

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES



**PROYECTO DE EXPANSION DEL
JARDIN CAMPESTRE SAN CARLOS**

**PLAN DE NEGOCIOS QUE
PARA OBTENER EL GRADO DE:
MAESTRO DE ADMINISTRACION**

PRESENTA

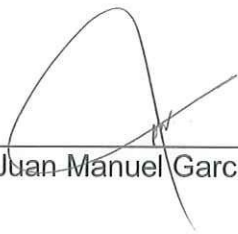
MAYDA GONZALEZ ESPINOZA

Ensenada, B.C.

Julio 2009

CONSTANCIA DE APROBACIÓN

Director de Tesis: _____


M.C. Juan Manuel García Cuevas

Aprobado por los Integrantes del Síno:

1. _____
Dra. Ma. Concepción Ramírez Barón

2. 
M.A. Ma. De Lourdes Solís Tirado

Dedicatoria

Principalmente a Dios, por darme la fortaleza de seguir adelante.

A mi esposo que esta siempre a mi lado en la adversidad y abundancia, apoyándome en todo, mil gracias.

Te amo
Marcos Pérez Núñez.

A mis dos hijos: Marco Andrés y Miranda que me dieron su tiempo y cariño para lograr este objetivo y continuar mis estudios, por su estimulo y paciencia,....! Gracias!

A mis padres que estuvieron conmigo afirmándome su apoyo para el logro de este objetivo.

A mis hermanos que me apoyaron en todo momento.

Mil gracias

Agradecimientos

Deseo agradecer a todas las personas que estuvieron a mí alrededor por el apoyo y confianza brindada hacia mi persona. A todos mi maestros de la maestría, gracias ya que nos brindaron su tiempo y compartieron con nosotros sus conocimientos y habilidades en cada una de sus áreas.

Gracias por el apoyo y comprensión en la realización de este proyecto de investigación, a mí director de tesis M.C. Juan Manuel García Cuevas, a mis tutoras Dra. Ma. Concepción Ramírez Barón y M.A. Ma. De Lourdes Solís Tirado por su confianza y apoyo incondicional a mi persona.

A todos mis compañeros de la maestría: Flora, Erick, Francisco, Manuel, Olivia, Daynet, Karla, René, Armando, Sandra, Joaquín, Rocío, Verónica, Samara, Alma y Agustín.

Resumen

El plan de negocios de expansión del Jardín Campestre San Carlos que se presenta, es para una empresa que se fundo en mayo del 2004, legalmente esta constituida como persona física, cuya inversión es 100% mexicana. Cuenta actualmente con cinco empleados por lo que se considera una microempresa en el sector de servicios. Este Plan de Negocios se realizo porque se tiene planes de desarrollo, lo que permitirá replantear objetivos, metas y necesidades, así como solicitar créditos o inversiones adicionales para la ampliación de sus instalaciones y servicios.

La Ubicacion de la empresa se encuentra al sur de la ciudad de Ensenada en la parcela No. 30 del ejido Nacionalista Sanchez Taboada, Maneadero, en la zona de San Carlos a 3 kilometro del campo de golf Baja Country Club. Actualmente el Jardín Campestre es un lugar al aire libre de 1,500 m2, se renta para eventos sociales con capacidad para cien personas, cuenta con áreas verdes naturales con árboles de mas de treinta años de antigüedad, alberca, juegos infantiles, asadores y estacionamiento. Además se ofrecen los servicios de mobiliario, mantelería y sombrillas.

La empresa quiere crecer en espacio para ello se cuenta con un terreno adicional de 1,500m2, que se encuentra a un costado del jardín para la construcción de un salón, una cabaña, cancha de voleibol, ampliar el estacionamiento y la creación de áreas verdes para acampar. La capacidad del servicio es para 100 personas en el área del jardín, 150 personas para salón, una familia de 8 personas para cabaña y 50 personas máximo para acampar. La empresa funcionara todos los días del año.

La misión de la empresa es satisfacer las necesidades de esparcimiento y recreación ofreciendo un servicio de alta calidad y excelente atención, privacidad, con las mejores instalaciones, limpias y seguras, con la mayor experiencia en eventos familiares, sin descuidar los precios competitivos, otorgando valor a nuestros clientes. Su visión es consolidarse, crecer y posicionarse como una empresa líder, reconocida por la calidad y efectividad de sus servicios orientados a la satisfacción y expectativas de sus clientes.

El segmento de mercado lo conforman las familias de niveles socioeconómicos medios, desde medio alto a medio bajo, con necesidad de rentar espacios de esparcimiento, principalmente para fiestas infantiles, bautizos, XV años, bodas y reuniones familiares; Familias con hijos entre 1 a 15 años; Parejas de novios que buscan un lugar donde casarse; empresas que realizan eventos de convivencia familiar; empresas que realizan cursos de desarrollo y capacitación a su personal e Instituciones educativas que realizan eventos de fin de cursos. Este mercado se ve favorable para nuestra empresa ya que de acuerdo con la zona geográfica donde se ubica existen estos mercados y con un poder adquisitivo suficiente y con necesidades que nosotros satisfacemos.

La competencia directa son todos los salones y jardines que se rentan para eventos sociales en la ciudad de Ensenada, teniendo una ventaja competitiva sobre de ellos ya que ninguno combina la privacidad de los eventos con las áreas verdes naturales, jardín, salón, alberca y asadores

Paras iniciar este proyecto de expansión, la empresa requerirá de una inversión inicial de \$1, 899,018.50, de los cuales \$ 379,803.70 será capital propio y \$1, 519,214.80 será por financiamiento bancario. Este proyecto financieramente es sumamente atractivo ya que asegura la recuperación de la inversión en corto tiempo que es de 3 años, permite también la capitalización de los activos en un corto tiempo ya que no se tienen inventarios que se deprecien fácilmente.

Tabla de Contenido

Introducción	1
Capítulo 1. Naturaleza del proyecto	10
1.1 Nombre de la empresa	10
1.1.1. Lema y logotipos	10
1.2 Descripción de la empresa	11
1.2.1. Giro o sector	11
1.2.2. Tamaño	11
1.2.3. Ubicación	11
1.2.4. Descripción breve de producción o servicio	12
1.3 Misión y visión de la empresa	13
1.4 Objetivos de la empresa	13
1.5 Ventajas competitivas	16
1.6 Análisis de la industria o sector	16
1.7 Productos y/o servicios de la empresa	17
1.8 Impacto social, económico y ambiental	18
Capítulo 2. El mercado	
2.1 Investigación de mercado	20
2.1.1. Mercado meta	21
2.1.2. Participación de la competencia en el mercado	21
2.2 Estudio de mercado	24
2.2.1. Objetivos del estudio del mercado	24
2.2.2. Encuesta	25
2.2.3. Aplicación de la encuesta	25
2.2.4. Resultados obtenidos	27
2.2.5. Conclusión del estudio realizado	28
2.3 Estimación de la demanda	29
2.4 Promoción del servicio	30
2.4.1. Publicidad	30
2.4.2. Promoción de ventas	33
2.4.3. Venta personal	33
2.4.4. Relaciones públicas	33
2.5 Fijación y políticas de precio	34

Capítulo 3. Producción y/o servicio

3.1	Especificaciones del servicio	38
3.2	Descripción del proceso de prestación del servicio	38
3.3	Diagrama de flujo del proceso	40
3.4	Características de la tecnología	42
3.5	Materia prima	42
3.5.1.	Identificación de proveedores y cotizaciones	42
3.5.2.	Compras	43
3.6	Capacidad instalada	43
3.7	Ubicación de la empresa	44
3.8	Diseño y distribución del lugar Jardín Campestre San Carlos	45
3.9	Mano de obra requerida	48
3.10	Procedimiento de mejora continúa	48

Capítulo 4. Organización

4.1	Objetivos del área de organización	49
4.2	Estructura organizacional	49
4.2.1.	Organigrama	49
4.2.2.	Organigrama general de la empresa	50
4.3	Funciones específicas por puesto	51
4.4	Captación del personal	58
4.4.1	Reclutamiento	58
4.4.2	Selección	58
4.4.3	Contratación	58
4.4.4	Inducción	59
4.5	Desarrollo del personal	59
4.6	Administración de sueldos y salarios	60

Capítulo 5. Finanzas

5.1	Sistema contable de la empresa	62
5.2	Situación financiera	62
5.3	Balance general inicial	63
5.4	Concentrado por rubro de la inversión requerida	64
5.5	Balance general actual	65
5.6	Proyecciones de depreciación y amortización	66
5.7	Costos variables	67
5.8	Préstamo de Avío	68
5.9	Préstamo refaccionario	69
5.10	Costos variables anuales proyectados a 10 años	70
5.11	Proyección de costos fijos	71
5.12	Proyección de ingresos	72
5.13	Estado de resultados proforma	73

5.14 Flujo de efectivo proyectado	74
5.15 Proyección de balance general proforma	75
5.16 Punto de equilibrio operativo y financiero	76
5.17 Análisis financiero	79
5.18 Análisis de rentabilidad	81
5.19 Conclusión financiera	82

Capítulo 6. Riesgos críticos

6.1 Riesgos críticos	83
6.2 Riesgos internos	83
6.3 Riesgos externos	83
6.4 Riesgos financieros	84

Capítulo 7. Aspectos legales de implementación y operación

7.1 Definición del régimen de constitución de la empresa	85
7.2 Trámites de apertura	85
7.3 Trámites fiscales	86
7.4 Trámites laborales	86

Anexos	88
---------------	-----------

Referencias	107
--------------------	------------

Lista de Tablas

Número	Página
1.1 Análisis FODA	15
2.1 Comparación de la competencia	22
2.2 Competencia directa de jardines	23
2.3 Competencia directa de salones	23
2.4 Distribución de levantamiento de encuestas	26
2.5 Niveles de ingreso por familias	26
2.6 Capacidad de servicios de acuerdo a la demanda	29
2.7 Distribución de la publicidad (volantes)	31
2.8 Costos Variables	35
2.9 Sueldos administrativos y operativos	36
2.10 Costos fijos	36
2.11 Ingresos	36
3.1 Proveedores y cotizaciones	42
3.2 Requisición de compra	43
3.3 Capacidad instalada	43
3.4 Mano de obra requerida	48
4.1 Impuesto sueldos y salarios	60
4.2 Impuestos nomina mensual del Jardín Campestre San Carlos	61
5.1 Comparativo punto de equilibrio operativo y financiero	79
5.2 Razones de rentabilidad	79
5.3 Razones de liquidez	80
5.4 Razones de endeudamiento	80
5.5 Análisis de rentabilidad	81
6.1 Riesgos internos	83
6.2 Riesgos externos	83
6.3 Análisis de sensibilidad	84

Lista de Figuras

Número	Página
5.1 Punto de equilibrio operativo año 1	76
5.2 Punto de equilibrio operativo año 5	76
5.3 Punto de equilibrio operativo año 10	77
5.4 Punto de equilibrio financiero año 1	77
5.5 Punto de equilibrio financiero año 5	78
5.6 Punto de equilibrio financiero año 10	78

Tabla de anexos

Número	Página
1 Encuesta	88
2 Gráficas de encuestas	90
3 Encuesta de satisfacción del cliente	95
4 Volante	97
5 Análisis de puesto	98
6 Fotografías actuales del Jardín Campestre San Carlos	104
7 Formatos de trámites legales	106

Introducción

1. Contexto y Antecedentes

Un plan de negocios, o plan económico y financiero lo definen con algunas diferencias algunos autores por ejemplo (Borello, 2000) comenta que es un resumen de los objetivos planteados o un instrumento sobre el que se apoya un proceso de planificación sistemático, sin embargo (Alcaraz, 2001) menciona que un plan de negocios va mucho mas allá de un programa sistemático es decir, es la concretización de las ideas de un emprendedor de una persona con un sueño, y que desea aterrizarlo. El plan de negocios es un documento escrito que define con claridad los objetivos de un negocio y describe los métodos que se van a emplear para alcanzar los objetivos, el cual sirve como mapa con el que se guía su compañía. (Bangs, 1999).

Hoy en día es casi imposible llevar a cabo un negocio por pequeño que éste sea sin un plan de negocios que lo apoye, ya que este ayuda al emprendedor establecer estrategias necesarias para llegar a la meta trazada, también puede ser una carta de presentación para posibles inversionistas o para obtener financiamiento.

El plan de negocios presenta la idea básica del negocio y todo aquello relacionado a su operación, mercadotecnia, administración y aspectos financieros; describe dónde estamos y especifica hacia dónde queremos ir y cómo proponemos llegar hasta ahí. De ahí la importancia del plan de negocios para un inversionista. Entre otros aspectos, el Plan de Negocios le da la certidumbre suficiente acerca del negocio propuesto, lo que a su vez disminuye los riesgos de fracaso (Fleitman, 2000).

El proceso de formular el plan de negocios nos ayuda a analizar las áreas fuertes y débiles de la empresa, así como las oportunidades y amenazas en nuestro entorno asociadas directamente con el mercado y la competencia, lo que a su vez nos ayudará a elegir con mayor claridad el camino que debemos tomar al dirigir nuestra empresa o negocio.

En el plan de negocios motivo de este estudio se analizó que el realizar negocios basados en las necesidades de servicios de esparcimiento es no solo necesario en términos de llevar a cabo compromisos sociales si no también para el desarrollo socio cultural del ser humano. Analizando la historia nos encontramos que en el periodo barroco, en pleno siglo XVII, las tendencias respecto a uso del tiempo libre se aceleran. El personaje social interpretado por el caballero renacentista enfoca su afición a la horticultura, la jardinería y el paisajismo, creó sin proponérselo, la nueva cultura de la casa de campo. Esta es la más clara manifestación de un espacio para que la familia y sus amistades se entreguen al ocio en un ambiente diseñado exclusivamente para ese fin.

La influencia de la casa de campo se extendió a una nueva forma recreacional: el jardín de diversiones. Como el ambiente de las casas de campo era conocido, pero no vivido por la mayoría, algunos empresarios crearon una reproducción de sus espacios, adaptada al uso de todos aquellos que pudieran pagar la entrada. En el siglo XVII aparece en Londres la primera de estas instalaciones, bajo el nombre de Ranelang Gardens. Este lugar, y sus posteriores imitaciones en toda Europa, contaba con un edificio principal, que era un gran espacio techado para que se pudieran celebrar en su interior grandes festines y bailes. En todo su entorno se encontraban prados, canteros de flores, bosquecillos y glorietas para que los asistentes pudieran pasar un día al aire libre, al estilo de los caballeros y clases más adineradas. Los senderos se entremezclaban proponiendo múltiples circuitos y cada tanto las damas podían descansar en un columpio y los niños jugar en un carrusel. Albos artefactos fueron inventados para hacer más placentera la estadía, buscando que la gente encontrara en ellos nuevas formas de recreación. Después los alemanes elaboraron su propia interpretación del jardín, y lo combinaron con un lugar para tomar cerveza, en un ambiente matizado por la música, propicio para pasar horas bebiendo y conversando con los amigos (Boullon, 1995).

Todas las sociedades reconocen que realizar actividades de esparcimiento es de vital importancia para el desarrollo psicológico, intelectual y físico de las personas. Encaminar como sociedad a actividades recreativas ayuda a mitigar problemas sociales dentro de una comunidad, así como contribuir extraordinariamente a la realización del potencial físico, intelectual y emocional de la sociedad.

El tiempo libre a que el hombre tenga derecho no es solo cuestión cuantitativa o temporal, tiene más un sentido cualitativo puesto que en él se modifica nuestro estilo de vida y las estructuras sociales en las que nos insertamos, así como los valores y principios que incorporamos a nuestra existencia (Valdez, 2000).

Los beneficios de la recreación escritos por Lezama son: fisiológicos, psicológicos, sociales y económicos. Los fisiológicos son todas las actividades recreativas conllevan hacia el bienestar general y contribuyen con un gran aporte para la conservación o recuperación de la salud. Los psicológicos se relacionan con la mejoría de la autoestima, la auto confianza y la seguridad que se producen como resultado del proceso de interacción humana, tanto como de la adquisición y dominio de habilidades y destrezas específicas. Mejoría en el manejo del estrés, clarificación de valores existenciales y orientación o descubrimiento de vocaciones.

Los sociales tienen que ver con la disminución de diversos tipos de disfunciones sociales, fortalecimiento de la integración comunitaria y nacional, espíritu de trabajo en equipo y de liderazgo social constructivo para la mejora de las relaciones personales y comunitarias; por último están los económicos que se refiere a la generación de empleos y fuentes de inversión atractivas que se traducen en activación económica. (Citado Lezama C. 2000)

Según Moreno (2000) La recreación ha sido, es y será una necesidad básica del ser humano que a través del tiempo se ha manifestado en diferentes formas, considerándose fundamental en el mejoramiento de la calidad de vida del hombre. La recreación es prácticamente infinita en la gama de actividades posibles, por lo tanto clasifica estas actividades en difusión, arte y cultura, educativas, social, lúdica deportiva y por último vida al aire libre.

La difusión se refiere a las actividades de cultura, donde se trabaje el folklore de cada país. En esta clasificación encontramos la visita de museos y monumentos, así como también la asistencia a bibliotecas, entre otras, las cuales contribuyan a la formación cultural del individuo. Arte y cultura son las actividades que permiten que el individuo represente su contexto natural y social, valiéndose de la creatividad y la imaginación.

La actividad educativa forma parte de aquellas que le permiten al individuo una formación integral, encontrándose aquí las relacionadas a las actividades en aula y a las tareas científicas. La actividad social se refiere a las actividades recreativas que favorecen a la formación del individuo como ser social, desarrollando valores tales como, la convivencia, la tolerancia y la paz dentro de la sociedad.

En la clasificación lúdica deportiva se encuentran aquellas actividades relacionadas con los deportes y los juegos, viéndolo desde dos puntos de vista, los deportes como enseñanza formal, y los deportes recreativos cuando se realizan como enseñanza informal por medio del disfrute del mismo de manera espontánea. La vida al aire libre son las actividades que permiten la recreación del individuo por medio de paseos, caminatas, excursiones y juegos al aire libre.

Luego de mencionar el concepto de recreación, las diferentes áreas que permiten la recreación del individuo, resulta importante resaltar cuáles son las funciones que tiene la recreación, entre las que se pueden señalar: El descanso, la recreación le permite al individuo liberarse de la fatiga, desgastes y trastornos físicos y nerviosos que provocan las actividades diarias; y la diversión, la recreación bajo su función de divertir representa todas aquellas actividades elegidas por el individuo que cumplen con una función enriquecedora en la formación de su personalidad.

Crear lugares de esparcimiento que conlleven a las personas un breve momento de relajación, y al mismo tiempo liberar el estrés, así como descansar y realizar actividades al aire libre, actividades deportivas y actividades sociales, además de que el mismo le proporcione disfrutar de las áreas verdes y paisajes. Con el fin de conocer más acerca del lugar donde se encuentra ubicado el Jardín Campestre San Carlos conoceremos un poco de su historia.

Sobre este hermoso y productivo valle se cuentan muchas historias y anécdotas sobre el origen de Maneadero, se dice: que se le conocía así porque las caravanas que venían del sur al llegar a esta tierra fértil y húmeda hacia que los caballos y las bestias se manearan y así los jinetes y arrieros decían ya estamos llegando al Maneadero, otros cuentan que los soldados que guarnecían a Ensenada llevaban a los animales a pastar al fértil valle de Maneadero porque crecía mucho el pasto y allí dejaban a los animales maneados, o sea amarrados de las patas para que no se fueran y de ahí surge la palabra Maneadero.

También dice la leyenda que la bajada de Chapultepec hacia el valle era muy empinada y obligaba a los arrieros o conductores de las carretas a menear las ruedas. Hay la versión que La Compañía Inglesa tenía el proyecto de construir un ferrocarril y establecer en el lugar donde se encuentran las oficinas del comisariado ejidal en la actualidad El Maneadero, que es el lugar donde se manejan los carros ya cargados.

Muchas familias llegaron procedentes de Estados Unidos a este valle que en algunas partes era explotado por campesinos de origen asiático, los aspirantes a campesinos solicitaron al gobierno de Cárdenas las tierras para trabajarlas y así en la mañana del 15 de agosto de 1937 llegó el coronel Rodolfo Sánchez Taboada, gobernador del territorio norte de Baja California, para hacer entrega de las parcelas del ejido nacionalista siguiendo las instrucciones del presidente Lázaro Cárdenas del Río.

El ejido se formó con 216 miembros llevando el nombre de Nacionalista, tocándole al campesino Alfredo Magaña Aviña ser el primer comisariado. El ejido cambió su nombre posteriormente por el de Ejido Nacionalista Coronel Sánchez Taboada. El ejido se encuentra ubicado en el valle de Mandadero, a 18 kilómetros al sur de la ciudad de Ensenada, Baja California. Sus colindancias son: al norte el Ex - ejido Chapultepec, al sur con el rancho Buena vista, al oriente con terrenos ejidales y al occidente con el océano pacífico.

Se distinguió por la producción y procesamiento de la aceituna, por sus grandes extensiones y la calidad en la siembra de chile en su mayor parte de exportación. También se convirtió en una cuenca lechera y posteriormente en asentamientos de industrias maquiladoras y varios fraccionamientos.

A pesar del crecimiento de la población el valle sigue dedicado en su mayor parte a la agricultura en donde por cierto se desarrolla tecnología de punta en cultivos bajo techo, por riego de aspersión, goteo e hidroponía. Estos invernaderos venden casi en su totalidad las hortalizas a los Estados Unidos y son visitadas por técnicos agrícolas de otros países (Montes, 2001).

Maneadero esta integrado por 6,943 hectáreas, distribuidas entre 216 ejidatarios, dotados de 20 hectáreas cada uno. En el año de 1939 el Sr. Luis González Ocampo llego a Baja California, y fue en ese año que le otorgaron la parcela No. 32 (lugar donde actualmente se encuentra el Jardín Campestre San Carlos) del plano oficial de este ejido. Al morir Luis González Ocampo deja al frente de la familia a su hijo mayor Luis González Ruiz, quien se hace cargo de su mama y hermanos. En la actualidad la parcela No. 30 (anteriormente No. 32) esta dividida en cuatro partes iguales, que corresponden a los cuatro hijos de la familia (Luis, Jorge, Sergio y Gilberto), teniendo 5 hectáreas cada uno (Montes, 2001).

2. Planteamiento del estudio

Existen en México innumerables negocios que inician con un sueño, y que decir particularmente de Baja California donde la migración es uno de los motores mas importantes para el desarrollo económico, y a raíz de la falta de empleos bien remunerados, sus habitantes no tienen otra alternativa que auto emplearse e iniciar un negocio que permita dar el sustento a sus familias.

Sin embargo no todos logran llegar a la meta, algunos ni siquiera llegan a concluir el primer año de vida, ya que carecen de preparación en temas relacionados con las finanzas, mercadotecnia, etc. Otros que sí son afortunados en contar con un nivel académico, no tienen la asesoría suficiente para solicitar créditos blandos que le permitan crecer y desarrollarse para pasar la barrera de los primeros cinco años de vida.

Según datos de la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX) de 1995 al 2004, en México se crearon más de 400 mil empresas solo 160 mil vivirán más de 5 años, las razones pueden ser variadas, depende de factores inherentes a las particularidades de cada empresa, por ejemplo si son administradas entre familiares, este tipo de empresas tienen sus problemas muy especiales, o si son sociedades donde los socios no comparten la Visión o los Objetivos organizacionales, solo por mencionar algunos. De los años '90 del siglo pasado al 2005, el porcentaje de Pymes llego a 99% del total de las registradas y paradójicamente disminuyo el empleo formal (INEGI 2006).

Los cambios que en materia económica se han desarrollado en nuestro país, han influido de manera determinante en el Estado y particularmente en los municipios; en la última década, se incremento de manera importante el arribo de maquiladoras e inversión extranjera a esta ciudad, que incorporado al rápido crecimiento poblacional, provoco una relación inversamente proporcional con los niveles de bienestar de la población. Con la llegada de nuevas empresas, la expansión de la mancha urbana y el crecimiento poblacional, han incidido en el incremento exponencial de las necesidades de servicios básicos, infraestructura urbana, equipamiento, vivienda, asistencia social y salud, entre otros (Rodríguez, 2002).

