigüedad mayor a 4 meses (este documento puede estar a nombre del contribuyente o de un tercero).
- Última liquidación del Instituto Mexicano del Seguro Social a nombre del contribuyente.
- Contrato de Arrendamiento, acompañado del último recibo de pago de renta vigente que cumpla con los requisitos fiscales o bien, el contrato de subarrendo acompañado del contrato de arrendamiento correspondiente y último recibo de pago de renta vigente que cumpla con los requisitos fiscales (este documento puede estar a nombre del contribuyente o de un tercero); folio con agua debidamente protocolizado; apertura de cuenta bancaria que notenga una antigüedad mayor a 2 meses (este documento puede estar a nombre del contribuyente o de un tercero); servicio de luz, teléfono o agua que no tenga una antigüedad mayor a 2 meses (este documento puede estar a nombre del contribuyente o de un tercero).
- Carta de notificación o residencia expedida por los Gobiernos Estatal, Municipal o Distrito Federal, según corresponda.

IDENTIFICACIÓN:

- Ademilado al anterior, la persona física o el representante legal de la persona de que se trata, deberá acompañar original y fotocopia de cualquiera de los siguientes documentos: credencial para votar del Instituto Federal Electoral, Pasaporte vigente, Cédula Profesional o, en su caso, Carta del Servicio Militar Nacional. El original se será devuelto previo cobro con la copia. Trámites de extranjero, el documento migratorio vigente correspondiente emitido por autoridad competente.

ACREDITAMIENTO DE LA PERSONALIDAD DEL REPRESENTANTE LEGAL:

- Original y fotocopia del poder notarial o de la carta poder firmada ante notarios y certificada; las firmas ante las autoridades fiscales, notario o fedatario público. El original se será devuelto previo cobro con la copia.
- Trámites de residentes en el extranjero con o sin establecimiento permanente en México, deberán acompañar fotocopia del documento notarial con el que haya sido designado el representante legal para efectos fiscales.
- Trámites de los padres que ejercen patria potestad de menores de edad y actúan como representantes de los mismos, para acreditar la paternidad, presentarán copia certificada del acta de nacimiento del menor, expedida por el Registro Civil, así como alguno de los documentos de identificación que andados en el punto anterior, del padre que funja como representante.

1. Esta solicitud es únicamente de inscripción. En el caso de cambio de situación fiscal al RFC, deberá utilizarse la Forma Fiscal R-2. Trámites de solicitud de servicios, deberá presentarse la Forma Fiscal 5.
2. Únicamente se harán anotaciones dentro de los campos para ello establecidos. En el caso de llenado a mano, se deberá utilizar letra de molde, en pluma mayúscula, a tinta negra o azul.
3. Esta solicitud se deberá presentar ante los módulos de la Administración Local de Atención al Contribuyente que corresponda al domicilio fiscal del contribuyente.
4. La solicitud de inscripción se tendrá por no presentada en el caso de que no esté debidamente llenada, o no se acompañe la documentación correspondiente.
5. Los residentes en el extranjero sin establecimiento permanente en México, cuando no tengan representante legal en territorio nacional, presentarán esta solicitud con el anexo 9, excepto en los casos en los que se inscriban como socios, accionistas, o bien en caso de aplicación en participación, ante el consulado mexicano más próximo al lugar de su residencia. En caso contrario, deberán presentarse de la misma forma ante la Administración Central de Recaudación de Grandes Contribuyentes.

RUBRO 2 CLAVE ÚNICA DE REGISTRO DE POBLACIÓN

- Las personas físicas que cuenten con la Clave Única de Registro de Población (CURP), la anotarán a 10 días antes en este campo.
- **RUBRO 3**
- Si la solicitud se presenta por primera vez (normal), se señalará con "N" el campo correspondiente.
- Cuando se presente la solicitud para completar o sustituir los datos de una solicitud anterior o se señalará con "C" el campo correspondiente (COMPLEMENTARIA). En este caso, el contribuyente deberá proporcionar nuevamente la información actualizada en esta Forma Fiscal R-1, además de efectuar el cambio motivo de la presentación de la Solicitud de Inscripción Complementaria.
- En el caso de que se modifique la situación fiscal del contribuyente (el registro, en lugar de usar la Forma Fiscal R-1, se deberá presentar la Forma Fiscal R-2 "AVISOS AL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES, CAMBIO DE SITUACIÓN FISCAL").
- **Apartado 3.1**
- Trámites de COMPLEMENTARIA, se indicará el número de FOLIO asignado por la Autoridad en la solicitud anterior, ubicado en el cuadro correspondiente a la certificación o sello del notario/funcionario.

