

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA  
CALIFORNIA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES**



**PLAN DE NEGOCIOS PARA ESTABLECER UN RESTAURANTE DE  
COMIDA MEXICANA EN LA CIUDAD DE ENSENADA BAJA  
CALIFORNIA, MÉXICO.**

**TRABAJO TERMINAL  
PARA OBTENER EL GRADO DE:  
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN**

**PRESENTA**

**ALMA TEMIS REYES PANTOJA**

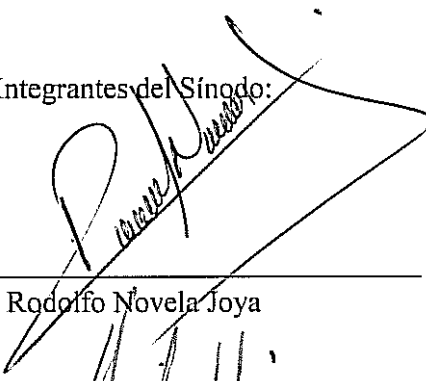
**Ensenada, B.C.**


**Septiembre de 2013**

**CONSTANCIA DE APROBACIÓN**

Director de la Tesis: Lourdes Solís  
Dra. María de Lourdes Solís Tirado

Aprobado por los Integrantes del Sínodo:

1.-   
M.A. Rodolfo Novela Joya

2.-   
Dr. Ariel Moctezuma Hernández.

## **Dedicatoria**

A Dios, por mi existir y darme libertad para vivir.

A mi ángel, por su entereza al cuidar, guiar y acompañar mi alma en este camino.

A mi madre por concebirme, cuidarme y encaminarme; por el lazo que tenemos y nunca se romperá.

A mis hermanas por lo que hemos vivido.

## **Agradecimientos**

A Dios primeramente por llenar mi vida de bendiciones, por las pruebas y la fortaleza que me da día con día para salir adelante.

A mi ángel, por el amor que muestra al cuidarme y guiar mis pasos, por iluminar mi camino y poner su confianza en mí persona.

A mi madre, ejemplo de lucha incansable, por sus cuidados, apoyo y consejos.

A mis hermanas, por lo que hemos vivido.

Al maestro Luis Monge, por su tiempo, paciencia y dedicación que fueron claves para lograr esta meta.

De igual forma a los maestros que he tenido, por compartir sus conocimientos y experiencias; en especial a mi directora Lourdes Solís, y a los maestros Ariel Moctezuma, Rodolfo Novela.

A mis compañeros de clase que enriquecieron lo aprendido en las materias.

Por último, agradezco a todas aquellas personas que han estado en mi vida y me han dejado enseñanza.

## **Resumen**

El objetivo del presente trabajo es establecer un restaurante de comida mexicana con el nombre “La cabaña de Don Agustín”, que permita a personas con enfermedades como diabetes e hipertensión, tener un control en los alimentos que consumen; rodeados de un ambiente campirano, que les permita relajarse. Para determinar la factibilidad de la propuesta planeada anteriormente, se realizó un estudio de mercado, que apoyado en una encuesta dio a conocer las necesidades y expectativas de clientes potenciales. De igual forma se incluye un análisis de la situación financiera que muestra la proyección de estados financieros y de flujo, que arrojaron datos relacionados con la recuperación de inversión, rentabilidad del negocio, y la posibilidad de reinvertir.

Palabras clave: Plan de negocios, restaurant, comida mexicana

## Tabla de Contenido

Introducción	1
Capítulo 1: Naturaleza del Proyecto	7
1.1 Nombre de la empresa	7
1.1.1 Lema y Logotipo	7
1.2 Descripción de la Empresa	8
1.2.1. Giro o sector	9
1.2.2. Tamaño	10
1.2.3. Ubicación	10
1.2.4. Descripción breve de producción o servicio	10
1.3 Misión de la Empresa	10
1.4 Visión de la Empresa	11
1.5 Objetivos de la Empresa	11
1.5.1. Objetivo General	11
1.5.2. Objetivos Específicos	11
1.6 Ventajas Competitivas	12
1.7 Análisis de la Industria o Sector	14
1.8 Productos y/o Servicios de la Empresa	17
1.9 Impacto Tecnológico, económico y ambiental	30
1.10 Responsabilidad Social	31
Capítulo 2: El Mercado	33
2.1 Investigación de Mercados	33
2.2 Estudio de Mercado	34
2.3 Distribución y puntos de Venta	45
2.4 Promoción del Servicio	46
2.5 Fijación y Políticas de Precio	50
2.6 Plan de introducción al mercado	51
2.7 Riesgos y oportunidades del mercado	52
2.8 Sistema y plan de ventas	54
2.9 Plan de abastecimiento	54

Capítulo 3: Producción.	55
3.1 Especificaciones del producto	55
3.2 Descripción del proceso de producción	55
3.3 Diagrama de flujo del proceso.	56
3.4 Características de la tecnología.	58
3.5 Equipo e instalaciones.	58
3.6 Materia prima	59
3.7 Capacidad instalada.	59
3.8 Manejo de inventarios	60
3.9 Ubicación del negocio	60
3.10 Diseño y distribución del negocio y oficina	63
3.11 Mano de obra requerida	64
3.12 Programa de producción	64
Capítulo 4: Organización	65
4.1 Estructura Organizacional	65
4.2 Organigrama general de la empresa	65
4.3 Funciones específicas por puesto	66
4.4 Capacitación y desarrollo del personal	84
4.5 Administración de sueldos y salarios	87
4.6 Evaluación del desempeño	89
Capítulo 5: Finanzas	91
5.1 Sistema contable de la empresa	91
5.2. Situación financiera	92
5.3 Concentrado por rubro de la inversión requerida	94
5.4 Balance general inicial	95
5.5 Proyección de depreciación y amortización	96
5.6. Préstamo de habilitación y avío	98
5.7. Préstamo refaccionario	99
5.8. Costos variables anuales proyectados a diez años	100

5.9. Proyección de costos fijos	101
5.10. Proyección de ingresos	102
5.11. Estado de resultados Pro-forma	104
5.12. Flujo de efectivo proyectado	105
5.13. Proyección de balance general Pro-forma	106
5.14. Punto de equilibrio operativo y financiero	108
5.15 Análisis financiero proyectado a diez años	119
5.16 Análisis de rentabilidad	122
5.17 Conclusión financiera	122
CAPITULO 6. RIESGOS CRITICOS	124
6.1 Riesgos internos	124
6.2 Riesgos Externos	126
6.3 Riesgos Financieros	127
Capítulo 7: Aspectos legales e implementación y operación	128
7.1 Definición del régimen de constitución de la empresa.	128
7.2 Trámites de apertura.	128
7.3 Trámites fiscales	133
7.4 Trámites de laborales	134
Anexos	136
Referencias	157

## Lista de tablas

Número	Página
Tabla 1.1 Matriz FODA	16
Tabla 1.2 Indicadores de la Industria 2006	17
Tabla 2.1 Costo de volantes	52
Tabla 3.1 Mano de Obra requerida	64
Tabla 4.1 Descripción del puesto: Gerente.	66
Tabla 4.2 Descripción del puesto: Auxiliar Contable.	68
Tabla 4.3 Descripción del puesto: Secretaria.	70
Tabla 4.4 Descripción del puesto: Cocinero.	72
Tabla 4.5 Descripción del puesto: Mesero.	74
Tabla 4.6 Descripción del puesto: Cajera.	76
Tabla 4.7 Descripción del puesto: Asistente infantil.	78
Tabla 4.8 Descripción del puesto: Técnico en primeros auxilios.	80
Tabla 4.9 Descripción del puesto: Intendencia.	82
Tabla 4.10 Sueldos y salarios mensuales por ocupación.	88
Tabla 5.1 Inversión fija	92
Tabla 5.2 Concentrado de inversión.	94
Tabla 5.3 Balance general	95
Tabla 5.4 Tiempo de depreciación de bienes	96
Tabla 5.5 Depreciación	97
Tabla 5.6 Amortización	97
Tabla 5.7 Gastos pre-operativos	98
Tabla 5.8 Amortización de préstamo de avío	98
Tabla 5.9 Crédito refaccionario	99
Tabla 5.10 Costos variables	100
Tabla 5.11 Costos fijos	101
Tabla 5.12 Ingresos proyectados a 10 años	102
Tabla 5.13 Estado de resultados proyectado a 10 años	104
Tabla 5.14 Flujo de efectivo proyectado	105

<b>Número</b>	<b>Página</b>
Tabla 5.15 Proyección de balance general Pro forma	106
Tabla 5.16 Proyección de puntos de equilibrio operativo y financiero.	108
Tabla 5.17 razones financieras	120
Tabla 5.18 Análisis de rentabilidad.	122
Tabla 5.19 Costo de capital promedio ponderado.	122
Tabla 6.1 Riesgos internos del restaurante “La cabaña de Don Agustín”.	125
Tabla 6.2 Riesgos externos del restaurante “La cabaña de Don Agustín”.	126
Tabla 6.3 Análisis de Sensibilidad para el restaurante “La cabaña de Don Agustín”.	127

## Lista de gráficas

Número	Página
Gráfica 2.1 Edad de los encuestados	37
Gráfica 2.2 Género	38
Gráfica 2.3 Ocupación	38
Gráfica 2.4 Encuestados o personas cercanas que tienen padecimientos de diabetes y/o hipertensión arterial	39
Gráfica 2.5 ¿Le gustaría que existiera un lugar que ofreciera comida saludable y rica que pudieran consumir personas con diabetes y/o hipertensión arterial?	39
Gráfica 2.6 Frecuencia de asistencia a restaurantes de la localidad	40
Gráfica 2.7 Motivo principal de consumo en restaurantes	40
Gráfica 2.8 Personas con las que asisten a restaurantes.	41
Gráfica 2.9 Tipos de comida preferidos	41
Gráfica 2.10 Restaurantes preferidos	42
Gráfica 2.11 Razones por las que asiste a un restaurante	42
Gráfica 2.12 Tiempo de permanencia en restaurantes	43
Gráfica 2.13 Tendencia a asistir a establecimientos de reciente apertura	43
Gráfica 2.14 Monto del consumo regular	44
Gráfica 2.15 Aspectos más recordados de un restaurante	44
Gráfica 2.16 Aspectos que hacen falta en restaurantes frecuentados.	45
Gráfica 5.1 Punto de equilibrio operacional Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 1.	109
Gráfica 5.2 Punto de equilibrio operacional Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 2.	109
Gráfica 5.3 Punto de equilibrio operacional Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 3.	110
Gráfica 5.4 Punto de equilibrio operacional Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 4.	110

<b>Número</b>	<b>Página</b>
Gráfica 5.5 Punto de equilibrio operacional Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 5.	111
Gráfica 5.6 Punto de equilibrio operacional Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 6.	111
Gráfica 5.7 Punto de equilibrio operacional Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 7.	112
Gráfica 5.8 Punto de equilibrio operacional Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 8.	112
Gráfica 5.9 Punto de equilibrio operacional Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 9.	113
Gráfica 5.10 Punto de equilibrio operacional Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 10.	113
Gráfica 5.11 Punto de equilibrio financiero Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 1.	114
Gráfica 5.12 Punto de equilibrio financiero Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 2.	114
Gráfica 5.13 Punto de equilibrio financiero Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 3.	115
Gráfica 5.14 Punto de equilibrio financiero Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 4.	115
Gráfica 5.15 Punto de equilibrio financiero Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 5.	116
Gráfica 5.16 Punto de equilibrio financiero Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 6.	116
Gráfica 5.17 Punto de equilibrio financiero Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 7.	117
Gráfica 5.18 Punto de equilibrio financiero Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 8.	117

<b>Número</b>	<b>Página</b>
Gráfica 5.19 Punto de equilibrio financiero Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 9.	118
Gráfica 5.20 Punto de equilibrio financiero Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 10.	118

## Lista de figuras

<b>Número</b>	<b>Página</b>
Figura 1.1 El logotipo de la empresa	7
Figura 1.2 Sopa de lentejas.	18
Figura 1.3 Rollitos de calabacita con queso de cabra	19
Figura 1.4 Crema de chile poblano	19
Figura 1.5 Sopa de verduras	20
Figura 1.6 Ensalada de nopales	20
Figura 1.7 Ensalada de garbanzos	21
Figura 1.8 Ensalada campestre.	21
Figura 1.9 Salsa de piña	22
Figura 1.10 Aderezo de yogurt	22
Figura 1.11 Chilaquiles rojos con requesón	23
Figura 1.12 Omelette de claras con champiñones	23
Figura 1.13 Nopales navegantes con huevo.:	24
Figura 1.14 Tostadas	24
Figura 1.15 Enchiladas rojas	25
Figura 1.16 Enmoladas verdes	25
Figura 1.17 Enmoladas tradicionales	26
Figura 1.18 Enchiladas verdes	26
Figura 1.19 Huaraches de nopal	27
Figura 1.20 Sopes de nopal	27
Figura 1.21 Tepache, agua de Jamaica, agua de avena	28
Figura 1.22 Chocolate	28
Figura 1.23 Flan de camote	29
Figura 1.24 Gelatina de colores.	29
Figura 1.25 Crema de uvas	30

<b>Número</b>	<b>Página</b>
Figura 2.1 Volante publicitario	47
Figura 2.2 Bosquejo de página en Internet.	49
Figura 3.1 Diagrama de flujo del proceso.	57
Figura 3.2 Ubicación de la empresa	61
Figura 3.3 Ubicación de la empresa vista de satélite	62
Figura 3.4 Diseño y distribución del negocio y oficina	63
Figura 3.5 Diseño y distribución del negocio y oficina en 3D	63
Figura 4.1 Organigrama funcional de la empresa	65
Figura 4.2 Carta de bienvenida.	86

## Introducción

La historia sobre la alimentación humana es un tema muy amplio, y se remonta a los primeros pobladores, debido a que “su alimentación se basaba en la recolección de frutos y raíces, moluscos, aves, pequeños animales y algo de caza, aunque se piensa que fue más herbívora que carnívora” (Monroy, 2008, p.11).

Lo anterior bien podría suponerse que fue resultado de “un impulso biológico primario (...) que motivó a la conducta” (Good, 1995, p. 296). Incluso, pudo haber comenzado con una imitación de modelos, debido a que “los humanos aprenden (...) en varias situaciones sociales en su mayor parte imitando a otros” (Good, 1995, p. 138).

Cuando el ser humano comenzó a agruparse y a terminar con la comida que tenía a la mano, se vio obligado a trasladarse a otro lugar en busca de más alimento, que ya no consistía solamente de plantas, ahora consumía los animales.

Años después, con el descubrimiento de la agricultura y el fuego, el ser humano comenzó a mezclar la carne con plantas, dando inicio así a la gastronomía, concepto proveniente de la palabra gastrónomo, cuyo origen fue un personaje del mismo nombre “que aun sin dominar los misterios del fuego, decidió que le apetecía la carne muy poco hecha y rehusó a zampársela de cualquier manera” (Golilorsky, 2005, p.11).

Enfocándonos a la comida mexicana, hablaremos de uno de los primeros alimentos con los que se relaciona a México: el maíz, originario de Tehuacán, Puebla, y que fue utilizado en la alimentación de otros grupos asentados a través del continente americano, continua siendo la base de platillos considerados tradicionales de México, encontrando entre ellos: enchiladas, flautas, tacos, tostadas entre otros.

(Flores, 2004, p. 20)

Claro, esto no significa que sea el elemento principal de la cocina mexicana, también se encuentra el chile en sus variedades, utilizado principalmente como condimento debido a su versatilidad ya que dependiendo de los ingredientes con que sea combinado puede tomar diferentes sabores. Curiosamente antes de la conquista de México, el principal consumo del chile era con la tortilla (derivado del maíz) sin que se utilizara directamente en la preparación de platillos. En parte esta diversidad de combinaciones se dio a raíz de las primeras exploraciones españolas.

Otro elemento de origen mexicano es la vainilla, “originaria de la Huasteca, de una proporción que hoy conocemos como Papantla, en el estado de Veracruz” (Flores, 2004, p. 37). Y como estos ejemplos de alimentos de origen Mexicano, de igual manera se puede citar el chocolate llamado por los aztecas “cacahuatl”, y el nopal originario del valle de Tehuacán en Puebla. (Costaguta, 2008, p.8)

Con el asentamiento poblacional de los españoles en territorio azteca, se dio un fenómeno gastronómico muy interesante, ya que se fusionaron algunos procedimientos de preparación de alimentos aunados a una extensa combinación de ingredientes. Entre los componentes provenientes del viejo mundo que se incorporaron encontramos: el trigo, el azúcar, cebolla, ajo, perejil, orégano y clavo de olor. (Long, 2003, p.12)

Posterior a la conquista, los nativos de México desempeñaron tareas de servidumbre, como la preparación de alimentos permitiendo en cierta forma la conservación de la cultura en la preparación de alimentos.

Lo anterior sumado al aprovechamiento que la población mexicana ha hecho de sus recursos en desiertos, costas, montañas y climas variados, han permitido que la cocina mexicana sea enriquecida constantemente.

Gracias a esta diversidad en México, se cuenta con actividades de los tres sectores económicos (industria, comercio y servicios) y de todo tamaño (Micro, pequeña, mediana y grande) de acuerdo a la estratificación de empresas publicada en el Diario Oficial de la Federación el 30 de junio de 2009. (DOF, 2009).

Hablando de los sectores económicos en México de acuerdo al censo económico del INEGI (Instituto Nacional de Estadística Geográfica e Informática) 2009, en el país las empresas están distribuidas de la siguiente forma: el 11.7% se dedica a la industria manufacturera, el 49.9% al comercio y el 36.7% a los servicios.

Con respecto al tamaño de las entidades económicas y tomando como base el Censo Económico del año 2008, existían 3'724, 019 empresas en el territorio nacional que daban empleo a 20'116,834 personas, de dichas empresas el 95.7 % eran de tamaño micro. Es decir contaban solo con diez empleados cuando mucho, mientras que el 3.5 % eran pequeñas, lo que significa que contaban con un rango aproximado de trabajadores entre 11 y 50 empleados (dependiendo de su giro), el 0.6% lo tenían las empresas medianas, y tan solo el 0.2% era la representación de las grandes empresas, quienes tienen más de cien empleados (INEGI, 2009).

Lo anterior hace pensar en lo representativo de las pequeñas y medianas empresas en la economía nacional, desde su contribución al Producto Interno Bruto hasta el grado de trascendencia que tienen en la generación de empleos. Sin embargo estas empresas se enfrentan generalmente a las mismas dificultades. Según la Encuesta Empresarial Internacional 2005 del Grant Thornton, las principales causas que detienen el crecimiento de las Pymes (pequeñas y medianas empresas) en orden de repetición son: la burocracia, el costo del financiamiento, la escasez del financiamiento a largo plazo, cambios en la demanda, escasez de capital de trabajo, falta de disponibilidad, y mano de obra calificada (Zorrilla, 2005).

Otro aspecto que impacta es la situación de las personas que laboran en las Pymes; los resultados del Censo nacional 2004 elaborado por el INEGI, arrojaron que el 56.6% recibían una remuneración por su trabajo, mientras que el 29.8% eran propietarios o familiares que no recibían remuneración alguna, y el 13.6% era personal que legalmente no dependían de la empresa en la que laboraban, es decir solo prestaban servicios como comisionistas, honorarios o trabajaban para otras empresas que suministran el servicio( INEGI. 2009).

Lo anterior es realmente alarmante, porque los datos muestran que la mayoría de las empresas en México son Pymes y generalmente estas se refieren a empresas familiares. Ahora si el 29.8% de la población que labora en estas empresas es el dueño o familiar, las cifras reflejan que más de un cuarto de la población que trabaja no es remunerada; esto muestra que muchas familias se ven afectadas en el ingreso.

En Baja California, según INEGI (2009) se cuenta con el 2.1% de las unidades económicas que dan empleo a un total de 203, 014 personas (registradas como empleadas directamente de la razón social de la unidad económica).

Ensenada es un puerto que poco a poco ha ido tomando un lugar importante en el país, debido principalmente a su cercanía con la ciudad fronteriza de Tijuana y sus condiciones climatológicas, cautivando a las personas que buscan una mejora en la calidad de vida y que decide trasladarse del interior del país hacia el norte. Dando lugar a la apertura de nuevas empresas que den una propuesta diferente a los habitantes de la ciudad.

Una de las cosas que jamás van a cambiar es la necesidad por consumo de alimento, por ello el ser humano siempre estará en búsqueda de satisfacerla, por lo tanto la competencia entre empresas que ofrecen este servicio será cada vez más mayor.

De acuerdo a los aspectos anteriores, se presenta este proyecto de inversión que plantea un análisis de factibilidad referente al establecimiento de un restaurante de comida mexicana, cuyo objetivo es ofrecer a los clientes un menú que incluya alimentos tradicionales además de opciones para consumidores con problemas frecuentes de salud, enfocándolo inicialmente a personas que padecen Hipertensión arterial y/o Diabetes mellitus no dependientes de insulina)Tipo II; la razón de comenzar con estas 2 opciones se debe a las posiciones en que se encontraron en el anuario de morbilidad de la Secretaria de Salud en el año 2009, ubicándose en el segundo y cuarto lugar respectivamente.

Con referencia al libro La hipertensión arterial escrito por Michel Brack, Todos tenemos tensión arterial: es la presión necesaria para transportar la sangre a todo el organismo. Solo hay peligro cuando esa tensión es excesiva. (Brack, 2009, p.7)

El problema surge cuando la tensión arterial sobrepasa los límites normales. Dicho de otra manera, hay hipertensión arterial cuando la presión es demasiado fuerte en el interior de nuestras arterias. (Brack, 2009, p.9)

La diabetes para la Organización Mundial de la Salud (OMC 1985), es una elevación crónica de la concentración de glucosa en la sangre, que a veces se acompaña de síntomas (sed, poliuria, pérdida de peso y decaimiento), que puede llevar al coma y a la muerte en ausencia de tratamiento efectivo. (Calero, 1997, p.9)

En la actualidad se manejan principalmente 2 tipos de diabetes mellitus, y su diferencia radica en la dependencia o no dependencia de insulina.

En los pacientes diabéticos tipo II, la principal causa de muerte es la enfermedad cardiovascular en sus diferentes manifestaciones. Por lo tanto, el control integral del diabético va a comprender el control de otros factores de riesgo cardiovascular además de la hiperglucemia. (Calero, 1997, p.30)

La mayoría de los pacientes con diabetes mellitus tipo 2 tiene sobrepeso u obesidad, esto aunado a lo expuesto anteriormente permite apreciar una relación entre ambas (diabetes tipo 2 e hipertensión arterial), por lo que la necesidad de cuidados alimenticios es fundamental en ambos tratamientos, aspecto que pretende satisfacer este proyecto. (De Luis, D. Bellido y García, 2010, P. 166)

Además se pretende brindar un servicio de calidad en un ambiente agradable, fortaleciendo la convivencia familiar. Aumentando constantemente la rentabilidad para los inversionistas y que sirva de impulso para aumentar la calidad en el servicio de alimentación en la ciudad, manteniendo siempre la calidad de los insumos.

## Capítulo 1: Naturaleza del Proyecto

Dentro de este capítulo se dará a conocer los generales de la empresa como: nombre, lema, logotipo, descripción, misión, visión, objetivos, ventajas competitivas, productos y/o servicios, el impacto tecnológico, económico-ambiental y la responsabilidad social empresarial.

### 1.1 Nombre de la empresa

La empresa que se propone en este plan de negocios llevará por nombre “Restaurante: La Cabaña de Don Agustín”, con el que se pretende sea identificada con su actividad principal: la preparación de alimento en un lugar rústico.

Este nombre fue elegido por tratarse del propietario del terreno donde se establecerá el negocio.

#### 1.1.1 Lema y Logotipo

El lema del restaurante será: “Donde comer rico y cuidar la salud si van de la mano“. Con ello se trata de dar mención a su sabor y a la diversidad de platillos que manejarán de forma saludable.

Figura 1.1 El logotipo de la empresa.



El propósito del logotipo es una distinción visual del giro de la empresa, aspecto relacionado con la cuchara y el tenedor.

De igual manera muestra varios elementos entre ellos: una cabaña, que indica el ambiente rústico y en contacto con la naturaleza, el uso de colores cálidos que indican el ambiente agradable, en su interior se ven cinco líneas de diferentes tamaños que representan la diferencia entre los comensales y sus desiguales necesidades. También incluye una franja naranja y una café, que simulan la forma tradicional de un plato, terminando con racimos de uvas, producto característico de la localidad que simbolizan la tendencia de cuidar la salud en los platillos, y que muestra el plan a futuro de establecer un huerto para cultivo de vid. Otro aspecto relevante es la chimenea, con lo que se pretende dar una imagen de comida casera.

## **1.2 Descripción de la Empresa**

Sin duda alguna la principal necesidad que el hombre busca satisfacer diariamente es el hambre; sin embargo la forma en que satisface esta necesidad ha evolucionado de acuerdo a su medio y las condiciones que le rodean como son: religión, cultura, conocimientos, poder adquisitivo e incluso en algunos casos su creatividad o estado de humor.

Por ello, no siempre se satisface el hambre en base de una alimentación balanceada que le proporcione los nutrimentos que requiere su organismo, aspecto que da la pauta para establecer la diferencia entre los conceptos: comer, alimentar y nutrir que a continuación se detallan:

“Comer es todo aquello que pueda ser introducido por tener un sabor atractivo” (Lezaeta, 2007, p. 42).

“Nutrir se refiere a los alimentos que el organismo digiere, es decir aquello que el organismo puede convertir en sustancias que el cuerpo pueda asimilar y que favorezcan su funcionamiento; que no necesariamente es todo aquello que come” (Lezaeta, 2007, p. 17).

“Alimentación se refiere a toda sustancia capaz de reparar las pérdidas de materia y energía del organismo y de proporcionarle lo necesario para seguir funcionando normalmente” (Lezaeta, 2007, p. 43).

Los anteriores conceptos aunque sean utilizados usualmente para hacer referencia a la misma actividad, no lo son, y entender esta diferencia permitirá diferenciar entre lo que ingerimos y “que colabora con las funciones del cuerpo, lo que llega al organismo y lo que simplemente se consume por atracción o antojo.

No obstante de las diferencias, entre los conceptos anteriores es posible que estos conceptos se crucen en un momento dado, por ejemplo si se come alimentos que apetecen, ricos en nutrientes en cantidad y forma adecuada, permitiendo que el organismo los digiera y estos le proporcionen la energía que requiere; entonces se habrá comido, alimentado y nutrido.

### **1.2.1. Giro o sector**

“La Cabaña de Don Agustín” será una empresa que tendrá como giro los servicios, en específico del sector restaurantero que de acuerdo al número de empleados iniciará como microempresa (contando entre 1 y 15 empleados). (DOF, 2009)

El restaurante estará rodeado de un ambiente campirano, con una decoración mexicana que permita a los comensales alejarse un tiempo de la angustiada ciudad.

Además contará con área de reposo para que después de comer se pueda hacer sobremesa y platicar con la familia, amigos o acompañantes, consumir algún postre o disfrutando de alguna bebida.

### **1.2.2. Tamaño**

La empresa está planeada para contar con 13 empleados, se cataloga conforme a su tamaño en pequeña empresa de acuerdo a lo establecido por la Secretaria de Economía.

### **1.2.3. Ubicación**

Se tiene contemplado ubicarlo en un predio en la carretera a Ensenada- Ojos negros, aproximadamente 10 minutos de la ciudad, la razón de esto, es principalmente porque aún no se ha explotado este lado de la ciudad, como ha ocurrido con la zona vinícola que se encuentra ubicada en la carretera Tecate-Ensenada.

### **1.2.4. Descripción breve de producción o servicio**

“La Cabaña de Don Agustín” ofrecerá a sus clientes una gama de platillos de origen mexicano elaborados de manera casera, y saludable dentro de instalaciones limpias y cómodas, un trato agradable, costos accesibles y buen sazón, lo que permitirá al comensal.

## **1.3 Misión de la Empresa**

Satisfacer la necesidad del buen comer de los clientes, mediante la unión de factores como: el ambiente, el sabor y atención. Haciendo posible lo anterior mediante armónicas relaciones con todas las partes involucradas en el servicio (cadena de valor) manteniendo una empresa: humana, productiva, competitiva y rentable.

## **1.4 Visión de la Empresa**

Ser un restaurante de platillos mexicanos, reconocido por ofrecer opciones de alimentación a personas con problemas de salud comunes, manteniendo un enfoque familiar que permita que cada miembro sin importar la edad se sienta identificado y cómodo; llegando a ser reconocido por su atractivo sabor, atención y excelencia en cada parte de sus procesos, equipo de colaboradores, proveedores y cada persona que intervenga en la cadena de valor.

## **1.5 Objetivos de la Empresa**

Los objetivos de una organización son ideas o planteamientos que orientan y dirigen las actividades hacia el propósito de lograr las metas; son niveles de aspiración que tienen en un marco de tiempo definido. (Lerma, Granados, et al, 2007, pag.60)

### **1.5.1. Objetivo General**

Propiciar el conocimiento y consumo de la comida mexicana, tanto en gente de la localidad como visitantes, garantizándoles satisfacción al obtener los productos y el servicio. Permitiendo ofrecer alternativas en casos de problemas de salud.

### **1.5.2. Objetivos Específicos**

1. Contar con los mejores proveedores en el ramo, cuidando así el servicio desde el inicio. Esto se realizará desde el inicio de la habilitación de la empresa; ya que al hacer la adquisición de cada recurso se estudiará cuidadosamente cada opción, con el fin de contar con los mejores ingredientes, el personal idóneo y las instalaciones adecuadas.

2. Alcanzar un nivel de utilidad de al menos 35% de los ingresos en el segundo año. Esto se programará desde el primer año, por medio de una proyección, cuyo resultado será comparado con los obtenidos al cumplir un año en el mercado; esto permitirá la formulación de estrategias que permitan establecer los parámetros del siguiente período y la detección oportuna de fortalezas y debilidades de la empresa.
3. Aumentar los ingresos en un 60% en el segundo año. Este punto es quizá de los más sencillos a medir; ya que basta con la comparación de estados financieros de la empresa entre ambos períodos.
4. Tener al menos en un plazo de 5 años una pequeña cava que permita aprovechar la oferta de vinos regionales y eventualmente ofrecer la producción propia.

## **1.6 Ventajas Competitivas**

Dentro de los principales factores a considerar al momento de elegir dónde comer se encuentra el sabor ya que; generalmente está asociado a las experiencias de vida que cada persona tiene, por ello el sabor que se busca en “La Cabaña de Don Agustín” es el casero, con insumos que se manejan preferentemente naturales, debido a que:

“No puedes mejorar de la diabetes si fumas, bebes o consumes muchos alimentos que no son saludables. Muchos enfermos dejan de sufrir crisis diabéticas una vez que reducen la comida chatarra. Sugerimos de manera enfática que intentes comer comida sana sin conservadores ni pesticidas.” (Schneider, 2007 p.89)

Aunque para muchos el seguir la fórmula establecida disminuye el riesgo, para “La Cabaña de Don Agustín” el tener estilo propio será la punta de lanza para crear un concepto que permita al cliente identificar la empresa.

Otro de los aspectos que se tendrá muy en cuenta es el servicio al cliente, aunque la mayoría de los restaurantes siempre suponen tener un buen servicio al cliente, es muy común que los comensales se sientan incómodos si el mesero que les atendió no lo hizo adecuadamente, y en este tipo de negocios, a pesar de tener buena comida con precios aceptables terminan perdiendo al cliente, cerrando la posibilidad de adquirir la mejor publicidad que existe: el boca a boca.

En “La Cabaña de Don Agustín” se maneja un ambiente familiar y no solo en la publicidad como lo hacen la mayoría de los restaurantes, que se ofertan como familiares cuando solo están interesados en quienes pagan por el servicio; ya que se considerará a cada integrante de la familia, tomando en cuenta que no siempre quien paga por el servicio es quien decide el servicio adquirir, lo anterior según recientes estudios cuyos resultados arrojan que quien adquiere un bien o servicio no necesariamente es el consumidor final.

Otro aspecto serán los precios, al respecto se han realizado diversos estudios de los efectos sobre las percepciones de precio del consumidor de los tres tipos de precios de referencia anunciados: bajos razonables, altos razonables y altos no razonables. (Schiffman, 2005, p. 187)

Los precios que se manejarán de son los razonables, cuyos montos se encuentran totalmente dentro del rango de los precios de mercado actuales, haciendo que el servicio sea atractivo y alcanzable para la mayoría de la población en la ciudad y el turismo.

Un beneficio más, será la factibilidad para personalizar el menú, por experiencias en algunos restaurantes del ramo, los platillos están establecidos de forma determinada, por lo que algunos consumidores por sus hábitos alimenticios o recomendaciones médicas, no pueden consumir sus platillos, ya sea por complicaciones provocadas por los ingredientes o disgusto hacia los mismos.

Gracias al adecuado manejo de costos, se permitirá el cambio de ingredientes lo que dará satisfacción al consumidor, y no repercutirá en pérdidas al establecimiento como ocurre en la mayoría, que al no conocer sus costos, por satisfacer al cliente afectan financieramente a la empresa.

### **1.7 Análisis de la Industria o Sector**

En Ensenada existe un gran número de establecimientos que ofrecen alimentos preparados, podemos encontrar de distintas nacionales como china, americana, japonesa, tailandesa, italiana, incluso mexicana.

Sin embargo pocos son los lugares que ofrecen opciones que el consumidor relaciona con la salud, encontrando entre estos el restaurante Baja Frut, Pitazo, Subfactory, Subway, y la apreciación de estos como saludables se debe a que ofrecen alimentos bajos en grasas.

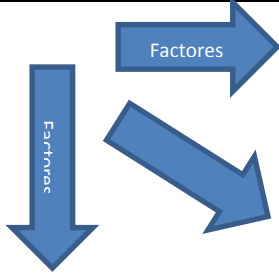
Por lo anterior podemos percibir que en la ciudad no existe un lugar que brinde comida mexicana con opciones para personas que padezcan enfermedades comunes como presión arterial, diabetes u otras, que requieren algo más que reducir la grasa en el proceso de preparación de los alimentos.

Otra de las oportunidades que ofrece la ciudad de Ensenada consiste en ser anfitriona de importantes eventos gastronómicos, entre ellos podemos citar: la feria del pescado y el marisco que es llevada a cabo desde 1978 (cuenta con 35 años de tradición), las fiestas de la vendimia, (tradicional por ser organizada por las vinícolas de la localidad), concurso de paella, festival del taco y la cerveza y la feria del hongo no obstante y a pesar de estar en territorio mexicano, no se tiene una feria local de comida mexicana que propicie una preservación de nuestras tradiciones y permita a los negocios relacionados innovar adecuándola a las necesidades, exigencias y gustos actuales, por lo que sería interesante organizarla.

### **Matriz FODA con estrategias:**

A continuación se presentará una matriz sobre “La Cabaña de Don Agustín”, en ella se plantea la situación a la que se enfrentará, haciendo un cruce entre los factores tratando de potencializar aquello que pudiera ser de utilidad y debilitando lo que pudiera en un momento dado afectarle.

Tabla 1.1 Matriz FODA

	Oportunidades	Amenazas
	<p>*Al establecer el Restaurante en territorio nacional, la población ya conoce la gastronomía local, por lo tanto tiene una aceptación general.</p> <p>*Ofrecer opciones en alimentos a personas con padecimientos comunes.</p>	<p>*Constantes variaciones en precio de frutas y verduras. (insumos)</p> <p>*Ingreso de nuevos competidores.</p> <p>*Constante variación en moneda</p> <p>*Barreras políticas para el ingreso de turismo (usa) al país</p>
Fortalezas	Fortalezas/Oportunidades	Fortalezas/Amenazas
<p>*innovación en el valor Agregado.</p> <p>*Se pretende lograr un sabor casero mediante la selección de insumos.</p> <p>*Control adecuado de los costos que permite un cambio en platillos a gusto del consumidor.</p>	<p>*Preparación de platillos lo más original posible, a fin de ofrecer comida apegada a tradiciones.</p>	<p>*Se deben establecer lazos estrechos con los proveedores, para tener los mejores insumos y estrategias.</p> <p>* Se debe continuar innovando, al principio funcionaria por ser pionero, pero sería rápidamente imitado.</p>
Debilidades	Debilidades/Oportunidades	Debilidades/Amenazas
<p>*Platillos semejantes a otros Restaurantes.</p> <p>*No hay previas experiencias en clientes que recomienden el negocio.</p> <p>*Relativa lejanía del centro de la ciudad.</p>	<p>*Se tendrá flexibilidad en los platillos, para hacerlos al gusto del cliente</p> <p>*Establecimiento de área infantil debe estar en constante adecuación, para que siga siendo atractiva, ya que los competidores directos no cuentan con ella.</p> <p>*Se ofrecerá ambiente campirano que permita relajar y disfrutar de la naturaleza.</p>	<p>*Se buscaran alternativas a platillos, con la finalidad de aprovechar insumos de temporada.</p> <p>*Se buscara la satisfacción del cliente para contar con posicionamiento cuando entren competidores.</p> <p>*se procurara clientes de la localidad, con la finalidad de no depender del turismo.</p>

Fuente: Elaboración propia.