Emprender la aventura de ser empresario e iniciar su propio negocio debe no solo ser parte de una idea a la que se le inyectan recursos monetarios y se ejecuta, pues el resultado puede ser el fracaso y cierre de la empresa. En estos tiempos de cambios constantes en los mercados y en las necesidades de los consumidores, es de vital importancia que las empresas por mas pequeñas que estas sean, tengan un nivel de planeación tanto para iniciar actividades como para crecer, y para lograrlo es fundamental contar con instrumentos y metodologías que permitan a los empresarios tomar decisiones, y así tener un pronostico lo mas acertado posible de la rentabilidad de un nuevo proyecto.

3. Objetivos del Trabajo Terminal

Al llevar a cabo este proyecto de expansión tiene como objetivo principal acercar lo mas posible al éxito de la empresa, así como también se busca la superación personal, ya que se pone en marcha un objetivo que se visualiza en un futuro cercano como es el crecimiento del Jardín Campestre San Carlos.

Establecer el grado de riesgo y oportunidad de éxito que puede tener esta empresa al momento del crecimiento del mercado, y así saber con certeza las acciones que se deberán tomar en algún momento dado. Satisfacer las necesidades de los usuarios, a través del servicio y de la mejor calidad, para cumplir con los requerimientos y deseos exigidos por los mismos. Este trabajo, como muchos otros realizados con anterioridad servirá como marco de referencia para las empresas en crecimiento que no se deciden en desarrollar un plan de negocios.

4. Justificación del estudio

En este trabajo Terminal se plantea desarrollar un plan de negocios, que tiene como finalidad disminuir los riesgos de fracaso o por lo menos la incertidumbre a afrontar situaciones no predecibles, desarrollando procedimientos que conduzcan a una buena coordinación, mediante la aplicación de estrategias acertadas, que conduzcan al logro de las expectativas que se plantearon en el momento de decidir iniciar este proyecto de inversión.

El plan de negocios de expansión del Jardín Campestre San Carlos que se presenta, es para una empresa que se fundo en mayo del 2003, legalmente esta constituida como persona física, cuya inversión es 100% mexicana. Cuenta actualmente con cinco empleados por lo que se considera una microempresa en el sector de servicios. Este Plan de Negocios se realizo porque se tiene planes de desarrollo, lo que permitirá replantear objetivos, metas y necesidades, así como solicitar créditos o inversiones adicionales para la ampliación de sus instalaciones y servicios.

En Ensenada existen lugares de renta para reuniones sociales y de esparcimiento, en donde ofrecen salones para fiestas ya sean bodas, cumpleaños, bautizos, entre otros.. También existen jardines que son utilizados para los mismos eventos, hay otros que ofrecen áreas para acampar con alberca y asadores. No así hay un sitio donde existan todas estas opciones en un solo lugar.

Ensenada, hoy en día está logrando un progreso importante en todas sus actividades, buscando satisfacer con servicios de calidad todas las necesidades que su población requiere para llevar una vida plena. De acuerdo a estimaciones realizadas por el Consejo Nacional de Población (CONAPO) al 30 de junio de 2009, el municipio de Ensenada cuenta con una población de 455 mil 700 habitantes, que representa el 14.39 por ciento del total estatal. El 12.45 por ciento de las localidades del municipio, son consideradas rurales al no superar los 2 mil 499 habitantes, sumando sólo 56 mil 739 pobladores. El grueso de la población se encuentra concentrada en 18 localidades urbanas con 398 mil 961 habitantes.

Si tomamos en cuentas que el número promedio de personas por familia es de cuatro integrantes, se tiene un promedio 98,000 familias que viven en la ciudad de Ensenada. Considerando que el 30% de estas familias se encuentran ubicadas al sur de ciudad estamos hablando de 29,400 familias que en algún momento estarían interesados en realizar un evento social.

El Jardín Campestre San Carlos en la actualidad funciona como jardín para eventos especiales, principalmente para cumpleaños, bautizos y convivios familiares. Con este proyecto de inversión se ampliarían los servicios siendo este el primer sitio donde se pueden realizar eventos sociales y de esparcimiento privados en un mismo lugar, en el se encontraran desde alberca, jardín, asadores, salón, área para acampar, cabaña, cancha de voleibol de arena, juegos infantiles y estacionamiento.

Capítulo 1. Naturaleza del proyecto

1.1 Nombre de la empresa

Jardín Campestre San Carlos

El nombre comercial es una parte fundamental para que el cliente se sienta identificado con sus necesidades al primer contacto visual por lo que se decidió en “**Jardín Campestre San Carlos**” ya que jardín campestre transmite el contacto con la naturaleza y el aire libre, que refleja belleza y armonía. Por otro lado el nombre San Carlos es conocido por el lugar donde se encuentran las aguas termales de aquella zona, sitio muy concurrido por los habitantes de la ciudad de Ensenada, además de ser un nombre corto y fácil de recordar. De esta manera los clientes que buscan nuevos y diferentes espacios recreativos para la realización de eventos, encontrarán un ambiente campirano y estarán en contacto con la naturaleza, además de contar con todos los servicios.

1.1.1 Lema y logotipo



“La naturaleza a tu alcance, disfrútala”

El lema “la naturaleza a tu alcance, disfrútala”, significa que es un lugar natural, donde se disfruta del sol y sombra, que da una sensación agradable al estar en contacto con la naturaleza y el aire libre. El diseño del logotipo muestra un árbol estilizado, el sol y una rueda de carreta, que unidos reflejan la armonía del campo con la naturaleza. El color es una parte del espectro luminoso y es energía vibratoria, los colores están relacionados al tipo de servicio que se ofrece.

El amarillo simboliza la luz del sol, representa la alegría, la felicidad, la inteligencia y la energía. El naranja combina la energía del rojo con la felicidad del amarillo, se le asocia a la alegría, el sol brillante y el trópico, representa el entusiasmo, la felicidad, la atracción, la creatividad, la determinación, el éxito, el ánimo y el estímulo. El verde es el color de la naturaleza por excelencia, representa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad y frescura.

1.2 Descripción de la Empresa.

1.2.1. Giro o sector

El Jardín Campestre San Carlos es una empresa familiar, dentro del sector servicios dedicándose a la renta de espacios para recreación, eventos sociales y de esparcimiento como: cumpleaños, bautizos, reuniones familiares, reuniones para personal de las empresas, despedidas de soltera, graduaciones, posadas, bodas, entre otros.

1.2.2. Tamaño

De acuerdo con la clasificación establecida por la Secretaria de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI); se encuentra dentro de las micro-empresas, ya que cuenta con menos de 10 empleados. Se dedica especialmente al sector servicios ya que tiene como finalidad la renta del jardín, salón, cabaña y áreas verdes de acampar para la realización de eventos sociales y familiares.

1.2.3. Ubicación

La Ubicación de la empresa se encuentra a 20 minutos al sur de la ciudad de Ensenada en la parcela No. 30 del ejido Nacionalista Sanchez Taboada, Maneadero, en la zona de San Carlos a 3 kilometro del campo de golf "Baja Country Club". Con un facil acceso totalmente pavimentado. Su domicilio fiscal es: Entrada al Country Club, parcela # 30 Maneadero, Ensenada, B.C.

1.2.4. Descripción breve del servicio

Antecedentes

El Jardín Campestre San Carlos es una empresa familiar que inicia sus operaciones en mayo del año 2004. El plan de negocios surge de un sueño ya que el padre del miembro fundador había iniciado la construcción de una alberca y jardines para el uso y esparcimiento de los miembros de la familia, pero por motivos de trabajo y falta de tiempo no pudo concluir dicho proyecto. Trascurridos 15 años la hija mayor de esta familia decide continuar con este sueño, pero compartirlo con los Ensenadenses. Por lo que en un espacio de 1500m², y con los inicios de la alberca así como las áreas verdes da inicio al nuevo proyecto.

Durante un año a base de esfuerzos y planeación, se realizaron las adecuaciones necesarias para que el jardín pudiera rentarse para eventos sociales, para ello primeramente se delimito el jardín de la casa por medio de una estructura de madera, así como la construcción de baños y asadores, además se requirió abrir un acceso directo al jardín, instalar juegos infantiles, adecuar la alberca con sistema de bombeo y filtración del agua así como acondicionar el estacionamiento.

Estrategia de Ventas y reservaciones

El primer año que se abrió se utilizó una estrategia de ventas que consistía en rentar el lugar a un bajo costo para que las personas que asistieran a los eventos conocieran el lugar, de esta manera permitió que se diera a conocer a una parte de la población de Ensenada. Ese año se tuvo rentas todos los fines de semana (sábado y domingo) de mayo a octubre, obteniendo ingresos por \$48,000.00.

Proceso de crecimiento

El segundo año se tuvo un incremento del 100% con relación al año anterior, esto por el aumento del costo de las rentas al doble y rentando el lugar todos los fines de semana y algunos días de entre semana principalmente los viernes. El tercer año se mantuvo el nivel de rentas que el año anterior. Actualmente se esta trabajando para incrementar las rentas

no solamente en temporada de verano sino durante todo el año y no solamente los fines de semana, sino también entre semana. Primeramente se está promoviendo el lugar en las escuelas primarias y jardines de niños, ofreciendo paquetes completos como son desayunos, comidas, arreglos para centros de mesa, piñatas, invitaciones, fotografías y brincolín. La empresa quiere crecer en espacio para ello se cuenta con un terreno adicional de 1,500 m², que se encuentra a un costado del jardín para la construcción de un salón, una cabaña, cancha de voleibol, ampliar el estacionamiento y la creación de áreas verdes para acampar.

1.3 Misión y visión de la Empresa

Misión

Satisfacer las necesidades de esparcimiento y recreación ofreciendo un servicio de alta calidad y excelente atención, privacidad, con las mejores instalaciones, limpias y seguras, con la mayor experiencia en eventos familiares, sin descuidar los precios competitivos, otorgando valor a nuestros clientes.

Visión

Consolidarse, crecer y posicionarse como una empresa líder, reconocida por la calidad y efectividad de sus servicios orientados a la satisfacción y expectativas de sus clientes.

1.4 Objetivos de la empresa

Cuantitativos:

Alcanzar un crecimiento del 20 % en los ingresos al año anterior.

Invertir un 10 % de nuestras utilidades en crecimiento de las instalaciones.

Aumentar el rendimiento de los activos en 20%.

Cualitativos:

Proporcionar instalaciones de la más alta calidad y el mejor servicio a nuestros clientes, ganando así su respeto y lealtad.

Obtener un crecimiento óptimo que permita llegar a más clientes, ampliando así nuestro mercado.

Ofrecer oportunidad de empleo y de progreso, dando estabilidad, promoviendo un entorno de trabajo agradable y seguro.

A un largo plazo consolidarse como el mejor lugar para eventos sociales y familiares ofreciendo a los clientes todo lo necesario para su realización como servicio, calidad, precio, privacidad y ambiente familiar.

Conseguir el financiamiento para el crecimiento de nuestra empresa.

Análisis FODA

El análisis FODA consiste en evaluar los aspectos fuertes y débiles internos de la empresa e identificar las oportunidades y amenazas del entorno de la misma.

Tabla 1.1 Análisis FODA

FORTALEZAS <ul style="list-style-type: none">- Cuenta con todos los servicios para eventos sociales (jardín, mobiliario, asadores, alberca, estacionamiento, juegos infantiles).- Tiene un ambiente campirano en contacto directo con la naturaleza- Los precios son accesibles y más bajos que la competencia.- Los eventos son privados- Fácil acceso	DEBILIDADES <ul style="list-style-type: none">- La ubicación del lugar es una debilidad ya que se encuentra a 20 minutos al sur de la ciudad de Ensenada.- Por ser un lugar al aire libre, no se puede controlar la llegada de insectos en temporada de verano principalmente: moscas, abejas y hormigas.
OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none">- Esta de moda hacer reuniones sociales en jardines con espacios abiertos- La población de Ensenada esta creciendo a un 5% anual.- El Crecimiento es hacia el sur de La ciudad.- Estar en condiciones de crecer en instalaciones- Estar en condiciones de ampliar gama de servicios.	AMENAZAS <ul style="list-style-type: none">- Que la competencia empiece a ubicarse en la misma zona.- Clima- Trafico al sur de la ciudad- Que la gente deje de rentar el servicio.

Elaboración propia

1.5 Ventajas competitivas

Una vez realizado el análisis FODA nos encontramos en la siguiente ventaja competitiva:

La diferenciación es una ventaja competitiva que consiste en competir con todas las demás empresas del sector ofreciendo productos o servicios que los consumidores consideren único. Para satisfacer las exigencias de nuestros clientes, la regla principal es el cliente es primero, esto es lo que conlleva al crecimiento y éxito de esta empresa.

La mayor ventaja es el lugar mismo. Este lugar será único en su tipo ya que consiste en un espacio para la realización de eventos sociales y familiares privados a precios accesibles; ofreciendo un ambiente campirano y en contacto directo con la naturaleza y además contar con los servicios de salón, jardín, alberca, asadores, juegos infantiles, áreas verdes, cabaña y estacionamiento.

1.6 Análisis de la industria y sector

En el contexto estatal, la actividad recreativa atraviesa por cambios muy profundos tanto en su estructura económica, como en sus objetivos y alcances. En el marco de la globalización, la evidencia disponible en INEGI muestra que la recreación se ha expandido considerablemente durante los últimos 20 años. Por un lado, la expansión ha sido impulsada por el incremento sostenido de la población y del tiempo disponible de ocio de los individuos. Ello ha provocado una fuerte demanda de servicios recreativos que responden a la existencia de nuevos perfiles de preferencias entre los consumidores.

A diferencia de los productos y servicios tradicionales los nuevos perfiles de preferencias entre los consumidores han provocado cambios en la oferta de productos y servicios recreativos, reflejados en el incremento de la especialización y la calidad en los servicios, los cuales, sin duda alguna, satisfacen gustos más sofisticados y exigentes.

Las tendencias modernas del emprendimiento y formación de empresa en nuestra ciudad, se han incrementado en los últimos tiempos y han abarcado distintos tipos de mercados. El deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la prevención de enfermedades por medio de hábitos saludables, hacen parte importante de la calidad de vida de la persona y son pilares fundamentales del desarrollo formativo, social, económico

y cultural de la ciudad, además de ser un mercado atractivo, dinámico y creciente. En la actualidad resulta agradable realizar eventos sociales al aire libre disfrutando de la naturaleza y del clima mediterráneo, por ello este sector de servicios se ha venido desarrollando de una manera muy rápida en los últimos años. A 30 km al norte de la ciudad de Ensenada en la llamada ruta del vino se encuentra el valle de Guadalupe en donde hay 13 lugares recreativos donde se realizan actividades desde acampar hasta eventos sociales como boda. En la ciudad de Ensenada existen solamente nueve jardines que son utilizados para eventos sociales y alrededor de quince salones para fiestas, en la zona sur de la ciudad donde se encuentra el Jardín Campestre San Carlos existen 6 lugares recreativos donde se realizan actividades de esparcimiento siendo todos ellos lugares públicos (se explican mas adelante en el análisis de la competencia). Por lo que se observa una clara oportunidad de negocio.

1.7 Servicios de la empresa

Actualmente el Jardín Campestre es un lugar al aire libre de 1,500 m², se renta para eventos sociales con capacidad para cien personas, cuenta con áreas verdes naturales con árboles de mas de treinta años de antigüedad, alberca, juegos infantiles, asadores y estacionamiento. Además se ofrecen los servicios de mobiliario, mantelería y sombrillas. El mobiliario consta de cien sillas, ocho mesas redondas y seis mesas rectangulares que se distribuyen en el área del jardín, además de contar con cuatro mesas redondas con sus bancas en el área de la alberca. En medio del jardín se tiene como adorno una carreta de madera antigua, que data de los años cincuenta y sirve de escenario para fotos rusticas ya que cuenta con dos bancas de madera a su alrededor que hacen juego con la decoración.

La alberca con diseño en forma de ocho, con una superficie de 285m² y con una profundidad de 1.70 metros la grande y de 1.00 metro la pequeña, además de contar con una resbaladilla de plástico en el área mas profunda. Los Juegos infantiles son de madera y tienen resbaladilla, casita para juegos y cinco columpios. Se tiene un área cerrada de juegos infantiles de plástico para niños menores de tres años.

Cuenta con tres baños, dos para mujeres y uno para hombres además de tener una regadera y un vestidor, dos asadores techados con estufa, hielera, y barra de servicios, dos espacios para estacionamiento de quince carros cada uno. El primero se encuentra enfrente del jardín y el otro en la parte posterior.

Con la aprobación de un financiamiento bancario se pretende la adquisición del terreno adjunto de 1500 m² para ampliación del Jardín Campestre San Carlos, en el cual se construirá un salón para eventos de 200m² con capacidad para ciento cincuenta personas. Su mobiliario será de quince mesas redondas para diez personas y ciento cincuenta sillas de metal, además de contar con barra, cocina y baños. Así mismo se construirá una cabaña de 100m² de dos niveles totalmente equipada y acondicionada, con dos recamaras, un baño, cocina y sala. Un área verde de 870 m² para acampar con cinco asadores, baños y una cancha de voleibol con arena.

1.8 Impacto social, económico y ambiental

Ensenada es la ciudad más antigua y característica del Estado de Baja California, ya que cuenta con tradiciones y costumbres muy arraigadas, además de perfiles propios y peculiares. El municipio de Ensenada, que al igual que la mayor parte de los situados en la frontera norte, se caracteriza por altas tasas de crecimiento urbano y por una dinámica social y económica acelerada. Esto se puede atribuir a su situación geográfica privilegiada, que por su cercanía con California se ha convertido en un importante foco de desarrollo económico y de alta atracción de inmigración, situación que está derivando en diversos problemas en materia de desarrollo urbano y rural. En los próximos 10 años Ensenada aumentará su población en 100 mil habitantes (10 mil por año).

(CONEPO, 2002).

Esto implica que Ensenada deberá estar preparada para afrontar todas las necesidades de vivienda, empleo, servicios públicos, agua, energía, escuelas y otros satisfactores básicos. Los sitios para el desarrollo de vivienda, como municipio en crecimiento, la demanda de vivienda es muy alta y se han construido múltiples fraccionamientos, mayoritariamente de interés social, en la zona sur de la ciudad de Ensenada, aproximadamente a 7 kilómetros de donde se encuentra el Jardín Campestre San Carlos.

En el aspecto económico este servicio fomenta el crecimiento comercial y turístico de la zona sur de Ensenada, y principalmente con la comunidad de San Carlos donde actualmente existe el Campo de Golf Baja Country Club. En el aspecto ambiental estos servicios que se ofrecen no dañan el ambiente, ya que se cuenta con servicio de recolección de basura, previniendo con esto la contaminación del medio ambiente; en cuanto al agua que se utiliza, se cuenta con sistema de filtro de arena que limpia el agua de la alberca, permitiendo con esto utilizar la misma agua durante todo el periodo de verano.

Capítulo 2. El Mercado

Este aspecto es de gran importancia para la creación de un plan de negocios, ya que al obviar este aspecto, se cae en errores que pueden ser tan graves como lanzar un producto o servicio sin conocer en profundidad el mercado. Según Stanton, la mercadotecnia es un sistema global de actividades de negocios proyectadas para planear, establecer el precio, promover y distribuir bienes y servicios que satisfacen deseos de clientes actuales y potenciales (Fisher 1998).

2.1 Investigación de mercados

La investigación de mercado se utiliza para conocer la oferta (cuáles son las empresas o negocios similares y qué beneficios ofrecen) y para conocer la demanda (quiénes son y qué quieren los consumidores). El plan de negocios refleja algunos sucesos históricos (trayectoria de la empresa, del mercado, del consumo, etc.), pero fundamentalmente describe situaciones posibles en el futuro que, por distintas razones, se consideran las de mayor probabilidad de ocurrencia.

La importancia de la investigación de mercado es que en sus resultados se fundamenta gran parte de la información de un plan de negocios: cuáles son las necesidades insatisfechas del mercado, cuál es el mercado potencial, qué buscan los consumidores, qué precios están dispuestos a pagar, cuántos son los clientes que efectivamente comprarán, por qué comprarán, qué otros productos o servicios similares compran actualmente. (Infante y Carballosa, s/f)

2.1.1 Mercado Meta

El jardín campestre esta hecho para clientes que buscan nuevos y diferentes espacios recreativos para la realización de eventos sociales privados y a precios accesibles. El mercado esta segmentado de la siguiente manera: Familias de niveles socioeconómicos medios, desde medio alto a medio bajo, con ingresos mensuales que oscilen entre 2,600 y 6,000 para el nivel medio bajo, hasta con ingresos mensuales que oscilen entre 11,000 y 32,000 para el nivel medio alto (datos según AMAI Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Publica).

Esta dirigido a familias con necesidad de rentar espacios de esparcimiento, principalmente para fiestas infantiles, bautizos, XV años, bodas y reuniones familiares, a familias con hijos entre 1 a 15 años, parejas de novios que buscan un lugar donde casarse, empresas que realizan eventos de convivencia familiar, empresas que realizan cursos de desarrollo y capacitación a su personal, instituciones educativas que realizan eventos de fin de cursos.

Este mercado se ve favorable para nuestra empresa ya que de acuerdo con la zona geográfica donde se ubica existen estos mercados y con un poder adquisitivo suficiente, que requieren de servicios de recreación cerca de sus residencias y centros de trabajo. Logrando con esto que nuestra empresa este bien posicionada geográfica y económicamente para satisfacer su demanda.

2.1.2 Participación de la competencia en el mercado

Actualmente, el Jardín Campestre San Carlos es utilizado principalmente para eventos infantiles privados, de acuerdo con la ubicación geográfica pudiéramos decir que no se tiene competencia directa ya que es el único lugar con las características de nuestra empresa , sin embargo el principal competidor que mas se asemeja a nuestro giro de eventos infantiles se llama Maui.

Principal competidor actualmente

Tabla 2.1 Comparación de la competencia

Jardín Campestre San Carlos	Salón Maui
2,500 m de Áreas verdes naturales	Vista al mar
Alberca	Chapoteadero
Precio accesibles	precios altos
A 20 min. Al sur de la ciudad	A 15 min. Al norte de la ciudad
mobiliario, mantelería y sombrillas	Mobiliario
Capacidad para 120 personas	Capacidad para 150 personas

Elaboración propia.

Aun cuando se encuentra hasta el otro extremo de la ciudad y con características diferentes, se encuentra muy bien posicionado en el gusto de los Ensenadenses, cuenta con mas años de experiencia en el mercado, así como contar con recursos económicos propios para su desarrollo tanto en servicios como en instalaciones, considerando estas como fortalezas, sin embargo en cuanto al precio se encuentra 50% mas alto que el jardín campestre, siendo esta una debilidad.

Competencia directa

La competencia directa son todos los salones y jardines que se rentan para eventos sociales en la ciudad de Ensenada, teniendo una ventaja competitiva sobre de ellos ya que ninguno combina la privacidad de los eventos con las áreas verdes naturales, jardín, salón, alberca y asadores. En la ciudad existen 9 jardines que son utilizados para eventos sociales (principalmente bodas) y alrededor de 25 salones para fiesta.

Tabla 2.2 Competencia directa de jardines

Jardines	Ubicación
Villa de San Miguel	Km.99 carret. Tijuana-Ensenada
Jardín del Hotel paraíso las palmas	Blvd.. Sanguines · 206
Jardines del papalote	Gastelum entre 8 y 9 Zona Centro
Jardín del hotel Estero Beach	Ex ejido Chapultepec
Jardín del Riviera del Pacifico	Blvd. Costero
Kiosco de bodegas de Santo Tomas	Valle de Guadalupe
Jardín Sueños	Valle de Guadalupe
Casa de los siete patios	Carret. Tijuana-Ensenada, San Miguel
Hostal San Ángel	Calle 10 No. 780, zona centro

Elaboración propia.

Tabla 2.3 Competencia directa de salones

Salones	Capacidad por persona	Ubicación
Hotel Paraíso las palmas	10 a 850	Sangines 206 Carlos Pacheco
Plaza Santa Margarita	25 a 500	Reforma y Diamante
Hotel Joker	80 a 275	Carr. Transpeninsular Km. 12.5
Real	100 a 700	Ryerson y 9 Zona centro
Salones Del Sol	25 a 320	Blancarte 154 Zona Centro
Centro de Convenciones Mayapan	300	Estero Beach
Arenas	250	Bahía Magdalena 207 Acapulco
Villa Magna	250	Calle 6ta. 1850 Obrera
Los Cristales	150	Av. Juárez 855 Zona centro
Lecris	130	Av. Cuauhtémoc 1846 Hidalgo
Casino Royal	50 a 150	Blvd.. Las Dunas 118 Playa Ensenada
Andrea Nicol's	150	Av. Ensenada 926 Ulbrich
El Rincón de Toby	120	Miramar 1038 Zona centro
Aventura	100	Enrique Dunant 399 Costa Azul
Del Valle	100	Lago Victoria 78 valle dorado

Elaboración propia.