RUBRO 4 DATOS DEL CONTRIBUYENTE O DE SE INSCRIBE

- **Apartado 4.1 SOLO TRATANDOSE DE PERSONAS FÍSICAS**
- Las personas físicas deberán anotar su nombre completo como aparece en el acta de nacimiento expedida por el Registro Civil.
- Trámites de personas físicas de nacionalidad extranjera residentes en México, así como de nacimiento en México por naturalización, deberán anotar su nombre completo como aparece en el documento migratorio o en la carta de naturalización, según corresponda.
- Trámites de personas físicas residentes en el extranjero con o sin establecimiento permanente en México, deberán anotar su nombre completo como aparece en el pasaporte vigente, anotando en "apellido paterno" el primero y en "apellido materno" los siguientes, en su caso.
- **Apartado 4.2 SOLO TRATANDOSE DE PERSONAS MORALES**
- Las personas morales residentes en México, así como las personas morales residentes en el extranjero con o sin establecimiento permanente en México, anotarán la denominación o razón social como aparece en el documento que deben acompañar a esta solicitud, de acuerdo con el listado del cuadro que aparece al principio de esta página.
- Trámites de sociedades de personas físicas asociadas en participación, se anotará el nombre, denominación o razón social de la asociación, así como la leyenda: "Asociación en Participación, contrato número:", utilizando una forma R-1 para cada contrato. El asociante asignará el número en forma progresiva de acuerdo a la fecha de celebración de los contratos en los que participe.
- En el caso de Fideicomiso, únicamente se deberá anotar el nombre del fideicomiso, utilizando una forma R-1 para cada fideicomiso.
- **Apartado 4.3 TRATANDOSE DE RESIDENTES EN EL EXTRANJERO SIN ESTABLECIMIENTO PERMANENTE EN MÉXICO**
- Además de anotar en los apartados anteriores los datos de la persona física o moral que se inscribe, según se trate, anotarán en este apartado el número de identificación fiscal asignado en el país en el que residen, salvo que de conformidad con la legislación de éste, no estén obligados a contar con dicho número, así como, en el caso de su país de residencia fiscal.
- **Apartado 4.4 DATOS POR FIDEICOMISO**
- Deberán anotar la denominación o razón social de la fiduciaria, el RFC de la misma y el número de folio con la.
- **Apartado 4.5 DOMICILIO FISCAL DEL CONTRIBUYENTE QUE SE INSCRIBE**
- a) **Personas físicas:**
 - Actividades empresariales, el local en el que se encuentre el primer asiento de sus negocios.
 - Servicio personal así independientes, el local que utilicen como establecimiento permanente para el desempeño de sus actividades.
 - En los demás casos, el lugar en el que tengan el asiento principal de sus actividades.
- b) **Personas morales:**
 - Trámites de residentes en el país, el local en el que se encuentre la administración principal del negocio.
 - Si se trata de establecimiento de personas morales residentes en el extranjero, se anotará el domicilio del establecimiento en México. En el caso de varios establecimientos, el local en el que se encuentre la administración principal del negocio en el país, en su defecto, el que sea gran.

6 DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL (Ver Instrucciones)	
REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES	CLAVE ÚNICA DE REGISTRO DE POBLACIÓN
APELLIDO PATERNO, MATERNO Y NOMBRE(S)	

7 DATOS GENERALES (Ver Instrucciones)	
7.1 FECHA DE NACIMIENTO DE LA PERSONA FÍSICA O FECHA DE FIRMA DE LA ESCRITURA CONSTITUTIVA O DOCUMENTO CONSTITUTIVO O DE LA CELEBRACIÓN DEL CONTRATO, DE ACUERDO CON EL DOCUMENTO QUE DEBE ACOMPAÑAR	7.2 FECHA DE INICIO DE OPERACIONES
AÑO MES DÍA	AÑO MES DÍA