Sobre la industria restaurantera en México:

Tabla 1.2 Indicadores de la Industria 2006

Ventas anuales aproximadas	182,992 millones de pesos
No. De establecimientos (Formales)	428,000
Porcentaje de establecimientos que son PYMES	96%
Participación en el PIB Nacional	4.1%
Porcentaje de empleados directos por genero	53.1% Mujeres, 46.9% Hombres
Empleos Indirectos	2.2 millones

Fuente: Elaboración propia, con base en Cifras del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) 2012 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)

### **1.8 Productos y/o Servicios de la Empresa**

“La Cabaña de Don Agustín” ofrecerá a sus clientes, en especial a las familias, un servicio de alimentación con buen sabor en un agradable ambiente.

La comida mexicana se caracteriza por la diversidad de sus platillos, a través de su territorio se conocen diferentes opciones que han sido modificados durante la historia del país, o como consecuencia de la innovación de nuestras amas de casa o chefs profesionales, pero que generalmente se basan en aquellos platillos que tienen historia para México.

Lo anterior presenta un panorama de expectación muy amplio; ya que cada persona tiene gusto diferente dependiendo la zona en la que nació, creció o vive, por ejemplo la mayoría de las personas cuando ingieren un alimento permiten que sus experiencias interfieran, es decir si prueban un café que les recuerde al que preparaban sus abuelos hace años, el café posiblemente por sí sólo no hubiese generado reacción alguna, pero el hecho de experiencias pasadas, lo harían saber delicioso y sería apreciado por quien lo toma.

Por ello es de suma importancia poner atención a la forma de preparación de los alimentos, las recetas, los insumos, el ambiente, etc., aspectos fundamentales en este tipo de empresas.

Dentro de los platillos que se ofertaran en su fase de introducción al mercado, se encuentran los siguientes:

Entradas:

Figura 1.2 Sopa de lentejas.



Figura 1.3 Rollitos de calabacita con queso de cabra



Figura 1.4 Crema de chile poblano



Figura 1.5 Sopa de verduras



Guarniciones:

Figura 1.6 Ensalada de nopales



Figura 1.7 Ensalada de garbanzos



Figura 1.8 Ensalada campestre.



Salsas / aderezos:

Figura 1.9 Salsa de piña



Figura 1.10 Aderezo de yogurt



Desayunos:

Figura 1.11 Chilaquiles rojos con requesón



Figura 1.12 Omelette de claras con champiñones



Figura 1.13 Nopales navegantes con huevo.



Comidas:

Figura 1.14 Tostadas



Figura 1.15 Enchiladas rojas



Figura 1.16 Enmoladas verdes



Figura 1.17 Enmoladas tradicionales



Figura 1.18 Enchiladas verdes



Figura 1.19 Huaraches de nopal



Figura 1.20 Sopos de nopal



Bebidas:

Figura 1.21 Tepache, agua de Jamaica, agua de avena



Figura 1.22 Chocolate



Postres:

Figura 1.23 Flan de camote



Figura 1.24 Gelatina de colores.



Figura 1.25 Crema de uvas



### **1.9 Impacto Tecnológico, económico y ambiental**

Ensenada es considerada un puerto de altura, esto significa que el mar es profundo y permite que las embarcaciones de gran capacidad puedan entrar a puerto, además de que cuenta con infraestructura que facilita el comercio marítimo nacional e internacional, esto lo convierte en un puerto importante a nivel nacional.

Con lo que respecta al medio ambiente Ensenada cuenta con un extenso litoral que la convierte en el municipio más grande del país, pero no solo tiene extensión territorial, también cuenta con una diversidad en clima, en flora y fauna, que le permiten tener una amplia capacidad de desarrollo. Su acceso terrestre se ha visto aumentado y mejorado últimamente como causa-consecuencia del auge que presenta la ciudad.

Además el comercio ha aumentado considerablemente ya que; se cuenta con una plaza comercial que tiene una construcción con 130 locales comerciales, entre las tiendas anclas se encuentra Wall-Mart, esto muestra un auge en la economía local, la creación de fuentes de empleo y la necesidad de nuevas opciones. Sin embargo también presenta una amenaza a las micro empresas que no contemplen las ventajas que tienen sus competidores transnacionales.

Por lo anterior, Ensenada tiene una gran cantidad de aspectos que la hacen atractiva, y este negocio no presentaría ninguna alteración al medio ambiente, ya que ni la maquinaria ni los insumos presentan posibilidad alguna de dañar, modificar o alterar el medio ambiente de la localidad; incluso la mayoría de los desechos del Restaurante serian orgánicos, por lo que como oportunidad se encuentra el venderlos para composta (abono a flora).

En cuanto al impacto en la economía será una fuente de empleo, además de contribuir en el Producto Interno Bruto Nacional (recordemos que las pymes son quienes aportan la mayor cantidad), así como brindar una nueva opción a los consumidores promoviendo una cultura de mejora en el servicio restaurantero.

En el plano tecnológico no se contempla la adquisición de maquinaria complicada o de peligro por el tipo de negocio tampoco tendría influencia en este campo, se manejará equipo convencional al existente en el mercado.

### **1.10 Responsabilidad Social**

El negocio contribuye a la conservación de las tradiciones mexicanas, al elaborar platillos mexicanos que permiten la preservación de costumbres, recetas y sabores del país.

Además pretende aprovechar sus recursos al máximo, un ejemplo de ello es la constante separación de basura, permitiendo que la basura orgánica sea aprovechada ya sea por la misma empresa en las plantas que forman parte de su decoración, como por personas ajenas que lo soliciten.

La empresa incluso pretende tener un plan permanente de ahorro de agua y energía, mediante prácticas sencillas como no dejar aparatos conectados por la noche, el apagado de luces cuando no se requieran y en un futuro, se podría incursionar en la instalación de paneles solares que reducirán el consumo de energía en el establecimiento, se incluye además el aprovechamiento del gas al momento de cocinar ya que; se aprovechará el horno con todo lo que deba hornearse, evitando así el desperdicio de gas en las precalentadas del horno.

Aunado a lo anterior se pretende ingresar en el programa del gobierno municipal adoptando un área verde, que no solo permitirá el cuidado de la naturaleza, sino que estará contrarrestando la contaminación visual que poco a poco se ha ido notando más en la ciudad.

## Capítulo 2: El Mercado

### 2.1 Investigación de Mercados

El motivo principal para proponer este proyecto de inversión, es el aprovechamiento de un mercado potencial ya existente, sin embargo descuidado: la preferencia por la comida mexicana y la necesidad de consumir alimentos saludables con buen sabor.

Si bien en Ensenada hay varios establecimientos dedicados a la venta de alimentos, estos a pesar de contar con diferentes formatos como lo son: de comida rápida (enfocados a niños) que tienen áreas de juegos infantiles, de comida extranjera con decoración juvenil, campiranos, caseros, americanos, entre otros; no se cuenta con un restaurante que fusione la comida mexicana y un balance adecuado de alimentos, lo ofrecería prevenir enfermedades comunes como obesidad y que brinde a las personas que sufren de padecimientos como diabetes tipo II e hipertensión una opción atractiva y con valor agregado.

A pesar de ser la comida mexicana atractiva para la población local, aspecto como puede ser comprobado al visitar restaurantes campiranos ubicados en las afueras de la ciudad, y que en los últimos años han aumentado la preferencia de los comensales; debido a factores como: el contar con un área de juegos, amplio estacionamiento, ambiente relajado y buen sabor.

Este proyecto consiste en otras palabras en retomar el concepto de comida mexicana (que es muy completa y variada), mediante un menú saludable, que sea apto para personas que requieren cuidar los alimentos que ingieren, dentro un lugar agradable para convivir ya sea con la familia, pareja o amigos.

Para este proyecto es de gran relevancia aplicar un estudio de mercado, que permita conocer tanto los gustos de los comensales, como sus necesidades, previendo así el nivel de aceptación y rentabilidad que tendría el proyecto de ser llevado a cabo.

Para la obtención de información se utilizó la encuesta como instrumento cuantitativo, además de investigación de tipo cualitativo mediante comunicación verbal con comensales y observación directa del campo, a fin de tener un panorama más amplio.

## **2.2 Estudio de Mercado**

Es necesario realizar una investigación de mercado que nos permita conocer las necesidades, preferencias y gustos de los consumidores potenciales; así como la opinión que tienen de los competidores ya establecidos, a fin de detectar oportunidades de negocio que fortalezcan el presente plan de negocios. Cabe mencionar que dicha investigación se enfocó en conocer al consumidor potencial, para alcanzar el nivel de ventas, además de conocer la calidad que desea y espera, logrando así tener una base al elegir a los proveedores más adecuados. Por lo tanto los aspectos que se investigarán de los consumidores son: saber con quién asiste a restaurantes, si él o las personas que le acompañan padece alguna enfermedad que requiere cuidar los alimentos que ingiere, frecuencia en que asiste, el motivo, tiempo que permanece en el restaurante, importe de consumo aproximado, aspectos que busca al momento de elegir dónde comer, tiempo de estadía en el establecimiento, entre otros.

El municipio de Ensenada cuenta con una población de 466,814 personas, de acuerdo a los datos del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI Censo 2010). Sin embargo nuestro principal mercado se encuentra en las personas mayores de 30 años y menores de 59 años, puesto que la edad promedio de pacientes detectados con diabetes Mellitus tipo 2 (la más frecuente) y/o hipertensión arterial se manifiesta alrededor de los cuarenta años, y se pretende abarcar un rango antes creando conciencia y apoyando a las campañas de salud en edades donde se puede prevenir este tipo de problemas; además de encontrarse en edad económicamente activa; por lo tanto el porcentaje de la población que entra en esta categoría asciende al 35.24% de la población, equivalente a 164,504 personas, número que utilizaremos como población en el estudio de mercado. (INEGI, 2009).

Por lo tanto para determinar el tamaño de nuestra muestra utilizaremos la siguiente formula:

$$n = \frac{v^2 N p q}{e^2(N-1)+v^2 p q}$$

v= nivel de confianza

N= Universo o población

p= probabilidad a favor

q= probabilidad en contra

e= error de estimación (precisión de los resultados)

n= número de elementos (tamaño de la muestra)

Esto no quiere decir que se maneje un intervalo de confianza inadecuado; ya que al aplicar 95% se está dando margen a duda de que las personas pueden decidir entre ir o no al restaurante “La cabaña de Don Agustín” a comer, sin embargo esta gente no siempre frecuenta los mismos lugares o en acude continuamente, previendo esto precisamente se estudiará a la tercera parte.

De tal forma la sustitución de la formula sería la siguiente:

$$N = \frac{(1.95^2) (164504) (.50) (.50)}{(.05^2) (164504-1) + (1.95^2) (.50) (.50)}$$

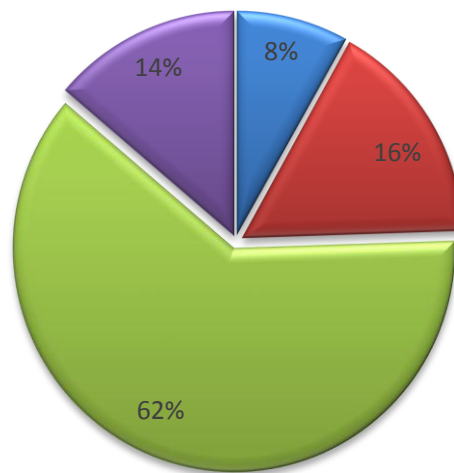
$$N = 384$$

Cabe mencionar que a pesar de conocer el número de habitantes, no estamos seguros que todos sean clientes potenciales, debido a que no hay estudios semejantes que arrojen cifras de la población que asiste a ingerir alimentos fuera de casa; por lo tanto determinaremos la muestra basándonos en el resultado de la formula anterior.

## Cuestionario:

La investigación de mercado fue realizada en la ciudad de Ensenada, se aplicó a personas que asistían a restaurantes, mercados, cines, y farmacias, es decir en zonas estratégicas de concentración, dichas encuestas presentaron los siguiente resultados.

Gráfica 2.1 Edad de los encuestados

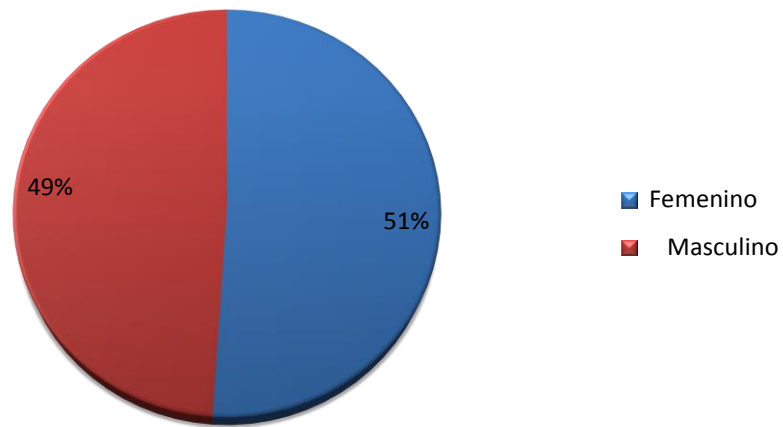


■ Menor de 20 años ■ De 21 a 30 años ■ De 31 a 50 años ■ Mayor de 51 años

Fuente: Elaboración propia con base a resultados de encuesta aplicada.

Se entrevistó en su mayoría a personas que se encuentran entre los 31 y 50 años de edad que son el mercado objetivo, y a quienes se pretende conocer.

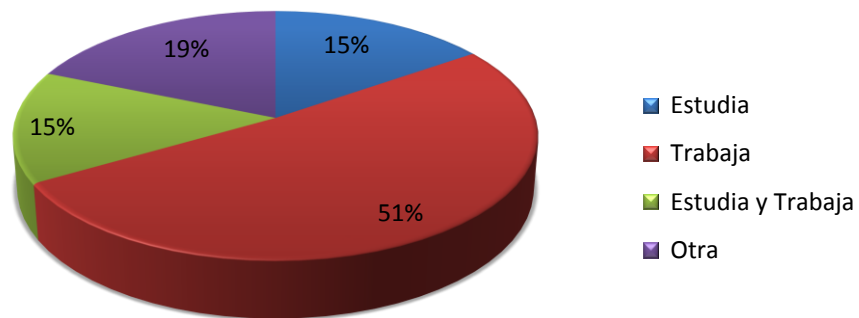
Gráfica 2.2 Género



Fuente: Elaboración propia con base a resultados de encuesta aplicada.

En la gráfica 2.2 se ve reflejado que ligeramente la mayoría de la población entrevistada es de sexo femenino con un 51% del total.

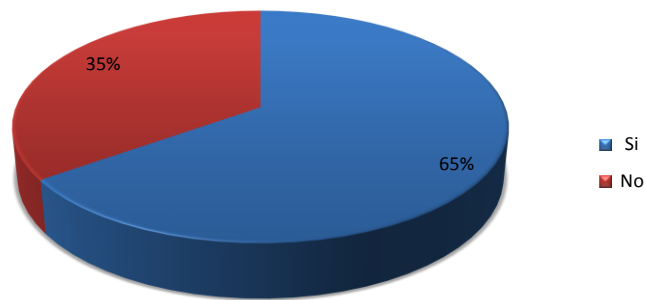
Gráfica 2.3 Ocupación



Fuente: Elaboración propia con base a resultados de encuesta aplicada.

En la gráfica 2.3 refleja las actividades de las personas encuestadas, el 55% trabaja, reafirmando la hipótesis de encontrarse la mayoría en edad económica activa.

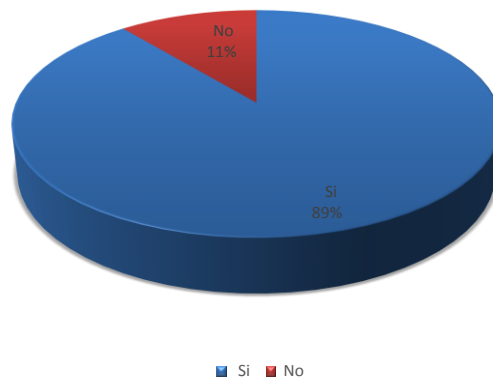
Gráfica 2.4 Encuestados o personas cercanas que tienen padecimientos de diabetes y/o hipertensión arterial



Fuente: Elaboración propia con base a resultados de encuesta aplicada.

El 65% de las personas entrevistadas como muestra la gráfica 2.4, son personas que padecen o que tienen personas cercanas tienen padecimientos de diabetes y/o hipertensión arterial.

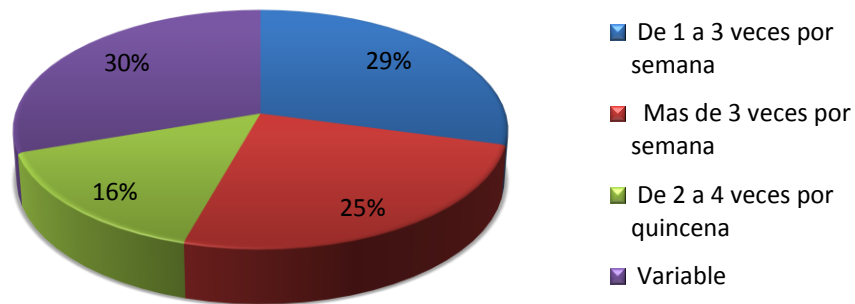
Gráfica 2.5 ¿Le gustaría que existiera un lugar que ofreciera comida saludable y rica que pudieran consumir personas con diabetes y/o hipertensión arterial?



Fuente: Elaboración propia con base a resultados de encuesta aplicada.

Como muestra la gráfica 2.5, al 89% de las personas si les gustaría que hubiera un lugar que ofreciera comida saludable y rica que pueda ser consumida por personas con diabetes y/o hipertensión arterial, esto puede deberse a que los encuestados o personas cercanas padecen estas enfermedades.

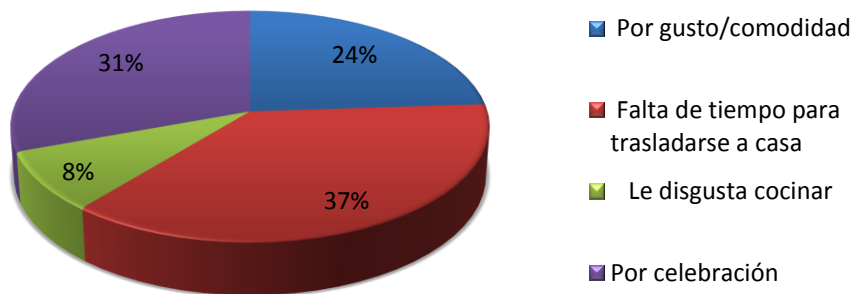
Gráfica 2.6 Frecuencia de asistencia a restaurantes de la localidad



Fuente: Elaboración propia con base a resultados de encuesta aplicada.

En el gráfico 2.6, se muestra que el 30% de los entrevistados asiste a restaurantes de la localidad con una frecuencia variable, seguido por el 29% que asiste de 1 a 3 veces por semana.

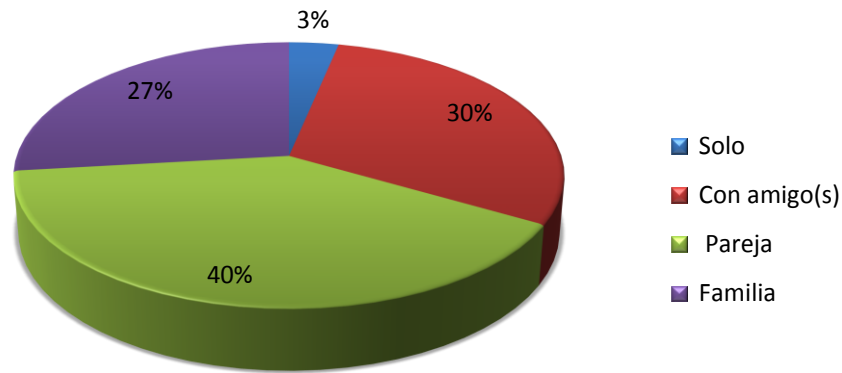
Gráfica 2.7 Motivo principal de consumo en restaurantes



Fuente: Elaboración propia con base a resultados de encuesta aplicada.

La gráfica 2.7 muestra que a pesar de ser la falta de tiempo la principal causa para comer fuera, el hecho de asistir por celebración es el segundo motivo para consumir en restaurantes según respondió el 31% de las personas entrevistadas.

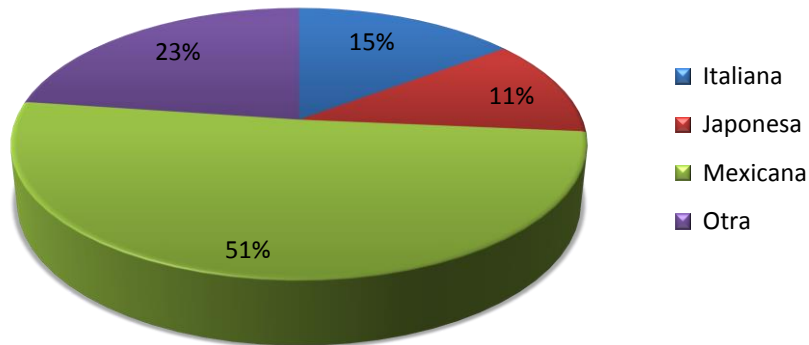
Gráfica 2.8 Personas con las que asisten a restaurantes.



Fuente: Elaboración propia con base a resultados de encuesta aplicada.

Como muestra la gráfica 2.8 la compañía con la que acuden los entrevistados a comer en restaurantes es muy semejante, entre la familia, la pareja y/o los amigos, por lo que no puede tomarse partido al momento de la decoración para un tipo en específico, lo que lo mejor es adquirir un concepto que pueda ser disfrutado tanto todos.

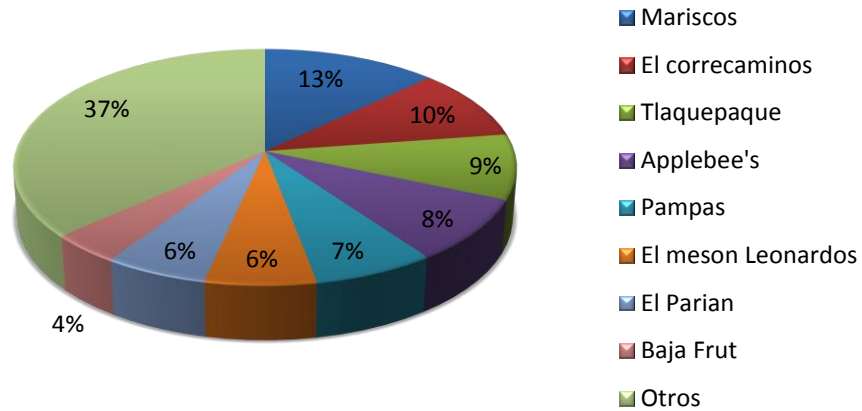
Gráfica 2.9 Tipos de comida preferidos



Fuente: Elaboración propia con base a resultados de encuesta aplicada.

Dentro de los tipos de comida favoritos entre la población, como podemos ver en la gráfica anterior, la mayoría prefiere la comida mexicana, sin embargo la otra mitad tiene como favorita otro tipo de comida, por lo que el restaurante deberá esforzarse por ser atractivo a las personas que no sienten predilección por esta cocina.

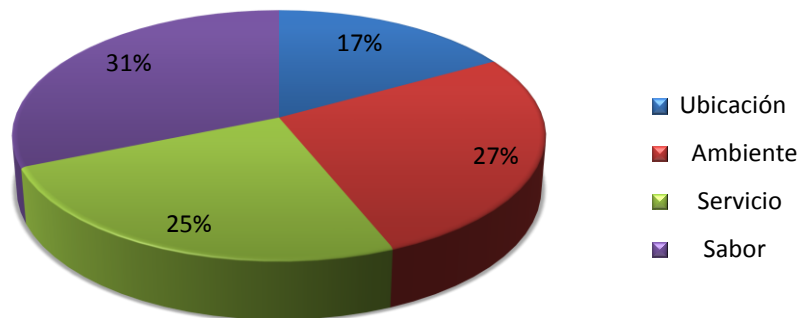
Gráfica 2.10 Restaurantes preferidos.



Fuente: Elaboración propia con base a resultados de encuesta aplicada.

De acuerdo a la gráfica 2.10 los gustos de los comensales que asisten a restaurantes de la localidad es muy variada, sin embargo, en suma, los restaurantes de comida mexicana son los que tienen mayor preferencia entre los consumidores.

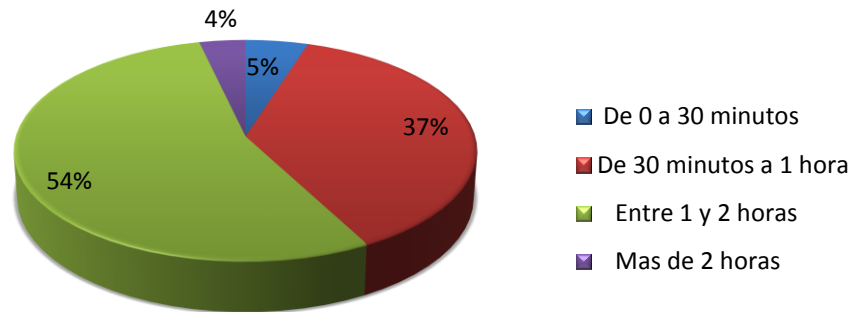
Gráfica 2.11 Razones por las que asiste a un restaurante



Fuente: Elaboración propia con base a resultados de encuesta aplicada.

Dentro de las principales razones por las que un consumidor acude a un restaurante se encuentran: el sabor, ambiente y servicio, aspectos que “La cabaña de Don Agustín” tiene como primordiales para establecerse en la preferencia de la población ensenadense.

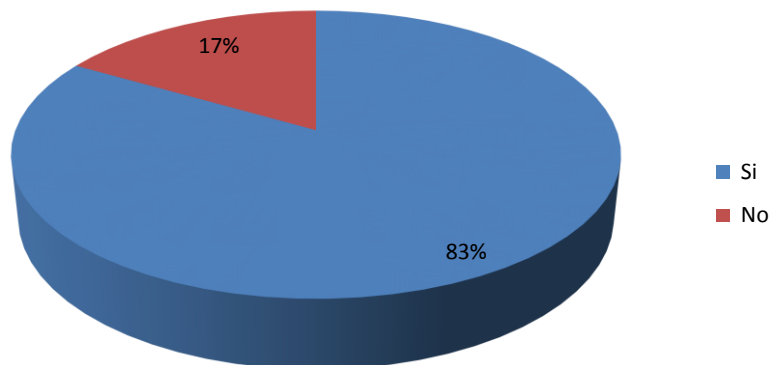
Gráfica 2.12 Tiempo de permanencia en restaurantes



Fuente: Elaboración propia con base a resultados de encuesta aplicada.

La gráfica 2.12 muestra que los comensales duran aproximadamente entre una y dos horas en su mayoría (54%), seguido de quienes dedican entre media y una hora (37%), lo que significa que no solo buscan satisfacer su apetito, sino disfrutar de un ambiente agradable que les permita convivir con sus acompañantes.

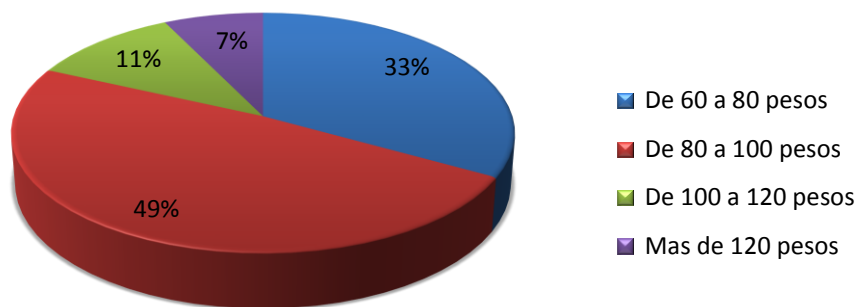
Gráfica 2.13 Tendencia a asistir a establecimientos de reciente apertura



Fuente: Elaboración propia con base a resultados de encuesta aplicada.

La gráfica 2.13 refleja que el 83% de las personas entrevistadas tiene tendencia a asistir a establecimientos de reciente apertura, lo que da oportunidad a darse a conocer a los nuevos negocios y por medio de satisfacer a los clientes en la primera visita, podría conservarlos para ser ofertados frecuentemente.

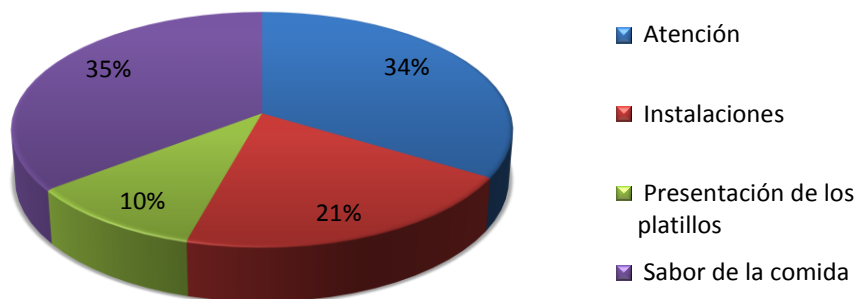
**Gráfica 2.14 Monto del consumo regular**



Fuente: Elaboración propia con base a resultados de encuesta aplicada.

De acuerdo a la gráfica 2.14, el 49% de los entrevistados gastan en un promedio entre \$80.00 y \$100.00 pesos, seguido muy de cerca por el 33% de los entrevistados, quienes consumen entre \$60.00 y \$80.00 pesos por persona en un restaurante, esta información es de suma importancia al momento de fijar los precios.

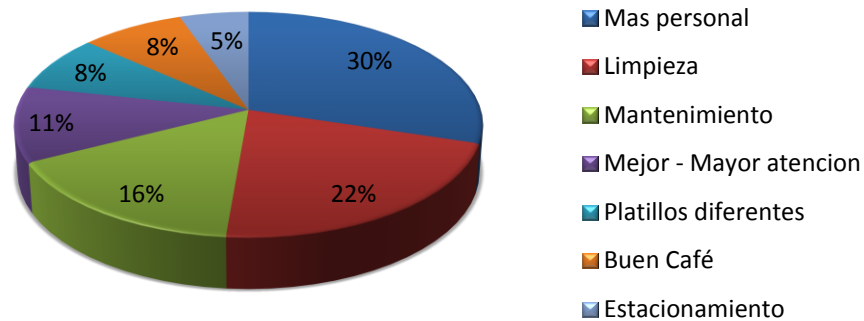
**Gráfica 2.15 Aspectos más recordados de un restaurante**



Fuente: Elaboración propia con base a resultados de encuesta aplicada.

El gráfico 2.15 confirma que el consumidor busca un buen sabor en los alimentos, aspecto que recuerda del establecimiento, seguido por atención e instalaciones muy de cerca.

**Gráfica 2.16 Aspectos que hacen falta en restaurantes frecuentados.**



Fuente: Elaboración propia con base a resultados de encuesta aplicada.

Como se puede observar en esta gráfica, entre las respuestas que se obtuvieron, el principal inconveniente que notan los clientes es la necesidad de más personal, aspecto que va enlazado al tiempo de atención, seguido de la limpieza, aspecto que indica el interés en lugares higiénico entre otros; lo que indica que en caso de cuidar estos aspectos brindaría una ventaja competitiva.

### **2.3 Distribución y puntos de Venta**

El canal de distribución que se utilizará será la venta directa, ya que al tratarse de un servicio de consumo inmediato, es importante aprovechar esta relación con el consumidor para obtener retroalimentación que permita la mejora continua del servicio.

Además al utilizar este canal, el comensal podrá disfrutar del valor agregado que le dan las instalaciones, y la decoración, permitiendo así una satisfacción mayor.

## **2.4 Promoción del Servicio**

### **Publicidad:**

El principal objetivo será el dar a conocer y posicionar el nombre del Restaurante, que la gente distinga el Restaurante de la competencia, para lograr la máxima plusvalía y lograr mayor valor a los accionistas.

Cabe mencionar que existen muchas empresas establecidas que satisfacen la necesidad de alimento; sin embargo, lo que hace atractivo este plan de negocio es el atender a un sector de la sociedad que había sido descuidado por los restaurantes de comida mexicana y que ha sido malentendido, creyendo que por incluir ensaladas o verduras los hacen saludables; sin embargo en el caso de padecimientos como hipertensión y diabetes tipo mellitus no todas las frutas son permitidas, y estos establecimientos no lo tienen contemplado.

Dentro de las herramientas publicitarias estarán los volantes, anuncios de radio, en páginas de Internet, periódico, y presentación en exposiciones, de negocios, comercio, ferias, etc., donde se instalará un mostrador que permita la prueba de algunos platillos, mostrando aquí su sabor, y las ventajas de tener opciones para personas con determinados padecimientos, lo que permitiría tener un contacto más personal con el consumidor potencial, invitándolo así al Restaurante.

Figura 2.1 Volante publicitario



En los Folletos se trata de dar a conocer un poco el menú del Restaurante, su ubicación, posiblemente promociones, este medio en especial es de suma importancia en la publicidad, porque permite llegar a un mayor número de posibles clientes, además de poder aprovechar ambos tipos, tanto al extranjero que arriba a la ciudad vía terrestre o marítima, como a los consumidores locales.

Los anuncios de radio son relevantes, debido a que la mayoría de las personas que no comen en casa hacen las elecciones del lugar al que irán de último minuto, pudiendo ser influenciados por un anuncio, pasar por el establecimiento, o escuchar un spot mientras se dirige a buscar un lugar.

El anuncio radiofónico que se utilizará al inicio es el siguiente:

Restaurante la cabaña de Don Agustín te invita a que vengas a probar su riquísimo menú apto para personas diabéticas e hipertensas, donde encontrarás platillos como: chilaquiles, tostadas, enchiladas, enmoladas, huaraches, sopas y mucho más... localizado en el kilómetro 10 de la carretera Ensenada – Ojos negros a tan solo 10 minutos de la ciudad.

En las páginas de Internet, y medios electrónicos como: facebook y twitter, se manejará un sistema de reservaciones, aspecto que ningún establecimiento en la localidad maneja actualmente, además de presentar un poco los atractivos del Restaurante en una forma más visual y atractiva, aprovechando así otro de los sentidos: La vista.

Como parte de las estrategias para posicionar al restaurante, se pretende manejar políticas constantes con el público interno (personal) y externo (clientes, proveedores, comunidad, gobierno y competencia); ya que todos forman parte de la cadena de valor, y si logramos tener una adecuada relación con estos, se podrá tener mayor control sobre aspectos que influyen en la calidad del servicio.

A continuación se presenta un bosquejo de la página de internet que tendrá el restaurante:

Figura 2.2 Bosquejo de página en Internet.



Cabe mencionar que dentro de la planeación financiera, se programa la contratación de un especialista en diseño, quien será el encargado de la elaboración de la imagen corporativa, así mismo de las herramientas que se utilizarán para dar a conocer el restaurante. Lo anterior basado en la importancia de la imagen para la venta, por lo que no basta con hacer la publicidad en base a los gustos del emprendedor, sino basados en el impacto que se desea tener en el mercado.

Lo que es importante subrayar es que como parte de la imagen se pretende apoyar a la comunidad en programas de responsabilidad social, como se refirió en el capítulo anterior, se incursionará en el programa “Adopta un espacio”, sirviendo este mismo en la relación con las instancias gubernamentales.

## **2.5 Fijación y Políticas de Precio**

El aspecto de precio en los servicios ha sido un tema muy controversial, debido a que la mayoría de los especialistas coinciden en que para tener una empresa sana lo principal es saber cuánto cuesta producir; cuál es el valor de lo que vendemos es uno de los aspectos más importantes para determinar en cuánto se ofrecerá a nuestro mercado. En el caso de un restaurante, las variables son muchas; ya que cada platillo es diferente y el gusto de los comensales igual, sin embargo en la parte de producción se manejarán estándares de acuerdo a los ingredientes y cantidades de cada receta para conocer el costo exacto de cada platillo del menú inicial, obteniendo así la primera parte para la fijación de precios.