Competencia indirecta

La competencia indirecta son los centros de recreación con alberca que existen en la ciudad, estos centro recreativos están abiertos al publico en general y no realizan eventos privados. Existen 12 centros recreativos en la ciudad los cuales cuatro están ubicados al sur, cuatro al este y cuatro al norte de la ciudad de Ensenada. A continuación se mencionan los más importantes.

Las Cañadas, que se localiza en el ejido Ruiz Cortinez, cuenta con dos albercas grandes, canchas deportivas, asadores, tobogán, laguna artificial con renta de lanchitas. El Palomar se encuentra en la delegación de Santo Tomás, cuenta con una alberca grande, canchas deportivas (de tenis, básquetbol), restaurante, asadores, sonido los fines de semana, etc. También están las albercas María Teresa en el Valle de Guadalupe, El Escorpión en Chapultepec, el balneario del Magisterio (S.N.T.E.) por la carretera libre Ensenada-Tijuana ,entre otros.

2.2 Estudio de mercado

2.2.1 Objetivos del estudio de mercado

En este proyecto, se considera necesario aplicar un estudio de mercado para conocer la opinión de la gente en cuanto a la perspectiva del establecimiento, conocer y saber si estarían dispuestos a adquirir estos servicios. Debido a que el jardín tiene cinco años en funcionamiento se realizo una encuesta de opinión para conocer quienes son nuestros clientes reales, la opinión en cuanto al servicio y conocer el nivel socioeconómico, la edad, etc.; así como también que dieran sugerencias y recomendaciones al lugar. Después de aplicar la encuesta a 100 personas que asistieron al lugar durante el periodo de verano, el resultado fue que los clientes que acuden al jardín oscilan entre los 20 y 50 años y un alto porcentaje tienen hijos, siendo actualmente nuestro mercado meta las familias con 3 a 5 hijos con edades entre los 1 año a 10 años, que viven en la zona sur de la ciudad y con un nivel socioeconómico medio a medio alto.

Un dato interesante fueron las recomendaciones donde manifestaron que les agradaría que el lugar contara con otros servicios como cabaña, áreas verdes para acampar y un salón cerrado para eventos de noche. En lo general los encuestados manifestaron que el servicio había sido excelente. Con base a las respuestas anteriores se diseñó la siguiente encuesta de opinión, tomando como universo la población de la ciudad de Ensenada.

Características de la encuesta

Según datos del INEGI los habitantes del municipio de Ensenada en el año 2005 eran de 413,481 habitantes y las proyecciones para el 2006 fueron de 508,039 habitantes. Tomando en cuentas que el número promedio de personas por familia es de cuatro integrantes, se tomó un universo de 127,000 familias. Con un intervalo de confianza del 95% y un margen de error del 5%. Se estimó un tamaño de la muestra de 270 encuestas, según fórmula: (Benassini M. 2001)

$$n = \frac{1.645^2 pqN}{s^2 (N-1) + 1.645^2 pq}$$

2.2.2 Encuesta

La encuesta que se aplicó es de tipo exploratoria y nos ayudara a determinar las causas por las que la gente realiza eventos en lugares de renta, así como determinar su periodicidad. El cuestionario consta de diez preguntas, de las cuales ocho son preguntas cerradas y dos son preguntas de tipo dicotómicas. La muestra total obtenida es de 270 personas 32% hombres y 68% mujeres. Ejemplo de la encuesta en anexo 1.

2.2.3 Aplicación de encuestas

El levantamiento de encuestas se realizó en dos Instituciones Públicas, el Seguro Social y las oficinas del ayuntamiento de Ensenada; así mismo también se levantó la encuesta en dos escuelas de la ciudad, una pública y otra privada. Las personas a las que se aplicó la encuesta fueron a padres de familia principalmente. Para el levantamiento de las encuestas se pidió la colaboración de cuatro personas claves que laboran en esas instituciones. De esta manera las encuestas se realizaron en forma personalizada. En el Seguro Social el levantamiento se hizo en las ventanillas de afiliación y al personal de las

oficinas administrativas. En el Ayuntamiento se aplicó dentro de las instalaciones del registro civil en el área del mostrador de información y al personal de esa oficina. En las escuelas se aplicaron a algunos padres de familia en la entrada de la escuela. La aplicación de la encuesta se realizó en forma personalizada y pidiendo al encuestado que contestara de la manera más sincera posible, a fin de obtener resultados más confiables. A continuación se exhiben los resultados alcanzados por medio de la aplicación del cuestionario en la ciudad de Ensenada. En la aplicación de nuestro instrumento de recopilación de información, se informa que se aplicó de acuerdo al tamaño de la muestra establecida, tomando en cuenta el número de familias de la ciudad de Ensenada. Las encuestas se levantaron en tres días hábiles, miércoles, jueves y viernes. Su distribución fue de la siguiente manera:

Tabla 2.4 Distribución del levantamiento de encuestas

Lugar	Encuestas aplicadas			Total
	Miércoles	Jueves	Viernes	
Seguro social	20	22	24	66
Ayuntamiento	24	20	24	68
Escuela José María Morelos y Pavón	20	23	24	67
Colegio de las Américas	20	24	25	69
Total	84	89	97	270

Elaboración propia

Para medir la matriz socioeconómica sobre los niveles de ingreso por familia la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI) nos da los siguientes datos:

Tabla 2.5 Niveles de ingreso por familia

Categoría	Ingreso	Nivel
AB	82,000 y mas	Muy Alto
C+	Entre 33,000 y 81,0000	Alto
C	Entre 11,000 y 32,000	Medio Alto
D+	Entre 6,600 y 10,000	Medio
D	Entre 2,600 y 6,000	Medio Bajo
E	Menos de 2,600	Bajo

Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI)

2.2.4 Resultados obtenidos

Se presenta los resultados obtenidos a través de las encuestas aplicadas:

Las edades recopiladas oscilaban entre los 20 y 30 años el 33%, entre los 31 y 40 años el 30%, entre los 41 y 50 años el 20%, entre los 51 y 60 años el 10 % y de 61 en adelante el 7%. (Ver grafica No. 1 en anexo 2). El nivel de ingreso mensual por familia arroja que el 24 % de \$2,600 a \$6,000, 29% cuentan con ingresos entre \$6,600 a 10,000, el 24% cuentan con ingresos de \$ 11,000 a \$ 32,000, el 12% cuentan con ingresos inferiores de \$2,600, el 9% ingresos entre \$ 33,000 a 81,000 y el 2% ingresos mayores a \$82,000. (Ver grafica No. 2 en anexo 2). En relación a la colonia o fraccionamiento que viven el 37% vive en la zona sur de la ciudad, el 28% en la zona centro, el 20% en la zona norte y el 15% en la zona este de la ciudad de Ensenada. (Ver grafica No. 3 en anexo 2).

En la pregunta para conocer si tienen hijos el 67% dijo que si y el 33% dijo que no. Las edades de los hijos son el 31% entre los 6 y 12 años, el 25% entre los 13 y 18 años, el 23% entre un mes a 5 años y el 21% tienen hijos mayores de 19 años. (Ver graficas No. 4 en anexo 2). El 87% los encuestados afirmaron que les gusta realizar eventos sociales en lugares de renta y el 10% aseguro que no renta salones por tener ellos lugares propios donde realizar su evento, el 3% restante dijo que no organizaba fiestas. (Ver grafica No. 5 en anexo 2).

Cuando se pregunto que con que frecuencia acostumbraban realizar eventos sociales el 68% de los encuestados aseguro que realizan fiestas de una a 3 veces al año, el 22% de 6 a 4 veces al año, el 4% de 9 a 7 veces al año, el 3% de 10 a mas veces al año y el 3% ninguna vez al año realizan eventos sociales. (Ver grafica No. 6 en anexo 2). El 36% de los encuestados asegura que el servicio, la limpieza y una buena ubicación es un factor importante para decidirse a rentar un espacio, el 35% dijo que buscan lugares con alberca y juegos infantiles, el 17% busca un lugar con fácil acceso, que tenga estacionamiento y un ambiente agradable, el resto menciona la seguridad del lugar y el buen trato de la gente del lugar. (Ver grafica No. 7 en anexo 2). El medio por el cual se enteran de los lugares de renta, son: el 42% las recomendaciones de otras personas, el 25% carteles publicitarios, el 15% la sección amarilla, el 10% radio y televisión, 8% publicidad impresa y periódico. (Ver grafica No. 8 en anexo 2).

El 96% de los encuestados opinaron que en algún momento se interesarían por realizar un evento social en un lugar que le proporcione: salón, jardín, alberca, asadores, juegos infantiles, estacionamiento, área para acampar, privacidad, capacidad para 150 personas, ambiente campirano, cerca de la ciudad, con buen servicio, limpieza y buen precio. El 4% de los encuestados dijo no interesarle. (Ver grafica No. 9 en anexo 2). En la pregunta de cuánto estarían dispuestos a pagar por un lugar que proporcione todos estos servicios, el 61% de \$2,000 a \$4,000 pesos, el 14% de \$ 4,001 a \$7,000 pesos, el 13% de \$7,001 a \$10,000 pesos y el 12% de \$10,001 pesos en adelante. (Ver grafica No. 10 en anexo 2)

2.2.5 Conclusiones del estudio realizado

Como podemos observar las edades de los encuestados oscila entre los 20 y los 40 años y este se asemeja también en un alto porcentaje de los que tienen hijos, encontrando una correlación significativa por lo tanto consideramos a este segmento como nuestro mercado cautivo. El resultado que arroja las encuestas evidencia el amplio mercado que se tiene en la zona donde se encuentra ubicado el jardín ya que el 37 % se encuentra en la zona sur de la ciudad, que es hacia donde está el crecimiento. Así mismo un amplio porcentaje realiza reuniones sociales en lugares de renta.

El nivel de ingreso mensual por familia arroja que el 24% cuentan con ingresos de \$2,600 a 6,000 el cual pertenece según la IMAI a la categoría D con un nivel medio a medio bajo; el 29% cuentan con ingresos entre \$ 6,600 a \$ 10,000 que pertenece a la categoría D+ con un nivel medio, así mismo el 24% tiene ingresos entre 11,000 a 32,000 que pertenece a la categoría C con un nivel medio alto. Esto nos muestra que el poder adquisitivo de la población de Ensenada está en un buen nivel económico, pudiendo ser estos clientes potenciales para nuestro proyecto de expansión. Es interesante también el hecho de que un alto porcentaje manifestó que se enteró de lugares de renta por medio de recomendaciones de otra persona, así mismo es importante resaltar que la sección amarilla y los carteles son también formas de publicidad necesaria.

2.3 Estimación de la demanda

De acuerdo a estimaciones realizadas por el Consejo Nacional de Población (CONAPO) al 30 de junio de 2009, el municipio de Ensenada cuenta con una población de 455 mil 700 habitantes, que representa el 14.39 por ciento del total estatal. El 12.45 por ciento de las localidades del municipio, son consideradas rurales al no superar los 2 mil 499 habitantes, sumando sólo 56 mil 739 pobladores. El grueso de la población se encuentra concentrada en 18 localidades urbanas con 398 mil 961 habitantes, si tomamos en cuentas que el número promedio de personas por familia es de cuatro integrantes, se tiene un promedio 98,000 familias. Considerando que el 30% de estas familias se encuentran ubicadas al sur de ciudad estamos hablando de 29,400 familias de las cuales el 96% en algún momento estarían interesados en realizar un evento social, se estima entonces una demanda de 24,000 familias. Considerando que el nivel promedio de ingreso por familia en la ciudad es de medio a medio bajo, esto favorece ya que nuestro mercado meta esta dirigido a ese sector de la población. De acuerdo a la demanda estimada, la capacidad diaria estaría de acuerdo a esa estimación ya que la se distribuiría de la siguiente manera:

Tabla 2.6 Capacidad de servicio de acuerdo a la demanda

Servicio	Capacidad / Personas diarias	Periodos de mayor demanda	No. de eventos proyectados al año	Capacidad de personas por numero de eventos
Jardín	100	Mayo-sept	128	12,800
Salón	150	Todo el año	104	15,600
Cabaña	8	Todo el año	104	832
Área para acampar	50	Mayo- sept	64	3,200
Total	308		400	32,432

Elaboración propia.

La zona geográfica donde se ubica el jardín campestre San Carlos, es una zona que va en crecimiento debido a la migración de las nuevas generaciones de Ensenadenses con perfiles profesionales de educación media y media superior que están estableciendo su residencia al sur de la ciudad, así como empresas con un alto nivel de generación de empleos bien remunerados originando que valle dorado, villas del real, villas del rey, Chapultepec, Maneadero y las áreas aledañas se conviertan en una zona económicamente activa.

Por consiguiente los habitantes de esta zona requieren de servicios de recreación cerca de sus residencias y de sus centros de trabajo. Logrando con esto que nuestra empresa este bien posicionada geográfica y económicamente para satisfacer su demanda. En la actualidad resulta agradable realizar eventos sociales al aire libre disfrutando de la naturaleza, es por ello que este sector de servicios se ha venido desarrollando de una manera muy rápida en los últimos años.

2.4 Promoción del servicio

Promocionar es esencialmente un acto de información, persuasión y comunicación, que incluye vario aspectos de gran importancia, como son: la publicidad y la promoción de ventas, necesario para dar a conocer nuestro servicio e incrementar las rentas del lugar.

Para Philip Kotler y Gary Amstrong la Mezcla de promoción consiste en la combinación específica de herramientas de publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y ventas personales y marketing directo que la empresa utiliza para alcanzar sus objetivos de publicidad y marketing (Philip, 2008).

2.4.1 Publicidad

La publicidad es la técnica que comprende todas las actividades mediante las cuales dirigen al publico mensajes visuales u orales, con el propósito de informar e influir en el para que compre mercancía o servicios. El fin real de la publicidad es el efecto último creado, o sea, modificar las actividades y/o comportamiento del receptor del mensaje, procurando informar a los consumidores, modificar sus gustos y motivarlos para que prefieran los productos o servicios de la empresa (Fisher, 1998).

volantes

Entregar de volantes principalmente en jardines de niño, primarias, empresas maquiladoras de la zona, mercados, restaurantes de la ciudad, así como instituciones de gobierno. El costo de cada volante es de \$ 1.00 peso cada uno. Actualmente se tienen más de 5,000 volantes disponibles para su distribución. Se distribuirán 2,500 volantes cada año.

El tamaño del volantes es de media hoja tamaño carta, de papel couche a color. En la parte de enfrente esta el diseño del volante y en la parte de atrás el mapa de ubicación. La combinación de colores que se utilizan es el negro combinado con el color rojo el cual produce un efecto agresivo y vigoroso, y es recomendable para encaminar a las personas a tomar decisiones rápidas.(Ver anexo 4).

Tabla 2.7 Distribución de la publicidad (Volantes):

Empresas Publicas	Distribución		Empresas Privadas	Distribución	
	Tiempo	Cantidad		Tiempo	Cantidad
IMSS	Enero – junio	300	Mercados locales	Enero – mayo	200
Centro de Gobierno	Marzo- julio	300	Tiendas de servicio	Enero – junio	250
Oficinas del Ayuntamiento	Marzo- julio	200	Escuelas Privadas: Primarias y preescolar	Septiembre- junio	500
UABC	Todo el año	120	Maquiladoras	Enero – marzo	300
Escuelas publicas: Primarias y Preescolar	Septiembre- junio	500	Restaurantes	Marzo – junio	200

Elaboración propia

En las escuelas publicas y privadas se distribuye la mayor cantidad de los volantes, durante todo el ciclo escolar. En las oficinas de gobierno, el IMSS y la UABC se distribuyen en forma periódica, se dejan los volantes principalmente en las oficinas administrativas. Los empleados reciben aguinaldos y quincenas seguras y esto les permite planear sus fiestas con meses de anticipación.

Publicación en la sección amarilla

Publicar el anuncio del jardín en la sección de salones para fiestas. Ya que este medio de publicidad es uno de los más efectivos, se dará a conocer los teléfonos para reservaciones, el domicilio, fotografías del lugar y describir los servicios con los que cuenta. El tamaño será de 10.3 x 6.1 cm. a color, estará en la sección de salones para fiestas. El presupuesto es de \$13,566.00 por año.

Abrir una página en Internet

Abrir una página de Internet que ofrezca información del lugar y sirva para hacer reservaciones, así como dar información vía internet a los usuarios que así lo requieran. El presupuesto es de \$ 4,000.00 por año.

Cartel publicitario

Renta de un cartel publicitario en la zona centro de la ciudad de Ensenada específicamente en la esquina de avenida Delante y avenida Pedro Loyola, en el se dará a conocer los teléfonos para reservaciones, el domicilio, los servicios y fotografías de alberca, áreas verdes, salón, etc.. El presupuesto es de \$ 36,000.00 por año.

Transmitir Spots de radio

Transmitirlo en los meses de marzo, abril y mayo para las rentas de verano y graduaciones, así como septiembre, octubre y noviembre para las rentas de invierno como cenas de navidad, convivios, etc. Las estaciones donde se pretende anunciar es Exxa (106.9 f.m.) y Stereo Sol (101 f.m.). Spots de 30 segundos \$103.00 cada spots. (3 spots diarios por 4 días total \$ 1,236.00 semanales).

2.4.2 Promoción de ventas

La promoción de ventas es dar a conocer los productos en forma directa y personal, además de ofrecer valores o incentivos adicionales del producto o servicio a vendedores o consumidores, también se emplea con el objeto de lograr aumentos inmediatos de ventas. La promoción de ventas será de la siguiente manera:

Promocionar directamente en empresas públicas y privadas, asociaciones y sindicatos para que realicen sus reuniones sociales o de trabajo, promocionar directamente en escuelas primarias, secundarias y preparatorias para sus eventos de fin de año principalmente, manejar el 30 % de descuento en la renta de lunes a jueves, establecer una tarjeta de cliente distinguido para todos aquellos que tengan 3 rentas o más en años anteriores otorgándoles un 10 % de descuento.

Los clientes satisfechos son nuestra principal fuente de recomendaciones, por ello se maneja el 20 % de descuento a los clientes que nos recomienden, establecer una tarjeta de cliente distinguido para todos aquellos que tengan 3 rentas o más en años anteriores otorgándoles un 10 % de descuento, ofrecer un 20% de descuento a organizadores de eventos que ofrezcan y promuevan el jardín a sus clientes.

2.4.3 Venta personal

Las ventas constituyen una de las funciones básicas de la empresa, sin ventas la empresa no existe. En las empresas pequeñas la mayoría de las ventas se hacen al público en general por lo que las ventas personales son primordiales. Llamar por teléfono a la cartera de clientes actuales (150 clientes) donde se les da la preferencia de fechas para las fiestas. Estas llamadas a clientes se realizarán en el primer mes del año dando preferencia de las fechas principalmente las de verano y fin de semana.

2.4.4 Relaciones Públicas

Su objetivo es proyectar una imagen favorable de la organización que contribuya al alcance de los objetivos. Para tener mejor imagen de nuestra empresa, todo el personal tanto operativo como administrativo usará uniforme, el cual consiste en una camiseta tipo polo color anaranjado con el logotipo de la empresa del lado derecho y nombre y cargo

del lado izquierdo. Satisfacer las necesidades de los usuarios, a través de un buen servicio y de la mejor calidad, cubriendo las necesidades básicas de los clientes, como son: Amabilidad, comprensión, empatía e información. Patrocinar eventos a Instituciones benéficas ofreciendo las instalaciones. Otorgar descuentos de hasta los 50% a escuelas públicas de escasos recursos para reuniones educativas, apoyando así a la comunidad.

Las relaciones publicas también son parte de la promoción de nuestros servicios, la publicidad de boca en boca, aunque no cuesta es efectiva, el objetivo es que nuestros clientes nos recomendaran con sus amistades y estos a la vez con los suyos. Generar en la sociedad una buena imagen de servicio y de la empresa a través de programas de patrocinio y apoyo a proyectos sociales o comunitarios. Las relaciones públicas también tienen como objetivo mejorar el ambiente laboral en la empresa y mantener óptimas relaciones con los clientes y proveedores.

2.5 Fijación y políticas de precios

(Situación actual)

Renta del Jardín \$ 2,600.00 por evento

Ingresos \$ 135,200.00 anuales

Egresos	\$ 66,820.00
C. fijos	31,434.00
C. variables	\$ 35,386.00

En el año 2008, el jardín tuvo ingresos por concepto de ventas de \$135,200.00. en el mismo periodo sus costos fijos fueron de \$31,434.00 y los costos variables de \$35,386.00

$$\text{Ventas en punto de equilibrio } 31,434.00 \times \frac{1}{1 - \frac{35,386.00}{135,200.00}}$$

$$\text{Ventas en punto de equilibrio} = 31,434.00 \times \frac{1}{0.738}$$

$$\text{Ventas en punto de equilibrio} = \$ 42,593.50$$

La cantidad necesaria en ventas para no ganar, ni perder es de \$42,593.50 anuales, este es el punto de equilibrio para la empresa actualmente.

Razón de rentabilidad.

(Situación actual)

VENTAS	\$ 135,200.00	
(-) C.V.	35,386.00	27%
UTIL. MARG	\$ 99,814.00	
(-) C.F	31,434.00	24%
UTIL. BRUTA	\$ 68,380.00	
(-) IMP. IVA	2,000.00	
ISR	640.00	
	\$ 2,640.00	2%
UTILIDAD NETA	65,740.00	47%

Para las empresas comerciales tener un nivel de rentabilidad del 47 % se considera una empresa financieramente sana.

Fijación y política de precios proyectados

Tabla 2.8 Costos variables

Costos Variables	Mensual	1 Año
Gastos de mantenimiento	5,524.65	66,295.80
Gas L.P.	1,000.00	12,000.00
Luz eléctrica	1,200.00	14,400.00
Agua	500.00	6,000.00
Total	8,224.65	98,695.80

Elaboración propia.

Tabla 2.9 Sueldos administrativos y operativos

Sueldos				
Cantidad	Puesto	Funciones	Mensual	1 año
1	Gerente Encargados	Administración general	7,000.00	84,000.00
1	de área Secretaria	mantenimiento Propias del	4,000.00	48,000.00
1	Auxiliar	puesto Publicidad, promoción y	2,500.00	30,000.00
2	Promotores	ventas Limpieza de jardín , salón y	2,527.27	30,327.27
4	Consejes	áreas verdes Vigilancia en	10,880.00	130,560.00
1	Salvavidas	alberca	2,720.00	32,640.00
	Total		29,627.27	355,527.27

Tabla 2. 10 Costos fijo

Costos fijos	Mensual	1 año
Total de Sueldos	29,627.27	355,527.27
Papelería	850.00	10,200.00
Publicidad	4,871.83	58,461.96
Teléfono	5,524.65	66,295.80
Total costo fijos	40,873.75	490,485.00

Elaboración propia.

Tabla 2.11 Ingresos

Concepto	Mensual	1 Año
Jardín	48,000.00	349,090.91
Salón	68,000.00	803,636.36
Cabaña	16,000.00	189,090.91
Áreas verdes	24,000.00	174,545.45
Total	156,000.00	1,516,363.64

Elaboración propia.

Punto de Equilibrio

Ingresos \$ 1, 516,363.64 anuales

Egresos \$ 637,547.58

C. fijos 297,389.82

C. variables 340,157.76

$$\begin{array}{r} \text{Ventas en punto de equilibrio } \$ 297,389.82 \times \frac{1}{1 - \frac{340,157.76}{1,516,363.64}} \end{array}$$

$$\text{Ventas en punto de equilibrio } \$ 297,389.82 \times \frac{1}{0.2243}$$

Ventas en punto de equilibrio = \$ 383,394.71

La cantidad necesaria en ventas para no ganar, ni perder es de \$383,394.71 anuales.

Razón de rentabilidad.

VENTAS	\$ 1,516,363.64	
(-) C.V.	340,157.76	22%
UTIL. MARG	\$ 1,176,205.88	
(-) C.F	297,389.82	20%
UTIL. BRUTA	\$ 878,816.06	
(-) IMP.	206,072.02	13%
UTILIDAD NETA	\$ 672,744.04	45%

Para las empresas comerciales tener un nivel de rentabilidad del 45 % se considera una empresa financieramente sana.