8 ACTIVIDAD PREPONDERANTE	
8.1 INDIQUE LA ACTIVIDAD PREPONDERANTE A DESARROLLAR	
8.2 INDIQUE EL NÚMERO DEL SECTOR AL QUE CORRESPONDE LA ACTIVIDAD PREPONDERANTE A DESARROLLAR: (Ver Instrucciones)	
MARQUE CON "X" SI:	PRODUCE BIENES <input type="checkbox"/> VENDE BIENES <input type="checkbox"/> PRESTA SERVICIOS <input type="checkbox"/>
8.3 REALIZARÁ ACTIVIDADES CON EL PÚBLICO EN GENERAL <input type="checkbox"/>	CONTARÁ CON MÁQUINA REGISTRADORA DE COMPROBACIÓN FISCAL <input type="checkbox"/>

9 OTROS	
9.1 MARQUE CON "X" SI SE REGISTRA EN EL RFC COMO:	
<input type="checkbox"/> SOCIO O ACCIONISTA DE PERSONA MORAL (Ver Instrucciones)	EN CASO DE ESTAR INSCRITA, INDIQUE EL RFC DE LA PERSONA MORAL (De ser necesario acompañar listado)
9.2 MARQUE CON "X" SI SE REGISTRA EN EL RFC COMO:	
<input type="checkbox"/> ASOCIANTE DE ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN	INDIQUE EL RFC DE LA ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN (De ser necesario acompañar listado)
<input type="checkbox"/> ASOCIADO DE ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN	INDIQUE EL RFC DE LA ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN (De ser necesario acompañar listado)

10 TRATÁNDOSE DE FUSIÓN Y ESCISIÓN DE SOCIEDADES	
MARCAR CON "X" SI CORRESPONDE:	
FUSIÓN <input type="checkbox"/>	INDICAR RFC DE LAS SOCIEDADES FUSIONADAS (De ser necesario acompañar listado)
ESCISIÓN <input type="checkbox"/>	EN ESCISIÓN DE SOCIEDADES, SI SE TRATA DE SOCIEDAD ESCINDIDA DESIGNADA, INDICAR RFC DE LA SOCIEDAD ESCIDENTE:

11 APERTURA DE ESTABLECIMIENTO (Sólo si el domicilio es distinto al señalado en el rubro 4.4)	
CALLE	
NÚMERO Y/O LETRA EXTERIOR	NÚMERO Y/O LETRA INTERIOR
ENTRE LAS CALLES DE Y DE	
COLONIA	CÓDIGO POSTAL
TELEFONO	
LOCALIDAD	
MUNICIPIO O DELEGACIÓN	
ENTIDAD FEDERATIVA	CORREO ELECTRÓNICO

12 ANEXOS		
<input type="checkbox"/> ANEXO 1 Personas Morales del Régimen General y del Régimen de las Personas Morales con Fines No Lucrativos.	<input type="checkbox"/> ANEXO 4 Personas Físicas con Actividades Empresariales y Profesionales.	<input type="checkbox"/> ANEXO 7 Personas Físicas con Otros Ingresos.
<input type="checkbox"/> ANEXO 2 Personas Morales del Régimen Sin Plafón y sus Integradas Personas Morales.	<input type="checkbox"/> ANEXO 5 Personas Físicas con Actividades Empresariales del Régimen Intermedio.	<input type="checkbox"/> ANEXO 8 Personas Morales y Físicas (EPS, ISAN, ISLUM (Terrestre) y Derechos Sobre Concesión y/o Asignación Minera).
<input type="checkbox"/> ANEXO 3 Personas Físicas con Ingresos por Salarios, Arrendamiento, Enajenación y Adquisición de Bienes, Premios e Intereses.	<input type="checkbox"/> ANEXO 6 Personas Físicas con Actividades Empresariales del Régimen de Pequeños Contribuyentes.	<input type="checkbox"/> ANEXO 9 Residentes en el extranjero sin Establecimiento Permanente en México.