Posteriormente se elaborará un control sobre el mobiliario y equipo que se requiere y que forman parte del servicio que se ofrece, cabe mencionar que generalmente en un servicio el aspecto que se ve más reflejado no es el producto en sí, es decir; en el caso del restaurante se pudiera dar el caso que el servicio fuese de mayor impacto en el precio final que el del mismo platillo. Una vez determinados los dos aspectos anteriores es importante que se considere el precio del mercado. Esto es de suma importancia porque nos da una idea aproximada de cómo se encuentra la industria y la cantidad aproximada que los clientes están dispuestos a pagar por determinado servicio; ya que tarde o temprano ellos mismos harán las comparaciones al momento de su elección.

Según una investigación directa de la Secretaria de Turismo donde se aplicó una encuesta acerca de precios de bienes y servicios turísticos en Baja California, se encontró que en Ensenada en el año 2005 el precio promedio por desayunos en restaurantes era de \$65.52 pesos, mientras que el costo por un platillo de carne asada ascendía a \$138.25, y un platillo consistente en un filete de pescado era de \$90.30.

Cabe mencionar que el aumento entre el año 2004 y 2005 fue de 2.33 pesos en los desayunos, 10.12 pesos en la carne asada y de 5.17 pesos en los platillos de pescado, lo cual muestra que no ha habido un aumento considerable en la inflación durante ese periodo.

Después de realizar el análisis correspondiente, que se verá reflejado en el capítulo de finanzas, se optó por manejar un 20% de utilidad una vez determinado el costo total de cada platillo, que aun así determinaron costos inferiores al promedio en la ciudad, por ejemplo un desayuno el “La cabaña de Don Agustín” cuesta \$37.00; sin embargo tomando en cuenta los precios del mercado, es posible que se aumente un poco quedando en \$44.50 pesos aproximadamente.

## **2.6 Plan de introducción al mercado**

El plan establecido hasta este momento, se realizará los primeros meses de establecido el restaurante, entre 5 y 8 meses dependiendo los resultados, después de este lapso será necesario replantear la situación, es decir evaluar los medios, las estrategias y los resultados a fin de ser flexibles en el plan, para obtener los mayores resultados.

El principal objetivo del plan de introducción al mercado es darse a conocer entre la población ensenadense, y abarcar el 15% del mercado actual de consumidores en restaurantes de comida mexicana de la ciudad, esperando contar con un mínimo de 20 clientes por día.

Para ello se manejará el reparto de volantes, en zonas aledañas al lugar, oficinas, autos, centros de reunión y en la calle a transeúntes.

Se cotizó en 3 imprentas de la ciudad la elaboración de volantes, el tamaño que se eligió es un cuarto de hoja tamaño carta, esto debido a que el tamaño permite poner información importante (dirección, especiales, anuncios, logotipo etcétera) y que sea de fácil apreciación por el público, los costos son los siguientes:

Tabla 2.1 Costo de volantes

CONCEPTO	IMPRESA		
	Castañeda	Oímpica	COPITEC
CANTIDAD	1000	1000	1000
COSTO	\$750.00	\$810.81	\$750.00
IVA	\$82.50	\$89.19	\$82.50
COSTO TOTAL	\$832.50	\$900.00	\$832.50

Fuente: Elaboración propia con base en cotizaciones de los proveedores.

Se manejarán los correos electrónicos y cuentas en facebook y twitter, esta será sin duda de las mejores publicidades, porque además de ser gratuitas llegan a una importante cantidad de personas, y permite tener un contacto inmediato con los consumidores y clientes potenciales.

## 2.7 Riesgos y oportunidades del mercado

Los riesgos a primera instancia sería el hecho de estar en las afueras de la ciudad donde la población no está acostumbrada a encontrar restaurantes, así que deberá tener instalaciones atractivas, que le hagan ver al consumidor el valor agregado de asistir a este lugar.

Un riesgo más es la materia prima, al tratarse de alimentos se está expuesto a las condiciones del mercado, y estas en los últimos tiempos han tomado un ritmo inesperado, entre ellos el alza de perecederos y la latente posibilidad de una legislación que grave los alimentos.

Otro riesgo es el gusto de la población; ya que en Ensenada ocurre un hecho poco común, al abrir un negocio generalmente toda la población quiere ir a conocerlo, y con el paso del tiempo dejan de asistir, con mayor razón si aparece otro lugar que ofrezca el mismo producto, por ello se debe tener más cuidado de mejorar constantemente, para poder conservar la fidelidad de los clientes; esto en el caso de los consumidores locales.

En cuanto a las oportunidades del mercado, podemos mencionar sobre todo el que ningún restaurante de la ciudad tenga opciones en el menú especiales para personas que padecen hipertensión arterial y/o diabetes mellitus, aspecto que permitiría a los comensales hacerlo la primera opción para poder acudir en compañía de sus allegados que padecen estas enfermedades.

Un aspecto más es el inducir en los consumidores un sentimiento de identificación (lazo que no se ha propiciado en otros restaurantes) debido a que pueden formar parte de la decoración.

Además en ningún restaurante se ha manejado las reservaciones vía facebook en la localidad, lo que atraería a mas comensales; ya que desde su trabajo podrían ir reservando sus mesas para que al momento de su llegada no tengan que esperar, permitiendo así un servicio más rápido.

Otro punto novedoso de este restaurante será el área infantil; ya que no hay ningún restaurante con comida Mexicana que maneje un área infantil donde los niños podrán comer en mobiliario especial, contar con juguetes, e incluso se contará con una televisión que proyecte programas infantiles (en caso de que no quieran comer), de esta forma los padres podrán comer cómodamente mientras que sus hijos se divierten, y al mismo tiempo son supervisados por una trabajadora social o psicóloga, esto sin duda lo haría bastante atractivo.

## **2.8 Sistema y plan de ventas**

La capacidad de la infraestructura y el personal, se encuentran en condiciones de satisfacer a la demanda potencial que se presente en la empresa, sobre todo los primeros días; ya que cabe mencionar que en Ensenada curiosamente cuando abren un local, mucha gente asiste y hasta hace filas; sin embargo a medida que transcurre el tiempo, el interés de los consumidores desaparece llevando a muchos a la quiebra al poco tiempo de haber sido inaugurados.

## **2.9 Plan de abastecimiento**

El plan de abastecimiento va de la mano con el plan de ventas; ya que además de contar con costos fijos, también hay variables en cada platillo, y es necesario contar con 2 o 3 proveedores para cada insumo, puesto que en caso fortuito de no poder obtener el pedido de un proveedor, se tendrían otras opciones para satisfacer las necesidades.

## **Capítulo 3: Producción.**

### **3.1 Especificaciones del producto**

Los productos principales de la empresa son los platillos, de comida mexicana, sabemos que cuando se acude a un restaurante no se va simplemente por la comida, generalmente se busca limpieza, atención, rapidez y un precio justo, aun teniendo esto no garantiza que los clientes vuelvan.

Hay quienes dicen que los restaurantes son de los negocios más difíciles de atender, porque son tantos los detalles que importan, que termina siendo desgastante si no se tienen bajo control.

La materia prima son alimentos, por lo tanto se debe tener especial cuidado en el estado de los mismos, ya que son de vital importancia para la prestación del servicio, por lo tanto la selección de los proveedores debe realizar con especial cuidado, evitando preferir un bajo costo a la calidad de los ingredientes.

Por lo tanto los clientes pueden encontrar los siguientes platillos; enchiladas, enmoladas, huaraches, entre otros que serán plasmados en el menú que se presentara a los clientes, bajo el precepto que la vista es el sentido que mayores recuerdos deja en los clientes.

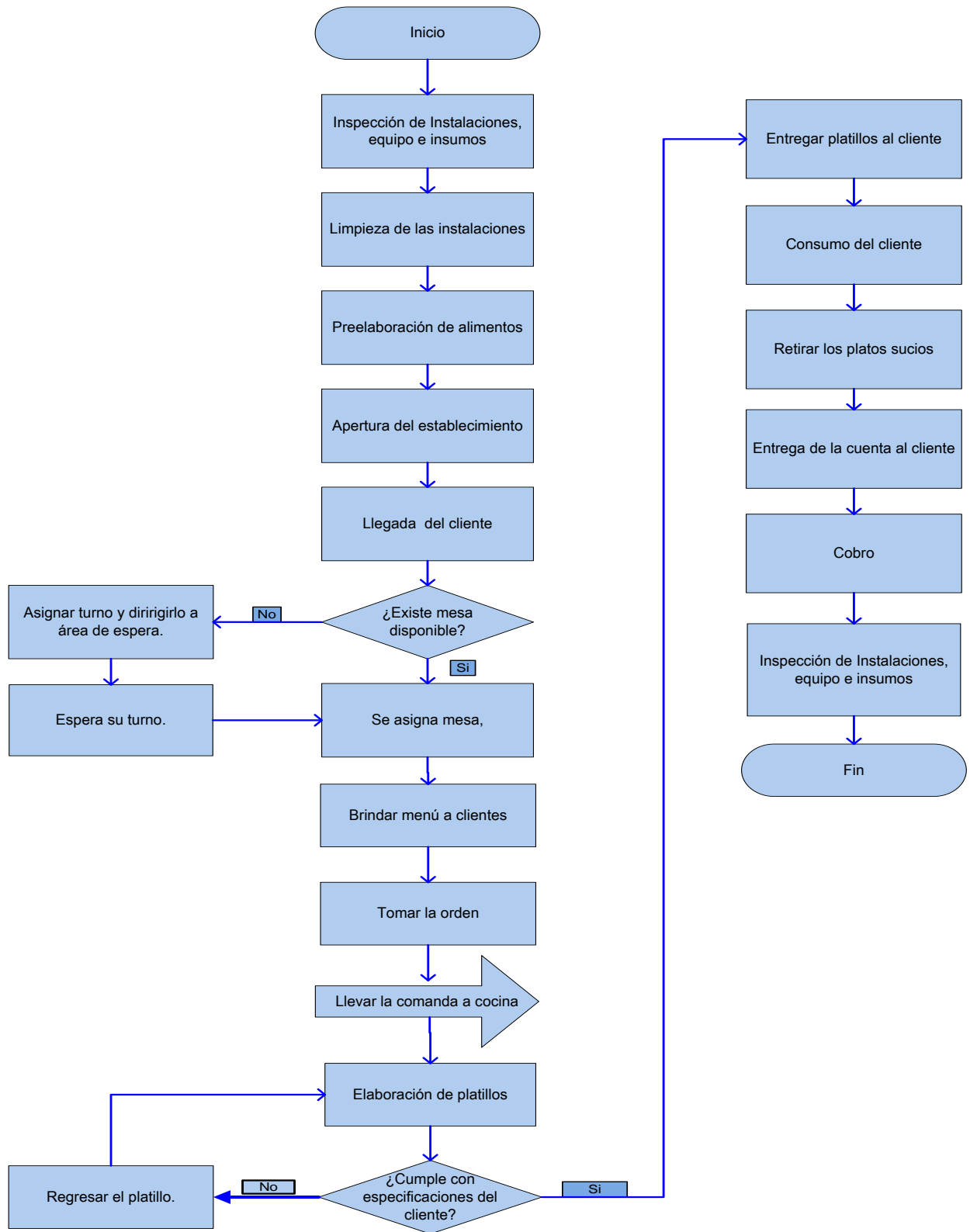
### **3.2 Descripción del proceso de producción**

Como la actividad económica del presente trabajo terminal se refiere al servicio de preparación de alimentos, es de suma importancia tener control durante todo el proceso del servicio, no solo en el estado de la materia prima o la limpieza de las instalaciones, sino en cada parte de la cadena que permitirá brindar un servicio de calidad.

### **3.3 Diagrama de flujo del proceso.**

Es necesario diseñar y conocer el proceso productivo o de prestación de servicios de la empresa, para determinar actividades, tiempos, responsables y costos; de esta información se podrá derivar la capacidad productiva de la empresa. (Alcaráz, 2006, pág. 132)

Figura 3.1 Diagrama de flujo del proceso.



Fuente: Elaboración propia.

### **3.4 Características de la tecnología.**

Dentro del restaurante la tecnología que se utilizará se encuentra en la maquinaria y el equipo, que será inoxidable y de la mayor calidad a fin de mantener la calidad desde los procesos hasta los productos.

El equipo de cómputo brindará de igual manera un ágil proceso de información, que permitirá una oportuna toma de decisiones, ya sea referente a: compras, ventas, clientes etcétera.

Dentro de la tecnología la palabra innovación siempre va implícita, sin embargo en esta ocasión, no es relevante permanecer a la vanguardia en lo que refiere al proceso; ya que se trata de un servicio, y por lo tanto la mejora continua debe enfocarse en aumentar el valor agregado, y no en adquirir materia o equipo fastuoso que pueda distraer la atención en el objetivo de la empresa.

### **3.5 Equipo e instalaciones.**

El diseño y la distribución del restaurante se planearon tomando como base los conceptos de lógica, higiene y seguridad que requiere el personal y la clientela.

Debido a que el establecimiento contará con jardín, se debe tener especial cuidado cuando aparezcan insectos o plaga; ya que esta muchas veces es transportada al interior y se convierte en causa de enfermedades.

La iluminación del restaurante es muy importante; ya que su horario abarca desde parte de la mañana hasta la tarde.

El ruido no representara gran problema, puesto que no hay maquinaria ni equipo que emane sonidos demasiado fuertes o dañinos.

### **3.6 Materia prima**

En este proyecto, las materias primas son los alimentos. Consiste en: frutas, verduras, carnes, especias, productos derivados de animales, es decir dentro de la materia prima se incluyen los ingredientes necesarios para la elaboración de todos y cada uno de los platillos.

También se utilizarán productos que se requieren para la prestación del servicio de preparación de alimentos, pero que no están relacionados directamente con el proceso de elaboración, entre ellos están: servilletas, desechables, popotes, bolsas de papel, mantelería, plásticos etc.

### **3.7 Capacidad instalada.**

Dentro de las instalaciones hay espacio para 10 mesas cuadradas, de las cuales 3 contarán con 6 sillas, mientras que las 7 mesas restantes tendrán 4 sillas cada una; además se designó un pequeño espacio para la oficina y un área de terraza, para la espera de los comensales en caso de llenarse la capacidad o para el reposo después del consumo.

Se contemplaron 2 baños, uno para mujeres y uno para hombres, además una pequeña área en común con lavamanos.

El área de cocina está diseñada para evitar tropiezos entre el personal y de acuerdo a las normativas aplicables.

### **3.8 Manejo de inventarios**

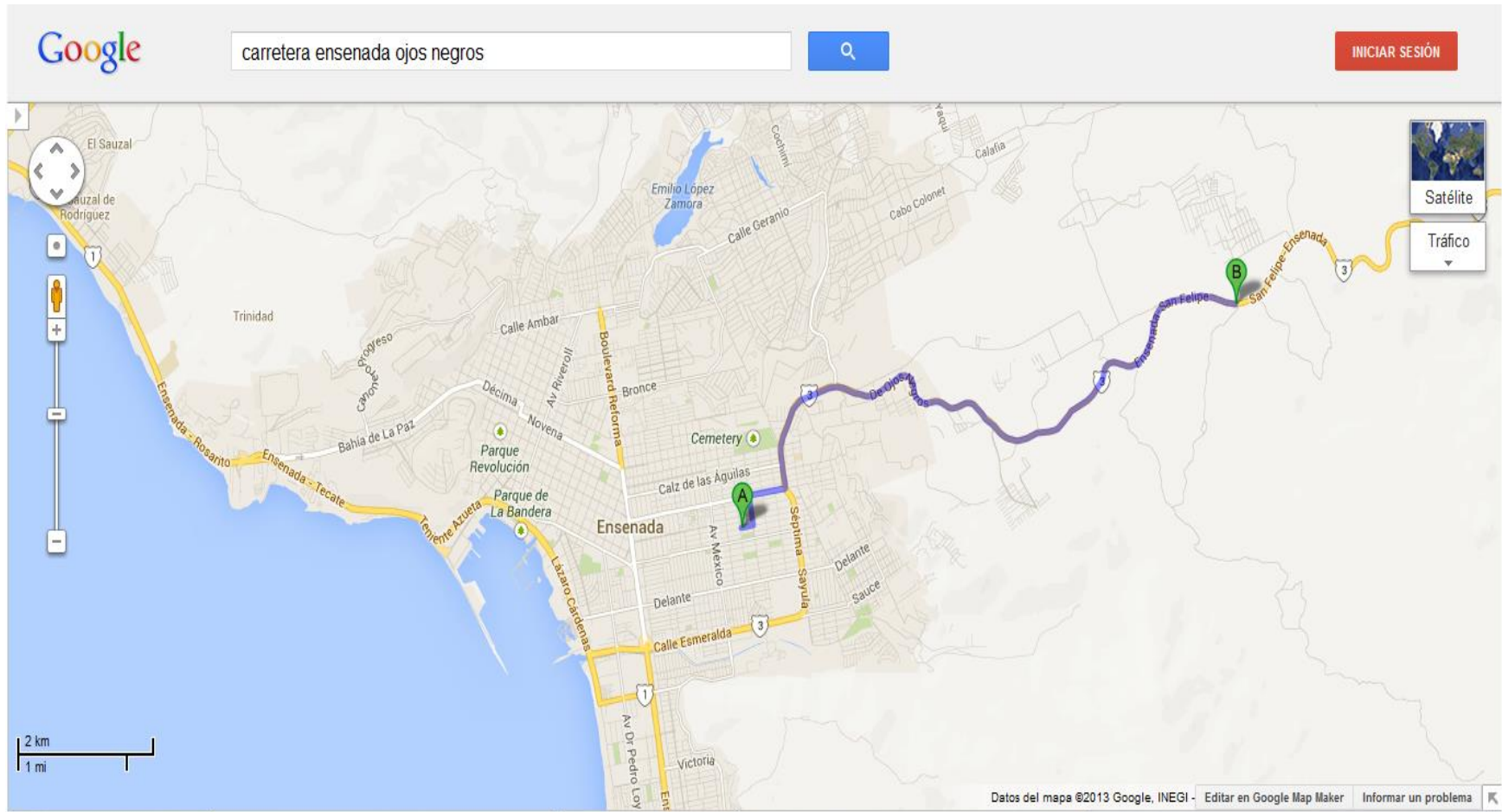
El control de inventarios en un restaurante es sumamente complicado, sin embargo se tendrá un control de las compras y ventas que apoyado por el sistema de planeación financiera, lo que permitirá que este control sea más sencillo.

El método de valuación de inventarios que se utilizará para el registro contable del almacén es PEPS (Primeras entradas, primeras salidas) esto debido a que trabajaremos con perecederos; por lo que por la naturaleza del negocio serán constantemente dinámicos.

### **3.9 Ubicación del negocio**

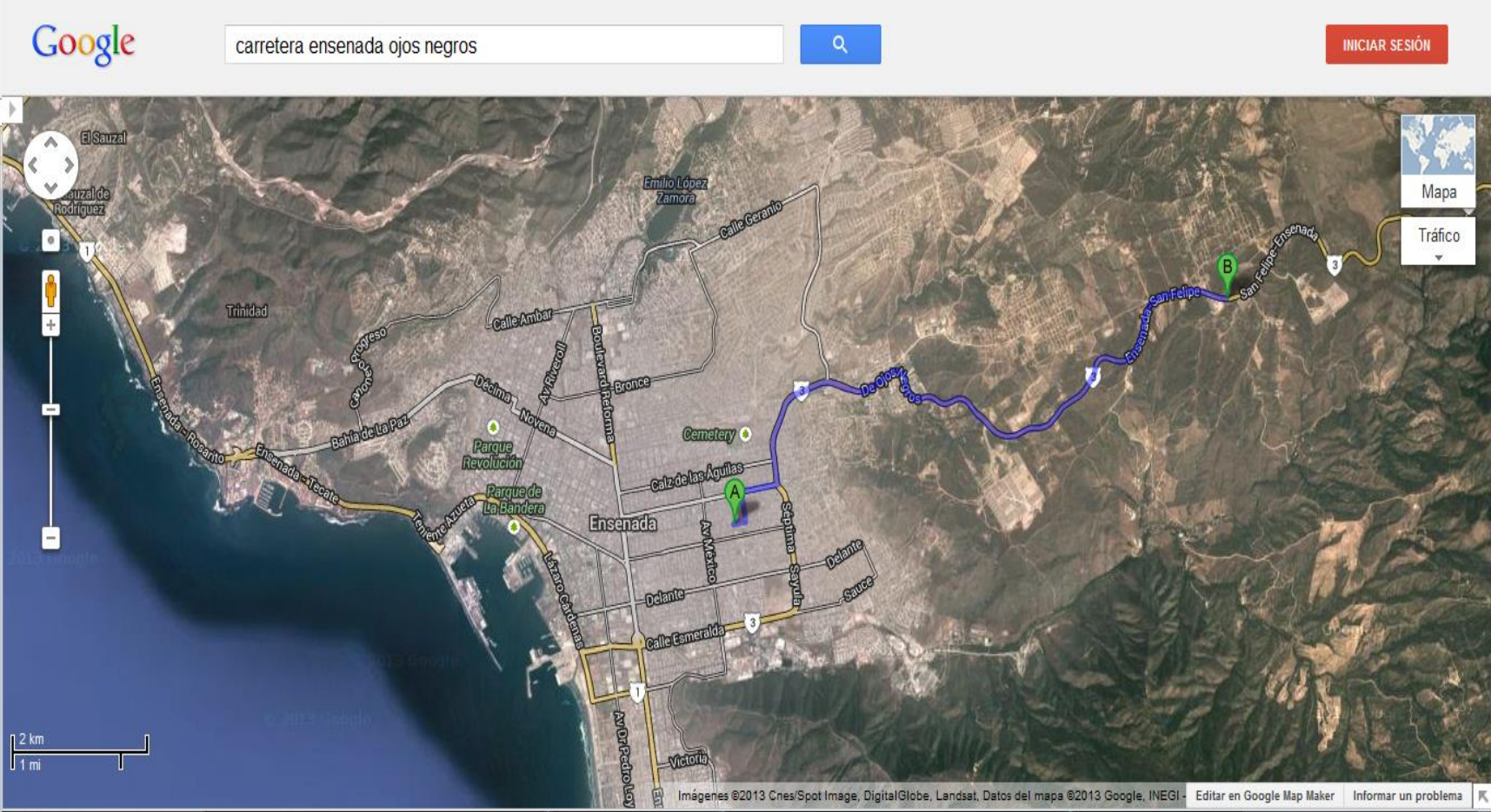
Se tiene contemplado para la ubicación del negocio un terreno localizado en las afueras de ensenada, en la carretera a ojos negros kilómetro 10; ya que es un área donde no hay construcciones, apartada de contaminación visual y en un ambiente natural, además se tiene la posibilidad de ampliar significativamente a medida que aumente la demanda.

Figura 3.2 Ubicación de la empresa



Fuente: Google maps

Figura 3.3 Ubicación de la empresa vista de satélite



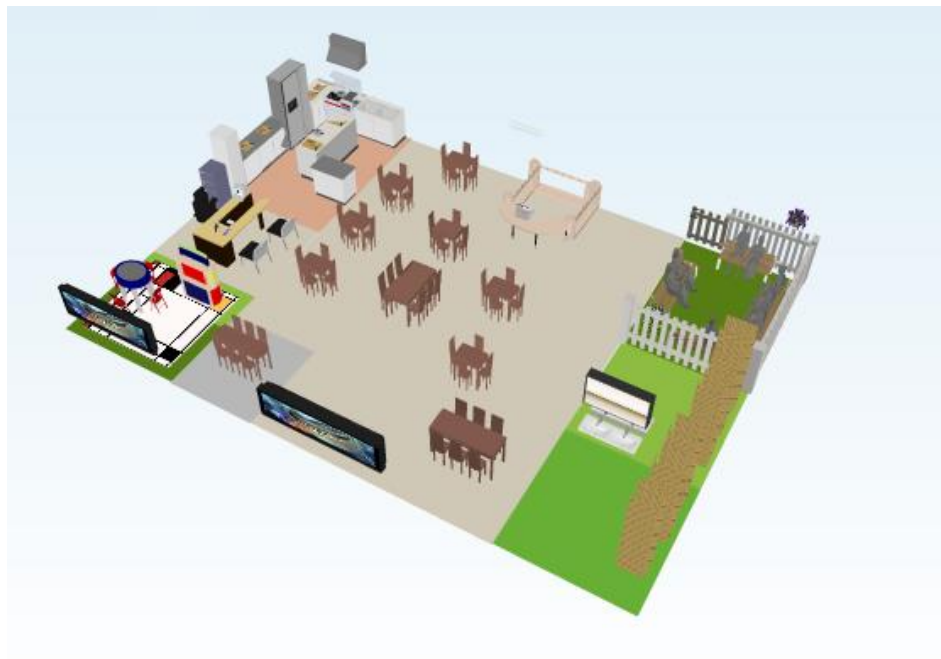
Fuente: Google maps

### 3.10 Diseño y distribución del negocio y oficina

Figura 3.4 Diseño y distribución del negocio y oficina



Figura 3.5 Diseño y distribución del negocio y oficina en 3D



### 3.11 Mano de obra requerida

Tabla 3.1 Mano de Obra requerida

<b>ADMINISTRATIVOS</b>		
<b>Núm. Empleados</b>	<b>Puesto</b>	<b>Funciones</b>
1	Gerente	Admón. General
1	Auxiliar Contable	Registros Contables, presentación de declaraciones Fiscales, Nomina etc.
1	Secretaria	Propias del Puesto
<b>PERSONAL OPERATIVO</b>		
<b>Núm. Empleados</b>	<b>Puesto</b>	<b>Funciones</b>
2	Cocinero/a	Preparación de Alimentos
3	Mesero/a	Atención a Clientes
1	Cajera	Cobro y Elaboración de Pedidos de Abastecimiento
1	Asistente infantil	Supervisión a los niños en el área infantil
1	Técnico en primeros auxilios	Revisión de signos vitales a clientes que lo soliciten, y en caso necesario dar auxilio a los comensales o al personal que lo requiera.
2	Intendencia	Limpieza del restaurante

Fuente: Elaboración propia.

### 3.12 Programa de producción

Debido a que no se produce bajo pedido y el giro principal es un servicio, el plan de producción consistirá en tener tanto el inmueble como el equipo en perfecto estado, a fin de poder hacer uso del mismo en el momento que un cliente llegue y presente su orden.

## Capítulo 4: Organización

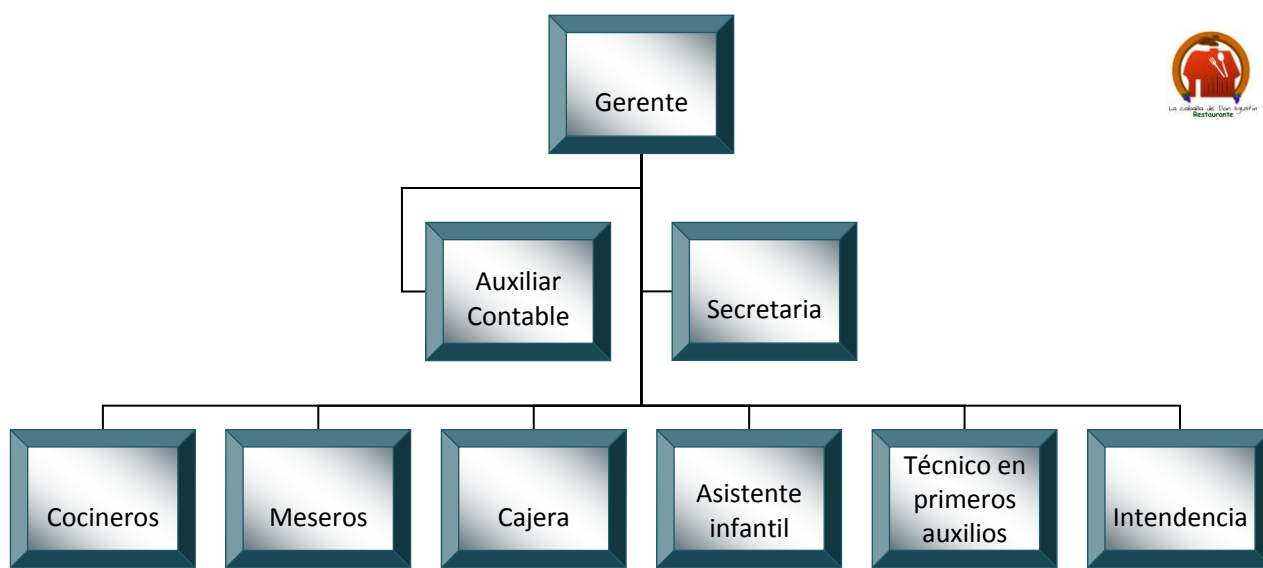
### 4.1 Estructura Organizacional

La empresa denominada “Restaurante: La Cabaña de Don Agustín” se constituirá en un inicio como persona física, ya que para la formación de una sociedad, entre otros aspectos se requiere más de un socio, y una inversión mayor en la formación legal, como lo son: la constitución de la sociedad ante notario público y los requisitos fiscales; Sin embargo a medida que el proyecto crezca, será necesario constituirlo como sociedad, y en su momento hablar de franquicias a nivel nacional.

### 4.2 Organigrama general de la empresa

Internamente se organizara de manera funcional, utilizando como herramienta el organigrama, que consiste en una “representación gráfica de la distribución de la organización empresarial” (Illera, C., 2005 p.232) en la siguiente figura se presenta dicha herramienta.

Figura 4.1 Organigrama funcional de la empresa



Fuente: Elaboración propia.

### 4.3 Funciones específicas por puesto

Tabla 4.1 Descripción del puesto: Gerente.

<b>DESCRIPCION DEL PUESTO</b>	
Fecha:	Julio 2013
Puesto:	Gerente
Categoría:	Confianza
Salario:	Semanal
Reporta a:	Propietarios
Supervisa a:	Auxiliar contable, secretaria, cocineros, meseros, cajera, asistente infantil, técnico en primeros auxilios, intendencia.

<b>DESCRIPCION GENERAL DEL PUESTO</b>	
Propósito general:	Al estar a cargo de la administración general, es responsable del correcto funcionamiento de la empresa, así como de la cordial relación entre el personal y de mantener informado al propietario de la situación de la empresa; como al inicio será el mismo propietario, no habrá problema en ello, pero a medida que crezca, será necesario remarcar la importancia para el propietario de estar al tanto de la situación, para una correcta toma de decisiones.

<b>DESCRIPCION ESPECIFICA DEL PUESTO</b>	
Actividades continuas:	Apertura y cierre del local. Asigna y supervisa tareas. Realiza las compras. Mantiene relaciones con proveedores. Realiza pagos a proveedores y personal.
Actividades periódicas:	Monitorea la satisfacción de comensales.
Actividades esporádicas:	Responder ante quejas. Brindar información a propietarios cuando es requerida.

<b>REQUERIMIENTOS DEL PUESTO</b>	
Escolaridad:	Universidad terminada en área contable - administrativa
Experiencia laboral indispensable:	3 años en puesto administrativo.
Experiencia laboral Deseable :	1 año en puesto similar
Disponibilidad de Horario:	Si
Disponibilidad para viajar:	No
Cambio de residencia:	No
Género:	Indistinto
Estado Civil:	Indistinto
Conocimientos:	Licenciatura en área Económico-Administrativa
Habilidades:	Liderazgo
Actitudes:	Trabajo en equipo Capacidad para trabajar bajo presión.

Elaborado por:	(Nombre , firma y fecha)
Revisado por:	(Nombre, firma y fecha)

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.2 Descripción del puesto: Auxiliar Contable.

<b>DESCRIPCION DEL PUESTO</b>	
Fecha:	Julio 2013
Puesto:	Auxiliar Contable.
Categoría:	Confianza
Salario:	Semanal
Reporta a:	Gerente
Supervisa a:	No aplica

<b>DESCRIPCION GENERAL DEL PUESTO</b>	
Propósito general:	Registra contablemente las operaciones de la empresa y determina impuestos.

<b>DESCRIPCION ESPECIFICA DEL PUESTO</b>	
Actividades continuas:	Registro contable de las operaciones diarias. Elaboración de pólizas. Determinación de impuestos. Elaboración de Estados Financieros. Elaboración de la nómina.
Actividades periódicas:	Control de estados de cuenta con proveedores.
Actividades esporádicas:	Elaboración de información fiscal, contable y financiera cuando le sea requerida.

<b>REQUERIMIENTOS DEL PUESTO</b>	
Escolaridad:	Licenciado en Contabilidad o área afín.
Experiencia laboral indispensable:	3 años en área contable.
Experiencia laboral Deseable:	1 año en puesto similar
Disponibilidad de Horario:	Si
Disponibilidad para viajar:	No
Cambio de residencia:	No
Género:	Indistinto
Estado Civil:	Indistinto
Conocimientos:	Licenciatura en Contabilidad. Actualización en área fiscal.
Habilidades:	Responsable
Actitudes:	Trabajo en equipo Capacidad para trabajar bajo presión.

Elaborado por:	(Nombre , firma y fecha)
Revisado por:	(Nombre, firma y fecha)

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.3 Descripción del puesto: Secretaria.

<b>DESCRIPCION DEL PUESTO</b>	
Fecha:	Julio 2013
Puesto:	Secretaria.
Categoría:	Confianza
Salario:	Semanal
Reporta a:	Gerente
Supervisa a:	No aplica

<b>DESCRIPCION GENERAL DEL PUESTO</b>	
Propósito general:	Mantener al día la documentación de la empresa.

<b>DESCRIPCION ESPECIFICA DEL PUESTO</b>	
Actividades continuas:	Llenado de papelería interna (Formas internas, fichas de depósito, facturas, recibos etc.) Responder llamadas de clientes y proveedores. Mantener al día la organización de la documentación relacionada con el restaurante. Revisión de la página Web del restaurante, en búsqueda de comentarios y actualización de la información subida (cambios al menú, fotografías, especiales etc.).
Actividades periódicas:	En determinadas ocasiones apoyar al Gerente en tareas propias designadas por motivos de causa mayor.
Actividades esporádicas:	Elaboración de informes cuando le sean requeridos.

<b>REQUERIMIENTOS DEL PUESTO</b>	
Escolaridad:	Bachillerato técnico administrativo- contable terminado
Experiencia laboral indispensable:	1 año con funciones administrativas- contables.
Experiencia laboral Deseable:	6 meses en puesto similar
Disponibilidad de Horario:	Si
Disponibilidad para viajar:	No
Cambio de residencia:	No
Género:	Indistinto
Estado Civil:	Indistinto
Conocimientos:	Básicos en computación. Recepción de correos. Tráfico de archivos. Atención telefónica. Manejo de redes sociales
Habilidades:	Facilidad de palabra. Buena ortografía
Actitudes:	Trabajo en equipo Capacidad para trabajar bajo presión.

Elaborado por:	(Nombre , firma y fecha)
Revisado por:	(Nombre, firma y fecha)

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.4 Descripción del puesto: Cocinero.

<b>DESCRIPCION DEL PUESTO</b>	
Fecha:	Julio 2013
Puesto:	Cocinero.
Categoría:	Confianza
Salario:	Semanal
Reporta a:	Gerente
Supervisa a:	No aplica

<b>DESCRIPCION GENERAL DEL PUESTO</b>	
Propósito general:	Elaboración de los alimentos

<b>DESCRIPCION ESPECIFICA DEL PUESTO</b>	
Actividades continuas:	Preparación de platillos. Cuidado en la utilización de materias primas y utensilios
Actividades periódicas:	Informar en su momento las necesidades del área de cocina, tanto en materiales, adaptaciones etc.
Actividades esporádicas:	Elaboración de informes cuando le sean requeridos.

<b>REQUERIMIENTOS DEL PUESTO</b>	
Escolaridad:	Mínimos de Secundaria, con conocimientos culinarios
Experiencia laboral indispensable:	1 año en preparación de alimentos.
Experiencia laboral Deseable:	6 meses en puesto similar
Disponibilidad de Horario:	Si
Disponibilidad para viajar:	No
Cambio de residencia:	No
Género:	Indistinto
Estado Civil:	Indistinto
Conocimientos:	Preparación y presentación de alimentos. Labores de cocina. Decoración y presentación de platos.
Habilidades:	Manejo de utensilios de cocina.
Actitudes:	Organización. Higiene (personal y laboral). Trabajo en equipo Capacidad para trabajar bajo presión.

Elaborado por:	(Nombre , firma y fecha)
Revisado por:	(Nombre, firma y fecha)

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.5 Descripción del puesto: Mesero.

<b>DESCRIPCION DEL PUESTO</b>	
Fecha:	Julio 2013
Puesto:	Mesero (a)
Categoría:	Confianza
Salario:	Semanal
Reporta a:	Gerente
Supervisa a:	No aplica

<b>DESCRIPCION GENERAL DEL PUESTO</b>	
Propósito general:	Atención a comensales.

