

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES



**PLAN DE NEGOCIOS PARA EL ESTABLECIMIENTO DE UN CAFÉ
BOUTIQUE EN ENSENADA**

**TRABAJO TERMINAL QUE
PARA OBTENER EL GRADO DE:
MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN**

PRESENTA

ANA KERLA LOPEZ ZAMACONA

Ensenada, B.C.

Mayo del 2010

CONSTANCIA DE APROBACIÓN

Director del Plan de Negocios:



M.A. María de Lourdes Solís Tirado

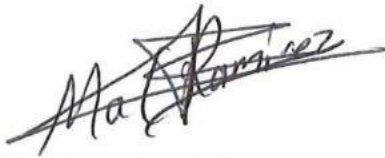
Aprobado por los integrantes del Sínodo:

1.-



Dra. Andrea Spears Kirkland

2.-



Dra. María Concepción Ramírez Barón

Dedicatoria

A Dios,

A mis Padres, Dr. Juan Manuel López Torres y Dra. Josefina Zamacona Cobián.

A mi madre, Dra. Josefina Zamacona Cobián, su ejemplo de lucha y de vida me han impulsado, estas presente en todos los recuerdos y momentos que vivimos juntas.
Te Amo Mamá.

A mi hermano, Ing. Manuel López Zamacona, la distancia no ha sido barrera para el amor, cariño y apoyo que nos tenemos.

A ti Armando, gracias por compartir este tiempo conmigo, apoyándome a seguir adelante en momentos alegres y de aflicción.

A mis tíos Julieta y Jesús por todo su apoyo y amor.

A MBA. Arturo Novelo, por confiar en mí profesionalmente, por su apoyo y por compartir conmigo sus conocimientos.

A todos mis maestros en compartir sus enseñanzas y conocimientos.

A mi gran equipo de compañeros de clase que sin ellos, esta maravillosa experiencia no hubiera sido posible.

Agradecimientos

Agradezco de la manera más sincera a todas las personas que durante estos últimos años estuvieron brindándome su apoyo, entusiasmo y empuje para seguir. Gracias a mis amigos y familia por su entendimiento en este proceso, sé que me ausente de algunos momentos, pero gracias por que siempre lo entendieron.

A mí maestra, directora y tutora de tesis, M.A. Lourdes Solís, por su tiempo y dedicación a este proyecto.

A mí querida Dra. Andrea Spears por su ayuda a detalle para culminar este proyecto.

A mis colegas, Lula Góngora, Dora Villaseñor, Ernesto Nieto, Áaron González y Ana Lilia Avendaño, por todas las reuniones de trabajo que tuvimos e hicieron más ameno el camino.

A todos mis maestros por sus enseñanzas y momentos que compartieron con el grupo, especialmente a Dra. Ma. Concepción Ramírez, M.C. Virginia López, , MBA. Arturo Novelo, Dr. Carlos Rodríguez, Dra. Andrea Spears, Dra. Sheila Delhumeau, M.C. Enselmina Marín.

Resumen

El presente plan de negocios tiene el propósito desarrollar un estudio completo para determinar la rentabilidad del establecimiento de un café boutique en la zona sur de Ensenada que promueva el consumo del café regular y orgánico. El mercado meta del negocio está compuesto por personas en el rango de edad de 30 a 60 años, como parte elemental de la investigación de mercado, se observo su comportamiento y se aplicó una encuesta como método de medición para la recolección de datos, lo cual genero importante información, como los gustos y preferencias de bebidas de los posibles clientes, su frecuencia de compra, el tipo de instalaciones, así como el promedio de gasto, entre otros significativos indicadores útiles para el contenido del plan. Así mismo se expone la situación financiera del negocio considerando un cuarenta por ciento de inversión propia y el sesenta por ciento por medio de financiamiento. Respecto a los resultados del estudio financiero se determina que el negocio es rentable, teniendo la capacidad de poder cumplir con las obligaciones financieras a corto plazo, reflejando unas finanzas sanas, incluso el poder obtener otros créditos mayores si es necesario. El margen de utilidad neto es bueno también ya que por cada peso de ventas después de deducir todos los gastos incluyendo impuestos se incrementa año con año. Con lo anterior se puede afirmar que la apertura del negocio es económicamente viable.

Palabras claves: Plan de negocios, café.

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	7
1.2.1. Giro o sector	8
1.2.2. Tamaño	9
1.2.3. Ubicación	9
1.2.4. Descripción breve de producción o servicio	9
1.3. Misión y Visión de la empresa	9
1.4. Objetivos de la empresa	10
1.4.1. Objetivos Generales	10
1.4.2. Objetivos Específicos	10
1.5. Ventajas competitivas	10
1.6. Análisis de la industria o sector	11
1.7. Producto de la empresa	13
1.8. Impacto tecnológico, económico y ambiental	14
1.9. Responsabilidad social empresarial	15
Capítulo 2. El Mercado	16
2.1. Investigación de mercado	16
2.2. Estudio de mercado	17
2.3. Distribución y puntos de venta	25
2.4. Promoción del producto o servicio	25
2.5. Fijación y políticas de precio	26
2.6. Plan de introducción del mercado	27
2.7. Riesgos y oportunidades del mercado	28

2.8 Sistema y plan de ventas	28
2.9. Plan de abastecimiento	29
Capítulo 3. Producción	30
3.1 Especificaciones del producto	31
3.2 Descripción del proceso de producción	31
3.3 Diagrama de flujo del proceso	35
3.4 Características de la tecnología	44
3.5 Equipo e instalaciones	45
3.6 Materia prima	46
3.7 Capacidad instalada	46
3.8 Manejo de inventarios	46
3.9 Ubicación del negocio	47
3.10 Diseño y distribución del negocio	49
3.11 Mano de obra requerida	51
3.12 Programa de producción	51
Capítulo 4. Organización	53
4.1. Estructura organizacional	53
4.1.1. Organigrama general de la empresa	54
4.2. Funciones específicas por puestos	55
4.3. Capacitación del personal	62
4.4. Desarrollo del personal	63
4.5. Administración de sueldos y salarios	64
4.6. Evaluación del desempeño	68
Capítulo 5. Finanzas	69
5.1. Sistema contable de la empresa	69
5.2. Situación financiera	69
5.3. Balance general inicial	69
5.4. Concentrado por rubro de la inversión requerida	70

5.5. Cédula de depreciación y amortización	71
5.6. Costos variables	72
5.7. Préstamo de Habilitación y avío	73
5.8. Préstamo refaccionario	74
5.9. Costos variables anuales proyectados a 10 años	75
5.10. Proyección de costos fijos	76
5.11. Proyección de ingresos	77
5.12. Estado de resultados pro forma	78
5.13. Flujo de efectivo proyectado	79
5.14. Proyección de balance general pro forma	80
5.15. Punto de equilibrio operativo y financiero	81
5.16. Análisis financiero proyectado a 10 años	85
5.17. Análisis de rentabilidad	86
5.18. Conclusión	87
Capítulo 6. Riesgos Críticos	88
6.1. Riesgos internos	88
6.2. Riesgos externos	88
6.3. Riesgos financieros	89
Capítulo 7. Aspectos legales de implementación y operación	91
7.1. Definición del régimen de constitución de la empresa	91
7.2. Trámites de apertura	91
7.3. Trámites fiscales	93
7.4. Trámites laborales	94
Anexos	97
Referencias	129

Lista de Tablas

Número	Página
2.1. Participación de la competencia en el mercado	17
3.1. Factores de carga de trabajo	45
3.2. Distribución del negocio	49
3.3. Mano de obra requerida	51
3.4. Programa de producción	51
4.1. Administración de sueldos y salarios	66
4.2. Nómina semanal expresada en moneda nacional	67
5.1. Balance general inicial	69
5.2. Concentrado por rubro de la inversión requerida	70
5.3. Cédula de depreciación y amortización	71
5.4. Costos variables	72
5.5. Préstamo de avío	73
5.6. Préstamo refaccionario	74
5.7. Costos variables anuales proyectados a 10 años	75
5.8. Proyección de costos fijos	76
5.9. Proyección de ingresos	77
5.10. Estado de resultados pro forma	78
5.11. Flujo de efectivo proyectado	79
5.12. Proyección de balance general pro forma	80
5.13. Cálculo de punto de equilibrio	81
5.14. Indicadores financieros proyectados a 10 años para café boutique	85
5.15. Análisis de rentabilidad	86
6.1. Riesgos internos	88
6.2. Riesgos externos	88
6.3. Análisis de sensibilidad	89

Lista de Gráficas

Número	Página
2.1 Bebidas de preferencia a consumir	19
2.2 Porcentaje de personas que les gustaría ir a un café	20
2.3 Tendencias de visitas a la cafetería por género	21
2.4 Principales motivos para acudir a una cafetería	22
2.5 Porcentaje de nivel de gasto	23
2.6 Porcentaje de nivel de consume de bocadillos por género	24
5.1 Punto de equilibrio operativo a un año	81
5.2 Punto de equilibrio operativo a cinco años	82
5.3 Punto de equilibrio operativo a diez años	82
5.4 Punto de equilibrio financiero a un año	83
5.5 Punto de equilibrio financiero a cinco años	83
5.6 Punto de equilibrio financiero a diez años	84

Lista de Figuras

Número	Página
3.1 Flujo de proceso de compra venta de café	35
3.2 Diagrama de operaciones del proceso del café regular o descafeinado	35
3.3 Diagrama de operaciones del proceso del chocolate de mesa	36
3.4 Diagrama de operaciones del proceso del espresso	37
3.5 Diagrama de operaciones del proceso del moka	38
3.6 Diagrama de operaciones del proceso del capuccino	39
3.7 Diagrama de operaciones del proceso del late	40
3.8 Diagrama de operaciones del proceso del chai	41
3.9 Diagrama de operaciones del proceso del frappe	42
3.10 Diagrama de operaciones del proceso del smothie	43
3.11 Ubicación	48
3.12 Plano de distribución	50
4.1 Organigrama	54

Introducción

El desarrollo emprendedor es una destreza en aquellas personas que saben hacer frente a las grandes oportunidades de negocio. Se entiende como desarrollo emprendedor el acto de formar una nueva organización de valor. Representa dar inicio y construir el negocio en lugar de ser únicamente parte de la organización de manera pasiva. El emprendedor exitoso se caracteriza por tener determinación, ser líder eficaz, obsesionado con la oportunidad, tolerante al riesgo, creativos, confiados en ellos mismos, adaptables y motivados por sobresalir (Bateman & Snell, 2005).

Muchas de las grandes compañías han sido construidas basándose en el deseo del fundador de iniciar una gran organización; la historia describe del maravilloso y aromático grano, el café; a principios del siglo XV se le acreditó su éxito. La leyenda más acertada al descubrimiento del café, es la que cuenta que un pastor llamado Kaldi quién observó un comportamiento extraño de unas cabras después de haber comido la semilla de la fruta del café, mostrándose animadas y con mucha energía. De esta manera él las probó y llevó frutos y ramas del arbusto para contar lo sucedido, fue cuando decidió cocinar las ramas y el fruto, teniendo por resultado una bebida muy amarga, cuando el fruto estuvo en contacto con el fuego percibieron el delicioso aroma de esta manera nace el café (Anónimo, 2007a).

Para el siglo XVI:

Los grandes propagadores del café fueron los holandeses, que explotaron grandes plantaciones del mismo en sus colonias de Ceilán e Indonesia. Ellos fueron los importadores del cafeto y quienes lo aclimataron en los jardines botánicos de Ámsterdam, París y Londres, desde donde pasó a la Guayana holandesa, al Brasil, a Centroamérica y a otros muchos países. Gracias a lo cual en tres siglos esta infusión ha pasado de ser casi desconocida a convertirse en una bebida universal que Bach, Balzac, Beethoven, Goldoni, Napoleón, Rossini, Voltaire y otros muchos personajes de la historia han consumido en grandes cantidades y elogiado desmesuradamente (Anónimo, 2007a, s.p.).

A la llegada del café a Francia en 1660 los conocedores de las bondades del café decidieron dedicarse al comercio del café desde Egipto y en 1661 se abrió la primera tienda de café en el Puerto de Marsella. En poco tiempo, se convirtió en la moda consumir la bebida en el corte real, gracias a Soliman Aga, "considerado por los historiadores al embajador de Persia en Paris," quien introdujo "el café a la Monarquía y a la alta sociedad Francesa" (Anónimo, 2007a, s.p.).

Hoy en día el consumo del café genera ciertos debates sobre sus propiedades. Diversos estudios publicados por centros de investigación con reconocimiento mundial en Estados Unidos, revelan los efectos saludables que causa la ingesta moderada de café hasta cuatro tazas al día. En particular, su consumo evita la depresión, al alcoholismo y está asociado con la prevención de enfermedades coronarias. El café se ha catalogado bajo el argumento que contiene cafeína, la cual en dosis moderadas disminuye la sensación de cansancio, estimula el sistema nervioso central. De hecho se recomienda consumir de manera moderada cafeína en cualquier bebida (Anónimo, 2007b).

Existen estudios realizados por el Instituto de Estudios Cafeteros de la Universidad Vanderbilt en Estados Unidos, que se comprueba científicamente los beneficios a la salud por ingerir café en porciones de dos a cuatro tazas diariamente debido a su alto contenido de antioxidantes, hay gente que no bebe café porque le provoca algunas reacciones, sin embargo desconocen que el beber esta maravillosa bebida le ayudara a prevenir ciertos males (Ojanguren, 2007).

En enero del 2007 se realizó una publicación de la revista *British Medical Journal* de una investigación en la Universidad de Aarhus en Dinamarca, relacionada con los estudios en mujeres embarazadas, la cual indicó que si consumían tres tazas de café al día podrían evitar alguna complicación en su parto o verse expuestas a tener partos prematuros, desmintiendo las posibles consecuencias que podrían tener los fetos porque sus madres consumían la bebida (Ojanguren, 2007).

El café, considerado como una bebida exótica, presenta dos especies principales para su comercialización: una de ellas es la arábica que proviene del Oriente, que por su naturaleza requiere de más cuidado en su cultivo. Se da en una altura entre los 900 y 2000 metros, contiene poca cafeína, sus frutos son suaves, redondos, es de color chocolate y presente un intenso aroma. Mientras que el café robusta, proviene del Congo, es más resistente, estos granos son utilizados para la producción del café verde, es menos aromático, tiene mayor cafeína, se cultiva en terrenos bajos, por sus costos de producción y de adquisición es un grano más accesible (Anónimo, 2007b).

Según menciona Anta Fonseca (2004), en México los productores se han especializado en la producción de este grano, teniendo como resultado ser uno de los principales productores a nivel mundial y con el más alto número de productores, mientras el café orgánico adquiere cada vez mayor demanda en los mercados de Europa, Estados Unidos y Japón.

México es considerado como el líder en la producción de café orgánico y es uno de los principales productores a nivel mundial por sus cafés finos de sabores suaves y aromáticos. De hecho, la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (en adelante, SAGARPA), ha establecido la importancia de la industria mexicana del café. En particular, el café mexicana goza de una ventaja debido a la cercanía que el país tiene con Estados Unidos, uno de los países consumidores más importantes del grano. Esta cercanía brinda la oportunidad de desarrollar mejores sistemas en sus procesos que contribuye a lograr una estabilidad del mercado, donde en conjunto con las entidades de gobierno, los representantes del sector y productores de café ofrezcan productos de más alta calidad, que sean competitivos y generen mejores resultados (SAGARPA, 2007). Sin embargo, el país está considerado como de los últimos en consumo del grano: lo que se cultiva en el país el 80 por ciento es exportado y el 20 por ciento es para consumo interno (Anónimo, 2007b).

Una manera de explotar aun más el consumo de la bebida en el país es por medio de ventas en cafés boutiques que es un negocio que vende café molido, al gusto y aperitivos. Esto es lo que en otros países como Estados Unidos y Europa lo nombran tienda de café. Funciona al interior de las ciudades y puede ser el complemento de otra actividad comercial, o bien ser enriquecida por esta. Este negocio compra café, lo muele, lo pesa, lo empaca, lo prepara en diferentes presentaciones y lo vende. El café empacado se puede vender también fuera del local, en tiendas, oficinas, empresas, hoteles, hospitales, restaurantes, reparto a domicilio. El café boutique funciona donde existe una población económicamente dispuesta al consumo, la cantidad y nivel socioeconómico de estas personas como clientes son fundamentales aunque no las únicas variables a considerar.

La ciudad de Ensenada ofrece amplias oportunidades de establecer un café boutique debido al dinamismo de su crecimiento. El ritmo de crecimiento presentado en la década de 1980-1990 fue de 4.1 por ciento, disminuyendo a 3.9 por ciento anual en 1995-2000, por lo que de mantener este ritmo de crecimiento, su población podría duplicarse en 17.9 años aproximadamente. Actualmente, el municipio cuenta con una población de 413, 481 habitantes, de los cuales el 50.06 por ciento son hombres y el 49.94 por ciento mujeres. Además, la edad mediana de la población del municipio es de veinticuatro años, según el último conteo poblacional del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (en adelante, INEGI, 2005).

El crecimiento población, así como el consecuente crecimiento económico, ofrece opciones de esparcimiento. Según demuestra las ofertas publicadas en *La Ventana* (2007), revista de publicación local, existen diversos lugares donde la población puede disfrutar de una taza de café o té. Se pueden mencionar: Café Café, Café Kaffa, Café Pueblo, Café Tomás, Coffe Break, Equinoxio Café, De Volada, La Casa Antigua, La Taza, Mx Café, Riviera Café, Shisha Café, Sono Café, Zu Taza Bistro, por mencionar los más importantes. Recientemente se dio la apertura de una de las cadenas internacionales más reconocidas, Starbucks.

Aunque existen opciones de esparcimiento como se menciona anteriormente, el café boutique representa una buena opción para el mercado; le permite al cliente disfrutar de un lugar especial, donde aparte de gozar de un buen momento, pueda deleitar su paladar con los mejores y más frescos cafés de Chiapas y Veracruz, brinda la opción de encontrar café en sus diversas presentaciones y promover las maravillas que ofrece el café orgánico.

Reconociendo las cualidades del café, como parte de una cultura y tradición, el objetivo del proyecto es continuar preservando su consumo, ofreciendo al consumidor un producto de alta calidad cultivado en México, donde pueda disfrutarlo con los más altos estándares de calidad en el servicio, ser un negocio rentable, el cual genere empleos, capacite de manera constante a su personal, logre una imagen de calidad y servicio.

Las necesidades de la población se han incrementado con la llegada de inversionistas y desarrollo de empresas nuevas, por lo que la necesidad de vivienda, la asistencia social, de salud, de servicios básicos e infraestructura han incrementado de igual manera y a la vez genera la necesidad de tener más y mejores espacios de esparcimiento.

Este proyecto consiste en el desarrollo del estudio de viabilidad para el establecimiento de un café boutique, el cual brinde a sus clientes un espacio armónico, con ambiente agradable, cómodas y finas instalaciones, ubicado en la zona con más desarrollo urbano de la Ciudad, cerca de donde se encuentran las cadenas comerciales como Wal Mart y Costco; para el beneficio de un segmento de mercado con necesidades de degustar y reconocer un buen café, ingerir bocadillos y bebidas especiales, gusto por escuchar buena música y disfrutar de una vida social.

Este proyecto es desarrollado en siete capítulos. En el capítulo uno se menciona la naturaleza del proyecto, como parte del capítulo dos se presenta la investigación y estudio de mercado, en el capítulo tres se describe el proceso de producción y distribución del establecimiento, en el capítulo cuatro se presenta la estructura organizacional del negocio, los aspectos financieros están desarrollados en el capítulo cinco, el capítulo seis se refiere a los riesgos críticos que puede presentar el negocio y por último en el capítulo siete hace mención a los aspectos legales que deben de ser considerados.

Capítulo 1. Naturaleza del Proyecto

En este capítulo se da a conocer el nombre del negocio, presentando el desarrollo de la naturaleza de la empresa, desde su conceptualización, cuales son los principales productos que ofrece. Además se presenta el análisis de los resultados de la investigación de la información más importante del sector de la industria así como sus impactos tecnológicos, económicos y ambientales.

1.1. Nombre de la empresa

Café Boutique, con este nombre se pretende que el cliente identifique un lugar especial donde podrá encontrar productos relacionados con el café.

1.1.1. Lema y logotipo

En base al compromiso con los clientes se crea el lema "Gourmet & Organic", en el logotipo se plasma la esencia del negocio; el café, con la misma importancia se registra el nombre y el lema del negocio.



Fuente: Diseño elaborado por Enrique Patiño

1.2. Descripción de la empresa

Venta de café regular y orgánico con una barra de café para preparar las bebidas, atender a los clientes y presentar los productos, con recipientes exhibidores del café tostado fresco en grano, de donde se tomará para despacharlo al cliente.

Es importante mostrar el producto con mucha limpieza, que permita apreciar diferencias del producto de un recipiente a otro. De aquí se despachará a una bolsa directamente y a la báscula.

Los bacadillos estarán presentes con el cuidado de no saturar la barra con equipo, lo importante es que pueda observar a la clientela. La instalación de la barra armonizará con el decorado del establecimiento. Mesas, sillas y sillones para servir el café a los consumidores. Buscar la armonía de diseño vanguardista en el mobiliario con los materiales de pisos, techos y muros, el confort debe invitar al cliente a regresar, las sillas vacías no causan buena impresión.

Se pretende considerar un espacio adecuado por mesa con cuatro sillas y sillones. Juego de vajilla, las tazas, cucharas y demás enseres para servir el café son de importancia fundamental, los clientes podrán identificar el negocio con toda claridad a través de estos elementos. Obviamente la limpieza, tamaño y material de fabricación serán importantes pero la forma o diseño ayudarán a posicionar el negocio en la mente de los clientes. La mejor publicidad del negocio la darán los clientes, entre mejor los conozca mejor se podrán atender.

Comodidades de acceso y estacionamiento fácil, es conveniente un lugar donde muchas personas caminan sin prisa. El sitio brindará seguridad y alegría. El piso será de color terracota y muy limpio. Los muros contendrán detalles artísticos. Los muebles sugerirán limpieza. La atención iniciará con la toma del pedido y terminará con la cobranza, verificando que sea rápida. El tipo de música blues y soul, permite la comunicación cómoda entre los clientes, por lo que será con un volumen muy suave.

1.2.1. Giro o sector

Este negocio corresponde a la iniciativa privada y pertenece al sector de servicios.

1.2.2. Tamaño

Está contemplado que la empresa tenga en su plantilla diez colaboradores, la empresa está clasificada en el rubro de pequeña empresa de acuerdo a lo establecido por la Secretaría de Economía.

1.2.3. Ubicación

Como referencia, debido a que este punto se desarrolla en el capítulo tres, se tiene considerada la ubicación del negocio en la ciudad de Ensenada, en la calle Huerta de la colonia Carlos Pacheco. La elección del lugar se debe a la plusvalía que se ha desarrollado en la zona.

1.2.4. Descripción breve de producción o servicio

Café Boutique ofrece a sus clientes como su especialidad la calidad en bebidas preparadas en base a café, aperitivos, instalaciones cómodas y un ambiente ideal para el esparcimiento y la vida social.

1.3. Misión y Visión de la empresa

Misión

Exceder las expectativas de nuestros clientes con un espíritu lleno de entusiasmo, calidad en los productos y servicio de café; trabajaremos en equipo a sabiendas que el cliente y nuestra gente son lo más importante.

Visión

En el 2015 obtendremos el reconocimiento nacional de nuestros productos y servicios de café, con el establecimiento de franquicias, garantizando la satisfacción de nuestros clientes.

1.4. Objetivos de la empresa

1.4.1. Objetivo General.

Ser un negocio reconocido por la calidad de sus productos de café, el servicio ofrecido y la comodidad de sus instalaciones.

1.4.2. Objetivos Específicos.

Lograr un negocio rentable. Establecer en el primer año de operación una imagen de calidad en el servicio. Estimular, motivar y capacitar al personal. Obtener el reconocimiento del negocio en el mercado en el primer año de operación. Fomentar el consumo del café en la ciudad de Ensenada. Asistir a por lo menos a un evento nacional o internacional del sector al año.

1.5. Ventajas competitivas

Una de las principales ventajas del negocio es el talento humano con que cuenta, es personal capacitado, profesional, humano y con alto sentido de servicio. Los planes considerados para recompensar a los colaboradores de la organización los estimulan a hacer su trabajo con excelencia y servicio. El interés de acudir y participar en eventos y ferias del sector cafetalero contribuye a estar inmerso en el medio, poder identificar áreas de oportunidad para el negocio que permita implementar iniciativas con innovación las cuales cumplan con los requerimientos del cliente (Bateman & Snell, 2005).

La implementación de políticas de calidad en los procesos del negocio, da la seguridad de ofrecer un excelente servicio, desde los productos hasta el contacto con el personal. De la misma manera la identificación del punto de ubicación estratégico ayuda a que los clientes reconozcan el negocio con mayor facilidad. Considerando la posición geográfica de la ciudad con Estados Unidos facilita el abastecimiento de enseres en los casos de no poder adquirirlo (Bateman & Snell, 2005).

1.6. Análisis de la industria o sector

La producción promedio de café en México es de cuatro millones de sacos de café verde; se encuentra registrado como el quinto país productor a nivel mundial y tiene más de cuatrocientos mil productores, lo que representa una base económica de 3.2 millones de personas. El café llegó a México en el año de 1790; los primeros estados donde se dio a conocer fueron Veracruz, Morelos, Michoacán y Oaxaca. Hoy en día los estados más importantes en su producción son Chiapas, Veracruz, Oaxaca y Puebla (Anónimo, 2007b).

Como lo definen los expertos en el café, un buen café es distinguido por su cuerpo, aroma, acidez y sabor. En México se produce uno de los mejores cafés, el café de altura; el que su cultivo se da a nivel del mar, existen diversos factores para considerar un café sea de calidad, por ejemplo se pueden mencionar como los más relevantes la altura, humedad, las características del grano, suelo, vegetación, sombra, el control en las labores culturales y la cosecha, el control en los procesos de industrialización, el tueste, el molido adecuado y la preparación en taza (Anónimo, 2007a).

El incremento en las exportaciones del 2007 refleja un incremento en el valor comercial del 43.37 por ciento con relación al mes de febrero del 2006. Las exportaciones del mes de febrero de 2007 se integran de la siguiente manera: café verde 91.68 por ciento, tostado y molido .29 por ciento, soluble y/o extractos 8.03 por ciento. Los principales países a los que México exportó son: Estados Unidos, Bélgica, Alemania, Países Bajos, Japón, Chile, Canadá, República de Corea, Francia, por orden de importancia (SAGARPA, 2007).

El observatorio de corporaciones transnacionales publicó que el café es la materia prima legal más importante en el comercio internacional después del petróleo. Está considerado como uno de los principales productos de exportación. (Observatorio de Corporaciones Transnacionales, 2004). Según señala Ramírez (2007):

Al cierre de 2006, y de acuerdo con datos del Sistema de Información y Estadística Agroalimentarios y Pesquera (...), la producción nacional se estimaba en 1'624,986 toneladas de café cereza, un importante aumento con respecto a 2005. Ese hecho, aunado a un lento pero constante crecimiento en la aceptación de la bebida, ocasionó en buena medida el boom de las barras de café, lo que permitía visualizar un panorama mucho más alentador que el que había hace algunos años. México es considerado el quinto productor mundial de café, detrás de Brasil, Colombia, Indonesia, Vietnam, India y Etiopía. Con una producción promedio según el gobierno federal de 4.5 millones de quintales al año (p.23).

México es el primer productor de café orgánico, importante número de personas dependen de este sector, la mayor parte de los productores se concentran en los estados de Chiapas, Oaxaca, Veracruz y Puebla. Uno de los factores más importantes a considerar es que el consumo del grano ha aumentado, aunque sus cifras no sean iguales a los consumos de otros países, probablemente debido al *boom* que se ha tenido en nuestro país con el establecimiento de las barras de café y al éxito nacional de franquicias (Ramírez, 2007).

A consecuencia de esto el sector cafetalero tiene aspectos favorables, sin embargo es importante se logren mayores alianzas y apoyo con las entidades de gobierno a fin de alcanzar mejores resultados, impulsar campañas donde el consumidor conozca realmente el sabor del grano y sus bondades, las personas responsables de preparar un café, lo realicen de una manera correcta, de esta manera se verán retribuidos los esfuerzos para generar nuevos clientes y recuperar a los que en algún momento ya no lo fueran.

Es necesario se lleven diferentes acciones que impulsen el desarrollo del sector cafetalero en México, aquí es donde debe el gobierno, las organizaciones del café y los productores establecer métodos y sistemas para mejorar la infraestructura del grano desde su cultivo hasta los procesos de comercialización, donde se vean tangibles los resultados, en el 2006 el gobierno federal formó la Asociación Mexicana de la Cadena Productiva del Café (en adelante, AMECAFE), con el propósito de mejorar su imagen en el país y a nivel mundial (Ramírez, 2007).

1.7. Producto de la empresa

El principal producto es el café de los estados de Chiapas y Veracruz. La clasificación de los productos está dividida en bebidas calientes, bebidas frías, café fresco en grano para consumo en casa y bocadillos. Los productos servidos en las instalaciones se caracterizan por su especial presentación, el tipo de vajilla utilizada lo distingue del resto de las opciones que se pueden encontrar en la ciudad.

Dentro de las bebidas calientes en presentación de café orgánico y café tradicional se encuentra: café espresso, café regular o descafeinado de Chiapas y/o Veracruz, café moka, late, chai, chocolate caliente de barra de Chiapas, té con esencias de sabor. Las bebidas frías se sirven a elección del cliente en vasos de material de plástico y/o en los tarros de vidrio, dentro de las instalaciones.

La constitución de las bebidas es a base de leche, agua, hielo, esencias y saborizantes. Las cuales son las siguientes: frappe moka, frappe vainilla, frappe caramelo. Se servirá también; té helado con esencias de temporada, smoothie fresa, smoothie mango, refresco y agua embotellada. Para cumplir con el gusto y agrado del cliente, aquellos que deseen acompañar sus bebidas con algún aperitivo o postre, estos son los principales productos a ofrecer: postres, pay de queso, pastel de chocolate oscuro, pastel de zanahoria strudel de manzana y galletas de nuez.

Se ofrece aperitivos como paté atún, mezcla de atún con especias y chile chipotle, acompañado con pan caliente. Rollo filadelfia, delicioso rollo de queso crema, con relleno de ostión ahumado, acompañado con pan caliente. Bagel especial, pan de grano salado con queso crema y alcaparras ensalada boutique, con lechuga romana, manzana verde, mango, nueces, pasas y aderezo de la casa. El producto de la casa originario de los estados de Chiapas y Veracruz, es la venta de café tradicional u orgánico en presentaciones de 100 gramos, 250 gramos, 500 gramos y un kilo.

1.8. Impacto tecnológico, económico y ambiental

Existen métodos para evaluar la innovación, calidad y los niveles de inocuidad en los procesos de cultivo de café. Sin embargo aún se debe mejorar la tecnología aplicada a todos los procesos, que permita fortalecer la calidad del grano, evitando se desarrollen hongos, que se generen efectos negativos en la calidad aromática del grano, los cuales se pueden presentar por descuidos en los procesos de producción que contaminen el producto. (SAGARPA, 2005).

En la actualidad los productores en conjunto con SAGARPA han destinado esfuerzos para impulsar el consumo de café en México y en el mundo, promover la calidad del producto mexicano internacionalmente ha contribuido a que México sea uno de los principales productores de café de calidad. Los principales factores que han contribuido al incremento de la demanda del grano son el empuje que está dando el mercado extranjero y una mejor promoción de los medios de comunicación (SAGARPA, 2005).

Como lo mencionan diversos artículos, en México se están desarrollando nuevos productos, de tal forma que el producto pueda satisfacer los diferentes gustos y necesidades de los consumidores, el café sigue siendo una de las principales bebidas de consumo, genera una fuerte derrama económica en el país y es una fuente de empleo. Siempre y cuando estén involucrados productores, beneficiadores y comercializadores, se podrán alcanzar los objetivos deseados.

Como lo informa SAGARPA (2007), la producción de café a parte de la aportación económica, tiene gran relevancia en su impacto social y ambiental, donde las regiones que producen el grano están ubicadas en zonas de montaña, con una gran diversidad de flora y fauna. Se han establecido acuerdos de trabajo básicamente para proteger las condiciones de vida de los cultivadores de café, proteger el medio ambiente, tratando de adoptar medidas de saneamiento de agua tratada con fertilizantes, con el propósito de su conservación y tratado, así como el funcionamiento de la agricultura orgánica.

Por todo lo anterior, el giro del negocio, considerando de la misma manera sus materias primas utilizadas, no contribuyen al daño del medio ambiente y de la comunidad, los desechos derivados de la operación del negocio no perjudican o impactan de forma negativa a la ecología de la comunidad.

1.9. Responsabilidad social empresarial

El negocio contribuye a la conservación de los recursos naturales como una empresa responsable, al utilizar una parte de su materia prima como lo es el café orgánico, vasos y servilletas reciclables, siendo estos promovidos con sus clientes, así como el proceso de composta que se obsequiará a quién desea hacer uso de ella. Esta es una manera de aportar una ayuda al medio ambiente, hacer conciencia en la comunidad de que los productos reciclables pueden tener un muy buen uso.

La responsabilidad social forma parte integral de la cultura del negocio, es importante crear el valor en los colaboradores y en nuestra comunidad, una manera de promover en la comunidad nuestra responsabilidad social, es tratando todo el material orgánico que el negocio genere en composta. La composta, también llamada humus, se forma por la descomposición de productos orgánicos y esta sirve para abonar la tierra. Es un proceso en el que no interviene la mano del hombre, el reciclaje es cien por ciento natural (Anónimo, 2010).