INSTRUCCIONES (Continuación)

RUBRO 6 DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL

- Se anotarán los datos del Representante Legal cuando éste presente la solicitud en los siguientes casos:
 - Trabajadores de personas físicas, se proporcionarán los datos solicitados en este rubro sólo cuando tengan representante legal y éste actúe por cuenta del contribuyente.
 - Trabajadores de personas morales, se anotarán los datos de su representante legal. En el caso de contratos de Asociación en Partid padón, si el asociante es persona física se anotarán los datos de éste.
 - Si el asociante es persona moral, se deberán anotar los datos del representante legal de dicha persona moral.
 - Los residentes en el extranjero con o sin establecimiento permanente en México, anotarán los datos de su representante legal residente en México, que para efectos fiscales designaron.
 - Los sujetos cuantías mendonados se identificarán y, en su caso, acreditarán su personalidad con los documentos que acompañen a esta solicitud, de acuerdo con el listado del cuadro que aparece al principio de esta página.
 - La solicitud deberá ser firmada por el contribuyente o, en su caso, por su representante legal. En el caso de que no sepan o no puedan firmar, imprimirán su huella digital.

RUBRO 7 DATOS GENERALES

- **Apartado 7.1 FECHA DE NACIMIENTO DE LA PERSONA FÍSICA O FECHA DE FIRMA DE LA ESCRITURA CONSTITUTIVA O DOCUMENTO CONSTITUTIVO O DE LA DECLARACIÓN DEL CONTRATO, DE ACUERDO CON EL DOCUMENTO QUE DEBE ACOMPAÑAR.**
 - Las personas físicas residentes en México y no residentes en el extranjero con o sin establecimiento permanente en México, anotarán la fecha de nacimiento que consta en el documento que deben acompañar a esta solicitud, de acuerdo con el listado del cuadro que aparece al principio de esta página.
 - Las personas morales residentes en México y las residentes en el extranjero con o sin establecimiento permanente en México, anotarán la fecha en la que se firmó el documento que deben acompañar a esta solicitud, de acuerdo con el listado del cuadro que aparece al principio de esta página.
 - En ambos casos, utilizarán cuatro números arábigos para el año, dos para el mes y dos para el día.

Ejemplo:

Fecha de nacimiento: 1° de junio de 1972

AÑO	MESES	DÍA
1972	06	01

 Fecha de firma del documento: 23 de mayo de 2002

AÑO	MESES	DÍA
2002	05	23

RUBRO 8 ACTIVIDAD PREPONDERANTE**Apartado 8.1**

- De acuerdo con la actividad preponderante a desarrollar, señalada en el apartado 8.1, se deberá anotar el número del sector al que corresponde dicha actividad, conforme al siguiente listado:

1. Agricultura, ganadería, silvicultura, pesca.	4. Electricidad y distribución de gas natural.	7. Transporte, comunicaciones y agencias de viajes.
2. Minería y extracción del petróleo.	5. Construcción y obras relacionadas con la misma.	8. Servicios financieros, inmobiliarios y alquiler de bienes muebles.
3. Industria manufacturera.	6. Comercio, restaurantes y hoteles.	9. Servicios comunales, sociales y personales.

Apartado 8.2

- Los contribuyentes personas físicas del régimen integrado de las actividades empresariales, cuyos ingresos en el ejercicio excedan de 1,750,000 pesos, están obligados a tener máquinas registradas, así como sistemas electrónicos de comprobación fiscal.

RUBRO 9 OTROS

- Si además de las obligaciones fiscales señaladas en el (los) anexo(s) que en su caso acompañe a esta Forma Fiscal, manifiesta al RFC que se inscribe como socio o accionista, asociante o asociado de una Asociación en Partid padón, deberá marcar en los (los) campos (s) respectivo(s) según corresponda, debiendo anotar también en los (los) clave(s) de negativo(s) solicitada(s). En el caso de ser socio o accionista, asociante o asociado de más de una persona moral, deberá acompañar además del (los) anexo(s) y documento(s) respectivo(s), un escrito libre con el listado que contenga las claves del RFC de cada una de estas personas morales.