<b>DESCRIPCION ESPECIFICA DEL PUESTO</b>	
Actividades continuas:	Mostrar el menú, tomar la orden. Transportar las comiendo a la cocina y los alimentos preparados a la mesa de los comensales. Estar al pendiente de las necesidades de los comensales. Recoger y limpiar las mesas.
Actividades periódicas:	Revisión de las condiciones en que se encuentra el mobiliario, equipo y utensilios.
Actividades esporádicas:	Elaboración de informes cuando le sean requeridos.

<b>REQUERIMIENTOS DEL PUESTO</b>	
Escolaridad:	Mínimos de Secundaria, con conocimientos culinarios
Experiencia laboral indispensable:	1 año en puesto similar.
Experiencia laboral Deseable:	6 meses en servicios de banquetes.
Disponibilidad de Horario:	Si
Disponibilidad para viajar:	No
Cambio de residencia:	No
Género:	Indistinto
Estado Civil:	Indistinto
Conocimientos:	Básicos en montaje de mesas. Básicos en alimentos y bebidas. Ingles conversacional
Habilidades:	Servicio. Facilidad de palabra. Proactivo.
Actitudes:	Responsabilidad. Amabilidad. Trabajo en equipo. Capacidad para trabajar bajo presión.

Elaborado por:	(Nombre , firma y fecha)
Revisado por:	(Nombre, firma y fecha)

**Fuente:** Elaboración propia.

Tabla 4.6 Descripción del puesto: Cajera.

<b>DESCRIPCION DEL PUESTO</b>	
Fecha:	Julio 2013
Puesto:	Cajera
Categoría:	Confianza
Salario:	Semanal
Reporta a:	Gerente
Supervisa a:	No aplica

<b>DESCRIPCION GENERAL DEL PUESTO</b>	
Propósito general:	Manejo de la caja chica.

<b>DESCRIPCION ESPECIFICA DEL PUESTO</b>	
Actividades continuas:	Realización de cortes diarios. Facturar las ventas Cobro de cuentas a comensales. Acomodación del local. Recepción y ubicación física de clientes.
Actividades periódicas:	Pago de pequeños gastos bajo la autorización del gerente y correcto registro contable.
Actividades esporádicas:	Elaboración de informes cuando le sean requeridos.

<b>REQUERIMIENTOS DEL PUESTO</b>	
Escolaridad:	Mínimos de Bachillerato.
Experiencia laboral indispensable:	1 año en puesto similar.
Experiencia laboral Deseable:	6 meses en tareas administrativas
Disponibilidad de Horario:	Si
Disponibilidad para viajar:	No
Cambio de residencia:	No
Género:	Indistinto
Estado Civil:	Indistinto
Conocimientos:	Básicos en computación. Básicos en alimentos y bebidas. Ingles conversacional
Habilidades:	Servicio. Facilidad de palabra. Proactivo.
Actitudes:	Responsabilidad. Amabilidad. Trabajo en equipo. Capacidad para trabajar bajo presión.

Elaborado por:	(Nombre , firma y fecha)
Revisado por:	(Nombre, firma y fecha)

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.7 Descripción del puesto: Asistente infantil.

<b>DESCRIPCION DEL PUESTO</b>	
Fecha:	Julio 2013
Puesto:	Asistente infantil
Categoría:	Confianza
Salario:	Semanal
Reporta a:	Gerente
Supervisa a:	No aplica

<b>DESCRIPCION GENERAL DEL PUESTO</b>	
Propósito general:	Asiste a los niños que se encuentren en el área infantil.

<b>DESCRIPCION ESPECIFICA DEL PUESTO</b>	
Actividades continuas:	Supervisión de la seguridad en el área infantil. Mantener limpia y ordenada la zona infantil. Hacer correcto uso del material procurando tener entretenidos a los niños durante su estancia en el restaurante, para evitar accidentes en las instalaciones. Registra la entrada y salida de niños al área infantil.
Actividades periódicas:	Programa y participa en actividades infantiles en el establecimiento. Control del material en la zona de niños
Actividades esporádicas:	Elaboración de informes cuando le sean requeridos.

<b>REQUERIMIENTOS DEL PUESTO</b>	
Escolaridad:	Pasante de trabajo social, psicología, educadora.
Experiencia laboral indispensable:	2 años en área infantil.
Experiencia laboral Deseable:	1 año en puesto similar.
Disponibilidad de Horario:	Si
Disponibilidad para viajar:	No
Cambio de residencia:	No
Género:	Indistinto
Estado Civil:	Indistinto
Conocimientos:	Básicos en computación. Básicos en alimentos y bebidas. Inglés conversacional. Actualización en área infantil. Primeros auxilios.
Habilidades:	Servicio. Facilidad de palabra. Proactivo. Manejo de grupo. Iniciativa
Actitudes:	Responsabilidad. Paciencia Amabilidad. Trabajo en equipo. Capacidad para trabajar bajo presión.

Elaborado por:	(Nombre , firma y fecha)
Revisado por:	(Nombre, firma y fecha)

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.8 Descripción del puesto: Técnico en primeros auxilios.

<b>DESCRIPCION DEL PUESTO</b>	
Fecha:	Julio 2013
Puesto:	Técnico en primeros auxilios.
Categoría:	Confianza
Salario:	Semanal
Reporta a:	Gerente
Supervisa a:	No aplica

<b>DESCRIPCION GENERAL DEL PUESTO</b>	
Propósito general:	Brindar primeros auxilios en caso de ser necesario.

<b>DESCRIPCION ESPECIFICA DEL PUESTO</b>	
Actividades continuas:	Asistir con primeros auxilios si es requerido. Controlar correctamente el botiquín de primeros auxilios
Actividades periódicas:	Llevar el registro de material necesario para realizar curaciones. Elaborar trípticos y folletos con información médica relacionada con la alimentación. Programar y participar en actividades infantiles en el establecimiento. Control del material en la zona de niños
Actividades esporádicas:	Atender emergencias que puedan ocurrir en el establecimiento. Elaboración de informes cuando le sean requeridos.

## **REQUERIMIENTOS DEL PUESTO**

Escolaridad:	Enfermero o Técnico en primeros auxilios
Experiencia laboral indispensable:	2 años en área médica.
Experiencia laboral Deseable:	1 año en puesto similar.
Disponibilidad de Horario:	Si
Disponibilidad para viajar:	No
Cambio de residencia:	No
Género:	Indistinto
Estado Civil:	Indistinto
Conocimientos:	Primeros auxilios. Toma de signos vitales. Valoración médica Básicos en computación. Inglés conversacional. Actualización en términos médicos.
Habilidades:	Servicio. Facilidad de palabra. Proactivo. Iniciativa
Actitudes:	Ética. Discreción. Responsabilidad. Paciencia Amabilidad. Trabajo en equipo. Capacidad para trabajar bajo presión.

Elaborado por:	(Nombre , firma y fecha)
Revisado por:	(Nombre, firma y fecha)

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.9 Descripción del puesto: Intendencia.

<b>DESCRIPCION DEL PUESTO</b>	
Fecha:	Julio 2013
Puesto:	Intendente
Categoría:	Confianza
Salario:	Semanal
Reporta a:	Gerente
Supervisa a:	No aplica

<b>DESCRIPCION GENERAL DEL PUESTO</b>	
Propósito general:	Limpieza en general.

<b>DESCRIPCION ESPECIFICA DEL PUESTO</b>	
Actividades continuas:	<p>Limpieza general al abrir el negocio y antes de recibir a los comensales, al igual que al cierre.</p> <p>Lavado de trastes, y utensilios de la cocina.</p> <p>Responsable de la provisión de papel y jabón en sanitarios.</p> <p>Responsable de la limpieza en general del establecimiento.</p> <p>Recoger las basuras y trasladarlas al contenedor externo.</p>
Actividades periódicas:	<p>Llevar el registro de material necesario para realizar la limpieza.</p> <p>Intervención en planeación de adquisición de material de limpieza.</p>
Actividades esporádicas:	<p>Limpiar inmediatamente derrames que puedan ocurrir en el establecimiento.</p> <p>Elaboración de informes cuando le sean requeridos.</p>

<b>REQUERIMIENTOS DEL PUESTO</b>	
Escolaridad:	Mínimos de Primaria.
Experiencia laboral indispensable:	1 año en área de limpieza.
Experiencia laboral Deseable:	6 meses en puesto similar.
Disponibilidad de Horario:	Si
Disponibilidad para viajar:	No
Cambio de residencia:	No
Género:	Indistinto
Estado Civil:	Indistinto
Conocimientos:	Lectura Escritura
Habilidades:	Servicio. Proactivo. Iniciativa Orden
Actitudes:	Responsabilidad. Limpieza. Amabilidad. Trabajo en equipo. Capacidad para trabajar bajo presión.

Elaborado por:	(Nombre , firma y fecha)
Revisado por:	(Nombre, firma y fecha)

Fuente: Elaboración propia.

#### **4.4 Capacitación y desarrollo del personal**

La capacitación al personal se llevara a cabo desde el momento de la contratación, ya que es importante que antes de integrarse a las labores se le dé un recorrido y se le explique las actividades que realizara, a quién se debe reportar, y la importancia de sus tareas, a fin de concientizar a cada empleado que todas las tareas son importantes y que cada uno forma parte del éxito de la empresa.

Por lo anterior, es indispensable que se lleve un correcto proceso de reclutamiento y selección del personal previos a la contratación, ya que de esta forma se estará asegurando de contratar a los mejores elementos para el equipo de trabajo, facilitando el desarrollo de las tareas.

El reclutamiento se hará utilizando medios electrónicos (Web) principalmente ya que en nuestros días es muy común que las personas busquen oportunidades por este medio, además de resultar económico y con grandes alcances. Así mismo se hará uso de los métodos tradicionales como: bolsas de trabajo gubernamentales (Bolsa de trabajo de Gobierno del Estado), en cámaras de comercio (COPARMEX, CANACO y CANIRAC).

La selección se hará en base a las solicitudes recibidas, seleccionando los mejores candidatos de acuerdo a perfiles y experiencia, posteriormente se entrevistarán con el propietario y el Gerente, quienes tomarán la decisión de elegir al candidato que obtenga el puesto.

Antes de la contratación, es importante verificar las referencias personales mediante llamadas telefónicas, y por último se realizara una prueba de aptitudes en el área vacante, a fin de evaluar previamente el desarrollo de los candidatos eligiendo el que más se asemeje a la descripción del puesto correspondiente;

La contratación se hará de acuerdo a la Ley Federal de Trabajo, misma que en su artículo 25, establece que en el escrito en que consten las condiciones de trabajo se deberá contener el tipo de relación laboral. Como la empresa comenzará operaciones, se establecerá inicialmente una relación de capacidad inicial, manejando los periodos máximos establecidos en la misma ley en el artículo 39-B, mismos que son: de seis meses para personal de confianza, y de 3 meses para personal operativo, tiempo durante el cual el trabajador gozará de las prestaciones de ley. (Secretaría de Trabajo y Previsión Social, 2013, Ley Federal de Trabajo)

Es importante destacar que al tipo de contrato mencionado en el párrafo anterior, de acuerdo a la ley es improrrogable, por lo que al término del tiempo estipulado, si el trabajador acredita su competencia para el puesto, será contratado nuevamente bajo la relación de trabajo por tiempo indeterminado.

Una vez contratado el personal, se le impartirá un curso de inducción. Al tratarse de una empresa pequeña será impartido por el gerente de la misma, el curso consistirá en entregarle documentación al mismo tiempo que es explicada de manera verbal, permitiendo así, una comunicación efectiva entre el personal y el nuevo integrante.

Los temas que se incluirán en dicha documentación son: breve resumen de la empresa, su historia, objetivos, el organigrama, descripción del puesto que ocupara en la organización, expectativas de la empresa al integrarlo al equipo de trabajo, reglamento laboral, sueldo que percibirá, fecha de pago, detalle de las prestaciones que le corresponden, días de descanso obligatorio y por último la carta de bienvenida que será personalizada con el nombre del empleado, misma que detalla lo siguiente: la bienvenida a la empresa, la misión, visión y los valores de la empresa, tratando así, crear una sensación de integración a la empresa.

Figura 4.2 Carta de bienvenida.



**Justina Pérez:**

¡Bienvenida! Desde hoy formas parte de nuestro equipo de trabajo, esperamos que esta nueva etapa se encuentre llena de éxito.

Nuestros Valores:

- Limpieza
- Servicio
- Integridad
- Calidad
- Colaboración
- Respeto

Satisfacer la necesidad del buen comer de los clientes, mediante la unión de factores como: el ambiente, el sabor y atención. Haciendo posible lo anterior mediante armónicas relaciones con todas las partes involucradas en el servicio (cadena de valor) manteniendo una empresa: humana, productiva, competitiva y rentable.

**Visión:**

Ser un restaurante de platillos mexicanos, reconocido por ofrecer opciones de alimentación a personas con problemas de salud comunes, manteniendo un enfoque familiar que permita que cada miembro sin importar la edad se sienta identificado y cómodo; llegando a ser reconocido por su atractivo sabor, atención y excelencia en cada parte de sus procesos, equipo de colaboradores, proveedores y cada persona que intervenga en la cadena de valor.

Fuente: Elaboración propia

La capacitación del personal será constante, apoyada en los cursos que ofrecen las cámaras patronales a las que se encuentre afiliado el restaurante, ya que una de sus características principales es la impartición de estos cursos al personal de sus afiliados, por lo que son de menor costo.

Lo anterior se realizara aunado a la capacitación interna por parte del gerente, quien constantemente debe estar informado de temas que apoyen el crecimiento o del personal y que de beneficios a la empresa.

### **Desarrollo del personal**

Una vez que el personal está en la empresa, se brindaran talleres o cursos que permitan el crecimiento personal (no solo profesional como el propósito de la capacitación). Estos tipos de cursos últimamente son ofertados por las cámaras patronales y por empresas especializadas en consultoría.

### **4.5 Administración de sueldos y salarios**

Para establecer los sueldos y salarios, se consideró la Ley Federal del trabajo, además de información presentada en el Observatorio Laboral, un servicio público que ofrece la Secretaria de Trabajo y Previsión Social; en el cual se muestran datos de las ocupaciones más comunes en México.

Cabe mencionar que las cifras que a continuación se muestran, corresponden a los ingresos mensuales en promedio referentes al Estado de Baja California, con excepción de las ocupaciones de Intendencia y Técnico en primeros auxilios, donde se manejará el ingreso promedio nacional debido a no ser consideradas en las cifras preliminares estatales.

Tabla 4.10 Sueldos y salarios mensuales por ocupación.

<b>Puesto</b>	<b>Sueldo Mensual</b>
Gerente	\$ 13,558.00
Auxiliar Contable	\$ 8,032.00
Secretaria	\$ 7,289.00
Cajera	\$ 5,043.00
Cocinera (o)	\$ 5,411.00
Mesero (a)	\$ 5,411.00
Intendencia*	\$ 3,685.00
Asistente infantil	\$ 3,834.00
Técnico en primeros auxilios*	\$ 5,979.00

\*Las cifras preliminares no contemplan las ocupaciones de Intendencia, ni Técnico en primeros auxilios, por lo que únicamente en estos dos casos se consideraron los ingresos promedio mensuales de cada uno a nivel nacional.

Fuente: Elaboración propia con base en Cifras preliminares al primer trimestre de 2013 de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, STPS-INEGI

La tabla anterior refleja un estimado en caso de haber laborado normalmente durante todo el mes, es decir no considera faltas, ni descuentos.

Se pretende que el pago para el personal sea semanal, esto para beneficiar al trabajador, puesto que a mediados y finales de mes se alargan las filas en cajeros electrónicos, o instituciones bancarias, situación que genera molestias por el tiempo requerido en el retiro de efectivo, además de estar expuestos a la delincuencia. Esta política, no debe generar ningún inconveniente a la empresa, puesto que en la actualidad existen medios como transferencias electrónicas o dispersión de nómina sin necesidad de acudir a la institución bancaria o manejar altas cantidades de efectivo.

Además de recibir su sueldo o salario, los trabajadores contarán con las siguientes prestaciones:

Un día de descanso a la semana.

Vacaciones correspondientes a las que marca la ley.

Participación en utilidades a partir del segundo año.

Aguinaldo de 15 días por año trabajado, o parte proporcional.

Prima vacacional 25%

Prima dominical

Un aspecto importante al momento de manejar sueldos en una empresa, es considerar el costo real de cada puesto, porque a la cantidad pagada al empleado deben ser sumados los impuestos, el seguro social, y las cuotas extras que debe pagar la empresa. Por lo tanto se propone la utilización de un software que permita conocer el costo real por empleados, permitiendo tener información real al momento de crear programas de incentivos, creación de nuevos puestos, contratación de más personal, entre otros

#### **4.6 Evaluación del desempeño**

El proceso de evaluación del desempeño tiene como fin revisar que las acciones de los trabajadores permitan alcanzar los objetivos establecidos por la empresa, sin embargo, cuando esta es realizada, los empleados se sienten vigilados o amenazados; para contrarrestar esta percepción en el equipo, se trabajará siempre una mentalidad organizacional de mejora continua, que propicie entre los empleados una aceptación a la evaluación y su compromiso para la mejora.

La evaluación de cada empleado se realizará semestralmente, utilizando el método 360 grados, llamada también evaluación integral, esto permitirá medir el desempeño, las competencias y desarrollar un programa de desarrollo, que beneficie a la empresa y al equipo de trabajo.

Se utilizara como herramienta un cuestionado que responderán directivos, compañeros laborales, clientes y proveedores, mostrando al empleado posteriormente los resultados, esto con el fin de aclarar diferencias entre las respuestas en caso de existir, y permitiéndole conocer su desempeño desde diferentes perspectivas.

Cabe mencionar que el cuestionario deberá ser elaborado tomando en cuenta la misión, visión, objetivos, valores y descripción del puesto correspondiente, permitiendo de esta forma que las preguntas sean claras y objetivas, y que las respuestas permitan establecer líneas de acción específicas.

De esta forma las reuniones mensuales con el personal, permitirán despejar dudas y brindar sugerencias que propicien un clima laboral agradable y armónico para los involucrados, estas juntas tendrán también como objetivo el reforzar la cultura de trabajo en equipo, mediante el uso de dinámicas, que muestren el impacto de las acciones propias en las acciones de todos en el grupo.

## **Capítulo 5: Finanzas**

Este trabajo terminal tiene como uno de sus objetivos principales el mostrar la factibilidad de establecer un restaurante, por lo tanto es de vital importancia manejar el tema financiero, por lo tanto en este capítulo, se mostrarán los estados financieros proyectados, el cálculo de la Tasa Interna de Rendimiento (TIR), el valor presente neto (VPN), punto de equilibrio financiero, entre otros aspectos que permitirán mostrar el retorno de la inversión, brindando así la información que refleja el análisis costo beneficio.

### **5.1 Sistema contable de la empresa**


La contabilidad proporciona información sobre todos los hechos con trascendencia económica derivados de la actividad de la empresa, facilitando a los responsables de la gestión la adopción de decisiones sobre la marcha de la misma. (Vértigo, 2011, p.15)


Se utilizará el programa Compac para el registro, control y seguimiento de las operaciones diarias, pero se propone establecer relaciones con la Universidad Autónoma de Baja California, que cuenta con estudiantes capacitados para el desarrollo de software, a fin de apoyar a los estudiantes y al mismo tiempo favorecerse con la utilización de programas especializados a las necesidades de la empresa que permitan tener un control de inventarios, manejo de materias primas, estadísticas de productividad entre otros.

## 5.2. Situación financiera

La inversión total de la empresa permitirá establecer un restaurante de comida mexicana apta para personas que sufren diabetes e hipertensión arterial. Se compone de una inversión fija de \$1,126,117.35 con el 20% de recursos y un financiamiento bancario que correspondería al 80% restante, más un capital de trabajo de \$187,700.42 y gastos pre-operativos por \$80,500.00 pesos.

Tabla 5.1 Inversión fija

 <b>INVERSION</b>				
Cant	Concepto	Total de Recursos	20%	80%
			Recursos Propios	Financiamiento
1	Local Comercial	950,000.00	190,000.00	760,000.00
	<b>Mesa</b>		0.00	0.00
7	Mesas para 4 sillas	6,300.00	1,260.00	5,040.00
3	Mesas para 6 sillas	3,120.00	624.00	2,496.00
50	Silla	20,000.00	4,000.00	16,000.00
2	Silla para bebe	1,540.00	308.00	1,232.00
1	Estufa	19,967.00	3,993.40	15,973.60
1	Gabinete para ingredientes	4,600.00	920.00	3,680.00
1	Gabinete para platos etc	1,800.00	360.00	1,440.00
1	Fregadero	8,390.00	1,678.00	6,712.00
1	Mesa de Picar	1,630.00	326.00	1,304.00
1	Refrigerador	12,000.00	2,400.00	9,600.00
1	Mesa de Trabajo	3,700.00	740.00	2,960.00
1	Horno de Microondas	2,799.00	559.80	2,239.20
1	Campana de Extraccion	5,670.00	1,134.00	4,536.00
1	Computadora	18,970.00	3,794.00	15,176.00
	<b>Platos</b>		0.00	0.00
20	Sopero 473 ml	379.00	75.80	303.20
5	Cereal 296 ml	80.25	16.05	64.20
40	Oval 30 cms	720.00	144.00	576.00
25	Tazon Futa 133 ml	335.00	67.00	268.00
	<b>Vasos</b>		0.00	0.00
40	16 oz	673.33	134.67	538.67
25	11.6 oz	256.67	51.33	205.33
30	9 oz	210.00	42.00	168.00
	<b>Cubiertos</b>		0.00	0.00
40	Cucharita de acero inoxidable para café	294.00	58.80	235.20
40	Cuchara de Acero Inoxidable	294.00	58.80	235.20
40	Tenedores	294.00	58.80	235.20
40	Cuchillos	294.00	58.80	235.20
40	Tasa para café	650.00	130.00	520.00
13	Cremera	88.40	17.68	70.72
20	Jarra de Vidrio	1,128.60	225.72	902.88
2	Cucharon Hondo Chico	37.70	7.54	30.16

 <b>INVERSION</b>				
Cant	Concepto	Total de Recursos	20%	80%
			Recursos Propios	Financiamiento
2	Cucharon Hondo Grande	66.40	13.28	53.12
3	Bateria de Cocina	1,698.00	339.60	1,358.40
1	Freidora	2,502.00	500.40	2,001.60
1	Licuadaora 12 lt	7,691.00	1,538.20	6,152.80
1	Cafetera 30 tasas	429.00	85.80	343.20
1	Extractor de Jugos	955.00	191.00	764.00
2	Botes para basura	428.00	85.60	342.40
10	Saleros	172.00	34.40	137.60
10	Servilleteros	98.00	19.60	78.40
1	Equipo de Sonido con bocinas	2,868.80	573.76	2,295.04
1	Juego de Cuchillos para Cocinar	436.00	87.20	348.80
2	Jarra para miel	91.82	18.36	73.46
4	Cucharas para servir	50.80	10.16	40.64
10	Tortilleros	355.00	71.00	284.00
	<b>Varios</b>		0.00	0.00
1	Telefono Inalambrico Motorola	1,670.00	334.00	1,336.00
1	Escritorio ejecutivo	2,850.00	570.00	2,280.00
1	Silla Ejecutiva	1,250.00	250.00	1,000.00
1	Archivero	1,290.00	258.00	1,032.00
2	Sillas	840.00	168.00	672.00
1	Caja Registradora alfanumerica ECR 5900	3,257.38	651.48	2,605.90
1	Impresora	2,200.00	440.00	1,760.00
1	Sumadora	749.00	149.80	599.20
1	Multifuncional (escaner, copiadora)	1,997.50	399.50	1,598.00
2	Televisiones	11,000.00	2,200.00	8,800.00
1	Tanque de gas estacionario 1000 ltrs	6,607.26	1,321.45	5,285.81
1	Tapete área infantil	550.00	110.00	440.00
1	Mesa área infantil	1,537.44	307.49	1,229.95
4	Sillas área infantil	1,856.00	371.20	1,484.80
4	Banca de madera para jardin	4,400.00	880.00	3,520.00
<b>TOTALES</b>		<b>1,126,117.35</b>	<b>225,223.47</b>	<b>900,893.88</b>

Fuente: Elaboración propia

En este caso la propuesta para la inversión fija es contar con un capital propio del **20%** que requiere la inversión hablando de \$ 225, 223. 47 m.n. y Obteniendo un financiamiento del **80%** restante que asciende a \$ 900, 893.88 m.n.

### 5.3 Concentrado por rubro de la inversión requerida

A continuación se muestra un concentrado de la inversión inicial, a fin de reflejar los montos por rubro.

Tabla 5.2 Concentrado de inversión.

<b>Acumulado de Rubros</b>	
<b>Activo</b>	<b>Cantidad</b>
Edificio	950,000.00
Maquinaria y Equipo	58,620.26
Mobiliario y Equipo	89,941.09
Equipo de Computo	18,970.00
Equipo Menor	5,355.38
Equipo Adicional	3,230.62
Gastos Pre-operativos	80,500.00
Capital de trabajo	187,000.42
<b>Total</b>	<b>1,393,617.77</b>

Fuente: Elaboración propia

## 5.4 Balance general inicial

En este punto se presenta el balance financiero inicial de la empresa, y representa la situación de los activos, pasivos y el capital social que es la inversión propia.

Tabla 5.3 Balance general

<b>BALANCE GENERAL</b> <b>AI 31 DE DICIEMBRE DE 2013.</b>		
<b>Activo Circulante</b>		
Caja	5,000.00	
Bancos (Capital del Trabajo)	<u>187,700.42</u>	
Total Activo Circulante		192,700.42
<b>Activo Fijo</b>		
Terreno	0.00	
Edificio	950,000.00	
Maquinaria y equipo	58,620.26	1,318,817.77
Mobiliario y equipo	89,941.09	
Equipo de Computo	18,970.00	
Equipo Menor	5,355.38	
Equipo Adicional	<u>3,230.62</u>	
Total Activo Fijo		1,126,117.35
<b>Activo Diferido</b>		
Gastos Preoperativos	80,500.00	
Total Activo Diferido		<u>80,500.00</u>
Activo Total		<u><b>1,399,317.77</b></u>
<b>Pasivo Circulante</b>		
Docts por Pagar a CP (Banco)	<u>40,250.00</u>	
Total Pasivo a CP		40,250.00
<b>Pasivo a LP</b>		
Credito Avio	187,700.42	
Credito Refaccionario	<u>900,893.88</u>	
Total de Pasivo a LP		<u>1,088,594.30</u>
Total de Pasivo		1,128,844.30
Capital Contable		
Capital Social		270,473.47
Suma Pasivo mas Capital		<u><b>1,399,317.77</b></u>

Fuente: Elaboración propia

## 5.5 Proyección de depreciación y amortización

Tabla 5.4 Tiempo de depreciación de bienes

<b>Concepto</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Anual</b>
Edificios	20 años	5%
Mobiliario y Equipo	10 años	10%
Maquinaria	10 años	10%
Equipo de Reparto	4 años	25%
Equipo de Computo	3 años	33.33
Gastos de Instalación o Pre-operativos	20 años	5%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5.5 Depreciación

Depreciación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Edificio	47,500	95,000	142,500	190,000	237,500	285,000	332,500	380,000	427,500	475,000
Mobiliario y Equipo	8,994.11	17,988.22	26,982.33	35,976.44	44,970.55	53,964.65	62,958.76	71,952.87	80,946.98	89,941.09
Maquinaria y Equipo	5,862.03	11,724.05	17,586.08	23,448.10	29,310.13	35,172.16	41,034.18	46,896.21	52,758.23	58,620.26
Equipo de Computo	6,323.33	12,646.67	18,970.00							

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 5.5 se puede ver el tiempo en años en que se depreciará cada uno de los activos fijos de la empresa, siendo el edificio el único que se deprecia en 20 años, mientras que los demás se estiman en un periodo de 10 años.

Tabla 5.6 Amortización

Amortizacion	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Gastos preoperativos	4,025.00	8,050.00	12,075.00	16,100.00	20,125.00	24,150.00	28,175.00	32,200.00	36,225.00	40,250.00

Fuente: Elaboración propia

## 5.6. Préstamo de habilitación y avío

El crédito de avío está conformado por un capital de 40, 250 (que representa el 50% del total de los gastos preoperativos, la otra mitad será cubierta por el capital social de la empresa). Se maneja una tasa de interés anual del 21.7% y durante 12 meses

Tabla 5.7 Gastos pre-operativos

<b>Gastos Pre-operativos</b>	
Asesoría Técnica	10,000.00
Asesoría Legal	15,000.00
Gastos de la Organización	8,500.00
Administración de Ejecución del Proyecto	7,000.00
Capacitación del Personal	3,000.00
Gastos de Puesta en Marcha	17,000.00
Acondicionamiento del Local	20,000.00
<b>TOTAL</b>	<b>80,500.00</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5.8 Amortización de préstamo de avío

No. Pagos	Capital	Abono a Capital	Intereses	Pago Igual	IVA 15%	Pago Total
0	40,250.00					
1	37,216.43	3,033.57	727.72	3,761.29	109.16	3,870.45
2	34,128.02	3,088.41	672.87	3,761.29	100.93	3,862.22
3	30,983.77	3,144.25	617.03	3,761.29	92.56	3,853.84
4	27,782.66	3,201.10	560.19	3,761.29	84.03	3,845.32
5	24,523.69	3,258.98	502.31	3,761.29	75.35	3,836.63
6	21,205.79	3,317.90	443.39	3,761.29	66.51	3,827.80
7	17,827.90	3,377.89	383.40	3,761.29	57.51	3,818.80
8	14,388.94	3,438.96	322.33	3,761.29	48.35	3,809.64
9	10,887.81	3,501.14	260.15	3,761.29	39.02	3,800.31
10	7,323.37	3,564.44	196.85	3,761.29	29.53	3,790.82
11	3,694.49	3,628.88	132.41	3,761.29	19.86	3,781.15
12	0.00	3,694.49	66.80	3,761.29	10.02	3,771.31
<b>Totales</b>	<b>40,250.00</b>	<b>4,885.45</b>	<b>4,885.45</b>	<b>45,135.45</b>	<b>732.82</b>	<b>45,868.27</b>

Fuente: Elaboración propia

## 5.7. Préstamo refaccionario

Se integra por un monto de \$900,893.88, con una tasa de interés interbancario de 21.7% pretendiendo cubrirlo en 5 años en pagos iguales sobre saldos insolutos que se indican en la tabla siguiente.

Tabla 5.9 Crédito refaccionario

No de Pagos	Capital	Abono a Capital	Interes (21.70)	Pago Igual	IVA 15%	Pago Total
0	\$900,893.88	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
1	\$783,806.46	\$117,087.42	\$195,493.97	\$312,581.39	\$29,324.10	\$341,905.48
2	\$641,311.08	\$142,495.39	\$170,086.00	\$312,581.39	\$25,512.90	\$338,094.29
3	\$467,894.19	\$173,416.89	\$139,164.50	\$312,581.39	\$20,874.68	\$333,456.06
4	\$256,845.84	\$211,048.35	\$101,533.04	\$312,581.39	\$15,229.96	\$327,811.34
5	\$0.00	\$256,845.84	\$55,735.55	\$312,581.39	\$8,360.33	\$320,941.72

Fuente: Elaboración propia

## 5.8. Costos variables anuales proyectados a diez años

Los costos variables se encuentran directamente asociados con la elaboración de los platillos, por lo que son indispensables ser tomados en cuenta al fijar el precio de producción, y posteriormente en el precio de venta.

Tabla 5.10 Costos variables

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Suministro	4,410.76	4,587.19	4,816.55	5,057.38	5,310.25	5,575.76	6,412.13	7,053.34	7,617.61	7,998.49
Materia Prima	1,060,440.44	1,102,858.05	1,158,000.96	1,215,901.00	1,276,696.05	1,340,530.86	1,541,610.49	1,695,771.53	1,831,433.26	1,923,004.92
Suministros Generales	20,498.83	21,318.78	22,384.72	\$ 23,503.95	\$ 24,679.15	\$ 25,913.11	\$ 29,800.08	\$ 32,780.08	\$ 35,402.49	\$ 37,172.62
Servicios	60,545.45	62,967.27	66,115.64	\$ 69,421.42	\$ 72,892.49	\$ 76,537.11	\$ 88,017.68	\$ 96,819.45	\$ 104,565.00	\$ 109,793.25
<b>Total</b>	<b>1,145,895.48</b>	<b>1,191,731.30</b>	<b>1,251,317.87</b>	<b>1,313,883.76</b>	<b>1,379,577.95</b>	<b>1,448,556.84</b>	<b>1,665,840.37</b>	<b>1,832,424.41</b>	<b>1,979,018.36</b>	<b>2,077,969.28</b>

Fuente: Elaboración propia

La tabla muestra el aumento en los costos variables en una proyección a 10 años, contemplando el índice de inflación proyectado.

## 5.9. Proyección de costos fijos

Tabla 5.11 Costos fijos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>Poliza de seguro</b>	\$ 94,198.00	\$ 97,965.92	\$ 102,864.22	\$ 108,007.43	\$ 113,407.80	\$ 119,078.19	\$ 136,939.92	\$ 150,633.91	\$ 162,684.62	\$ 170,818.85
<b>Depreciación</b>										
Edificio	47,500	47,500	47,500	47,500	47,500	47,500	47,500	47,500	47,500	47,500
Mobiliario y Equipo	8,994.11	8,994.11	8,994.11	8,994.11	8,994.11	8,994.11	8,994.11	8,994.11	8,994.11	8,994.11
Maquinaria y Equipo	5,862.03	5,862.03	5,862.03	5,862.03	5,862.03	5,862.03	5,862.03	5,862.03	5,862.03	5,862.03
Equipo de Computo	6,323.33	6,323.33	6,323.33							
<b>Sueldos</b>	937,920.00	975,436.80	1,024,208.64	1,075,419.07	1,129,190.03	1,185,649.53	1,363,496.96	1,499,846.65	1,619,834.38	1,700,826.10
Gastos preoperativos	4,025.00	4,025.00	4,025.00	4,025.00	4,025.00	4,025.00	4,025.00	4,025.00	4,025.00	4,025.00
<b>Totales</b>	<b>1,104,822.47</b>	<b>1,146,107.19</b>	<b>1,199,777.32</b>	<b>1,249,807.63</b>	<b>1,308,978.96</b>	<b>1,371,108.85</b>	<b>1,566,818.01</b>	<b>1,716,861.69</b>	<b>1,848,900.14</b>	<b>1,938,026.09</b>

Fuente: Elaboración propia

## 5.10. Proyección de ingresos

A continuación se presenta la estimación de ingresos planeada para el restaurante La cabaña de don Agustín, mismo que reflejan el aumento provocado por los niveles inflacionarios en los respectivos periodos.