La composta será preparada en una parte del patio del local, donde el sol y la sombra estén disponibles. En un bote grande con tapa se debe colocar una capa gruesa de aserrín o tierra, se deben verter todos los desechos orgánicos, se cubren con otra tapa de tierra, se rocía con un poco de agua y se espolvorea cal para evitar malos olores, se cubre con la tapa del bote. Se espera en promedio de tres a cuatro semanas para obtener un estupendo abono que sirve favorablemente para el equilibrio de la tierra.

Capítulo 2. El Mercado

Actualmente se entiende a la mercadotecnia en un sentido moderno de satisfacer las necesidades de los clientes, enfocando la mercadotecnia al exterior del negocio, además los recursos del negocio deben ser adecuados a las condiciones de mercado a largo plazo, con el propósito de aprovechar las oportunidades y evitar los peligros que implican los mercados cambiantes. Hoy el concepto de barras de café, cafeterías o el café simplemente, han generado una tendencia de moda en el mercado.

Sin embargo es importante tener muy claro las necesidades de la gente que interesa, tener claros los riesgos que representa el establecimiento de este tipo de negocio. Para satisfacer las necesidades del cliente y garantizar que cumplan con sus requerimientos, en este capítulo se presentan los resultados obtenidos en la investigación de mercado realizada.

Hoy en día existe una tendencia mundial donde jóvenes y adultos consideran a los establecimientos de café como un punto de encuentro. El comportamiento de la población de la ciudad de Ensenada por su ubicación geográfica y cercanía con Estados Unidos, tiene características especiales como es el de disfrutar y dedicar tiempo a las actividades de esparcimiento y vida social. La gente reacciona ante los nuevos conceptos de productos que la ciudad le pueda ofrecer.

2.1. Investigación de mercado

El propósito de haber realizado el estudio de mercado, es conocer a los clientes, identificando cuáles son sus gustos, preferencias, nivel de educación, nivel económico, frecuencias de compra, así como otros indicadores; con la finalidad de poder ofrecerles productos que ellos desean a un precio atractivo, con todo esto permitirá al negocio generar una proyección de sus ventas y mantener un nivel de satisfacción de los clientes, de la misma manera comprobar si están dispuestos a admitir el concepto de un café boutique en Ensenada.

INEGI (2005) registró en su conteo del 2005 en Ensenada, Baja California, un total de 413, 481 habitantes, de los cuales el 50.06 por ciento son hombres y el 49.94 por ciento mujeres, el mercado son todos los hombres y mujeres de con edad de 30 a 60 años, el equivalente al tamaño de mercado que se encuentran en este rango de edad son 132,727 personas, las características del segmento de mercado son personas de la clase media que gusten por el esparcimiento y beber un buen café (Consejo Estatal de Población, en adelante, COESPO, 2006).

Tabla 2.1. Participación de la competencia en el mercado

Empresa	Fortalezas	Debilidades	Ventajas Competitivas
Caffeino	Ubicación	No se conoce la marca	Compra en ventanilla
Café de Volada	Calidad del producto	No tiene estacionamiento	Franquicia
Coffe Break	Ubicación	Inconsistencias en sus productos	Compra en ventanilla
La Taza	Ubicación	Espacio insuficiente, ruido	Compra en ventanilla
Starbucks	Excelente instalación	Ubicación	Marca reconocida
Zu Taza Bistro	Instalación y ubicación	No tiene estacionamiento	Diversidad en sus productos
Café Kaffa	Ubicación	No tiene estacionamiento	Horario
Café Pueblo	Reconocimiento	Se identifica más como restaurante	Diversidad en sus productos
Café Tomás	Calidad del producto	Estacionamiento insuficiente	Precios accesibles
La Casa Antigua	Lugar acogedor	Se identifica más como restaurante	Precios bajos
Mx Café	Ubicación	No es su especialidad el café	Internet
Shisa Café	Lugar acogedor	No tiene estacionamiento	Precios bajos

Fuente: Elaboración propia.

2.2. Estudio de mercado

Llevar a cabo un estudio de mercado ayuda a obtener información objetiva que sirve para conocer al consumidor, disminuir riesgos y generar información de análisis sobre la variabilidad del producto o servicio que se trate. El objetivo del estudio de mercado es conocer la opinión de los encuestados respecto al establecimiento de un café boutique que promueve el consumo de café orgánico, el que contribuya como base para medir la viabilidad de este plan de negocios.

El cálculo de la muestra se desarrollo de la siguiente formula estadística:

$$n = \frac{Q^2 pq * N}{e^2 (N-1) + Q^2 pq}$$

En donde:

Q= Coeficiente de confianza

N= Universo de la población

p= Probabilidad a favor

q= Probabilidad en contra

e= Error de estimación

n= Tamaño de la muestra

Sustitución de valores en formula estadística:

Q= 95% que es igual a 1.96

N= 132,727 personas

p= 50%

q= 50%

e= 5%

n= Tamaño de la muestra

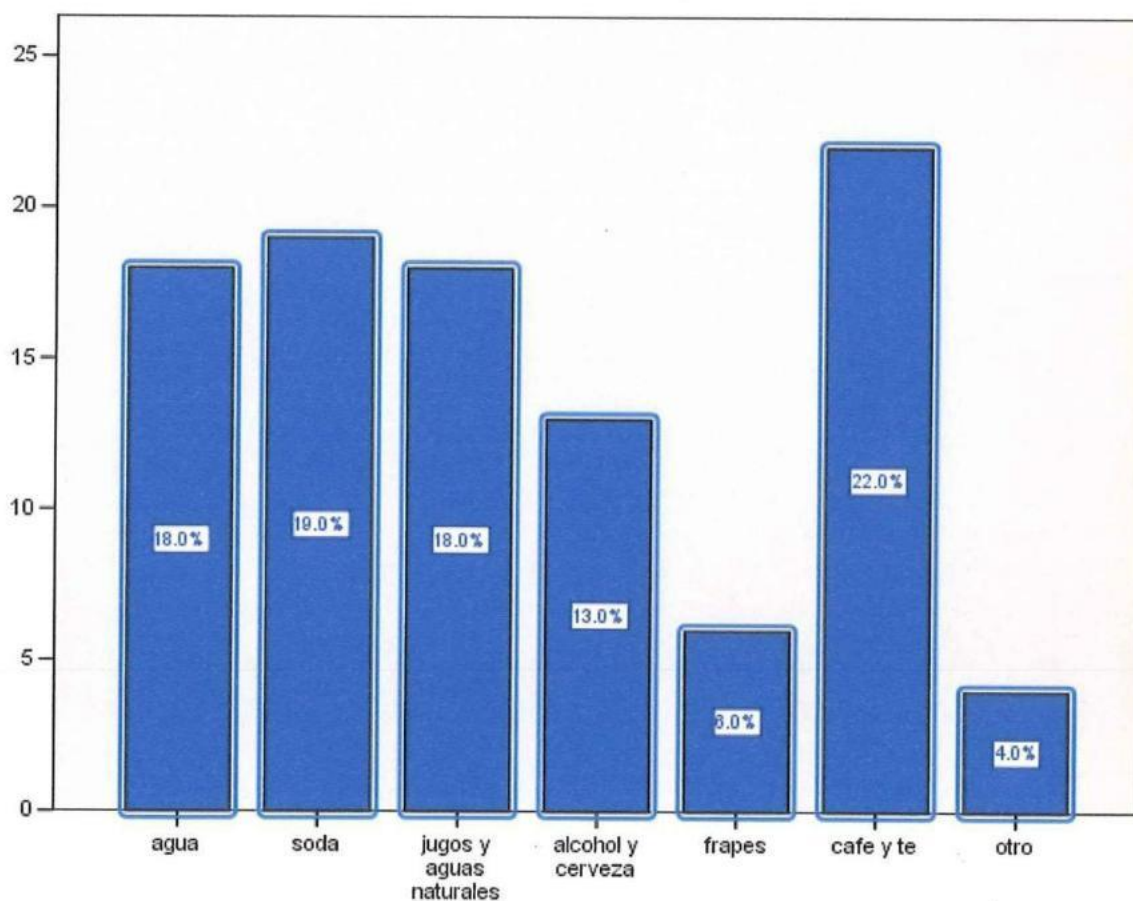
$$1.96^2 (.50)(.50)(132,727)/(.05)^2(132,727-1)+1.96^2 (.50)(.50)$$

El resultado de la muestra es de 384 encuestas

La aplicación de encuesta (Véase Anexo 1) se realizó de forma personalizada, se encuestó la primer y segunda semana del mes de julio del año 2008. La encuesta se aplicó en la ciudad de Ensenada en distintos puntos de la localidad en los que se encuentran; Universidad Autónoma de Baja California, el centro comercial Plaza del Mar conocido como Macroplaza, Costco, personal de empresas maquiladoras, un gimnasio y una iglesia.

Para el análisis de los resultados se administró la información, registrando cada encuesta con un número del 01 al 384 con la intención de identificar de una manera más sencilla las respuestas de cada encuestado y todos los datos obtenidos fueron almacenados en el sistema SPSS, en él se concentró la información que permitió obtener gráficos de las variables, lo que arrojó una serie de resultados que se dan a conocer a continuación.

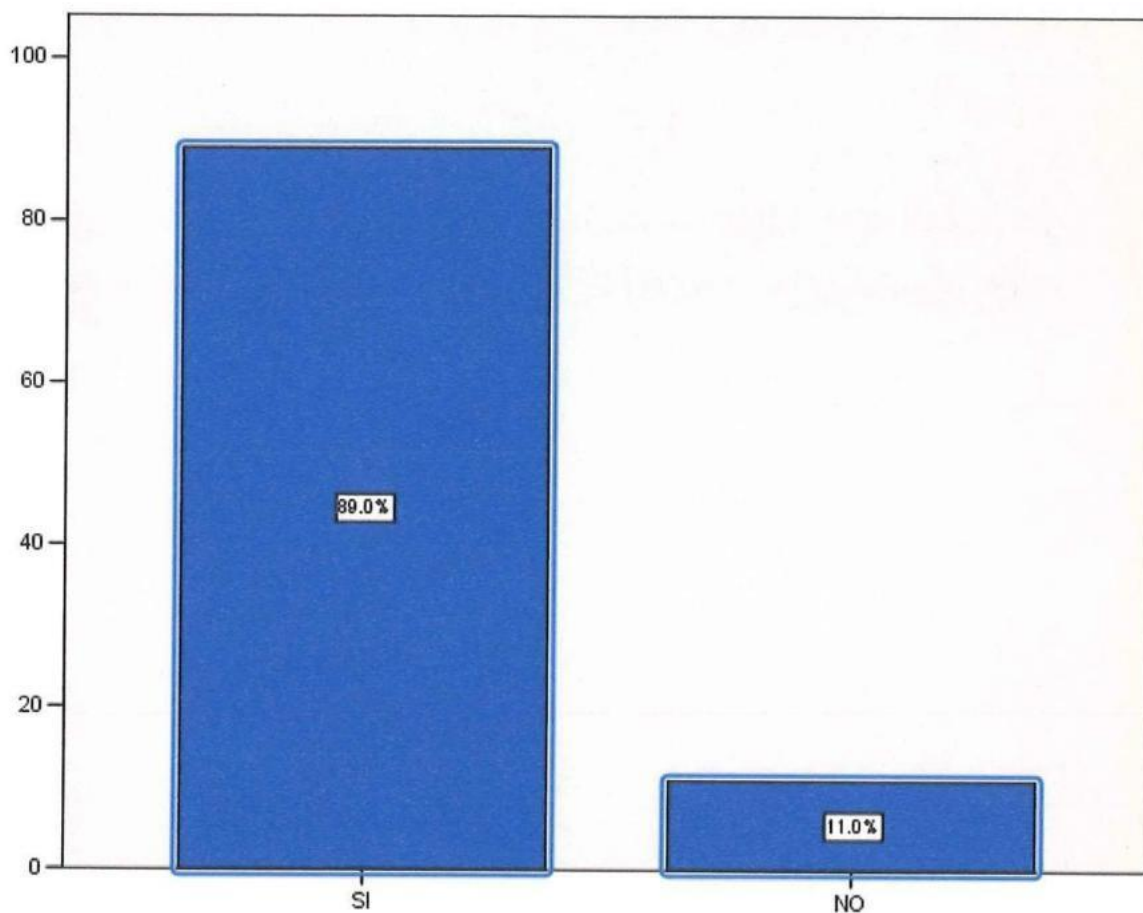
Gráfica 2.1 Bebidas de preferencia a consumir



Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la gráfica 2.1, los porcentajes de bebidas que prefiere consumir hombres y mujeres, donde el porcentaje más alto es la opción de café y té con un 22%, seguido por sodas con un 19%, jugos y aguas naturales con un 18%.

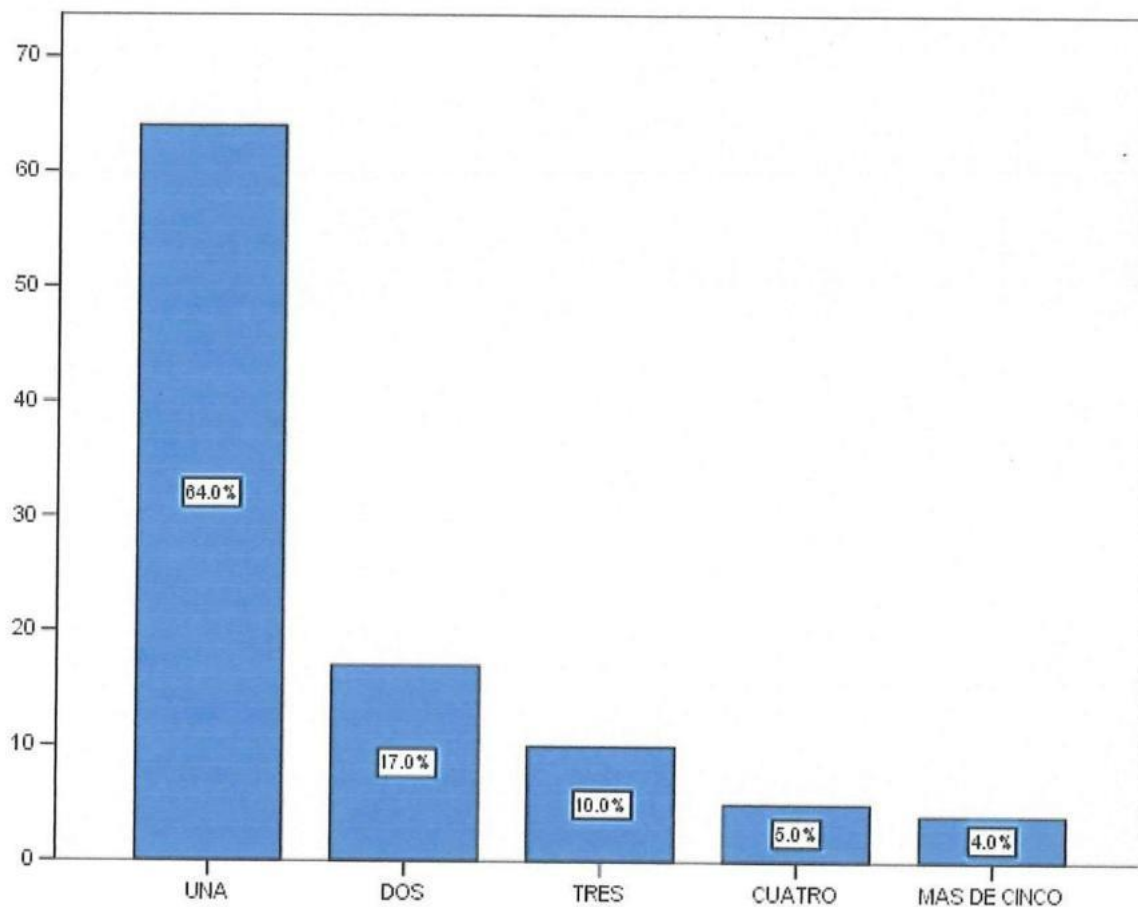
Gráfica 2.2 Porcentaje de personas que les gustaría ir a un nuevo café



Fuente: Elaboración propia.

Mientras que en la gráfica 2.2 se observan los porcentajes de las personas que les gustaría conocer y visitar un nuevo café en la ciudad, donde el 89% representa el número de personas que respondieron estar de acuerdo en conocer un Café nuevo y el 11% respondió que no les interesa conocer un lugar nuevo.

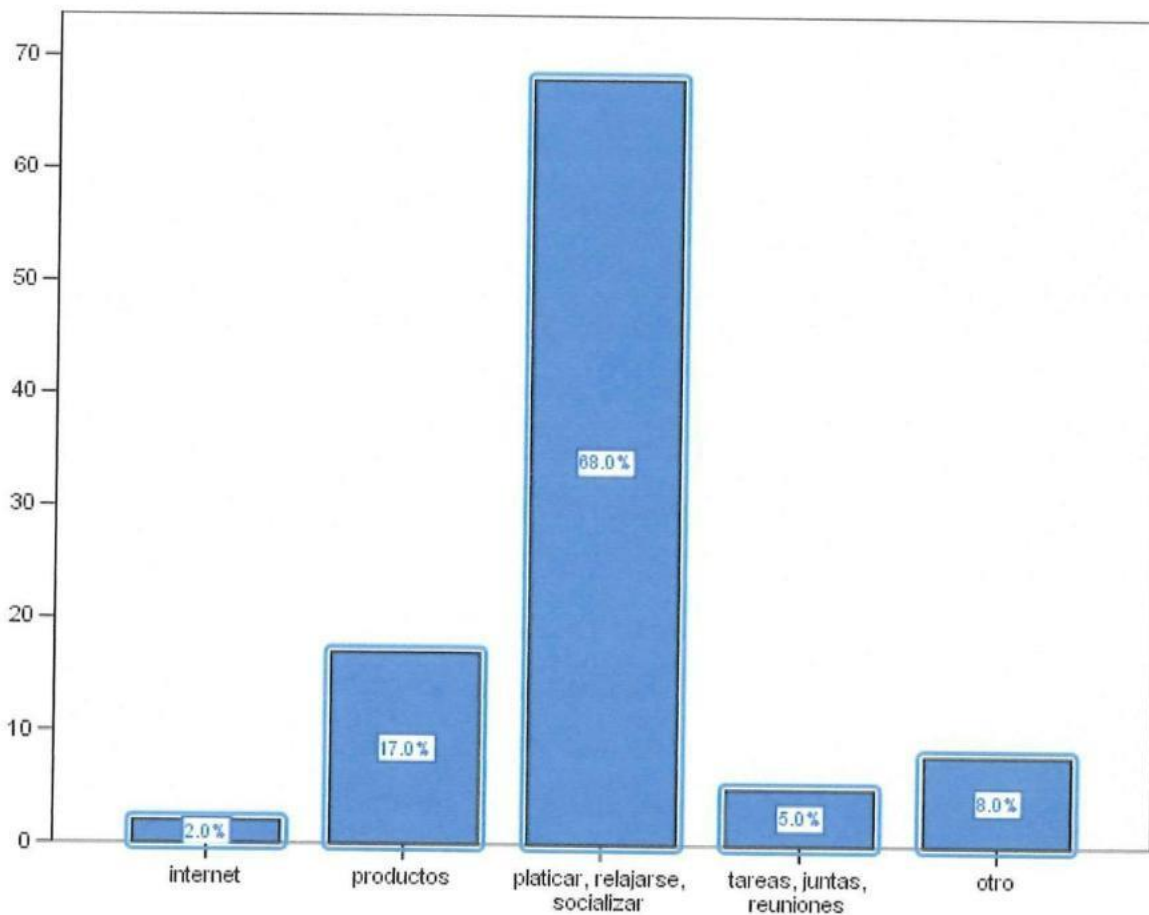
Gráfica 2.3 Tendencia de visitas a las cafeterías por género



Fuente: Elaboración propia.

En esta gráfica 2.3 se observa las tendencias en porcentaje de las veces que las mujeres y hombres visitan las cafeterías, donde el mayor número de la población encuestada acude por lo menos una vez, mientras que el 17% visita el lugar dos veces a la semana y solo el 4% acude más de cinco veces a la semana.

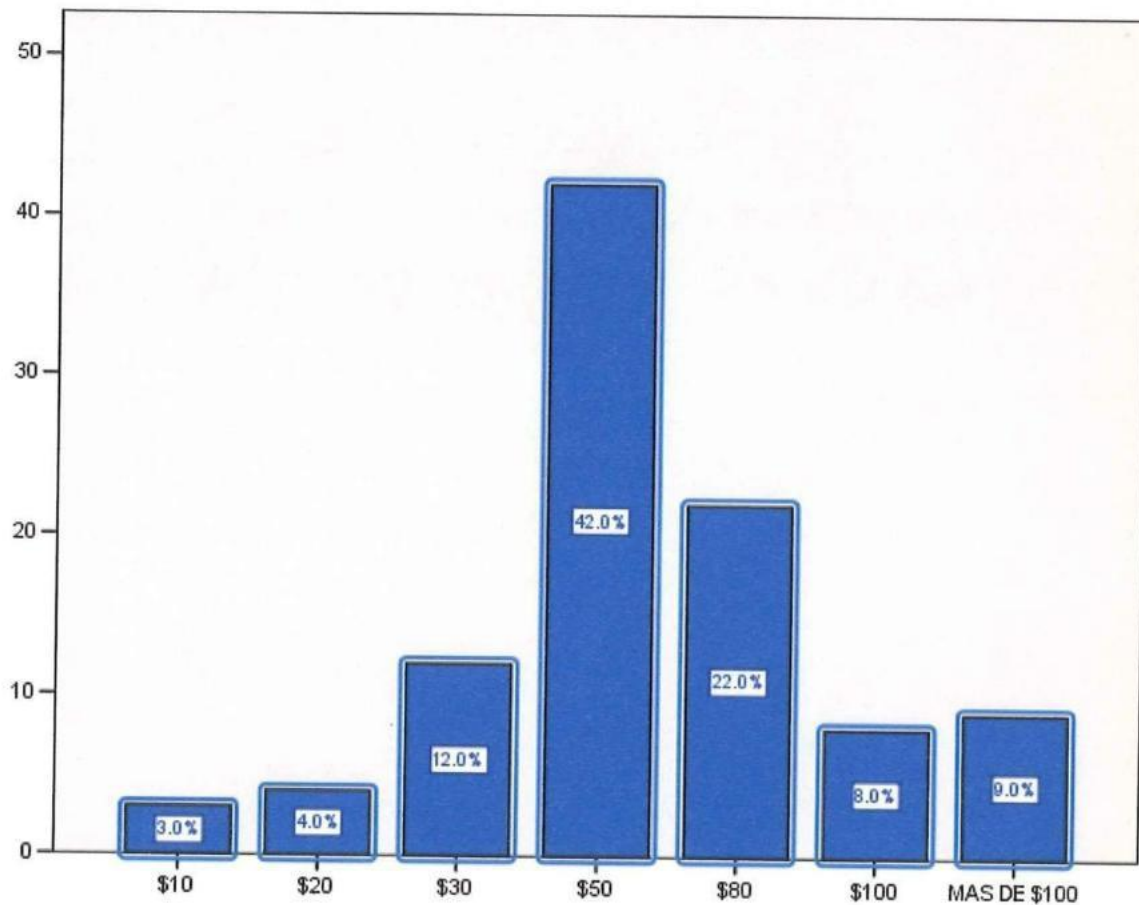
Gráfica 2.4 Principales motivos para acudir a una cafetería



Fuente: Elaboración propia.

Se obtuvo como resultado y se aprecia en la gráfica 2.4, el 68% de los encuestados respondieron que el principal motivo de acudir a una cafetería es para platicar, relajarse o socializar, seguido con un 17% que respondieron tener una opción más para conocer el lugar. Mientras que los menores porcentajes visitan el lugar sólo para hacer tareas, reuniones y el uso de Internet.

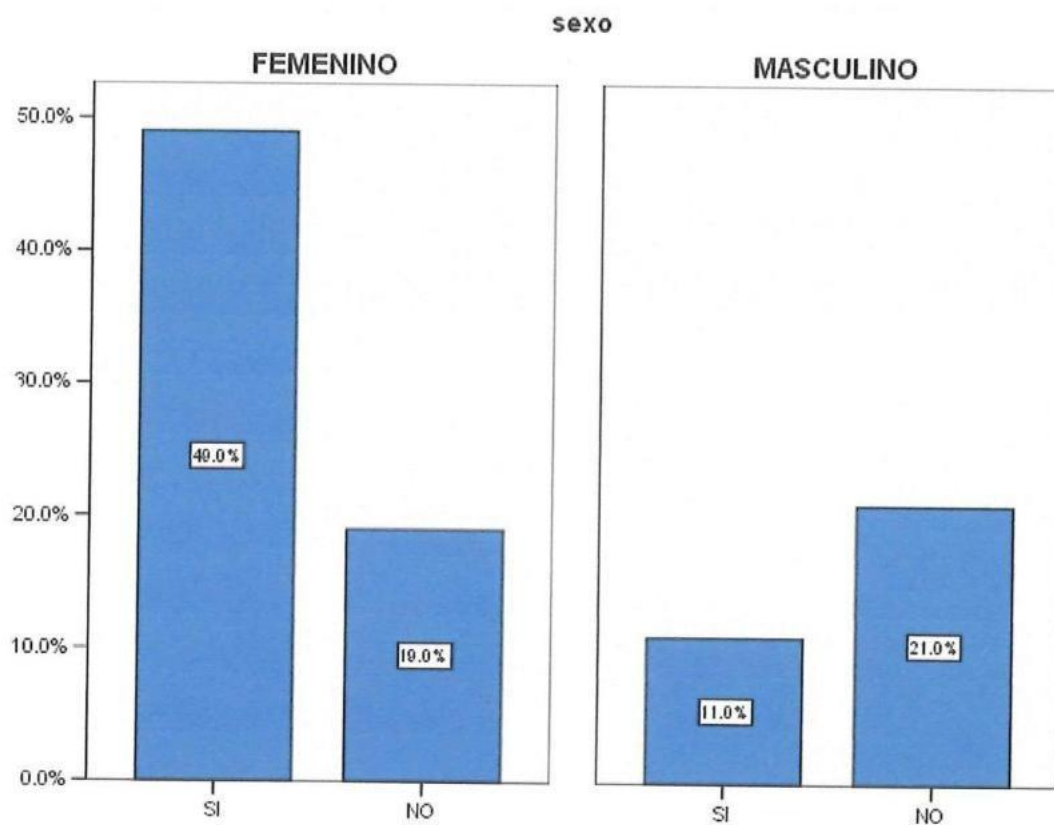
Gráfica 2.5 Porcentaje de nivel de gasto



Fuente: Elaboración propia.

Se aprecia en la gráfica 2.5 las tendencias de nivel de gasto de hombres y mujeres, donde se aprecia que el 42% de la población encuestada gasta un promedio de 50 pesos cada vez que visita una cafetería; el 22% gasta un promedio de 80 pesos, el nivel de compra del 3% y 4% de la población encuestada gasta entre 10 y 20 pesos.

Gráfica 2.6 Porcentaje de nivel de consumo de bocadillos por género



Fuente: Elaboración propia.

En esta gráfica 2.6 se observa mayor inclinación del género femenino por consumir bocadillos en la cafetería que el género masculino, arrojando un 49% de las mujeres encuestadas por comprar este tipo de producto en la cafetería. Mientras que los hombres que consumen bocadillos solo representan el 11%.

Las personas de 30 a 60 años a parte de disfrutar el café en el establecimiento, comprarán el producto de café molido, el 60 por ciento representa la población femenina, mientras que el 40 por ciento representa a los hombres, esta población en su mayoría tienen un nivel económico medio alto, su nivel educativo es medio superior, su cantidad promedio de compra de café en grano o molido sería 500 gramos, con un frecuencia de compra quincenal, su motivación de visita es la intención directa de compra del café, este grupo también busca un acceso y estacionamiento prácticos. Se aprecia un mayor favoritismo en ambos géneros por café y té.

2.3. Distribución y puntos de venta

Cuando un cliente decide adquirir un producto busca la seguridad en su satisfacción de comprar o no el producto o servicio; hoy en día la ciudad de Ensenada esta en un claro desarrollo económico, inmobiliario y turístico, donde se están presentando nuevos proyectos de inversión, por lo que se está considerando la ubicación del negocio en la zona sur de la ciudad, la distribución del producto en un inicio será directamente al consumidor. El objetivo a largo plazo es la expansión del negocio mediante sucursales ubicadas estratégicamente en distintos puntos de la localidad, como lo son un sobre en la calle reforma a la altura del centro de gobierno, del ex Ejido Chapultepec y en la zona de Valle Dorado.

2.4. Promoción del producto o servicio

Con la finalidad de promover el negocio y sus productos se pretende llevar a cabo estrategias de promoción de productos, como lo es el plan de recompensa al cliente frecuente, consiste en obsequiar al cliente un producto por su compra recurrente, el calendario anual de promociones, considera eventos y promociones especiales en las fechas desde el mes de enero a diciembre, contempla los días conmemorativos de todo el año.

De esta manera se tienen opciones de productos y del servicio para el cliente relacionado con la época de compra, como lo es el primero de enero, día de san Valentín, día de la mujer, inicio de la primavera, día de la familia, día de las madres, el mes patrio, navidad, por mencionar los más representativos. Cada seis meses se realizará un estudio de satisfacción del cliente, basado en una encuesta pública con los clientes para identificar sus gustos y preferencias, lo cual permita al negocio desarrollar diversas opciones de servicio y en sus productos adaptándolas con futuras promociones.

2.5. Fijación y políticas de precio

El precio es un regulador básico del sistema económico porque repercute en la asignación de los factores de la producción. La política de fijación de precios del negocio irá en función a los precios acordes al mercado, considerando la información obtenida en la encuesta inicial, así como con la encuesta de satisfacción que se estará aplicando periódicamente, al igual comparando los listados de precios del mercado, así como los gastos de operación y la función del precio de venta, se pretende seleccionar a proveedores por experiencia y costo, con períodos de prueba de satisfacción de servicio, estableciendo alianzas estratégicas con los proveedores principalmente que permitan ofrecer al cliente precios atractivos.

En el menú (Ver Anexo) podemos encontrar las distintas opciones de bebida y aperitivos del negocio. Por ejemplo, para los degustadores de una bebida caliente, el precio por un café tipo moka tamaño mediano es de \$27 pesos, si desea un café regular con la opción de elegirlo orgánico, lo podrá consumir por \$14 pesos el mediano y \$17 pesos el de tamaño largo, en el caso de que la elección del cliente sea por una bebida fría podrá adquirirla entre los \$27 y \$30 pesos, pudiendo disfrutar también de un pastel por \$25 pesos o un paté como botana por \$38 pesos, por mencionar algunos.

2.6. Plan de introducción al mercado

Uno de los objetivos del negocio es promover el consumo del café y que los clientes conozcan y disfruten las bondades del café orgánico, ofrecerles un producto de calidad, satisfacer sus necesidades en un ambiente relajado con el mejor servicio y atención. Por lo que desde un inicio se tiene considerado el desarrollo de materiales para el lanzamiento e identificación del negocio. De esta manera poder introducir el negocio al mercado.

La publicidad y promoción del negocio se lleva a cabo por medios impresos, electrónicos y la radio, por ejemplo el sistema de recompensa, el menú del negocio (Ver Anexo 3), la logística y ejecución del evento de lanzamiento con la difusión de spots en dos estaciones de radio local, como es la 101.1 FM y la 106.9 FM, publicación de anuncios en los periódicos locales, como lo es *El Mexicano* y *El Vigía*, considerados los principales diarios de circulación en la ciudad, así como en el portal electrónico de la ciudad, ensenada.net.

Un punto clave en el plan de introducción del mercado es comunicar correctamente la imagen del negocio, por medio de la publicidad en la radio, Internet y prensa, con mensajes claros a los clientes de los productos y calidad del servicio que podrán encontrar, los aspectos generales de las instalaciones del negocio. El implementar la estrategia de comunicación con clientes, por medio de degustaciones en el negocio, la encuesta de satisfacción y el comportamiento del mercado, en base a las distintas acciones que se lleven a cabo en los eventos relacionados con el café a nivel local y nacional, ayudarán a tomar mejores decisiones y garantizar al negocio que está enfocando de manera adecuado sus esfuerzos. Sin olvidar que el mejor promotor del negocio es el mismo colaborador.

2.7. Riesgos y oportunidades del mercado

Como oportunidades del mercado para este tipo de negocio se consideran; el posicionamiento como una empresa nueva, el mercado hoy por hoy reconoce como diferenciador atención amable, la innovación y los precios competitivos, para el tomador de decisiones son parte de una estrategia global de comercialización. Una gran oportunidad para este tipo de negocio es el pronosticar los deseos, gustos y necesidades de los clientes.

En cambio y por ese peso que tiene su decisión en la operación diaria de la empresa con el reconocimiento de la marca en el mercado ya que ello le da seguridad a su toma de decisiones, el poder establecer alianzas comerciales principalmente con proveedores, así como adaptarse a los cambios del mercado. Mientras como factores de riesgo se contemplan las posibles decisiones gubernamentales en el sector; como por ejemplo cambios considerables en los precios del café, la competencia desleal, reformas a las leyes y la libre exposición del precio en el mercado.