RUBRO 10 TRÁNSITOS DE FUSIÓN Y ESCISIÓN DE SOCIEDADES

- En el caso de fusión de sociedades, la sociedad que se inscribe deberá indicar el RFC de las sociedades que desaparecen con motivo de la fusión. Si las sociedades que desaparecen son más de 3, deberá acompañar además del (los) anexo(s) y documento(s) respectivo(s), un escrito libre con el listado que contenga las claves del RFC de cada una de las sociedades que desaparecen.
- Si se trata de la inscripción de la sociedad escindida designada, para cumplir con las obligaciones de la escisión deberá indicar el RFC de la sociedad que desaparece con motivo de la escisión.

RUBRO 12 ANEXOS

- Deberá acompañar a esta solicitud el (los) anexo(s) que correspondi(n) de acuerdo con el régimen fiscal en el que tributará, debidamente llenado(s), y marcará con "X" en este rubro el (los) campo(s) correspondi(en) al (los) anexo(s) que acompañe.

* Para cualquier aclaración en el llenado de esta solicitud, puede obtener información e Internet en las siguientes direcciones: www.sat.gob.mx, www.sat.gob.mx/usuarios/usuarios, www.sat.gob.mx, atenc@sat.gob.mx o comunicarse en el Centro Federal al 5227-0207 en la zona metropolitana de Monterrey al (81) 8329-6660 en la zona metropolitana de Guadalajara al (33) 3614-1100 en Puebla (Guadalupe) al (222) 246-4544, en el resto del país al 01-800-90-45040 sin costo; o bien, acudir a las Administraciones Locales de Atención al Contribuyente. Querétaro: Teléfono 01-800-729-2000.

5.4 Registro de Empresas al IMSS

INSCRIPCIÓN DE LAS EMPRESAS Y MODIFICACIONES EN EL SEGURO DE RIESGOS DE TRABAJO

NOMBRE, DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL

REGISTRO (S) PATRONAL (ES)

SUBDELEGACIÓN

Para cualquier aclaración, duda y/o comentario con respecto de este trámite, sírvase llamar al Sistema de Atención Telefónica a la Ciudadanía (SACTEL) a los teléfonos 3003-2000 en el Distrito Federal y área metropolitana; del interior de la República sin costo para el usuario al 01-800-112-0584, o al 1-800-475-2393 desde Estados Unidos y Canadá; en la página de Internet: www.secodam.gob.mx o al correo electrónico: sactel@funcionpublica.gob.mx

INSTRUCCIONES DE LLENADO

AVISO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD

1. DATOS GENERALES

- FECHA - ANOTAR EL DÍA, MES Y AÑO DE ELABORACIÓN DE ESTE FORMATO.
- NOMBRE, DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL - ANOTAR EL NOMBRE DEL PATRÓN O SUJETO OBLIGADO, YA SEA ÉSTE PERSONA FÍSICA O MORAL.
- DOMICILIO - INDICAR LA UBICACIÓN DEL CENTRO DE TRABAJO A QUE SE REFIERE ESTA INFORMACIÓN Y EN CASO DE EXISTIR, ANOTAR LOS DOMICILIOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS O SUCURSALES CON QUE CUENTE EN EL MISMO MUNICIPIO O EN EL DISTRITO FEDERAL, TELÉFONO Y FAX.
- REGISTRO (S) PATRONAL (ES) - ANOTAR EL NÚMERO DE REGISTRO (S) PATRONAL (ES) ASIGNADO (S) POR EL INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL.
- MARCAR CON UNA CRUZ " X " EL MOTIVO POR EL QUE SE PRESENTA EL FORMATO. CUANDO SE TRATE DE UNA INSCRIPCIÓN MARQUE SI ES INICIAL O PERTENECE A UNA EMPRESA ESCINDIDA. CUANDO SE TRATE DE MODIFICACIONES MARQUE EL MOTIVO POR EL CUAL SE PRESENTA EL AVISO.