Capítulo 3. Producción y/o Servicios

3.1 Especificaciones del servicio

El Jardín Campestre San Carlos es una empresa familiar, dentro del sector servicios dedicándose a la renta de espacios para recreación de verano y eventos sociales. En un espacio de 1,500 m² actualmente cuenta con jardín con capacidad para ciento veinte personas, mobiliario que incluyen ciento veinte sillas, trece mesas redondas, seis mesas rectangulares, doce sombrillas y mantelería para todas las mesas; alberca con profundidad de 1 metro la de niños y 1.70 metros la de adultos; 2 asadores con estufa, hielera y barra; estacionamiento, juegos infantiles, servicio de sanitario y espacio para colgar la piñata. El espacio que se pretende adquirir es de 1,500m² y se construirá un salón cerrado con capacidad de ciento cincuenta personas, una cabaña de dos niveles totalmente equipada, con dos recamaras, baño, cocina y sala; 800m² de áreas verdes para acampar y una cancha de voleibol con arena.

3.2 Descripción del proceso de prestación del servicio

El proceso de producción es el conjunto de actividades que se llevan a cabo para elaborar un producto o prestar un servicio. En el se conjuntan la maquinaria, la materia prima y el recurso humano necesarios para realizar el proceso. La capacidad del servicio es para 100 personas en el área del jardín, 150 personas para salón, una familia de 8 personas para cabaña y 50 personas máximo para acampar. La empresa funcionara todos los días del año. Utilizando todos los espacios, el Jardín Campestre San Carlos ofrecerá los siguientes servicio:

Para el servicio del jardín de 100 personas:

Se hace la reservación, con el 50 % de anticipo y el resto se paga una semana antes del evento, dejando un depósito del 10%. El departamento de mantenimiento hace la limpieza de alberca, asadores, áreas verdes, baños, juegos infantiles y se instala el mobiliario (100 sillas, 19 mesas, 13 sombrillas y mantelería) en el área del jardín y la alberca. Se recibe al cliente y se verifica el orden y la limpieza del lugar.

Durante el tiempo que dure el evento (11:00 a.m. a las 7:00 p.m.) dos personas de mantenimiento (salvavidas y limpieza) estarán presentes durante la realización del mismo. Se aplica una encuesta de opinión al cliente. Después de verificar el buen estado de las instalaciones se devuelve el depósito al cliente. Al finalizar el evento se procede a levantar el mobiliario y dar limpieza al lugar.

Las albercas deben seguir disposiciones como contar con un salvavidas capacitado en respiración cardiopulmonar; disponer de un equipo de primeros auxilios; mantener el reglamento de la alberca en un lugar visible; colocar señalamientos de seguridad e higiene; tener instalaciones adecuadas de gas y electricidad; efectuar la cloración del agua de acuerdo con los límites establecidos.

Para el servicio del salón de 150 personas.

Se hace la reservación, con el 50 % de anticipo y el resto se paga una semana antes del evento, dejando un depósito del 10%. El departamento de mantenimiento hace la limpieza del salón, baños y áreas verdes e instala el mobiliario (150 sillas, 15 mesas redondas y mantelería). Se recibe al cliente y se verifica el orden y la limpieza del lugar.

Durante el tiempo del evento (5:00 p.m. a 12:00 a.m.) una persona de mantenimiento vigilará la realización del mismo. Se aplica una encuesta de opinión al cliente.

Después de verificar el buen estado de las instalaciones se devuelve el depósito al cliente.

Al finalizar el evento se procede a levantar el mobiliario y dar limpieza del lugar.

Para el servicio de la cabaña de una familia de 8 personas máximo.

Se hace la reservación, con el 50 % de anticipo y el resto se paga una semana antes de la estancia, dejando un depósito del 10%. El departamento de mantenimiento hace la limpieza de la cabaña (cocina, baño, dos cuartos y sala), así como las áreas verdes y alberca (en el caso que sea temporada de verano). Se recibe al cliente y se verifica el orden y la limpieza del lugar. Al finalizar la estancia se aplica una encuesta de opinión al cliente. Después de verificar el buen estado de las instalaciones se devuelve el depósito al cliente. Al finalizar se procede dar limpieza del lugar.

Para el servicio de campamento de 50 personas máximo:

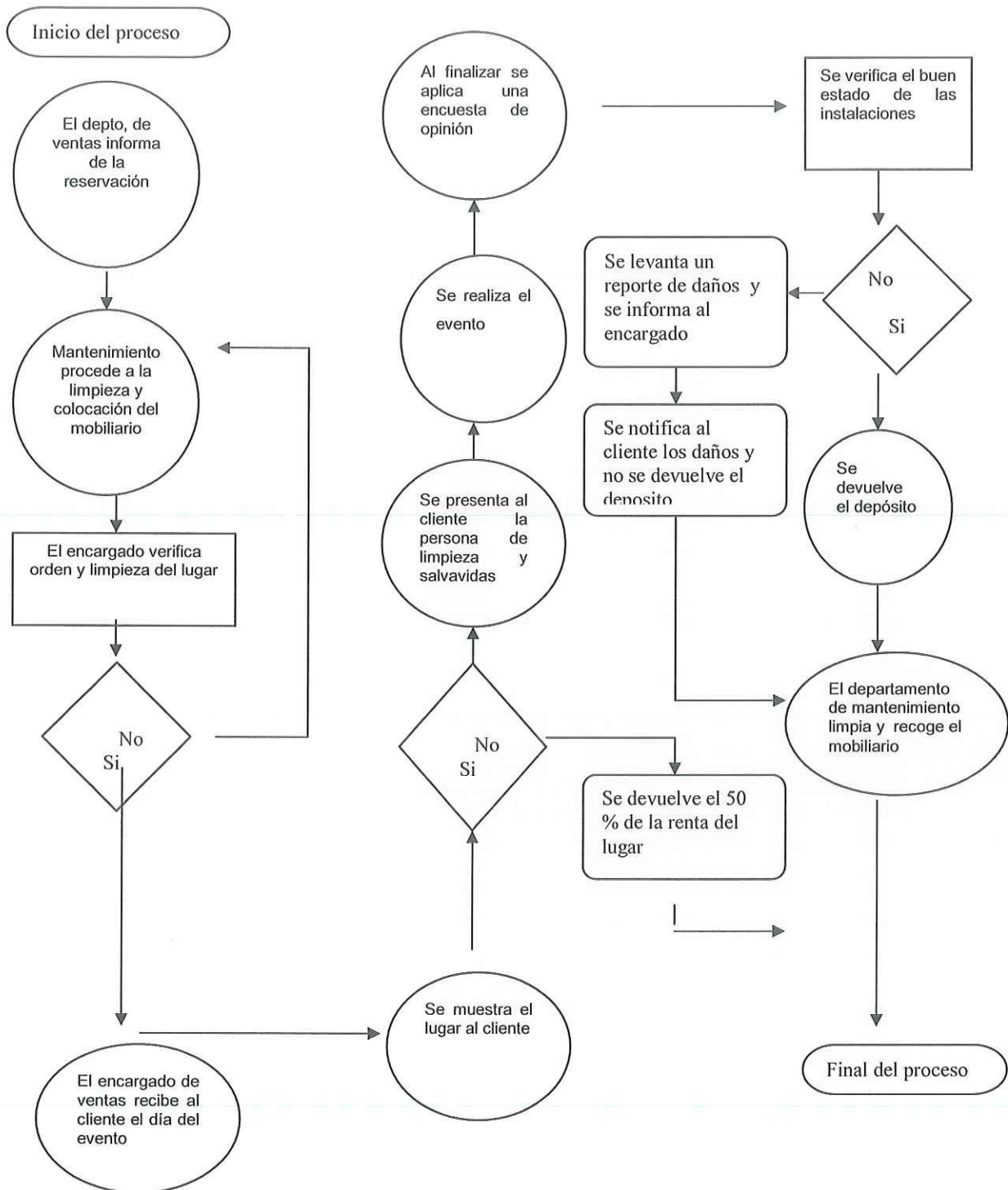
Se hace la reservación, con el 50 % de anticipo y el resto se paga una semana antes del campamento, dejando un depósito del 10%. El departamento de mantenimiento hace la limpieza las áreas verdes y alberca (en el caso que sea temporada de verano). Se recibe al cliente y se verifica el orden y la limpieza del lugar. Al finalizar se estancia se aplica una encuesta de opinión al cliente. Después de verificar el buen estado de las instalaciones se devuelve el depósito al cliente. Al finalizar la estancia se procede dar limpieza del lugar.

3.3 Diagrama de flujo

Un diagrama de flujo o de secuencia rutinaria, se basa en la utilización de diversos símbolos para representar operaciones específicas, los símbolos utilizados se conectan por medio de flechas para indicar la secuencia de la operación. En los diagramas de flujo se muestran los siguientes aspectos: Existe siempre un camino que permite llegar a una solución, existe un único inicio del proceso y por ultimo existe un único punto final para el proceso de flujo (salvo del rombo que indica una comparación con dos caminos posibles).

Algunas ventajas de los diagramas de flujo es que favorecen la comprensión del proceso a través de mostrarlo como un dibujo, el cerebro humano reconoce fácilmente los dibujos; otra ventaja es que permite identificar los problemas y las oportunidades de mejora del proceso. A continuación se muestra el diagrama de flujo de la operación de servicio del Jardín Campestre San Carlos.

Diagrama de flujo del proceso



3.4 Características de la tecnología

La tecnología que se requiere principalmente es para el funcionamiento de la alberca la cual requiere de tecnología avanzada de: 1 motobomba de agua de 1½ HP Wisperflo, 1 filtro de aran tagelus 30". Este equipo es necesario para mantener limpia la alberca. Para lograr la limpieza total del agua se verifican los niveles de cloro y PH. El motor de la bomba de agua debe de estar encendido de 8 a 12 horas diarias, según sea necesario.

3.5 Materia prima

5.5.1 Identificación de proveedores y cotizaciones

Tabla 3.1 Proveedores y cotizaciones

Proveedor	Materia prima	Cotización
QUIMPASA	Papel	
Productos para la limpieza.	Higiénico rollo 4 piezas	110.62
Transpeninsular No. 223	Toalla rollo 5 piezas	84.90
Valle dorado	Cloro para baño galón	30.00
Tel. (646) 177-6727	Jabón para manos galón	113.00
	Acido muriático 20" para alberca galón	54.71
COSTCO	Bolsas para basura	
Transpeninsular	39 galones caja c/100	135.45
Col. Carlos Pacheco	10 galones c/500	120.00
ECO TERRA	Servicio de recolección de basura	880.00
Carret. Transp. 181 Valle Dorado		
CALDERAS CALIFORNIA	Cloro Granulado 100 lbs. Para alberca	2,856.00
Bvd. Carranza 1416 Col. Aviación	Algacida galón	96.00
	Clarificador para alberca galón	114.00
La Exterminadora	Insecticida galón	150.00
Tel. 175-48-68	Fumigación total	2,000.00

Elaboración propia

3.5.2 Compras

Para realizar una compra se debe tener una guía; las políticas de compra son importantes, sobre todo por los continuos cambios de precio y escases de los materiales.

A continuación se muestra un formato de requisición de compra.

Tabla 3.2 Requisición de compra

Requisición de compra			
Proveedor _____		Orden de compra No. _____	
		Fecha de pedido: _____	
		Fecha de entrega: _____	
Empresa: _____		Tel. y Fax _____	
Direccion: _____			
Cantidad	Concepto	Precio	Importe
		Subtotal:	_____
		IVA	_____
		Total	_____
_____ Firma de recepción			

3.6 Capacidad instalada

La capacidad instalada diaria del Jardín Campestre San Carlos es la siguiente:

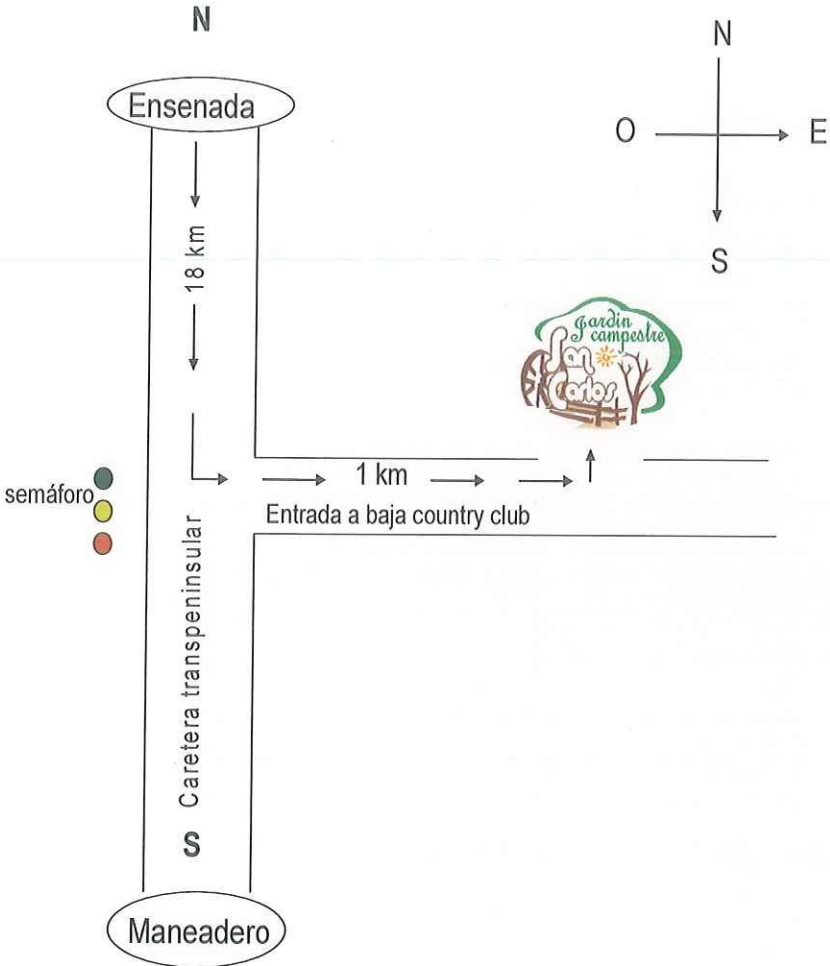
Tabla 3.3 Capacidad instalada

Capacidad / Personas	Horario	Servicio
100	11: a.m. a 5 :00 p.m.	Jardín
150	5:00 p.m. 12:00 a.m.	Salón
8	Todo el día	Cabaña
50	Todo el día	Área para acampar

Elaboración propia

3.7 Ubicación de la empresa

La Ubicación de la empresa se encuentra a 20 minutos al sur de la ciudad de Ensenada en la parcela No. 30 del ejido Nacionalista Sanchez Taboada, Maneadero, en la zona de San Carlos a 3 kilometro del campo de golf Baja Country Club. Con un fácil acceso totalmente pavimentado. Su domicilio fiscal es: Entrada al Country Club, parcela # 30 Maneadero, Ensenada, B.C.

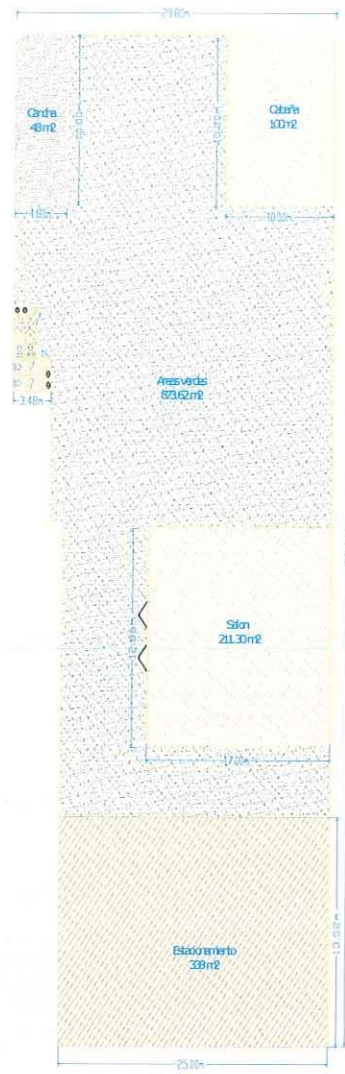


3.8 Diseño y distribución del lugar (actual)



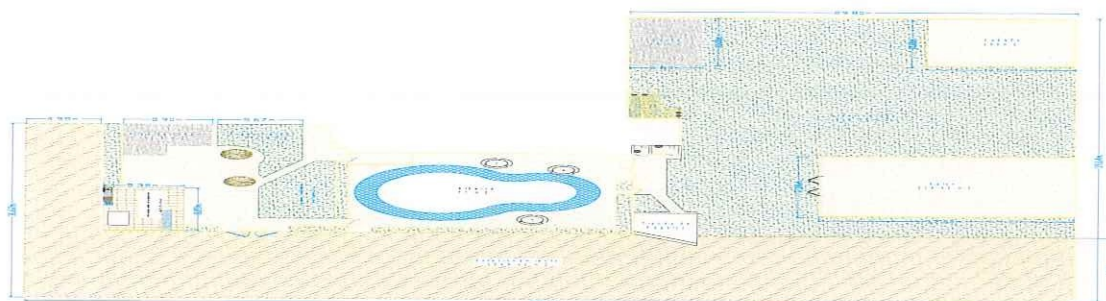
Servicios	Área m ²
Asador	47.5
Alberca	284.28
Baños	5.44
Estacionamiento	733.70
Áreas Verdes y Jardín	118.86 , 152.22
Juegos infantiles	32.85

Área del Proyecto Nuevo de Inversión



Proyecto	Área en m ²
Salón	211.30
Cancha de voleibol	48
Áreas Verdes	873.62
Cabaña	100
Estacionamiento	338
Baños	12.96

Proyecto completo



Área Jardín actual	1509.54 m ²
Área adquirida para proyecto	1593.93 m ²
Área total	3103.47 m ²

3.10 Mano de obra requerida

Determinación del personal requerido para llevar a cabo la prestación del servicio del Jardín Campestre San Carlos.

Tabla 3.4 Mano de obra requerida

Actividad	No. De personas	Tipo de Habilidad
Salvavidas	1	Saber nadar y saber dar primeros auxilios
Limpieza	4	Responsables y honestos
Personal total requerido: 1 persona en el área de la alberca, 1 persona en el área del jardín, 1 persona en el área de acampar, 1 persona en las áreas verdes y cabaña y 1 persona en el salón. Cada turno es de ocho horas		

Elaboración propia

3.11 Procedimiento de mejora continúa

Se realizaran sondeos y encuestas de opinión a cada cliente, al terminar el evento. El encargado de promoción y ventas aplicara la encuesta para conocer su opinión acerca de nuestro servicio y de los requerimientos o necesidades del mismo, así como las formas en que se puede mejorar, para poder ofrecer un servicio que cumpla con las necesidades y expectativas de nuestros clientes. La encuesta consta de diez preguntas de las cuales seis son preguntas cerradas, tres preguntas dicotómicas y una pregunta abierta, el ejemplo de la encuesta se encuentra en el anexo 3.

Capítulo 4. Organización

4.1 Objetivos del área de organización

En el área organizacional, el objetivo de la empresa es lograr que el personal se encuentre satisfecho con su trabajo mediante capacitación constante, prestaciones adicionales, comunicación en ambos sentidos, que permita que los empleados realicen sus funciones con plena confianza, logrando que los planes de la empresa se cumplan así como las metas establecidas en la visión.

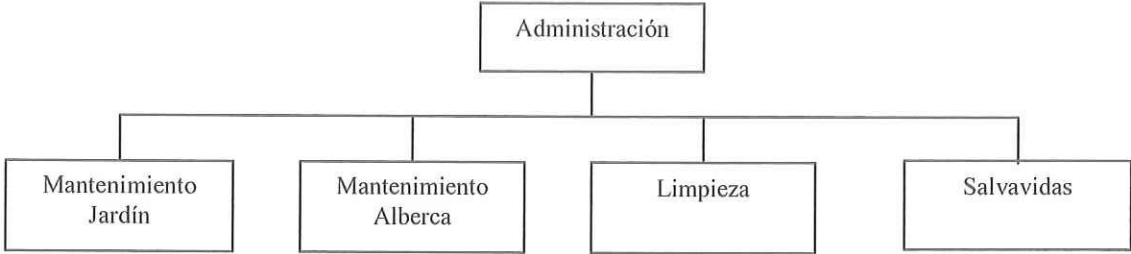
4.2 Estructura organizacional

La estructura de una empresa es uno de los elementos clave de la organización por tanto es importante conocer cuales son los organismos y cargos que componen la estructura organizacional de la empresa. El análisis de puestos tiene como objetivo identificación de labores, responsabilidades, conocimientos, habilidades y niveles de desempeño necesarios en un puesto específico, el primer paso para una estructura organizacional es llevarlo a cabo (ver anexo 5).

4.2.1 Organigrama

El siguiente organigrama tiene una estructura horizontal o vertical ya que los puestos están colocados de arriba a bajo o de izquierda a derecha desde el nivel más alto al más bajo respectivamente. Actualmente la empresa esta trabajando únicamente con 5 personas. Una persona en la administración, una en mantenimiento del jardín, uno en mantenimiento de la alberca, una persona en limpieza y un salvavidas. El Administrador es responsable de supervisar el buen funcionamiento de la empresa, realizando labores de, promoción, reservaciones, compras y contratación de personal.

Organigrama actual



4.2.2 Organigrama general de la empresa

Debido al ritmo de trabajo actual este personal es insuficiente, y más aun con el proyecto de crecimiento planeado y una vez concretada la inversión, será necesaria la contratación de más personal. A continuación se realiza una propuesta para una nueva estructura organizacional.



4.3 Funciones específicas por puesto

I. Aspectos Generales

Denominación del puesto: Administrador General

Numero de personas en el puesto: 1

Área a la pertenece: Administrativa

II. Posición del puesto en la organización:

Puesto inmediato superior: Dueños de la empresa.

Puesto inmediato inferior: Encargado de mantenimiento, promoción y ventas.

III. Descripción específica del puesto (funciones): Supervisar el buen funcionamiento de la empresa, planear la proyección de la empresa, definir y planear las metas y objetivos de la empresa a corto mediano y largo plazo, investigar y desarrollar nuevos servicios, controlar y ampliar la ventaja competitiva de la empresa, contratar personal para todas las áreas de la empresa, controlar las funciones de los diferentes departamentos, realizar comparaciones con periodos anteriores y realizar proyecciones financieras, evaluar el desempeño del personal, cumplir con los requisitos legales para el registro adecuado del personal ante el IMSS, así como realizar los pagos necesarios ante esta Institución y llevar todo el proceso de reclutamiento, selección, adiestramiento y capacitación del personal.

El administrador general realizará las tareas y actividades asociadas a la planeación, organización, dirección y control de los recursos de la empresa, coordinando a los distintos departamentos que lleven a cabo de la mejor manera posible sus funciones y cumpliendo con los objetivos, de manera que el desempeño de esta sea de la mejor calidad. Además tendrá que reclutar y capacitar al personal necesario e inducir correctamente a los nuevos empleados.

IV. Especificaciones del puesto

Requisitos: Intelectuales

Conocimientos necesarios: Conocimientos de administración, recursos humanos, computación y conocimiento del idioma ingles en un 80%.

Iniciativa: Se requiere iniciativa para resolver problemas difíciles y de gran trascendencia que se presenten en el trabajo.

Habilidades: Capacidad de concentración, manejar personal, manejo de conflictos, facilidad de palabra, toma de decisiones.

Esfuerzos físicos: El trabajo exige muy poco esfuerzo físico.

Esfuerzos mentales: Se requiere una atención constante, intensa y sostenida, para la delicadeza de los asuntos que se controlan en el puesto y el peligro que existe de cometer errores de trascendencia.

Responsabilidad: Tiene a su cargo a todo el personal de la organización, así como su funcionamiento. Mantener las relaciones laborales y personales entre todos los empleados, para optimizar los servicios y hacer las actividades lo mas eficiente posible.

Riesgos: Puede estar expuesto a golpes y caídas.

Perfil:

Edad: 25 años en adelante

Sexo: Indistinto

Estado civil: Indistinto

Escolaridad: Licenciatura en administración

I. Aspectos Generales

Denominación del puesto: Encargado de mantenimiento

Numero de personas en el puesto: 1

Área a la pertenece: Administrativa

II. Posición del puesto en la organización:

Puesto inmediato superior: Gerente general.

Puesto inmediato inferior: Salvavidas y cuatro conserjes.