Tabla 5.12 Ingresos proyectados a 10 años

INGRESOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Sopa de lentejas.	54,750.00	45,552.00	47,829.60	62,776.35	65,915.17	83,053.11	95,511.08	122,572.55	132,378.35	138,997.27
Rollitos de calabacita con queso de cabra	142,350.00	148,044.00	155,446.20	190,421.60	199,942.67	209,939.81	275,920.89	303,512.98	368,768.27	387,206.68
Crema de chile poblano	63,875.00	132,860.00	167,403.60	175,773.78	199,942.67	209,939.81	241,430.78	286,002.62	308,882.83	324,326.97
Sopa de verduras	43,800.00	56,940.00	71,744.40	75,331.62	92,281.23	110,737.48	127,348.10	157,593.28	170,200.74	198,567.53
Ensalada de nopales	90,520.00	47,070.40	61,779.90	90,816.45	95,357.28	114,428.73	131,593.04	144,752.34	175,874.10	184,667.80
Ensalada de garbanzos	40,880.00	31,886.40	44,640.96	46,873.01	49,216.66	64,596.86	74,286.39	98,058.04	105,902.68	111,197.82
Ensalada campestre.	109,500.00	113,880.00	131,531.40	150,663.24	171,379.44	179,948.41	222,859.18	262,655.46	283,667.90	317,708.05
Salsa de piña	82,125.00	68,328.00	83,701.80	87,886.89	98,872.75	138,421.85	175,103.64	201,369.19	226,934.32	226,934.32
Aderezo de yogurt	32,850.00	56,940.00	65,765.70	81,609.26	81,609.26	96,895.30	111,429.59	122,572.55	132,378.35	138,997.27
Chilaquiles rojos con requesón	69,350.00	86,548.80	106,022.28	127,226.74	150,286.58	175,334.35	221,797.95	288,337.33	335,358.50	377,278.31
Omelette de claras con champiñones	63,875.00	79,716.00	97,652.10	117,182.52	138,421.85	161,492.16	222,859.18	265,573.86	286,819.77	347,493.18
Nopales navegantes con huevo.	32,850.00	56,940.00	59,787.00	75,331.62	79,098.20	83,053.11	95,511.08	122,572.55	132,378.35	138,997.27
Tostadas	82,125.00	51,246.00	53,808.30	75,331.62	79,098.20	103,816.39	119,388.85	131,327.73	141,833.95	148,925.65
Enchiladas rojas	58,400.00	60,736.00	63,772.80	66,961.44	87,886.89	92,281.23	106,123.42	140,082.91	176,504.47	185,329.70
Enmoladas verdes	160,600.00	125,268.00	153,453.30	184,143.96	217,520.05	253,773.39	321,023.34	385,228.01	450,716.78	473,252.61
Enmoladas tradicionales	160,600.00	187,902.00	219,219.00	322,251.93	362,533.42	380,660.09	437,759.11	513,637.35	554,728.34	618,868.80

INGRESOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Enchiladas verdes	146,000.00	303,680.00	398,580.00	502,210.80	615,208.23	645,968.64	848,987.36	933,886.09	1,134,671.60	1,191,405.18
Huaraches de nopal	365,000.00	664,300.00	797,160.00	878,868.90	944,784.07	1,015,093.58	1,193,888.47	1,313,277.32	1,449,858.16	1,522,351.07
Sopes de nopal	328,500.00	512,460.00	573,955.20	621,485.87	692,109.26	726,714.72	955,110.78	1,050,621.85	1,276,505.55	1,340,330.83
Tepache	146,000.00	18,220.80	18,220.80	20,088.43	28,123.80	29,530.00	33,959.49	46,694.30	50,429.85	52,951.34
AGUA DE JAMAICA	98,550.00	227,760.00	239,148.00	263,660.67	276,843.70	311,449.17	358,166.54	402,738.38	434,957.45	466,633.70
AGUA DE AVENA	93,075.00	271,034.40	284,586.12	298,815.43	321,226.58	337,287.91	396,901.59	446,514.29	482,235.43	506,347.20
Chocolate	29,200.00	30,368.00	31,886.40	33,480.72	43,943.45	55,368.74	63,674.05	81,715.03	88,252.24	92,664.85
Flan de camote	43,800.00	45,552.00	47,829.60	50,221.08	61,520.82	64,596.86	74,286.39	93,388.61	100,859.70	105,902.68
Gelatina de colores	116,800.00	22,776.00	23,914.80	33,480.72	35,154.76	46,140.62	53,061.71	70,041.46	75,644.77	79,427.01
Crema de uvas	109,500.00	142,350.00	149,467.50	156,940.88	175,773.78	184,562.47	212,246.84	248,063.49	267,908.57	281,304.00
<b>SUB-TOTAL</b>	<b>\$ 2,764,875.00</b>	<b>\$ 3,588,358.80</b>	<b>\$ 4,148,306.76</b>	<b>\$ 4,789,835.51</b>	<b>\$ 5,364,050.78</b>	<b>\$ 5,875,084.79</b>	<b>\$ 7,170,228.85</b>	<b>\$ 8,232,789.59</b>	<b>\$ 9,344,651.03</b>	<b>\$ 9,958,067.10</b>
I.V.A.	276,487.50	358,835.88	414,830.68	478,983.55	536,405.08	587,508.48	717,022.89	823,278.96	934,465.10	995,806.71
<b>TOTAL</b>	<b>3,041,362.50</b>	<b>3,947,194.68</b>	<b>4,563,137.44</b>	<b>5,268,819.06</b>	<b>5,900,455.86</b>	<b>6,462,593.27</b>	<b>7,887,251.74</b>	<b>9,056,068.55</b>	<b>10,279,116.13</b>	<b>10,953,873.81</b>
I.V.A. MENSUAL	23,040.63	29,902.99	34,569.22	39,915.30	44,700.42	48,959.04	59,751.91	68,606.58	77,872.09	82,983.89

Fuente: Elaboración propia

## 5.11. Estado de resultados Pro-forma

Tabla 5.13 Estado de resultados proyectado a 10 años

Estado de Resultados (Proyectandolo 10 años)										
CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos	\$ 2,764,875.00	\$ 3,588,358.80	\$ 4,148,306.76	\$ 4,789,835.51	\$ 5,364,050.78	\$ 5,875,084.79	\$ 7,170,228.85	\$ 8,232,789.59	\$ 9,344,651.03	\$ 9,958,067.10
Costos directos	1,145,895.48	1,191,731.30	1,251,317.87	1,313,883.76	1,379,577.95	1,448,556.84	1,665,840.37	1,832,424.41	1,979,018.36	2,077,969.28
Contribucion Marginal	\$ 1,618,979.52	\$ 2,396,627.50	\$ 2,896,988.89	\$ 3,475,951.75	\$ 3,984,472.83	\$ 4,426,527.95	\$ 5,504,388.48	\$ 6,400,365.18	\$ 7,365,632.66	\$ 7,880,097.82
Costos fijos	1,104,822.47	1,146,107.19	1,199,777.32	1,249,807.63	1,308,978.96	1,371,108.85	1,566,818.01	1,716,861.69	1,848,900.14	1,938,026.09
Ut. Antes de Interes	\$ 514,157.05	\$ 1,250,520.31	\$ 1,697,211.57	\$ 2,226,144.11	\$ 2,675,493.87	\$ 3,055,419.10	\$ 3,937,570.47	\$ 4,683,503.49	\$ 5,516,732.53	\$ 5,942,071.73
Intereses	241,110.41	197,240.00	152,741.50	101,533.04	55,735.55	-	-	-	-	-
Ut. A. de Imptos	\$ 273,046.64	\$ 1,053,280.31	\$ 1,544,470.07	\$ 2,124,611.07	\$ 2,619,758.33	\$ 3,055,419.10	\$ 3,937,570.47	\$ 4,683,503.49	\$ 5,516,732.53	\$ 5,942,071.73
Imptos 28% ISR,	103,757.72	400,246.52	586,898.63	807,352.21	995,508.16	1,161,059.26	1,496,276.78	1,779,731.33	2,096,358.36	2,257,987.26
10% PTU										
Utilidad Desp/imptos	\$ 169,288.92	\$ 653,033.80	\$ 957,571.44	\$ 1,317,258.87	\$ 1,624,250.16	\$ 1,894,359.84	\$ 2,441,293.69	\$ 2,903,772.16	\$ 3,420,374.17	\$ 3,684,084.47

Fuente: Elaboración propia

## 5.12. Flujo de efectivo proyectado

Tabla 5.14 Flujo de efectivo proyectado

Flujo de Efectivo proyectado a 10 años										
Conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>Ingreso</b>	3,041,362.50	3,947,194.68	4,563,137.44	5,268,819.06	5,900,455.86	6,462,593.27	7,887,251.74	9,056,068.55	10,279,116.13	10,953,873.81
Contado										
<b>Ingresos totales</b>	3,041,362.50	3,947,194.68	4,563,137.44	5,268,819.06	5,900,455.86	6,462,593.27	7,887,251.74	9,056,068.55	10,279,116.13	10,953,873.81
<b>Egresos</b>										
Sum de Pisos	4,447.52	5,029.74	5,277.18	5,541.04	5,818.10	6,109.00	6,976.67	7,699.90	8,327.64	8,763.42
Materia Prima	1,069,277.44	1,209,255.58	1,268,746.29	1,332,183.60	1,398,792.78	1,468,732.42	1,677,339.24	1,851,217.26	2,002,140.93	2,106,911.34
sum generales	20,669.65	23,375.50	24,525.48	25,751.75	27,039.34	28,391.31	32,423.78	35,784.93	38,702.35	40,727.62
Sdos Admvos	346,548.00	360,409.92	378,430.42	397,351.94	417,219.53	438,080.51	503,792.59	554,171.85	598,505.59	628,430.87
Personal operativo	591,372.00	615,026.88	645,778.22	678,067.14	711,970.49	747,569.02	859,704.37	945,674.81	1,021,328.79	1,072,395.23
Servicios	66,600.00	69,264.00	72,727.20	76,363.56	80,181.74	84,190.82	96,819.45	106,501.39	115,021.50	120,772.58
Seguros	94,198.00	97,965.92	102,864.22	108,007.43	113,407.80	119,078.19	136,939.92	150,633.91	162,684.62	170,818.85
Iva por pagar	253,446.88	351,973.52	410,164.44	473,637.48	531,619.95	583,249.86	706,230.02	814,424.29	925,199.59	990,694.91
Pago de Impuestos	70,081.97	304,017.70	526,318.56	735,801.48	934,440.00	1,107,327.76	1,387,478.11	1,687,732.92	1,993,593.45	2,205,528.76
Pago de Capital	201,238.55	206,639.35	233,406.90	213,126.29	253,029.38	21,403.82	0.00	-	-	-
Pago de Int.+ IVA	254,561.93	230,638.87	179,917.16	121,670.47	68,484.81	5,341.32	-	0	-	0.00
<b>Egresos totales</b>	2,972,441.93	3,473,596.97	3,848,156.07	4,167,502.19	4,542,003.92	4,609,474.04	5,407,704.14	6,153,841.24	6,865,504.47	7,345,043.58
Flujo de efec.neto	68,920.57	478,597.71	719,981.36	1,106,316.87	1,363,451.93	1,858,119.24	2,484,547.60	2,907,227.31	3,418,611.66	3,613,830.23
Flujo de efec.Inicial	187,700.42	261,620.98	735,218.69	1,450,200.06	2,551,516.93	3,909,968.86	5,763,088.10	8,242,635.70	11,144,863.00	14,558,474.67
Efectivo min de op	5,000.00	-	5,000.00	-	5,000.00	-	5,000.00	-	5,000.00	-
Flujo de efec.final	\$ 261,620.98	\$ 735,218.69	\$ 1,450,200.06	\$ 2,551,516.93	\$ 3,909,968.86	\$ 5,763,088.10	\$ 8,242,635.70	\$ 11,144,863.00	\$ 14,558,474.67	\$ 18,167,304.90

Fuente: Elaboración propia

### 5.13. Proyección de balance general Pro-forma

Tabla 5.15 Proyección de balance general Pro forma

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>Activo Circulante</b>											
CAJA	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00
BANCOS	187,700.42	\$ 256,620.98	730,218.69	1,445,200.06	2,546,516.93	3,904,968.86	5,758,088.10	8,237,635.70	11,139,863.00	14,553,474.67	18,162,304.90
IVA ACREDITABLE		147,793.28	297,049.74	445,648.98	592,907.42	739,798.02	885,350.39	1,051,934.43	1,235,176.87	1,433,078.71	1,640,875.64
TOTAL AC	192,700.42	409,414.26	1,032,268.43	1,895,849.04	3,144,424.35	4,649,766.88	6,648,438.49	9,294,570.13	12,380,039.88	15,991,553.37	19,808,180.53
<b>Activo Fijo</b>											
TERRENO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
EDIFICIO	950,000.00	950,000.00	950,000.00	950,000.00	950,000.00	950,000.00	950,000.00	950,000.00	950,000.00	950,000.00	950,000.00
DEPRECIACION		- 47,500.00	- 95,000.00	- 142,500.00	- 190,000.00	- 237,500.00	- 285,000.00	- 332,500.00	- 380,000.00	- 427,500.00	- 475,000.00
MAQ Y EQUIPO	58,620.26	58,620.26	58,620.26	58,620.26	58,620.26	58,620.26	58,620.26	58,620.26	58,620.26	58,620.26	58,620.26
DEPRECIACION		- 5,862.03	- 11,724.05	- 17,586.08	- 23,448.10	- 29,310.13	- 35,172.16	- 41,034.18	- 46,896.21	- 52,758.23	- 58,620.26
EQUIPO DE COMPUTO	18,970.00	18,970.00	18,970.00	18,970.00							
DEPRECIACION		- 6,323.33	- 12,646.67	- 18,970.00							
MOBILIARIO	89,941.09	89,941.09	89,941.09	89,941.09	89,941.09	89,941.09	89,941.09	89,941.09	89,941.09	89,941.09	89,941.09
DEPRECIACION		- 8,994.11	- 17,988.22	- 26,982.33	- 35,976.44	- 44,970.55	- 53,964.65	- 62,958.76	- 71,952.87	- 80,946.98	- 89,941.09
EQUIPO MENOR	5,355.38	5,355.38	5,355.38	5,355.38	5,355.38	5,355.38	5,355.38	5,355.38	5,355.38	5,355.38	5,355.38
EQUIPO ADICIONAL	3,230.62	3,230.62	3,230.62	3,230.62	3,230.62	3,230.62	3,230.62	3,230.62	3,230.62	3,230.62	3,230.62
TOTAL AF	1,126,117.35	1,057,437.88	988,758.41	920,078.95	857,722.81	795,366.68	733,010.54	670,654.41	608,298.27	545,942.14	483,586.00
<b>Activo Diferido</b>											
GASTOS PREOPERATIVOS	80,500.00	80,500.00	80,500.00	80,500.00	80,500.00	80,500.00	80,500.00	80,500.00	80,500.00	80,500.00	80,500.00
AMORTIZACION		- 4,025.00	- 8,050.00	- 12,075.00	- 16,100.00	- 20,125.00	- 24,150.00	- 28,175.00	- 32,200.00	- 36,225.00	- 40,250.00
TOTAL ACT DIFERIDO	80,500.00	76,475.00	72,450.00	68,425.00	64,400.00	60,375.00	56,350.00	52,325.00	48,300.00	44,275.00	40,250.00
<b>ACTIVO TOTAL</b>	<b>1,399,317.77</b>	<b>1,543,327.14</b>	<b>2,093,476.84</b>	<b>2,884,352.98</b>	<b>4,066,547.16</b>	<b>5,505,508.55</b>	<b>7,437,799.03</b>	<b>10,017,549.53</b>	<b>13,036,638.15</b>	<b>16,581,770.51</b>	<b>20,332,016.53</b>

Fuente: Elaboración propia

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>Pasivo Corto Plazo</b>											
DOC POR PAGAR BANCA	40,250.00	3,694.49									
DOC POR PAGAR LP		14,971.19	17,088.52	19,665.31	17,587.36	21,403.82	0.00	-	-	-	-
PROVEEDORES		99,490.42	103,470.04	108,643.54	114,075.71	119,779.50	125,768.48	144,633.75	159,097.12	171,824.89	180,416.14
ACREEDORES DIVERSOS											
IVA POR PAGAR		23,040.63	29,902.99	34,569.22	39,915.30	44,700.42	48,959.04	59,751.91	68,606.58	77,872.09	82,983.89
IMPUESTOS POR PAGAR		33,675.75	129,904.57	190,484.64	262,035.37	323,103.53	376,835.02	485,633.69	577,632.10	680,397.01	732,855.51
INTERES POR PAGAR		19,752.21	16,436.67	12,728.46	8,461.09	4,644.63	0.00	-	-	-	-
<b>TOTAL PASIVO CIRCULANT</b>	<b>40,250.00</b>	<b>194,624.68</b>	<b>296,802.78</b>	<b>366,091.17</b>	<b>442,074.83</b>	<b>513,631.90</b>	<b>551,562.54</b>	<b>690,019.35</b>	<b>805,335.80</b>	<b>930,093.99</b>	<b>996,255.54</b>
<b>Pasivo Largo Plazo</b>											
AVIO	187,700.42	125,133.61	62,566.81	0.00							
REFACCIONARIO	900,893.88	783,806.46	641,311.08	467,894.19	256,845.84	0.00	0.00	-	-	-	-
<b>TOTAL PASIVO LP</b>	<b>1,088,594.30</b>	<b>908,940.08</b>	<b>703,877.88</b>	<b>467,894.19</b>	<b>256,845.84</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>CAPITAL CONTABLE</b>											
CAPITAL SOCIAL	270,473.47	270,473.47	270,473.47	270,473.47	270,473.47	270,473.47	270,473.47	270,473.47	270,473.47	270,473.47	270,473.47
UTILIDAD DEL EJERCICIO		169,288.92	653,033.80	957,571.44	1,317,258.87	1,624,250.16	1,894,359.84	2,441,293.69	2,903,772.16	3,420,374.17	3,684,084.47
UTILIDAD EJ ANTERIORES		-	169,288.92	822,322.71	1,779,894.15	3,097,153.02	4,721,403.18	6,615,763.02	9,057,056.72	11,960,828.88	15,381,203.04
SUMA CAPITAL	270,473.47	439,762.39	1,092,796.18	2,050,367.62	3,367,626.49	4,991,876.65	6,886,236.49	9,327,530.19	12,231,302.35	15,651,676.51	19,335,760.99
<b>TOTAL PASIVO Y CAPITAL</b>	<b>1,399,317.77</b>	<b>1,543,327.14</b>	<b>2,093,476.84</b>	<b>2,884,352.98</b>	<b>4,066,547.16</b>	<b>5,505,508.55</b>	<b>7,437,799.03</b>	<b>10,017,549.53</b>	<b>13,036,638.15</b>	<b>16,581,770.51</b>	<b>20,332,016.53</b>
COMPROBACION		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Fuente: Elaboración propia

#### 5.14. Punto de equilibrio operativo y financiero

Tabla 5.16 Proyección de puntos de equilibrio operativo y financiero.

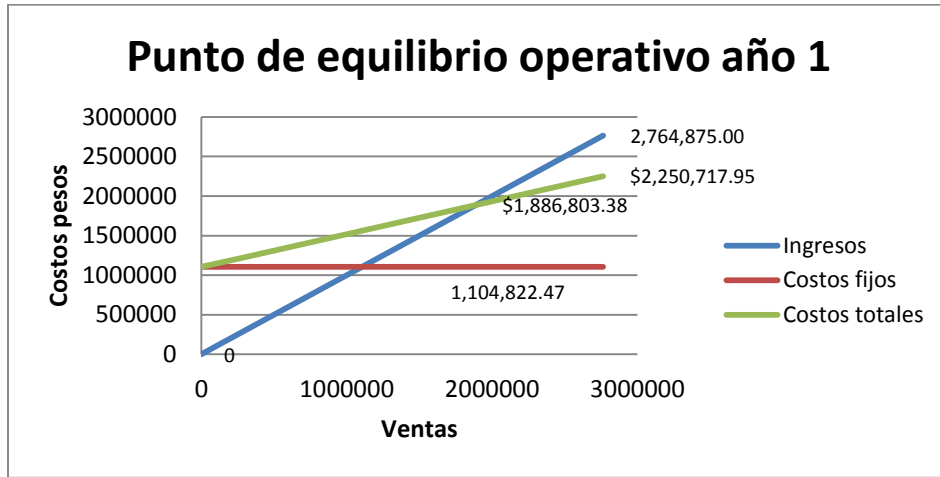
PERIODO	P.E.O.	P.E.F.
Año 1	1,886,803.38	2,298,569.02
Año 2	1,716,012.95	2,011,331.21
Año 3	1,718,006.03	1,936,722.30
Año 4	1,722,225.57	1,862,137.34
Año 5	1,762,197.89	1,837,231.23
Año 6	1,819,796.65	1,819,796.65
Año 7	2,040,997.60	2,040,997.60
Año 8	2,208,399.16	2,208,399.16
Año 9	2,345,667.69	2,345,667.69
Año 10	2,449,080.49	2,449,080.49

Fuente: Elaboración propia

El punto de equilibrio operativo se refiere a la cantidad de ventas anuales que se deben obtener para no registrar pérdidas ni ganancias.

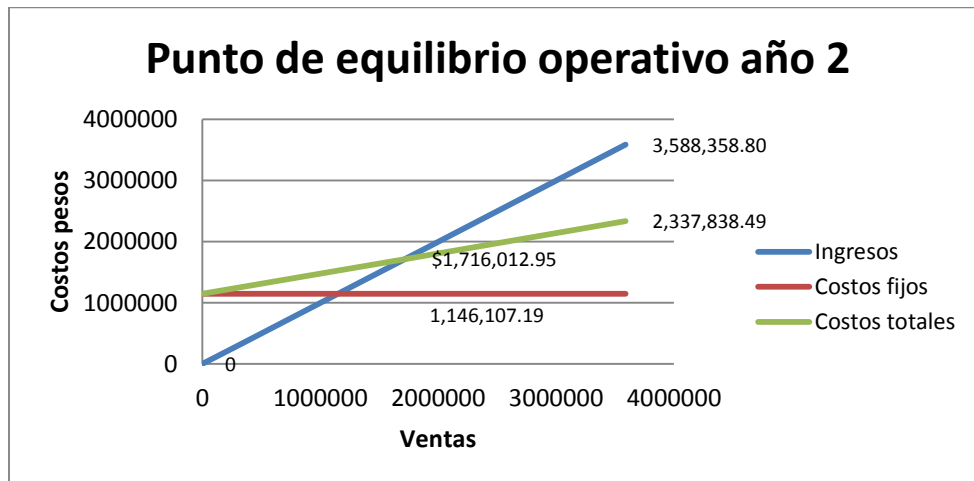
Para representar el punto de equilibrio financiero, la cantidad de ventas anuales que se requieren para no obtener ni pérdida ni ganancia, tomando en cuenta los costos fijos, la contribución marginal y los costos financieros de cada año, sería la que se muestra en la tabla 5.16, que representa a los primeros 10 años de operación, manteniendo un comportamiento es lineal y va en aumento a través de los años.

Gráfica 5.1 Punto de equilibrio operacional Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 1.



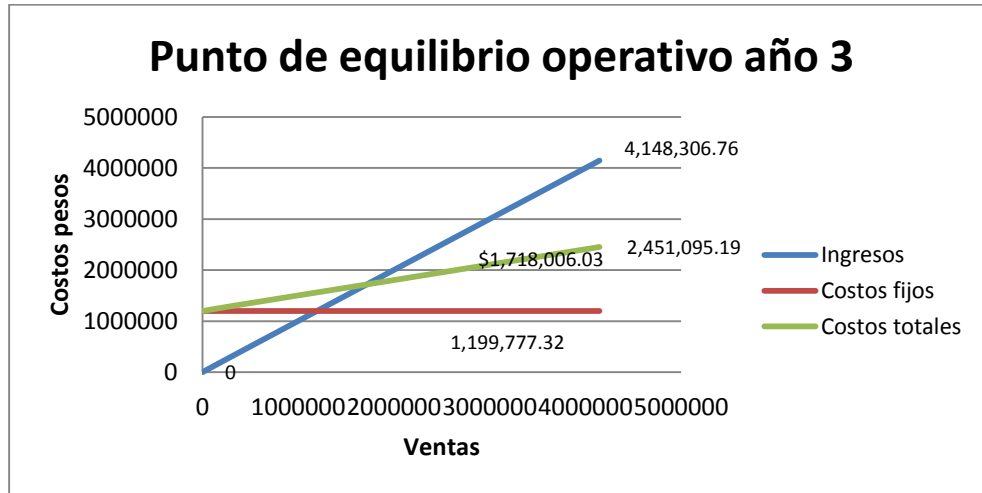
Fuente: Elaboración propia

Gráfica 5.2 Punto de equilibrio operacional Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 2.



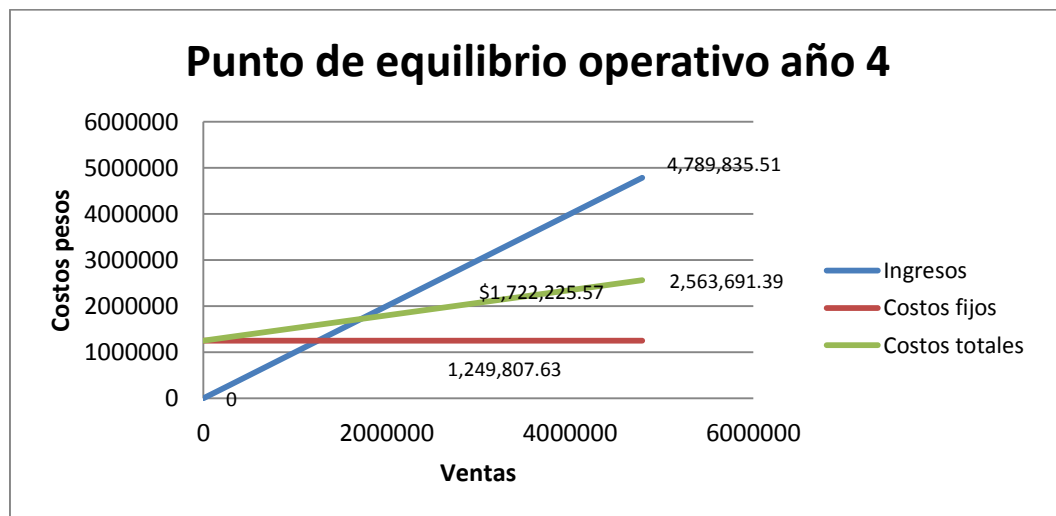
Fuente: Elaboración propia

Gráfica 5.3 Punto de equilibrio operacional Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 3.



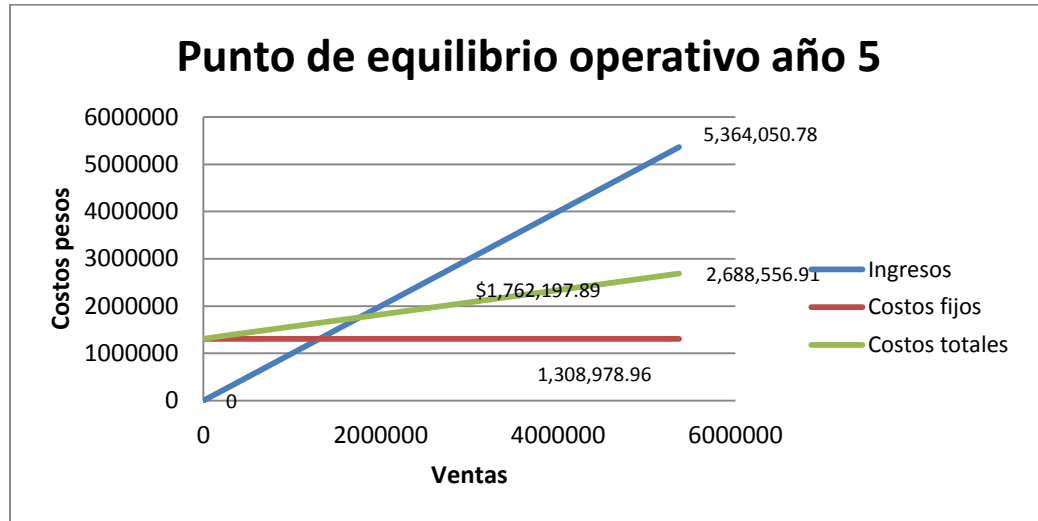
Fuente: Elaboración propia

Gráfica 5.4 Punto de equilibrio operacional Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 4.



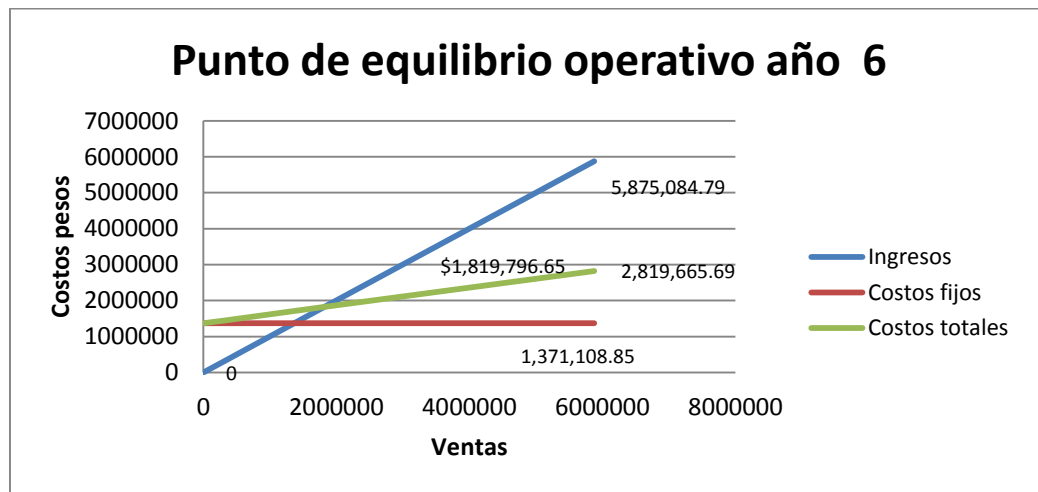
Fuente: Elaboración propia

Gráfica 5.5 Punto de equilibrio operacional Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 5.



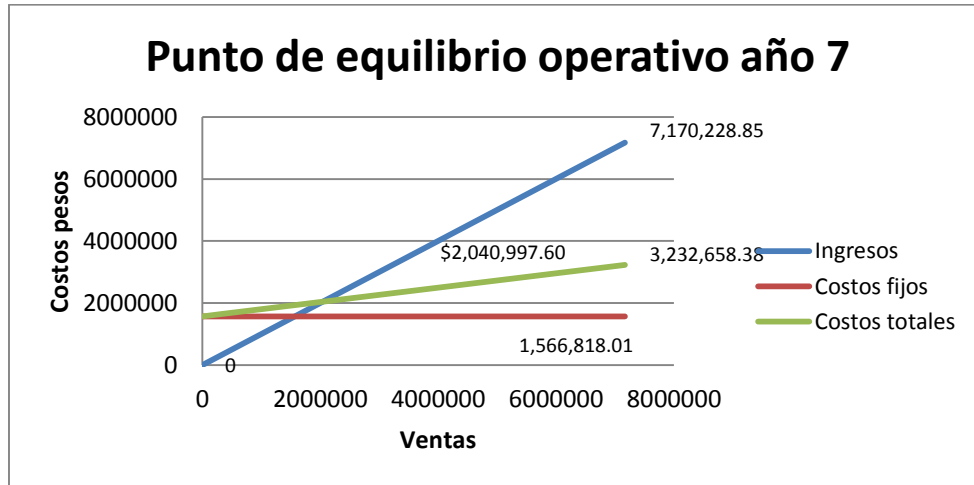
Fuente: Elaboración propia

Gráfica 5.6 Punto de equilibrio operacional Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 6.



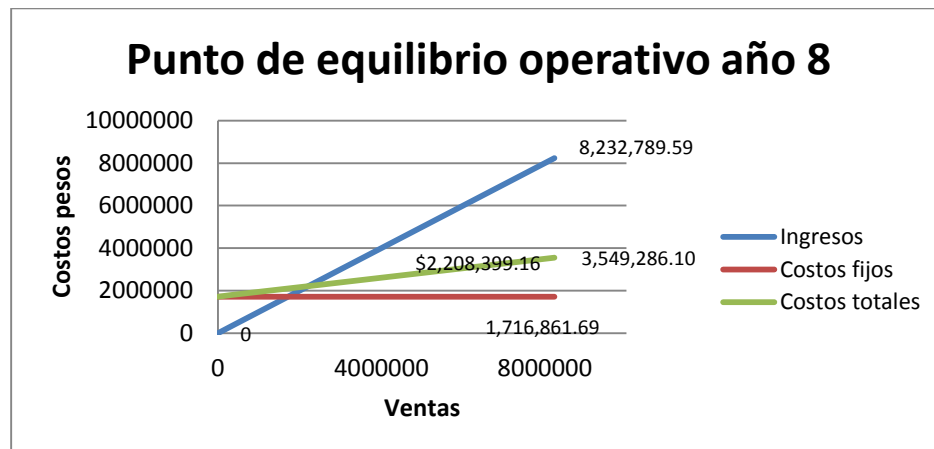
Fuente: Elaboración propia

Gráfica 5.7 Punto de equilibrio operacional Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 7.



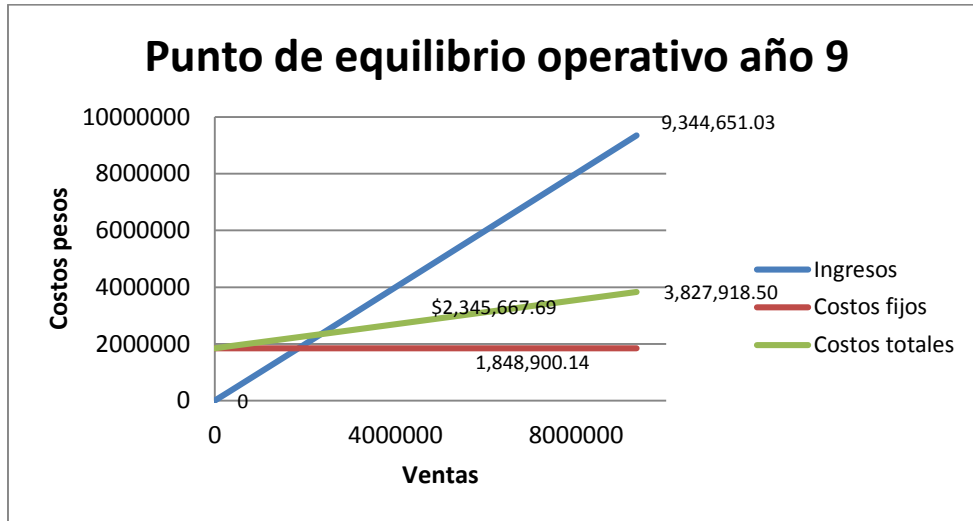
Fuente: Elaboración propia

Gráfica 5.8 Punto de equilibrio operacional Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 8.



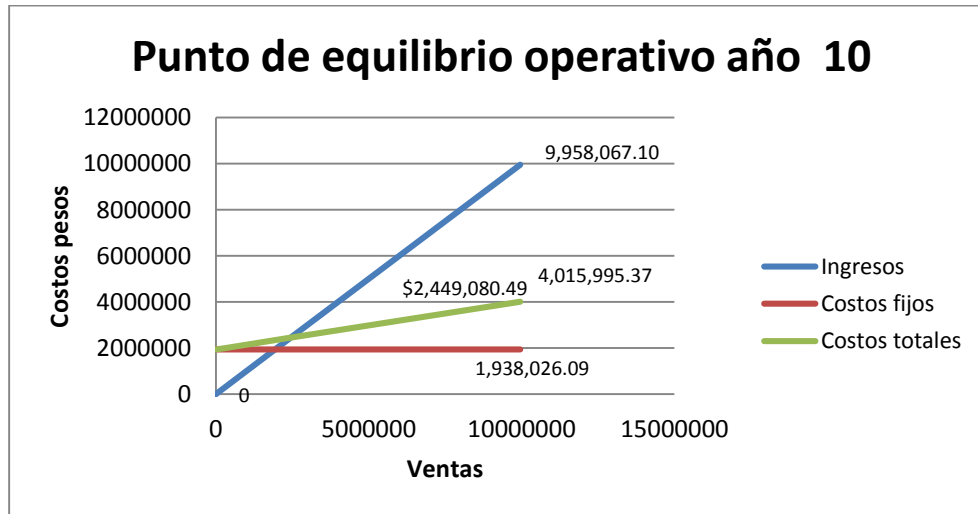
Fuente: Elaboración propia

Gráfica 5.9 Punto de equilibrio operacional Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 9.



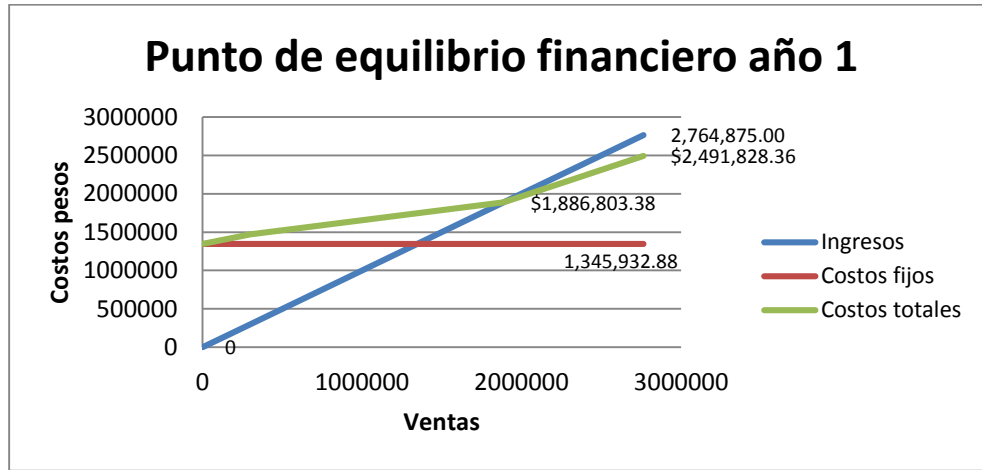
Fuente: Elaboración propia

Gráfica 5.10 Punto de equilibrio operacional Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 10.