2. DIVISIÓN ECONÓMICA Y GIRO

- DIVISIÓN ECONÓMICA - MARCAR CON UNA CRUZ " X " LA (S) DIVISIÓN (ES) ECONÓMICA (S) EN LA (S) QUE CONFIGURE (N) SU (S) ACTIVIDAD (ES).
- ESPECIFICAR SU GIRO - INDICAR EN FORMA CONCRETA EL (LOS) GIRO (S) DEL PATRÓN, ESPECIFICANDO EL NOMBRE COMÚN Y USO AL QUE SE DESTINA EL PRODUCTO QUE EXPLOTA O SERVICIO QUE PRESTA.
EJEMPLOS: " X " INDUSTRIA DE TRANSFORMACIÓN
FABRICACIÓN DE TELA POLIÉSTER PARA PRENDAS DE VESTIR
" X " SERVICIOS
REPARACIÓN MECÁNICA, HOJALATERÍA Y PINTURA DE AUTOMÓVILES
- EN LOS CASOS DE LAS MODIFICACIONES COMO: CAMBIO DE ACTIVIDADES, INCORPORACIÓN DE ACTIVIDADES, COMPRA DE ACTIVOS, ENAJENACIÓN, ARRENDAMIENTO, COMODATO, FIDEICOMISO TRASLATIVO, CAMBIO DE DOMICILIO, SUSTITUCIÓN PATRONAL, FUSIÓN, ESCISIÓN Y REANUDACIÓN, DEBERÁ PRESENTAR DOCUMENTACIÓN QUE ACREDITE CUALESQUIERA DE LOS SUPUESTOS SEÑALADOS DEBIDAMENTE CERTIFICADA ANTE NOTARIO PÚBLICO Y TODOS AQUELLOS DOCUMENTOS ADICIONALES QUE SIRVAN PARA SUSTENTAR EL AVISO QUE SE PRESENTA.

3. MATERIAS PRIMAS Y MATERIALES

- ANOTAR EL NOMBRE COMÚN Y/O QUÍMICO DE LAS MATERIAS PRIMAS Y MATERIALES QUE EMPLEA EL PATRÓN PARA EL DESARROLLO DE SU (S) ACTIVIDAD (ES).
EJEMPLO: SAL COMÚN O CLORURO DE SODIO.
PVC O POLICLORURO DE VINILO.

4. MAQUINARIA Y EQUIPO

- ANOTAR EL NÚMERO, NOMBRE, USO AL QUE SE DESTINA, COMBUSTIBLE O ENERGÍA QUE CONSUMEN Y CAPACIDAD O POTENCIA DE LAS MÁQUINAS, EQUIPOS Y TRANSPORTES QUE UTILIZA EL PATRÓN PARA EL DESARROLLO DE SU (S) ACTIVIDAD (ES).
EJEMPLO:

Nº. DE UNIDADES	NOMBRE	USO	COMBUSTIBLE O ENERGÍA	CAPACIDAD O POTENCIA
3	PRESAS MECÁNICAS	TROQUELEADO	ELÉCTRICA	50 TONELADAS.
1	CAMIONETA	DISTRIBUCIÓN	GASOLINA	3.5 TONELADAS.

5. PERSONAL

- ANOTAR EL NÚMERO DE TRABAJADORES CON QUE CUENTE EL PATRÓN POR GRUPOS DE OFICIOS U OCUPACIÓN

EJEMPLO:

Nº. DE TRABAJADORES	OFICIO U OCUPACIÓN
3	CAJERAS
4	OBROS DE MANTENIMIENTO

6. PROCESOS DE TRABAJO

- DESCRIBIR LOS PROCESOS DE TRABAJO DE LA ACTIVIDAD DEL PATRÓN, SIN OMITIR PROCESOS INICIALES, INTERMEDIOS O FINALES. EN CASO DE QUE EL PATRÓN REALICE MÁS DE UNA ACTIVIDAD, LOS PROCESOS DEBERÁN DESCRIBIRSE POR SEPARADO.
EJEMPLO: SE RECIBEN LAS MATERIAS PRIMAS EN EL ALMACÉN, SON ANALIZADAS EN EL LABORATORIO; SON ENVIADAS AL ÁREA DE PRODUCCIÓN DONDE SON MEZCLADAS, POSTERIORMENTE SON EMPACADAS EN BOLSAS Y ENVIADAS AL ALMACÉN.