III. Descripción específica del puesto (funciones): Llevar un control de inventario de todo el mobiliario y materiales existente en la empresa, será el encargado de comprar los productos y materiales necesarios para el buen funcionamiento de la empresa, coordinar y controlar las actividades del personal a su cargo, verificar el estado actual de todas las instalaciones así como el mobiliario existente.

Especificaciones del puesto

Requisitos: Intelectuales

Conocimientos necesarios: Conocimientos de ingeniería, electricidad, computación y conocimiento del idioma ingles en un 50%.

Iniciativa: Se requiere iniciativa para resolver problemas difíciles y de gran trascendencia que se presenten en el trabajo.

Habilidades: Manejar personal, manejo de conflictos, toma de decisiones.

Esfuerzos físicos: El trabajo si exige fuerza físico.

Esfuerzos mentales: Se requiere una atención constante, intensa y sostenida, para la delicadeza de los asuntos que se controlan en el puesto y el peligro que existe de cometer errores de trascendencia.

Responsabilidad: Coordinar y controlar las actividades del personal a su cargo, cuatro conserjes y un salvavidas. El objetivo es mantener limpias y en buen estado las instalaciones de la empresa y contar siempre en el material necesario para el buen funcionamiento de la misma. Mantener las relaciones laborales y personales entre los empleados a su cargo, para optimizar los servicios y hacer las actividades lo mas eficiente posible.

Riesgos: Puede estar expuesto a golpes y caídas.

Perfil:

Edad: 25 años en adelante

Sexo: Masculino

Estado civil: Indistinto

Escolaridad: Ingeniería industrial

I. Aspectos Generales

Numero de personas en el puesto: 2

Denominación del puesto: Promotor

Área a la pertenece: Administrativa

II. Posición del puesto en la organización:

Puesto inmediato superior: Gerente general.

Puesto inmediato inferior: No tiene.

III. Descripción específica del puesto (funciones): Se ocupara de las estrategias de mercado, como son: publicidad, promoción y ventas, para difundir de manera rápida y acrecentar las ventas de la empresa, así como buscar clientes y realizara la promoción directa.

IV. Especificaciones del puesto

Requisitos: Intelectuales

Conocimientos necesarios: Mercadotecnia, ventas, computación y conocimiento del idioma ingles en un 80%.

Iniciativa: Se requiere iniciativa para abrir nuevos mercados, interactuar con los clientes para conocer si están satisfechos con el servicio que se le brinda.

Habilidades: Mantener clientes existentes y darles el seguimiento pertinente, elaborar estrategias de promoción, elaborar estrategias de publicidad y venta, definir el mercado meta, determinar la política de precios.

Esfuerzos físicos: El trabajo exige muy poco esfuerzo físico.

Esfuerzos mentales: Se requiere una atención constante, intensa y sostenida, para la delicadeza de los asuntos que se controlan en el puesto y el peligro que existe de cometer errores de trascendencia.

Responsabilidad: Tiene la responsabilidad de promover la empresa lo mas eficientemente posible, logrando así las metas establecidas.

Riesgos: Ninguno.

Perfil:

Edad: 22 años en adelante

Sexo: Indistinto

Estado civil: Indistinto

Escolaridad: Bachillerato y/ o Licenciatura en Mercadotecnia

I. Aspectos Generales

Denominación del puesto: Secretaria

Numero de personas en el puesto: 1

Área a la pertenece: Administrativa

II. Posición del puesto en la organización:

Puesto inmediato superior: Gerente General.

Puesto inmediato inferior: Ninguno.

III. Descripción específica del puesto (funciones): Sus labores serán de contestar teléfonos, apoyar a la administración en cuanto a reservaciones y cobro de las mismas, seguimiento a clientes, facturación y pago de facturas, elaboración y pago de la nómina semanalmente, elaborar los contratos de todos los empleados, llevar al día las cuentas de bancos, mantener el archivo actualizado de toda la documentación de su competencia, elaborar informes de actividades dispuestas por el jefe inmediato.

IV. Especificaciones del puesto

Requisitos: Intelectuales

Conocimientos necesarios: Conocimientos básicos de administración, contabilidad, computación.

Habilidades: Poseer buenas relaciones humanas

Esfuerzos físicos: El trabajo exige muy poco esfuerzo físico.

Esfuerzos mentales: Se requiere una atención constante en los asuntos relacionados a la gerencia como pagos, reservaciones, facturación, entre otros.

Responsabilidad: Atender todas las actividades dispuestas por su jefe inmediato, así como velar por el buen orden y presentación de su puesto de trabajo.

Riesgos: Ninguno

Perfil:

Edad: 20 años en adelante

Sexo: Femenino

Estado civil: Indistinto

Escolaridad: Bachillerato Técnico en comercio, administración y/o contabilidad,

I. Aspectos Generales

Denominación del puesto: Salvavidas

Numero de personas en el puesto: 1

Área a la pertenece: Operativa

II. Posición del puesto en la organización:

Puesto inmediato superior: Encargado de mantenimiento.

Puesto inmediato inferior: ninguno.

III. Descripción específica del puesto (funciones): Velar por la protección y seguridad de los usuarios, bien sea desde la garita de salvavidas o desde otros puestos, mantener limpia la piscina, cepillando los bordes de la misma y aspirando el fondo diariamente, limpiar las sillas y colchonetas, colocar las sombrillas y sillas de acuerdo a las solicitudes de los clientes.

IV. Especificaciones del puesto

Requisitos: Intelectuales

Conocimientos necesarios: Conocimiento en primeros auxilios y auxilio cardiovascular y certificación de salvavidas, conocimiento de idioma inglés en un 80%,

Iniciativa: Se requiere iniciativa para resolver problemas difíciles y de gran trascendencia que se presenten en el trabajo.

Habilidades: Vocación de atención al cliente.

Esfuerzos físicos: El trabajo exige esfuerzo físico, debe poseer excelente condición física.

Esfuerzos mentales: Se requiere una atención constante, por el peligro que existe de cometer errores de trascendencia.

Responsabilidad: Velar por la protección y seguridad de los usuarios

Riesgos: Puede estar expuesto a golpes y caídas.

Perfil:

Edad: 20 años en adelante

Sexo: Indistinto

Estado civil: Indistinto

Escolaridad: Bachillerato, curso de primeros auxilios y auxilio cardiovascular y certificado de salvavidas.

Aspectos Generales

Denominación del puesto: Conserje

Numero de personas en el puesto: 4

Área a la pertenece: Operativa

I. Posición del puesto en la organización:

Puesto inmediato superior: Encargado de mantenimiento

Puesto inmediato inferior: ninguno

II. Descripción específica del puesto (funciones): Aseo, limpieza y jardinería de todas las instalaciones de la empresa. Atender a las personas que soliciten su servicio dándoles la información que sea necesaria, velar por el adecuado uso de la infraestructura física en las instalaciones de la empresa, orientar a los usuarios y al público en general sobre la ubicación de los sitios a los cuales se dirigen, apoyar a todas las áreas de la empresa cuando sean requeridos.

III. Especificaciones del puesto

Requisitos: Intelectuales

Conocimientos necesarios: Jardinería, albañilería.

Iniciativa: Se requiere iniciativa para resolver problemas físicos en las instalaciones.

Habilidades: Capacidad de poseer buenas relaciones humanas.

Esfuerzos físicos: El trabajo exige esfuerzo físico.

Esfuerzos mentales:

Responsabilidad: Es responsable de efectuar el aseo, limpieza, jardinería y buen mantenimiento de las instalaciones de la empresa.

Riesgos: Puede estar expuesto a golpes y caídas.

Perfil:

Edad: 18 años en adelante

Sexo: Masculino

Estado civil: Indistinto

Escolaridad: Bachillerato

En esta área la contabilidad la llevara un despacho contable externo donde aparte de llevar la contabilidad dará asesoría a la empresa, manteniendo la contabilidad del negocio al día, reportando mensualmente los estados financieros de la empresa.

Trabajo solicitado: Realización de análisis de estados financieros (balance general, estado de resultados y flujo de efectivo), llevar a cabo pago de impuestos, tramites burocráticos y tramites legales, establecer la estructura legal para la operación de la empresa.

4.4 Captación de personal

4.4.1. Reclutamiento

Para el reclutamiento del personal de conserjería, salvavidas, secretaria y promotor, se utilizará el periódico como medio para encontrar a los posibles empleados. Se eligió este medio por ser de bajo costo y de mucha distribución. Una desventaja de este medio es que atrae a muchos candidatos que no reúnen el perfil deseado. Para el reclutamiento del resto del personal se utilizará la bolsa de trabajo de la UABC y recomendaciones de amigos.

4.4.2. Selección

Después de utilizar el medio de reclutamiento que se eligió, se tendrá una lista de posibles candidatos. El Gerente General analizará y verificará sus solicitudes y dependiendo de las habilidades, experiencia y educación, irá eliminando algunos candidatos hasta tener únicamente los que considere necesarios para cubrir los puestos vacantes. Enseguida se llamará a los candidatos a una entrevista personal y se evaluarán los aspectos emocionales, sociales e intelectuales de la persona por medio de un examen psicométrico y de conocimientos. El profesionista seleccionado tendrá que comprobar los datos de su currículo en la misma entrevista respondiendo a preguntas de su área hechas por el entrevistador.

4.4.3. Contratación

El contrato de trabajo es el documento legal con el que se registra a un trabajador en una empresa. En el contrato estarán los datos personales del trabajador, tales como nombre, edad, sexo, dirección, teléfono, fotografía y referencias de los trabajos anteriores. Los contratos laborales de la empresa serán por un periodo de tres meses, incluyéndose cláusulas en donde se comprometen a seguir las políticas de la empresa, las formas de pago, la cantidad a pagar y el tipo de prestaciones que de acuerdo a la ley les serán otorgadas. Todo el personal de nuevo ingreso se pone a prueba por un periodo de tres meses. En el caso del área de contabilidad que será atendida por un contador público externo, se hará un contrato por servicios profesionales, se le pagará por honorarios dependiendo de los acuerdos que se realicen entre la empresa y el prestador de servicios.

4.4.4. Inducción

El Gerente General se encargaran de realizar el proceso de inducción, el cual consistirá de: Presentación y bienvenida por parte del equipo de trabajo y de los demás empleados, presentación de la misión, visión y objetivos a corto, mediano y largo plazo de la empresa, esto para que tengan una idea de lo que se quiere realizar, se le informará el puesto que va a desempeñar y se mostrara el lugar donde realizara su trabajo, se dará a conocer las políticas y reglas de la empresa, se llevará a cabo una capacitación general y el uso de las herramientas de trabajo, se dará un recorrido por las instalaciones de la empresa.

4.5. Desarrollo del personal

El desarrollo del personal es el resultado acumulado de las interacciones diarias entre el administrador y el trabajador. Es un proceso continuo que se realiza durante un largo período de tiempo. Se requiere paciencia y una perspectiva amplia de parte del administrador. El factor más importante en desarrollar la capacidad del personal es crear un entorno en el que se logre la cooperación, comunicación y un intercambio abierto de ideas (Robbins, 2003). Se planea implantar sistemas de recompensas por puntualidad y asistencia el cual consistirá en premiar con el 10 % de su sueldo mensual a los empleados que no tengan retardos y no hayan faltado ningún día del mes. Cada mes se realizaran juntas con los empleados para ver que es lo se esta haciendo bien o mal, conocer las sugerencias y comentarios por parte de los empleados. Al finalizar la temporada de verano se realizara un convivio familiar en la empresa, para que la familia de cada empleado disfrute de las instalaciones. También se realizara una posada en navidad y se entregarán regalos a los mejores empleados del año.

4.6. Administración de sueldos y salarios

Una de las tareas más difíciles de la gerencia de cualquier empresa es el diseño y operación de un sistema de compensaciones equitativas. La empresa establece que el salario base sea igual al que dictan las condiciones del mercado de trabajo, con el propósito de tener trabajadores a precios competitivos. La política de la empresa es dar a los empleados mejores condiciones de trabajo que los que marca la ley. El objetivo de esta política es tener un ambiente de trabajo más óptimo. Los sueldos de la empresa Jardín Campestre San Carlos están calculados mensualmente.

Tabla 4.1 Impuestos sueldos y salarios

Impuesto federal	Somos retenedores del 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 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)
RCV (Retiro, cesantía en edad avanzada y vejez)	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 De 5 a 9 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 si trabaja el domingo	25% de su sueldo diario
Días de descanso obligatorio	El 1º de enero El 5 de febrero El 21 de marzo EL 1º de mayo El 16 de septiembre El 20 de noviembre El 1º de diciembre de cada seis años, cuando corresponda a la transmisión del Poder Ejecutivo Federal. El 25 de diciembre.

4.2 Tabla Impuestos nómina mensual del Jardín Campestre San Carlos

RECIBIMOS DEL JARDIN CAMPESTRE SAN CARLOS CON REGISTRO ANTE IMSS xxx-xxxxx-xx RESPECTIVAMENTE												
CADA UNO DE LOS FIRMANTES QUE SE CONSIGNAN EN LA PRESENTE NOMINA, POR NUESTROS SERVICIOS												
PRESTADOS DURANTE LA SEMANA DEL xx DEL MES xxxxxxx DE 2009.												
LAS CANTIDADES QUE SE DESCRIBEN Y QUE CUBREN HASTA LA FECHA TODAS NUESTRAS PRESTACIONES												
A NUESTRA ENTERA SATISFACCION.												
REGISTRO	AFILIACION	DIAS	SDO		PROP. A	TOTAL			CREDITO	CREDITO	LIQUIDO	
FEDERAL DE	NOMBRE DEL	ANTE	TRAB.	IMPORTE	DIA DE	I.M.S.S.	I.S.P.T.	AL	AL	A	FIRMA	
CONTRIBUYENTES	TRABAJADOR	I.M.S.S.	DIARIO		DESC.	DEV.		SALARIO	INFONAVIT	RECIBIR		
CURP												
XXXX-XXXXXX-XXX	Gerencia General	x-xx-xxxx-x	26	380.86	9,902.36	1,523.44	11,425.80	384.23	1,041.46			10,000.11
XXXX-XXXXXX-XXX	Encargado de Area	x-xx-xxxx-x	26	129.72	3,372.72	518.88	3,891.60	96.62		205.24		4,000.22
XXXX-XXXXXX-XXX	Secretaria Auxiliar	x-xx-xxxx-x	26	100.02	2,600.52	400.08	3,000.60	74.50		273.95		3,200.05
XXXX-XXXXXX-XXX	Promotor 1	x-xx-xxxx-x	26	100.02	2,600.52	400.08	3,000.60	74.50		273.95		3,200.05
XXXX-XXXXXX-XXX	Promotor 2	x-xx-xxxx-x	26	100.02	2,600.52	400.08	3,000.60	74.50		273.95		3,200.05
XXXX-XXXXXX-XXX	Conserje 1	x-xx-xxxx-x	26	92.82	2,413.32	371.28	2,784.60	69.14		284.75		3,000.22
XXXX-XXXXXX-XXX	Conserje 2	x-xx-xxxx-x	26	92.82	2,413.32	371.28	2,784.60	69.14		284.75		3,000.22
XXXX-XXXXXX-XXX	Conserje 3	x-xx-xxxx-x	26	92.82	2,413.32	371.28	2,784.60	69.14		284.75		3,000.22
XXXX-XXXXXX-XXX	Conserje 4	x-xx-xxxx-x	26	92.82	2,413.32	371.28	2,784.60	69.14		284.75		3,000.22
XXXX-XXXXXX-XXX	Salvavidas	x-xx-xxxx-x	26	92.82	2,413.32	371.28	2,784.60	69.14		284.75		3,000.22
	SUMAS TOTALES				33,143.24	5,098.96	38,242.20	1,050.03	1,041.46	2,450.88	-	38,601.58

Capítulo 5. Finanzas

5.1 Sistema Contable de la Empresa

Un sistema de información contable sigue un modelo básico y un sistema de información bien diseñado, ofreciendo así control, compatibilidad, flexibilidad y una relación aceptable de costo / beneficio. El sistema contable de cualquier empresa independientemente del sistema contable que utilicé, se deben ejecutar tres pasos básicos utilizando relacionada con las actividades financieras; los datos se deben registrar, clasificar y resumir, sin embargo el proceso contable involucra la comunicación a quienes estén interesados y la interpretación de la información contable para ayudar en la toma de decisiones comerciales (Ochoa, 2002).

5.2 Situación Financiera

Los dueños y gerentes de negocios necesitan tener información financiera actualizada para tomar las decisiones correspondientes sobre sus futuras operaciones. El objetivo de los Estados Financieros de una empresa es proveer información acerca de la posición financiera, operación y cambios en la misma, útil para una gran variedad de usuarios en la toma de decisiones de índole económica. En los estados financieros se brinda información sobre la posición financiera, los cambios y la operatividad de la empresa. (Ochoa, 2002).

El desarrollo del plan financiero, tiene como objetivo conocer la inversión o financiamiento, los ingresos esperados, la tasa interna de rendimiento y el tiempo requerido para alcanzar el punto de equilibrio, el análisis pro forma, estado de resultados, balance general, flujo de efectivo, indicadores financieros, rentabilidad, entre otros. Los siguientes estados financieros muestran proyecciones a 10 años.

5.3 Balance general inicial

	BALANCE INICIAL			
	JARDIN 2004	CAMPESTRE 2005	SAN 2006	CARLOS 2007
Activo Circulante				
Caja	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 65,740.00
Bancos	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ -	
Total Activo Circulante	\$ 5,000.00	\$ -	\$ -	\$ -
Activo Fijo				
Construcción	\$ 537,000.00	\$ 537,000.00	\$ 537,000.00	\$ 537,000.00
Terrenos	\$ 332,098.80	\$ 332,098.80	\$ 332,098.80	\$ 332,098.80
Maquinaria y Equipo	\$ 31,550.00	\$ 29,972.50	\$ 38,473.87	\$ 46,550.17
Mobiliario y Equipo	\$ 52,400.00	\$ 49,780.00	\$ 47,291.00	\$ 64,926.45
Equipo Adicional	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Activo Fijo	\$ 953,048.80	\$ 953,851.30	\$ 954,863.67	\$ 980,575.42
Total Activo	\$ 963,048.80	\$ 953,851.30	\$ 954,863.67	\$ 1,046,315.42
Pasivo Circulante				
Proveedores	\$ 20,000.00	\$ -	\$ -	\$ -
Acreedores Diversos	\$ 70,000.00	\$ 60,000.00	\$ 12,000.00	\$ -
Capital Contable				
Capital social	\$ 833,048.80	\$ 805,851.30	\$ 802,863.67	\$ 840,575.42
Utilidad de ejercicios anteriores	\$ -	\$ 40,000.00	\$ 88,000.00	\$ 140,000.00
Utilidad del ejercicio	\$ 40,000.00	\$ 48,000.00	\$ 52,000.00	\$ 65,740.00
Pasivo y Capital Contable	\$ 963,048.80	\$ 953,851.30	\$ 954,863.67	\$ 1,046,315.42

5.4 Concentrado por rubro de la inversión requerida

INVERSION PROYECTADA					
JARDIN CAMPESTRE SAN CARLOS					
CANTIDAD	CONCEPTO	TOTAL	PROPIO 20%	FINANCIAMIENTO 80%	
	Adquisición				
	Terreno 1594 M2 (\$100.00 X M2)	\$ 159,400.00	\$ 31,880.00	\$	127,520.00
	Construcción salón 300M2 (4,000 X M2)	\$ 1,200,000.00	\$ 240,000.00	\$	960,000.00
	Construcción cabaña 100m2 (2500 X M2)	\$ 250,000.00	\$ 50,000.00	\$	200,000.00
	Equipo				
1	Toca-cd	\$ 6,295.00	\$ 1,259.00	\$	5,036.00
1	Sistema de amplificador	\$ 19,783.00	\$ 3,956.60	\$	15,826.40
1	Micrófono inalámbrico	\$ 6,592.00	\$ 1,318.40	\$	5,273.60
1	Amplificadores surround sound	\$ 16,253.00	\$ 3,250.60	\$	13,002.40
	Mobiliario				
16	Mesas redondas	\$ 13,168.00	\$ 2,633.60	\$	10,534.40
3	Mesas rectangulares	\$ 2,035.50	\$ 407.10	\$	1,628.40
152	sillas de aluminio	\$ 19,000.00	\$ 3,800.00	\$	15,200.00
10	ventiladores con lámpara	\$ 5,950.00	\$ 1,190.00	\$	4,760.00
1	candelabro de cristal	\$ 25,400.00	\$ 5,080.00	\$	20,320.00
1	Sofá cama	\$ 5,623.00	\$ 1,124.60	\$	4,498.40
2	camas individuales	\$ 13,540.00	\$ 2,708.00	\$	10,832.00
1	cama matrimonial	\$ 8,532.00	\$ 1,706.40	\$	6,825.60
1	tanque estacionario	\$ 1,648.00	\$ 329.60	\$	1,318.40
1	Estufa	\$ 5,234.00	\$ 1,046.80	\$	4,187.20
1	Refrigerador	\$ 6,894.00	\$ 1,378.80	\$	5,515.20
2	Sillones	\$ 9,845.00	\$ 1,969.00	\$	7,876.00
1	comedor para 6 personas	\$ 12,562.00	\$ 2,512.40	\$	10,049.60
1	mesa de centro	\$ 1,321.00	\$ 264.20	\$	1,056.80
	Equipo adicional				
50m	Arena	\$ 2,500.00	\$ 500.00	\$	2,000.00
500m2	sacate (50.00 por m2)	\$ 25,000.00	\$ 5,000.00	\$	20,000.00
10	Palmas	\$ 6,500.00	\$ 1,300.00	\$	5,200.00
5	plantas de bengaminas	\$ 750.00	\$ 150.00	\$	600.00
10	planta de pinos	\$ 1,230.00	\$ 246.00	\$	984.00
1	asador	\$ 58,900.00	\$ 11,780.00	\$	47,120.00
1	tapete de centro	\$ 1,200.00	\$ 240.00	\$	960.00
40	Focos 75 W	\$ 140.00	\$ 28.00	\$	112.00
20	Focos 150W	\$ 680.00	\$ 136.00	\$	544.00
7	Basureros	\$ 6,300.00	\$ 1,260.00	\$	5,040.00
1	red de voleyvol	\$ 963.00	\$ 192.60	\$	770.40
6	juego de cortinas para salón	\$ 3,525.00	\$ 705.00	\$	2,820.00
4	Juego de cortinas para cabaña	\$ 1,530.00	\$ 306.00	\$	1,224.00
2	pelotas de voleyvol	\$ 725.00	\$ 145.00	\$	580.00
	TOTAL	\$ 1,899,018.50	\$ 379,803.70	\$	1,519,214.80

5.5 Balance Actual

BALANCE GENERAL			
JARDIN CAMPESTRE SAN CARLOS			
ACTIVO CIRCULANTE		PASIVO CIRCULANTE	
Caja	65,740.00	Doctos por pagar a c. plazo	
Bancos	44,373.75	Total pasivo circulante	
Total activo circulante	110,113.75		
ACTIVO FIJO		PASIVO LARGO PLAZO	
Terreno	159,400.00	Crédito AVIO	44,373.75
Edificio salón y cabaña	1,450,000.00	Crédito Refaccionario	1,519,214.80
Equipo	48,923.00	Total pasivo largo plazo	1,563,588.55
Mobiliario	130,752.50		
Equipo adicional	109,943.00	CAPITAL CONTABLE	
Total Activo Fijo	1,899,018.50	Capital Social	379,803.70
		Utilidad de 2006	65,740.00
		Total capital contable	445,543.70
TOTAL ACTIVO	\$ 2,009,132.25	SUMA DEL PASIVO Y CAPITAL	\$2,009,132.25

5.6 Proyección de depreciación y amortización

JARDIN CAMPESTRE SAN CARLOS TABLA DE DEPRECIACION												
CONCEPTO	CANTIDAD	DEPRECIACION %	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Salón		5%	\$ 60,000.00	\$ 0,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00
Cabaña	6,000,000.00	5%	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00
Total			\$72,500.00	\$72,500.00	\$ 72,500.00	\$ 72,500.00	\$ 72,500.00	\$ 72,500.00	\$ 72,500.00	\$72,500.00	\$ 72,500.00	\$ 72,500.00
Maquinaria y equipo	5,100,000.00	10%	\$ 4,892.30	4,892.30	4,892.30	4,892.30	4,892.30	4,892.30	4,892.30	4,892.30	4,892.30	4,892.30
Mobiliario y Equipo	8,523,592.20	10%	\$ 13,075.25	13,075.25	13,075.25	13,075.25	13,075.25	13,075.25	13,075.25	13,075.25	13,075.25	13,075.25
Total	19,623,592.20		90,467.55	90,467.55	90,467.55	90,467.55	90,467.55	90,467.55	90,467.55	90,467.55	90,467.55	90,467.55