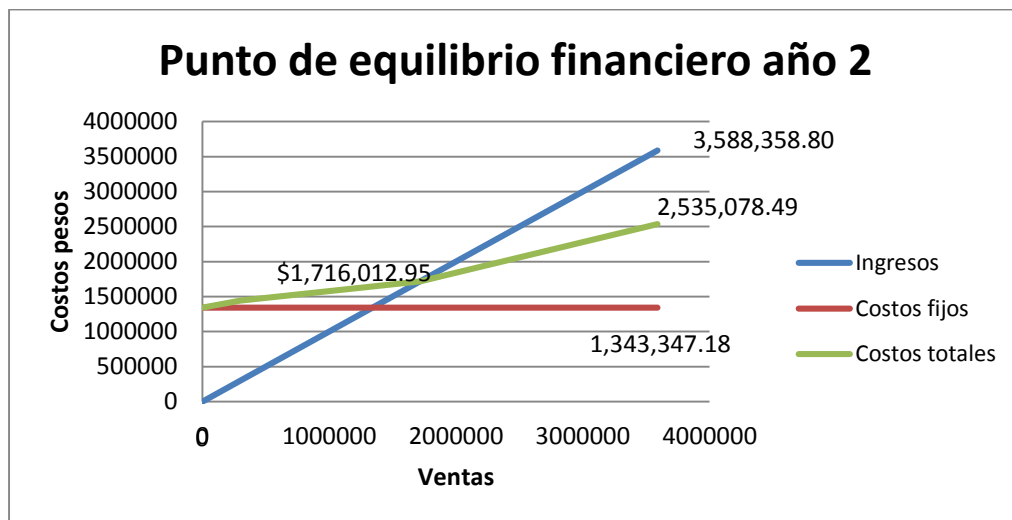
Fuente: Elaboración propia

Gráfica 5.11 Punto de equilibrio financiero Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 1.



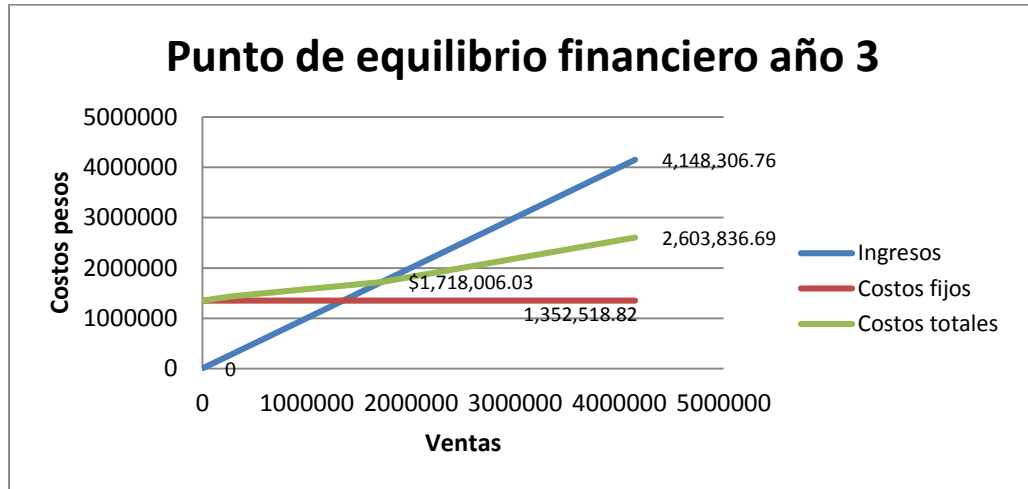
Fuente: Elaboración propia

Gráfica 5.12 Punto de equilibrio financiero Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 2.



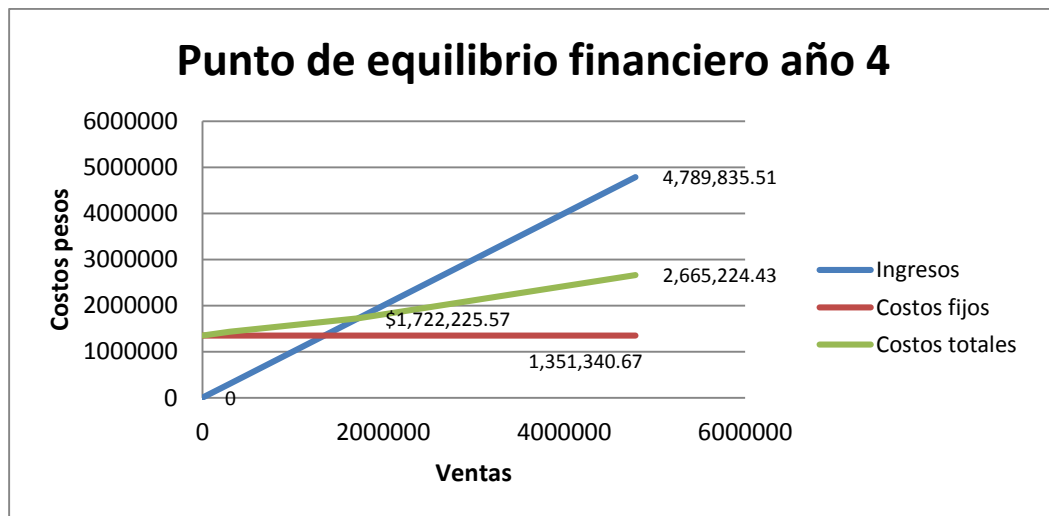
Fuente: Elaboración propia

Gráfica 5.13 Punto de equilibrio financiero Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 3.



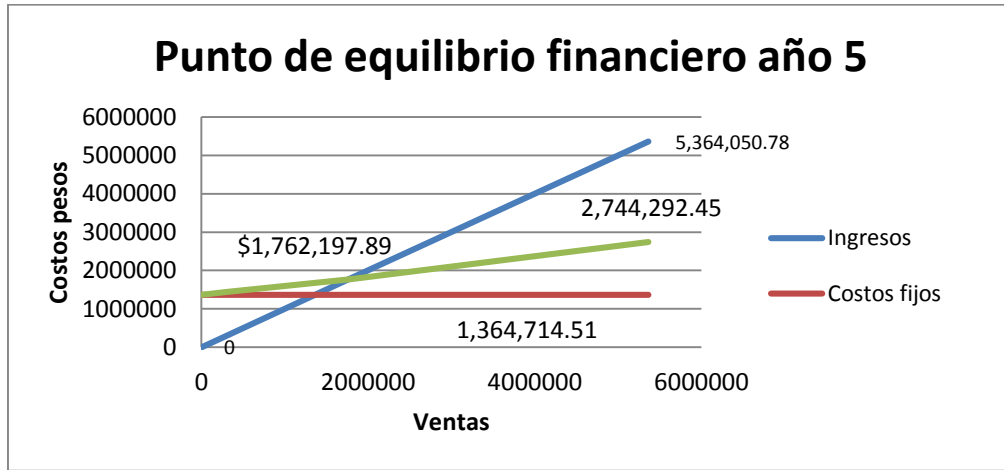
Fuente: Elaboración propia

Gráfica 5.14 Punto de equilibrio financiero Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 4.



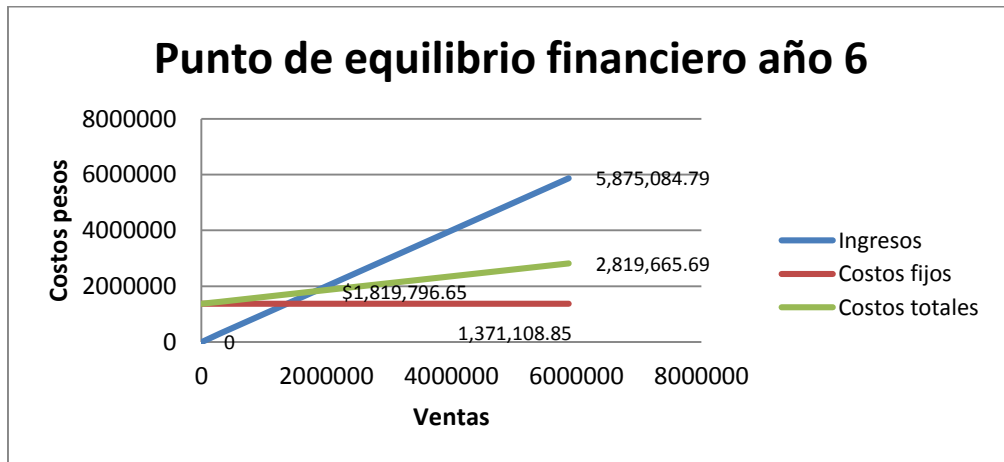
Fuente: Elaboración propia

Gráfica 5.15 Punto de equilibrio financiero Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 5.



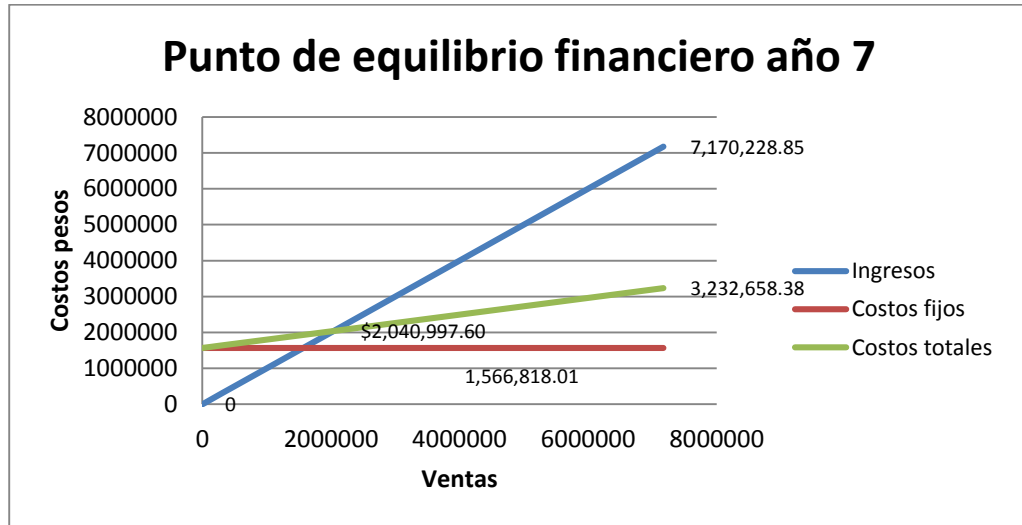
Fuente: Elaboración propia

Gráfica 5.16 Punto de equilibrio financiero Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 6.



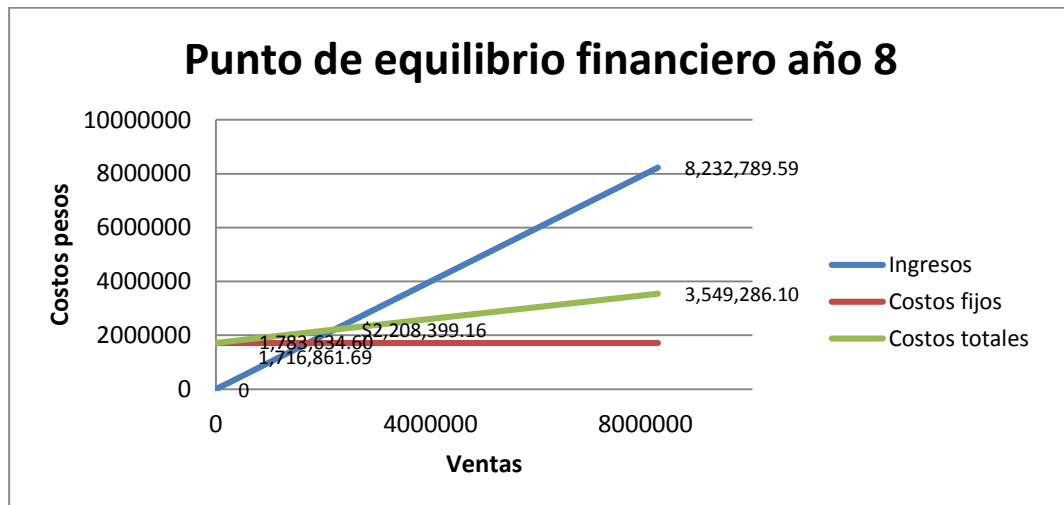
Fuente: Elaboración propia

Gráfica 5.17 Punto de equilibrio financiero Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 7.



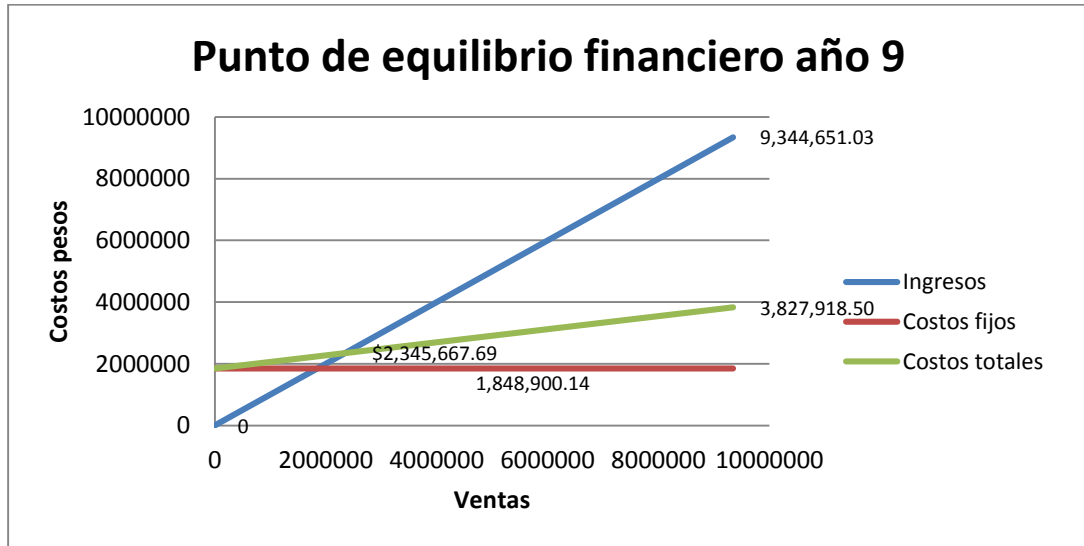
Fuente: Elaboración propia

Gráfica 5.18 Punto de equilibrio financiero Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 8.



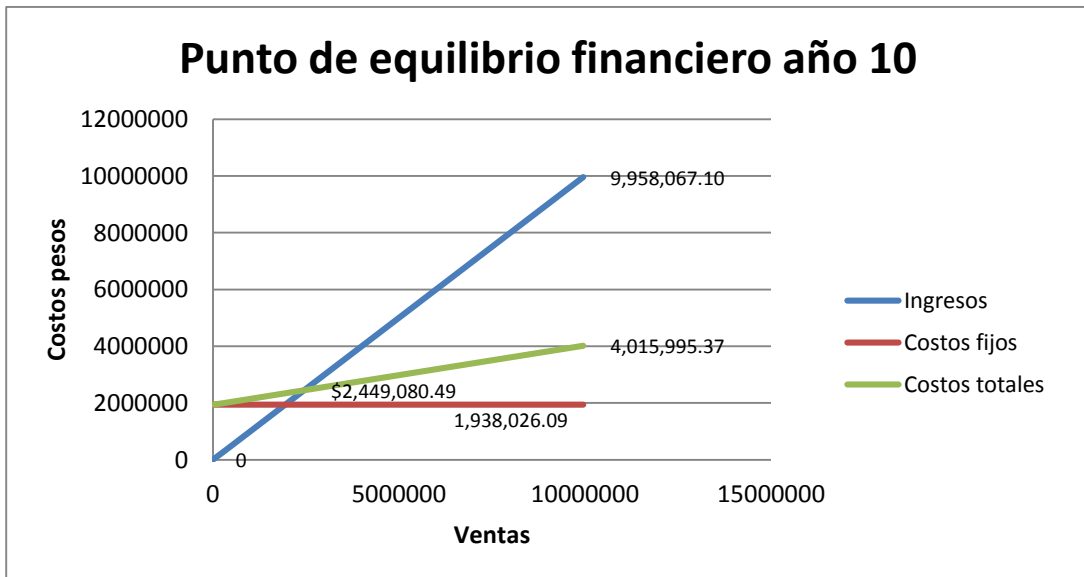
Fuente: Elaboración propia

Gráfica 5.19 Punto de equilibrio financiero Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 9.



Fuente: Elaboración propia

Gráfica 5.20 Punto de equilibrio financiero Restaurante “La cabaña de Don Agustín” ejercicio 10.



### **5.15 Análisis financiero proyectado a diez años**

Con el propósito de conocer el comportamiento financiero que presentará la empresa, se aplicaron las siguientes razones financieras, agrupadas en: liquidez, rentabilidad y apalancamiento financiero.

Las razones de liquidez, muestran la capacidad de la empresa para cumplir con sus compromisos a corto plazo, para determinarlas se requiere del balance general o estado de situación financiera.

Las razones de rentabilidad reflejan la capacidad de la empresa para generar utilidades, por lo que es de suma importancia su manejo para saber si la empresa puede mantenerse o sobrevivir sin la aportación continua de los socios, además de reflejar la eficacia administrativa de la empresa en el manejo de sus costos. Estas razones se basan en la información contenida en el estado de resultados, también llamado estado de pérdidas y ganancias.

En lo que respecta a las razones de apalancamiento financiero, son utilizadas para conocer el impacto de los préstamos en las finanzas de la compañía, se les llama así, porque las deudas son contraídas para obtener utilidades y generan intereses que juegan un papel de “palanca”, puesto que se contrae el compromiso de liquidarlas. Es relevante su manejo debido a que muestra en pocas palabras el endeudamiento de la empresa.

**Tabla 5.17 razones financieras**

RAZONES DE LIQUIDEZ		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Razón circulante	Activos circulantes	192,700.42	409,414.26	1,032,268.43	1,895,849.04	3,144,424.35	4,649,766.88	6,648,438.49	9,294,570.13	12,380,039.88	15,991,553.37	19,808,180.53
o Índice de Solvencia:	Pasivos circulantes	40,250.00	194,624.68	296,802.78	366,091.17	442,074.83	513,631.90	551,562.54	690,019.35	805,335.80	930,093.99	996,255.54
	Razón circulante	4.79	2.10	3.48	5.18	7.11	9.05	12.05	13.47	15.37	17.19	19.88
Índice de Solvencia Inmediata o Prueba del Ácido	Activo circulante Inventarios	192,700.42	409,414.26	1,032,268.43	1,895,849.04	3,144,424.35	4,649,766.88	6,648,438.49	9,294,570.13	12,380,039.88	15,991,553.37	19,808,180.53
	Pasivo circulante	40,250.00	194,624.68	296,802.78	366,091.17	442,074.83	513,631.90	551,562.54	690,019.35	805,335.80	930,093.99	996,255.54
	Prueba del Ácido	4.787588053	2.103609148	3.477960784	5.178625439	7.112878108	9.052722157	12.05382534	13.47001383	15.37251903	17.19348095	19.88263021
Índice de Liquidez	Activo Disponible	1,399,317.77	1,543,327.14	2,093,476.84	2,884,352.98	4,066,547.16	5,505,508.55	7,437,799.03	10,017,549.53	13,036,638.15	16,581,770.51	20,332,016.53
	Pasivo Circulante	40,250.00	194,624.68	296,802.78	366,091.17	442,074.83	513,631.90	551,562.54	690,019.35	805,335.80	930,093.99	996,255.54
	Índice de Liquidez	34.77	7.93	7.05	7.88	9.20	10.72	13.48	14.52	16.19	17.83	20.41
Capital Neto de Trabajo	Activos circulantes	192,700.42	409,414.26	1,032,268.43	1,895,849.04	3,144,424.35	4,649,766.88	6,648,438.49	9,294,570.13	12,380,039.88	15,991,553.37	19,808,180.53
	Pasivos circulantes	40,250.00	194,624.68	296,802.78	366,091.17	442,074.83	513,631.90	551,562.54	690,019.35	805,335.80	930,093.99	996,255.54
	Capital Neto de Trabajo	152,450.42	214,789.58	735,465.65	1,529,757.87	2,702,349.52	4,136,134.98	6,096,875.95	8,604,550.78	11,574,704.08	15,061,459.38	18,811,924.99

RAZONES DE RENTABILIDAD		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Margen Bruto	Utilidad bruta	-	1,618,979.52	2,396,627.50	2,896,988.89	3,475,951.75	3,984,472.83	4,426,527.95	5,504,388.48	6,400,365.18	7,365,632.66	7,880,097.82
	Ventas Netas	-	2,764,875.00	3,588,358.80	4,148,306.76	4,789,835.51	5,364,050.78	5,875,084.79	7,170,228.85	8,232,789.59	9,344,651.03	9,958,067.10
	Margen Bruto	-	0.59	0.67	0.70	0.73	0.74	0.75	0.77	0.78	0.79	0.79
Margen operativo	Utilidad operativa	-	514,157.05	1,250,520.31	1,697,211.57	2,226,144.11	2,675,493.87	3,055,419.10	3,937,570.47	4,683,503.49	5,516,732.53	5,942,071.73
	Ventas Netas	-	2,764,875.00	3,588,358.80	4,148,306.76	4,789,835.51	5,364,050.78	5,875,084.79	7,170,228.85	8,232,789.59	9,344,651.03	9,958,067.10
	Margen operativo	-	0.19	0.35	0.41	0.46	0.50	0.52	0.55	0.57	0.59	0.60
Margen UAFIDA	Utilidad antes de imptos	-	273,046.64	1,053,280.31	1,544,470.07	2,124,611.07	2,619,758.33	3,055,419.10	3,937,570.47	4,683,503.49	5,516,732.53	5,942,071.73
	Ventas Netas	-	2,764,875.00	3,588,358.80	4,148,306.76	4,789,835.51	5,364,050.78	5,875,084.79	7,170,228.85	8,232,789.59	9,344,651.03	9,958,067.10
	Margen UAFIDA	-	0.10	0.29	0.37	0.44	0.49	0.52	0.55	0.57	0.59	0.60
Margen Neto	Utilidad Neta	-	169,288.92	653,033.80	957,571.44	1,317,258.87	1,624,250.16	1,894,359.84	2,441,293.69	2,903,772.16	3,420,374.17	3,684,084.47
	Ventas Netas	-	2,764,875.00	3,588,358.80	4,148,306.76	4,789,835.51	5,364,050.78	5,875,084.79	7,170,228.85	8,232,789.59	9,344,651.03	9,958,067.10
	Margen Neto	-	0.06	0.18	0.23	0.28	0.30	0.32	0.34	0.35	0.37	0.37
Tasa Efectiva de Impuestos	Impuesto sobre la Renta	-	103,757.72	400,246.52	586,898.63	807,352.21	995,508.16	1,161,059.26	1,496,276.78	1,779,731.33	2,096,358.36	2,257,987.26
	Utilidad antes de Impuestos	-	273,046.64	1,053,280.31	1,544,470.07	2,124,611.07	2,619,758.33	3,055,419.10	3,937,570.47	4,683,503.49	5,516,732.53	5,942,071.73
	Tasa Efectiva de Impuestos	-	0.38	0.38	0.38	0.38	0.38	0.38	0.38	0.38	0.38	0.38

RAZONES DE ENDEUDAMIENTO		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Origen del capital	Pasivo total	1,128,844.30	1,103,564.76	1,000,680.66	833,985.36	698,920.67	513,631.90	551,562.54	690,019.35	805,335.80	930,093.99	996,255.54
	Capital contable	270,473.47	439,762.39	1,092,796.18	2,050,367.62	3,367,626.49	4,991,876.65	6,886,236.49	9,327,530.19	12,231,302.35	15,651,676.51	19,335,760.99
	Origen del capital	4.17	2.51	0.92	0.41	0.21	0.10	0.08	0.07	0.07	0.06	0.05
Origen del capital a corto plazo	Pasivo circulante	40,250.00	194,624.68	296,802.78	366,091.17	442,074.83	513,631.90	551,562.54	690,019.35	805,335.80	930,093.99	996,255.54
	Capital contable	270,473.47	439,762.39	1,092,796.18	2,050,367.62	3,367,626.49	4,991,876.65	6,886,236.49	9,327,530.19	12,231,302.35	15,651,676.51	19,335,760.99
	Origen del capital a corto plazo	0.15	0.44	0.27	0.18	0.13	0.10	0.08	0.07	0.07	0.06	0.05
Origen del capital a largo plazo	Pasivo fijo	1,088,594.30	908,940.08	703,877.88	467,894.19	256,845.84	0.00	0.00	-	-	-	-
	Capital contable	270,473.47	439,762.39	1,092,796.18	2,050,367.62	3,367,626.49	4,991,876.65	6,886,236.49	9,327,530.19	12,231,302.35	15,651,676.51	19,335,760.99
	Origen del capital a largo plazo	4.02	2.07	0.64	0.23	0.08	0.00	0.00	-	-	-	-
Índice de inversión de capital	Activo fijo	1,126,117.35	1,057,437.88	988,758.41	920,078.95	857,722.81	795,366.68	733,010.54	670,654.41	608,298.27	545,942.14	483,586.00
	Capital contable	270,473.47	439,762.39	1,092,796.18	2,050,367.62	3,367,626.49	4,991,876.65	6,886,236.49	9,327,530.19	12,231,302.35	15,651,676.51	19,335,760.99
	Índice de inversión de capital =	4.16	2.40	0.90	0.45	0.25	0.16	0.11	0.07	0.05	0.03	0.03

Fuente: Elaboración propia

## 5.16 Análisis de rentabilidad

De acuerdo al análisis de rentabilidad, la empresa restaurante la cabaña de Don Agustín, se determinó la relación costo- beneficio (también llamado utilidad-inversión), la tasa de retorno de la inversión y el valor presente neto, mismos que se muestran en la tabla 5.18.

Tabla 5.18 Análisis de rentabilidad.

TIR	VPN	Periodo de recuperación de la inversión	Relación utilidad-costo
54%	\$4,112,047.26	3 años 4 meses y 12 días	3.9386

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5.19 Costo de capital promedio ponderado.

PRESTAMO	CANTIDAD	PARTICIPACION	COSTO DEL CAPITAL	PONDERACION
			(tasa)	
PASIVO CIRC.	\$ 40,250.00	2.88	21.70%	0.6242
PASIVO LP	1,088,594.30	77.79		
CREDITO REFACC	900,893.88	64.38	21.70%	13.97
CREDITO AVIO	187,700.42	13.41	21.70%	2.9108
CAPITAL SOCIAL	270,473.47	19.33	10%	1.93
	1,399,317.77	100.00		
				19.4385

Fuente: Elaboración propia

## 5.17 Conclusión financiera

Conforme a lo expuesto en la tabla 5.18 El Análisis de rentabilidad que se observa se concluye que el negocio además de ser viable económicamente, presenta una tasa interna de rendimiento para los socios de un 54%, dicho porcentaje es mayor al costo de capital promedio ponderado del proyecto que asciende a 19.5%, significando que es recomendable invertir en este proyecto.

Además nos muestra un periodo de recuperación de la inversión de 3 años, 4 meses y 12 días.

Y en lo que refiere al VPN también arroja cantidad de \$ 4, 112,047.26 de la cual recuperamos la cantidad de la inversión total y este representa una ganancia

Por último, la relación utilidad-costo, que estima por cada peso invertido una utilidad de 2.9386 casi 3 pesos.

De esta forma en resumen se reduce el análisis de rentabilidad muestra ganancias y sugiere invertir en este proyecto.

## **CAPITULO 6. RIESGOS CRITICOS**

En los capítulos anteriores, se ha descrito aspectos propios del restaurante “La cabaña de Don Agustín” sin embargo, hace falta desarrollar aquellos aspectos que no están bajo el control totalmente de los inversionistas o de la administración, mismos que en un momento dado podrían tener repercusiones negativas en las utilidades de los socios, incluso podrían poner en riesgo la permanencia de la empresa en el mercado. Por lo tanto en esta sección se dividirán los riesgos en: internos, externos y financieros.

### **6.1 Riesgos internos**

Los riesgos internos se presentan desde que la empresa inicia sus operaciones, y en caso de no tener establecidas estrategias para hacerles frente, es posible que se vuelvan una constante.

A continuación se muestran los riesgos internos identificados del restaurante “La cabaña de Don Agustín”, mostrando de igual manera: la probabilidad de ocurrencia, el porcentaje de impacto en los objetivos de la empresa, y el plan de contingencia establecido.

Tabla 6.1 Riesgos internos del restaurante “La cabaña de Don Agustín”.

RIESGO	PROBABILIDAD DE OCURRENCIA	IMPACTO	PLAN DE CONTINGENCIA
Excesiva rotación de personal	30%	Medio	Se reconocerán los logros de los empleados, haciendo hincapié de su importancia en el alcance de los objetivos.
Falta de insumos	40%	Alto	Se mantendrá actualizada una base de datos con distintos proveedores locales y nacionales a fin de no depender del mismo vendedor siempre.
Malas relaciones laborales o pésimo clima organizacional	30%	Medio	Se establecerán reuniones periódicas, para informar avances en el alcance de objetivos, procurando una retroalimentación con los empleados, disminuyendo los malos entendidos o roces entre el personal.
Ausentismo	30%	Medio	Se aplicarán aleatoriamente bonos por asistencia y puntualidad, evitando crear una obligación de entregarlo a los empleados, y manteniendo el interés por obtenerlo.
Materia prima de mala calidad	40%	Alto	Se establecerán los lineamientos mínimos que deberá cumplir la materia prima en cada parte del proceso.
Accidentes laborales	10%	Bajo	Durante la inducción se concientizará al personal de la importancia de cuidar su seguridad y la de sus compañeros, para que cada uno de los integrantes del equipo evite en la medida de lo posible incidentes de este tipo.
Escasez o nula comunicación organizacional	10%	Bajo	Siempre se motivará la comunicación entre los empleados, reafirmando con reuniones de integración y trabajo de equipo.
Falta de incentivos o estímulos al personal	20%	Medio	Se determinarán los puntos que deban ser incentivados de acuerdo a los objetivos y valores de la empresa.
Falta de capacitación al personal	30%	Medio	El gerente tendrá establecido asistir a cursos que sean de beneficio para los trabajadores a fin de implantarlos en el personal de la empresa a medida que sea posible.

Fuente: Elaboración propia

## 6.2 Riesgos Externos

Los riesgos externos se entienden como aquellos que son difíciles de controlar, Sin embargo es importante mencionar que si es posible minimizar el impacto si se conocen, y se implanta un plan de contingencia en caso de que se presenten, es por ello que en la siguiente tabla se muestran los riesgos externos identificados del restaurante “La cabaña de Don Agustín”,

Tabla 6.2 Riesgos externos del restaurante “La cabaña de Don Agustín”.

RIESGO	PROBABILIDAD DE OCURRENCIA	IMPACTO	PLAN DE CONTINGENCIA
Devaluaciones	40%	Alto	Se procurará pagar las deudas sobre todo bancarias a medida que sea posible, para evitar que en caso de devaluación, las tasas de interés lleven a la quiebra.
Carestía de materia prima	30%	Medio	Se procurará constantemente crear nuevos platillos y probar su aceptación en los comensales, ya que en un momento dado, ciertos platillos no podrán ofertarse por este riesgo.
Monopolios	30%	Medio	Se encaminará crear un lazo de fidelidad de los clientes hacia el restaurante, subrayando las bondades que ofrece este restaurante.
Falta de incentivos fiscales	30%	Medio	Se cuidará la información y los pagos que deban presentarse ante el fisco, evitando cargos moratorios,
Desacatos fiscales administrativos o judiciales	30%	Medio	Se mantendrán relaciones con profesionales en el área fiscal y legal que en caso de cualquier problema estén al tanto de solventarlo.
Volatilidad de la moneda o tipo bancario	40%	Alto	Se manejarán los precios de venta al público en pesos, de esta forma se evita confusión y variación diaria respecto a la moneda. Aunado a lo anterior se procurara que las negociaciones con proveedores sean en moneda nacional, para evitar que en caso de un cambio drástico, la empresa se vea imposibilitada al pago, o que este se incremente considerablemente.

Incertidumbre en mercados bursátiles	30%	Medio	Se evitará invertir grandes cantidades en mercados bursátiles, puesto que estos pueden ser variables, y no es una actividad que sea directamente relacionada con la empresa.
Falta de compromiso de proveedores	40%	Alto	Para evitar tener problemas con proveedores, se manejarán compromisos por escrito, (pudiendo ser por correo electrónico) donde se estipulen los acuerdos y las amonestaciones en caso de incumplimiento.

Fuente: Elaboración propia.

### 6.3 Riesgos Financieros

Además de los riesgos anteriores, existen los riesgos financieros, que son aquellos que tienen directamente impacto económico en la empresa.

Por lo tanto se han analizado las posibles variaciones en factores como precio a los consumidores del servicio, los ingresos que percibirá la empresa y los costos variables de la producción de los alimentos, mismos que se reflejan en la Tasa interna de Rendimiento y en el Valor Presente Neto de cada uno de los cuatro escenarios (Optimista, esperado, pesimista y recesivo); este análisis se encuentra resumido en la siguiente tabla.

Tabla 6.3 Análisis de Sensibilidad para el restaurante “La cabaña de Don Agustín”.

Variable	Optimista	Esperado	Pesimista	Recesivo
Precio	Aumento 10%	Normal	Disminución 10%	Disminución 10%
Unidades vendidas	101,105 platillos	77,745 platillos	70,810 platillos	70,810 platillos
Costos Variables	Normal	Normal	Normal	Aumento 10%
TIR	71%	54%	41%	33%
VPN	\$ 5,721,627.62	\$ 4,112,047.26	\$ 2,706,463.70	\$ 1,783,228.80

Fuente: Elaboración propia.

## **Capítulo 7: Aspectos legales e implementación y operación**

La importancia del presente capítulo, radica en el cumplimiento con la parte gubernamental, que como ya sabemos regula la legalidad de cualquier actividad.

En nuestro país para la apertura de una empresa, así como su permanencia se debe cumplir con determinados requisitos, tanto fiscales, gubernamentales, sociales y de agrupaciones civiles, mismas que serán tratados a continuación.

### **7.1 Definición del régimen de constitución de la empresa.**

La empresa “La Cabaña de Don Agustín” como se había dicho anteriormente se abrirá como persona física debido al tamaño inicial de la misma, y los gastos en que incurriría iniciarla como sociedad mercantil.

### **7.2 Trámites de apertura.**

El primer paso para la apertura, en caso de que fuere constituida la empresa como persona moral, sería acudir a la Secretaría de Relaciones Exteriores (es quien legalmente da origen a las sociedades mercantiles) para que autorizara la formación de la sociedad, y autorizara la razón social.

Después pasaría a la Notaria Pública, para que legalizara la formación de la sociedad mediante un acta de constitución de sociedad, donde se especificaría los datos de los socios, capital social con que inicia la empresa, duración, domicilio, forma de administración, etc.

Sin embargo para una persona física, los anteriores pasos no se requieren, y la forma más sencilla es realizar el trámite por internet, de acuerdo a la página del SAT (Secretaría de Administración Tributaria) los pasos son los siguientes: Ingresar al portal: <http://www.sat.gob.mx>, en el menú seleccionar nuevos servicios, dentro elegir "inscripción en el RFC" y elegir la opción "Solicitud de Inscripción al RFC".

Se llena el cuestionario y se envía por el mismo medio, el sistema automáticamente muestra una hoja previa y un número de folio.

Una vez realizado lo anterior se registra una cita antes de 10 días para acudir al módulo de servicios tributarios que en la ciudad de Ensenada se encuentra en Ave. López Mateos y mar #1306 local 18 Edif. Pronaf, Zona Centro. Ensenada, B.C. Lada (646) Teléfono. 172-31-02, 172-31-08 (de 9:00 AM a 2:00 p.m. y 15:00 p.m. a 17:30 p.m.).

Los documentos que debe presentar en la cita, además del folio son: comprobante de domicilio con antigüedad no mayor a tres meses, identificación oficial con fotografía, CURP, contar con dirección de correo electrónico y la solicitud impresa. (Cabe mencionar que todo lo anterior se presenta en original y copia, el trámite es gratuito)

Una vez que se realice el trámite se obtendrá el RFC (Registro Federal de Contribuyentes) y una guía de obligaciones fiscales.

Una vez registrado ante Hacienda, se necesita registrarse en Recaudación de Rentas del Estado, para ello se lleva llenada la solicitud de empadronamiento (que se adquiere en ventanilla sin costo o en papelerías fiscales con un costo aproximado de 2 pesos), copia del RFC, del CURP, Croquis de ubicación y una copia de R1 o R2 (mismo cuestionario requerido para el trámite en SHCP); la duración del trámite es de 5 a 10 minutos.

La siguiente Licencia se debe tramitar ante la Secretaría de Salud, ya que se trata de alimentos, se deben tramitar un Certificado de Salud para manejadores de Alimentos, que tiene por lo general una vigencia de dos años y su revalidación se realiza 30 días antes de su vencimiento. En nuestra ciudad se realiza en Ave. Ruiz y calle 14 #1380 Horario de 8:00 AM a 15:30 PM). Tel 178 04 62 y 178 04 64

El siguiente requisito es la obtención de una constancia de uso de suelo, que se tramita en la Secretaria de Administración Urbana ubicada en Carretera Transpeninsular. # 6500 A, Ex ejido Chapultepec C.P. 22785, Ensenada, B.C. Lada (646) Tel. 176 37 11 (de 8:00 AM a 15:00 PM). La documentación que se requiere es el pago al corriente del impuesto predial, croquis del predio, constancia de libertad de gravamen y original y copia de la solicitud que expide la misma dependencia en ventanilla, el trámite dura una semana y el costo es de \$450.00 mn.