2.8. Sistema y plan de ventas

Al lanzamiento del negocio, la empresa espera la aceptación del cliente y que ésta sea exitosa y duradera, el negocio como tal busca ser rentable, las ventas deberán ser considerables, se requiere identificar y conocer el ciclo de vida de los productos. Se consideran las variables de mercadotecnia; producto, precio, plaza, promoción, para el proceso del plan de ventas. Las estrategias de promoción que se desarrollarán irán en función del comportamiento del mercado meta. Básicamente la estrategia comercial y de publicidad que se implementen serán las principales herramientas para este sistema. Está considerado un porcentaje del presupuesto mensual para gastos de publicidad y promoción con un proveedor.

2.9. Plan de abastecimiento

El plan de abastecimiento va en relación con la proyección de ventas. Se tiene contemplado a dos principales proveedores de las ciudades de Chiapas y Veracruz, los cuales estarán suministrando la materia prima en órdenes periódicas con la intención de que el producto se venda fresco y en las mejores condiciones. Posterior a ello se acompaña también con un historial que funciona como punto de comparación y pronóstico, el abastecimiento de la materia prima y de inventario es una de las áreas donde se deben implementar controles, con el propósito de manejar esto de una manera eficaz y para determinar cuánto es lo que se requiere para cubrir las necesidades de abastecimiento del negocio, será de manera directa con el proveedor de café y enseres, acordando con ellos reposiciones automáticas de pedidos.

Capítulo 3. Producción

3.1. Especificaciones del producto

El café es uno de los principales granos de comercialización en México y en el extranjero. Se ha escrito mucho del café como una bebida aromática e inspiradora y como una oportunidad de negocio. Una vez que termina el ciclo de cultivo del café en las fincas cafetaleras inicia su proceso de venta por los proveedores. En toda ciudad por lo menos se encuentra una cafetería, sus características dependen del nivel de actividad, tipo de vida social, tradición o simplemente por el hecho de tomar una taza de café para reunirse con alguien.

Los dueños de negocio de cafeterías, franquicias o barras de café comentan que el éxito de estos establecimientos es la oportunidad que el cliente encuentra al consumir el producto directamente, poder permanecer en el lugar para que se pueda ofrecerle algo más, como un bocadillo, postre u otra bebida. En punto clave es hacer que los clientes acudan y lograr su lealtad llegando a ser un punto de reunión en la comunidad, por lo que es importante ofrecer un ambiente agradable.

El café como materia prima del negocio para la producción de cafés fríos y calientes es cultivado en los estados de Veracruz y Chiapas, por sus características especiales de cultivo, acceso a distintos proveedores que ofrecen el producto fresco, por su calidad, sabor y aroma los hacen los estados más reconocidos por su cultivo.

El cliente puede encontrar en el negocio café en distintas presentaciones, desde el tradicional expreso hasta con mezclas de jarabes y saborizantes como vainilla, almendra, amarrito, caramelo, crema irlandesa. Para los gustadores de bebidas frías con el propósito de atender paladares que gustan de sabores distintos podrán disfrutar los drapees, café con esencia de sabor y hielo. Al que desee acompañar su bebida con un postre o bocadillo, los cuales serán suministrados por un proveedor local.

3.2. Descripción del proceso de producción

El giro principal del negocio es la venta de bebidas frías y calientes en distintas presentaciones, las cuales se describen a continuación para su preparación:

Café Regular o descafeinado:

1. Los filtros de la cafetera deben de estar limpios antes de verter el café molido.
2. Colocar por cada 100 ml de agua 10 gramos de café molido en la cafetera.
3. Dejar que el café se prepare hasta su último hervor.
4. El café se sirve directamente de la cafetera a la taza.

Chocolate de mesa:

1. Para la preparación de 4 tazas de chocolate, hervir 1 litro de leche agregar 2 tablillas de chocolate de mesa, con una cuchara de madera dar vuelta a la mezcla en círculos hasta que el chocolate se disuelva por completo.
2. Una vez caliente el chocolate verter en la licuadora la cantidad de una taza a servir, licuar por dos segundos para generar espuma.
3. Verter en una taza la mezcla y agregar crema batida al gusto.

Café Espresso:

1. Llenar con agua fría la caldera de la máquina. Utilizar agua embotellada sólo si el agua normal es muy dura.
2. Por cada taza, llenar una cucharita de café molido (7 gramos).
3. Poner el café en el filtro (utilizar el filtro adecuado para 1 o 2 tazas) y prensarlo con fuerza, asegurándose de que se distribuya de manera uniforme y compacta. Antes de poner el filtro en la máquina, eliminar cualquier residuo de polvo que haya caído alrededor.
4. Extraer durante 25-30 segundos. Un café expreso preparado según las reglas llegará hasta la mitad de la taza, con una deliciosa crema de color avellana en la superficie.

Café Moka:

1. Llenar la tercera parte de una jarra con leche.
2. Agregar en el filtro de la máquina 10 gramos de café.
3. Enroscar las dos partes del filtro y poner la moka sobre el hornillo a temperatura baja.
4. Sumergir la parte del vaporizador en la leche hasta la temperatura de 70 grados centígrados.
5. Verter en café en la leche y esperar a que empiece a llenar la parte superior de la jarra Retirar la jarra de la máquina.
6. Verter el café en una taza o vaso y agregar crema batida al gusto.

Capuchino:

1. Llenar un tercio de una jarra de metal con leche fría. La consistencia de la espuma dependerá del porcentaje de grasa en la leche. La leche entera producirá una espuma cremosa, densa y aterciopelada; la leche semidescremada producirá una espuma menos densa y suave; y la espuma de leche descremada será parecida a un merengue, y se disolverá rápidamente. Para conseguir un cappuccino perfecto, utilizar leche entera o semidescremada.
2. Accionar el chorro de vapor durante un par de segundos para eliminar cualquier residuo de agua.
3. Sumergir la punta del vaporizador en la superficie de la leche y accionar la salida de vapor. Mientras la espuma crece y el volumen de la leche aumenta, bajar lentamente la jarra, de manera que la punta del vaporizador se quede siempre sumergida en la leche. Mantener el vaporizador quieto y paralelo a la superficie de la jarra, sin moverlo en círculos o de arriba abajo.
4. Justo cuando la leche empieza a calentarse, inclinar ligeramente la jarra para crear un efecto de remolino en la leche. Esto ayuda a crear el volumen y a formar la espuma. Seguir emitiendo vapor hasta que la leche no doble su volumen y la jarra sea demasiado caliente para poder aguantarla con la mano.

Si se utiliza un termómetro, interrumpir el vapor cuando la temperatura de la leche llegue a aproximadamente 65° C. Para compactar la espuma, golpear con fuerza la base de la jarra contra una superficie recta.

5. Seguidamente, preparar el espresso y verter la leche directamente en la taza.

6. Al finalizar, accionar de nuevo la salida de vapor para eliminar del vaporizador cualquier residuo de leche y evitar obstrucciones en el futuro.

Café Late:

1. Llenar un tercio de una jarra de metal con leche fría.

2. Accionar el chorro de vapor durante un par de segundos para eliminar cualquier residuo de agua.

3. Sumergir la punta del vaporizador en la superficie de la leche y accionar la salida de vapor. El volumen de la leche aumenta ligeramente, bajar lentamente la jarra, de manera que la punta del vaporizador se quede siempre sumergida en la leche. Mantener el vaporizador quieto y paralelo a la superficie de la jarra, sin moverlo en círculos o de arriba abajo.

4. Cuando la leche empieza a calentarse. Utiliza un termómetro, interrumpir el vapor cuando la temperatura de la leche llegue a aproximadamente 70° C. Para generar una ligera espuma.

5. Seguidamente, preparar el espresso y verter la leche directamente en la taza.

Café Chai:

1. Llenar un tercio de una jarra de metal con leche fría.

2. Accionar el chorro de vapor durante un par de segundos para eliminar cualquier residuo de agua.

3. Sumergir la punta del vaporizador en la superficie de la leche y accionar la salida de vapor. El volumen de la leche aumenta ligeramente, bajar lentamente la jarra, de manera que la punta del vaporizador se quede siempre sumergida en la leche. Mantener el vaporizador quieto y paralelo a la superficie de la jarra, sin moverlo en círculos o de arriba abajo.

4. Cuando la leche empieza a calentarse agregar 2 cucharaditas de polvo chai. Utiliza un termómetro, interrumpir el vapor cuando la temperatura de la leche llegue a aproximadamente 70° C. Para generar una ligera espuma.
5. Una vez alcanzada la temperatura verter la leche directamente en la taza.

Bebida Fría Frappe:

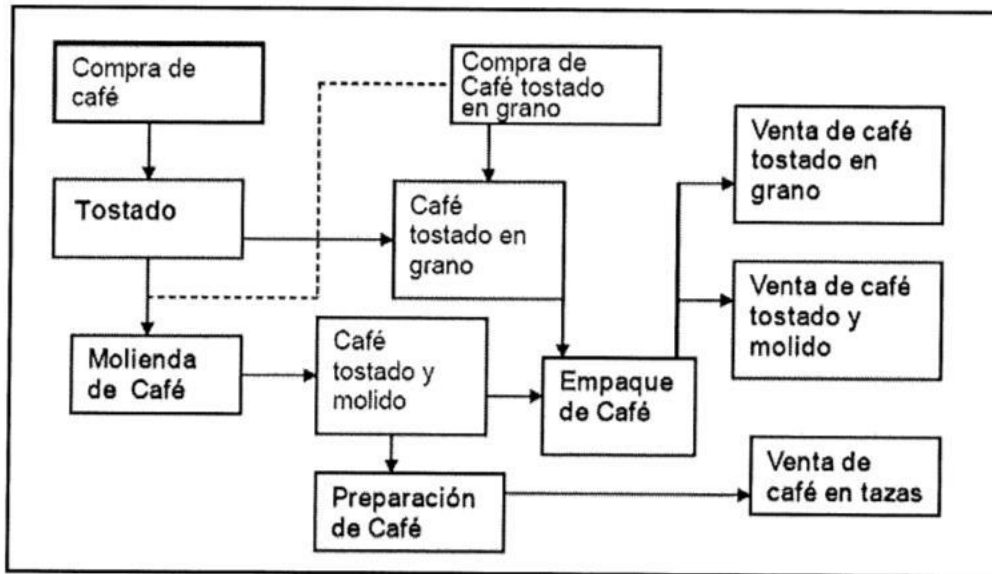
1. Verter 1 taza de hielo en la licuadora.
2. Agregar 200 ml de leche a preferencia del cliente (baja en grasa, deslactosada o semidescremada), verter dos porciones de polvo sabor (vainilla, moka, caramelo) a elección del cliente y licuar hasta que la consistencia sea espesa.
3. Verter la mezcla en vaso de vidrio o plástico, agregar crema batida, se puede presentar con chocolate líquido o caramelo.

Bebida Fría Smoothie:

1. En la licuadora verter 1 taza de hielo, una taza de yogurt natural semidescremado y dos porciones de sabor a elección del cliente (mango, fresa).
2. Agregar una cucharadita de azúcar, una de vainilla y licuar hasta obtener una consistencia uniforme y cremosa.
3. Verter en una copa de vidrio o en un vaso de plástico.

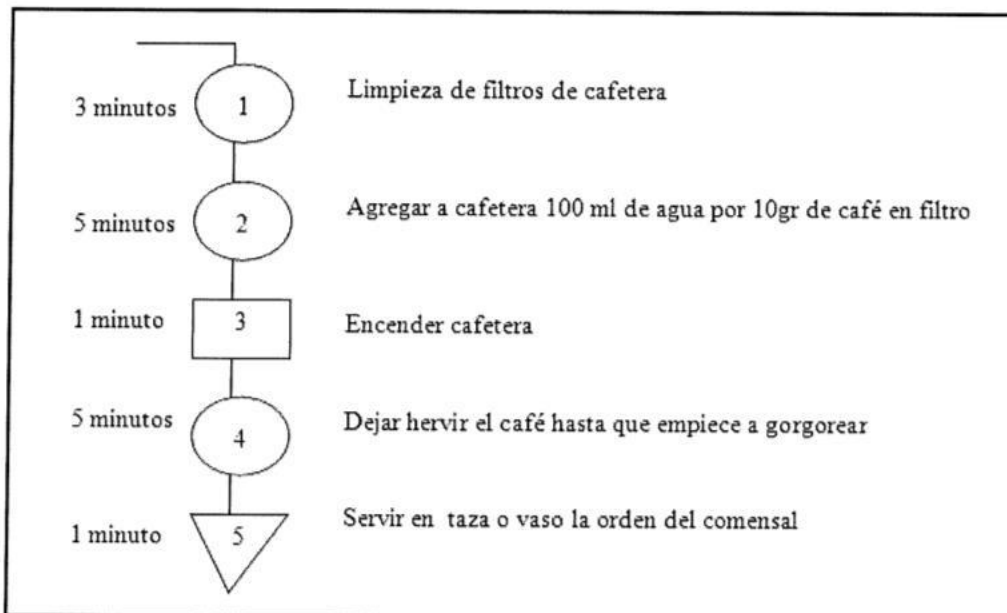
3.3. Diagrama de flujo del proceso

Figura 3.1 Flujo de Proceso de Compra Venta de Café



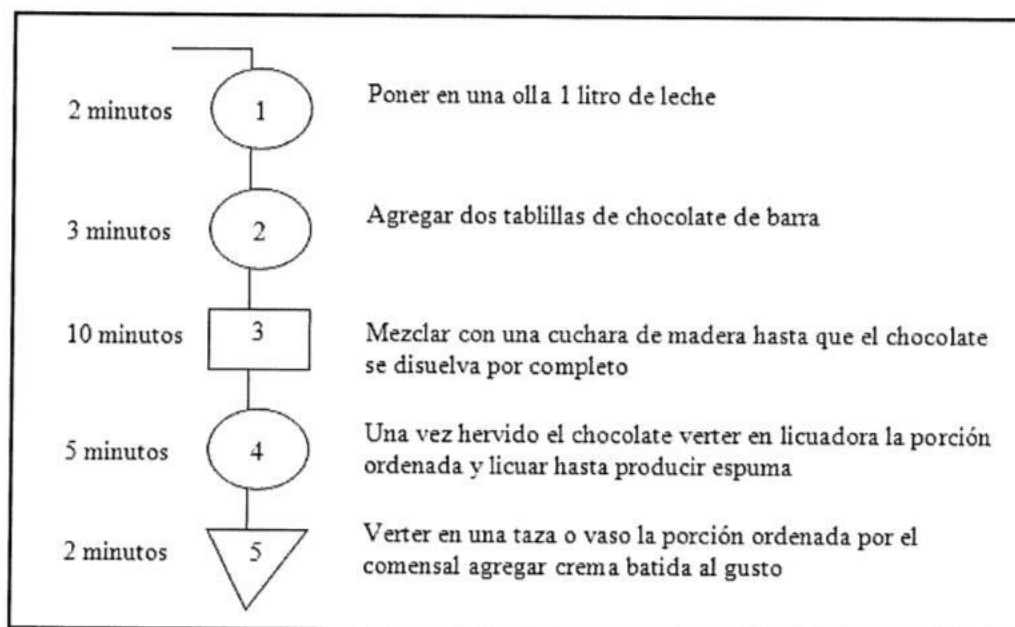
Fuente: Elaboración propia.

Figura 3.2 Diagrama de operaciones del proceso del café regular o descafeinado



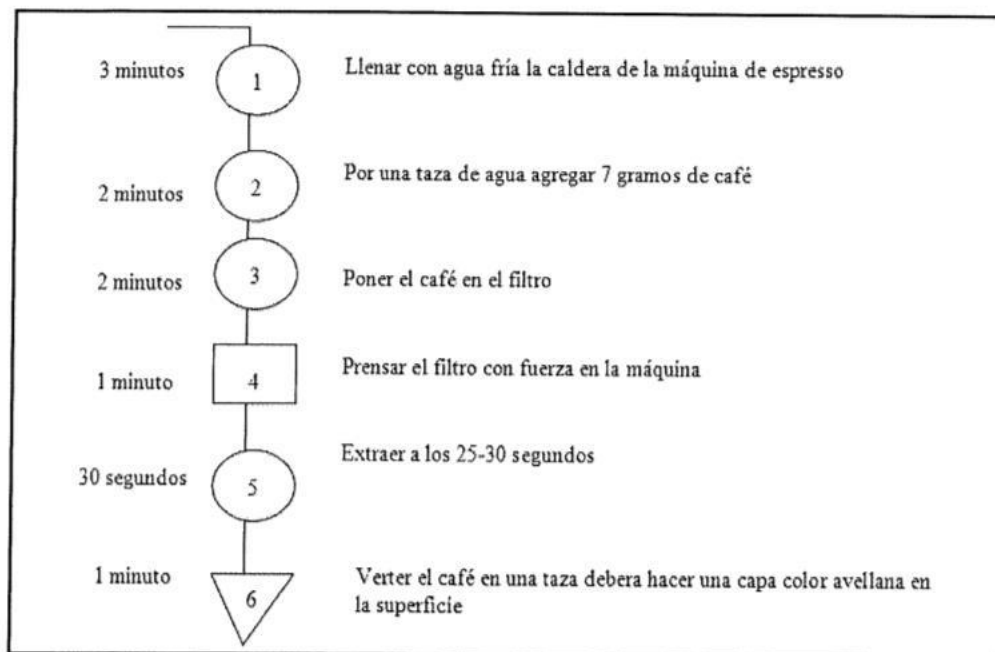
Fuente: Elaboración propia.

Figura 3.3 Diagrama de operaciones del proceso del chocolate de mesa



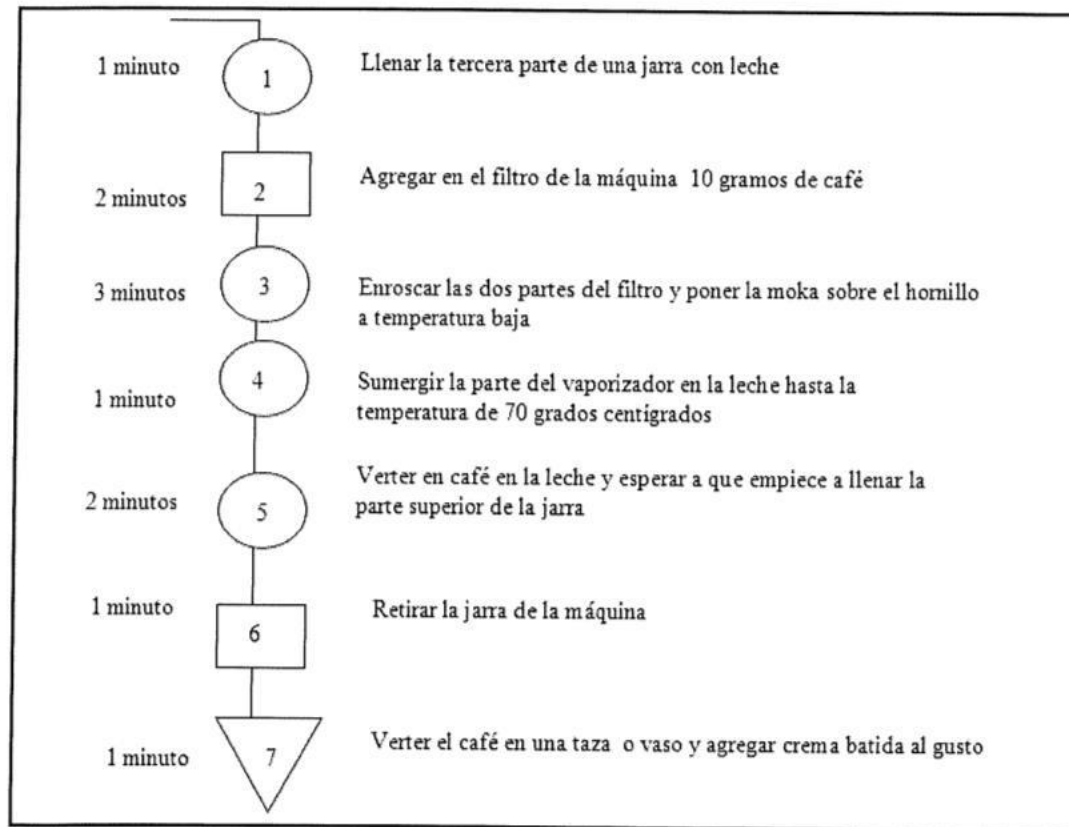
Fuente: Elaboración propia.

Figura 3.4 Diagrama de operaciones del proceso del espresso



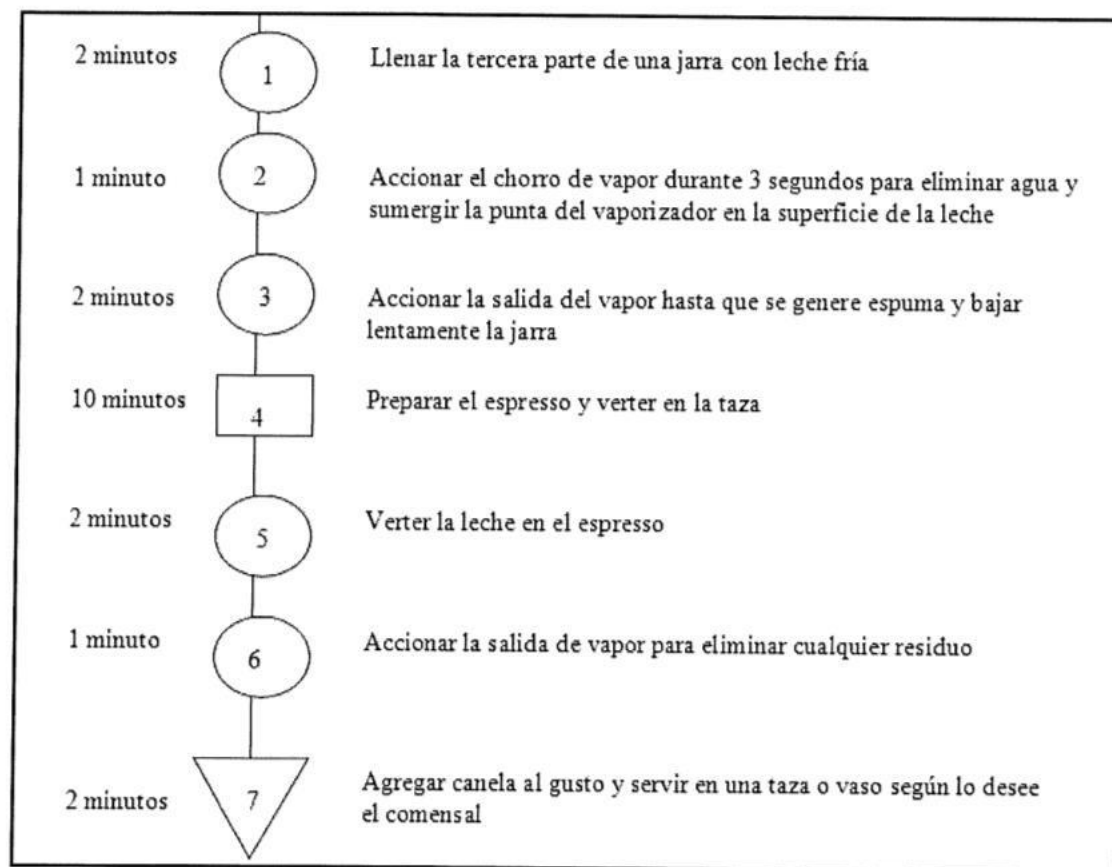
Fuente: Elaboración propia.

Figura 3.5 Diagrama de operaciones del proceso del moka



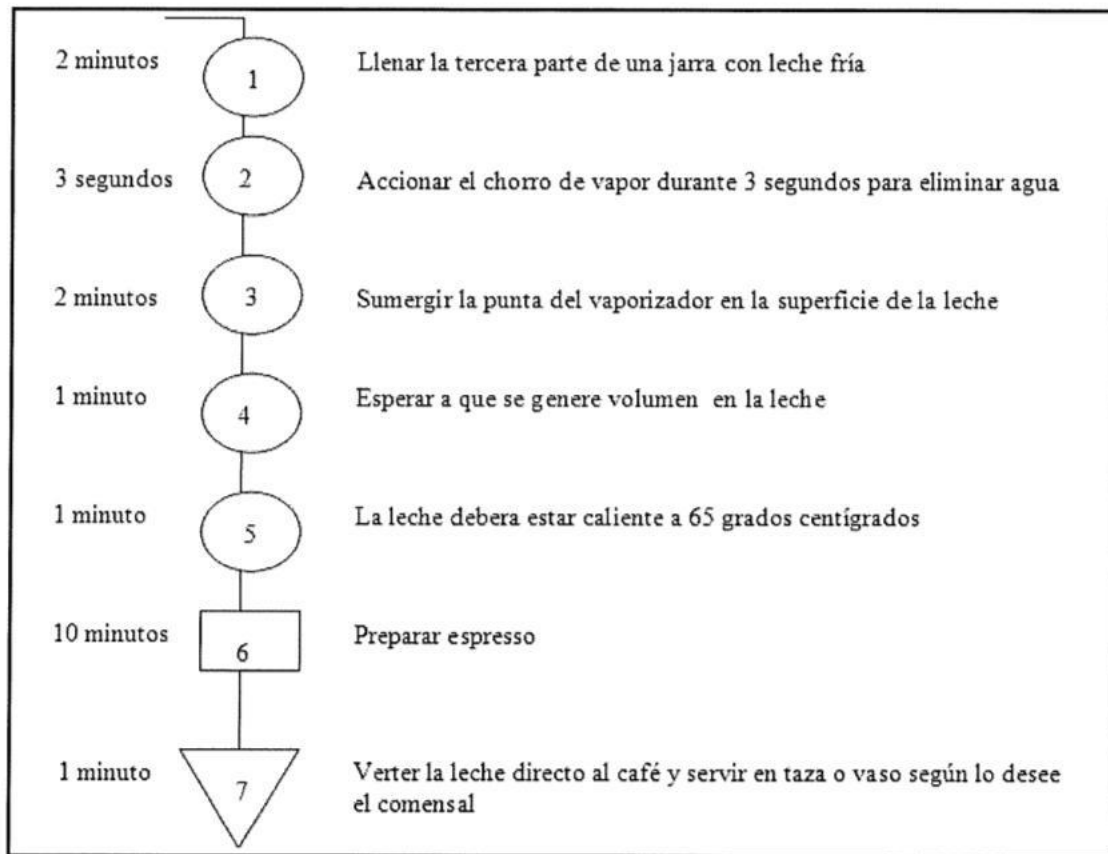
Fuente: Elaboración propia.

Figura 3.6 Diagrama de operaciones del proceso del capuccino



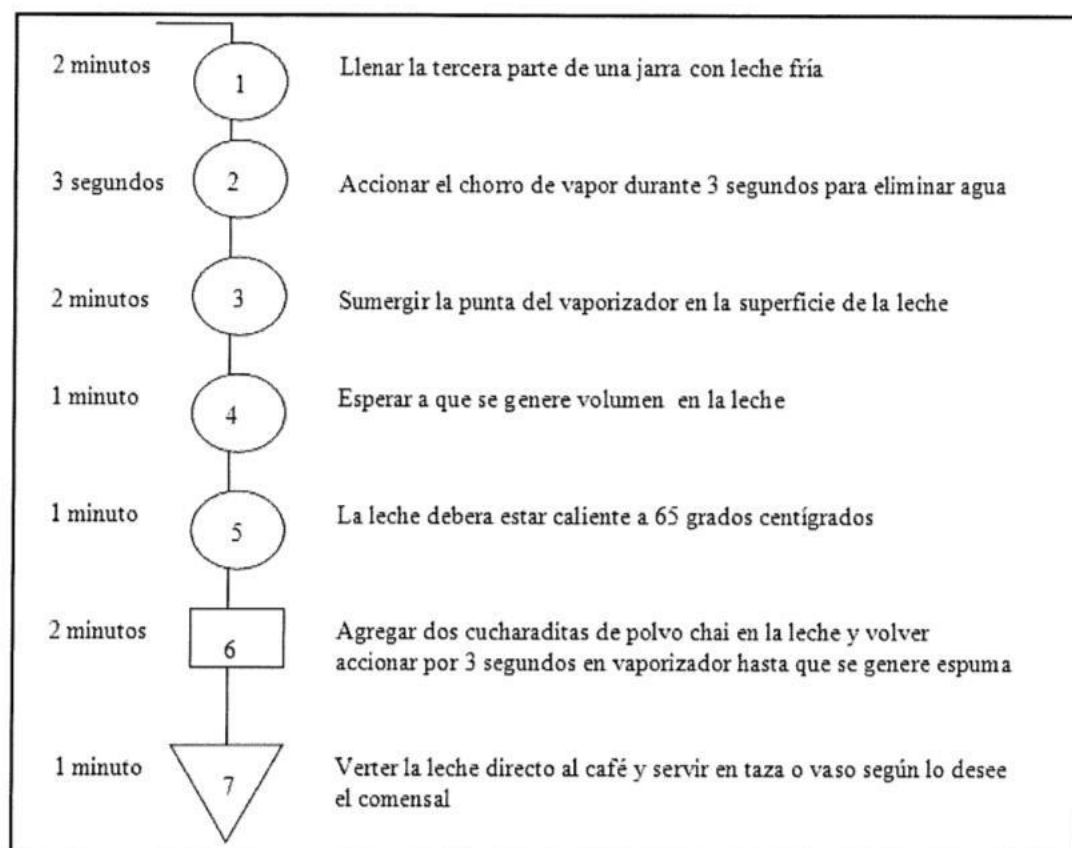
Fuente: Elaboración propia.

Figura 3.7 Diagrama de operaciones del proceso del late



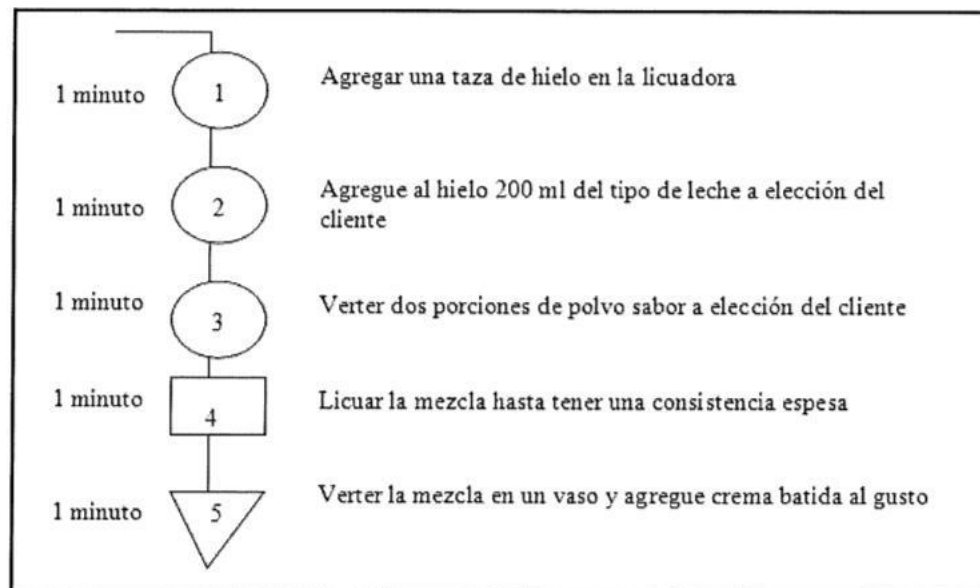
Fuente: Elaboración propia.

Figura 3.8 Diagrama de operaciones del proceso del chai



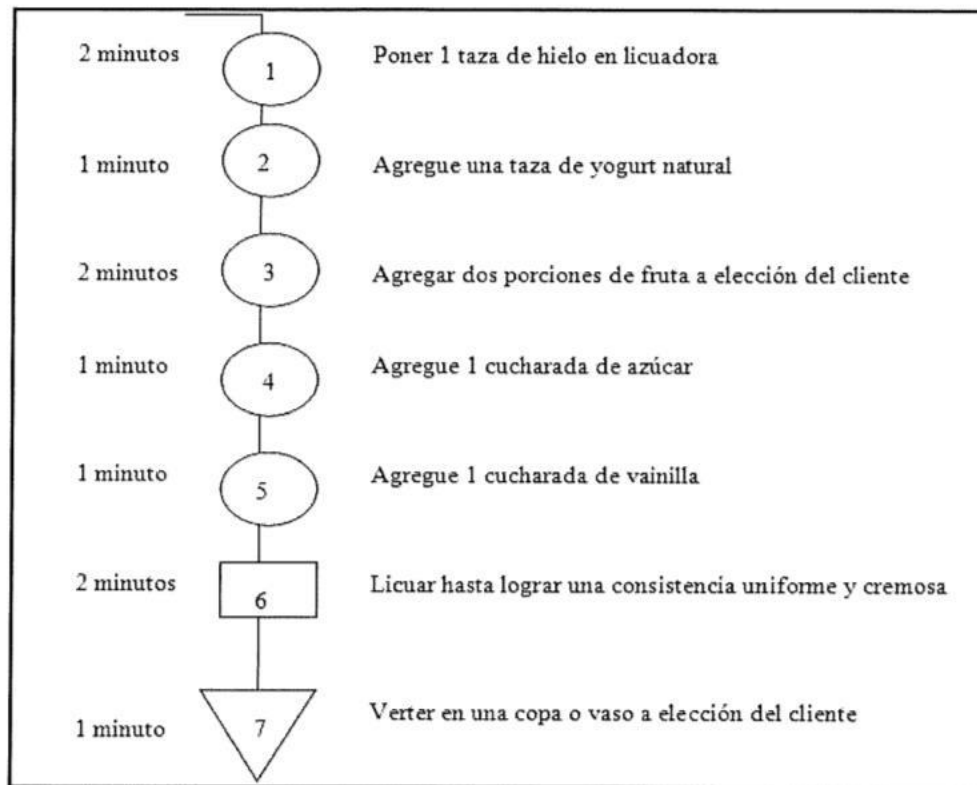
Fuente: Elaboración propia.