5.7 Costos Variables

Jardín Campestre San Carlos

COSTOS VARIABLES		Mensual
Agua	\$	500.00
Luz eléctrica	\$	1,200.00
Gas L.P.	\$	1,000.00
Teléfono	\$	800.00
Papelería	\$	850.00
Sueldos Operativos	\$	13,600.00
Publicidad	\$	4,871.83
Gastos de Mantenimiento	\$	5,524.65
TOTAL	\$	28,346.48

5.8 Préstamo de Avío

Jardín Campestre San Carlos						
Préstamo de Avío						
Tasa Interés	24%					
Plazo de años	3					
Pago Capital igual	\$ 14,791.25					
Total Capital de Trabajo	44,473.75					
No. DE PAGOS	CAPITAL	ABONO A CAPITAL	INTERES	PAGO	IVA 15%	PAGO FINAL
0	44,373.75					
1	29,582.50	14,791.25	10,649.70	25,440.95	1,597.46	27,038.41
2	14,791.25	14,791.25	7,099.80	21,891.05	1,064.97	22,956.02
3		14,791.25	3,549.90	18,341.15	532.49	18,873.64

5.9 Préstamo Refaccionario

No. De pagos	Capital	Abono a capital	Interés	Pago igual	IVA 15%	Pago total
0	\$ 1,519,214.80					
1	\$ 1,464,738.76	\$ 54,476.04	\$ 325,871.57	\$ 380,347.61	\$ 48,880.74	\$ 429,228.35
2	\$ 1,398,577.62	\$ 66,161.15	\$ 314,186.46	\$ 380,347.61	\$ 47,127.97	\$ 427,475.58
3	\$ 1,318,224.91	\$ 80,352.71	\$ 299,994.90	\$ 380,347.61	\$ 44,999.23	\$ 425,346.85
4	\$ 1,220,636.54	\$ 97,588.37	\$ 282,759.24	\$ 380,347.61	\$ 42,413.89	\$ 422,761.50
5	\$ 1,102,115.46	\$ 118,521.07	\$ 261,826.54	\$ 380,347.61	\$ 39,273.98	\$ 419,621.59
6	\$ 958,171.62	\$ 143,943.84	\$ 236,403.77	\$ 380,347.61	\$ 35,460.57	\$ 415,808.18
7	\$ 783,351.82	\$ 174,819.80	\$ 205,527.81	\$ 380,347.61	\$ 30,829.17	\$ 411,176.78
8	\$ 571,033.17	\$ 212,318.65	\$ 168,028.97	\$ 380,347.61	\$ 25,204.34	\$ 405,551.96
9	\$ 313,172.18	\$ 257,861.00	\$ 122,486.62	\$ 380,347.61	\$ 18,372.99	\$ 398,720.60
10	-\$ 0.00	\$ 313,172.18	\$ 67,175.43	\$ 380,347.61	\$ 10,076.31	\$ 390,423.93

5.10 Costos Variables anuales proyectadas para 10 años posteriores al presente estudio, expresado en m.n.

COSTOS VARIABLES	Mensual	Año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10
		1	1.04	1.05	1.05	1.05	1.05	1.15	1.1	1.08	1.05
Agua	500.00	6,000.00	6,240.00	6,552.00	6,879.60	7,223.58	7,584.76	8,722.47	9,594.72	10,362.30	10,880.41
Luz eléctrica	1,200.00	14,400.00	14,976.00	15,724.80	16,511.04	17,336.59	18,203.42	20,933.93	23,027.33	24,869.51	26,112.99
Gas L.P.	1,000.00	12,000.00	12,480.00	13,104.00	13,759.20	14,447.16	15,169.52	17,444.95	19,189.44	20,724.60	21,760.83
Teléfono	800.00	9,600.00	9,984.00	10,483.20	11,007.36	11,557.73	12,135.61	13,955.96	15,351.55	16,579.68	17,408.66
Papelería	850.00	10,200.00	10,608.00	11,138.40	11,695.32	12,280.09	12,894.09	14,828.20	16,311.02	17,615.91	18,496.70
Sueldos Operativos	13,600.00	163,200.00	169,728.00	178,214.40	187,125.12	196,481.38	206,305.44	237,251.26	260,976.39	281,854.50	295,947.22
Publicidad	4,871.83	58,461.96	60,800.44	63,840.46	67,032.48	70,384.11	73,903.31	84,988.81	93,487.69	100,966.71	106,015.04
Gastos de Mantenimiento	5,524.65	66,295.80	68,947.63	72,395.01	76,014.76	79,815.50	83,806.28	96,377.22	106,014.94	114,496.14	120,220.94
TOTAL	28,346.48	340,157.76	353,764.07	371,452.27	390,024.89	409,526.13	430,002.44	494,502.80	543,953.08	587,469.33	616,842.80

5.11 Proyección de Costos Fijos

COSTOS FIJOS												
CONCEPTO	CANTIDAD	DEPRECIACION %	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Salón		5%	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00
Cabaña	6,000,000.00	5%	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00
Total			\$72,500.00	\$72,500.00	\$ 72,500.00	\$ 72,500.00	\$ 72,500.00	\$ 72,500.00	\$ 72,500.00	\$72,500.00	\$ 72,500.00	\$ 72,500.00
Maquinaria y equipo	5,100,000.00	10%	\$ 4,892.30	4,892.30	4,892.30	4,892.30	4,892.30	4,892.30	4,892.30	4,892.30	4,892.30	4,892.30
Mobiliario y Equipo	8,523,592.20	10%	\$ 13,075.25	13,075.25	13,075.25	13,075.25	13,075.25	13,075.25	13,075.25	13,075.25	13,075.25	13,075.25
Total	19,623,592.20		90,467.55	90,467.55	90,467.55	90,467.55	90,467.55	90,467.55	90,467.55	90,467.55	90,467.55	90,467.55
SEGURO			14,595.00	14,595.00	15,178.80	15,937.74	16,734.63	17,571.36	18,449.93	21,217.42	23,339.16	25,206.29
		INFLACION	0.00	1.04	1.05	1.05	1.05	1.05	1.15	1.10	1.08	1.05
Total			14,595.00	15,178.80	15,937.74	16,734.63	17,571.36	18,449.93	21,217.42	23,339.16	25,206.29	26,466.60
Sueldos Administrativos			192,327.27	200,020.36	210,021.38	220,522.45	231,548.57	243,126.00	279,594.90	307,554.39	332,158.74	348,766.68
costos fijos			297,389.82	305,666.71	316,426.67	327,724.63	339,587.48	352,043.48	391,279.87	421,361.10	447,832.58	465,700.84

5.12 Proyección de Ingresos

Proyección de Ingresos										
Jardín Campestre San Carlos										
Inflación		1.04	1.05	1.05	1.05	1.05	1.15	1.10	1.08	1.05
	1 AÑO	2 AÑOS	3 AÑOS	4 AÑOS	5 AÑOS	6 AÑOS	7 AÑOS	8 AÑOS	9 AÑOS	10 AÑOS
Jardín	349,090.91	363,054.55	381,207.27	400,267.64	420,281.02	441,295.07	507,489.33	558,238.26	602,897.32	633,042.19
Salón	803,636.36	835,781.82	877,570.91	921,449.45	967,521.93	1,015,898.02	1,168,282.73	1,285,111.00	1,387,919.88	1,457,315.87
Cabañas	189,090.91	196,654.55	206,487.27	216,811.64	227,652.22	239,034.83	274,890.05	302,379.06	326,569.38	342,897.85
Área verde	174,545.45	181,527.27	190,603.64	200,133.82	210,140.51	220,647.53	253,744.66	279,119.13	301,448.66	316,521.09
Total	1,516,363.64	1,577,018.18	1,655,869.09	1,738,662.55	1,825,595.67	1,916,875.46	2,204,406.77	2,424,847.45	2,618,835.25	2,749,777.01
IVA	151,636.36	157,701.82	165,586.91	173,866.25	182,559.57	191,687.55	220,440.68	242,484.75	261,883.52	274,977.70
Gran Total	1,668,000.00	1,734,720.00	1,821,456.00	1,912,528.80	2,008,155.24	2,108,563.00	2,424,847.45	2,667,332.20	2,880,718.77	3,024,754.71

5.13 Estado de Resultados Proforma

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA										
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS										
COSTOS DIRECTOS(-)	1,516,363.64	1,577,018.18	1,655,869.09	1,738,662.55	1,825,595.67	1,916,875.46	2,204,406.77	2,424,847.45	2,618,835.25	\$2,749,777.01
	340,157.76	353,764.07	371,452.27	390,024.89	409,526.13	430,002.44	494,502.80	543,953.08	587,469.33	616,842.80
CONTRIBUCION MARGINAL(=)	1,176,205.88	1,223,254.11	1,284,416.82	1,348,637.66	1,416,069.54	1,486,873.02	1,709,903.97	1,880,894.37	2,031,365.92	\$2,132,934.21
COSTOS FIJOS (-)	297,389.82	305,666.71	316,426.67	327,724.63	339,587.48	352,043.48	391,279.87	421,361.10	447,832.58	465,700.84
UAI (=)	878,816.05	917,587.40	967,990.15	1,020,913.03	1,076,482.06	1,134,829.54	1,318,624.10	1,459,533.27	1,583,533.33	1,667,233.38
INTERESES (-)	336,521.28	321,286.27	303,544.80	282,759.24	261,826.54	236,403.77	205,527.81	168,028.97	122,486.62	67,175.43
UAI (=)	542,294.78	596,301.13	664,445.35	738,153.79	814,655.52	898,425.77	1,113,096.29	1,291,504.30	1,461,046.72	1,600,057.95
IMPUESTOS Y PTU(-) 28%+10%	206,072.02	226,594.43	252,489.23	280,498.44	309,569.10	341,401.79	422,976.59	490,771.64	555,197.75	608,022.02
UDI (=)	336,222.76	369,706.70	411,956.11	457,655.35	505,086.42	557,023.98	690,119.70	800,732.67	905,848.96	992,035.93

5.14 Flujo de efectivo proyectado

JARDIN CAMPESTRE SAN CARLOS FLUJO DE EFECTIVO										
INGRESO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
CONTADO	1,668,000.00	1,734,720.00	\$1,821,456.00	1,912,528.80	2,008,155.24	2,108,563.00	2,424,847.45	2,667,332.20	2,880,718.77	3,024,754.71
INGRESOS TOTALES	1,668,000.00	1,734,720.00	\$1,821,456.00	1,912,528.80	2,008,155.24	2,108,563.00	2,424,847.45	2,667,332.20	2,880,718.77	3,024,754.71
EGRESOS										
Agua	6,600.00	6,864.00	7,207.20	7,567.56	7,945.94	8,343.23	9,594.72	10,554.19	11,398.53	11,968.45
Luz Eléctrica	15,840.00	16,473.60	17,297.28	18,162.14	19,070.25	20,023.76	23,027.33	25,330.06	27,356.47	28,724.29
Gas L.P.	13,200.00	13,728.00	14,414.40	15,135.12	15,891.88	16,686.47	19,189.44	21,108.38	22,797.06	23,936.91
Teléfono	10,560.00	10,982.40	11,531.52	12,108.10	12,713.50	13,349.18	15,351.55	16,886.71	18,237.64	19,149.53
Papelería	10,285.00	11,631.40	12,203.62	12,813.80	13,454.49	14,127.22	16,133.73	17,806.20	19,257.88	20,265.63
Sueldos Administrativos	192,327.27	200,020.36	210,021.38	220,522.45	231,548.57	243,126.00	279,594.90	307,554.39	332,158.74	348,766.68
Sueldos Operativos	163,200.00	169,728.00	178,214.40	187,125.12	196,481.38	206,305.44	237,251.26	260,976.39	281,854.50	295,947.22
Publicidad	58,949.14	66,666.12	69,945.84	73,443.13	77,115.29	80,971.05	92,471.52	102,057.40	110,377.80	116,153.78
Gastos de Mantenimiento	66,848.27	75,599.31	79,318.50	83,284.43	87,448.65	91,821.08	104,862.60	115,732.98	125,168.31	131,718.26
Seguro	14,595.00	15,178.80	15,937.74	16,734.63	17,571.36	18,449.93	21,217.42	23,339.16	25,206.29	26,466.60
Iva por pagar	139,000.00	157,196.36	164,929.82	173,176.31	181,835.12	190,926.88	218,044.58	240,647.74	260,266.96	273,886.52
pago impuesto	139,188.99	219,933.65	244,084.78	271,407.73	300,133.88	331,070.13	396,500.56	468,767.98	534,287.52	590,877.30
pago capital	63,495.01	79,978.64	93,961.33	97,384.67	116,776.68	141,825.28	172,246.80	209,193.74	254,065.80	308,562.91
Pago de Interés e IVA	354,749.51	370,939.23	350,776.74	327,165.08	303,106.57	274,300.68	239,315.93	196,826.95	145,224.08	82,552.40
TOTAL EGRESOS	1,248,838.20	1,414,919.87	1,469,844.56	1,516,030.27	1,581,093.56	1,651,326.34	1,844,802.35	2,016,782.27	2,167,657.58	2,278,976.50
Flujo de efectivo neto	419,161.80	319,800.13	351,611.44	396,498.53	427,061.68	457,236.66	580,045.10	650,549.93	713,061.19	745,778.21
Flujo de efectivo inicial	44,373.75	529,275.55	783,335.68	1,134,947.13	1,531,445.66	1,958,507.34	2,415,744.00	2,995,789.10	3,646,339.03	4,359,400.23
Efectivo mínimo de operación	65,740.00	- 65,740.00	-	-	-	-	-	-	-	-
Flujo de efectivo final	529,275.55	783,335.68	1,134,947.13	1,531,445.66	1,958,507.34	2,415,744.00	2,995,789.10	3,646,339.03	4,359,400.23	5,105,178.44

5.15 Proyección de balance general proforma

Jardin Campestre San Carlos											
Proyeccion de Balance General Proforma											
	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	65,740.00	65,740.00	65,740.00	65,740.00	65,740.00	65,740.00	65,740.00	65,740.00	65,740.00	65,740.00	65,740.00
Bancos	44,373.75	463,535.55	783,335.68	1,134,947.13	1,531,445.66	1,958,507.34	2,415,744.00	2,995,789.10	3,646,339.03	4,359,400.23	5,105,178.44
iva acreditable	0.00	63,967.45	130,754.44	195,831.71	258,795.39	319,635.51	377,783.56	434,723.83	488,694.58	538,198.34	581,055.60
Total activo circulante	110,113.75	593,243.01	979,830.12	1,396,518.84	1,855,981.06	2,343,882.85	2,859,267.56	3,496,252.94	4,200,773.62	4,963,338.57	5,751,974.04
ACTIVO FIJO											
Terreno	491,498.80	491,498.80	491,498.80	491,498.80	491,498.80	491,498.80	491,498.80	491,498.80	491,498.80	491,498.80	491,498.80
Edificio	1,987,000.00	1,987,000.00	1,987,000.00	1,987,000.00	1,987,000.00	1,987,000.00	1,987,000.00	1,987,000.00	1,987,000.00	1,987,000.00	1,987,000.00
depreciacion edificio		┆ -72,500.00 ┆	┆ -145,000.00 ┆	┆ -217,500.00 ┆	┆ -290,000.00 ┆	┆ -362,500.00 ┆	┆ -435,000.00 ┆	┆ -507,500.00 ┆	┆ -580,000.00 ┆	┆ -652,500.00 ┆	┆ -725,000.00 ┆
Equipo	95,473.17	95,473.17	95,473.17	95,473.17	95,473.17	95,473.17	95,473.17	95,473.17	95,473.17	95,473.17	95,473.17
depreciacion equipo		┆ -4,892.30 ┆	┆ -9,784.60 ┆	┆ -14,676.90 ┆	┆ -19,569.20 ┆	┆ -24,461.50 ┆	┆ -29,353.80 ┆	┆ -34,246.10 ┆	┆ -39,138.40 ┆	┆ -44,030.70 ┆	┆ -48,923.00 ┆
Mobiliario	195,678.95	195,678.95	195,678.95	195,678.95	195,678.95	195,678.95	195,678.95	195,678.95	195,678.95	195,678.95	195,678.95
depreciacion Mobiliario.		┆ -13,075.25 ┆	┆ -26,150.50 ┆	┆ -39,225.75 ┆	┆ -52,301.00 ┆	┆ -65,376.25 ┆	┆ -78,451.50 ┆	┆ -91,526.75 ┆	┆ -104,602.00 ┆	┆ -117,677.25 ┆	┆ -130,752.50 ┆
equipo adicional	109,943.00	109,943.00	109,943.00	109,943.00	109,943.00	109,943.00	109,943.00	109,943.00	109,943.00	109,943.00	109,943.00
Total Activo Fijo	2,879,593.92	2,789,126.37	2,698,658.82	2,608,191.27	2,517,723.72	2,427,256.17	2,336,788.62	2,246,321.07	2,155,853.52	2,065,385.97	1,974,918.42
TOTAL ACTIVO	2,989,707.67	3,382,369.38	3,678,488.94	4,004,710.11	4,373,704.78	4,771,139.02	5,196,056.18	5,742,574.01	6,356,627.14	7,028,724.54	7,726,892.46
PASIVO CIRCULANTE											
Proveedores		12,371.13	12,865.97	13,509.27	14,184.74	14,893.97	15,638.67	17,984.47	19,782.92	21,365.55	22,433.83
Documentos por pagar a largo plazo		5,772.27	6,746.03	7,928.66	8,132.36	9,876.76	11,995.32	14,568.32	17,693.22	21,488.42	26,097.68
Iva por pagar		12,636.36	13,141.82	13,798.91	14,488.85	15,213.30	15,973.96	18,370.06	20,207.06	21,823.63	22,914.81
Impuestos por pagar		66,883.02	73,543.81	81,948.26	91,038.97	100,474.18	110,805.85	137,281.88	159,285.53	180,195.76	197,340.48
Intereses por pagar		28,043.44	26,773.86	25,295.40	23,563.27	21,818.88	19,700.31	17,127.32	14,002.41	10,207.22	5,597.95
Total Pasivo Circulante		125,706.23	133,071.49	142,480.50	151,408.19	162,277.08	174,114.11	205,332.04	230,971.15	255,080.58	274,384.75
PASIVO LARGO PLAZO											
Credito AVIO	44,373.75	29,582.50	14,791.25								
Credito Refaccionario	1,519,214.80	1,464,738.76	1,398,577.62	1,318,224.91	1,220,636.54	1,102,115.46	958,171.62	783,351.82	571,033.17	313,172.18	0.00
Total pasivo largo plazo	1,563,588.55	1,494,321.27	1,413,368.87	1,318,224.91	1,220,636.54	1,102,115.46	958,171.62	783,351.82	571,033.17	313,172.18	0.00
TOTAL DEL PASIVO	1,563,588.55	1,620,027.49	1,546,440.35	1,460,705.41	1,372,044.73	1,264,392.55	1,132,285.73	988,683.86	802,004.32	568,252.75	274,384.75
CAPITAL CONTABLE											
Capital Social	1,220,379.12	1,220,379.12	1,220,379.12	1,220,379.12	1,220,379.12	1,220,379.12	1,220,379.12	1,220,379.12	1,220,379.12	1,220,379.12	1,220,379.12
Utilidad del ejercicio	65,740.00	336,222.76	369,706.70	411,956.11	457,655.35	505,086.42	557,023.98	690,119.70	800,732.67	905,848.96	992,035.93
Utilidades acumuladas	140,000.00	205,740.00	541,962.76	911,669.46	1,323,625.58	1,781,280.93	2,286,367.35	2,843,391.33	3,533,511.03	4,334,243.70	5,240,092.66
TOTAL CAPITAL CONTABLE	1,426,119.12	1,762,341.88	2,132,048.58	2,544,004.70	3,001,660.05	3,506,746.47	4,063,770.45	4,753,890.15	5,554,622.82	6,460,471.78	7,452,507.71
SUMA DEL PASIVO Y CAPITAL	2,989,707.67	3,382,369.38	3,678,488.94	4,004,710.11	4,373,704.78	4,771,139.02	5,196,056.18	5,742,574.01	6,356,627.14	7,028,724.54	7,726,892.46

5.16 Punto de Equilibrio Operativo y Financiero

Punto de equilibrio operativo

En su proceso de planeación operativa se considero los tres elementos: costos, volumen y precio. En el momento en que los ingresos son iguales a sus costos, es decir que no tiene utilidad y pérdida es cuando se considera el punto de equilibrio.

Figura 5.1 Punto de equilibrio operativo año 1

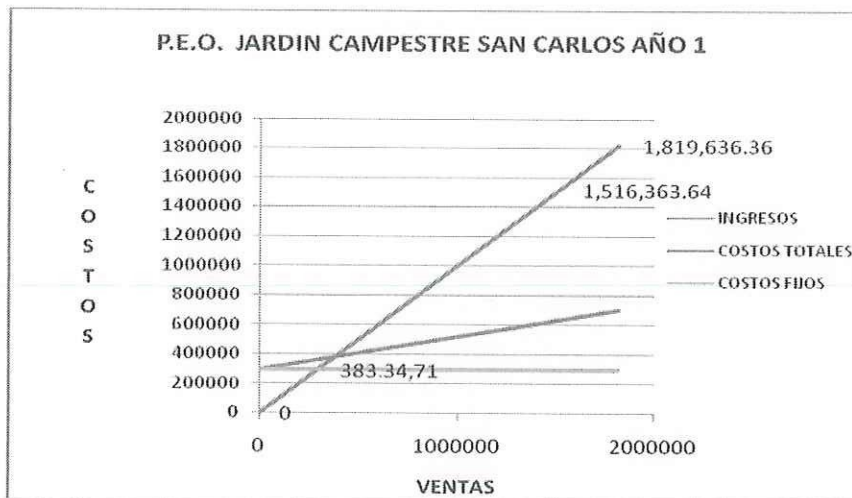


Figura 5.2 Punto de equilibrio operativo año 5

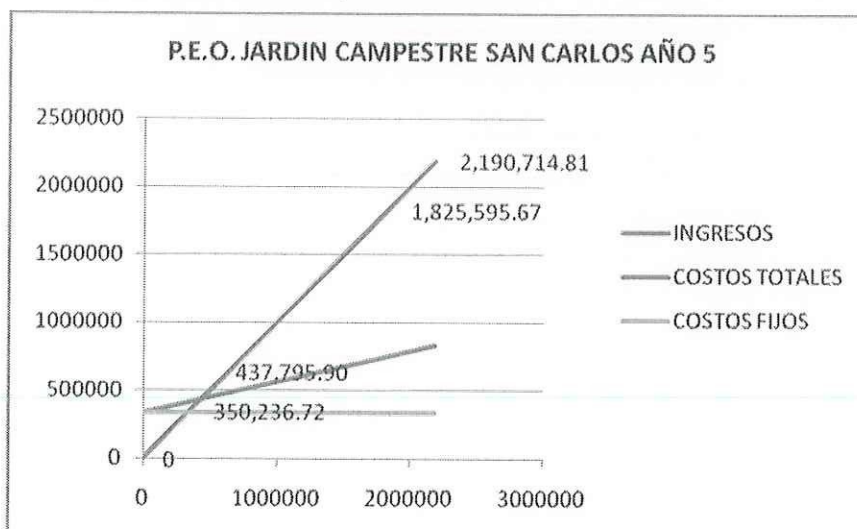
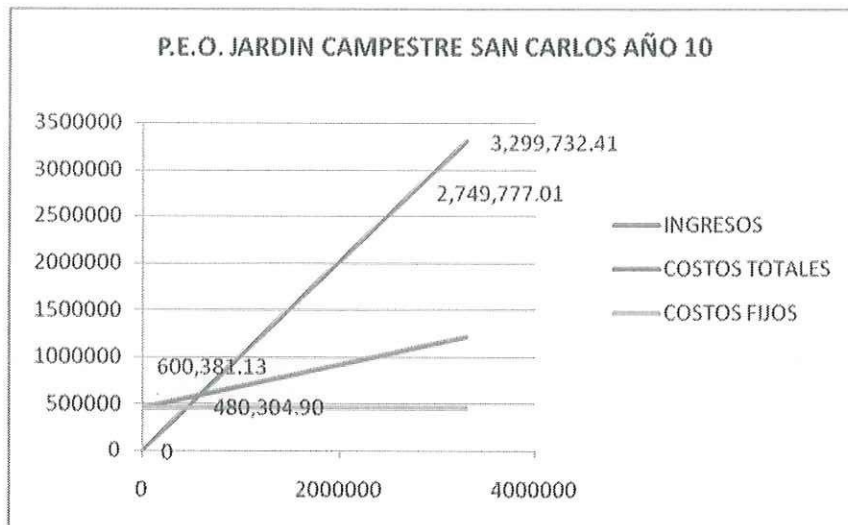


Figura 5.3 Punto de equilibrio operativo año 10



Analizando los diferentes puntos de equilibrio operativos generados a través de los años, se observa que los años 1, 5 y 10 los ingresos por ventas son mayores que sus costos, por lo tanto tienen utilidad. Se observa que tanto la función de los ingresos como los costos guardan un comportamiento lineal creciente.