El siguiente paso sería la Inscripción en el Registro Público de la propiedad y el Comercio, donde se da de alta a la empresa como comercio formalmente establecido, sin embargo para esta empresa no se realizara, debido a que se está constituyendo como persona física y el trámite ante esta institución lo realizan únicamente las sociedades, ya sea civiles o mercantiles, sus instalaciones están en Carretera Transpeninsular La Paz- Ensenada #6500, Ex-Ejido Chapultepec, Tel. 01 (646) 172-3024 y 87.

A continuación se debe acudir a registrar la empresarial ante el IMSS/ INFONAVIT y SAR.

Para dar de alta la empresa en el Instituto Mexicano del Seguro Social se requiere en original y copia identificación oficial de la persona física, comprobante de domicilio, los formatos AFIL-01 y CLEM-01 debidamente llenados, así como el formato AFIL-02 (este debe ser llenado por cada trabajador, y también se llevan originales y copia de cada uno.), una dirección de correo electrónico para la recepción de notificaciones, además debe llevarse el Numero Patronal de Identificación Electrónica y archivo de Certificado Digital, esto se realiza previamente mediante la página del IMSS, y la contraseña no debe perderse o difundirse, ya que el sistema no permite recordársela o recuperarla, y dicha contraseña sirve para acceder a los sistemas vía Internet.

Una vez realizado el trámite, se obtendrá copias selladas de aviso de inscripción Patronal, y de inscripción por trabajador, así como la Tarjeta de Identificación Patronal, esto en un plazo entre 2 horas y 3 días de presentar la documentación en ventanilla, esto si dicha documentación no requiere pasar por un proceso de comprobación de información. Las oficinas del IMSS en Ensenada se encuentran ubicadas en: Av. Alvarado No. 297, Zona Centro, 22800. Entre calles segunda y tercera.

Como la empresa será de nueva operación, es necesario realizar la contratación de servicios como agua y luz; en el caso del agua, los requisitos varían igual que el costo dependiendo si ya hay medidor, si hay instalaciones, en caso de que no haya, influye en el costo factores como: el tipo de suelo (concreto, asfalto, tierra), la profundidad necesaria para la instalación de tubería etc. Para realizar este trámite se debe acudir a las oficinas de la Comisión Estatal de Servicios Públicos de Ensenada ubicada en: Gastelum #750, Zona Centro, Ensenada, B.C. ,México C.P. 22800, Horario de lunes a viernes de 8 am - 3 pm Sábados 9 am - 1 pm, Tel. (646)178-19-00

En cuanto al servicio de energía eléctrica, el costo y tiempo del trámite depende de aspectos como: la existencia previa de infraestructura, si será servicio doméstico o comercial, entre otros, por lo tanto lo ideal es acudir a las oficinas en: Gastelum y 13ava No. 1306.

Como se pondrán anuncios del restaurante, es necesario acudir a la Dirección de Catastro para solicitar un permiso de instalación de Anuncios, el tiempo del trámite se estima entre 3 y 5 días hábiles en pequeños anuncios, y entre 10 y 15 en anuncios de gran tamaño. (Al iniciar se considera que se utilizara un anuncio pequeño), el costo del permiso depende de los metros cuadrados del anuncio, cabe mencionar que se debe acudir con el formato "A" debidamente llenado (obtenido previamente en las mismas oficinas). La ubicación de esta dependencia es: Carretera Transpeninsular. # 6500 A, Ex ejido Chapultepec C.P. 22785, Ensenada, B.C. Lada (646) Tel. 176 37 11 (de 8:00 AM a 15:00 PM).

Es importante de igual forma acudir a la Dirección General de Bomberos, ya que como medida preventiva se debe tener extintores, salidas de emergencia, rutas de evacuación entre otras, aquí es necesario acudir a sus oficinas en: Ave. Reforma y Calle 11 Ensenada, B.C. Lada (61) Tel. 77 13 25 (de 8:00 AM a 15:00 PM), para que se determine el tipo de inspección que realizaran y el costo.

Una vez realizado lo anterior, se requiere acudir a la Secretaria de Administración Urbana para la declaración de apertura ante Municipio, se presenta el formato DAU001 y el costo va a depender de la actividad económica y de los metros cuadrados del establecimiento, las oficinas se encuentran en Carretera Transpeninsular. # 6500 A, Ex ejido Chapultepec C.P. 22785, Ensenada, B.C. Lada (646) Tel. 176 37 11 (de 8:00 AM a 15:00 PM).

Para dar aviso de apertura ante el INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía), se requiere el llenado del formato FEP31, esto se realiza vía Internet en la página: <http://www.inegi.org.mx>. Además se pueden responder cuestionarios para participar en las estadísticas nacionales.

Por último se debe dar de alta en el sistema de información empresarial mexicano (SIEM), Sistema de Información Empresarial Mexicano, esto se realiza en la cámara correspondiente, en nuestro caso, podría ser ante:

Cámara Nacional de Comercio Servicios y Turismo de Ensenada Av. Adolfo López Mateos no. 693-2°. Piso, colonia centro C. P. 22800 Baja California, Ensenada Tel. 01 (646) 178-23-22 fax 01 (646) 178-29-75 [www.canacoensenada.com](http://www.canacoensenada.com).

Cámara Nacional de la Industria Restaurantera (CANIRAC) Ave. Gastelum esquina con 3ra. Número 551, Plaza Gastelum Tel 174 04 48 Ensenada, Baja California <http://www.caniracensenada.com>

Los costos y beneficios dependen de la cámara, del número de empleados o del tipo de servicio, lo recomendable es acudir a dichas cámaras con la documentación anterior y revisar cual es más conveniente, dependiendo la estrategia del propietario.

### **7.3 Trámites fiscales**

Una vez realizado todo lo anterior, la empresa ya se encontrara en posibilidad de operar normalmente, por lo que las responsabilidades fiscales que tendrá, serán ante la SHCP, y consiste en las declaraciones de impuestos mensuales, así como el pago de impuestos, además al cierre del año fiscal (en abril) se requiere realizar una declaración anual.

Cabe mencionar que estas declaraciones ya se realizan vía Internet, y los pagos se hacen en sucursales bancarias.

En cuanto a las autoridades estatales y municipales, solo se necesitara acudir a ellas en caso de hacer cambios en la situación legal, como son: cambio de domicilio, alta o baja de actividades, cambio de propietario, cierre del negocio, cambio de régimen (de persona física a moral) etc.

Al igual que la determinación de impuestos, se debe determinar mensualmente las contribuciones al IMSS (por concepto de seguridad social para los trabajadores, cuotas patronales, entre otros) INFONAVIT, y SAR.

#### **7.4 Trámites de laborales**

En cuanto a los trámites laborales como lo señala la Ley de Trabajo, debe establecerse un contrato por escrito donde se establezca la relación laboral con los trabajadores, mismo que será firmado al momento de contratar al personal.

Además de lo anterior, se llevara un control, físico de los comprobantes de pago que se realicen a los trabajadores, así como cualquier documento que pueda ser considerado en su momento como relevante en la relación laboral entre el trabajador y el patrón.

Aunado a lo anterior se establecerán políticas internas, que son enfocadas al Personal directivo (propietarios, Gerente), personal operativo externo (secretaria y auxiliar contable) y personal operativo interno (cocineros meseros cajera y limpieza), tenemos la creación y publicación en lugares visibles del reglamento interior de trabajo, la impartición de un curso de inducción a cada personal de nuevo ingreso, mostrando la empresa, filosofía, presentándolo a compañeros, todo esto a fin de lograr un clima de trabajo en equipo, que permitiría sin duda hacer más eficiente el servicio y brindar un valor agregado a los clientes, la nómina deberá pagarse en tiempo y forma, ya que es desmoralizante para el trabajador que por contratiempos ajenos a él no reciba su remuneración, lo que crea un estado de inconformidad que afecta el desempeño.

Así mismo se encontraran políticas externas, En lo que concierne al público externo, donde se encuentra englobado los clientes, proveedores y el gobierno, nuestras actividades serán las siguientes: con los proveedores el trato será cordial y amigable, ya que de la calidad de los insumos depende la elaboración de los productos. Al respecto se tiene planeado una constante comunicación con los proveedores, no solo en la solicitud de pedidos, también cuando se le deposite algún pago, para que se entere de su realización, la constante revisión y depuración de saldos pendientes con los proveedores.



12.- ¿Cuál es en promedio la duración de su estancia en el establecimiento que elige para comer?

a) De 0 a 30 minutos    b) De 30 minutos a 1 hora    c) Entre 1 y 2 horas    d) Mas de 2 horas

13.- Cuando se inaugura un establecimiento en la ciudad, ¿Acostumbra asistir para conocer?

a) Si    b) No

14.- ¿Cuánto le parece razonable pagar en total por el consumo por persona al comer fuera de casa?

a) De 60 a 80 pesos    b) De 80 a 100 pesos    c) De 100 a 120 pesos    d) Mas de 120 pesos

15.- ¿Qué es lo que más recuerda de un restaurante?

a) Atención    b) Instalaciones    c) Presentación de los platillos    d) Sabor de la comida

16. ¿Qué considera que le hace falta a los restaurantes que usted visita?

---

---

---

¡Gracias por su tiempo!

Anexo 2.- Formato SA-1 Solicitud de permiso de constitución de sociedad ante la Secretaría de Relaciones Exteriores.



Consultas 3686 5100 Ext. 6419  
Dirección General de Asuntos Jurídicos  
www.sre.gob.mx

Para uso exclusivo de SRE

LUGAR Y FECHA: \_\_\_\_\_

Folio: \_\_\_\_\_

**SOLICITUD DE PERMISO DE CONSTITUCION DE SOCIEDAD**  
(ARTICULO 15 DE LA LEY DE INVERSION EXTRANJERA)

NOMBRE DEL PROMOVENTE \_\_\_\_\_

DOMICILIO PARA OIR  
RECIBIR \_\_\_\_\_

NOTIFICACIONES \_\_\_\_\_

PERSONAS AUTORIZADAS  
PARA RECIBIR  
LA RESOLUCION. \_\_\_\_\_

DENOMINACION \_\_\_\_\_  
SOLICITADA EN ORDEN \_\_\_\_\_  
DE PREFERENCIA \_\_\_\_\_

REGIMEN JURIDICO DE LA  
PERSONA MORAL \_\_\_\_\_

FIRMA AUTOGRAFA DEL PROMOVENTE

La resolución recaída a esta solicitud únicamente será entregada al promovente o a las personas autorizadas.

Para cualquier aclaración, duda y/o comentario con respecto a este trámite, sírvase llamar al Sistema de Atención Telefónica (SACTEL) a los teléfonos: 2000-2000 en el D.F. y área metropolitana; del interior de la República sin costo para el usuario al 01 800 386-2466 o desde Estados Unidos y Canadá al 1 800 475-2393.

Nota: este formato podrá ser reproducido libremente, debiendo ser dicha reproducción en hojas blancas de papel bond.

Lenar: a máquina  
Oficinas centrales: original y una copia  
Delegaciones Estatales: Original y dos copias  
Anexar: Original y copia de pago derechos


\* Ultima fecha de autorización del formato por parte de Oficialía Mayor: 6 de marzo de 2002

\* Ultima fecha de autorización del formato por parte de la Comisión Federal de Mejora Regulatoría: 15 de abril de 2002

SA-1

Anexo 3.- Forma R-1 Solicitud de inscripción al registro federal de contribuyentes ante el Sistema de Administración Tributaria.

1. ACUSE DE RECIBO POR CERTIFICACIÓN O RELOJ FRANQUEADOR  
(PARA USO EXCLUSIVO DE LA AUTORIDAD)



**SAT**  
Servicio de Administración Tributaria  
SECRETARÍA DE HACIENDA Y CREDITO PÚBLICO

**SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN  
AL REGISTRO FEDERAL DE  
CONTRIBUYENTES**

ANTES DE INICIAR EL LLENADO DE ESTA  
SOLICITUD, LEA LAS INSTRUCCIONES

**R-1**  
R1PIA03

2 CURP: CLAVE ÚNICA DE REGISTRO DE POBLACIÓN  
(Sólo Personas Físicas)

3 ANOTE LA LETRA CORRESPONDIENTE AL TIPO DE SOLICITUD QUE PRESENTA: N= NORMAL   
C= COMPLEMENTARIA

3.1 CUANDO SE TRATE DE SOLICITUD COMPLEMENTARIA, INDICAR EL NÚMERO DE FOLIO ASIGNADO POR LA AUTORIDAD A LA SOLICITUD ANTERIOR.

**4 DATOS DEL CONTRIBUYENTE QUE SE INSCRIBE**

**4.1 SÓLO TRATÁNDOSE DE PERSONAS FÍSICAS (Ver instrucciones)**

APELLIDO PATERNO

APELLIDO MATERNO

NOMBRE (S)

**4.2 SÓLO TRATÁNDOSE DE PERSONAS MORALES (Ver instrucciones)**

DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL

**4.3 TRATÁNDOSE DE CONTRIBUYENTES RESIDENTES EN EL EXTRANJERO SIN ESTABLECIMIENTO PERMANENTE EN MÉXICO**

NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN FISCAL ASIGNADO EN EL PAÍS EN QUE RESIDAN

PAÍS DE RESIDENCIA FISCAL

**4.4 DATOS POR FIDEICOMISO**

SI SE TRATA DE LA INSCRIPCIÓN DE UN FIDEICOMISO, INDIQUE:

DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL DE LA FIDUCIARIA

RFC DE LA FIDUCIARIA  NÚMERO DE FIDEICOMISO

**4.5 DOMICILIO FISCAL DEL CONTRIBUYENTE QUE SE INSCRIBE O DEL REPRESENTANTE DE LA PERSONA RESIDENTE EN EL EXTRANJERO**

CALLE

NÚMERO Y/O LETRA EXTERIOR  NÚMERO Y/O LETRA INTERIOR  ENTRE LAS CALLES DE Y DE

COLONIA

LOCALIDAD

MUNICIPIO O DELEGACIÓN

CÓDIGO POSTAL  TELÉFONO

ENTIDAD FEDERATIVA

CORREO ELECTRÓNICO

**5 DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD QUE LOS DATOS CONTENIDOS EN ESTA SOLICITUD SON CIERTOS**

FIRMA O HUELLA DIGITAL DEL CONTRIBUYENTE, DEL ASOCIANTE, O BIEN DEL REPRESENTANTE LEGAL, QUIEN MANIFIESTA BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, QUE A ESTA FECHA EL MANDATO CON EL QUE SE OSTENTA NO LE HA SIDO MODIFICADO O REVOCADO

**SE PRESENTA POR DUPLICADO**

Anexo 4.- Forma RE-01 Aviso al registro estatal de causantes, ante la Secretaría de Planeación y Finanzas.



**PODER EJECUTIVO DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA  
SECRETARÍA DE PLANEACIÓN Y FINANZAS**

**AVISO AL REGISTRO ESTATAL DE CAUSANTES RE-01**

TIPO DE AVISO:  Alta  Cambios  Baja
   
 Fecha: 
  
 Municipio:

DATOS GENERALES DEL CAUSANTE			
Registro Federal de Contribuyentes (RFC)	Secural		Claso Única de Registro de Población (CURP)
Nombre, denominación o razón social (sin abreviaturas)			
Nombre comercial del establecimiento (sin abreviaturas)			
Giro o actividad preponderante			
Calle, Av., Blvd., Cjon. Etc.	No. exterior	No. interior	Colonia o Fraccionamiento
Localidad o Poblado	Municipio	Código Postal	Código electrónico

ALTA : INSCRIPCIÓN <input type="checkbox"/>		REANUDACIÓN DE ACTIVIDADES <input type="checkbox"/>	
Fecha de inicio o reanudación de actividades:		Maquilador: <input type="checkbox"/>	Exportador: <input type="checkbox"/>
Tipo de Contribuyente: <input type="checkbox"/> General <input type="checkbox"/> Micro <input type="checkbox"/> Pequeño <input type="checkbox"/> Mediano		Pago de Impuestos Estatales por: <input type="checkbox"/> Estado <input type="checkbox"/> Secural <input type="checkbox"/>	
Domicilio de la matriz:			
Obligaciones Estatales		Obligaciones Federales Coordinadas	
Impuesto Sobre Remuneraciones al Trabajo Personal <input type="checkbox"/> No. Enpl. <input type="checkbox"/>		Impuesto Sobre Automóviles Nuevos	
Impuesto Sobre Actividades Mercantiles e Industriales		Impuesto Sobre la Renta Régimen Intermedio	
Impuesto Sobre Loterías, Rifas, Sorteos, Juegos Permitidos y Concursos		Impuesto Sobre la Renta Enajenación de Bienes (Terrenos y Construcciones)	
Impuesto Sobre Servicios de Hospedaje		Impuesto Sobre la Renta Régimen Pequeños Contribuyentes	
Impuesto Ambiental Sobre la Extracción y Aprovechamiento de Materiales Pétreos		Impuesto al valor Agregado Régimen Pequeños Contribuyentes	
Impuesto Estatal a la Venta Final de Bebidas con Contenido Alcohólico		Impuesto Empresarial de Tasa Única Régimen Pequeños Contribuyentes	
Impuesto Sobre Espectáculos Públicos		Impuesto Especial Sobre la Producción y Servicios por Gasolinas y Diesel	
Nombre completo (sin abreviaturas)		Datos del representante legal	
Calle, Av., Blvd., Cjon. Etc.		Registro Federal de Contribuyentes	
Localidad o Poblado		Colonia	
Municipio		Código Postal	

CAMBIOS: Fecha en que ocurrió el cambio: <input type="text"/>		(Llenar únicamente ranglos afectados)	
DOMICILIO: Calle, Av., Blvd., Cjon. Etc.		No. exterior	No. interior
Localidad o Poblado		Colonia	
Municipio		Código Postal	
DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL:			
GIRO O ACTIVIDAD:			
AUMENTO DE OBLIGACIONES:			
DISMINUCIÓN DE OBLIGACIONES:			
R.F.C.:			
REPRESENTANTE LEGAL: Nombre completo (sin abreviaturas)		Registro Federal de Contribuyentes	

BAJA : CLAUSURA DEFINITIVA <input type="checkbox"/>		SUSPENSIÓN DE ACTIVIDADES <input type="checkbox"/>	
FECHA DE CLAUSURA DEFINITIVA O SUSPENSIÓN DE ACTIVIDADES:			
DOMICILIO DONDE SE CONSERVAN LOS COMPROBANTES PARA EFECTOS FISCALES			
Calle, Av., Blvd., Cjon. Etc.		No. exterior	No. interior
Localidad o Poblado		Colonia	
Municipio		Código Postal	

Recibí en Veracruz

NOMBRE Y FIRMA DEL CONTRIBUYENTE O REPRESENTANTE LEGAL

Anexo 5.- Aviso de apertura ante la Secretaría de Salud.



**COMISION FEDERAL PARA LA PROTECCION  
CONTRA RIESGOS SANITARIOS**

**FORMATO AVISOS**

USO EXCLUSIVO DE LA COFEPRIS  
No. DE INGRESO

NO. RUPA

ANTES DE LLENAR ESTE FORMATO CONSULTE LA GUIA Y LEA CUIDADOSAMENTE EL INSTRUCTIVO.  
LLENAR CON LETRA DE MOLDE LEGIBLE O A MAQUINA

1.- AVISO DE:			
<b>FUNDACIONAMIENTO</b>	<input type="checkbox"/> ALTA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/> BAJA DEFINITIVA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/> SUSPENSION TEMPORAL DE ACTIVIDADES	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/> REINICIO DE ACTIVIDADES	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/> MODIFICACION	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>RESPONSABLE</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/> ALTA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/> BAJA DEFINITIVA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/> MODIFICACION	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>LICENCIA</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/> BAJA DEFINITIVA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/> SUSPENSION TEMPORAL DE ACTIVIDADES	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/> REINICIO DE ACTIVIDADES	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>IMPORTACION</b>	<input type="checkbox"/>	<b>EXPORTACION</b>	<input type="checkbox"/>
<b>PREVISION</b>	<input type="checkbox"/>	<b>INFORME ANUAL</b>	<input type="checkbox"/>
		<b>MAQUILA</b>	<input type="checkbox"/>
		<b>PUBLICIDAD</b>	<input type="checkbox"/>
		<b>DEBORA DE PLATO PARA AGOTAR EXISTENCIAS DE INSUMOS</b>	<input type="checkbox"/>
<b>NOMBRE DEL TRAMITE:</b>			

2.- MODIFICACION:			
<b>RAZON SOCIAL O DENOMINACION</b>	<input type="checkbox"/>	<b>PROPIETARIO</b>	<input type="checkbox"/>
<b>RFC</b>	<input type="checkbox"/>	<b>REPRESENTANTE LEGAL</b>	<input type="checkbox"/>
<b>DOMICILIO</b>	<input type="checkbox"/>	<b>RESPONSABLE</b>	<input type="checkbox"/>
<b>CLAVE CNAIP</b>	<input type="checkbox"/>	<b>PERSONAS AUTORIZADAS</b>	<input type="checkbox"/>
<b>HORARIO</b>	<input type="checkbox"/>	<b>PROCESO</b>	<input type="checkbox"/>
<b>PRODUCTO</b>	<input type="checkbox"/>	<b>LINEAS DE PRODUCTOS</b>	<input type="checkbox"/>
<b>MARCA</b>	<input type="checkbox"/>	<b>CESSION DE DERECHOS DE PRODUCTOS</b>	<input type="checkbox"/>
<b>NUEVAS LINEAS DE PRODUCTOS</b>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
<b>DICE</b>	<input type="checkbox"/>	<b>DICE DECID</b>	<input type="checkbox"/>

SI EL ESPACIO ES INSUFICIENTE ANEXAR HOJA CON MODIFICACIONES.

3.- DATOS DEL ESTABLECIMIENTO / PROPIETARIO			
<b>CLASE LICENCIADA</b>	<b>DESCRIPCION DE CNAIP</b>		
<b>NOMBRE DEL PROPIETARIO (PERSONA FISICA) O RAZON SOCIAL (PERSONA MORAL)</b>	<b>RFC</b>		
<b>CALLE Y NUMERO</b>	<b>COLONIA</b>	<b>DELEGACION O MUNICIPIO</b>	
<b>LOCALIDAD</b>	<b>CODIGO POSTAL</b>	<b>ENTIDAD FEDERATIVA</b>	
<b>RAZON SOCIAL O DENOMINACION DEL ESTABLECIMIENTO</b>	<b>RFC</b>		
<b>CALLE Y NUMERO</b>	<b>COLONIA</b>	<b>DELEGACION O MUNICIPIO</b>	
<b>LOCALIDAD</b>	<b>CODIGO POSTAL</b>	<b>ENTIDAD FEDERATIVA</b>	
<b>ENTRE CALLE</b>	<b>Y CALLE</b>		
<b>NO. DE LICENCIA SANITARIA ( * ) O INDIQUE SI PRESENTO AVISO DE FUNDACIONAMIENTO</b>	<b>RFC DEL RESPONSABLE SANITARIO O DE OPERACION</b>		
<b>HORARIO:</b>	<b>TELEFONO(S)</b>	<b>FECHA DE INICIO O REINICIO DE ACTIVIDADES ( * )</b>	
D L M M J V S DE A		DIA MES AÑO	
<b>NOMBRE Y CORREO ELECTRONICO DEL(OS) REPRESENTANTE(S) LEGAL(ES):</b>	<b>PERSONAS AUTORIZADAS</b>		
1.-	1.-		
2.-	2.-		
3.-	3.-		

( \* ) SOLO EN LOS CASOS DE LICENCIA (BAJA DEFINITIVA, SUSPENSION TEMPORAL DE ACTIVIDADES, REINICIO DE ACTIVIDADES).

( \* ) SOLO EN CASO DE ALTA DE FUNDACIONAMIENTO O REINICIO DE ACTIVIDADES DE FUNDACIONAMIENTO O LICENCIA.

**IMPORTANTE: UTILICE UN FORMATO PARA CADA TRAMITE Y PRESENTELO POR DUPLICADO**

4. DATOS DEL PRODUCTO O SERVICIO		
Para llenar las columnas 1 y 2 de esta sección consulte la sección 14.		
	PRODUCTO	PRODUCTO
1) CLASIFICACION DEL PRODUCTO O SERVICIO		
2) ESPECIFICAR		
3) DENOMINACION ESPECIFICA DEL PRODUCTO		
4) NOMBRE (MARCA COMERCIAL) O DENOMINACION DISTINTIVA		
5) SI MAQUILA ESTE PRODUCTO, SEÑALE EL RFC Y RAZON SOCIAL DE LA EMPRESA A LA CUAL MAQUILA		
6) SI ESTE PRODUCTO ES MAQUILADO, SEÑALE EL RFC Y RAZON SOCIAL DE LA EMPRESA MAQUILADORA		
7) DENOMINACION COMUN INTERNACIONAL (DCI), DENOMINACION GENERICA O NOMBRE CIENTIFICO		
8) FORMA FARMACEUTICA O ESTADO FISICO		
9) CANTIDAD O VOLUMEN TOTAL		
10) UNIDAD DE MEDIDA		
11) TIPO DE PRODUCTO		
12) USO ESPECIFICO O PROCESO	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13	
13) CONCENTRACION DEL PRINCIPIO ACTIVO Y VALOR TOTAL EN DOLARES	14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25	
14) FECHA A REALIZAR MOVIMIENTO O FECHA DEL ULTIMO BALANCE PARA EFECTO DE PREVENCION DE COMRA VENTA.		
15) No. REGISTRO O AUTORIZACION SANITARIA, O CLAVE ALFANUMERICA		
16) FRACCION BRANDELIARIA		
17) PRESENTACION FARMACEUTICA O TIPO DE ENVASE		
18) CANTIDAD DE LOTES		
19) PRORROGA DE PLAZO PARA ADOTAR EXISTENCIAS HASTA 120 DIAS		
20) PRESENTACION DESTINADA A:	IMPORTACION <input type="checkbox"/> S. L. <input type="checkbox"/> SECTOR SALUD <input type="checkbox"/> VENTA <input type="checkbox"/>	IMPORTACION <input type="checkbox"/> S. L. <input type="checkbox"/> SECTOR SALUD <input type="checkbox"/> VENTA <input type="checkbox"/>
	EXPORTACION <input type="checkbox"/> S. L. <input type="checkbox"/> SECTOR SALUD <input type="checkbox"/> VENTA <input type="checkbox"/>	

NOTA: PARA EL CASO DE MAS DE TRES PRODUCTOS, REPRODUCIR ESTA HOJA, TANTAS VECES COMO SEA NECESARIO DE ACUERDO A LO ESTABLECIDO POR TIPO DE TRAMITE.

4 A) CLASIFICACION DE PRODUCTOS O SERVICIOS		
1.- MEDICAMENTOS	6.- PRECURSORES QUIMICOS	11.- TABACO
2.- REACTIVOS HERBALARIOS	7.- QUIMICOS ESSENCIALES	12.- ABRO Y LIMPIEZA
3.- DISPOSITIVOS MEDICOS	8.- ALIBENTOS	13.- PERFUMERIA Y BELLEZA
4.- ESTUPEFACIENTES	9.- BEBIDAS NO ALCOHOLICAS	14.- MATERIA PRIMA
5.- PSICOTROPICOS	10.- BEBIDAS ALCOHOLICAS	15.- ADITIVOS
		16.- SUPLEMENTOS ALIMENTICIOS
		17.- PLAGUICIDAS
		18.- NUTRIENTES VEGETALES
		19.- SUSTANCIAS TOXICAS O PELIGROSAS
		20.- EQUIPO O SUSTANCIAS PARA POTABILIZACION DE AGUA
		21.- FUENTES DE RADIAACION
		22.- ACTIVIDADES DE PROFESIONALES DE LA SALUD.

5.- DATOS DE RESPONSABLE SANITARIO/ RESPONSABLE DE OPERACION					
NOMBRE				RFC	
CALLE Y NUMERO		COLONIA		DELEGACION O MUNICIPIO	
LOCALIDAD			CODIGO POSTAL	ENTIDAD FEDERATIVA	
HORARIO: D L M M J V S DE A		CON TITULO PROFESIONAL DE:			
D L M M J V S DE A					
EXPEDIDO POR:				No. DE CEDULA PROFESIONAL	

6.- DATOS CON QUIEN EFECTUA LA OPERACION DE MAQUILA.					
NOMBRE O RAZON SOCIAL				RFC	
CALLE Y NUMERO		COLONIA		DELEGACION O MUNICIPIO	
LOCALIDAD			CODIGO POSTAL	ENTIDAD FEDERATIVA	
NOMBRE DEL RESPONSABLE SANITARIO				RFC DEL RESPONSABLE SANITARIO	
No. DE LICENCIA SANITARIA O INDICAR SI PRESENTA AVISO DE FUNCIONAMIENTO		TELEFONO Y FAX		TIEMPO DE DURACION DE LA MAQUILA	
PROCESOS A MAQUILAR					

7.- DATOS CON QUIEN EFECTUA LA OPERACION DE IMPORTACION O EXPORTACION.					
NOMBRE DEL FABRICANTE				RFC	
CALLE Y NUMERO		COLONIA		DELEGACION O MUNICIPIO ( a )	
LOCALIDAD ( a )			CODIGO POSTAL ( a )	ENTIDAD FEDERATIVA ( a )	
NOMBRE DEL PROVEEDOR				RFC	
CALLE Y NUMERO		COLONIA		DELEGACION O MUNICIPIO ( a )	
LOCALIDAD ( a )			CODIGO POSTAL ( a )	ENTIDAD FEDERATIVA ( a )	
NOMBRE DEL FACTURADOR O CONSIGNATARIO ( b )				RFC	
CALLE Y NUMERO		COLONIA		DELEGACION O MUNICIPIO ( a )	
LOCALIDAD ( a )			CODIGO POSTAL ( a )	ENTIDAD FEDERATIVA ( a )	
PAIS DE ORIGEN		PAIS DE PROCEDENCIA		PAIS DE DESTINO	
1) ADUANA DE ENTRADA/SALIDA		2) ADUANA DE ENTRADA/SALIDA		3) ADUANA DE ENTRADA/SALIDA	

( a ) SOLO CUANDO LA RAZON SOCIAL SEA NACIONAL.  
 ( b ) LOS DATOS DEL CONSIGNATARIO SE REFEREN UNICAMENTE AL TRAMITE DE IMPORTACION O EXPORTACION DE PRODUCTOS QUIMICOS ESENCIALES

8.- DATOS DE PUBLICIDAD.			
POBLACION EN GENERAL (MIA/VA)		PROFESIONALES DE LA SALUD	
MEDIO PUBLICITARIO			
AGENCIA (Nombre o razón social)			
CALLE Y NUMERO		COLONIA	DELEGACION O MUNICIPIO
LOCALIDAD		CODIGO POSTAL	ENTIDAD FEDERATIVA
TELEFONO Y FAX	NUMERO DE PRODUCTOS		DURACION O TAMAÑO (x)

(\*) EXCEPTO PARA PROFESIONALES DE LA SALUD.

9.- INFORME ANUAL DE LA ACTIVIDAD REGULADA.		
	ESTABLECIMIENTO	ESTABLECIMIENTO
RAZON SOCIAL		
RFC		
CALLE Y NUMERO		
COLONIA		
DELEGACION O MUNICIPIO		
CODIGO POSTAL		
LOCALIDAD		
ENTIDAD FEDERATIVA		
Nº. DE ACTIVIDAD REGULADA		
SUSTANCIA		
CANTIDAD O VOLUMEN		
Nº. LICENCIA SANITARIA O INDIQUE SI PRESENTO AVISO DE FUNCIONAMIENTO		

NOTA: PARA EL CASO DE MAS DE DOS ESTABLECIMIENTOS, REPRODUCIR ESTA HOJA, TANTAS VECES COMO SEA NECESARIO.

DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD QUE CUMPLO CON LOS REQUISITOS Y NORMATIVIDAD APLICABLE, SIN QUE ME EXIMAN DE QUE LA AUTORIDAD SANITARIA VERIFIQUE SU CUMPLIMIENTO, ESTO SIN PERJUICIO DE LAS SANCIONES EN QUE PUEDO INCURRIR POR FALSEDADE DE DECLARACIONES DADAS A UNA AUTORIDAD.

LOS DATOS O ANEXOS PUEDEN CONTENER INFORMACION CONFIDENCIAL ¿ESTA DE ACUERDO EN HACERLOS PUBLICOS?

SI  NO

\_\_\_\_\_  
NOMBRE Y FIRMA DEL PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL O RESPONSABLE SANITARIO  
O DE OPERACIÓN

PARA CUALQUIER ACLARACION, DUDA Y/O COMENTARIO CON RESPECTO A ESTE TRAMITE, SIRVASE LLAMAR AL SISTEMA DE ATENCION TELEFONICA A LA CIUDADANA (SACTEL) A LOS TELEFONOS 5-480-2800 EN EL D.F. Y AREA METROPOLITANA, DEL INTERIOR DE LA REPUBLICA SIN COSTO PARA EL USUARIO AL 01-800-0014800 O DESDE ESTADOS UNIDOS Y CANADA AL 1-888-5943372, O A LOS TELEFONOS 52-80-54-40, 52-80-54-41, 52-80-54-47, 52-80-54-74 DE LA COFERRES, EN EL D.F. Y AREA METROPOLITANA, DEL INTERIOR DE LA REPUBLICA SIN COSTO PARA EL USUARIO AL 01-800-420-4224, Y FAX 52-07-55-21.

Anexo 6.- Formato de solicitud de dictamen de uso de suelo, ante el ayuntamiento de Ensenada, Baja California.



**H. AYUNTAMIENTO DE ENSENADA BAJA CALIFORNIA**

**SECRETARÍA DE ADMINISTRACIÓN URBANA  
DIRECCIONES DE CONTROL URBANO Y ECOLOGÍA  
DEPARTAMENTO DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN AMBIENTAL**

**SOLICITUD DICTAMEN DE USO DE SUELO  
INFORME PREVENTIVO**

COMO COMPLEMENTO A LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA PARA VERIFICAR LA CONGRUENCIA DE USO DE SUELO A CONTINUACIÓN PROPORCIONO INDICE DEL INFORME PREVENTIVO QUE SE ANEXA, RELATIVO A LA ACTIVIDAD QUE PRETENDO LLEVAR A CABO EN EL PREDIO MOTIVO DE LA PRESENTE SOLICITUD.