Figura 3.9 Diagrama de operaciones del proceso del frappe



Fuente: Elaboración propia.

Figura 3.10 Diagrama de operaciones del proceso del smothie



Fuente: Elaboración propia.

3.4. Características de la tecnología

Se tiene la intención de incorporar maquinaria y equipo con la más alta tecnología, los equipos más avanzados y novedosos, que se adapten a los requerimientos del negocio así como faciliten el proceso de producción de las bebidas. Una vez que se tiene definido el tipo de tecnología a utilizar, se podrá ir tomando decisiones en un futuro respecto a la manera de adquirir nuevos y mejores equipos.

El desarrollo tecnológico implica innovaciones, que normalmente se traducen en tecnologías completamente nuevas, el desarrollo continuo de una tecnología aumenta los beneficios que las organizaciones pueden obtener con su uso, facilita el empleo de las innovaciones y permite una mayor aplicación. Por esta razón se considera como un aspecto muy importante estar informado de las mejores aplicaciones de equipo y maquinaria que puedan irse adaptando a las necesidades del negocio (Bateman & Snell, 2005).

Las innovaciones tecnológicas contribuyen o están relacionadas al éxito de las estrategias del negocio, una tecnología podrá modificar las reglas de la competencia o marcar la diferencia en su comportamiento dentro de una industria. Las empresas que son líderes y responden de manera eficaz a las oportunidades que brinda la tecnología tendrán una gran ventaja sobre las que la emplean de manera ineficaz siempre y cuando consideren una serie de aspectos como lo es la conducta del mercado (Bateman & Snell, 2005).

Krups es reconocido como líder en el mundo como fabricante de máquinas de café y gracias también a sus muchas innovaciones. Por esta razón y la importancia que para este proyecto tiene el ofrecer a sus clientes productos de calidad, se decide incorporar tecnología de esta marca, considerando como primordiales aspectos su diseño innovador, su sencillo funcionamiento y su nobleza de operar.

3.5. Equipo e instalaciones

El diseño de las instalaciones se desarrollo con el propósito de que sean ergonómicas, es decir adecuadas a las capacidades físicas y mentales de las personas que laboran, ayude a generar mejores procedimientos para realizar las tareas diarias de trabajo en áreas seguras y fáciles de usar. De la misma manera para el cliente encuentre espacios cómodos y confortables en su entorno. Derivado de la importancia de la ergonomía en las condiciones de trabajo se han identificados los siguientes factores de carga de trabajo véase tabla 3.1.

Tabla 3.1 Factores de carga de trabajo

Aspectos Psicosociales	Ambiente Físico	Carga Mental	Carga Física
Status Social	Iluminación	Atención	Carga dinámica
Iniciativa	Vibraciones	Presión del trabajo	Carga estática
Comunicación	Ambiente térmico	Complejidad	
Relaciones con mandos	Ruido		
Tiempo de trabajo			

Fuente: Elaboración propia.

La utilización del equipo más innovador en la producción de bebidas garantiza que el proceso se lleve a cabo de la manera correcta. A continuación se describe la maquinaria a utilizar: la máquina de café de dos servicios con espumador con sistema de calentamiento Thermoblock, cafetera para espresso marca Krups XP, un mini molino casero Krups GX4100 con función programable, cafetera automática Krups, una báscula CRT, una licuadora de alto rendimiento Bull Train 3.5 libras motor industrial de alta velocidad con cuchillas de acero inoxidable con titanio para endurecer y mejorar el desempeño, jarras de acero inoxidable, un horno de microondas y un refrigerador Acros 250 litros de acero inoxidable.

3.6. Materia prima

Café: Café orgánico de altura, café tostado de altura. Té: Frutas naturales, frambuesa con kiwi, chai, manzanilla, verde. Lácteos: Leche 2 por ciento de grasa, leche semidescremada, leche deslactosada, crema batida. Otros productos: jarabes y saborizantes, azúcar, polvos, agua embotellada, chocolate, crema en polvo, sal, canela, sustituto de azúcar.

3.7. Capacidad instalada

La capacidad del lugar es para siete mesas cuadradas de cuatro sillas cada una, cinco sillones individuales tipo *lounge*, dos sillones ubicados en el área principal para tres personas cada uno y tendrá una barra con ocho bancos individuales. Se contempla el espacio de sanitarios para mujeres y hombres por separado. Se tiene el área designada para almacén y un espacio para oficina. Se contempla la instalación de salidas de emergencia, extintor, alarmas contra incendio y robo como lo establece la Secretaria de Salubridad y Asistencia.

3.8. Manejo de inventarios

Es importante contar con el control de inventarios en el negocio con el propósito de pronosticar de una mejor manera las ganancias y reducción de pérdidas. De tal forma que se pueda lograr la automatización en la toma de los inventarios, haciendo posible que se realicen eficazmente. El objetivo de la administración de inventarios se basa en proporcionar los inventarios que se requieren para mantener las operaciones al más bajo costo posible.

Los métodos más utilizados para fijar el costo de las mercancías son el promedio ponderado, últimas entradas primeras salidas (en adelante, UEPS) y primeras entradas primeras salidas (en adelante, PEPS). Por ejemplo el primero consiste en obtener el costo promedio de cada uno de los artículos que hay en el inventario final siempre y cuando las unidades son idénticas en apariencia, pero no en el precio de adquisición, por cuanto se han comprado en distintos tiempos y a diferentes precios (Ramírez, 1997).

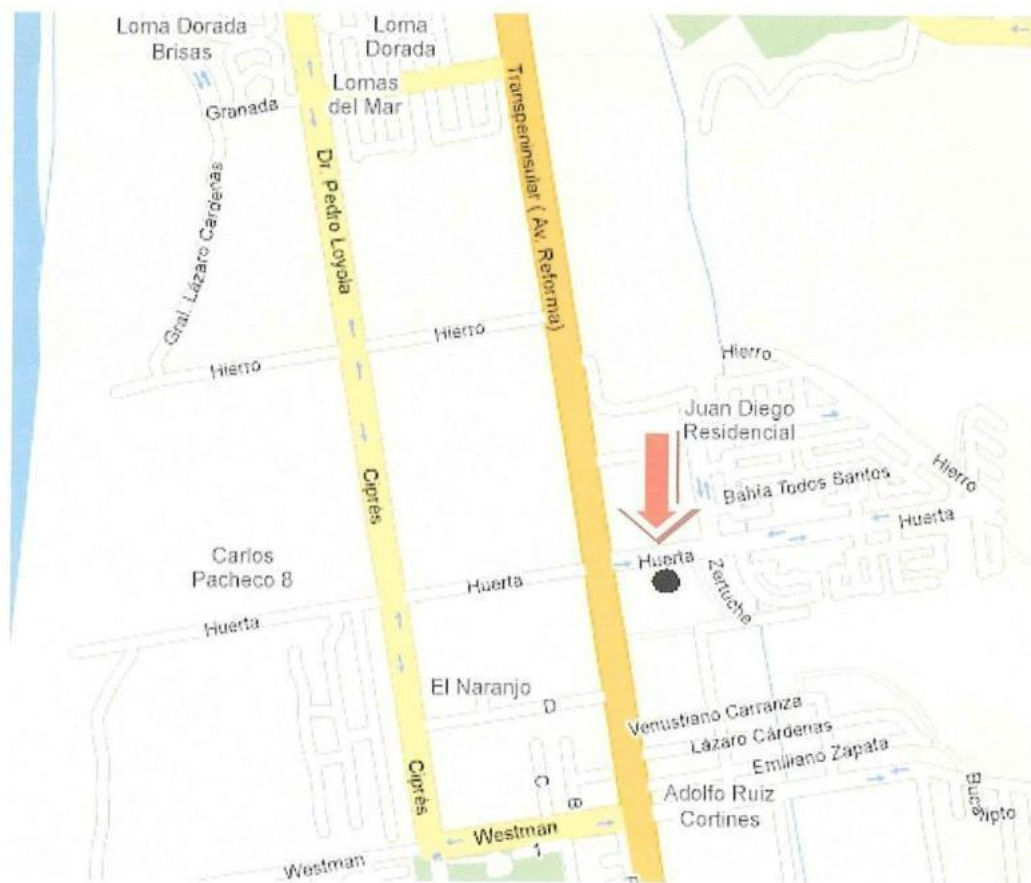
El método UEPS se basa en que la última existencia en entrar es la primera en salir. Mientras que el sistema PEPS, al aplicarlo a las mercancías significa que las existencias que primero entran al inventario son las primeras en salir del mismo, esto significa que las primeras que se compran, son las primeras que se venden. Siendo este último método con el cual el negocio maneja el control de sus inventarios (Ramírez, 1997).

Por medio del método primeras entradas primeras salidas, el negocio conoce el valor de la mercancía en existencia en cualquier momento, sin necesidad de llevar a cabo un conteo físico, por que los movimientos de compra y venta de la mercancía se registran directamente en el momento de realizar la transacción a su precio de costo. Se contempla el registro de estos movimientos en el método PEPS, donde se suman y restan todas las operaciones de un periodo que da como resultado el saldo final de mercancías (Ramírez, 1997).

3.9. Ubicación del negocio

Se tiene contemplado la ubicación del negocio en la zona sur de la ciudad, se considera su ubicación en la calle huerta de la colonia Carlos Pacheco de la ciudad de Ensenada. En un terreno con superficie de 220 metros cuadrados, considerando una disponibilidad de construcción de 180 metros cuadrados. La elección del lugar como ya se ha mencionado anteriormente, se debe a la plusvalía que se ha desarrollado en la zona, transita mayor número de personas y existe un movimiento comercial diariamente.

Figura 3.11 Ubicación



Fuente: Google Map 2009

Como se puede observar en el plano anterior, la ubicación del negocio se tiene considerada en la zona sur de la ciudad, en la calle Huerta s/n de la colonia Carlos Pacheco en Ensenada, B.C.

3.10. Diseño y distribución del negocio

Está contemplado que el negocio se establezca en la calle Huerta de la colonia Carlos Pacheco y Reforma en la ciudad de Ensenada. A continuación se describe la distribución de las instalaciones.

Tabla 3.2 Distribución del negocio

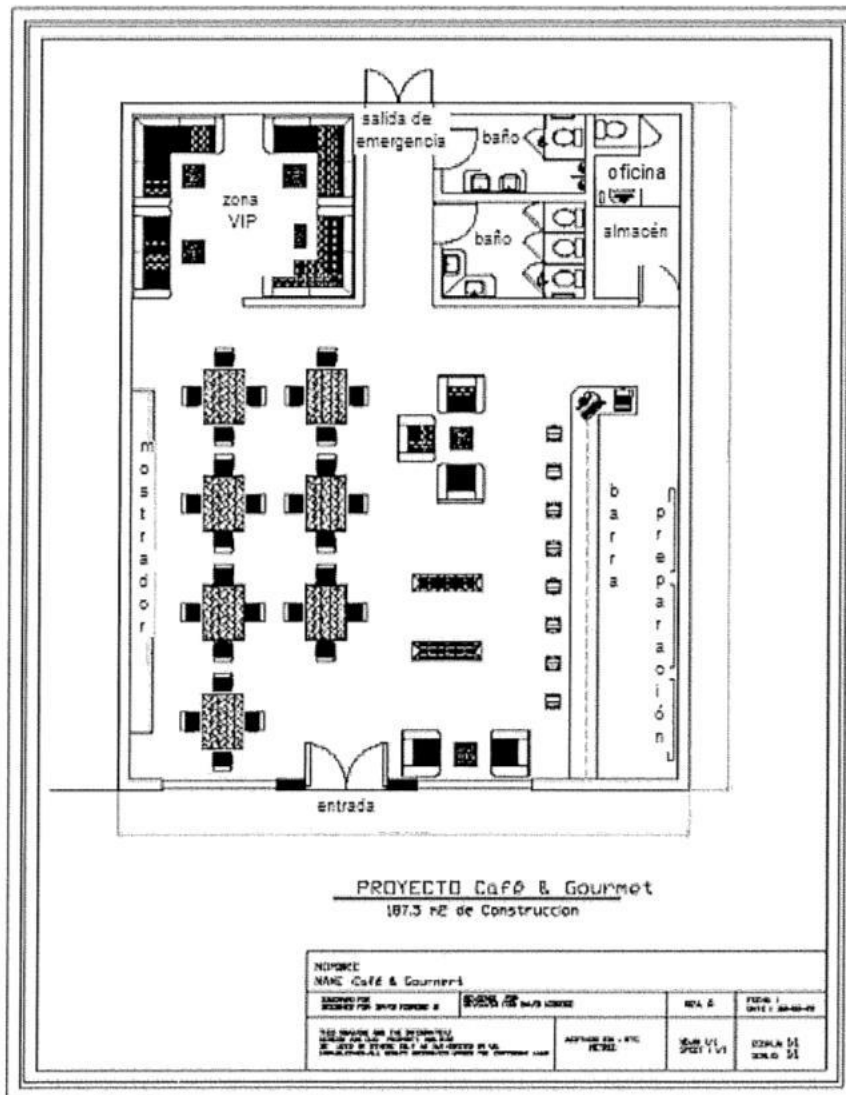
No.	Descripción
1	Entrada
2	Barra
3	Caja
4	Mostrador de Producto
5	Zona VIP
6	Sanitarios
7	Almacén
8	Oficina
9	Preparacion de bebidas
10	Salida de emergencia

Fuente: Elaboración propia

1. Entrada.- Se localiza al frente del negocio.
2. Barra.- Esta ubicada de lado derecho al ingresar al establecimiento, su espacio está destinado para que ocho personas estén cómodamente sentadas en bancos individuales.
3. Caja.- Se encuentra en la parte final de la barra cerca de almacén y oficina.
4. Mostrador.- Localizado en la parte izquierda al ingresar al establecimiento, la mayor parte de la pared está diseñado para que los productos estén a la vista del cliente.
5. Zona VIP.- Localizada al fondo del establecimiento del lado izquierdo, acondicionada con dos sillones para tres personas cada uno.
6. Sanitarios.- Localizados en la parte lateral derecha del establecimiento, los sanitarios son individuales para la comodidad de los clientes.
7. Almacén.- Localizado a un costado del lado derecho al final de la barra.

8. Oficina.- Localizada a un costado izquierdo del almacén.
9. Preparación de bebidas.- El área de producción de bebidas se ubica del lado izquierdo detrás de la barra.
10. Salida de emergencia.- Ubicada justo en el fondo del establecimiento indicándola con la debida señalización.

Figura 3.12 Plano de Distribución



Fuente: Elaboración Ingeniero Manuel López.

3.11. Mano de obra requerida

A continuación se hace mención de los puestos y plazas necesarias consideradas en la realización de este proyecto.

Tabla 3.3 Mano de obra requerida

PUESTO	TOTAL DE COLABORADORES	MINIMO DE COLABORADORES	MAXIMO DE COLABORADORES
Gerente	1	1	1
Supervisor	1	1	1
Caja	1	1	1
Asistente	1	1	1
Servicio al Cliente	5	4	7
Servicios	1	1	1
	10	9	12

Fuente: Elaboración propia.

3.12. Programa de producción

Con el propósito de hacer el uso adecuado de los recursos y considerando la naturaleza del producto final del negocio siendo este perecedero, el inventario final del producto mensualmente presenta una tendencia a cero. La intención de tener un programa de producción es el garantizar que las herramientas, equipo y materiales estén disponibles en el momento que se requieren para cumplir con la planeación de la producción.

Tabla 3.4 Programa de Producción

CONCEPTO/FECHA	INICIO/MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Inventario Inicial	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ventas pronosticadas	390	400	430	430	431.5	432	432	433	434	434	434	434
Necesidad Total	410	410	410	410	410	411	411	411	411	411	411	411
Balance	-20	-10	20	20	21.5	21	21	22	23	23	23	23
Balance acumulado de meta de producción	-20	193	213	233	254.5	275.5	296.5	318.5	341.5	364.5	387.5	410.5
Producción requerida para el periodo	410.5	822	1232.5	1643	2053.5	2464	2874.5	3285	3695.5	4106	4516.5	4927

Ventas Anuales 4927

* Expresado en unidades

Fuente: Elaboración propia.

Para que la planeación y programación de la producción se lleve a cabo de la manera adecuada, es importante tener identificada la distribución física del negocio, de tal forma que permita hacer uso óptimo de los espacios. De la misma manera es elemental el manejo correcto de los flujos del proceso productivo, así como la calidad y existencia de la materia prima que se utiliza para la producción. Con la participación activa y el trabajo en equipo, los colaboradores contribuirán a que se cumpla con la producción anual de unidades proyectada.

Capítulo 4. Organización

4.1. Estructura organizacional

Una de las estrategias para que el negocio opere y funcione de una manera correcta es tener definida la forma en que debe estar organizado. Con el diseño de la estructura organizacional se pretende que las funciones de cada uno de los puestos que integran el negocio estén bien identificadas, proporcionen la información y división correcta del trabajo, así como las herramientas que sirven de apoyo en todos los procesos relacionados.

El tipo de estructura del negocio es funcional donde las funciones estén agrupadas de acuerdo a las actividades que se requieren desempeñar en las áreas de servicio a cliente, servicios, control de caja, asistencia administrativa y la gerencia. Con la finalidad de que exista coordinación entre las actividades que se lleven a cabo para poder ofrecer el servicio que pretende el negocio.

Una de las ventajas de este tipo de estructura es su aplicación desde las pequeñas, medianas y grandes organizaciones, lo que permite adaptarla al crecimiento del negocio en un plazo determinado. Se pueden integrar personas con habilidades similares, comprar equipos más eficientes, se puede estar vigilando de una manera más eficaz el entorno y adaptar los cambios al negocio, las normas de desempeño pueden ser sustentadas de mejor manera, es decir, personal con capacitación e intereses similares pueden desarrollar un intereses compartidos para sus trabajos (Bateman & Snell, 2005).

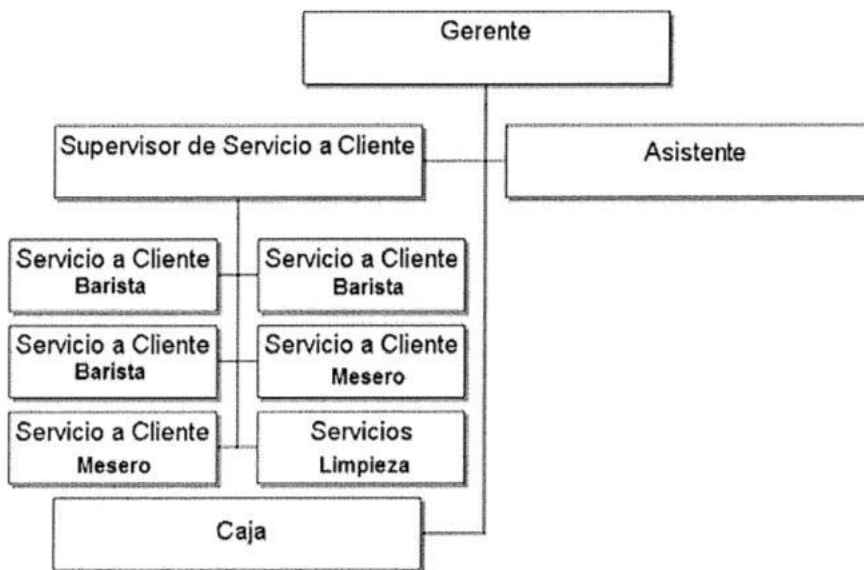
El personal tiene mayor oportunidad para lograr un adiestramiento especializado y un desarrollo profundo de habilidades, así como la toma de decisiones y las líneas de comunicación son simples y entendidas de una manera clara, lo que ofrece a los colaboradores confianza en el equipo de trabajo y en sus líderes. Todo esto se ve reflejado en el servicio al cliente que es uno de los objetivos del negocio (Bateman & Snell, 2005).

Dentro de las desventajas que se pueden mencionar para esta estructura y donde se debe estar concentrado es a que el personal esté enfocado a ejercer su propia función que de la compañía como un todo, de lo contrario se perdería su atención a la calidad del servicio y el servicio al cliente por ejemplo. El personal puede desempeñarse como especialista y no como generalista en el negocio, el problema podría surgir si no son bien establecidos los canales de comunicación en el negocio (Bateman & Snell, 2005).

4.1.1. Organigrama general de la empresa

A continuación se muestra la estructura funcional del negocio.

Figura 4.1 Organigrama



Fuente: Elaboración propia.

4.2. Funciones específicas por puesto

A continuación se menciona las descripciones y funciones principales de los puestos de la organización como elementos claves en la estructura organizacional.

Departamento	Administración		
Ubicación	Local		
Puesto	Gerente		
Personal a cargo	9 personas	Reporta a	Propietario
Nivel o Grado	Profesionista Licenciatura en administración, negocios internacionales, contador	Tipo de puesto: ☒ X Jornada completa ☐ Media jornada ☐ Contrato	Horas 40 por semana ☒ X Administrativo ☐ Directo

Descripción general

Coordinar todos los procesos involucrados en el logro de los objetivos de la organización. Establecer objetivos del negocio. Diseñar planes de trabajo. Desarrollar roles de trabajo para colaboradores. Vigilar el cumplimiento de las disposiciones legales del negocio. Vigilar el cumplimiento de metas. Reclutar, seleccionar y contratar al personal. Implementar planes de capacitación. Controlar el sistema de inventarios. Lanzamientos promocionales de venta. Administrar el personal.

Requisitos de experiencia laboral

En administración general, sistemas básicos de cómputo. Administración de personal. Habilidades en relaciones personales, iniciativa, proactivo, toma de decisiones, creativa.

Requisitos académicos

Licenciatura en administración

EXPERIENCIA	De 2 a 3 años		
REVISADO POR	Administración	ÁREA	Administración
FECHA DE PUBLICACIÓN	2009		

Departamento	Servicio al Cliente		
Ubicación	Local		
Puesto	Supervisor de Servicio a Cliente		
Personal a cargo	6 personas	Reporta a	Gerente
Nivel o Grado	Carrera trunca	Tipo de puesto:	Horas 40 por semana
		☐ X Jornada completa	☐ X Administrativo
		☐ Media jornada	☐ Directo
		☐ Contrato	

Descripción general

Coordinar los esfuerzos de personal a cargo para la satisfacción en el servicio al cliente. Supervisa roles de trabajo. Capacitar, motivar y estimular personal a su cargo. Supervisar personal a cargo. Elaborar reportes solicitados por gerencia. Responsable de que las áreas de servicio al cliente estén limpias. Responsable del logro de satisfacción de servicio al cliente. Responsable del cumplimiento del reglamento de trabajo. Asegurar que el suministro de utensilios y materia prima sea el correcto con el área de servicios. Responsable del cumplimiento del control de inventarios. Responsable de la presentación en exhibición de los productos a la venta. Define estrategias de equipo de trabajo.

Requisitos de experiencia laboral

Habilidades de trabajo en equipo, capacidad de liderazgo, toma de decisiones.

Requisitos académicos

Carrera técnica o carrera universitaria trunca
En administración, computación, matemáticas básicas.

EXPERIENCIA	1 a 2 años		
REVISADO POR	Administración	ÁREA	Administración
FECHA DE PUBLICACIÓN	2009		

Departamento	Administración		
Ubicación	Local		
Puesto	Asistente		
Personal a cargo	No tiene personal a cargo		Reporta a Gerente
Nivel o Grado	Carrera trunca	Tipo de puesto: ☐ X Jornada completa ☐ Media jornada ☐ Contrato	Horas 40 por semana ☐ X Administrativo ☐ Directo

Descripción general

Responsable de apoyar las necesidades administrativas del negocio. Elaborar reportes a gerencia. Responsable de contestar los teléfonos. Pago a proveedores y servicios. Elabora facturas a proveedores. Apoyo administrativo.

Requisitos de experiencia laboral

Carrera comercial o carrera trunca. Capacidad de negociación, toma de decisiones, capacidad de análisis, sentido de lógica.

Requisitos académicos

Conocimientos básicos de computación, básicos de contabilidad, administración.

EXPERIENCIA	1 año		
APROBADO POR	Administración	ÁREA	Administración
FECHA DE PUBLICACIÓN	2009		

Departamento	Administración		
Ubicación	Local		
Puesto	Caja		
Personal a cargo	No tiene personal a cargo	Reporta a	Gerente
Nivel o Grado	Bachillerato	Tipo de puesto:	Horas 40 por semana
		☐ X Jornada completa	☐ X Administrativo
		☐ Media jornada	☐ Directo
		☐ Contrato	

Descripción general

Tiene a su cargo la operación y administración de la caja del negocio. Manejo del fondo de caja chica. Recepción de clientes. Aclarar dudas del menú al cliente. Elaborar facturas. Registros de cuentas a clientes. Cobro a clientes. Elaborar reportes a gerencia.

Requisitos de experiencia laboral

Dominio de matemáticas básicas, conocimiento de computación básica.

Requisitos

Iniciativa, rapidez, buena actitud, toma de decisiones en situaciones sencillas.

EXPERIENCIA	1 año		
APROBADO POR	Administración	ÁREA	Administración
FECHA DE PUBLICACIÓN	2009		

Departamento	Servicio al Cliente		
Ubicación	Local		
Puesto	Servicio a cliente - Barista		
Personal a cargo	No tiene personal a cargo	Reporta a	Supervisor de Servicio al Cliente

Nivel o Grado	Bachillerato	Tipo de puesto:	Horas 40 por semana
		☐ X Jornada completa	☐ Administrativo
		☐ Media jornada	☐ X Directo
		☐ Contrato	

Descripción general

Es el responsable de la satisfacción del servicio. Brindar excelente servicio al cliente. Prepara o empaca el producto que haya solicitado el cliente. Preparar las bebidas calientes o frías. Mantener su área de trabajo limpia. Cumplir los roles de trabajo asignados por su supervisor. Elaborar los reportes solicitados por su supervisor. Lavar en su turno las tasas y utensilios sucios. Darle las gracias al cliente por su compra de una manera amable.

Requisitos de experiencia laboral

Servicio de atención al cliente

Requisitos

Facilidad de palabra, capacidad de organización.

EXPERIENCIA	No necesaria		
APROBADO POR	Administración	ÁREA	Administración
FECHA DE PUBLICACIÓN	2009		

Departamento	Servicio al Cliente		
Ubicación	Local		
Puesto	Servicio a cliente - Mesero		
Personal a cargo	No tiene personal a cargo	Reporta a	Supervisor de Servicio al Cliente

Nivel o Grado	Bachillerato	Tipo de puesto:	Horas 40 por semana
		☐ X Jornada completa	☐ Administrativo
		☐ Media jornada	☐ X Directo
		☐ Contrato	

Descripción general

Es el vínculo entre el negocio y el cliente final, responsable de la satisfacción del servicio. Brindar excelente servicio al cliente. Toma la orden de compra del cliente. Proporcionar al cliente el producto que haya solicitado. Mantener su área de trabajo limpia. Cumplir los roles de trabajo asignados por su supervisor. Llevar a cabo los roles de limpieza asignados por su supervisor. Elaborar los reportes solicitados por su supervisor. Darle las gracias al cliente por su compra de una manera amable.

Requisitos de experiencia laboral

Servicio de atención al cliente

Requisitos

Facilidad de palabra, capacidad de organización.

EXPERIENCIA	No necesaria		
APROBADO POR	Administración	ÁREA	Administración
FECHA DE PUBLICACIÓN	2009		

Departamento	Servicio al Cliente		
Ubicación	Local		
Puesto	Servicios		
Personal a cargo	No tiene personal a cargo	Reporta a	Supervisor de Servicio al Cliente

Nivel o Grado	Bachillerato	Tipo de puesto:	Horas 40 por semana
		☐ X Jornada completa	☐ Administrativo
		☐ Media jornada	☐ X Directo
		☐ Contrato	

Descripción general

Es responsable del mantenimiento y limpieza de las instalaciones. Responsable del cumplimiento del rol de limpieza. Responsable de la limpieza y buena presentación de los sanitarios. Tirar la basura en espacios asignados. Mantener limpia las áreas verdes y accesos al negocio.

Requisitos de experiencia laboral

Conocimiento sobre usos y cuidados de productos de limpieza.

Requisitos

Iniciativa, capacidad de organización y sentido de urgencia.

EXPERIENCIA	No necesaria		
APROBADO POR	Administración	ÁREA	Administración
FECHA DE PUBLICACIÓN	2009		

4.3. Capacitación de personal

El gasto promedio anual en capacitación formal que efectúan las grandes empresas en Estados Unidos se acerca a la cifra de los 63 millones de dólares más toda aquella que se lleva a cabo informalmente, como ejercicios, talleres, simulaciones. A pesar de que se ha reducido el presupuesto y se han estado implementando otras técnicas económicamente más accesibles, la capacitación no deja de ser una de las áreas de las organizaciones más importantes (Bateman & Snell, 2005).

Hoy en día se vive en un mundo globalizado, el cual exige a los colaboradores de un negocio estar capacitados para realizar sus funciones de una mejor manera, están obligados a fortalecer sus habilidades, conocimientos, sus aptitudes y mostrar mejor actitud en su trabajo. Son pocas las ocasiones en que los nuevos empleados están en posición de desempeñarse satisfactoriamente, con mucha frecuencia es preciso entrenarlos en las labores para las que fueron contratados.

Inclusive algunos empleados con experiencia que son ubicados en nuevos puestos pueden necesitar capacitación para desempeñar en forma adecuada su trabajo, con el propósito de alcanzar los objetivos del negocio está considerado implementar un plan de capacitación constante al personal. Por ello se deberán considerar diversos factores que ayuden a diseñar un sistema flexible que se adapte a las necesidades de la organización.

Cuando se realiza una correcta evaluación de las necesidades de capacitación lleva a que los objetivos del plan se determinen de una manera más clara y se estipulen los medios que se utilizarán para alcanzarlos. El responsable de capacitación debe de estar en contacto directo con el personal, con la finalidad de detectar necesidades, evaluar comportamientos y generar una retroalimentación después de que se lleve a cabo la capacitación (Werther & Davis, 2001).

Una vez que el colaborador se integra a la organización con el apoyo de un curso de inducción, deberá desarrollar en su vida laboral una serie de habilidades, conocimientos y actitudes para desempeñarse de una manera efectiva con la ayuda de la capacitación que recibirá de la organización. Esto contribuirá al desarrollo del recurso humano del negocio así como preparar a los miembros de la organización para desempeñarse en nuevas funciones y puedan cumplir con responsabilidades más complejas.

4.4. Desarrollo de personal

Se puede entender como desarrollo de personal el proceso para acentuar o adquirir valores, estilos, trabajo en equipo u otros aspectos en la personalidad de los colaboradores del negocio, para aprender del recurso humano y de la misma organización es necesario estimular la creatividad, dedicación y carácter en el trabajo, con el propósito de formar personas con firmeza, entereza y profesionalismo necesario (Werther & Davis, 2001).

Por ello se requiere que los planes de capacitación se diseñen con la visión de fortalecer las habilidades, aptitudes y características del colaborador, con la intención de que se integren al negocio, interactúen con los miembros de la organización, estén preparados para un servicio personalizado al cliente, así como adaptarse de una manera eficaz a las diversas situaciones que se presenten.

La capacitación que se le proporcione al recurso humano en el negocio está considerada como una inversión, se podrán adaptar las herramientas como por ejemplo para empujar a los colaboradores al logro de sus objetivos, trabajos en equipos de alto desempeño, inteligencia emocional, reingeniería, contratación de agencias especializadas, lo que permite que las necesidades de capacitación y desarrollo sean detectadas, con el propósito de que los colaboradores estén preparados para desempeñar su puesto de una manera satisfactoria y puedan asumir mayores responsabilidades.

4.5. Administración de sueldos y salarios

La administración de sueldos y salarios engloba todos los niveles de la organización, principalmente consiste en remunerar a los empleados en base a la responsabilidad que tienen en su puesto, considerando su desempeño, atraer y retener a los mejores para que se desempeñen en el puesto indicado. Su propósito es lograr un equilibrio de salarios dentro de la organización, así como un equilibrio con el mercado externo con relación al mercado de trabajo (Milton, 2000).

En México existen regulaciones que vigilan el cumplimiento de pagos de salarios principalmente considerando aspectos como ubicación geográfica así como el giro del negocio, entre otros. Por lo que la organización se debe de apegar a ellos, sin embargo existen sistemas para poder administrar los salarios del negocio. Establecer políticas de sueldos, remuneraciones y beneficios son los factores a considerar en la planeación adecuada de la administración de sueldos y salarios de los colaboradores.

El método a utilizar para administrar el pago de sueldos consiste en la evaluación de cargos de jerarquización, es decir estipular los cargos en orden creciente o decreciente en base un criterio a comparar, su función principal es generar datos que se puedan interpretar para establecer un precio a cada cargo, estipulando diferencias si las hubiera entre cada cargo pudiendo ser estas cualitativas o cuantitativas (Bateman & Snell, 2005).

Una de las ventajas del método de evaluación de cargos es que aparte de ayudar a la administración de los sueldos, facilita que cada cargo sea considerado de manera genérica en los aspectos de otorgar beneficios, salarios, regalías, compensaciones, etcétera. Este tipo de método es recomendado para organizaciones con logros de trabajo en equipo donde los miembros de la organización sean evaluados y considerados en la toma de decisiones para la asignación de sueldos o beneficios a sus miembros (Milton, 2000).