Punto de equilibrio financiero

Figura 5.4 Punto de equilibrio financiero año 1

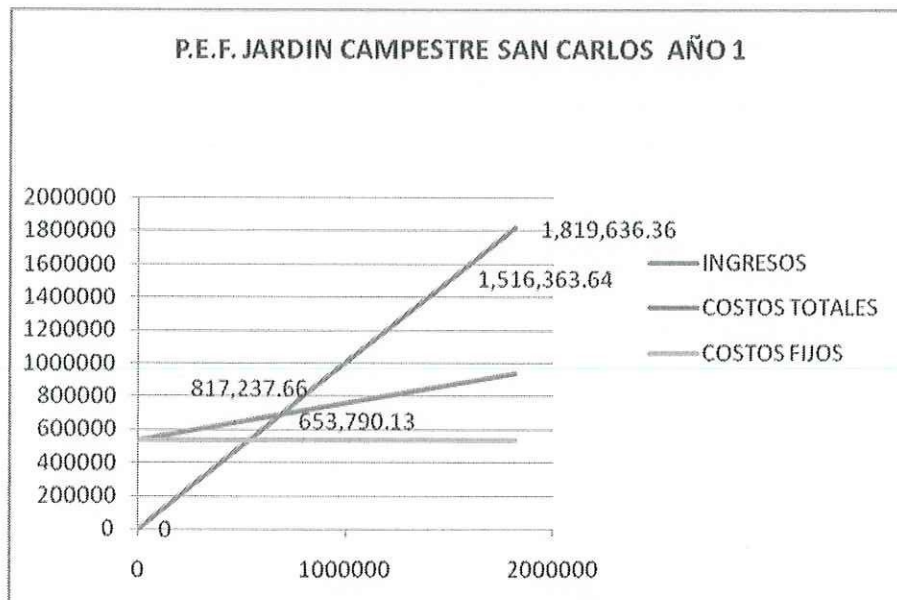


Figura 5.5 Punto de equilibrio financiero año 5

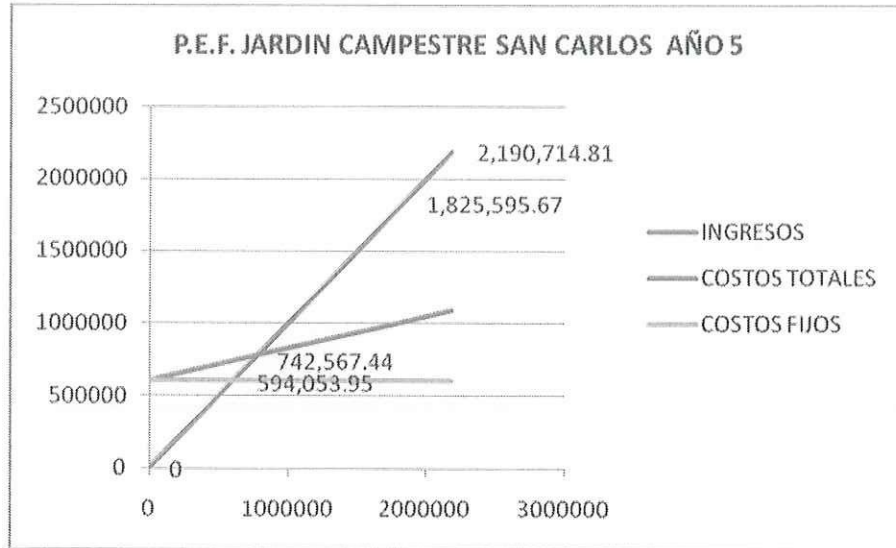
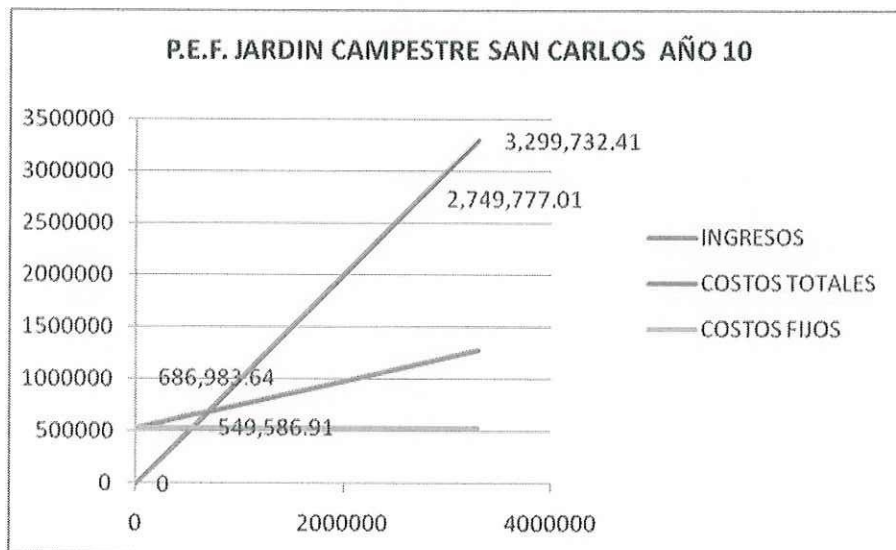


Figura 5.6 Punto de equilibrio financiero año 10



La empresa Jardin Campestre San Carlos tiende a ir mejorando en cuanto a ganancias con el tiempo, alejando las ventas del punto de equilibrio financiero, lo que permite tener mas rendimiento, considerando que los margenes establecidos son suficientes para cubrir los costos de operación de la empresa y ademas generar utilidades antes de pago de interes e impuestos, que le permitirian canalizar mas inversiones para la modernizacion de las instalaciones.

Tabla 5.1 Comparativo punto de equilibrio operativo y financiero

AÑO	PUNTO DE EQUILIBRIO OPERATIVO	PUNTO DE EQUILIBRIO FINANCIERO
1	383,394.7118	817,237.66
2	394,065.2727	808,267.26
3	407,937.0018	799,266.70
4	422,502.3174	750,226.95
5	437,795.8988	742,567.44
6	453,854.1592	718,820.44
7	504,437.6796	769,403.96
8	543,218.3785	759,841.18
9	577,345.3936	735,255.04
10	600,381.1287	686,983.64

Elaboración propia

Analizando el punto de equilibrio operativo y financiero del Jardín Campestre San Carlos, se observa que de darse el supuesto de las ventas proyectadas conforme van transcurriendo los años se van alejando las ventas del Punto de Equilibrio lo que permite cubrir los costos de operación y tener mas rendimientos mismos que podrán invertirse en crecimiento para la empresa.

5.17 Análisis Financiero

Razones de Rentabilidad

Tabla 5.2 Razones de rentabilidad

Año	Margen de utilidad bruta	Margen de utilidad de operación	Margen de utilidad neta	Rendimientos/Activos Utilidad neta/activo
1	78%	57%	22%	14%
2	78%	58%	23%	14%
3	78%	58%	24%	14%
4	78%	59%	26%	14%
5	78%	59%	27%	13%
6	78%	59%	29%	13%
7	78%	60%	31%	14%
8	78%	60%	33%	15%
9	78%	60%	34%	15%
10	78%	60%	36%	15%

Elaboración propia

En base a los resultados obtenidos en el análisis financiero de la empresa, se concluye que el proyecto es rentable en un 36 % obteniendo un rendimiento sobre los activos del 15%. Si consideramos que las inversiones en el mercado financiero no rebasan el 5% aproximadamente, entonces se considera viable ya que su operación es capaz de generar los recursos que necesita para cubrir sus costos y crecer una vez que halla recuperado su inversión.

Razones de Liquidez

Tabla 5.3 Razones de liquidez

Año	Razones de Liquidez
1	4.544266
2	6.760271
3	8.811019
4	10.99165
5	12.89461
6	14.60453
7	15.12452
8	16.14311
9	17.25283
10	18.54756

Elaboración propia

La liquidez proyectada es sumamente atractiva ya que en el décimo año por cada peso que debemos a corto plazo se cuenta con 18 pesos para hacerle frente.

Razones de Endeudamiento

Tabla 5.4 Razones de endeudamiento

Año	Razones de Endeudamiento
1	70.12561
2	61.55382
3	53.24078
4	45.54111
5	38.22512
6	31.19607
7	24.27963
8	17.46398
9	10.87475
10	4.408676

Elaboración propia

Como se observa en la tabla 5.4 el comportamiento del primer año es normal debido a que la empresa inicio con un préstamo que representa el 70 % de apalancamiento, sin embargo conforme se van cubriendo las amortizaciones del crédito la empresa va teniendo el control sobre su acreedor principal que es el Banco.

5.18 Análisis de rentabilidad

Bajo el análisis de rentabilidad se estimo la relación utilidad/inversión, TIR y VPN se calculo basándose en las utilidades y flujo de efectivo de la empresa, tomando en cuenta el costo de capital 21.45 % basado en la tasa interés actual promedio bancaria para financiamientos.

Tabla 5.5 Análisis de rentabilidad

Empresa	Relación Utilidad/Costo	TIR	VPN	Periodo de recuperación de la Inversión
Jardín Campestre San Carlos	1.26	27%	\$ 402,239.11	3 Años y 1 mes

Elaboración propia

De acuerdo con el nivel de ventas antes expuesto, así como los costos y precio de venta indicado se generara un flujo de efectivo que a través de los años va ir aumentando, teniendo un periodo de recuperación en el tercer año para la empresa y si comparamos la TIR es mas 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 que necesita para cubrir sus costos y gastos, compra de equipo, esto también se ve reflejado en el VPN donde también le queda ganancia después de recuperar su inversión.

5.19 Conclusión Financiera

En base a los resultados obtenidos en el análisis financiero del proyecto de inversión del Jardín Campestre San Carlos, se concluye que el proyecto es sumamente rentable, obteniendo una TIR de 27%, que es mayor que el CCPP del 18%(Costo Capital Promedio Ponderado); esto significa que se tiene mas rendimientos sobre la inversión, así como un periodo de recuperación de 3 años y 1 mes, y un Costo Beneficio de 1.26. La liquidez proyectada para el último año del proyecto es de 18 pesos por cada peso que se debe. Por otro lado la rentabilidad mejora sustancialmente teniendo un margen neto del 36% y comparándolo con el rendimiento del banco que es del 7%. Por lo tanto a través del tiempo no tiene endeudamiento

Capítulo 6. Riesgos Críticos

6.1 Riesgos Críticos

Una administración prudente es aquella que mide los riesgos del giro del negocio en la que se encuentra, adoptando las acciones que permitan neutralizarlos en forma oportuna. A diferencia de la incertidumbre en la cual no es posible prever por no tener información o conocimiento del futuro, los riesgos pueden distinguirse por ser visibles pudiendo minimizar sus efectos.

6.2 Riesgos Internos

Tabla 6.1 Riesgos internos

Riesgo	Probabilidad %	Impacto	Plan de contingencias
Bajas ventas	50%	Alto	Alianzas estratégicas con organizadores de eventos, mayor promoción de los servicios
Personal operativo y/o administrativo inadecuado	10%	Bajo	Contratación y capacitación
Problemas sanitarios	30%	Medio	Capacitar al personal y buscar medidas de seguridad
Alta rotación de empleados	40%	Medio	Mayores incentivos y prestaciones sociales

Elaboración propia

6.3 Riesgos Externos

Tabla 6.2 Riesgos externos

Riesgo	Probabilidad %	Impacto	Plan de contingencias
Devaluación	50%	Alto	Bajar costos operativos, bajar precio, bajar utilidades
Cambio climático	30%	Medio	Ofrecer paquetes de servicio innovadores de acuerdo al clima
Baja calidad en los insumos	10%	Bajo	Búsqueda de nuevos proveedores
Competencia	30%	Medio	Ofrecer paquetes de servicios innovadores

Elaboración propia

6.4 Riesgos Financieros

Se realizaron análisis de sensibilidad de las proyecciones optimista y pesimistas de las variables más relevantes.

Tabla 6.3 Análisis de sensibilidad

VARIABLES	RANGO			VALOR ACTUAL NETO y TIR		
	Pesimista	Esperada	Optimista	pesimista	esperada	optimista
Ingresos	\$ 1,213,090.91 Disminución 20%	\$ 1,516,363.64	\$ 1,819,636.36 Aumento 20%	TIR 10% VPN 603,490.65	TIR 27% VPN 402,239.11	TIR 81% VPN 2,978,974.81
Precio unitario	Jardín 2,400 Salón 6,800 Cabaña 1,600 Acampa 2,400	Jardín 3,000 Salón 8,000 Cabaña 2,000 Acampar 3,000	Jardín 3,600 Salón 10,200 Cabaña 2,400 Acampar 3,600	TIR 10% VPN 603,490.65	TIR 27% VPN 402,239.11	TIR 81% VPN 2,978,974.81
Costos variables	Aumento 10%			TIR 10% VPN 603,490.65	TIR 27% VPN 402,239.11	TIR 81% VPN 2,978,974.81
Inversión	20%propio 80% financiamiento	20%propio 80% financiamiento	50%propio 50% financiamiento	TIR 10% VPN 603,490.65	TIR 27% VPN 402,239.11	TIR 81% VPN 2,978,974.81

Elaboración propia

Este método condensa los flujos de efectivo proyectados con cuatro diferentes variables, en el escenario pesimista se tienen riesgo con una disminución del 20% en los ingresos y un aumento del 10 % en los costos variables. Para el escenario optimista se aumento en 20% en los ingresos así como en la inversión el 50% es financiamiento, pudiendo ser este escenario una realidad en un futuro.

Capítulo 7. Aspectos legales de implementación y operación

7.1 Definición del régimen de constitución de la empresa

En este capítulo, se da a conocer los trámites que se necesitan para operar un jardín y salón de eventos sociales y recreativos, en la ciudad de Ensenada Baja California. Cabe mencionar que la empresa estará constituida bajo el régimen de capital variable. La importancia que se tiene al realizar todo este proceso de tramitología en nuestro país, una vez cumplido se evitaran problemas futuros, además de que pueden ser mas costosos y se puede tener una perdida de tiempo y esfuerzo.

7.2 Tramites de apertura

Primeramente se solicita un aviso de uso de los permisos para la constitución de sociedades o cambio de denominación o razón social. Este trámite es para informar a la Secretaria de Relaciones Exteriores (SRE), que el permiso que autorizo fue utilizado por constitución de sociedades o cambio en su denominación o razón social. Tiene una vigencia indefinida y su costo es de \$ 205.00 m.n.

En seguida se solicita el trámite para registrar el Acta Constitutiva ante el Registro Publico de la Propiedad y el Comercio del Estado. La vigencia es indefinida y el costo depende del capital social y el tipo de sociedad.

Licencia de Uso de Suelo se tramita ante la Administración Urbana de uso de suelo del ayuntamiento de Ensenada. La vigencia es indefinida y su costo se da en función de los m2. Una vez que ya se han realizado todos los trámites anteriores se debe solicitar el permiso o licencia de anuncio. El costo depende del m2 y la vigencia es por un año. Su tramitología es en la Administración Urbana del Ayuntamiento de Ensenada.

7.3 Trámites fiscales

Inscripción al Registro Federal de Contribuyentes. Trámite mediante el cual se lleva a cabo la inscripción ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), para efecto de cumplimiento de las obligaciones fiscales correspondientes. El costo es gratuito, y la vigencia Indefinida. Su tramitología se realiza en la Secretaría y Crédito Público, ubicado en la ave. López Mateos # 1306

Aviso de Inscripción en el Registro Estatal de Causantes. Se registra en el Padrón Estatal de Contribuyentes las altas al RFC y reanudaciones de actividades presentadas ante la SHCP, esto con el fin de mantener un Padrón Fiscal confiable de eliminar inconsistencias con el Padrón Federal. La vigencia es Indefinida, su tramitología se realiza en Recaudación de Rentas del Estado, en el Centro de Gobierno ubicado en Blvd. Reforma s/n El Ciprés, Ensenada, B.C

7.4 Trámites laborales

El padrón deberá registrarse al igual que sus trabajadores en el régimen obligatorio, cumpliendo con lo establecido en la Ley del Seguro Social, al hacerlo automáticamente quedaran registrados ante el INFONAVIT y SAR, la vigencia es por un año. El formato es el Aviso de Inscripción Patronal (AFIL01), formato de inscripción de las empresas en el Seguro de Riesgo de Trabajo / Aviso de inscripción del trabajador (AFIL02). Su tramitología se realiza en la oficina de afiliación del Seguro Social, ubicada en Av. Blancarte # 297 zona centro, Ensenada, B.C.

Inspección y Certificación de Medidas de Seguridad. Trámite a través del cual se hace constar que el establecimiento en cuanto a su edificación, instalaciones y medidas de seguridad en el área de la alberca principalmente, reúnen las condiciones necesarias de seguridad para su operación y funcionamiento. La vigencia es anual, se utiliza un formato de inspección y certificación de medidas de seguridad, su costo es variable según la inspección.

Alta en el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM). Tramite que deberán realizar las empresas industriales, comerciales y de servicios para darse de alta en el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM). La gestión la realiza la cámara correspondiente (Cámara Nacional de Comercio y Servicios CANACO). La respuesta es inmediata, tiene una vigencia anual, el costo varía según el número de empleados.

Anexos

Anexo 1. Encuesta

El objetivo de este cuestionario es para conocer su opinión acerca de la realización de un salón-jardín para eventos sociales.

La información que Usted nos proporcione será utilizada solo para propósitos académicos y se maneja con absoluta confiabilidad.

P1.- ¿Dentro de que rango se encuentra su edad?

20-30 _____ 31-40 _____ 41-50 _____
51-60 _____ 61 en adelante _____

P2.- Sus ingresos mensuales por familia entran en el rango de:

Más de 82,000 _____ Entre 33,000 y 81,000 _____ Entre 11,000 y 32,000 _____ 25 _____ Entre
6,600 y 10,000 _____ 30 _____ Entre 2,600 y 6000 _____ 21 _____ Menos de 2,600 _____ 15 _____

P3.- En que colonia o fraccionamiento vive:

P4.- ¿Tiene hijos? Si _____ No _____ Cuantos _____

Si es si, ¿Entre que edades se encuentran?

1 mes – 5 años _____ 6 – 12 años _____
13 -18 años _____ 19 años en adelante _____

P5.- ¿Acostumbras realizar reuniones sociales en lugares de renta?

Si _____ No _____

Porque _____

P6.- ¿Con que frecuencia acostumbras realizar eventos sociales?

10 o mas veces al año _____ 9 a 7 veces al año _____

6 a 4 veces al año _____ 3 a 1 vez al año _____

Ninguna vez al año _____

P7.- ¿Qué buscas de estos lugares de renta?

Servicio _____ Limpieza _____

Alberca _____ Ubicación _____

Fácil acceso _____ Ambiente Agradable _____

Juegos infantiles _____ Estacionamiento _____

Otros: _____

P8.- ¿Por que medio de comunicación se entera Usted de lugares de renta?

Publicidad impresa _____ Televisión _____
Radio _____ Periódico _____
Carteles publicitarios _____ Recomendaciones _____
Sección amarilla _____
Otros medios _____ Cuales _____

P9.- ¿Te interesaría realizar tu evento social en un lugar que te proporcione: Jardín, alberca, asadores, juegos infantiles, estacionamiento, área para acampar, privacidad, capacidad para 150 personas, ambiente campirano, cerca de la ciudad, con buen servicio, limpieza y buen precio?

Si _____ No _____

Porque _____

P10.- ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por un lugar que te proporcione todos estos servicios?

\$ 2,000 a \$ 4,000 _____ \$ 4,001 a \$7,000 _____

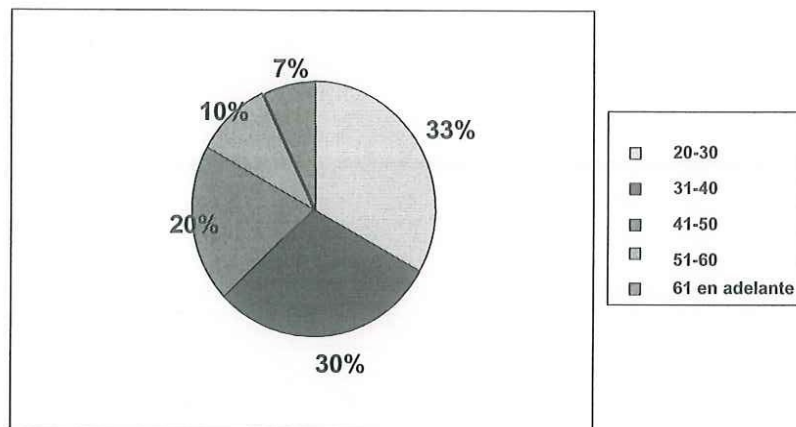
\$7,001 a \$10,000 _____ \$10,001 en adelante _____

Otros: _____

Gracias por su tiempo, los datos aquí proporcionados serán de mucha ayuda para este trabajo.

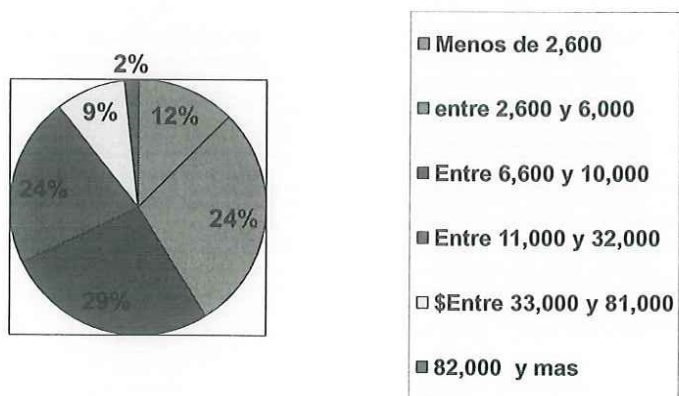
Anexo 2. Gráficas de encuestas aplicadas

¿Dentro de que rango se encuentra su edad?



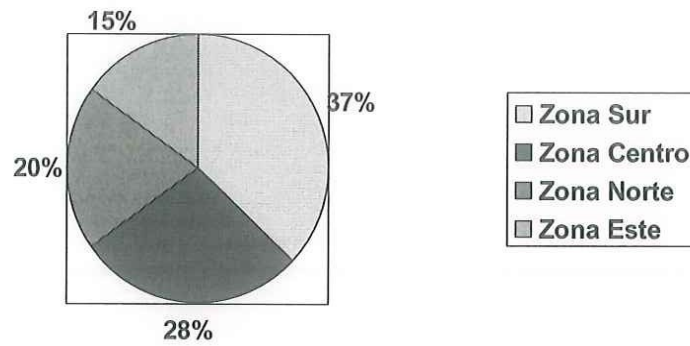
Grafica 1

Ingresos mensuales por familia entran en el rango de:



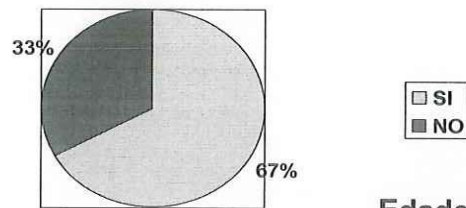
Grafica 2

En que colonia o fraccionamiento vive:

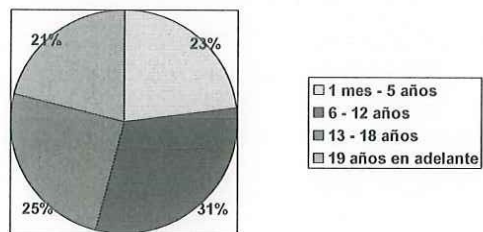


Grafica 3

¿Tienes hijos?