7. CLASIFICACIÓN MANIFESTADA POR EL PATRÓN

- ANOTAR LA DIVISIÓN ECONÓMICA, GRUPO Y FRACCIÓN, ASÍ COMO MARCAR CON UNA CRUZ " X " LA CLASE DE RIESGO EN QUE, A CRITERIO DEL PATRÓN, SE CONFIGURE SU ACTIVIDAD CON BASE EN LO QUE ESTABLECEN LOS ARTÍCULOS 73 Y 75 DE LA LEY DEL SEGURO SOCIAL Y LOS ARTÍCULOS I, FRACCIÓN IV, 3, 18, 19, 20, 22, 23, 24, 26, 28, 29, 30 Y 196 DEL REGLAMENTO DE LA LEY DEL SEGURO SOCIAL, EN MATERIA DE AFILIACIÓN, CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS, RECALIFICACIÓN Y FISCALIZACIÓN, ANOTANDO ADEMÁS EL NOMBRE DEL PATRÓN O SUJETO OBLIGADO O DE SU REPRESENTANTE LEGAL Y FIRMANDO DE CONFORMIDAD.

8. PARA USO EXCLUSIVO DEL INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL.

- RECEPCIÓN: HORA Y FECHA, MEDIANTE RELOJ MARCADOR, SE REGISTRARÁ LA HORA Y FECHA DE RECEPCIÓN DE ESTE DOCUMENTO.
- CLASIFICACIÓN SUBDELEGACIONAL
SE ANOTARÁ LA CLASE, FRACCIÓN Y PRIMA, EN QUE LA SUBDELEGACIÓN CONSIDERE INCLUIDA LA ACTIVIDAD DEL PATRÓN, CON BASE EN LA INFORMACIÓN DECLARADA EN ESTE FORMATO Y EL REGLAMENTO DE LA MATERIA, ASENTÁNDOSE EL NOMBRE Y FIRMA DE LOS FUNCIONARIOS SEÑALADOS.
- INSCRIPCIÓN DEL PATRÓN AL I.M.S.S.
SE ANOTARÁ EL DÍA, MES Y AÑO (4 DÍGITOS) DE INSCRIPCIÓN DEL PATRÓN AL I.M.S.S.
- CAPTURA AFIL-01
SE ANOTARÁ LA CLASE, FRACCIÓN Y PRIMA CON QUE SE CAPTÓ EN EL SISTEMA EL FORMATO AFIL - 01.
- NEGATIVA O AUSENCIA PATRONAL
SE SEÑALARÁ CON UNA " X " CUANDO RESPECTO DE LA AUTOCLASIFICACIÓN PATRONAL, EXISTA NEGATIVA O AUSENCIA.
- RATIFICACIÓN
SE ESTAMPARÁ EL SELLO DE RATIFICACIÓN, SI COINCIDE LA CLASIFICACIÓN DEL INSTITUTO CON LA MANIFESTADA POR EL PATRÓN.

ESTE FORMATO DEBERÁ PRESENTARSE EN ORIGINAL Y COPIA, ANEXANDO IDENTIFICACIÓN OFICIAL CON FOTOGRAFÍA Y FIRMA DEL PATRÓN O SUJETO OBLIGADO, Y PARA LOS REPRESENTANTES LEGALES, ADEMÁS, PODER PARA PLEITOS Y COBRANZAS. LOS DOCUMENTOS DEBERÁN PRESENTARSE EN ORIGINAL Y COPIA PARA COTEJO. NO ES APLICABLE EL PLAZO DE RESOLUCIÓN PARA EL INSTITUTO YA QUE SE TRATA DE UN AVISO. PARA CUALQUIER ACLARACIÓN REFERENTE A SU TRAMITE, DIRIGIRSE AL DEPARTAMENTO DE AFILIACIÓN VIGENCIA DE LA SUBDELEGACIÓN QUE LE CORRESPONDA.

**INSCRIPCIÓN DE LAS EMPRESAS
Y MODIFICACIONES
EN EL SEGURO DE RIESGOS DE TRABAJO**

DÍA	MES	AÑO

IMPORTANTE: PREVIO AL LLENADO DE ESTE FORMATO, SÍRVASE LEER CUIDADOSAMENTE LAS INSTRUCCIONES CORRESPONDIENTES. EN CASO DE QUE LOS ESPACIOS MARCADOS NO SEAN SUFICIENTES, ANEXAR LA INFORMACIÓN ADICIONAL EN HOJAS POR SEPARADO.