De la misma manera el contar con un sistema adecuado de recompensas servirá para atraer, motivar y retener al personal. Por lo que se considera un plan de recompensas y beneficios en el diseño de la estructura de sueldos y salarios, siendo atractivo para el personal, los factores principales a considerar para el diseño del plan son condiciones de mercado laboral, tasa de salarios del área, costo de vida, requisitos legales, capacidad de remuneración, valor del empleado, valor del trabajo, políticas de compensaciones (Bateman & Snell, 2005).

Tabla 4.1 Administración de sueldos y salarios

Impuesto Federal	Se retiene impuesto sobre producción y trabajo. Este impuesto varía dependiendo dentro del rango que se encuentre el sueldo.
Impuesto Estatal	1.8% sobre sueldos para el Estado más el 15% del resultado del 1.8% para la educación superior
INFONAVIT	5%
IMSS	25.68%(el 19.10% se calcula sobre el salario mínimo del área geográfica y no sobre el salario diario integrado)
Retiro, cesantía en edad avanzada y vejez (RCV)	5.15%
Vacaciones y prima vacacional	1 año de antigüedad: 6 días más 25 % de prima vacacional 2 años de antigüedad: 8 días más 25 % de prima vacacional 3 años de antigüedad: 10 días más 25 % de prima vacacional 4 años de antigüedad: 12 días más 25 % de prima vacacional 5 años de antigüedad: 14 días más 25 % de prima vacacional De 10 a 14 años de antigüedad: 16 días más 25 % de prima vacacional De 15 a 19 años de antigüedad: 18 días más 25 % de prima vacacional De 20 a 24 años de antigüedad: 20 días más 25 % de prima vacacional De 25 a 29 años de antigüedad: 22 días más 25 % de prima vacacional
Aguinaldo	15 días al año
Prima dominical (Trabajo en día domingo)	25% de su salario diario
Días de descanso obligatorio	1° de enero, 5 de febrero, 21 de marzo, 1° de mayo 16 de septiembre, 20 de noviembre, 1° de diciembre de cada seis años, cuando corresponda a la transmisión del Poder Ejecutivo Federal y el 25 de diciembre

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.2 Nómina semanal expresada en Moneda Nacional

Recibimos de xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx con registro ante IMSS xxx-xxxx-xx respectivamente cada uno de los firmantes que se consignan en la presente nómina, por nuestros servicios prestados durante la semana del xx de xxxxxx al xx de xxxxxx de 2009. Las cantidades que se describen y que cubren hasta la fecha todas nuestras prestaciones a nuestra entera satisfacción.													
REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES CURP	NOMBRE DEL TRABAJADOR	AFIILIACIÓN ANTE I.M.S.S.	DÍAS TRAB. DIARIO	SDO	IMPORTE	PROP. A DÍA DE DESC.	TOTAL DEV.	I.M.S.S.	I.S.P.T.	SUPOSICIÓN AL EMPLEO	CREDITO AL INFORMAVIT	NETO A RECIBIR	FIRMA DEL TRABAJADOR
XXXX-XXXXXX-XX	Gerente General	XX-XX-XX-XXXX-X	6	414.51	2,487.06	414.51	2,901.57	96.85	337.85			2,464.86	
XXXX-XXXXXX-XX	Supervisor	XX-XX-XX-XXXX-X	6	286.97	1,721.82	286.97	2,008.79	63.99	174.06			1,770.73	
XXXX-XXXXXX-XX	Cajero	XX-XX-XX-XXXX-X	6	143.48	860.88	143.48	1,004.36	24.77	132.51			1,112.10	
XXXX-XXXXXX-XX	Asistente	XX-XX-XX-XXXX-X	6	191.30	1,147.80	191.30	1,339.10	37.84	54.34			1,355.59	
XXXX-XXXXXX-XX	Servicios	XX-XX-XX-XXXX-X	6	95.65	573.90	95.65	669.55	11.70	166.02			823.67	
XXXX-XXXXXX-XX	Servicio al cliente 1	XX-XX-XX-XXXX-X	6	127.53	765.18	127.53	892.71	20.41	139.65			1,011.95	
XXXX-XXXXXX-XX	Servicio al cliente 2	XX-XX-XX-XXXX-X	6	127.53	765.18	127.53	892.71	20.41	139.65			1,011.95	
XXXX-XXXXXX-XX	Servicio al cliente 3	XX-XX-XX-XXXX-X	6	127.53	765.18	127.53	892.71	20.41	139.65			1,011.95	
XXXX-XXXXXX-XX	Servicio al cliente 4	XX-XX-XX-XXXX-X	6	127.53	765.18	127.53	892.71	20.41	139.65			1,011.95	
XXXX-XXXXXX-XX	Servicio al cliente 5	XX-XX-XX-XXXX-X	6	127.53	765.18	127.53	892.71	20.41	139.65			1,011.95	
Sumas Totales					10,617.36	1,769.56	12,386.92	339.23	511.92	1,051.13	-	12,586.90	

4.6. Evaluación del desempeño

La evaluación del desempeño consiste en medir el desempeño de un empleado en su trabajo, teniendo como propósitos: uno, administrativo debido a que es una herramienta que proporciona información para la toma de decisiones sobre salarios, promociones o despidos, genera documentos para justificar la decisión, dos, de desempeño, toda la información que se obtenga es utilizada para detectar necesidades de capacitación, planeación de carrera que ayudara a tener un mejor desempeño del trabajador en la organización (Bateman & Snell, 2005).

El método de 360 grados consiste en evaluar el desempeño de toda la organización, con sus clientes internos y externos, donde se utilizan diferentes fuentes de evaluación para obtener una visión general del desempeño de cada uno de los colaboradores y de la organización, los aspectos principales a medir son: actitud, creatividad nivel de flexibilidad, satisfacción del cliente, satisfacción del proveedor cumplimiento de reglamento de trabajo, nivel de adaptabilidad, manejo de valores morales y manejo de la diversidad (Bateman & Snell, 2005).

Las mejores fuentes para generar información para evaluar el desempeño de los colaboradores son los administradores y supervisores, debido a que están en contacto directo con ellos, permitiendo observar su comportamiento. Sin embargo se considera que los mismos miembros de los equipos de trabajo pueden evaluar a sus compañeros, pudiendo generar mayor información de utilidad.

Capítulo 5. Finanzas

5.1. Sistema contable de la empresa

En este capítulo se desarrolla la corrida financiera donde se presentan los montos de inversión requeridos para el establecimiento del café boutique; el cual tiene un monto de préstamo de \$ 278,632.80 pesos moneda nacional, representando el 60 por ciento de la inversión total y el 40 por ciento como propio, por la cantidad de \$ 185,755.20 pesos moneda nacional.

5.2. Situación financiera

Se expone la situación financiera del negocio considerando un 40 por ciento de inversión propia y el 60 por ciento por medio de financiamiento. A continuación se ilustra los estados financieros del negocio.

5.3. Balance general inicial

Tabla 5.3. Balance General de Café Boutique (MN)

CAFÉ BOUTIQUE					
Estado de Posición Financiera, Balance General					
ACTIVO			PASIVO		
Activo circulante			Pasivo circulante		
Caja	\$	50,000.00	Doctos. por pagar a CP	\$	12,750.00
Bancos (Capital de trabajo)		54,342.00	Suma pasivo a c. plazo		\$ 12,750.00
Inventarios		22,304.00			
Total Activo circulante		\$ 126,646.00	Pasivo a largo plazo		
Activo Fijo			Crédito Avío		76,646.00
Terreno		200,000.00	Crédito refaccionario		278,632.80
Edificio		120,000.00	Suma Pasivo a largo plazo		355,278.80
Maquinaria y equipo		93,840.00	Suma del Pasivo		368,028.80
Mobiliario y equipo		38,940.00			
Equipo menor		4,150.00	Capital Contable		
Equipo adicional		7,458.00	Capital social		248,505.20
Total Activo fijo		464,388.00	Suma Capital		248,505.20
Activo diferido					
Gtos preoperativos		25,500.00			
Suma Activo diferido		25,500.00			
Suma del Activo		\$ 616,534.00	Suma del Pasivo y capital		\$ 616,534.00

Fuente: Elaboración propia.

5.4 Concentrado por rubro de la inversión inicial requerida

Se aprecia en la siguiente tabla la distribución de los conceptos que integran la inversión inicial del proyecto.

Tabla 5.2 Concentrado por rubro de la inversión inicial requerida de Café Boutique (MN)

INVERSIÓN INICIAL				
Cantidad	Concepto	Total de Recursos	Propios	Financiamientos
	Adquisición		40%	60%
	Terreno	200.000.00	80.000.00	120.000.00
	Construcción	120.000.00	48.000.00	72.000.00
	Equipo			
1	Computadora	12.000.00	4.800.00	7.200.00
1	Impresora	1.500.00	600.00	900.00
1	Refrigerador	10.000.00	4.000.00	6.000.00
1	Sistema de ventilación	20.000.00	8.000.00	12.000.00
1	Licuada	867.00	346.80	520.20
1	Vitrina	6.500.00	2.600.00	3.900.00
1	Silla ejecutiva	1.378.00	551.20	826.80
2	Sillas de escritorio	455.00	182.00	273.00
1	Escritorio	1.690.00	676.00	1.014.00
1	Molino	13.400.00	5.360.00	8.040.00
1	Bascula	3.250.00	1.300.00	1.950.00
1	Sing	2.800.00	1.120.00	1.680.00
1	Cafetera	20.000.00	8.000.00	12.000.00
	Mesas y asientos			
5	Mesas cuadradas	4.800.00	1.920.00	2.880.00
5	Mesas ovaladas	4.300.00	1.720.00	2.580.00
20	Sillas para mesa cuadrada	1.900.00	760.00	1.140.00
20	Sillas para mesa ovalada	2.100.00	840.00	1.260.00
8	Bancos para barra	3.000.00	1.200.00	1.800.00
4	Sillones para tres personas	4.400.00	1.760.00	2.640.00
4	Sillones individuales	2.200.00	880.00	1.320.00
100	Tasas	1.000.00	400.00	600.00
50	Platos	1.500.00	600.00	900.00
30	Vasos de vidrio	1.390.00	556.00	834.00
20	Enseres	2.950.00	1.180.00	1.770.00
2	Exhibidores	5.000.00	2.000.00	3.000.00
4	Anaqueles	4.400.00	1.760.00	2.640.00
	Equipo adicional			
10	Lámparas	1.800.00	720.00	1.080.00
5	Cuadros	2.500.00	1.000.00	1.500.00
10	Discos compactos	2.000.00	800.00	1.200.00
1	Planta artificial	500.00	200.00	300.00
8	Azucareras	170.00	68.00	102.00
10	Refractarios	190.00	76.00	114.00
10	Servilleteros	298.00	119.20	178.80
1	Aspiradora	1.200.00	480.00	720.00
1	Contenedor de basura	850.00	340.00	510.00
8	Botes de basura	400.00	160.00	240.00
1	Estereo	1.700.00	680.00	1.020.00
TOTALES		\$ 464,388.00	\$ 185,755.20	\$ 278,632.80

Acumulado de Activos	
Activo	Cantidad
Edificio	\$ 120.000.00
Maquinaria y equipo	93.840.00
Mobiliario y equipo	38.940.00
Equipo menor	4.150.00
Equipo adicional	7.458.00
Terreno	200.000.00
Total	\$ 464,388.00

Fuente: Elaboración propia.

5.5. Cédula de Depreciación y Amortización

Tabla 5.3 Cédula de depreciación y amortización de Café Boutique (MN)

DATOS

Depreciaciones	Años	% Anual
Edificio	20	5%
Mobiliario y Equipo	10	10%
Maquinaria y Equipo	10	10%
Eq de Reparto	4	25%
Equipo de Cómputo	3	33%

Amortización	Años	% Anual
Gastos Preoperativos	20 años	5%

Cédula de depreciación

Concepto	Cantidad	% Dep.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Edificio	120,000.00	5%	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
Maquinaria	93,840.00	10%	9,384.00	9,384.00	9,384.00	9,384.00	9,384.00	9,384.00	9,384.00	9,384.00	9,384.00	9,384.00
Mobiliario y equipo	38,940.00	10%	3,894.00	3,894.00	3,894.00	3,894.00	3,894.00	3,894.00	3,894.00	3,894.00	3,894.00	3,894.00

Concepto	Cantidad	Año 12	Año 13	Año 14	Año 15	Año 16	Año 17	Año 18	Año 19	Año 20
Edificio	120,000.00	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000

Cédula de Amortización

Concepto	Cantidad	% Amort	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Gastos preoperativos	25,500.00	5%	1,275	1,275	1,275	1,275	1,275	1,275	1,275	1,275	1,275	1,275

Concepto	Cantidad	Año 12	Año 13	Año 14	Año 15	Año 16	Año 17	Año 18	Año 19	Año 20
Gastos preoperativos		1,275	1,275	1,275	1,275	1,275	1,275	1,275	1,275	1,275

Fuente: Elaboración propia.

5.6 Costos Variables

Se muestra la relación por periodo de gastos de mantenimiento así como el concentrado de gastos de los servicios.

Tabla 5.4 Costos Variables de Café Boutique (MN)

CONCENTRADO DE GASTOS DE MANTENIMIENTO

Concepto	Semanal	Mensual	Trimestral	Anual
Papel	\$ 215	\$ 860.00	\$ 2,580.00	\$ 10,320.00
Jabón	129	516.00	1,548.00	6,192.00
Cloro	100	400.00	1,200.00	4,800.00
Limpiadores	99	396.00	1,188.00	4,752.00
Varios	200	800.00	2,400.00	9,600.00
Total	\$ 743.00	\$ 2,972.00	\$ 8,916.00	\$ 35,664.00

CONCENTRADO DE SERVICIOS

Concepto	Mensual	Trimestral	Anual
Luz	\$ 1,800.00	\$ 5,400.00	\$ 21,600.00
Teléfono	1,400.00	4,200.00	16,800.00
Aqua	1,670.00	5,010.00	20,040.00
Total	\$ 4,870.00	\$ 14,610.00	\$ 58,440.00

SUMINISTROS

Suministros para preparar bebidas	Otros Suministros
Jarabes de sabor	Lechuga
Leche	Aderezo
Azúcar	Queso Feta
Agua Embotellada	Pan Bagel
Chocolate en polvo	Queso Filadelfia
Vasos de cartón	Mantequilla
Tapas de plástico	Mermelada
Agitadores de madera	Crema batida
Tenedores de plástico	Pasteles
Cucharas de plástico	Crema
Popotes de plástico	Atún
Mangas para vaso de cartón	Servilletas de papel
Café	Bolsas de papel
Hielo	Té

Fuente: Elaboración propia.

5.7 Préstamo Avío

Se presenta las cuentas que integran el capital de trabajo, considerando su relación en el proceso de la producción y venta de los inventarios, así como su relación con los activos y pasivos circulantes.

Tabla 5.5 Préstamo de Avío de Café Boutique (MN)

Capital de trabajo						
1 Mes						
Suministro prep.bebidas	\$	15,314.00				
Otros Suministros		6,990.00				
Sueldos Administrativos		23,500.00				
Sueldos Operativos		23,000.00				
Gastos de mantenimiento		2,972.00				
Servicios		4,870.00				
	\$	76,646.00				
Datos						
Préstamo Habilitación o Avío						
Tasa de interés		24%				
Plazo		3 Años				
Pago capital igual						
No. De pagos	Capital	Abono a Capital	Intereses	Pago	IVA 15%	Pago Total
0	\$ 76,646.00					
1	51,097.33	25,548.67	18,395.04	43,943.71	2,759.26	46,702.96
2	25,548.67	25,548.67	12,263.36	37,812.03	1,839.50	39,651.53
3		25,548.67	6,131.68	31,680.35	919.75	32,600.10
SUMA		76,646.00	36,790.08	113,436.08	5,518.51	118,954.59
TABLA DE AMORTIZACIONES SOBRE PAGOS DE CAPITAL IGUAL						
PAGO DE CAPITAL IGUAL						
\$ 76,646.00						
ENTRE 3 AÑOS						
\$ 25,548.67						

Fuente: Elaboración propia.

5.8 Préstamo Refaccionario

Se presenta la cantidad necesaria para el financiamiento del proyecto así como la proyección del pago de interés por el crédito.

Tabla 5.6 Préstamo Refaccionario de Café Boutique (MN)

Financiamiento para la Inversión Inicial						
Capital a solicitar	278,632.80					
Crédito refaccionario						
TIE	7.45	14 Puntos Banco	0.2145			
Plazo (años)	10					
No. De pagos	Capital	Abono a Capital	Intereses	Pago igual	IVA 15%	Pago Total
0	\$ 278,632.80					
1	268,641.58	\$ 9,991.22	\$ 59,766.74	\$ 69,757.96	\$ 8,965.01	\$ 78,722.97
2	256,507.24	\$ 12,134.34	\$ 57,623.62	\$ 69,757.96	\$ 8,643.54	\$ 78,401.50
3	241,770.09	\$ 14,737.15	\$ 55,020.80	\$ 69,757.96	\$ 8,253.12	\$ 78,011.08
4	223,871.82	\$ 17,898.27	\$ 51,859.68	\$ 69,757.96	\$ 7,778.95	\$ 77,536.91
5	202,134.36	\$ 21,737.45	\$ 48,020.50	\$ 69,757.96	\$ 7,203.08	\$ 76,961.03
6	175,734.23	\$ 26,400.14	\$ 43,357.82	\$ 69,757.96	\$ 6,503.67	\$ 76,261.63
7	143,671.26	\$ 32,062.96	\$ 37,694.99	\$ 69,757.96	\$ 5,654.25	\$ 75,412.21
8	104,730.79	\$ 38,940.47	\$ 30,817.49	\$ 69,757.96	\$ 4,622.62	\$ 74,380.58
9	57,437.59	\$ 47,293.20	\$ 22,464.76	\$ 69,757.96	\$ 3,369.71	\$ 73,127.67
10	0.00	\$ 57,437.59	\$ 12,320.36	\$ 69,757.96	\$ 1,848.05	\$ 71,606.01

Fuente: Elaboración propia.

5.9 Costos variables anuales proyectados a 10 años

**Tabla 5.7 Costos variables anuales proyectados a 10 años de
Café Boutique (MN)**

Capital de trabajo	Enero 2004	1er año 2004		5% va	1er año 2009	5% va	1er año 2010	5% va	1er año 2011	5% va	1er año 2012	5% va
		subtotal	% inflación 1.05		subtotal	% inflación 1.05	subtotal	% inflación 1.05	subtotal	% inflación 1.05	subtotal	% inflación 1.05
Suministro de prep. lab.	\$ 15,314.00	\$ 183,718.00	\$ 187,261.62	\$ 19,736.18	\$ 186,116.72	\$ 197,744.39	\$ 17,374.43	\$ 200,674.66	\$ 182,171.51	\$ 18,243.15	\$ 210,708.29	\$ 181,553.08
Otros Suministros	\$ 8,891.00	\$ 83,689.00	\$ 78,254.55	\$ 7,825.45	\$ 87,226.20	\$ 79,304.72	\$ 7,019.07	\$ 81,555.95	\$ 73,218.99	\$ 6,297.09	\$ 67,433.05	\$ 6,743.35
Gastos de Manten.	\$ 2,872.00	\$ 36,694.00	\$ 32,421.62	\$ 3,042.16	\$ 37,086.53	\$ 32,718.69	\$ 3,371.87	\$ 38,645.59	\$ 33,454.53	\$ 3,543.48	\$ 40,692.34	\$ 37,194.86
Seguros	\$ 8,871.00	\$ 58,440.00	\$ 53,127.27	\$ 5,312.73	\$ 53,777.83	\$ 45,252.35	\$ 4,625.24	\$ 43,816.48	\$ 38,014.08	\$ 3,601.50	\$ 37,097.36	\$ 33,916.73
Total	\$ 30,148.00	\$ 341,752.00	\$ 328,865.45	\$ 32,886.56	\$ 376,223.08	\$ 342,820.07	\$ 34,729.61	\$ 365,033.18	\$ 358,128.68	\$ 35,612.11	\$ 414,784.64	\$ 377,877.13
Preestimo mensual												
Suministro de prep. lab.	15,314.00	13,921.82	1,382.18	15,968.55	14,479.69	1,447.87	16,722.66	15,202.83	1,520.25	17,559.03	15,912.75	1,595.28
Otros Suministros	8,891.00	8,354.45	835.45	7,269.63	6,608.73	650.87	7,813.08	6,839.16	692.92	8,014.72	7,285.12	728.51
Gastos de mantenimiento	2,872.00	2,701.62	210.10	3,087.66	2,859.69	285.99	3,246.42	2,959.39	292.04	3,407.70	3,057.90	359.79
Totales	\$ 25,276.00	\$ 22,978.18	\$ 2,297.82	\$ 26,787.04	\$ 23,897.31	\$ 2,389.73	\$ 27,861.20	\$ 25,062.17	\$ 2,509.22	\$ 28,581.46	\$ 26,346.78	\$ 2,834.68

6to año 2013	subtotal	5% va	7mo año 2014	subtotal	5% va	8vo año 2015	subtotal	5% va	9vo año 2016	subtotal	5% va	10mo año 2017	subtotal	5% va
Suministro de prep. lab.	\$ 232,559.00	\$ 211,187.27	\$ 21,116.72	\$ 217,151.00	\$ 248,885.30	\$ 24,285.54	\$ 233,637.06	\$ 257,151.30	\$ 26,715.19	\$ 217,376.49	\$ 238,524.95	\$ 28,052.41	\$ 333,245.28	\$ 332,959.25
Otros Suministros	\$ 102,534.83	\$ 96,392.39	\$ 8,638.54	\$ 121,846.17	\$ 110,864.70	\$ 11,085.47	\$ 134,134.09	\$ 121,840.17	\$ 12,189.82	\$ 144,854.92	\$ 131,695.38	\$ 13,169.54	\$ 152,108.17	\$ 139,281.15
Gastos de Manten.	\$ 45,693.81	\$ 40,865.58	\$ 4,998.57	\$ 51,846.39	\$ 47,130.87	\$ 4,713.91	\$ 57,031.52	\$ 51,845.38	\$ 5,184.84	\$ 61,593.50	\$ 55,954.06	\$ 5,998.41	\$ 64,773.17	\$ 58,793.79
Seguros	\$ 73,872.45	\$ 67,459.69	\$ 6,719.35	\$ 84,892.80	\$ 77,233.53	\$ 7,723.35	\$ 93,452.57	\$ 84,655.89	\$ 8,465.89	\$ 100,558.78	\$ 91,753.44	\$ 9,175.34	\$ 105,175.22	\$ 95,341.11
Total	\$ 457,650.28	\$ 415,728.54	\$ 41,572.75	\$ 575,895.33	\$ 478,985.87	\$ 47,899.87	\$ 578,484.87	\$ 525,895.33	\$ 52,589.53	\$ 624,763.68	\$ 567,965.96	\$ 56,796.78	\$ 696,018.64	\$ 595,365.31
Preestimo mensual														
Suministro de prep. lab.	10,558.83	17,598.14	1,759.69	22,262.89	23,238.76	2,023.88	24,468.92	22,262.89	2,225.27	26,448.64	24,043.97	2,404.37	27,776.44	25,245.85
Otros Suministros	8,836.54	8,102.65	803.29	13,181.68	8,237.89	823.79	11,377.85	10,151.58	1,016.17	12,672.08	10,974.62	1,097.45	12,615.68	11,523.35
Gastos de mantenimiento	3,719.66	3,416.44	341.54	4,302.53	3,927.76	392.78	4,752.56	4,320.53	432.05	5,132.75	4,558.17	458.62	5,289.43	4,699.48
Totales	\$ 31,115.05	\$ 29,121.23	\$ 2,904.73	\$ 38,744.87	\$ 33,494.43	\$ 3,349.44	\$ 40,419.36	\$ 36,744.87	\$ 3,678.49	\$ 43,632.81	\$ 39,584.48	\$ 3,968.45	\$ 45,635.55	\$ 41,668.68

Fuente: Elaboración propia.

5.10 Proyección de costos fijos

Tabla 5.8 Proyección de costos fijos de Café Boutique (MN)

DATOS

Depreciaciones	Años	% Anual
Edificio	20	5%
Mobiliario y Equipo	10	10%
Maquinaria y Equipo	10	10%
Eq de Reparto	4	25%
Equipo de Computo	3	33%

Costos Fijos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Póliza de seguro	\$ 56,985.00	\$ 59,264.40	\$ 62,227.62	\$ 65,339.00	\$ 68,605.95	\$ 72,036.25	\$ 75,641.69	\$ 79,425.85	\$ 83,415.92	\$ 87,636.72
Sueldos Administrativos	262,000.00	293,280.00	307,944.00	323,341.20	339,508.26	356,483.67	374,956.22	394,951.85	416,527.99	439,739.39
Sueldos Operativos	276,000.00	287,040.00	301,392.00	316,461.60	332,284.68	348,898.91	366,233.75	384,357.13	403,265.70	423,498.98
Depreciación										
Edificio	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
Mobiliario y Equipo	3,894.00	3,894.00	3,894.00	3,894.00	3,894.00	3,894.00	3,894.00	3,894.00	3,894.00	3,894.00
Maquinaria y Equipo	9,384.00	9,384.00	9,384.00	9,384.00	9,384.00	9,384.00	9,384.00	9,384.00	9,384.00	9,384.00
Amortización										
Gastos preoperativos	1,275.00	1,275.00	1,275.00	1,275.00	1,275.00	1,275.00	1,275.00	1,275.00	1,275.00	1,275.00
Totales	635,538.00	660,137.40	692,116.62	725,694.80	760,951.89	797,971.84	836,584.66	876,987.83	919,262.61	963,768.09

Año	Aumento precios por la inflación	% inflación
2009 Año 2		1.04
2010 Año 3		1.05
2011 Año 4		1.05
2012 Año 5		1.05
2013 Año 6		1.05
2014 Año 7		1.15
2015 Año 8		1.10
2016 Año 9		1.06
2017 Año 10		1.05

Fuente: Elaboración propia.

5.11 Proyección de ingresos

Tabla 5.9 Proyección de ingresos de Café Boutique (MN)

Ingresos	año1	año2	año3	año4	año5	año6	año7	año8	año9	año10
Bebidas Calientes	537,545.45	559,047.27	585,999.64	616,349.62	647,167.10	679,525.45	781,454.27	859,599.70	928,367.68	974,786.06
Bebidas Frías	318,545.45	331,287.27	347,851.64	365,244.22	383,506.43	402,681.75	463,084.01	509,392.41	550,143.81	577,651.00
Bocadillos	248,863.64	258,819.16	271,759.09	285,347.05	299,614.40	314,595.12	361,784.39	397,962.82	429,799.85	451,289.84
Café en grano	49,772.73	51,763.64	54,351.62	57,069.41	59,922.88	62,919.02	72,356.88	79,592.56	85,959.97	90,257.97
Sub-total	1,154,727.27	1,200,916.36	1,260,962.18	1,324,010.29	1,390,210.81	1,459,721.35	1,678,679.55	1,845,547.50	1,994,271.30	2,093,984.87
I.V.A.	115,472.73	120,091.64	125,096.22	132,401.03	139,021.08	145,972.13	167,867.95	184,654.75	199,427.13	209,398.49
Total	1,270,200.00	1,321,008.00	1,387,058.40	1,456,411.32	1,529,231.89	1,605,693.48	1,846,547.50	2,031,202.25	2,193,698.43	2,303,383.36
I.V.A. Mensual	9,622.73	10,007.64	10,508.02	11,033.42	11,585.89	12,164.34	13,989.00	15,387.90	16,616.93	17,449.87

Fuente: Elaboración propia.

5.12 Estado de Resultados Pro Forma

Tabla 5.10 Estado de Resultados Pro forma de Café Boutique (MN)

Estado de Resultados proyectado a 10 años.										
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos	\$ 1,154,727.27	\$ 1,200,915.36	\$ 1,260,962.18	\$ 1,324,010.29	\$ 1,380,210.81	\$ 1,459,721.35	\$ 1,678,679.55	\$ 1,846,547.50	\$ 1,994,271.30	\$ 2,093,984.07
Costos directos	328,865.45	342,020.07	359,121.08	377,077.13	395,930.99	415,727.54	478,886.67	525,895.33	567,966.95	596,365.31
Contribución Marginal	\$ 825,861.82	\$ 858,895.29	\$ 901,841.11	\$ 946,933.16	\$ 994,279.82	\$ 1,043,993.81	\$ 1,200,592.88	\$ 1,320,652.17	\$ 1,426,304.34	\$ 1,497,618.76
Costos fijos	635,538.00	660,137.40	692,115.62	725,694.00	760,951.89	797,971.84	914,584.66	1,003,987.83	1,032,662.61	1,135,768.09
Ut. Antes de Interés	\$ 190,323.82	\$ 198,757.89	\$ 209,724.49	\$ 221,239.16	\$ 233,327.93	\$ 246,021.97	\$ 286,008.22	\$ 316,664.34	\$ 343,641.73	\$ 361,851.47
Intereses	80,174.20	59,885.98	61,152.48	61,859.68	48,020.50	43,357.82	37,694.99	30,817.49	22,464.76	12,320.36
Ut. A. de Impuestos	\$ 110,149.62	\$ 138,871.91	\$ 148,572.00	\$ 159,379.48	\$ 185,307.42	\$ 202,664.15	\$ 248,313.23	\$ 285,846.86	\$ 321,176.97	\$ 349,531.10
Impptos 28% ISR, 10% PTU	41,856.86	48,971.33	56,457.35	64,363.90	70,416.82	77,012.39	94,359.03	109,621.81	122,047.25	132,921.82
Utilidad Desplumpos	\$ 68,292.76	\$ 79,900.59	\$ 92,114.64	\$ 105,014.78	\$ 114,890.60	\$ 125,651.77	\$ 153,954.20	\$ 177,225.05	\$ 199,129.72	\$ 216,709.28

Fuente: Elaboración propia.

5.13 Flujo de efectivo proyectado a 10 años

Tabla 5.11 Flujo de Efectivo Proyectado a 10 años de Café Boutique (MN)

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
Ingreso										
Contado	1,270,200.00	1,321,008.00	1,397,058.40	1,455,411.32	1,529,231.89	1,605,693.48	1,846,547.50	2,031,202.25	2,193,698.43	2,303,383.35
Ingresos totales	1,270,200.00	1,321,008.00	1,397,058.40	1,455,411.32	1,529,231.89	1,605,693.48	1,846,547.50	2,031,202.25	2,193,698.43	2,303,383.35
Egresos										
Sum de Prop. Debidas	169,454.00	190,506.16	199,878.33	209,872.24	220,365.86	231,384.15	264,248.07	291,640.82	315,417.34	331,922.89
Otros Suministros	75,890.00	86,955.60	91,233.48	95,795.15	100,584.91	105,614.16	120,614.73	133,118.02	143,970.69	151,504.56
Gastos de Manto	32,692.00	36,971.69	38,790.54	40,730.07	42,766.57	44,904.90	51,282.83	56,598.96	61,213.29	64,416.53
Sdos Admves	282,000.00	293,290.00	307,944.00	323,341.20	339,508.26	356,483.67	408,956.22	450,951.85	487,027.99	511,379.39
Personal operativo	276,000.00	287,040.00	301,392.00	316,461.60	332,284.68	348,899.91	401,233.75	441,357.13	476,665.70	500,499.98
Servicios	59,440.00	60,777.60	63,816.48	67,007.30	70,357.67	73,875.55	84,956.09	93,452.67	100,928.78	105,975.22
Seguros	55,985.00	59,264.40	62,227.62	65,339.00	68,605.95	72,036.26	82,841.69	91,125.85	98,415.92	103,336.72
IVA por pagar	105,850.00	119,706.73	125,595.64	131,875.63	138,469.41	145,392.88	165,043.30	183,255.85	196,195.10	208,567.54
Pago de Impuestos	29,271.74	46,682.24	54,627.68	61,797.74	68,462.28	74,871.71	88,728.97	103,992.66	117,689.87	129,324.81
Pago de Capital	44,126.04	38,706.60	40,068.52	19,763.90	21,417.62	26,011.58	31,591.66	38,367.34	46,597.14	56,692.23
Pago de Int. + IVA	84,677.61	81,195.24	71,162.41	60,529.20	55,691.60	50,308.33	43,891.53	36,099.20	26,634.94	15,140.59
Egresos totales	1,214,386.39	1,301,066.25	1,356,137.50	1,392,513.04	1,458,494.61	1,529,782.11	1,745,389.45	1,919,960.26	2,072,757.77	2,178,659.45
Flujo de elec. neto	55,813.61	69,941.75	80,921.10	113,898.28	120,827.28	125,911.37	151,158.05	161,241.99	170,940.67	174,723.90
Flujo de elec. Inicial	54,342.00	160,155.61	180,097.36	211,018.46	274,916.74	345,744.01	421,656.39	522,813.44	634,055.43	754,996.09
Efectivo min. de op.	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00
Flujo de elec. final	\$ 160,155.61	\$ 180,097.36	\$ 211,018.46	\$ 274,916.74	\$ 345,744.01	\$ 421,656.39	\$ 522,813.44	\$ 634,055.43	\$ 754,996.09	\$ 879,719.99
	\$ 130,097.36	\$ 161,018.46	\$ 224,916.74	\$ 295,744.01	\$ 371,656.39	\$ 472,813.44	\$ 584,055.43	\$ 704,996.09	\$ 829,719.99	

Fuente: Elaboración propia.