**1. INFORMACIÓN GENERAL DE LA ACTIVIDAD**

- NOMBRE DEL PROYECTO
- EMPRESA U ORGANISMO QUE ELABORA EL INFORME PREVENTIVO
- A) RESÚMEN DEL PROYECTO
- B) NATURALEZA DEL PROYECTO
- C) OBJETIVOS Y JUSTIFICACIÓN
- D) PROYECTOS ASOCIADOS Y POLÍTICAS DE CRECIMIENTO A FUTURO
- ACTIVIDAD PRINCIPAL QUE REALIZA LA EMPRESA
- ACTIVIDAD QUE SE DESARROLLABA ANTERIORMENTE EN EL PREDIO
- CRITERIOS DE SELECCIÓN DEL SITIO Y SITIOS ALTERNATIVOS
- FECHA DE INICIO DE LA ACTIVIDAD
- DÍAS LABORALES CONSIDERADOS POR SEMANA Y POR AÑO
- VIDA ÚTIL CONSIDERADA PARA LA ACTIVIDAD EN AÑOS
- RECURSOS NATURALES QUE HABRÁN DE APROVECHARSE
- BANCOS DE PRÉSTAMO, ASÍ COMO LOS DE DEPÓSITO DE MINERALES
- MATERIALES O MATERIAS PRIMAS QUE SERÁN UTILIZADAS, ASÍ COMO DE PRODUCTOS FINALES Y SUBPRODUCTOS
- TIPO Y CANTIDAD DE MAQUINARIA Y EQUIPO

**2. MEDIO NATURAL**

- A) FLORA Y FAUNA
- B) GEOMORFOLOGÍA
- C) GEOLOGÍA
- D) SUELOS
- E) HIDROLOGÍA

**3. ENERGÍA Y COMBUSTIBLES**

- TIPO DE ENERGÍA A UTILIZAR EN LA ACTIVIDAD
- TIPO DE COMBUSTIBLE QUE SE UTILIZARÁ EN LA ACTIVIDAD
- CANTIDAD DE COMBUSTIBLE POR UNIDAD DE TIEMPO QUE SE UTILIZARÁ EN LA ACTIVIDAD
- FORMA DE ALMACENAMIENTO DE COMBUSTIBLE

**4. RESIDUOS**

- RESIDUOS QUE SE GENERARÁN
- PROGRAMA DE MANEJO DE RESIDUOS

ORIGINAL Y COPIA

FORMATO CU1006-2

1 DE 3



**H. AYUNTAMIENTO DE ENSENADA BAJA CALIFORNIA**  
**SECRETARÍA DE ADMINISTRACIÓN URBANA**  
**DIRECCIONES DE CONTROL URBANO Y ECOLOGÍA**  
**DEPARTAMENTO DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN AMBIENTAL**

**SOLICITUD DICTAMEN DE USO DE SUELO**  
**INFORME PREVENTIVO**

**5. AGUA**

- FUENTE DE ABASTECIMIENTO DE AGUA
- CONSUMO TOTAL DE AGUA PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD EN LITROS/SEGUNDO
- USOS Y VOLÚMENES DE AGUA
- TRATAMIENTO DE AGUA PREVIO A SER UTILIZADAS, EXPLICANDO LAS RAZONES POR LAS QUE SE DARÁ ASÍ COMO EL TIPO DE TRATAMIENTO

**6. AGUAS RESIDUALES**

- DESTINO DE LA DESCARGA DE LAS AGUAS RESIDUALES
- CANTIDAD EN LITROS/SEGUNDO DE AGUAS RESIDUALES
- DBO<sub>5</sub> Y SST EN LA DESCARGA DE LAS AGUAS RESIDUALES
- ANTEPROYECTO DE PLANTA DE TRATAMIENTO DE AGUAS RESIDUALES, YA QUE NO SE CUENTA CON RED DE RECOLECCIÓN POR PARTE DE LA CESPE, EN EL QUE SE INCLUYE MEMORIA TÉCNICA Y DESCRIPTIVA; PLANOS INDICANDO PERFIL HIDRÁULICO CON DIÁMETRO, TIPO, LONGITUD Y PENDIENTE DE TUBERÍA, VISTAS EN PLANTA Y CORTE, EQUIPAMIENTO, TRATAMIENTO Y DISPOSICIÓN DE LOS SÓLIDOS Y/O Lodos RESULTANTES DEL PROCESO.

**7. EMISIONES A LA ATMÓSFERA**

- OPERACIONES EN LAS QUE SE PRODUCIRÁN EMISIONES A LA ATMÓSFERA
- BALANCE DE MATERIALES Y CÁLCULO DE LAS EMISIONES
- EQUIPOS A UTILIZAR PARA LA CAPTACIÓN Y CONTROL DE EMISIONES
- FUENTES GENERADORAS DE RUIDO INDICANDO SU UBICACIÓN

**8. IMPACTOS AMBIENTALES**

- IDENTIFICACIÓN, DESCRIPCIÓN Y EVALUACIÓN DE LOS IMPACTOS AMBIENTALES

**9. PREVENCIÓN Y MITIGACIÓN**

- PROPUESTA DE MEDIDAS DE PREVENCIÓN Y MITIGACIÓN

**10. PROGRAMA DE MONITOREO**

- PROGRAMA DE MONITOREO Y SEGUIMIENTO DE LAS MEDIDAS DE PREVENCIÓN Y MITIGACIÓN PROPUESTAS

**11. RELACIÓN CON TECNOLOGÍA EXTRANJERA**

- SE SEÑALA SI LA ACTIVIDAD SE RELACIONA DIRECTA O INDIRECTAMENTE CON LA UTILIZACIÓN DE TECNOLOGÍA O EMPRESAS EXTRANJERAS

**12. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DERIVADAS DEL INFORME PREVENTIVO

**13. REFERENCIAS**

- REFERENCIAS Y BIBLIOGRAFÍA



**H. AYUNTAMIENTO DE ENSENADA BAJA CALIFORNIA**  
**SECRETARÍA DE ADMINISTRACIÓN URBANA**  
**DIRECCIONES DE CONTROL URBANO Y ECOLOGÍA**  
**DEPARTAMENTO DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN AMBIENTAL**

**SOLICITUD DICTAMEN DE USO DE SUELO**  
**INFORME PREVENTIVO**

**OBSERVACIONES:** \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

ME DOY POR ENTERADO QUE EN CASO DE REQUERIR INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA, LA DIRECCIÓN ME LO HARÁ SABER EN UN TÉRMINO MÁXIMO DE CINCO DÍAS POSTERIORES A LA PRESENTACIÓN DE LA SOLICITUD. EN CASO DE NO PRESENTAR TAL INFORMACIÓN ADICIONAL EN UN TÉRMINO MÁXIMO DE DIEZ DÍAS HÁBILES POSTERIORES A LA NOTIFICACIÓN DE REQUERIMIENTO DE INFORMACIÓN, SE TENDRÁ COMO NO INTERPUESTA LA SOLICITUD Y SE ARCHIVARÁ EL TRÁMITE COMO ASUNTO CONCLUIDO, DE CONFORMIDAD CON EL ARTÍCULO 115 DEL REGLAMENTO PARA EL CONTROL DE LA CALIDAD AMBIENTAL DEL MUNICIPIO DE ENSENADA, BAJA CALIFORNIA.

BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD MANIFIESTO QUE LA INFORMACIÓN CONTENIDA EN ESTA SOLICITUD Y SUS ANEXOS ES VERDICA Y SE OTORGA EN CUMPLIMIENTO DE LAS DISPOSICIONES CONTENIDAS EN EL REGLAMENTO PARA EL CONTROL DE LA CALIDAD AMBIENTAL DEL MUNICIPIO DE ENSENADA, BAJA CALIFORNIA Y ACEPTO QUE EN CASO DE ENCONTRARSE FALSEDAD EN LA INFORMACIÓN O INCUMPLIMIENTO, LA DIRECCIÓN NEGARÁ LA SOLICITUD DE REFERENCIA Y ME SUJETARÉ A LAS SANCIONES ESTABLECIDAS EN EL ARTÍCULO 178 FR. VII DEL MENCIONADO REGLAMENTO.

\_\_\_\_\_  
 NOMBRE Y FIRMA  
 RESPONSABLE ELABORACIÓN INFORME

\_\_\_\_\_  
 NOMBRE Y FIRMA  
 PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL

Anexo 7.- Forma AFIL-01, CLEM-01 y AFIL-02 para dar de alta la empresa en el Instituto Mexicano del Seguro Social.

AFIL-01

INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL		INSTITUTO DEL FONDO NACIONAL DE LA VIVIENDA PARA LOS TRABAJADORES		AFIL-01								
SERVICIOS DE AFILIACION-VIGENCIA DE DERECHOS AVISO DE INSCRIPCION PATRONAL O DE MODIFICACION EN SU REGISTRO			<table border="1"> <tr><th colspan="2">EXCLUSIVO I.M.S.S.</th></tr> <tr> <td>TIPO DE MOV.</td> <td>CLAVE MUNICIPIO</td> </tr> <tr> <td>CAUSA</td> <td>ARGUMENTO</td> </tr> </table>		EXCLUSIVO I.M.S.S.		TIPO DE MOV.	CLAVE MUNICIPIO	CAUSA	ARGUMENTO	NUMERO DE REGISTRO PATRONAL 18 DIGITOS      DIG. VER. REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES	
EXCLUSIVO I.M.S.S.												
TIPO DE MOV.	CLAVE MUNICIPIO											
CAUSA	ARGUMENTO											
NOMBRE, DENOMINACION, RAZON SOCIAL DEL PATRON O SUJETO OBLIGADO												
EN CASO DE PERSONA FISICA NOMBRE(S)			APELLIDO PATERNO		APELLIDO MATERNO							
ACTIVIDAD O GIRO DE LA EMPRESA												
EXCLUSIVO I.M.S.S. EN SEGUROS ESPECIALES			FECHA DE LA CAUSA DEL AVISO									
CLASE DE RIESGO MANIFESTADA POR EL PATRON	FRACCION	PRIMA	MES	FORMA PAGO	S.S.F. IDENTIF. (CONVENIO)							
					DIA (2 DIGITOS)    MES (2 DIGITOS)    AÑO (4 DIGITOS)							
<b>DOMICILIO DEL PATRON</b>												
CALLE Y/O MANZANA		NUMERO		COLONIA Y/O POBLACION								
MUNICIPIO		ESTADO		C.P.								
MARQUE CON UNA "X" LA CAUSA DE PRESENTACION DE ESTE AVISO												
<input type="checkbox"/> A	ALTA PATRONAL	<input type="checkbox"/> B	REANUDACION ACTIVIDADES	<input type="checkbox"/> C	CAMBIO DOMICILIO O CIRCUNSCRIPCION							
<input type="checkbox"/> D	CAMBIO NOMBRE O RAZON SOCIAL	<input type="checkbox"/> E	SUSTITUCION PATRONAL	<input type="checkbox"/> F	DUPLICIDAD							
<input type="checkbox"/> G	BAJA	<input type="checkbox"/> H	HUELGA	<input type="checkbox"/>	INICIO							
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	LEGAL							
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	TERMINO							
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	INEXISTENTE							
IMPORTANTE: LEA LAS INSTRUCCIONES AL REVERSO												
DELEGACION			SUBDELEGACION									
NOMBRE Y FIRMA DEL PATRON, SUJETO OBLIGADO O SU REPRESENTANTE LEGAL												
LOS MOVIMIENTOS QUE AMPARA ESTE FORMATO SURTEN EFECTOS TANTO PARA EL IMSS COMO PARA EL INFONAVIT CONFORME A SUS RESPECTIVAS LEYES. CONSERVE ESTE DOCUMENTO PARA CUALQUIER ACLARACION.												
<b>AVISOS ORIGINALES</b>												

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

DA	MES	AÑO

**IMPORTANTE: PREVIO AL LLENADO DE ESTE FORMATO, SÉVASE LEER CUIDADOSAMENTE LAS INSTRUCCIONES CORRESPONDIENTES. EN CASO DE QUE LOS ESPACIOS MARCADOS NO SEAN SUFFICIENTES, 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	
<b>INSCRIPCIÓN</b>	<b>MODIFICACIONES</b>				
<input type="checkbox"/> INICIAL	<input type="checkbox"/> CAMBIO DE ACTIVIDADES	<input type="checkbox"/> INCORPORACIÓN DE ACTIVIDADES	<input type="checkbox"/> COMPRA DE ACTIVOS	<input type="checkbox"/> SUAVENACIÓN	<input type="checkbox"/> ARRENDAMIENTO
	<input type="checkbox"/> FIDEICOMISO TRASLATIVO	<input type="checkbox"/> CAMBIO DE DOMICILIO	<input type="checkbox"/> SUSTITUCIÓN PATRONAL	<input type="checkbox"/> FUSIÓN	<input type="checkbox"/> CESIÓN
					<input type="checkbox"/> COMODATO
					<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"/> IND. EXTRACTIVAS	<input type="checkbox"/> IND. 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				
NUMERO DE UNIDADES	NOMBRE	USO	CONSTATAR O SERVICIO	CONDICIÓN O FORTALEZA

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



AFIL - 02

INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL SERVICIOS DE AFILIACION-VIGENCIA DE DERECHOS		INSTITUTO DEL FONDO NACIONAL DE LA VIVIENDA PARA LOS TRABAJADORES			AFIL-02
AVISO DE INSCRIPCION DEL TRABAJADOR		I.M.S.S. CLAVE DE ARGUMENTO	TIPO DE CONTRATACION DEL TRABAJADOR PERMANENTE 1 EVENTUAL 2 EVENTUAL CONST. 3		NUMERO DE SEGURIDAD SOCIAL DEL TRABAJADOR
NUMERO DE REGISTRO PATRONAL		NOMBRE COMPLETO DEL TRABAJADOR (SIN ABREVIATURAS)			CLAVE UNICA DE REGISTRO DE POBLACION
APELLIDO PATERNO		APELLIDO MATERNO		NOMBRE(S)	
SALARIO BASE DE COTIZACION \$	TIPO DE SALARIO	FIJO 0	VARIABLE 1	MIXTO 2	EXCLUSIVO IMSS
FECHA DE INGRESO AL TRABAJO	SEXO	MASC 1	FEM 2	EN CASO DE JORNADA O SEMANA REDUCIDA ANOTAR LOS DIAS QUE LABORA O EL HORARIO	OCUPACION DEL TRABAJADOR
DIA (2 DIG.) MES (2 DIGITOS) AÑO (4 DIG.)	LUGAR DE NACIMIENTO (ESTADO)		FECHA DE NACIMIENTO		U. M. F.
NOMBRE DEL PADRE (AUN FINADO)					FECHA Y HORA DE RECEPCION DE ESTE AVISO EN EL IMSS
NOMBRE DE LA MADRE (AUN FINADA)					
DOMICILIO DEL TRABAJADOR		CALLE Y O MANZANA		NUMERO	COLONIA Y O POBLACION
		MUNICIPIO		ENTIDAD	C.P.
NOMBRE, DENOMINACION, RAZON SOCIAL DEL PATRON O SUJETO OBLIGADO					
UBICACION DEL CENTRO DE TRABAJO		CALLE Y O MANZANA		NUMERO	COLONIA Y O POBLACION
		MUNICIPIO		ENTIDAD	C.P.
FIRMA DEL PATRON, SUJETO OBLIGADO O SU REPRESENTANTE LEGAL		FIRMA O HUELLA DEL TRABAJADOR			
EXTEMPORANEO 1					

LOS MOVIMIENTOS QUE AMPARA ESTE FORMATO SURTEN EFECTO TANTO PARA EL IMSS COMO PARA EL INFONAVIT CONFORME A SUS RESPECTIVAS LEYES. CONSERVE ESTE DOCUMENTO PARA CUALQUIER ACLARACION.

**CAPTURA / AVISO ORIGINALES**

**IMPORTANTE PARA EL PATRON**

- PARA LA INTEGRACION DEL SALARIO CONSIDERE LOS ART'S. 27, 28, 29, 30 Y 32 DE LA LEY DEL SEGURO SOCIAL Y 29 DE LA LEY DEL INFONAVIT.
- LAS INSCRIPCIONES DE LOS TRABAJADORES QUE YA TIENEN NUMERO DE SEGURIDAD SOCIAL PODRAN PRESENTARSE MEDIANTE DISPOSITIVOS MAGNETICOS, SOLICITE MAYOR INFORMACION EN EL IMSS.

**IMPORTANTE PARA EL TRABAJADOR**

A PARTIR DE ESTA FECHA, HA QUEDADO USTED INSCRITO CON DERECHO A RECIBIR LAS PRESTACIONES DE LAS LEYES DEL IMSS E INFONAVIT, UNA VEZ REUNIDAS LAS CONDICIONES ESTABLECIDAS EN ELLAS.

RECUERDE QUE EL NUMERO DE SEGURIDAD SOCIAL QUE SE LE HA ASIGNADO ES UNICO E INTRANSFERIBLE Y DEBERA PROPORCIONARLO CADA VEZ QUE SOLICITE ALGUN TRAMITE ANTE LOS INSTITUTOS O ANTE LA AFORE DE SU ELECCION.

PARA LA OBTENCION DEL SERVICIO MEDICO, DEBERA USTED ACUDIR A LA UNIDAD DE MEDICINA FAMILIAR QUE APARECE ANOTADA EN ESTE AVISO PARA QUE LE SEA ENTREGADA SU **TARJETA DE AFILIACION** Y SU TARJETA DE CITAS MEDICAS.

PARA EL REGISTRO DE SUS BENEFICIARIOS LEGALES DEBERA CUMPLIR CON LOS REQUISITOS QUE ESTABLECE LA LEY DEL SEGURO SOCIAL, ADEMAS DE PRESENTAR LOS SIGUIENTES DOCUMENTOS:

- ESPOSA (O):
    - CONJUBINA (RIO): (CON HIJOS PROCREADOS)
    - (SIN HIJOS PROCREADOS)
  - HIJOS:
    - (HASTA LOS 16 AÑOS)
    - (DE 16 A 25 AÑOS)
  - PADRES:
    -
- COPIA CERTIFICADA DEL ACTA DE MATRIMONIO CIVIL.
  - COPIA CERTIFICADA DEL ACTA DE NACIMIENTO DE UNO DE LOS HIJOS
  - COMPROBACION DE CONVIVENCIA Y DEPENDENCIA ECONOMICA CON EL ASEGURADO, MINIMA DE 5 AÑOS.
  - COPIA CERTIFICADA DEL ACTA DE NACIMIENTO.
  - COPIA CERTIFICADA DEL ACTA DE NACIMIENTO Y COMPROBANTE DE LA ESCUELA DEL SISTEMA EDUCATIVO NACIONAL, DONDE REALIZA ESTUDIOS, QUE INDIQUE INICIO Y TERMINO DEL CICLO ESCOLAR.
  - COPIA CERTIFICADA DEL ACTA DE NACIMIENTO DEL ASEGURADO Y COMPROBACION DE CONVIVENCIA Y DEPENDENCIA ECONOMICA CON EL ASEGURADO.

PARA TODO TRAMITE Y SOLICITUD DE PRESTACIONES DEBE PRESENTAR LA **TARJETA DE AFILIACION**.

- IMPORTANTE:**
- CUALQUIER CAMBIO DE DOMICILIO COMUNIQUELO AL I.M.S.S., A TRAVES DE LA UNIDAD DE MEDICINA FAMILIAR DE SU ADSCRIPCION.
  - REVISE QUE SU SALARIO ESTE CORRECTAMENTE ANOTADO, YA QUE ES LA BASE PARA OTORGARLE LOS BENEFICIOS QUE ESTABLECEN LAS LEYES DEL SEGURO SOCIAL Y DEL INFONAVIT.

Anexo 8.- Formato de inscripción al Sistema de Información Empresarial Mexicano, ante la Secretaría de Economía.

SE		2012 SISTEMA DE INFORMACION EMPRESARIAL MEXICANO		SIEM	
SECRETARÍA DE ECONOMÍA		NUMERO DE CONTROL UNICO		MONTO	
<p>Para consultar la ley que rige la inscripción y el Código de Comercio, consulte el Diario Oficial de la Federación del 30 de enero de 2009.                      Para consultar la ley que rige el registro al SIEM, consulte el Diario Oficial de la Federación del 30 de enero de 2009.</p>					
<b>1. DATOS GENERALES</b>					
<b>1.1. EMPRESA:</b> <input checked="" type="checkbox"/> Única <input type="checkbox"/> Matriz <input type="checkbox"/> Sucursal <input checked="" type="checkbox"/> Subsidiaria <input type="checkbox"/> Interdependiente					
<b>R.F.C.:</b> <u>01031916131</u> (Escriba su RFC y homologue igual que en su registro de alta en DHP, si aplica COMEXTELCO)					
<input type="checkbox"/> FÍSICA Apellido Paterno: _____ Apellido Materno: _____ Nombre: _____					
<input type="checkbox"/> MORAL Escribe el nombre de la empresa tal y como se dio de alta en el SIEM, en abreviatura, en español y en inglés. Nombre Comercial: <u>SOCIEDAD CORPORATIVA DE DISTRIBUCION Y COMERCIALIZACION KOKO COFFEE, S.C.</u> (Por ejemplo: SODASA, Hotel Camino Real, P.F. Juan Vazquez, La Loggia, etc.)					
<b>1.2. UBICACIÓN:</b> <u>01010</u> (Añote el código que corresponde al tipo de ubicación del establecimiento, conforme la relación que aparece en el reverso de esta hoja)					
Domicilio: <u>1ra Oriente norte</u> / Número exterior: <u>116</u> / Número interior: _____ (Escriba debidamente el nombre de la calle, avenida, Por Ejemplo: Insurgentes, Reforma) (Por ejemplo: 402/Bis) (Por ejemplo: Piso 2/cor 3)					
Calles colindantes: <u>Calle central</u> y <u>21 norte</u>					
Calle posterior: <u>2da oriente norte</u>					
Anote debidamente las colonias: Por Ejemplo: Insurgentes, Reforma, Fátima, etc.					
Colonia o localidad: <u>01010</u> (Añote el código que corresponde al tipo de asentamiento del establecimiento, conforme la relación que aparece en el reverso)					
Av. <u>Crisantemas #116 Col. Los Laureles</u> Código Postal: <u>29000</u> Anote debidamente el nombre de la colonia, barrio, fraccionamiento, etc.					
Ciudad/Estadillo: <u>Chiapas</u> Delegación o Municipio: <u>Tuxtla Gutiérrez</u>					
Página en Internet: <u>www.kokocoffee.mx</u>					
<b>2. CONTACTO DE NEGOCIOS</b>					
Nombre: <u>Monte Verde</u> Puesto: _____					
* Indique el medio de contacto a través del cual se pueda establecer contacto con su empresa: <input type="checkbox"/> Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Correo <input type="checkbox"/> Otro: <u>Cual</u>					
Clave Larga/Extensión: _____ Teléfono: _____ Fax: _____ Correo electrónico: <u>Distribucion de Productos de Cafe</u>					
<b>3. PERFIL GENERAL DE LA EMPRESA</b>					
<b>3.1. SECTOR ECONÓMICO:</b> <u>412</u> (Añote el número que corresponde a su sector, conforme la relación que aparece en el reverso de esta hoja)					
<b>3.2. DIR. O ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL DEL ESTABLECIMIENTO:</b> <u>Distribución y Comercialización de Productos de Cafe</u>					
<b>3.3. FECHA DE INICIO DE OPERACIONES DEL ESTABLECIMIENTO:</b> (Mes / Día / Año) <u>01 / 01 / 2013</u>					
<b>3.4. NUMERO DE PERSONAS QUE LABORAN EN EL ESTABLECIMIENTO:</b> (Con independencia de su situación contractual)					
Empleados: <u>8</u> Otros, incluso no remunerados y subcontratados: _____ Total: <u>8</u>					
<b>3.5. RANGO DE VENTAS NETAS:</b> (Miles de pesos en el último año completo)					
<input type="checkbox"/> 0 a 100 <input type="checkbox"/> 101 a 200 <input type="checkbox"/> 201 a 500 <input checked="" type="checkbox"/> 5,001 a 12,000 <input type="checkbox"/> 12,001 a 30,000 <input type="checkbox"/> 30,001 a más					
<b>3.6. ¿ES PROVEEDOR DEL GOBIERNO?</b> <input type="checkbox"/> Sí <input checked="" type="checkbox"/> No					
<b>3.7. ¿ÁMBITO DE OPERACIÓN?</b> <input checked="" type="checkbox"/> Local <input type="checkbox"/> Estatal <input type="checkbox"/> Nacional					
<b>3.8. ¿EXPORTA?</b> <input type="checkbox"/> Sí <input checked="" type="checkbox"/> No					
<b>3.9. ¿IMPORTA?</b> <input type="checkbox"/> Sí <input checked="" type="checkbox"/> No					
<b>4. OFERTA / DEMANDA</b>					
<b>4.1. PRINCIPALES PRODUCTOS O SERVICIOS QUE OFRECE:</b>					
<u>Cafe Monte Verde</u> <input checked="" type="checkbox"/> Nat. <input type="checkbox"/> Ext.					
<u>Pasteles y Refrigerios</u> <input checked="" type="checkbox"/> Nat. <input type="checkbox"/> Ext.					
<u>Bebidas</u> <input checked="" type="checkbox"/> Nat. <input type="checkbox"/> Ext.					
<b>4.2. PRINCIPALES INSUMOS QUE DEMANDA:</b>					
<u>Teléfono</u> <input checked="" type="checkbox"/> Nat. <input type="checkbox"/> Ext.					
<u>Luz</u> <input checked="" type="checkbox"/> Nat. <input type="checkbox"/> Ext.					
<u>Comida</u> <input checked="" type="checkbox"/> Nat. <input type="checkbox"/> Ext.					
<b>5. INFORMACIÓN ADICIONAL</b>					
(Áreas que considera importantes para el desarrollo de su empresa)					
<input type="checkbox"/> FINANCIAMIENTO <input checked="" type="checkbox"/> COMERCIALIZACIÓN <input type="checkbox"/> GESTIÓN EMPRESARIAL					
<input type="checkbox"/> CAPACITACIÓN Y CONSULTORÍA <input type="checkbox"/> INNOVACIÓN Y DESARROLLO TECNOLÓGICO					
Desprenda esta sección a partir de la línea punteada y entérguela al emisorario (verifique que tenga los datos de fax y correo).					
<b>INFORMACIÓN IMPORTANTE:</b>					
1.- El personal que lo visite debe mostrarle una credencial que lo acredite como entrevistador del SIEM e indique la cámara a la que pertenece.					
2.- La cámara que lo registre dispone de 30 días a partir de que lo visite y registre para publicar sus datos en Internet www.siem.gob.mx donde usted podrá consultar sus datos y si lo desea puede ampliar su información o publicar un anuncio con fotos de su empresa.					
3.- La cámara debe otorgarle el servicio de registro al SIEM, en ventanilla de la cámara o a través de la visita de su promotor.					
4.- El registro al SIEM se hace 1 vez por año y en la cámara empresarial que le corresponde a su actividad económica.					
5.- El registro al SIEM es un trámite obligatorio según la ley de cámaras empresariales, el cual no implica vinculación con la afiliación a las cámaras.					
<b>TARIFAS VIGENTES:</b>					
INDUSTRIA: <b>Hasta 2 empleados \$150</b> <b>3 a 5 empleados \$350</b> <b>6 o más empleados \$670</b>					
COMERCIO: <b>Hasta 2 empleados \$100</b> <b>3 o menos empleados \$300</b> <b>4 o más empleados \$640</b> (para actividades de comercio al por menor)					
<b>6. DATOS DEL OPERADOR QUE LO REGISTRA</b>					
Nombre de la Cámara: <u>CAMARA MEXICANA DE LA INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCION</u>					
Domicilio: _____					
Teléfono: _____					
Nombre del Responsable de SIEM: _____					

## CONTRATO INDIVIDUAL DE CAPACITACION INICIAL

Contrato individual de trabajo de capacitación inicial que celebran por una parte el Restaurante “La Cabaña de Don Agustín”, a quien en lo sucesivo se le denominara “**EL PATRÓN**”, y por otra parte el \_\_\_\_\_, por su propio derecho y a quien en lo sucesivo se denominará “**EL TRABAJADOR**”, mismo que se celebra con fundamento en lo dispuesto por los artículos **24 y 25 de la Ley Federal del Trabajo** vigente se celebra el presente contrato de acuerdo con los siguientes:

### A N T E C E D E N T E S:

**PRIMERO.-** Declara “**EL PATRÓN**”, ser responsable de la fuente de trabajo denominada \_\_\_\_\_, ubicado en \_\_\_\_\_ No. \_\_\_\_, de la ciudad de \_\_\_\_\_.

**SEGUNDO.-** Declara “**EL TRABAJADOR**”, ser de nacionalidad \_\_\_\_\_, de \_\_\_\_ años de edad, de sexo \_\_\_\_\_, estado civil \_\_\_\_\_, su Clave única de Registro de Población \_\_\_\_\_, Registro Federal de Contribuyentes \_\_\_\_\_ con domicilio particular en Calle \_\_\_\_\_ No. \_\_\_\_\_, colonia \_\_\_\_\_, de \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, y que tiene los conocimientos necesarios para \_\_\_\_\_ desempeñar la actividad para lo que es contratado.

**TERCERO.-** Manifiesta “**EL TRABAJADOR**”, estar enterada de que “**EL PATRÓN**”, necesita sus servicios por tiempo indeterminado a partir del día \_\_\_\_\_, para todos los efectos legales correspondientes.

Por lo que ambas partes están de acuerdo en someter el presente contrato al tenor de las siguientes:

### C L A Ú S U L A S:

**PRIMERA.-** “**EL PATRÓN**” contrata a “**EL TRABAJADOR**”, por capacitación inicial, para prestar sus servicios y labores como \_\_\_\_\_.

Este contrato será por **tres meses**, del \_\_\_\_\_ al \_\_\_\_\_ y para su modificación, rescisión o terminación, las partes podrán ponerse de acuerdo o en su defecto, se sujetarán a las disposiciones de los artículos, **39 “B”, 47, 53 y 57 de la Ley Federal del Trabajo**.

Si durante los tres meses contados a partir de la fecha a que se refiere el párrafo anterior, “**EL TRABAJADOR**” no acredita la competencia suficiente para el desempeño del trabajo que se le encomienda, o sus servicios no son satisfactorios

para **“EL PATRÓN”**, a juicio de éste último, se Dara por terminada la relación de trabajo sin responsabilidad para el **“EL PATRÓN”** de acuerdo con lo establecido en el **Artículo 39 “B” párrafo primero de la Ley Federal del Trabajo**.

**SEGUNDA.-** El presente contrato obliga a lo expresamente pactado conforme a las disposiciones contenidas en el **artículo 31 de la Ley Federal del Trabajo**.

**TERCERA.- “EL TRABAJADOR”** se compromete a prestar sus servicios personales y subordinados bajo la dirección y dependencia de **“EL PATRÓN”**, haciendo las funciones propias \_\_\_\_\_. Y demás inherentes al cargo, con esmero y dedicación, en el domicilio de **“EL PATRÓN”**, o en cualquier otro lugar que éste le asigne, teniendo **“EL TRABAJADOR”**, estrictamente prohibido subcontratar trabajadores, sin autorización expresa y por escrito de **“EL PATRÓN”**.

**CUARTA.- “EL PATRÓN y “EL TRABAJADOR”** Convienen en que la jornada de trabajo será \_\_\_\_\_ conforme lo disponen los **artículos 59, 60 y 63 de la Ley Federal del Trabajo**, por lo tanto **“EL TRABAJADOR”** tiene prohibido laborar tiempo extraordinario, y no pondrá laborar jornada de trabajo extraordinaria alguna sino es mediante autorización expresa que por escrito y firmado por el **“EL PATRÓN”** y sin este requisito no le será reconocido ningún trabajo extraordinario y en consecuencia **“EL PATRÓN”** no tendrá obligación de pagar cantidad alguna por concepto de horas extras.

**QUINTA.-** Convienen las partes en que el salario diario que percibirá **“EL TRABAJADOR”**, por sus servicios prestados será la cantidad de \_\_\_\_\_, el cual le será cubierto semanalmente, ello conforme a lo dispuesto por los **artículos 100 y 101 de la Ley Federal del Trabajo**.

Del salario anterior, **“EL PATRÓN”**, hará por cuenta de **“EL TRABAJADOR”**, las deducciones legales correspondientes, particularmente de las que se refiere a Impuestos Sobre la Renta, Seguro Social, etc. Asimismo, se harán las aportaciones y altas al IMSS, INFONAVIT, AFORE y Hacienda en los y términos de las legislaciones respectivas.

**SEXTA.- “EL TRABAJADOR”** será capacitado y adiestrado conforme a los planes y programas aprobados por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, de acuerdo a lo dispuesto a la **Ley Federal del Trabajo** en su capítulo III bis de la productividad, formación y capacitación de los trabajadores, obligación que será a cargo de **“EL PATRON”**.

**SÉPTIMA.- “EL TRABAJADOR”** tendrá derecho a descansar, y por lo tanto no está obligado a laborar, por ser días de descanso obligatorios de acuerdo a lo dispuesto por el artículo 74 de la Ley Federal del Trabajo, como lo son el 1 de Enero, el primer lunes de Febrero en Conmemoración al 5 de Febrero, el tercer Lunes de Marzo en Conmemoración al 21 de Marzo, el 1 de Mayo, el 16 de Septiembre, el tercer Lunes de Noviembre en Conmemoración al 20 de

Noviembre, el 1 de Diciembre de cada 6 seis años que corresponden al cambio de Poder Ejecutivo Federal, el 25 de Diciembre, y los días de Elecciones.

**OCTAVA.- “EL TRABAJADOR”**, tiene prohibido laborar en los días de descanso obligatorios, señalados en la cláusula anterior, pero si **“EL PATRÓN”** requiere de los servicios de **“EL TRABAJADOR”**, tendrá derecho a un pago doble por el servicio prestado, independientemente del salario que corresponda por el descanso, siempre y cuando, exista por escrito el requerimiento de **“EL PATRÓN”**.

**NOVENA.- “EL TRABAJADOR”**, disfrutara de descanso con goce de salario íntegro el día domingo de cada semana. **“EL PATRÓN”**, queda facultado para variar el descanso semanal conforme a las necesidades del mismo.

**DÉCIMA.- “EL TRABAJADOR”**, disfrutara de los días de descanso obligatorio y vacaciones que señale el presente contrato, o en su defecto la Ley Federal del Trabajo. Así como del aguinaldo proporcional respectivo que la Ley Federal del Trabajo establece. De igual modo recibirá la Prima Vacacional, equivalente al 25% del importe pagado por concepto de vacaciones.

**DÉCIMA PRIMERA.-** Queda prohibido al **“EL TRABAJADOR”**, laborar jornada extraordinaria, pero en el caso de que existan circunstancias extraordinarias que lo justifiquen, podrá laborar, siempre y cuando se le dé la autorización expresa de **“EL PATRÓN”** y por escrito.

En este caso la jornada extraordinaria nunca podrá exceder de tres horas diarias ni de tres veces por semana, en cuyo caso las horas de trabajo extraordinario se pagarán con un **ciento por ciento** más del salario que corresponda a las horas de la jornada ordinaria, pero siempre y cuando esta jornada extraordinaria sea autorizada por escrito.

**DÉCIMA SEGUNDA.- “EL TRABAJADOR”** se compromete a guardar y procurar la confiabilidad así como también se compromete a no sacar u obtener cualquier tipo de información de la fuente de trabajo con fines de lucro, es decir, que no deberá vender o realizar cualquier tipo de enajenación la información confidencial a persona ajena a la empresa, ya que la información que se maneja dentro de la empresa, deber de ser confidencial y de lo contrario se procederá a levantarle su respectiva acta administrativa y se le dará de baja definitiva de conformidad al **artículo 47 fracción IX de la Ley Federal del Trabajo vigente**.

**DECIMA TERCERA.-** Las partes convienen en que para el caso de controversia laboral, se estará a lo expresamente pactado en el presente contrato, ya que el mismo no contiene renuncia de derechos de la parte trabajadora, pero en lo que fuere omiso se estará a lo dispuesto en la Ley Federal del Trabajo, y se someterán por razón de competencia a la decisión de la Junta Local de Conciliación y Arbitraje de esta ciudad.

Leído que fue el presente contrato por ambas partes, y enteradas íntegramente de su contenido, así como de sus efectos y alcances legales correspondientes, se firman por triplicado en la ciudad de \_\_\_\_\_, Gto; el día \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del año \_\_\_\_\_.

**“POR EL PATRON”**

\_\_\_\_\_

**“EL TRABAJADOR”**

\_\_\_\_\_

## Referencias

Alcaráz, R. (2006). El Emprendedor de éxito. México: MacGraw-Hill.

Brack, M. (2009). La hipertensión arterial. España: HISPANO EUROPEA.

Calero, J. (1997). Nuevas perspectivas en el tratamiento de la diabetes tipo II. España: Ediciones de la Universidad de Castilla-la mancha.

Costaguta, E. (2008). Chocolate. Argentina: Albatros

De Luis, R, Bellido, D. García, P. (2010). Dietoterapia, nutrición clínica y metabolismo. España: Ediciones Díaz de Santos.

Diario Oficial de la Federación de México, (2009, 30 de junio). Acuerdo por el que se establece la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas. Secretaria de Economía.

Flores, J. (2004). Breve historia de la comida mexicana. México: Debolsillo.

Goligorsky, L. (2005). Historias curiosas de la gastronomía. México: Robín Book Bon Vivant.

Good, T. Brophy, J. (1995) Psicología Educativa Contemporánea. México: MacGraw-Hill.

Illera, C. (2005). Elementos de administración y dirección de empresas. Madrid: Ramón Areces

INEGI, Instituto Nacional de Geografía, Estadística e Informática. (2009). Censo económico 2009. México.

Lerma, A. Granados, M. et al. (2007). Liderazgo emprendedor. Argentina: Cengage learning.

Lezareta, R. (2007). Manual de la alimentación sana. México: PAX MEXICO.

Long, J. (2003). Conquista y comida. México: UNAM.

Monroy, P. (2008). Introducción a la gastronomía. México: Limusa.

Schiffman, L. Lazar, L. (2005). Comportamiento del consumidor. Madrid: PRENTICE HALL MEXICO.

Schneider, M. (2007). Recuperando la Salud: Sanación Personal Avanzada. México. PAX MEXICO.

STPS-INEGI, Secretaria de Trabajo y Previsión Social, Instituto Nacional de Geografía, Estadística e Informática. (2009). Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo 2013. México.

Zorrilla, S. Observatorio de la Economía Latinoamérica, Numero 50. (Octubre 2005). Crédito otorgado por la banca comercial y apoyos gubernamentales en México". Consultado el 22 de agosto de 2008 en: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2005/jpzs-cred.htm>