1. DATOS GENERALES					REGISTRO (S) PATRONAL (ES)	
NOMBRE, DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL						
DOMICILIO: CALLE			NÚM. EXT.	NÚM. INT.	COLONIA	
POBLACIÓN	ENTIDAD	CÓDIGO POSTAL	TELÉFONO	FAX		
INSCRIPCIÓN		MODIFICACIONES				
<input type="checkbox"/> INSCRIPCIÓN INICIAL	<input type="checkbox"/> CAMBIO DE ACTIVIDADES	<input type="checkbox"/> INCORPORACIÓN DE ACTIVIDADES	<input type="checkbox"/> COMPRA DE ACTIVOS	<input type="checkbox"/> ENAJENACIÓN	<input type="checkbox"/> ARRENDAMIENTO	<input type="checkbox"/> COMODATO
<input type="checkbox"/> ESCINDIDA	<input type="checkbox"/> FIDEICOMISO TRASLATIVO	<input type="checkbox"/> CAMBIO DE DOMICILIO	<input type="checkbox"/> SUSTITUCIÓN PATRONAL	<input type="checkbox"/> FUSIÓN	<input type="checkbox"/> ESCIDENTE	<input type="checkbox"/> REANUDACIÓN

2. DIVISIÓN ECONÓMICA Y GIRO				
<input type="checkbox"/> AGRICULTURA	<input type="checkbox"/> GANADERÍA	<input type="checkbox"/> SILVICULTURA	<input type="checkbox"/> PESCA	<input type="checkbox"/> CAZA
<input type="checkbox"/> INDS. EXTRACTIVAS	<input type="checkbox"/> INDS. TRANSFORMACIÓN	<input type="checkbox"/> CONSTRUCCIÓN	<input type="checkbox"/> COMERCIO	<input type="checkbox"/> SERVICIOS

ESPECIFICAR SU GIRO:

3. MATERIAS PRIMAS Y MATERIALES	
NOMBRE	NOMBRE

4. MAQUINARIA Y EQUIPO				
NÚMERO DE UNIDADES	NOMBRE	USO	COMBUSTIBLE O ENERGÍA	CAPACIDAD O POTENCIA

5. PERSONAL			
NÚMERO DE TRABAJADORES	OFICIO U OCUPACIÓN	NÚMERO DE TRABAJADORES	OFICIO U OCUPACIÓN

Bibliografías

Anzola, S. (2002). *Administración de pequeñas empresas*. Mc Graw Hill.

Arrecherra, P. (2007). Oportunidades de Desarrollo de Proyectos TIC de alto impacto en el entorno de la salud en latinoamerica. *VITAE* , 108.

Báez, M. P. (01 de 2002). *La industria del software*. Recuperado el 15 de 07 de 2009, de Una oportunidad para México: <http://www.enterate.unam.mx/Articulos/2002/enero/software.htm>

California, G. d. (10 de 03 de 2008). *Tecnologías de Información*. Recuperado el 15 de 07 de 2009, de <http://www.investinbaja.gob.mx/industrias/ti.htm>

Espinoza, J. M. (2003). Estrategias Generales de la UABC en el ámbito académico para incidir en el área de desarrollo de software. *Documento UABC* .

Félix, H. (2002). *Indicadores del entorno de la pequeña y mediana empresa en los países Fundes*. Monterrey: MeM.

Gomis, R. (2007). El cluster de software de Baja California: dinámica institucional. *Revista ideas Concyteg* .

Hernández, N. (2008). Las Pymes de México y su perspectiva Internacional. *Microempresa Mexicana* .

Hernández, V. S. (23 de 06 de 2003). *Estudio sobre la industria del Software a nivel mundial*. Recuperado el 15 de 07 de 2009, de Caracterización en América Latina: <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/estudio-sobre-la-industria-del-software-en-america-latina.htm>

Ollé, M. (1997). *El Plan de Empresa: como planificar la creación de una empresa*. Marcombo.

Real, A. S. (2009). *Plan Competitivo para el Negocio de Comida Rápida*. Mexicali.

Rios, G. R. (15 de 07 de 2009). *Crece el mercado de software en México*. Recuperado el 15 de 07 de 2009, de http://contactforum.com.mx/cforum_bnoticia.php?Id=143

Velasco, J. O. (2007). Trámites para la constitucion de una empresa en México. *Oficina Comercial de España en Monterrey* , 32.