5.14 Proyección del Balance General Pro Forma

Tabla 5.12 Proyección del Balance General Pro forma de Café Boutique (MN)

ACTIVO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Activo circulante											
Caja	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00
Bancos (Capital de trabajo)	54.342,00	110.155,81	130.097,36	161.018,46	224.918,74	295.744,01	371.655,39	472.813,44	584.055,43	704.596,09	829.719,59
Inventarios	22.304,00	22.304,00	22.304,00	22.304,00	22.304,00	22.304,00	22.304,00	22.304,00	22.304,00	22.304,00	22.304,00
IVA Acumulable	43.931,45	88.724,14	133.516,30	179.521,13	226.365,29	274.509,00	328.033,70	385.331,83	445.602,65	507.214,04	567.214,04
Total Activo circulante	\$ 126.646,00	276.391,06	295.125,50	367.240,76	476.741,87	594.413,31	718.459,39	873.151,14	1.041.691,26	1.222.902,74	1.409.238,03
Activo fijo											
Terreno	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00
Edificio	120.000,00	120.000,00	120.000,00	120.000,00	120.000,00	120.000,00	120.000,00	120.000,00	120.000,00	120.000,00	120.000,00
Deprec. Acumul.	-	6.000,00	12.000,00	18.000,00	24.000,00	30.000,00	36.000,00	42.000,00	48.000,00	54.000,00	60.000,00
Maquinaria y equipo	93.640,00	93.640,00	93.640,00	93.640,00	93.640,00	93.640,00	93.640,00	93.640,00	93.640,00	93.640,00	93.640,00
Deprec. Acumul.	-	9.364,00	18.728,00	28.152,00	37.576,00	46.920,00	56.304,00	65.639,00	75.072,00	84.416,00	93.640,00
Mobiliario y equipo	38.940,00	38.940,00	38.940,00	38.940,00	38.940,00	38.940,00	38.940,00	38.940,00	38.940,00	38.940,00	38.940,00
Deprec. Acumul.	-	3.894,00	7.788,00	11.682,00	15.576,00	19.470,00	23.364,00	27.258,00	31.152,00	35.046,00	38.940,00
Equipo menor	4.150,00	4.150,00	4.150,00	4.150,00	4.150,00	4.150,00	4.150,00	4.150,00	4.150,00	4.150,00	4.150,00
Equipo adicional	7.458,00	7.458,00	7.458,00	7.458,00	7.458,00	7.458,00	7.458,00	7.458,00	7.458,00	7.458,00	7.458,00
Total Activo fijo	\$ 464.380,00	445.110,00	425.832,00	406.554,00	387.276,00	367.998,00	348.720,00	329.442,00	310.164,00	290.886,00	271.608,00
Activo diferido											
Gastos prepagados	25.500,00	25.500,00	25.500,00	25.500,00	25.500,00	25.500,00	25.500,00	25.500,00	25.500,00	25.500,00	25.500,00
Amortización	-	1.275,00	2.550,00	3.825,00	5.100,00	6.375,00	7.650,00	8.925,00	10.200,00	11.475,00	12.750,00
Total Activo diferido	\$ 25.500,00	\$ 24.225,00	\$ 22.950,00	\$ 21.675,00	\$ 20.400,00	\$ 19.125,00	\$ 17.850,00	\$ 16.575,00	\$ 15.300,00	\$ 14.025,00	\$ 12.750,00
Suma del Activo	\$ 616.534,00	695.726,06	739.907,50	795.469,76	884.417,87	981.536,31	1.085.029,39	1.219.168,14	1.367.155,26	1.527.813,74	1.693.596,03
PASIVO											
Pasivo circulante											
Debitos por pagar a CP	\$ 12.750,00	1.202,19									
Debitos por pagar a LP		2.961,66	3.140,25	3.357,15	3.611,52	3.911,45	4.260,01	4.657,91	5.104,04	5.609,10	6.174,47
Proveedores		25.276,00	26.287,04	27.601,39	29.381,46	30.430,53	31.952,06	36.744,87	40.419,36	43.652,91	45.635,65
IVA a Pagar		9.622,73	10.007,64	10.508,02	11.033,42	11.585,09	12.164,34	13.569,06	15.307,90	16.610,93	17.449,87
Ingresos por pagar		13.585,12	15.894,20	18.323,88	20.850,04	22.354,58	24.995,25	30.625,30	35.294,45	39.611,83	43.108,84
Intereses por pagar		6.541,49	5.823,91	5.096,04	4.321,64	4.001,71	3.613,15	3.141,25	2.568,12	1.872,06	1.026,70
Suma pasivo a c. plazo	\$ 12.750,00	59.189,19	61.153,04	64.886,48	66.718,08	70.683,37	74.924,81	87.172,33	96.874,86	105.896,82	112.207,42
Pasivo a largo plazo											
Crédito Ato	76.646,00	51.097,33	25.548,67								
Crédito refaccionario	278.632,80	260.541,59	256.507,24	241.770,09	223.071,82	202.134,36	175.734,23	143.671,26	104.730,79	57.437,55	0,00
Suma Pasivo a largo plazo	\$ 355.278,80	\$ 311,738,91	\$ 282.055,91	\$ 241,770,09	\$ 223,071,82	\$ 202,134,36	\$ 175,734,23	\$ 143,671,26	\$ 104,730,79	\$ 57,437,55	\$ 0,00
Suma del Pasivo	\$ 368.028,80	\$ 378.928,10	\$ 343.208,95	\$ 306.656,57	\$ 290.569,90	\$ 272.817,73	\$ 250.659,04	\$ 230.843,59	\$ 201.605,65	\$ 163.334,42	\$ 112.207,42
Capital Contable											
Capital social	248.505,20	248.505,20	248.505,20	248.505,20	248.505,20	248.505,20	248.505,20	248.505,20	248.505,20	248.505,20	248.505,20
Utilidad del ejercicio		68.292,76	79.900,59	92.114,64	105.014,78	114.880,50	125.651,77	153.954,20	177.225,05	199.129,72	216.709,28
U. Acum. de ejercicios anteriores		68.292,76	148.193,35	240.307,99	345.322,77	450.213,37	565.065,15	739.819,35	917.644,46	1.116.174,12	1.341.388,61
Suma Capital	\$ 248.505,20	\$ 316.797,96	\$ 396.698,55	\$ 488.813,19	\$ 593.822,97	\$ 708.718,57	\$ 834.370,35	\$ 988.324,55	\$ 1.165.549,60	\$ 1.364.819,32	\$ 1.588.197,11
Suma del Pasivo y capital	\$ 616,534,00	\$ 695,726,06	\$ 739,907,50	\$ 795,469,76	\$ 884,417,87	\$ 981,536,31	\$ 1,085,029,39	\$ 1,219,168,14	\$ 1,367,155,26	\$ 1,527,813,74	\$ 1,693,596,03
Dif.	\$ -	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00

Fuente: Elaboración propia.

5.15. Cálculo de punto de equilibrio

El punto de equilibrio operativo funciona como una herramienta financiera para determinar el volumen de ventas necesario para cubrir todos los costos operativos, de la misma forma el punto de equilibrio, es una herramienta que ayuda a conocer el nivel de utilidades antes de intereses e impuestos necesarios para cubrir los costos financieros.

Tabla 5.13 Punto de equilibrio operativo y financiero proyectado a 10 años (MN)

Año	Punto de Equilibrio Operativo	Punto de Equilibrio Financiero
1	\$888,614.83	\$1,000,715.10
2	\$923,009.93	\$1,020,726.52
3	\$967,723.56	\$1,053,227.50
4	\$1,014,672.87	\$1,087,183.53
5	\$1,063,969.64	\$1,131,112.33
6	\$1,115,731.25	\$1,176,354.54
7	\$1,278,780.33	\$1,331,485.80
8	\$1,403,784.63	\$1,446,873.91
9	\$1,513,788.41	\$1,545,198.83
10	\$1,588,040.96	\$1,605,267.40

Fuente: Elaboración propia.

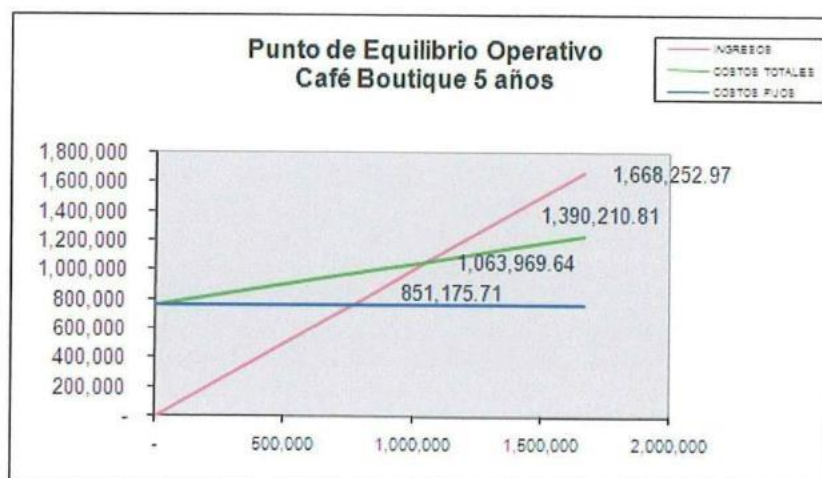
Gráfica 5.1 Punto de equilibrio operativo a un año (MN)



Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la gráfica el punto de equilibrio operativo en el primer año equivale a la cantidad de \$888,614.83 pesos, con ingresos de \$1,385,672.73 lo que representa la venta de unidades considerando los costos del negocio.

Gráfica 5.2 Punto de equilibrio operativo a cinco años (MN)



Fuente: Elaboración propia

A los 5 años de operación del negocio el punto de equilibrio operativo representa la cantidad de \$1,063,969.64 pesos, con ingresos de \$1,668,252.97 pesos, considerando los costos que se generan en la operación del negocio.

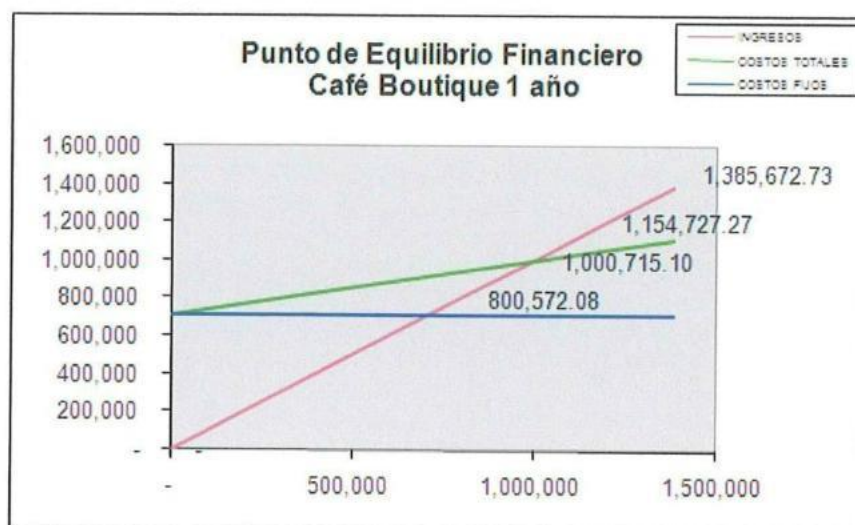
Gráfica 5.3 Punto de equilibrio operativo a diez años (MN)



Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la gráfica el punto de equilibrio operativo a los 10 años de operación del negocio es de \$1,588,040.96 pesos, cantidad que indica el volumen de ventas necesario para cubrir todos los costos de operación, generando ingresos por la cantidad de \$2,512,781.84 pesos.

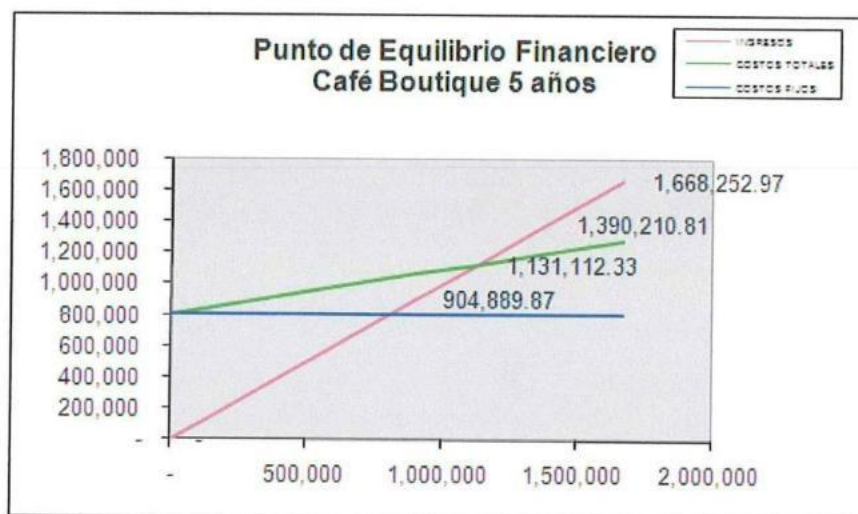
Gráfica 5.4 Punto de equilibrio financiero a un año (MN)



Fuente: Elaboración propia.

Los datos que se muestran en la gráfica determinan el monto en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, de tal manera que no hay pérdida ni ganancia, de la misma forma se observan las utilidades del negocio desde el primer año de su operación.

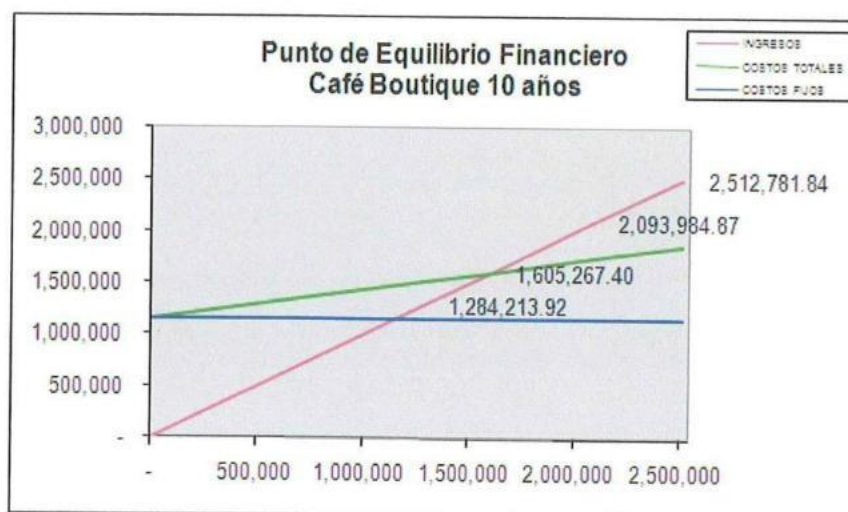
Gráfica 5.5 Punto de equilibrio financiero a cinco años (MN)



Fuente: Elaboración propia.

De la misma manera el punto de equilibrio que se muestra en la gráfica por el monto de \$1,131,112.33 pesos garantiza el nivel de utilidades necesarias para cubrir exactamente sus costos financieros.

Gráfica 5.6 Punto de equilibrio financiero a diez años (MN)



Fuente: Elaboración propia.

El punto de equilibrio ayuda a obtener las estimaciones y pronosticar el futuro del negocio, como se puede observar en la gráfica el monto de \$1,605,267.40 pesos representa el momento cuando las ventas cubrirán exactamente los costos financieros, indicando el margen de ganancia para el negocio.

5.16. Análisis financiero proyectado a 10 años

Tabla 5.14 Indicadores financieros proyectados a 10 años para Café Boutique

Razones de liquidez	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Capital de trabajo	\$ 167,201.88	\$ 229,972.46	\$ 302,354.28	\$ 410,023.79	\$ 523,729.94	\$ 643,534.58	\$ 785,978.81	\$ 944,816.39	\$ 1,117,205.32	\$ 1,297,030.61
Índice solvencia	3.82	4.76	5.66	7.15	8.41	9.59	10.02	10.75	11.57	12.56
Prueba del ácido	3.45	4.40	5.32	6.81	8.09	9.29	9.76	10.52	11.36	12.36
Razones de rentabilidad										
Margen Bruto de Utilidad	71.52%	71.52%	71.52%	71.52%	71.52%	71.52%	71.52%	71.52%	71.52%	71.52%
Margen de Utilidad de Operación	16.48%	16.55%	16.63%	16.71%	16.78%	16.85%	17.04%	17.15%	17.23%	17.28%
Margen neto de utilidades	5.91%	6.65%	7.31%	7.93%	8.26%	8.61%	9.17%	9.60%	9.99%	10.35%
Margen neto de utilidades	13.66	15.98	18.42	21.00	22.98	25.13	30.79	35.45	39.83	43.34
Razones de Endeudamiento										
Razón de endeudamiento	32.82%	28.58%	24.32%	21.95%	19.62%	17.17%	13.75%	10.92%	8.18%	5.36%
Razón de apalancamiento	119.61%	86.52%	62.73%	48.94%	38.49%	30.04%	23.36%	17.30%	11.95%	7.10%
Razones de Actividad										
Rotación de activos fijos	5.51	5.99	6.59	7.27	8.03	8.90	10.83	12.65	14.57	16.39
Periodo promedio de inventario	30.00	28.85	27.47	26.16	24.92	23.73	20.64	18.76	17.37	16.54

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la tabla 5.14 se observa que la liquidez aumenta cada año hasta llegar a 12.56 en el año 10. Por lo que el negocio tendrá la capacidad todos los años para el cumplimiento de sus obligaciones a corto plazo, reflejando unas finanzas sanas, inclusive el poder obtener otros créditos mayores si es necesario. Respecto a la actividad se observa que los activos fijos son utilizados de manera eficiente, el tiempo en que se pueden cubrir las inversiones de los activos es muy bueno, de igual forma el promedio del periodo de rotación de inventarios se disminuye a través de los años.

El grado de endeudamiento presenta una disminución significativa a través del tiempo, en el primer año de operación del negocio los recursos disponibles se financian con el apoyo del financiamiento de proveedores y acreedores, con el transcurso de los años se observa una independencia de su financiamiento, a su vez se incrementa el capital de trabajo en relación a los activos. Existe una eficiencia en la administración de los gastos administrativos, de operación y financieros, por lo que el margen de utilidad de operación presenta un incremento a través de los años.

El margen de utilidad neto es bueno también ya que por cada peso de ventas después de deducir todos los gastos incluyendo impuestos se incrementa año con año.

5.17. Análisis de rentabilidad

En base al análisis de rentabilidad fue estimada la relación utilidad-inversión, TIR y VPN se calcularon basándose en las utilidades y flujos de efectivo de la empresa, considerando el costo de capital del 17.29 por ciento basado en la tasa de interés promedio bancaria para el financiamiento (véase tabla 5.14).

Tabla 5.16 Análisis de rentabilidad

Empresa	Relación Utilidad/Costo	TIR	VPN	Periodo de Recuperación de la Inversión
Café Boutique	2.3	41%	2,047,593.30	2do. año

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo al nivel de ventas considerado, precio de venta indicado y los costos correspondientes, se genera un flujo de efectivo a través de los años que va ir aumentando, teniendo un periodo de recuperación en el segundo año para la empresa, haciendo una comparación con la TIR es más alta que el costo de capital promedio bancario para la empresa tiene un rendimiento, siendo viable en virtud de que su operación es capaz de generar los recursos necesarios para cubrir su costo y gasto, compra de equipo y esto se ve reflejando en el VPN donde genera ganancia después de recuperar su inversión total.

5.18. Conclusión

En base al estudio financiero realizado para el establecimiento del Café Boutique, se concluye que la apertura del negocio es rentable, debido a que se obtiene una tasa interna de rendimiento de 41 por ciento la cual es mayor que el costo de capital promedio ponderado de 17.29 por ciento, significando con ello que se tiene un mayor rendimiento sobre la inversión, con un costo beneficio de 2.3211 obteniendo un resultado favorable y tomando en cuenta las consideraciones anteriores; se puede confirmar que la apertura del negocio es económicamente viable.

Capítulo 6. Riesgos Críticos

6.1. Riesgos Internos

Este tipo de riesgo interno, en la mayoría de los casos se presenta por las decisiones preventivas que se puedan tomar para disminuir el grado de ocurrencia que se presente dentro de la organización, como se puede observar en la Tabla 6.1 los riesgos con mayor ocurrencia.

Tabla 6.1. Riesgos internos

Riesgo	Probabilidad de Ocurrencia	Impacto	Plan de Contingencia
Fallas de calidad en el producto	30%	Alto	Implementación de nuevas técnicas de evaluación del producto
Disminución del desempeño de los colaboradores	30%	Alto	Implementación de un sistema de evaluación de desempeño
Desconfianza de los clientes en los productos	20%	Medio	Diseño de planes promocionales

Fuente: Elaboración propia.

6.2. Riesgos Externos

Este tipo de riesgos presenta una variabilidad, se generan fuera de la empresa por lo que no tiene control sobre ellas sin embargo se puede presentar un plan de contingencia para minimizar sus efectos en la organización.

Tabla 6.2. Riesgos externos

Riesgo	Probabilidad de Ocurrencia	Impacto	Plan de Contingencia
Recesión económica	30%	Alto	Estructura del plan de financiamiento
Competencia	30%	Alto	Establecimiento de estrategias comerciales
Cambios en la legislación	20%	Medio	Adecuación al sistema legal

Fuente: Elaboración propia.

6.3. Riesgos financieros

Se realizó el análisis de sensibilidad de las proyecciones optimistas y pesimistas de las variables más importantes, de esta manera se reflejan los flujos de efectivo proyectados, por ejemplo; como se puede observar en el escenario pesimista, con un total de 4434 órdenes vendidas un aumento del costo variable del 10 por ciento se obtiene un porcentaje mayor de TIR en relación al VPN razón por la cual se observa que el proyecto es rentable. De la misma forma en el escenario optimista se hace una proyección de ventas de 6698 órdenes vendidas en relación a un 10 por ciento de costo variable una TIR mayor al VPN (véase tabla 6.3).

Tabla 6.3 Análisis de sensibilidad

VARIABLE	RANGO			VALOR ACTUAL NETO MILLONES Y TIR		
	PESIMISTA	ESPERADO	OPTIMISTA	PESIMISTA	ESPERADO	OPTIMISTA
No. ordenes vendidas	4434	4927	6698	TIR 36% VPN 1.698.886.80	TIR 41% VPN 2.047.593.30	TIR 58% VPN 2.857.111.96
Costo Variable	10%	0%	10%	TIR 36% VPN 1.698.886.80	TIR 41% VPN 2.047.593.30	TIR 58% VPN 2.857.111.96
Precio de Venta	24	27	30	TIR 36% VPN 1.698.886.80	TIR 41% VPN 2.047.593.30	TIR 58% VPN 2.857.111.96

Elaboración propia

Dentro del escenario pesimista se observa con una proyección de número de órdenes vendidas de 4432, el precio de venta unitario es de \$24 pesos, donde los costos variables disminuyeron un 10 por ciento. Con un valor presente neto de \$1,698,886.80 pesos, TIR de 36 por ciento, con un financiamiento de 60 por ciento y un 40 por ciento de recursos propios.

Lo que respecta al escenario esperado bajo una situación normal, el número de órdenes vendidas es 4927, con un precio de venta unitario de \$27 pesos, TIR de 41 por ciento con un valor presente neto de \$2,047,593.30 pesos, con un financiamiento de 60 por ciento y un 40 por ciento de recursos propios.

El escenario optimista con una proyección de órdenes vendidas de 6698, con un precio unitario de \$30 pesos, TIR de 58 por ciento, un valor presente neto de \$2,857,111.96 pesos, con un financiamiento de 60 por ciento y un 40 por ciento de recursos propios.

Bajo el desarrollo de este análisis se puede visualizar las ventajas y desventajas económicas del proyecto bajo tres escenarios pesimista, esperado y optimista, de esta manera se observa las inversiones donde se estaría dispuesto a invertir una misma cantidad, el grado de riesgo y las utilidades se pueden comportar de manera muy diferente, por lo que es importante analizarlas por su nivel de incertidumbre así como la posible ganancia que representa.

Capítulo 7. Aspectos legales de implementación y operación

7.1. Definición del régimen de constitución de la empresa.

La constitución y funcionamiento del negocio están regulados por ordenamientos legales con fundamento en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; los cuales determinarán los métodos y procedimientos que el empresario deberá acatar. En este capítulo se desarrollan los aspectos generales legales con base en la Constitución Política, Ley Federal de Trabajo, Código de Comercio, Ley de la Propiedad Industrial, Ley del Seguro Social, Ley de Infonavit, Código Fiscal de la Federación, Ley General de Sociedades Mercantiles, y con soporte en el decreto de Ley de Desarrollo Integral y Sustentable de la Cafecultura, con el propósito de identificarlas y que sean aplicadas de acuerdo a las disposiciones jurídicas establecidas.

De la misma manera se puntualizan los trámites necesarios para el establecimiento de café boutique en la ciudad de Ensenada, Baja California, tal como los formatos anexos que deben ser presentados en las distintas dependencias federales, estatales y municipales correspondientemente. La constitución de la sociedad será bajo el régimen de capital variable.

7.2. Trámites de apertura

A continuación se enlista por orden los trámites obligatorios para iniciar el negocio de café boutique.

1. Constitución de sociedades ante la Secretaría de Relaciones Exteriores;
2. Acta constitutiva ante notario;
3. Aviso de Uso de los Permisos;
4. Registro Público de Comercio;
5. Inscripción en el Registro Federal de Causantes;
6. Licencia de Uso de Suelo;
7. Registro empresarial ante el IMSS y el INFONAVIT;

8. Aviso de inscripción en el Registro Estatal de Causantes;
9. Inspección y Certificación de Medidas de Seguridad;
10. Aviso de funcionamiento entre el Instituto de Servicios de Salud Pública;
11. Declaración de Apertura;
12. Licencia de Anuncio;
13. Constitución de la Comisión Mixta de Capacitación y Adiestramiento;
14. Aviso de Manifestación Estadística INEGI;
15. Contrato de Servicio de Agua Potable y/o Drenaje;
16. Acta de Integración de la Comisión de Seguridad e Higiene en los Centros de Trabajo;
17. Aprobación de Planes y Programas de Capacitación y Adiestramiento; y
18. Alta en el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM).

7.2.1 Constitución de la sociedad ante la Secretaría de Relaciones Exteriores

Trámite necesario para obtener la autorización del nombre de la sociedad o denominación social. Se debe presentar en las oficinas de la Secretaría un escrito libre o formato SA-1 y cubrir el pago por la expedición del permiso y un pago adicional en el ayuntamiento el cual se puede realizar en cualquier banco.

7.2.2 Aviso de uso de los permisos para la constitución de sociedades o cambio de denominación o razón social

Trámite necesario el cual tiene la finalidad de informar a la Secretaría de Relaciones Exteriores, que el permiso que autorizo fue utilizado por constitución de sociedad o cambio en su razón social. Se debe presentar en un escrito libre, cubrir un pago y no requiere de resolución.

7.2.3 Registro Público de la Propiedad y el Comercio

Trámite necesario para registrar el acta constitutiva ante el Registro Público de la Propiedad y el Comercio del Estado.

Se debe presentar en la Dirección del registro Público de la Propiedad y el Comercio el formato de registro, se espera respuesta y esta tiene una vigencia indefinida. Se debe de cubrir un pago en relación al tipo de sociedad constituida y el capital social.

7.2.4 Licencia de Uso de Suelo

Se debe contar con una constancia donde se designe el uso de suelo de los predios de acuerdo a los planos y programas de desarrollo urbano. Se elabora una solicitud de uso de suelo, misma que se deberá presentar en las oficinas de administración urbana-uso de suelo, se espera respuesta en un plazo no mayor a cuatro días, su vigencia es indefinida y su costo esta en relación con los metros cuadrados del predio.

7.2.5 Declaración de Apertura

Trámite necesario para obtener un documento que deberá tener el titular del establecimiento. Se gestiona en las oficinas de Administración Urbana, con el formato DUA001, se espera respuesta en un plazo de 8 días, el permiso tiene una vigencia anual y se debe cubrir un pago dependiendo del giro del negocio.

7.2.6 Licencia de Anuncio

Trámite necesario para solicitar permiso para fijar, instalar o colocar un anuncio con el propósito de mostrar al público algún mensaje. Se gestiona en las oficinas de administración urbana, presentando el formato de permiso para colocación de anuncios y rótulos, su respuesta es en un plazo de quince días, con vigencia de un año y se debe cubrir un pago en relación a los metros cuadrados.

7.3. Trámites Fiscales

7.3.1 Inscripción al Registro Federal de Contribuyentes.

Es el trámite donde se hace la inscripción ante la Secretaria de Hacienda y Crédito Público (en adelante, SHCP), para el cumplimiento de las disposiciones fiscales.

Su gestión es directamente en las oficinas de la SHCP, se debe presentar el formato R1 y hacer la solicitud de cédula de identificación fiscal con CURP, no implica costo y se tiene respuesta en tres días hábiles con vigencia indefinida.

7.3.2 Aviso de Inscripción en el Registro Estatal de Causantes

Se debe hacer un registro en el padrón estatal de contribuyentes de las altas al RFC y reanudaciones de actividades ante la SHCP, con el objetivo de mantener un padrón fiscal confiable. El formato a presentar es el de aviso de inscripción o cambios al registro estatal de causantes y será ante la oficina de recaudación de rentas del estado, su respuesta es inmediata con una vigencia indefinida.

7.4. Trámites Laborales

7.4.1 Registro empresarial ante el IMSS y el INFONAVIT

Es responsabilidad del patrón registrarse como a sus trabajadores en el régimen obligatorio, como lo establece la Ley del Seguro Social, cumpliendo con esto su registro ante INFONAVIT y SAR es automático. Dicho trámite se gestiona en la oficina principal de afiliación del instituto, se tendrá respuesta de tres días hábiles, con una vigencia anual y el formato a presentar es el aviso de inscripción patronal (AFIL01), Formato de inscripción de las empresas en el seguro de riesgo de trabajo y el aviso de inscripción de trabajador (AFIL02), el trámite no tiene costo.

7.4.2 Aviso de funcionamiento ante el Instituto de Servicios de Salud Pública

Este aviso lo expide el Instituto de servicios de salud pública del estado, el que autoriza a que el establecimiento de menor riesgo funcione, se gestiona en las oficinas del Instituto, mediante el formato de aviso de funcionamiento, con respuesta inmediata su vigencia es indefinida a reserva que la autoridad correspondiente disponga lo contrario, no tiene costo.

7.4.3 Inspección y Certificación de Medidas de Seguridad

Es el trámite que valida que las instalaciones del establecimiento cuenta con las condiciones necesarias de seguridad para su operación y funcionamiento.

Su gestión es en la dirección de bomberos mediante el formato de inspección y certificación de medidas de seguridad, tiene una respuesta de cinco días hábiles, con una vigencia anual y su costo varía en relación a la inspección.

7.4.4 Acta de Integración a la Comisión de Seguridad e Higiene en los Centros de Trabajo

Es el trámite para integrar a la comisión de seguridad e higiene en la secretaria de trabajo y previsión social (en adelante, STPS). Se presenta un escrito de manera libre en las oficinas de la STPS, su respuesta es inmediata, con una vigencia según lo establecido por la Ley Federal del Trabajo.

7.4.5 Aprobación de Planes y Programas de Capacitación y Adiestramiento

Es el trámite para que se aprueben los planes y programas de capacitación de las empresas en la secretaria de trabajo y previsión social, se gestiona en las oficinas de la STPS, con el formato DC-2, su respuesta es inmediata, tiene una vigencia establecida al periodo que se estipula en el formato, no tiene costo.

7.4.6 Constitución de la Comisión Mixta de Capacitación y Adiestramiento

Es el trámite para integrar la comisión mixta de capacitación y adiestramiento en la STPS, se gestiona en las oficinas de la STPS con el formato DC-1, su respuesta es inmediata, tiene una vigencia mientras la empresa tenga trabajadores, el trámite es gratuito.

7.4.7 Aviso de manifestación estadística INEGI

Es la información que se proporciona al INEGI relacionada con la actividad del negocio, lo que no implica efectos fiscales, se realiza ante las oficinas de INEGI presentando el formato FEP-31, su respuesta es inmediata, con una vigencia anual, no implica costo el trámite.

7.4.8 Alta en el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM)

Es el trámite que las empresas industriales, comerciales y de servicios están obligadas a presentar para darse de alta en el SIEM, se gestiona en la cámara correspondiente, mediante el formato de SIEM, su respuesta es inmediata, debe ser renovado anualmente, implica un costo dependiendo el tamaño del negocio.

Anexos

Anexo 1. Glosario

Alzheimer. Enfermedad degenerativa del cerebro.

Antioxidantes. Que evita o protege de la oxidación.

Augurios. Presagio de cosa futura.

Cafeína. Alcaloide blanco obtenido del café, del té y de otros vegetales.

Células Pancreáticas. Células del páncreas (llamadas Beta, normalmente producen insulina, su función principal es degradar el azúcar en la sangre).

Diabetes. Grupo de enfermedades metabólicas, la más importante de las cuales afecta al metabolismo de los hidratos de carbono y en fase avanzada también a los lípidos, proteínas y agua. Se caracteriza por un aumento permanente de glucosa en la sangre y en la orina.

Endémica. Hechos continuos en una región determinada.

Fructífero. Producir utilidad a una cosa.

Inocuidad. Que no hace daño.

Insulina. Hormona segregada por el páncreas que regula la cantidad de glucosa en la sangre. Su carencia determina la diabetes.

Mitigar. Moderar, suavizar o disminuir una cosa rigurosa.

Monasterio. Casa o convento donde viven en comunidad los monjes.

Teofilina. Xantina metilada, presente en las hojas de té, con propiedades parecidas a las de la cafeína.

Viril. Varonil, perteneciente o relativo al varón.

Anexo 2. Encuesta

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BAJA CALIFORNIA

LA PRESENTE ENCUESTA SE HACE CON EL PROPOSITO DE CONOCER LA VIABILIDAD QUE EXISTE DE ABRIR UN CAFÉ BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE ENSENADA. SE AGRADECE SU ATENCION EN LA REALIZACION DE ESTA ENCUESTA.

Instrucciones: Favor de marcar con una X su respuesta, en algunas respuestas se podrá contestar más de una repuesta, o tendrá Usted que escribir su respuesta.

1. ¿Cuál es su bebida favorita?

2. ¿Qué tipo de bebida(s) Usted prefiere consumir?

Agua ☐ Soda ☐ Café ☐ Té ☐ Otra ☐

3. ¿Usted consume café?

Si ☐ No ☐

4. ¿Cuántas veces a la semana consume café?

Una ☐ Dos ☐ Tres ☐ Mas de tres ☐ Mas de cinco ☐ Otra ☐

5. ¿Compra café en grano para uso en casa?

Si ☐ No ☐

6. ¿Dónde lo compra?

Cafetería ☐ Mercado ☐ Otro ☐ _____

7. ¿Qué tipo de café compra?

Descafeinado ☐ Normal ☐ Con sabor ☐ Orgánico ☐ Otro _____

8. ¿Cuánto consume al mes en casa?

250 grs. ☐ 500grs. ☐ 1 kilo ☐

9. ¿Conoce el café orgánico?

Si ☐ No ☐

10. ¿Le agrada acudir a una cafetería?

Si ☐ No ☐

11. ¿Cuál es el principal motivo por el cual visita una cafetería?

12. ¿La mayor parte de las veces que acude a una cafetería, lo hace solo o acompañado?

Solo ☐ Acompañado ☐

13. ¿Cuántas veces acude a la semana a una cafetería?

Una ☐ Dos ☐ Tres ☐ Cuatro ☐ Más de cinco ☐

14. ¿Qué tipo de café o bebidas prefiere consumir en la cafetería?

15. ¿Acostumbra consumir algún bocadillo cuando acude a la cafetería?

Si ☐ No ☐

16. ¿Qué tipo de bocadillo prefiere?

Dulce ☐ Salado ☐ Otro ☐ _____

17. ¿Cuáles son las 3 principales cualidades que una cafetería debe ofrecerle?

1. _____
2. _____
3. _____

18. ¿Cuánto gasta regularmente cuando va a la cafetería?

\$10 ☐ \$20 ☐ \$30 ☐ \$50 ☐ \$ 80 ☐ \$100 ☐ Más de \$100 ☐

19. ¿Tiene automóvil propio?

Si ☐ No ☐

20. ¿Le gustaría acudir a un café nuevo en la zona turística de la Ciudad?

Si ☐ No ☐

21. ¿Por qué?

Edad _____ Sexo F ☐ M ☐

Gracias por su Tiempo.

Anexo 3. Publicidad



Visítanos!



disfruta
de nuestro
menu
al reverso
de este volante

(646) 177.77.77

CALLE HUERTA S/N
COLONIA CARLOS PACHECO
ENSENADA B.C.

M E N U



Bebidas

Café (orgánico/ regular)

	md	lg
Regular	14	17
Descafeinado	14	17
Expresso	15	20
Moka	27	30
Late	26	29
Chai	27	30
Chocolate	21	25

Agua embotellada

10

Soda

10

Te

20

Frias (frappe)

	md	lg
Moka	27	33
Vainilla	27	33
Caramelo	27	33

Smoothie

Fresa	30
Mango	30

Postres

Pay de queso	26
Pastel de chocolate oscuro	26
Pastel de zanahoria	28
Galletas de nuez	10 c/u

Aperitivos

Pate de atun	38
Rollo de filadelfia	35
Bagel especial	15
Ensalada Boutique	35

Café en grano o molido

Chiapas/Veracruz

100 gramos	18
250 gramos	33
500 gramos	50

wi-fi
z o n e

www.cafeboutique.com

Anexo 4. Formatos

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		EXCLUSIVO IMSS		NÚMERO DE REGISTRO PATRONAL
		TIPO DE MOV. CAUSA		FECHAS
		CAUSAS		REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES
NOMBRE, DENOMINACIÓN, RAZÓN SOCIAL DEL PATRÓN O SUJETO OBLIGADO				
ACTIVIDAD O GIRO DE LA EMPRESA				
EXCLUSIVO IMSS EN REGIMEN ESPECIALES				
FECHA DE LA CAUSA DEL AVISO				
DATE DE PERSONALIDAD DEL PATRÓN				
FRACCIÓN				
PRIMA				
IMPORTE				
DOMICILIO DEL PATRÓN				
MARQUE CON UNA "X" LA CAUSA DE PRESENTACIÓN DE ESTE AVISO				
☐ A ALTA PATRONAL ☐ B REANUDACIÓN ACTIVIDADES ☐ C CAMBIO DOMICILIO O CIRCUNSCRIPCION ☐ D CAMBIO NOMBRE O RAZÓN SOCIAL ☐ E SUSTITUCIÓN PATRONAL ☐ F DUPLICIDAD ☐ G BAJA ☐ H HUELGA ☐ INICIO ☐ LEGAL ☐ TERMINO ☐ EXISTENTE				
IMPORTANTE: LEA LAS INSTRUCCIONES AL REVERSO				
NOMBRE Y FIRMA DEL PATRÓN, SUJETO OBLIGADO O SU REPRESENTANTE LEGAL				
LOS MOVIMIENTOS QUE AMPLIA ESTE FORMATO SURTEN EFECTOS TANTO PARA EL IMSS COMO PARA EL INFONAVIT CONFORME A SUS RESPECTIVAS LEYES CONSERVE ESTE DOCUMENTO PARA CUALQUIER ACLARACIÓN				
AVISOS ORIGINALES				

EXCLUSIVO IMSS PARA LAS CAUSAS A, B, D, Y E ANOTE LOS DATOS DEL ACTA CONSTITUTIVA O DE OTROS DOCUMENTOS AFINES		INFORMACIÓN ADICIONAL
No. DE NOMBRAMIENTO	No. DE ACTA	No. DE LIBRO
No. DE FOLIO		
INSTRUCCIONES PARA EL PATRÓN		
CAUSA A ALTA	PRESENTE LOS AVISOS DE INSCRIPCION DE TODOS SUS TRABAJADORES	
CAUSA B REANUDACIÓN ACTIVIDADES	ANOTE LOS DATOS REGISTRADOS ANTERIORMENTE EN EL IMSS. PRESENTANDO ADEMÁS LOS AVISOS DE INSCRIPCION DE SUS TRABAJADORES	
CAUSA C CAMBIO DE DOMICILIO O CIRCUNSCRIPCION	ANOTE EL DOMICILIO ANTERIOR	
CAUSA D CAMBIO NOMBRE O RAZÓN	ANOTE EL NOMBRE, DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL ANTERIOR	
CAUSA E SUSTITUCIÓN PATRONAL	ANOTE NOMBRE Y NÚMERO DEL REGISTRO DEL PATRÓN SUSTITUIDO (SOLICITE INFORMACIÓN ADICIONAL)	
CAUSA F DUPLICIDAD	ANOTE LOS NÚM. DE REGISTRO PATRONAL APLICADOS Y SOLICITE INFORMACIÓN ADICIONAL	
CAUSA G BAJA	ANOTE EL MOTIVO DE LA BAJA	
CAUSA H HUELGA	LAS EMPRESAS EN ESTADO DE HUELGA NO PRESENTAN AVISOS DE BAJA. SOLO DEBEN INFORMAR LOS NOMBRES Y NÚMEROS DE SEGURIDAD SOCIAL DE LOS TRABAJADORES QUE NO ESTÁN EN HUELGA	
NOTA: • PARA LAS CAUSAS A, B, D, Y E ADJUNTE COPIA DEL ACTA CONSTITUTIVA DE LA EMPRESA, DEBIDAMENTE PROTOCOLIZADA Y COPIA DEL REGISTRO EN LA SEDIC O PUERTA DE PUNTO VENTA (AUTORICE EL ESTABLECIMIENTO, ADEMÁS DE LA FORMA HOJA DE INSCRIPCION DE LAS EMPRESAS EN EL SEGURO DE HUESOS DE TRABAJO. ESTA ÚLTIMA EXCEPTO EN CAUSA "D"). • PARA LA CAUSA C ADJUNTE COPIA DEL AVISO DE CAMBIO DE DOMICILIO (S = C.F.).		

INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
SERVICIOS DE AFILIACION-VIGENCIA DE DERECHOS
AVISO DE INSCRIPCION DEL TRABAJADOR

INSTITUTO DEL FONDO NACIONAL DE LA VIVIENDA
PARA LOS TRABAJADORES

AFIL-02

NÚMERO DE REGISTRO PATRONAL		IMSS CLAVE DE ARGUMENTO		TIPO DE CONTRATACION DEL TRABAJADOR PERMANENTE 1 EVENTUAL 2 EVENTUAL CONST. 3		NÚMERO DE SEGURIDAD SOCIAL DEL TRABAJADOR	
NOMBRE COMPLETO DEL TRABAJADOR (SIN ABREVIATURAS)		CLAVE ÚNICA 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 Y HORA DE RECEPCION DE ESTE A/ISO EN EL IMSS			
FECHA DE INGRESO AL TRABAJO		SEXO MASC 1 FEM 2		EN CASO DE JORNADA O SEMANA REDUCIDA ANOTAR LOS DIAS QUE LABORA DE HORARIO		OCUPACION DEL TRABAJADOR	
DIA (2 DIG.) MES (2 DIG.) AÑO (4 DIG.)							
LUGAR DE NACIMIENTO (ESTADO)		FECHA DE NACIMIENTO					
NOMBRE DEL PADRE (AUN VIVO)							
NOMBRE DE LA MADRE (AUN VIVA)							
DOMICILIO DEL TRABAJADOR		CALLE Y/O MANZANA		NÚMERO		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		NÚMERO		COLONIA Y/O POBLACION	
		MUNICIPIO		ENTIDAD		C.P.	
FIRMA DEL PATRON, SUJETO OBLIGADO O SU REPRESENTANTE LEGAL		FIRMA O HUELLA DEL TRABAJADOR		EXTIMPORANEO 1			

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

INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
SERVICIOS DE AFILIACION-VIGENCIA DE DERECHOS
AVISO DE MODIFICACION DE SALARIO DEL TRABAJADOR

INSTITUTO DEL FONDO NACIONAL DE LA VIVIENDA
PARA LOS TRABAJADORES

AFIL-03

NÚMERO DE REGISTRO PATRONAL		IMSS CLAVE DE ARGUMENTO		TIPO DE CONTRATACION DEL TRABAJADOR PERMANENTE 1 EVENTUAL 2 EVENTUAL CONST. 3		NÚMERO DE SEGURIDAD SOCIAL DEL TRABAJADOR	
NOMBRE COMPLETO DEL TRABAJADOR (SIN ABREVIATURAS)		CLAVE ÚNICA DE REGISTRO DE POBLACION					
APELLIDO PATERNO		APELLIDO MATERNO		NOMBRE(S)			
SALARIO BASE DE COTIZACION \$ ANTERIOR		TIPO DE SALARIO FIJO 0 VARIABLE 1 MIXTO 2		EXCLUSIVO IMSS FECHA Y HORA DE RECEPCION DE ESTE AVISO EN EL IM.S.S.			
SALARIO BASE DE COTIZACION \$		EXTEMPOREANO 1					
FECHA DE LA MODIFICACION		EN CASO DE JORNADA O SEMANA REDUCIDA ANOTAR LOS DIAS QUE LABORA O EL HORARIO					
DIA (2 DIG.) MES (2 DIG.) AÑO (4 DIG.)							
NOMBRE, DENOMINACION, RAZON SOCIAL DEL PATRON O SUJETO OBLIGADO							
EN CASO DE PERSONA FISICA NOMBRE(S)		APELLIDO PATERNO		APELLIDO MATERNO			
UBICACION DEL CENTRO DE TRABAJO		CALLE Y/O MANZANA		NÚMERO		COLONIA Y/O POBLACION	
		MUNICIPIO		ENTIDAD		C.P.	
FIRMA DEL PATRON, SUJETO OBLIGADO O SU REPRESENTANTE LEGAL		FIRMA O HUELLA DEL TRABAJADOR					

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

INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
SERVICIOS DE AFILIACION-VIGENCIA DE DERECHOS

**INSTITUTO DEL FONDO NACIONAL DE LA VIVIENDA
PARA LOS TRABAJADORES**

AFIL-04

**AVISO DE BAJA DEL TRABAJADOR
O ASEGURADO**

IMSS
CLAVE DE ARGUMENTO

NÚMERO DE SEGURIDAD SOCIAL DEL TRABAJADOR O ASEGURADO

NÚMERO DE REGISTRO PATRONAL

CLAVE ÚNICA DE REGISTRO DE POBLACION
O REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES

NOMBRE COMPLETO DEL TRABAJADOR O ASEGURADO (SIN ABREVIATURAS)

EXTEMPORANEO

APELLIDO PATERNO

APELLIDO MATERNO

NOMBRE (S)

APLICACION ART. 37 LSS

NOMBRE, DENOMINACION, RAZON SOCIAL DEL PATRON O SUJETO OBLIGADO

EXCLUSIVO IMSS

FECHA Y HORA DE RECEPCION
DE ESTE AVISO EN EL IMSS.

EN CASO DE PERSONA FISICA NOMBRAR (S)

APELLIDO PATERNO

APELLIDO MATERNO

UBICACION DEL CENTRO DE TRABAJO

CALLE Y CANTONAMIENTO

MUNICIPIO

COLONIA Y C.P.

MUNICIPIO

ESTADO

C.P.

FECHA DE BAJA DEL TRABAJADOR O ASEGURADO
(ÚLTIMO DÍA DE SALARIO)

CAUSA DE LA BAJA

DÍA (2 DÍGITOS)

MES (2 DÍGITOS)

AÑO (4 DÍGITOS)

FIRMA DEL PATRON, SUJETO OBLIGADO O SU REPRESENTANTE LEGAL (ANOTAR CARGO)

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

CAPTURA / AVISOS ORIGINALES



SERVICIOS DE AFILIACIÓN VIGENCIA
 AVISO DE INSCRIPCIÓN PATRONAL
 O DE REANUDACIÓN DE ACTIVIDADES

AFIL 01-A

EXCLUSIVO IMSS	
CLAVE DE MUNICIPIO	ARGUMENTO

4. PERSONA MORAL ()
 5. PERSONA FÍSICA ()

1. NUMERO DE REGISTRO PATRONAL	
10 DÍGITOS	DIG. VER
2. REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES	
3. CLAVE ÚNICA DE REGISTRO DE POBLACIÓN	

6. NOMBRE, DENOMINACIÓN, RAZÓN SOCIAL DEL PATRÓN O SUJETO OBLIGADO (ARTÍCULO 5-A FRAC. VII DE LA LEY DEL SEGURO SOCIAL)					
EN CASO DE PERSONA FÍSICA NOMBRE (S)		APELLIDO PATERNO		APELLIDO MATERNO	
7. NOMBRE COMERCIAL					
8. ACTIVIDAD O GIRO PRINCIPAL DE LA EMPRESA					
9. CLASE DE RIESGO MANIFESTADA	10. FRACCIÓN	11. PRIMA	12. FECHA DE LA CAUSA DEL AVISO		
			DÍA (2 DIG.)	MES (2 DIG.)	AÑO (4 DIG.)
13. DOMICILIO FISCAL (DE CONFORMIDAD CON EL ARTÍCULO 10 DEL CÓDIGO FISCAL DE LA FEDERACIÓN)					
CALLE Y/O MANZANA		NÚMERO EXTERIOR - INTERIOR		COLONIA Y/O POBLACIÓN	
MUNICIPIO		ENTIDAD		C.P. TELÉFONO	
14. DOMICILIO DEL PRINCIPAL CENTRO DE TRABAJO SI TIENE MÁS DE UNO					
CALLE Y/O MANZANA		NÚMERO EXTERIOR - INTERIOR		COLONIA Y/O POBLACIÓN	
MUNICIPIO		ENTIDAD		C.P. TELÉFONO	
15. DOMICILIO PARA RECIBIR Y OIR NOTIFICACIONES EN LA LOCALIDAD					
CALLE Y/O MANZANA		NÚMERO EXTERIOR - INTERIOR		COLONIA Y/O POBLACIÓN	
MUNICIPIO		ENTIDAD		C.P. TELÉFONO	
15. DOMICILIO PARA RECIBIR Y OIR NOTIFICACIONES EN LA LOCALIDAD					
CALLE Y/O MANZANA		NÚMERO EXTERIOR - INTERIOR		COLONIA Y/O POBLACIÓN	
MUNICIPIO		ENTIDAD		C.P. TELÉFONO	
16. AFILIACIÓN A CÁMARA O AGRUPAMIENTO :					
17. ANOTAR DATOS DEL ACTA CONSTITUTIVA					EXCLUSIVO IMSS ACUSE DE RECIBO
No. DE FOLIO MERCANTIL	FECHA	No. DE LIBRO	No. DE FOJA		
No. DE ACTA CONSTITUTIVA		No. DE NOTARÍA			
REGISTRO PÚBLICO DE LA PROPIEDAD Y DEL COMERCIO		LUGAR Y FECHA DE CONSTITUCIÓN			
18. MARQUE CON UNA X LA CAUSA DE PRESENTACIÓN DE ESTE AVISO					
☐ ALTA PATRONAL		☐ REANUDACIÓN DE ACTIVIDADES			
19. FIRMA DEL PATRÓN O SUJETO OBLIGADO O REPRESENTANTE LEGAL					
PATRÓN		SUJETO OBLIGADO		REPRESENTANTE LEGAL	
☐		☐		☐	
MARQUE CON UNA X SEGÚN CORRESPONDA					
CONSERVE ESTE DOCUMENTO PARA CUALQUIER ACLARACIÓN					DELEGACIÓN SUBDELEGACIÓN

ANOTAR LOS SIGUIENTES DATOS

29. SOCIO

APELLIDO PATERNO:
APELLIDO MATERNO:
NOMBRES:
30. CURP:
31. DOMICILIO
CALLE:
No. Y/O LETRA EXTERIOR, MANZANA Y LOTE:
No. Y/O LETRA INTERIOR:
COLONIA O POBLACIÓN:
DELEGACIÓN O MUNICIPIO:
CÓDIGO POSTAL:
CIUDAD:
ENTIDAD:
TELÉFONO (S):
FAX:
CORREO ELECTRÓNICO:

29. SOCIO

APELLIDO PATERNO:
APELLIDO MATERNO:
NOMBRES:
30. CURP:
31. DOMICILIO
CALLE:
No. Y/O LETRA EXTERIOR, MANZANA Y LOTE:
No. Y/O LETRA INTERIOR:
COLONIA O POBLACIÓN:
DELEGACIÓN O MUNICIPIO:
CÓDIGO POSTAL:
CIUDAD:
ENTIDAD:
TELÉFONO (S):
FAX:
CORREO ELECTRÓNICO:

29. SOCIO

APELLIDO PATERNO:
APELLIDO MATERNO:
NOMBRES:
30. CURP:
31. DOMICILIO
30. CURP:
31. DOMICILIO
CALLE:
No. Y/O LETRA EXTERIOR, MANZANA Y LOTE:
No. Y/O LETRA INTERIOR:
COLONIA O POBLACIÓN:
DELEGACIÓN O MUNICIPIO:
CÓDIGO POSTAL:
CIUDAD:
ENTIDAD:
TELÉFONO (S):
FAX:
CORREO ELECTRÓNICO:

29. SOCIO

APELLIDO PATERNO:
APELLIDO MATERNO:
NOMBRES:
30. CURP:
31. DOMICILIO
30. CURP:
31. DOMICILIO
CALLE:
No. Y/O LETRA EXTERIOR, MANZANA Y LOTE:
No. Y/O LETRA INTERIOR:
COLONIA O POBLACIÓN:
DELEGACIÓN O MUNICIPIO:
CÓDIGO POSTAL:
CIUDAD:
ENTIDAD:
TELÉFONO (S):
FAX:
CORREO ELECTRÓNICO:

DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, DE FORMA VOLUNTARIA, QUE LOS DATOS ASENTADOS EN EL PRESENTE
AVISO SON CIERTOS Y SE CORRESPONDEN CON LO DISPUESTO EN LA LEY DEL SEGURO SOCIAL, DEL INFONAVIT Y SUS
REGLAMENTOS.

19. FIRMA DEL PATRÓN O SUJETO OBLIGADO O REPRESENTANTE LEGAL
PATRÓN SUJETO OBLIGADO REPRESENTANTE LEGAL
☐ ☐ ☐

MARQUE CON UNA X SEGÚN CORRESPONDA

INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
SERVICIOS DE AFILIACIÓN VIGENCIA
AVISO DE INSCRIPCIÓN PATRONAL O DE
REANUDACIÓN DE ACTIVIDADES AFIL 01- A

INSTITUTO DEL FONDO NACIONAL DE LA
VIVIENDA PARA LOS TRABAJADORES

ANOTAR LOS SIGUIENTES DATOS

14. CENTRO DE TRABAJO
DOMICILIO
CALLE:
Nº. Y/O LETRA EXTERIOR, MANZANA Y LOTE:
Nº. Y/O LETRA INTERIOR:
COLONIA O POBLACIÓN:
DELEGACIÓN O MUNICIPIO:
CÓDIGO POSTAL:
CIUDAD:
ENTIDAD:
TELÉFONO (S):
FAX:
CORREO ELECTRÓNICO:

14. CENTRO DE TRABAJO
DOMICILIO
CALLE:
Nº. Y/O LETRA EXTERIOR, MANZANA Y LOTE:
Nº. Y/O LETRA INTERIOR:
COLONIA O POBLACIÓN:
DELEGACIÓN O MUNICIPIO:
CÓDIGO POSTAL:
CIUDAD:
ENTIDAD:
TELÉFONO (S):
FAX:
CORREO ELECTRÓNICO:

14. CENTRO DE TRABAJO
DOMICILIO
CALLE:
Nº. Y/O LETRA EXTERIOR, MANZANA Y LOTE:
Nº. Y/O LETRA INTERIOR:
COLONIA O POBLACIÓN:
DELEGACIÓN O MUNICIPIO:
CÓDIGO POSTAL:
CIUDAD:
ENTIDAD:
TELÉFONO (S):
FAX:
CORREO ELECTRÓNICO:

14. CENTRO DE TRABAJO
DOMICILIO
CALLE:
Nº. Y/O LETRA EXTERIOR, MANZANA Y LOTE:
Nº. Y/O LETRA INTERIOR:
COLONIA O POBLACIÓN:
DELEGACIÓN O MUNICIPIO:
CÓDIGO POSTAL:
CIUDAD:
ENTIDAD:
TELÉFONO (S):
FAX:
CORREO ELECTRÓNICO:

DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, DE FORMA VOLUNTARIA, QUE LOS DATOS ASEÑALADOS EN EL PRESENTE
AVISO SON CIERTOS Y CORRESPONDEN CON LO DISPUESTO EN LAS LEYES DEL SEGURO SOCIAL, DEL INFONAVIT Y SUS
REGLAMENTOS.

19. NOMBRE Y FIRMA DEL PATRÓN, SUJETO OBLIGADO O REPRESENTANTE LEGAL

☐ PATRÓN

☐ SUJETO OBLIGADO

☐ REPRESENTANTE LEGAL

MARQUE CON UNA X SEGÚN CORRESPONDA

14. CROQUIS DE LOCALIZACION

EL INCUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES RELACIONADAS CON EL AVISO DE INSCRIPCIÓN PATRONAL O DE MODIFICACIÓN EN SU REGISTRO PUEDE CONLLEVAR A LA CONFIGURACIÓN DE LAS INFRACCIONES Y DELITOS PREVISTOS Y SANCIONADOS EN EL TÍTULO SEXTO DE LA LEY DEL SEGURO SOCIAL

PARA CUALQUIER ACLARACIÓN, DUDA Y/O COMENTARIO CON RESPECTO A ESTE TRÁMITE, SIRVASE LLAMAR AL SISTEMA DE ATENCIÓN TELEFÓNICA A LA CIUDADANÍA (SACTEL) AL TELÉFONO 54 80 20 00 EN EL D.F., Y ÁREA METROPOLITANA; DEL INTERIOR DE LA REPÚBLICA SIN COSTO AL USUARIO AL 01 800 00 14800; DESDE ESTADOS UNIDOS Y CANADA AL 1 888 594 3372 O AL SISTEMA DE ATENCIÓN TELEFÓNICA DEL IMSS AL 52 41 02 46.

Los datos personales recabados serán protegidos, incorporados y tratados en el Sistema de Datos Personales Sistema Integral de Derechos y Obligaciones (S.I.N.D.O.) con fundamento en el Artículo 15 de la Ley del Seguro Social y 14 del Reglamento de la Ley del Seguro Social en Materia de Afiliación, Clasificación de Empresas, Recaudación y Fiscalización y cuya finalidad es contener, proteger, ordenar y clasificar los datos de los patrones y asegurados, el cual fue registrado en el Listado de Sistemas de Datos Personales ante el Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (www.ifai.org.mx), y podrán ser transmitidos al INFONAVIT y a la CONSAR con la finalidad de que el asegurado ejerza sus derechos de ejercicio de créditos de vivienda y disposición de los seguros de retiro, cesantía en edad avanzada y vejez, además de otras transmisiones previstas en la Ley. La Unidad Administrativa responsable del Sistema de Datos Personales es la Dirección de Incorporación y Recaudación del Seguro Social en coordinación con la Dirección de Innovación y Desarrollo Tecnológico del IMSS y la Unidad Administrativa donde el interesado podrá ejercer los derechos de acceso y corrección ante la misma es la Subdelegación de control que corresponde al domicilio del patrón. Lo anterior se informa en cumplimiento del Decimoséptimo de los Lineamientos de Protección de Datos Personales, publicados en el Diario Oficial de la Federación el 30 de septiembre de 2005.

32.- Nombre y Firma del Patrón o Sujeto Obligado o Su Representante Legal



GOBIERNO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA
AVISO AL REGISTRO ESTATAL DE CAUSANTES

spf
Secretaría de Planeación y Finanzas

Alta ☐ TIPO DE AVISO Cambios ☐ Baja ☐ Fecha Municipio

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

ALTA: INSCRIPCION ☐		REANUDACION DE ACTIVIDADES ☐	
Obligaciones	SI	Fecha de inicio o reanudación de actividades:	
Impuesto Sobre Remuneraciones al Trabajo Personal No. Enaj.	☐	Tipo de Contribuyente:	Unico ☐ Matriz ☐ Sucursal ☐
Impuesto Sobre Actividades Mercantiles e Industriales	☐	Maquilador: ☐	Exportador: ☐
Impuesto Sobre Loterías, Rifas, Sorteos, Juegos permitidos y Concursos	☐	Pago de Impuestos Estatales por:	Matriz ☐ Sucursal ☐
Impuesto Sobre Servicios de Hospedaje	☐	Domicilio de la matriz:	
Impuesto Ambiental	☐		
Impuesto Sobre Automóviles Nuevos	☐		
Impuesto Sobre la Renta Régimen Intermedio	☐		
Impuesto Sobre la Renta Régimen Pequeños	☐		
Impuesto Sobre la Renta Enajenación de Terrenos o Construcciones	☐		
Nombre completo (sin abreviaturas)	Datos del representante legal		Registro Federal de Contribuyentes
Calle, Av., Blvd., Cjon. Etc.	No. exterior	No. interior	Colonia
Localidad o Poblado	Municipio		Código Postal

CAMBIOS: Fecha en que ocurrió el cambio:		(Llenar únicamente renglones afectados)
DOMICILIO: Calle, Av., Blvd., Cjon. Etc.	No. exterior	No. interior
		Colonia
Localidad o Poblado	Municipio	
	Código Postal	
RAZÓN O DENOMINACIÓN 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 ☐		SUSPENSION DE ACTIVIDADES ☐	
FECHA DE CLAUSURA DEFINITIVA O SUSPENSION DE ACTIVIDADES:			
DOMICILIO DONDE SE CONSERVAN LOS COMPROBANTES PARA EFECTOS FISCALES			
Calle, Av., Blvd., Cjon. Etc.	No. exterior	No. interior	Colonia
Localidad o Poblado	Municipio		Código Postal

Recibo en Ventanilla

NOMBRE Y FIRMA DEL CONTRIBUYENTE
O REPRESENTANTE LEGAL

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

NOMBRE, DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL	REGISTRO(S) PATRONAL(ES)
SUBDELEGACIÓN	

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

INSTRUCCIONES DE LLENADO

AVISO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD

1. DATOS GENERALES

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

2. DIVISIÓN ECONÓMICA Y GIRO

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

3. MATERIAS PRIMAS Y MATERIALES

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

4. MAQUINARIA Y EQUIPO

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

EJEMPLO:

No. de UNIDADES	NOMBRE	USO	COMBUSTIBLE O ENERGÍA	CAPACIDAD O POTENCIA
3	PRENSAS MECÁNICAS	TROQUELADO	ELECTRICA	50 TONELADAS.
1	CAMIONETA	DISTRIBUCIÓN	GASOLINA	3.5 TONELADAS.

5. PERSONAL

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

EJEMPLO:

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

6. PROCESOS DE TRABAJO

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

7. CLASIFICACIÓN MANIFESTADA POR EL PATRÓN

- ANOTAR LA DIVISIÓN ECONÓMICA, GRUPO Y FRACCIÓN, ASÍ COMO MARCAR CON UNA CRUZ "X" LA CLASE DE RIESGO EN QUE, A CRITERIO DEL PATRÓN, SE CONFIGURE SU ACTIVIDAD CON BASE EN LO QUE ESTABLECEN LOS ARTÍCULOS 73 Y 75 DE LA LEY DEL SEGURO SOCIAL Y LOS ARTÍCULOS 1, FRACCIONES IV, 3, 18, 19, 20, 22, 23, 24, 26, 28, 29, 30 Y 106 DEL REGLAMENTO DE LA LEY DEL SEGURO SOCIAL EN MATERIA DE AFILIACIÓN, CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS, RECAUDACIÓN Y FISCALIZACIÓN, ANOTANDO ADEMÁS EL NOMBRE DEL PATRÓN O SUJETO OBLIGADO O DE SU REPRESENTANTE LEGAL Y FIRMANDO DE CONFORMIDAD.

8. PARA USO EXCLUSIVO DEL INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL

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

ESTE FORMATO DEBERÁ PRESENTARSE EN ORIGINAL Y COPIA, ANEXANDO IDENTIFICACIÓN OFICIAL CON FOTOGRAFÍA Y FIRMA DEL PATRÓN O SUJETO OBLIGADO; Y PARA LOS REPRESENTANTES LEGALES, ADEMÁS, PODER PARA PLEITOS Y COBRANZAS. LOS DOCUMENTOS DEBERÁN PRESENTARSE EN ORIGINAL Y COPIA PARA COTEJO. EL PLAZO DEL INSTITUTO PARA RESOLVER SU TRÁMITE SERÁ DE DOS DÍAS HÁBILES POSTERIORES A LA RECEPCIÓN DE LA SOLICITUD EN LA SUBDELEGACIÓN CORRESPONDIENTE. PARA CUALQUIER ACLARACIÓN REFERENTE A SU TRÁMITE, DIRIGIRSE AL DEPARTAMENTO DE AFILIACIÓN VIGENCIA DE LA SUBDELEGACIÓN QUE LE CORRESPONDA.

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

DÍA	MES	AÑO

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

1. DATOS GENERALES					REGISTRO (S) PATRONAL (ES)
NOMBRE, DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL					
DOMICILIO: CALLE		NUM. EXT.	NUM. INT.	COLONIA	
POBLACIÓN	ENTIDAD	CÓDIGO POSTAL	TELÉFONO	FAX	
INSCRIPCIÓN	MODIFICACIONES				
☐ INSCRIPCIÓN INICIAL	☐ CAMBIO DE ACTIVIDADES	☐ INCORPORACIÓN DE ACTIVIDADES	☐ COMPRA DE ACTIVOS	☐ ENAJENACIÓN	☐ ARRENDAMIENTO
☐ FIDEICOMISO TRASLATIVO	☐ CAMBIO DE DOMICILIO	☐ SUSTITUCIÓN PATRONAL	☐ FUSIÓN	☐ ESCISIÓN	☐ REANUDACIÓN

2. DIVISIÓN ECONÓMICA Y GIRO				
☐ AGRICULTURA	☐ GANADERÍA	☐ SILVICULTURA	☐ PESCA	☐ CAZA
☐ INDS. EXTRACTIVAS	☐ INDS. TRANSFORMACIÓN	☐ CONSTRUCCIÓN	☐ COMERCIO	☐ SERVICIOS
ESPECIFICAR SU GIRO:				

3. MATERIAS PRIMAS Y MATERIALES	
NOMBRE	NOMBRE

4. MAQUINARIA Y EQUIPO				
NÚMERO DE UNIDADES	NOMBRE	USO	CONSUMIBLE O DURABLE	CAPACIDAD O POTENCIA

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

3 DE 4

6. PROCESOS DE TRABAJO

7.- CLASIFICACIÓN MANIFESTADA POR EL PATRÓN.

DE CONFORMIDAD CON LA INFORMACIÓN DECLARADA Y CON FUNDAMENTO EN LOS ARTICULOS 73 Y 75 DE LA LEY DEL SEGURO SOCIAL Y LOS ARTICULOS 1 FRACCION IV, 3, 18, 19, 20, 22, 23, 24, 26, 28, 29, 30 Y 196 DEL REGLAMENTO DE LA LEY DEL SEGURO SOCIAL EN MATERIA DE AFILIACIÓN, CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS, RECAUDACIÓN Y FISCALIZACIÓN, MANIFIESTO A ESTA EMPRESA EN:

DIVISION ECONOMICA

GRUPO

FRACCION

I

II

III

IV

V

EL PATRÓN ESTA OBLIGADO EN TERMINOS DE LA LEY DEL SEGURO SOCIAL Y SUS REGLAMENTOS, A DAR AVISO AL INSTITUTO DE CUALQUIER MODIFICACIÓN EN SUS ACTIVIDADES, INSTALACIONES, EQUIPOS, PROCESOS DE TRABAJO, ETC.

PATRÓN O SUJETO OBLIGADO O REPRESENTANTE LEGAL

NOMBRE Y FIRMA

8. PARA USO EXCLUSIVO DEL INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL

RECEPCION

HORA Y FECHA

CLASIFICACION SUBDELEGACIONAL

CLASE

FRACCION

PRIMA %

Jefe del Departamento de Afiliación/Vicejefe

NOMBRE Y FIRMA

Subdelegado

NOMBRE Y FIRMA

INSCRIPCION DEL PATRON

AL I.M.S.S.

DIA

MES

AÑO

CAPTURA AFIL - OI

CLASE

FRACCION

PRIMA %

NEGATIVA PATRONAL

AUSENCIA PATRONAL

RATIFICACION



H. AYUNTAMIENTO DE ENSENADA BAJA CALIFORNIA
SECRETARÍA DE ADMINISTRACIÓN URBANA
DIRECCIONES DE CONTROL URBANO Y ECOLOGÍA
DEPARTAMENTO DE USO DE SUELO

SOLICITUD DICTAMEN DE USO DE SUELO
PREVIA VERIFICACIÓN DE CONGRUENCIA USO DE SUELO E IMPACTO AMBIENTAL

CON FECHA: _____ DE _____ DE _____
C. _____ E-MAIL: _____
EMPRESA: _____ R.F.C. _____
DIRECCIÓN: _____ TEL: _____

SOLICITO POR ESTE MEDIO DICTAMEN DE USO DE SUELO PARA EL PREDIO

CON CLAVE CATASTRAL: _____ SUP: _____ m²
LOTE: _____ MANZANA: _____ CALLE: _____
No.: _____ NO TENGO NÚMERO OFICIAL, DE PROCEDER SOLICITO ASIGNACIÓN DEL MISMO ☐
COLONIA: _____ FRACCIONAMIENTO: _____
C.P.: _____ DELEGACIÓN: _____

PARA REALIZAR ACTIVIDAD DE:

DEL PROYECTO DENOMINADO: _____

A FIN DE APOYAR EN EL ANÁLISIS DE USO DE SUELO E IMPACTO AMBIENTAL:

- ☐ MANIFIESTO CONTAR CON FACTIBILIDAD USO DE SUELO POR CONGRUENCIA CU1002, EMITIDA POR LA DIRECCIÓN DE CONTROL URBANO MEDIANTE OFICIO
- No. _____
- ☐ ANEXO COPIA RESOLUCIÓN EN MATERIA DE IMPACTO AMBIENTAL, EMITIDA MEDIANTE OFICIO
- No. _____
- ☐ ANEXO COPIA RECIBO DE PREDIAL AL CORRIENTE

NOMBRE Y FIRMA
PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL



H. AYUNTAMIENTO DE ENSENADA BAJA CALIFORNIA
SECRETARÍA DE ADMINISTRACIÓN URBANA
DIRECCIÓN DE CONTROL URBANO
DEPARTAMENTO DE USO DE SUELO

SOLICITUD AUTORIZACIÓN DE ANUNCIO, RÓTULO O SIMILAR

CON FECHA: _____ DE: _____ DE: _____
 _____ C. _____ E-MAIL _____
 EMPRESA: _____ R.F.C. _____
 DIRECCIÓN: _____ TEL: _____
 SOLICITO POR ESTE MEDIO AUTORIZACIÓN PARA INSTALAR ANUNCIO DE _____ POR _____ m

EN LA CANTIDAD Y TIPO SIGUIENTE:

TIPO FIJO POR UN AÑO (INDICAR CANTIDAD)	TIPO TEMPORAL (INDICAR CANTIDAD)
_____ DE PARED O ADOSADO : _____ PINTADO	_____ CARTELERA POR EVENTO ADOSADA, FUERA DEL PRIMER CUADRO DE LA CIUDAD
_____ LUMINOSO	_____ RÓTULO TIPO BANDERA DENTRO DEL PRIMER CUADRO DE LA CIUDAD
_____ RÓTULOS TIPO BANDERA : _____ PINTADO	_____ MANTAS (RESTRINGIDAS A USOS DEL AYUNTAMIENTO)
_____ LUMINOSO	_____ OTRO (INDICAR) :
_____ DIRECTORIO EN CENTRO COMERCIAL	
TOTAL _____ m ²	POR EL PERÍODO DE: _____

A UBICAR EN: _____
 LOTE _____ MANZANA _____ CLAVE CATASTRAL _____

PARA EL EFECTO PRESENTO ORIGINAL Y COPIA DE ESTA SOLICITUD, ANEXANDO COPIA DE LA SIGUIENTE DOCUMENTACIÓN:

- ☐ PERMISO ANTERIOR YA QUE SE TRATA DE RENOVACIÓN (EN TAL CASO NO SE REQUIERE PRESENTAR LOS DOCUMENTOS SIGUIENTES)
- ☐ IDENTIFICACIÓN DEL RESPONSABLE PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL
- ☐ ACTA CONSTITUTIVA YA QUE REPRESENTO PERSONA MORAL
- ☐ CONSTANCIA DE PROPIEDAD O CONTRATO DE ARRENDAMIENTO
- ☐ COPIA DICTAMEN USO DE SUELO PROCEDENTE YA QUE SE TRATA DE NEGOCIO ESTABLECIDO
- ☐ VISTA EN PLANTA Y LATERAL DE LA UBICACIÓN DEL ANUNCIO
- ☐ DETALLE A ESCALA DEL CONTENIDO DEL ANUNCIO, INDICANDO MATERIAL A UTILIZAR
- ☐ PROYECTO DE LA ESTRUCTURA DE SOPORTE CON LA RESPONSIVA DE CORRESPONSABLE DIRECTOR DE PROYECTO ESTRUCTURAL REGISTRADO EN LA DIRECCIÓN

EN CASO DE TRATARSE DE PERMISO EN LA VÍA PÚBLICA, ESTOY CONCIENTE QUE TAL AUTORIZACIÓN DE USO, EN CASO DE OTORGARSE, NO CREA DERECHOS SOBRE LA MISMA, ES TEMPORAL, REVOCABLE Y QUE ESTOY OBLIGADO A RETIRAR POR MI CUENTA EL ANUNCIO CUANDO EL AYUNTAMIENTO Y/O LA DIRECCIÓN DE CONTROL URBANO ME LO REQUIERA.

NOTA: SE PROHÍBE LA COLOCACIÓN DE ANUNCIOS EN BANQUETAS, SEMÁFOROS, POSTES DE ALUMBRADO, POSTES DE CFE, POSTES DE TELÉFONO ÁRBOLES Y PALMERAS.

 NOMBRE Y FIRMA PROPIETARIO O REP. LEGAL



SUBSECRETARÍA DE DESARROLLO HUMANO PARA EL TRABAJO PRODUCTIVO
DIRECCIÓN GENERAL DE CAPACITACIÓN
 Constitución de la Comisión Mixta de Capacitación y Adiestramiento
INFORME SOBRE LA CONSTITUCIÓN DE LA COMISIÓN MIXTA DE CAPACITACIÓN Y ADIESTRAMIENTO
Formato DC-1

DATOS GENERALES DE LA EMPRESA

Nombre o razón social (En caso de persona física, anotar apellido paterno, apellido materno y nombre(s))

NOMBRE DE LA EMPRESA, s.a. de c.v.

Registro Federal de Contribuyentes (SHCP)

P R I - 9 4 1 1 2 8 - F K 6

Registro patronal del I.M.S.S.

-

Calle

No. Ext.

No. Int.

Colonia

Localidad

Código postal

0 8 1 0 0

Municipio o delegación política

Entidad federativa

Teléfono (s)

Actividad o giro principal

Número de trabajadores de la empresa

Tipo de contrato (Marcar con una X)

Individual

☐

Colectivo

☒

Ley

☐

DATOS DE LA COMISIÓN MIXTA DE CAPACITACIÓN Y ADIESTRAMIENTO

Número de establecimientos en que rige *

0 0 3

Número total de integrantes

Fecha de constitución

Año

Mes

Día

Los datos se proporcionan bajo protesta de decir la verdad, apercibidos de la responsabilidad en que incurre todo aquel que no se conduce con la verdad.

Nombre y firma del patrón o representante legal de la empresa

Lugar y fecha de elaboración de este informe

Año Mes Día

*/ Asentar en el reverso de esta forma el domicilio completo, R.F.C. y registro del I.M.S.S., de los establecimientos adicionales en donde rige la comisión.

NOTAS

- Llenar un formato por cada comisión mixta que exista en la empresa
- Llenar a máquina o con letra de molde
- Llenar el formato y conservarlo en los registros internos de la empresa.

DC-1 ANVERSO

ESTABLECIMIENTOS EN LOS QUE RIGE LA COMISIÓN MIXTA DE CAPACITACIÓN Y ADIESTRAMIENTO

Número consecutivo	Domicilio (Anotar el domicilio completo para cada uno de los establecimientos adicionales)	Registro Federal de Contribuyentes (SHCP)	Registro patronal del I.M.S.S.

Para cualquier aclaración, duda y/o comentario con respecto al trámite, sírvase llamar al Sistema de Atención Telefónica a la Ciudadanía (SACTEL) a los Teléfonos 54-50-20-00 en el D.F. y área metropolitana; del interior de la República sin costo para el usuario al 01-800-00114800, o al 18885-534-3372 desde los Estados Unidos y Canadá.

Consultas sobre el trámite llamar a la Dirección General de Capacitación al Teléfono 3000-3500 extensión 3525.

Para quejas comunicarse al número telefónico del Órgano Interno de Control en la STPS al (55) 55-44-74-15.

DC-1 REVERSO

SUBSECRETARÍA DE DESARROLLO HUMANO PARA EL TRABAJO PRODUCTIVO
DIRECCIÓN GENERAL DE CAPACITACIÓN
Aprobación de Planes y Programas de Capacitación y Adiestramiento
PRESENTACIÓN DEL PLAN Y PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN Y ADIESTRAMIENTO
Formato DC-2

STPS



**SECRETARÍA
DEL TRABAJO Y
PREVISIÓN SOCIAL**

DATOS GENERALES DE LA EMPRESA

Nombre o razón social (En caso de persona física, anotar apellido paterno, apellido materno y nombre(s))					
Registro Federal de Contribuyentes (SHCF)			Registro patronal del I.M.S.S.		
Calle			No. Ext.		No. Int.
Localidad			Código postal		Municipio o delegación política
Entidad federativa			Teléfono (s)		Fax (Opcional)
Correo electrónico (opcional)			Clave Única de Registro de Población C.U.R.P. - En caso de persona física (Opcional)		
Actividad o giro principal					
Número de trabajadores de la empresa (Opcionales excepto el total)	Total	Menores	Discapacitados	Adultos mayores	Indígenas
Hombres (Opcionales)					
Mujeres (Opcionales)					
Tipo de contrato (Marcar con una X)			Fecha de celebración o revisión del		
Individual ☐ Colectivo ☐ Ley ☐			Contrato Colectivo o Contrato Ley		
			Año Mes Día		

INFORMACIÓN SOBRE EL PLAN Y LOS PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN Y ADIESTRAMIENTO

Objetivos del plan de capacitación Señalar del 1 al 5 en orden descendente de importancia		Modalidad de la capacitación Marcar con una X la modalidad correspondiente	
Actualizar y perfeccionar conocimientos y habilidades	☐	Plan y programas específicos de la empresa	☐
Proporcionar información de nuevas tecnologías	☐	Planes y programas comunes de un grupo de empresas	☐
Preparar para ocupar vacantes o puestos de nueva creación	☐	Sistema general de una rama de actividad económica	☐
Prevenir riesgos de trabajo	☐		
Incrementar la productividad	☐		
Número de establecimientos en los que rige el plan ^{1/}		Periodo de vigencia del plan (No deberá exceder de cuatro años) Año Mes Día Año Mes Día	
Número de etapas del plan		Del Año Mes Día al Año Mes Día	

LA EMPRESA DECLARA QUE TIENE EN REGISTROS INTERNOS, A DISPOSICIÓN DE LA SECRETARÍA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL, LA INFORMACIÓN SOBRE EL NOMBRE, OBJETIVOS Y CONTENIDOS DE LOS PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN Y LOS PUESTOS A LOS QUE ESTÁN DIRIGIDOS.
Los datos se proporcionan bajo protesta de decir la verdad, apercibidos de la responsabilidad en que incurre todo aquel que no se conduce con la verdad.

Nombre y firma del patrón o representante legal de la empresa

Lugar y fecha de elaboración de este informe

Año Mes Día

^{1/} Asentar en el reverso de esta forma el domicilio completo, R.F.C. y registro del I.M.S.S. de los establecimientos adicionales en los que rigen el plan y los programas.

NOTAS

- Llenar a máquina o con letra de molde
- Escribir con letra de molde, arriba de la homoclave del Registro Federal de Contribuyentes, el nombre de los números o letras que la conforman.
- Entregar el formato a la autoridad laboral solamente en original. En su caso, puede presentar una copia si requiere que se le acuse de recibo.

DC-2 ANVERSO

ESTABLECIMIENTOS EN LOS QUE RIGEN EL PLAN Y LOS PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN Y ADIESTRAMIENTO

Número consecutivo	Domicilio (Anotar el domicilio completo para cada uno de los establecimientos adicionales)	Registro Federal de Contribuyentes (RFC)	Registro patronal del I.M.S.S.

Para cualquier aclaración, duda y/o comentario con respecto al trámite, sírvase llamar al Sistema de Atención Telefónica a la Ciudadanía (SACTEL) a los Teléfonos 54-00-20-00 en el D.F. y área metropolitana, del interior de la República sin costo para el usuario al 01-800-00114300, o al 15558-594-3372 desde los Estados Unidos y Canadá.
 Consulte sobre el trámite llamar a la Dirección General de Capacitación al Teléfono 3000-3500 extensión 3525.
 Para quejas comunicarse al número telefónico del Órgano Interno de Control en la STPS al (55) 55-44-74-15.

DC-2 REVERSO



H. AYUNTAMIENTO DE ENSENADA BAJA CALIFORNIA
SECRETARÍA DE ADMINISTRACIÓN URBANA
DIRECCIÓN DE CONTROL URBANO
DEPARTAMENTO DE USO DE SUELO

SOLICITUD FACTIBILIDAD DE USO DE SUELO
POR VERIFICACIÓN DE CONGRUENCIA

CON FECHA: _____ DE _____ DE _____
C. _____ E-MAIL _____
DE LA EMPRESA: _____ TEL: _____
DIRECCIÓN: _____
SOLICITO POR ESTE MEDIO VERIFICACIÓN DE CONGRUENCIA DE USO DE SUELO PARA EL PREDIO
CON CLAVE CATASTRAL: _____ SUP: _____
LOTE: _____ MANZANA: _____ CALLE: _____
No.: _____ NO TENGO NÚMERO OFICIAL. DE PROCEDER SOLICITO ASIGNACIÓN DEL MISMO ☐
COLONIA: _____ FRACCIONAMIENTO: _____
PARA REALIZAR LA ACTIVIDAD DE: CONSTRUCCIÓN ☐ OPERACIÓN ☐
DEL PROYECTO DENOMINADO: _____
DETALLAR ACTIVIDAD: _____

A FIN DE APOYAR EN LA UBICACIÓN DEL PREDIO Y EL ANÁLISIS DE USO DE SUELO. ANEXO:

- ☐ IDENTIFICACIÓN DEL PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL
- ☐ ACTA CONSTITUTIVA YA QUE REPRESENTO PERSONA MORAL
- ☐ CONSTANCIA DE PROPIEDAD Y/O CONTRATO DE ARRENDAMIENTO
- ☐ DESLINDE CATASTRAL INDICANDO LOTIFICACIONES COLINDANTES
- ☐ ANTEPROYECTO A ESCALA CON MEDIDAS GENERALES Y ÁREA ESTACIONAMIENTO CONFORME AL REGLAMENTO DE LA LEY DE EDIFICACIONES
- ☐ COPIA RECIBO DE PREDIAL AL CORRIENTE
- ☐ COPIA RECIBO PAGO DE DERECHOS DEL PRESENTE TRÁMITE CUENTA 4101-2-8-414-1 POR UN IMPORTE DE \$445.25 M.N.
- ☐ Vo Bo DIRECCIÓN DE ALCOHOLES Y ESPECTÁCULOS PÚBLICOS YA QUE PRETENDO VENTA DE CERVEZA Y/O LICORES; LUGAR DE REUNIÓN O LOCAL DE VIDEOJUEGOS.

EN CASO DE SER CONGRUENTE LA ACTIVIDAD PRETENDIDA CON EL USO DE SUELO DEFINIDO PARA EL PREDIO EN EL ACUERDO DE AUTORIZACIÓN O EN EL PROGRAMA DE DESARROLLO URBANO QUE CORRESPONDA. REQUIERO CONOCER TAMBIÉN LOS COEFICIENTES DE OCUPACIÓN Y UTILIZACIÓN DE SUELO A FIN DE CONSIDERARLOS EN EL PROYECTO CONDUCENTE.

EL DOCUMENTO SOLICITADO MEDIANTE LA PRESENTE ES DETERMINANTE DE LA VARIABLE RELATIVA A LA CONGRUENCIA CON LOS ACUERDOS DE AUTORIZACIÓN Y/O PLANES Y PROGRAMAS DE DESARROLLO URBANO VIGENTES. FALTANDO VERIFICAR LA VARIABLE DE AUTORIZACIÓN EN MATERIA AMBIENTAL. DENTRO DEL PROCEDIMIENTO DE OBTENCIÓN DEL DICTAMEN DE USO DE SUELO REQUERIDO PARA LA AUTORIZACIÓN DE CONSTRUCCIÓN EN EL ARTÍCULO 57 DE LA LEY DE EDIFICACIONES DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA

NOMBRE Y FIRMA
PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL



Consultas 3686 5100 Ext. 5224
Dirección de Internet www.sre.gob.mx/tramites/legales/
Dirección General de Asuntos Jurídicos

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: 5480-2000 en el D.F. y área metropolitana; del interior de la República sin costo para el usuario al 01800-0014800 o desde Estados Unidos y Canadá al 188-5943372.

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

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

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

* Última fecha de autorización del formato por parte de la Comisión Federal de Mejora Regulatoria: 15 de abril de 2002

SA-1



SECRETARIA DE ADMINISTRACION URBANA
DIRECCION DE ECOLOGIA

SOLICITUD DE LICENCIA AMBIENTAL

COMERCIOS Y SERVICIOS

Este formato deberá ser llenado a máquina o con letra de molde legible.

1. DATOS GENERALES DE LA PERSONA FÍSICA O MORAL SOLICITANTE:

Nombre			
RFC/CURP			
Nacionalidad:			
Tipo de Actividad Solicitada	☐ Comercial	☐ Servicio	

1.1 UBICACIÓN FÍSICA DE LA OBRA O ACTIVIDAD PROYECTADA:

Calle		Número		Colonia			
Delegación		C.P.		Teléfono/Fax			
Situación actual del Inmueble (Indique con una X)	☐ Construido	☐ Baldío		Clave catastral			
	☐ Rentado	☐ Propio			Colonia	Manzana	Lote

1.2 DOMICILIO PARA OIR Y RECIBIR NOTIFICACIONES:

Calle		Número		Colonia			
Delegación		C.P.		Teléfono/Fax			

Fecha de inicio de actividades	Día		Mes		Año	
--------------------------------	-----	--	-----	--	-----	--

1.3 ACTIVIDADES DESARROLLADAS COLINDANTES AL PREDIO:

(Nota: las vialidades no son actividades colindantes)

Norte:		Sur:	
Este:		Oeste:	

Anexo I: Presentar copia de la Factibilidad de Usos de Suelo

Anexo II: Presentar un informe fotográfico (hacia los cuatro puntos cardinales, así como el frente de su predio), colocando las fotografías en hojas tamaño carta con su rótulo indicativo

Anexo III: Copia de proyecto (Planta de sembrado o conjunto) (incluir el nicho para basura)

Anexo IV: Presentar documento que avale la legal posesión para la utilización del predio

Anexo V: En caso de tener representante legal presentar documento probatorio

Anexo VI. Anexar programa de abandono del sitio

Anexo VII. Si aplica, presentar estudio de mecánica de suelos

2. PROYECTO

Superficie total del predio (m ²):	
Superficie del área total donde se pretende realizar la actividad (m ²):	
Superficie del área de estacionamiento (m ²):	
Superficie de áreas verdes	
Tipo de agua que utiliza para las áreas verdes	

2.1 LISTA DE MATERIAS PRIMAS QUE SE UTILIZAN DURANTE LA ACTIVIDAD (anexe hojas si es necesario).

Nombre común o comercial	Estado físico	Consumo o producción mensual	Tipo de almacenamiento

2.2 LISTADO DE MAQUINARIA A UTILIZAR PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD (anexe hojas si es necesario).

2.3 DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD O PROYECTO OBJETO DE LA PRESENTE SOLICITUD (anexe hojas si es necesario).

3. ENERGÍA Y COMBUSTIBLES.

3.1 Tipo de energía que utilizará en su actividad (puede marcar más de una):

☐ Eléctrica	☐ Solar	☐ Eólica	☐ Otra (especifique):
------------------------------------	--------------------------------	---------------------------------	--

3.2 Tipo de combustible que utilizará en su actividad:

☐ Diesel	☐ Combustóleo	☐ Gasolina	☐ Gas	☐ Otro (especifique):
---------------------------------	--------------------------------------	-----------------------------------	------------------------------	--

Volumen total de combustible que utilizará:

3.3 Capacidad de almacenaje de combustible(s), indicando tipo y obra de contención proyectada:

--

4. USO DE SUELO.

4.1 Vocación del suelo donde se localiza el comercio o servicio

☐ Habitacional	☐ Industrial	☐ Recreativo	☐ Comercio y servicios	☐ Turístico	☐ Preservación Ecológica
☐ Zona Agrícola	☐ Restringido al Desarrollo	☐ Áreas de Conservación	☐ Otro (especifique):		

4.2 Tipo de vialidad donde se localiza el comercio o servicio:

☐ Eje Estructural Primario	☐ Eje Estructural Secundario	☐ Circuito Turístico (Centro-Costa)
---	---	--

5. RESIDUOS GENERADOS

5.1 Tipo de residuos que son generados durante la actividad del comercio o servicio:

Sólidos:	Líquidos:
☐ Biológicos	☐ Solventes.
☐ Metálicos	☐ Agua no tratada
☐ Plásticos y hules	☐ Aceites
☐ Madera y papel	
☐ Domésticos	
☐ Otros (especifique):	
Área y tipo de almacenamiento de los residuos:	

5.2 Disposición final de los residuos generados:

Sólidos:	Líquidos:
☐ Relleno sanitario	☐ Incineración
☐ Centro de acopio	☐ Reciclaje
☐ Reciclaje	☐ Confinamiento definitivo
☐ Incineración	

☐ Otros (especifique)	
--	--

6. AGUA.

6.1 Consumo mensual estimado (m³) por el comercio o servicio (marque solo uno):

☐ 0-10	☐ 10-20	☐ 30-50	☐ 50-100	☐ 100-200	☐ >200
Fuente de abastecimiento:					
Volumen planeado para la actividad proyectada (m³/mes):					
Volumen total estimado para servicios (m³/mes):					

6.2 Volumen total mensual de descarga (m³) por el comercio o servicio (marque solo uno):

☐ 0-10	☐ 10-20	☐ 30-50	☐ 50-100	☐ 100-200	☐ >200
Destino de la descarga:					

6.3 Se dará tratamiento a la descarga? ☐ Si ☐ No

Si su respuesta es 'Si', anexar copia del proyecto ejecutivo de la planta de tratamiento de aguas residuales en el que se demuestre la memoria técnica y descriptiva, planos en el que se indiquen las pendientes, longitudes y diámetros, equipos depuradores, manual de operación y mantenimiento, así como tratamiento y destino final de los sólidos y/o lodos resultantes a partir de este proceso.).

7. AIRE.

7.1 Se realizarán operaciones o actividades generadoras de emisiones a la atmósfera?

☐ Si ☐ No

7.2 Tipo de las emisiones:

☐ Gases	☐ Humos	☐ Vapores	☐ Olores	☐ Polvos	☐ Aerosoles
☐ Otros (especifique):					

Utilizará caldera? ☐ Si ☐ No Capacidad: _____

8. RUIDO.

8.1 Se realizarán operaciones o actividades generadoras de emisiones de ruido?

☐ Si ☐ No

Horario de las emisiones: _____
 dB de las emisiones: _____
 Ubicación de la fuente de ruido (anexar croquis) _____

En caso de requerir información complementaria, la Dirección lo hará saber al solicitante dentro de un término máximo de cinco días hábiles posteriores a la presentación de la solicitud. De no presentar el solicitante la información adicional, en un plazo de diez días hábiles posteriores a la notificación de requerimiento de información, se tendrá por no interpuesta la solicitud y se archivará el trámite como asunto concluido, de acuerdo al artículo 115 del reglamento para el Control de la Calidad Ambiental del Municipio de Ensenada, Baja California.

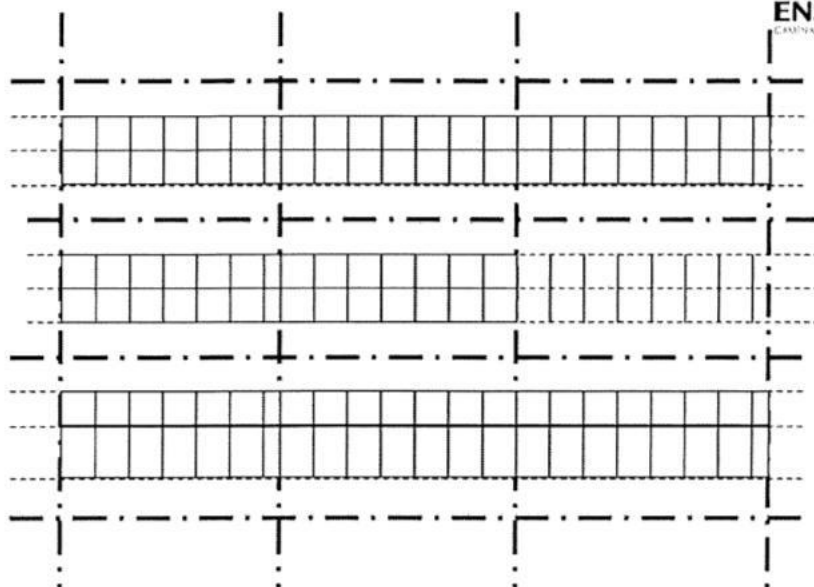
Bajo protesta de decir verdad manifestamos que la información contenida en esta solicitud y sus anexos, es verídica y se otorga en cumplimiento de las disposiciones contenidas en el Reglamento para el Control de la Calidad Ambiental del Municipio de Ensenada, Baja California, aceptamos que en caso de encontrar falsedad en la información o incumplimiento, la Dirección negará la solicitud de referencia y se sujetará a las sanciones establecidas por el Artículo 176, Fracc. VII del Reglamento antes citado.

Nombre del solicitante o representante:					
Firma:					
Fecha:	Ensenada, Baja California a		de		de 2009

CROQUIS DE LOCALIZACION



GOBIERNO MUNICIPAL
ENSENADA
CAMINANDO HACIA EL FUTURO

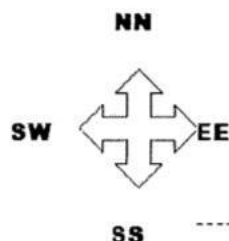


N
1.- Ubique la localización del predio.

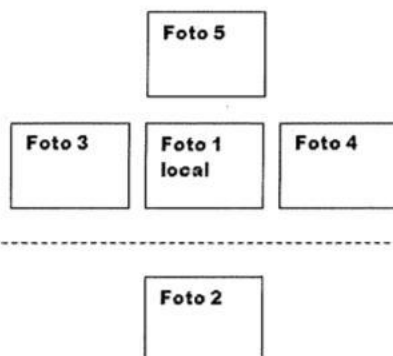
2.-Anote las vialidades circundantes al predio.

3.-Anexe copia de la Factibilidad de uso de suelo.

4.- Anexe la documentación informe fotográfico.



Ubique el Croquis de acuerdo al Norte Geográfico



El Anexo fotográfico debe de estar distribuido como se indica en la figura.

* Una foto en cada hoja.

Referencias

Ángeles, A. (2007). El express verde. *Revista Expansión*, 38 (998), 65-80.

Anta Fonseca, S. (2004). El café sustentable. Consultado el 20 de abril de 2007 en: www.jornada.unam.mx/2004/08/30/eco_f.html

Anónimo (2010). Reciclaje. Consultado el 3 de marzo de 2010 en: http://biodegradable.com.mx/reciclaje_basura_organica.html

Anónimo (2007a). El café ha conquistado el mundo. Consultado el 10 de marzo de 2007 en: www.mundodelcafe.com/historia.htm

Anónimo (2007b). El café en México. Consultado el 12 de marzo de 2007 en: www.redcafe.org/cafeenmexico.html

Anónimo (2007c). Proyecto de Decreto de la Ley Sustentable de Cafeticultura. *Revista Técnica Mensual del Sector Cafetalero Mexicano* (16), p.4. Consultado el 5 de junio de 2007 en: www.cafesdemexico.com/proyectodedecretoleysustentablecafeticultura.htm

Anónimo (1990). *Diccionario Enciclopédico Ilustrado Océano*. México: Editorial Océano.

Bateman, T. & Snell, S. (2005). *Administración un nuevo panorama competitivo*. México: McGraw-Hill.

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2010). Legislación en Materia de Propiedad Industrial. Consultado el 13 de febrero del 2010 en: <http://www.cddhcu.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/50.pdf>

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2009a). Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Consultado el 8 de octubre del 2009 en: <http://www.cddhcu.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1.pdf>

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2009b). Código de Comercio Consultado el 13 de septiembre del 2009 en: <http://www.cddhcu.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/3.pdf>

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2009c). Código Fiscal de la Federación. Consultado el 17 de septiembre del 2009 en: <http://www.cddhcu.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/8.pdf>

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2009d). Ley del Seguro Social y sus Reglamentos. Consultado el 12 de diciembre del 2009 en: <http://www.cddhcu.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/92.pdf>

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2006). Ley Federal del Trabajo. Consultado el 9 de abril del 2008 en:
<http://www.cddhcu.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/125.pdf>

Consejo Estatal de Población (2006). Perfil sociodemográfico de Ensenada. Consultado el 20 de septiembre de 2007 en:
http://www.bajacalifornia.gob.mx/conepo/seis/Publicaciones/apuntes_2006/Sociodemografico_Ensenada05.pdf

Fernández, G. (2007). Aumenta en China la industria del café. Consultado el 20 de abril de 2007 en:
www.oncetvipn.net/noticias/index.php?modulo=despliegue&dt_fecha=2007-04-12&numnota=52

Google maps (2010). Consultado el 12 de enero del 2010 en:
<http://maps.google.com>

Instituto Mexicano de Protección Industrial (2007). Patentes. Consultado el 10 de marzo de 2007 en:
http://www.impi.gob.mx/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=24&Itemid=226

Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (2005). Censo de Población, 2005. Consultado el 1 de mayo de 2007 en:
www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/cepo2005/default.asp?C=6790

Macek, M. (2007). El café. Consultado el 2 de marzo de 2007 en:
www.zonadiet.com/bebidas/cafe.htm

Milton, L. (2000). *Manual de administración de sueldos y salarios*. México: McGraw-Hill.

Observatorio de Corporaciones Transnacionales (2004). Las transnacionales del café. Consultado el 19 de abril de 2007 en:
www.ideas.coop/html/OCTboletincafe.htm,2004

Ojanguren, S. (2007). La aromática y saludable taza de café. Consultado el 18 de abril de 2007 en: www.eluniversal.com.mx/columnas/64258.htm/

Ramírez, M. (2007). Café, crece el consumo pero no la industria. *Revista Alto Nivel* (7), p. 23. Consultado el 14 de marzo de 2007 en:
www.altonivel.com.mx/articulos.php?idsec=4&idart=313

Ramírez, D. (1997). *Contabilidad Administrativa*. México: McGraw-Hill.

Rangel, J. & Sanromán, R. (2002). *Derecho de los negocios*. México: Editorial Thomson.

Rodríguez, J. (2002). *Administración de pequeñas y medianas empresas*. México: Thomson.

Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (2007). Nivel de Exportaciones. Consultado el 13 de abril de 2007 en: www.sagar.gob.mx/573_exportaciones_febrero_2007.pdf

Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (2005). Proyecto de evaluación del campo. Consultado el 25 de marzo de 2007 en: www.sagarpa.gob.mx/info/programas/evaluacion/Archivos/INP/INP.pdf

Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (2004). Información mensual del sector rural. Consultado el 11 de marzo de 2007 en: www.inca.gob.mx/teleses/teles04_v2/z%20fonfo/mensual/h%20agosto%2026/ficha.htm

Werther, W.B. & Davis, K. (2001). *Administración de Personal y Recursos Humanos*. México: McGraw-Hill.