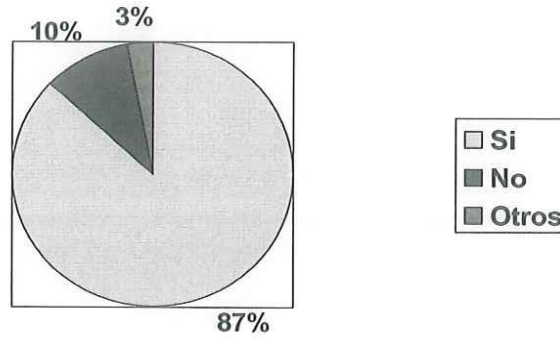


Edades de hijos por familia



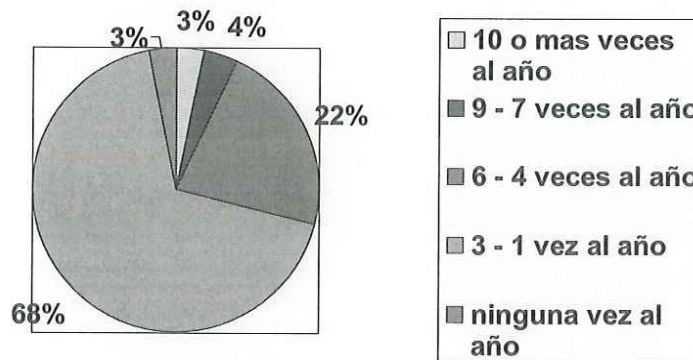
Grafica 4

¿Acostumbras realizar reuniones sociales en lugares de renta?



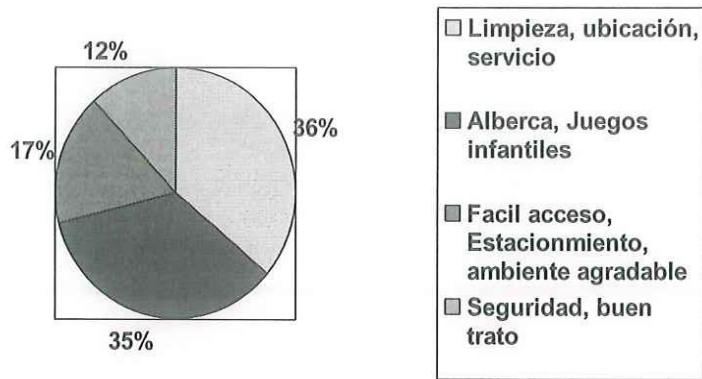
Grafica 5

¿Con que frecuencia acostumbras realizar eventos sociales?



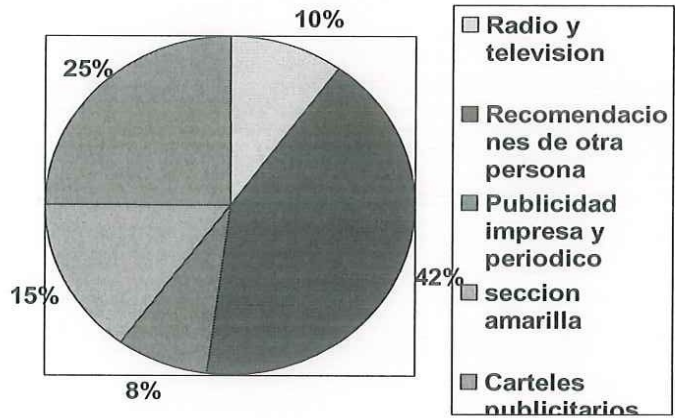
Grafica 6

¿Qué buscas de estos lugares de renta?



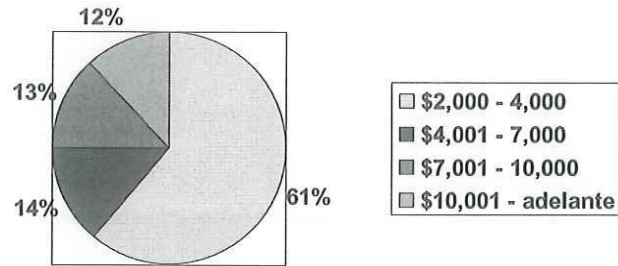
Grafica 7

¿Por que medio de comunicación se entera Usted de lugares de renta?



Grafica 8

¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por un lugar que te proporcione todos estos servicios?



Grafica 9

Anexo 3. Encuesta de Satisfacción del cliente

Muy buenas tardes, estamos realizando una encuesta para conocer la satisfacción del cliente, ¿Me dejaría hacer unas preguntas?

Nombre: _____

Domicilio: _____

Teléfono: _____

Edad: _____

Estado civil: _____

P1.- ¿Dentro de que rango se encuentra su edad?

20-30 _____ 31-40 _____ 41-50 _____
51-60 _____ 61 en adelante _____

P2.-Sus ingresos mensuales por familia entran en el rango de:

Menos de \$4,000 _____ \$4,001-\$10,000 _____ \$10,001- \$15,000 _____
\$15,001- \$20,000 _____ \$20,001 en adelante _____

P3.- En que colonia o fraccionamiento vive:

P4.- ¿Tiene hijos? Si _____ No _____

Si es si, entre que edades se encuentran?

1 mes – 5 años _____ 6 – 12 años _____
13 -18 años _____ 19 años en adelante _____

P5.- ¿como te enteraste que existía este lugar?

Volante _____ Recomendación de otra persona _____

Invitación a una fiesta _____ amigos _____

Televisión _____ Radio _____

otros: _____

P6.- ¿Porque selecciona nuestro negocio?

Servicio _____ Limpieza _____

Alberca _____ Ubicación _____

Fácil acceso _____ Ambiente Agradable _____

Otros: _____

P7.- ¿Que te gusto mas del lugar?

Que tiene alberca _____

Los árboles grandes y vegetación _____

La cercanía con la ciudad _____

La limpieza del lugar _____

El fácil acceso _____

La decoración _____

El ambiente campirano _____

Otro: _____

P8.- ¿Cómo calificarías nuestros servicios?

Excelente _____ Muy bueno _____ Bueno _____

Regular _____ Pésimo _____

P9.- ¿Que es lo que no te gusto del lugar?

El servicio _____

Que esta lejos de la ciudad _____

La limpieza _____

Los bichos (moscas y mosquitos) _____

Difícil de llegar _____

Otros: _____

P10.- ¿Volverías a rentar nuestros servicios en un futuro?

Si _____ No _____

Porque _____

P11.- ¿Le recomendarías el lugar a otras personas?

Si _____ No _____

Porque _____

P12.- ¿Que cree Usted que le haga falta al jardín?

Anexo 4. Volante

 <p>Ideal para: Cumpleaños, reuniones familiares, eventos escolares, despedidas de soltera y cualquier tipo de evento social que usted desee</p>	 <p>Nuestro Jardín cuenta con: Mobiliario para 100 personas Mantelería y sombrillas Juegos infantiles Alberca Estacionamiento Áreas Verdes Asador</p>	 <p>N Ensenada</p> <p>1.5 km</p> <p>Semaforo</p> <p>1 km</p> <p>Entrada a baja country club</p> <p>N E S</p> <p>Jardín Campestre</p> <p>S Maneadero</p>
 <p>Presenta este volante y recibe un 10% de descuento</p>		
<p>TEL. (646) 176-52-41 CEL.(646) 136-60-67</p>		

Anverso

Reverso

Anexo 5 Análisis de puesto

ANALISIS DE PUESTOS

Clave _____
Fecha _____

I. ASPECTOS GENERALES

1. Denominación del puesto _____

¿Qué otra (s) denominación (es) tiene? _____

2. Localización en la organización.

Elabore un organigrama que muestre la posición del puesto dentro de la organización.

3. ¿Cuál es el objetivo general de su trabajo?

4. ¿Cuál fue su último empleo? Si fue otra organización favor señale

5. ¿A qué puesto esperaría ser promovido?

6. Si por lo general supervisa a otros, haga una lista de sus nombres y el título de sus puestos:

7. Si supervisa a otros, marque a continuación las actividades que son parte de sus responsabilidades de supervisor

___ Contratación ___ Instrucción ___ Promoción ___ Orientación ___

Asesorías

___ Compensación ___ Capacitación ___ Presupuesto ___ Disciplina ___

Programación

___ Dirección ___ Despidos ___ Desarrollo ___ Otra

8. Jefe inmediato superior

Nombre _____ Puesto _____

9. Jornada de Trabajo

De _____ a _____. Alimentación de _____ a _____ de _____ a _____

Observaciones: (Jornadas u horarios extraordinarios): _____

10. Localización física (Señalar edificios, piso, alineación y orientación donde se encuentre el puesto)

2. Descripción analítica

Activ	Días							Quince na		Meses												Eventual		
	L	M	M	J	V	S	D	1	2a	E	F	M	A	B	M	J	L	A	S	O	N	D	Especificar	

3. Descripción genérica

Función	Unidad Afectada	Sistema Utilizado	Objeto de la función	Observaciones

4. Requerimientos

4.1 Conocimientos

Escolaridad

- Educación básica
- Educación secundaria
- Bachillerato o Vocacional
- Carrera técnica o comercial (especificara):

- Profesional (especificar):

- Posgrado (especificar):

4.2 Habilidad

Conocimientos especiales necesarios en el manejo de maquinas, técnicas, etc.

Especificar:

4.3 Experiencia:

Necesaria _____ Deseable _____ No
necesaria _____

En caso de ser necesaria: _____ en puesto similar _____ en el
area _____

Tiempo de experiencia	Marca con "X"	Habilidad requerida
No hace falta más de un mes		
Es necesaria más de un mes		
Más de 3 meses pero menos de 6 meses		
Más de 6 meses pero menos de un año		
Más de un año (especificar)		

4.5 Capacitación requerida: (marcar solo el concepto).

- _____ Menos de un mes
- _____ Más de uno pero menos de tres
- _____ Tres meses pero menos de seis
- _____ Más de seis meses

4.6 Iniciativa

- ___ Se requiere habilidad solamente para interpretar las órdenes recibidas y ejecutarlas en condiciones normales de trabajo.
- ___ Se requiere iniciativa para resolver algunos problemas sencillos que se presenten en el trabajo.
- ___ Se requiere iniciativa para resolver problemas difíciles que se presenten eventualmente en el trabajo.
- ___ Se requiere iniciativa para resolver problemas de gran complejidad y trascendencia que se presenten en el trabajo.

4.7 Esfuerzo

4.7.1. Mental y/o visual

- ___ Solo se requiere la atención normal que de ponerse en todo trabajo
- ___ Requiere mucha atención, pero solo durante periodos cortos
- ___ Se requiere que se ponga una atención intensa en periodos regulares
- ___ Se requiere una atención constante, intensa y sostenida

4.7.2. Físico

- ___ El trabajo exige muy poco es bastante variado y solo se realizan operaciones corrientes en un puesto de esta naturaleza.
- ___ El trabajo requiere un esfuerzo físico bastante intenso, pues las operaciones se repiten con mucha frecuencia.
- ___ Se realizan esfuerzos físicos intensos, pero no de manera constante.
- ___ El trabajo exige esfuerzo físico intenso y constante, por razón del puesto.

4.8 Responsabilidad

4.8.1 En la dirección de personas:

Tipo de responsabilidad	Total	Gerencial	Funcionarios	Empleados	Obreros calificados	Obreros no calificados
Directa						
Indirecta						

4.8.2 En trámites y procesos:

Los errores u omisión en el trabajo pueden afectar la marcha de la sección.

La marcha del departamento.

La marcha de la división.

La marcha de organización.

4.8.3. En valores y/o equipo

Los bienes que manejan pueden producir prejuicios hasta \$5,000

Los prejuicios pueden ser por más de \$5,000 pero menos de \$ 10,000

Por más de \$10,000 pero menos de \$ 25,000.

Por más de \$ 25,000.

4.9 Condiciones de Trabajo

4.9.1. Tipo de ambiente

Aspectos				
Iluminación				
Olores				
Emanaciones				
Humedad				
Resequedad				
Corrientes				
Ventilación				
Fríos				
Calor				
Aseo				
Ruido				

4.9.2. Tipo de Trabajo

Interior				
Exterior				
Escritorio				
Maquina				
Restirador				
Mostrador				
Vehículo				
De pie				
Sentado				
Caminando				
Manejando				

4.9.3 Riesgo

4.9.3.1. Accidentes de Trabajo

Caídas				
Cortadas				
Mutilaciones				
Quemaduras				
Golpes				
Choques eléctricos				
Raspaduras				
Machucaduras				
Envenenamiento				
Otros				

4.9.3.2. Enfermedades Profesionales

Alergias				
Oídos				
Vista				
Sistema Respiratorios				
Sist. Nervioso				
Sist. Digestivo				

5. Perfil

Edad ___ Sexo M ___ F ___ No importa el sexo _____

Estado Civil (soltero) _____ (casado) _____ No importa el estado civil _____

Rasgos físicos

deseables: _____

Edad		Experiencia		Escolaridad	
25-30 años	10%	Menos de 3 meses	10%	Educación básica	10%
30-35 años	25%	3 meses a 6 meses	15%	Educación media	20%
35-40 años	50%	6 meses a 12 meses	20%	Educación técnica	30%
40-45 años	75%	1 año a 2 años	25%	Bachillerato	40%
45-50 años	80%	3 años a 4 años	30%	Profesional sin grado académico	50%
50-55 años	90%	5 años a 8 años	40%	Profesional con grado académico	75%
55-65 años	95%	9 años a 10 años	50%	Maestría	90%
65 o mas	100%	10 años a 15 años	75%	Doctorado	100%
		16 años a 20 años	80%		
		21 años a 25 años	90%		
		26 años o mas	100%		

Sexo		Estado civil		Rasgos físicos		Características psicológicas	
Femenino	50%	Soltero	25%	Delgado	50%	Introvertido	10%
Masculino	75%	Casado	50%	Fornido	75%	Sociable	50%
No importa	100%	No importa	100%	No importa	100%	Emprendedor	75%
El sexo no importa		100%					

Nombre del entrevistado

Antigüedad en el puesto _____

Reviso:

Nombre: _____ Puesto _____

Modificaciones hechas _____

Aprobo _____ Fecha _____

(Firma)

Anexo 6. Fotografías actuales del Jardín Campestre San Carlos





ANEXO 7.
Formatos de trámites Legales

SRE

SECRETARIA DE RELACIONES EXTERIORES

Consultas 5063-3000 Ext. 4068

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

SRE

FOLIO _____
EXPEDIENTE _____

AVISO DE USO DE PERMISO PARA LA CONSTITUCION DE SOCIEDADES
(ARTICULOS 15 DE LA LEY DE INVERSION EXTRANJERA Y 14 Y 18 PRIMER PARRAFO DEL
RREGLAMENTO DE LA LEY DE INVERSION EXTRANJERA Y DEL REGISTRO NACIONAL DE
INVERSIONES EXTRANJERAS)

CON FUNDAMENTO EN LO QUE ESTABLECEN LOS ARTICULOS 15 DE LA LEY DE
INVERSION EXTRANJERA Y 14 Y 18 PRIMER PARRAFO DEL REGLAMENTO DE LA LEY DE
INVERSION EXTRANJERA Y DEL REGISTRO NACIONAL DE INVERSIONES EXTRANJERAS,
SE NOTIFICA QUE CON FECHA _____, SE OTORGO EL
INSTRUMENTO PUBLICO No. _____, ANTE LA FE DEL LIC.
_____, FEDATARIO PUBLICO
No. _____, DE LA CIUDAD DE _____, QUIEN CON
FECHA _____, AUTORIZO DICHO INSTRUMENTO Y SE USO EN EL MISMO
PERMISO No. _____ PARA CONSTITUIR UNA PERSONA MORAL BAJO LA
SIGUIENTE DENOMINACION: _____

HABIÉNDOSE INSERTADO EN EL INSTRUMENTO REPECTIVO, LA SIGUIENTE CLAUSULA:

DE EXCLUSION DE EXTRANJERO

DE ADMISION DE EXTRANJEROS
CELEBRÁNDOSE EL CONVENIO A QUE SE
REFIERE EL ARTICULO 14 DEL
REGLAMENTO DE LA LEY DE INVERSION
EXTRANJERA Y DEL REGISTRO NACIONAL
DE INVERSIONES EXTRANJERAS.

NOMBRE DEL INTERESADO: _____

DOMICILIO: _____

TELEFONO: _____

FIRMA DEL INTERESADO

ANEXAR 2 COPIAS
DEL PERMISO

_____, B.C., a _____ de _____ del _____

REGISTRADOR PUBLICO DE LA PROPIEDAD Y DE COMERCIO PRESENTE.-

Atentamente solicito se me extienda certificación de:

Inscripción
Con gravámene
Sin gravámenes

No inscripción

Copias certificadas
De:

Historia registral

No contradicción

- Título
- Contrato
- Escritura
- Inscripción (hoja del libro)
- Apéndice/Anotaciones

Propietario (s): _____

No.de inscripción: _____ Tomo: _____

Fecha: _____ Sección: _____

Colonia/Fraccionamiento: _____

Lote/Local: _____

Manzana: _____ Superficie: _____

Nombre del solicitante: _____

Expedir recibo a nombre de: _____

Formato: FCE 7.5.1-01B

SOLICITUD DE CERTIFICACIONES

c7A



REGISTRO PUBLICO DE LA PROPIEDAD Y DE COMERCIO

_____, B.C., a _____ de _____ del _____

REGISTRADOR PUBLICO DE LA
PROPIEDAD Y DE COMERCIO
PRESENTE.-

Atentamente solicito se me extienda certificado :

A nombre (s) de: _____

Nombre del solicitante: _____

Expedir recibo a nombre de: _____

Formato: FCE 7.5.1-02A

NOTA: Usar letra de molde, los nombres deberán ser escritos sin abreviaturas y con sus apellidos completos; en caso contrario, presentar acta de nacimiento o identificaciones oficiales.

CERTIFICADO DE NO PROPIEDAD



H. AYUNTAMIENTO DE ENSENADA
 DIRECCION DE DESARROLLO URBANO Y ECOLOGIA
 OFICINA DE USOS DEL SUELO

U DE S

EL SOLICITANTE _____ DE DICTAMEN DE USO DE SUELO PARA EL PREDIO UBICADO EN: CALLE _____

COL/FRACCIONAMIENTO _____ LOTE _____ MZA. _____
 SUP. _____ M²

CON USO ACTUAL DE _____

DATOS DEL PROPIETARIO:
 NOMBRE _____

DOMICILIO: CALLE _____ No. _____

COL/FRACC. _____ TEL. _____

USO DE SUELO PROPUESTO _____ M²

ESPECIFICACION DE LAS AREAS DE TRABAJO Y ACTIVIDADES DEL PROYECTO PROPUESTO

NOTA:
 PARA EVITAR PERDIDA DE TIEMPO Y VUELTAS INNECESARIAS, LE SUPPLICAMOS ATENDER LOS REQUISITOS DE SU TRAMITE.

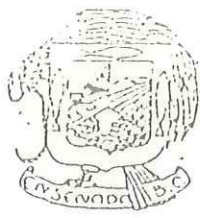
 FIRMA DEL PROPIETARIO

PARA USO EXCLUSIVO DEL INSPECTOR

SIMBOLOGIA

- VIVIENDA
- COMERCIO
- ESCUELAS
- RECREACION
- BALDIOS
- INDUSTRIA
- OTROS

<table border="1" style="width: 100%; height: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td></tr> </table>									<table border="1" style="width: 100%; height: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td></tr> </table>																					<table border="1" style="width: 100%; height: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td></tr> </table>						
<table border="1" style="width: 100%; height: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td></tr> </table>									<table border="1" style="width: 100%; height: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td></tr> </table>																					<table border="1" style="width: 100%; height: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td></tr> </table>						
<table border="1" style="width: 100%; height: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td></tr> </table>									<table border="1" style="width: 100%; height: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td></tr> </table>																					<table border="1" style="width: 100%; height: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td><td style="width: 25px; height: 20px;"></td></tr> </table>						



GOBIERNO MUNICIPAL

AYUNTAMIENTO DE ENSENADA
DIRECCION DE DESARROLLO URBANO
Y ECOLOGIA
DEPARTAMENTO DE CONTROL URBANO

ENSENADA, BAJA CFA., A _____ DE _____ DEL _____

SOLICITUD PARA INSTALACION DE ANUNCIOS, ROTULOS O SIMILARES

I. DATOS GENERALES

C. _____

DE ACUERDO CON LO DISPUESTO EN LA LEY DE INGRESOS MUNICIPALES, CATALOGO DE CUENTAS VIGENTES, SOLICITO AUTORIZACION PARA INSTALAR:

FIJOS: _____

TEMPORALES: _____

_____ CARTELERAS

_____ ROTULOS ELECTRONICOS

_____ DE PARED O ADOSADAS

_____ ROTULOS TIPO BANDERA

_____ a).- PINTADOS

_____ MANTAS

_____ b).- LUMINOSOS

_____ BANCAS O CUBERTIZOS PUB.

_____ ROTULOS GIRATORIOS

_____ INST. DE TORRE TIPO
DIRECTORIO DENTRO DE
CENTRO COMERCIALES

_____ OTROS

PLAZO DE DURACION _____

II. UBICACION

LOTE _____ MZA: _____ COL. Y/O FRACC: _____

CALLE Y/O AV. _____

III. RESPONSABLES

_____ PROP. Y/O REP. LEGAL

_____ TELEFONO

_____ PROYECTISTA

R.F.C. _____

APELLIDO PATERNO

APELLIDO MATERNO

NOMBRE

CALLE

NUMERO

COLONIA

ENTRE LAS CALLES ...

EN FRENTE DE.....

MUNICIPIO

ENTIDAD FEDERATIVA

C.P.

DOMICILIO PARTICULAR



DOMICILIO FISCAL

<http://www.sat.gob.mx/>
 eSAT/Firma Electrónica Avanzada(Tu Firma)/Formato de Solicitud
 NOTA: La solicitud deberá estar en una sola hoja por ambos lados

SELLO DE LA ALIC	 SAT Secretaría de Administración Tributaria SOLICITUD DE CERTIFICADO DE FIRMA ELECTRÓNICA AVANZADA	* IDENTIFICACION GENERAL DE LOS CONTRIBUYENTES
		* CLAVE ÚNICA DE REGISTRO DE POBLACION

2 DATOS DEL CONTRIBUYENTE

APELLIDO PATERNO, MATERNO Y NOMBRES: PERSONA FISICA

DE NOMINACION O RAZON SOCIAL: PERSONA MORAL

4 DOMICILIO FISCAL DEL CONTRIBUYENTE

CALLE: * NUMERO Y LETRA INTERIOR: * NUMERO Y LETRA EXTERIOR:

CENTRO LAS CALLES QUE PASE:

COLONIA:

LOCALIDAD:

MUNICIPIO DE LOCALIDAD: CODIGO POSTAL:

ENTIDAD FEDERATIVA: TELEFONO:

CORREO ELECTRÓNICO:

5 DOCUMENTO PROBATORIO

PARA OBTENER LA FIRMA ELECTRÓNICA AVANZADA ES NECESARIO QUE CON ESTA SOLICITUD ENTREGUES CON LA CERTIFICADA DEL DOCUMENTO PROBATORIO EN LA RELACION QUE APARECE A CONTRIBUYENTES ANTERIOR CON EL DOCUMENTO QUE PROBOYERNA.

PERSONA MORAL:		PERSONA FISICA:	
ACTA CONSTITUTIVA	<input type="checkbox"/>	ACTA DE NACIMIENTO	<input type="checkbox"/>
SECRETOS	<input type="checkbox"/>	CARTA DE NATURALIZACION	<input type="checkbox"/>
CONTRATO	<input type="checkbox"/>	DOCUMENTO O GRATIFICACIONES	<input type="checkbox"/>
OTROS ESPECIFICAR:	<input type="checkbox"/>		

CLAVE ÚNICA DE REGISTRO DE POBLACION: <input type="text"/> REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES: <input type="text"/> APELLIDO PATERNO: <input type="text"/> APELLIDO MATERNO: <input type="text"/> NOMBRES: <input type="text"/>	DECLARACION PROTESTA DE OPORTUNIDAD QUE LOS DATOS CONTENIDOS EN ESTA SOLICITUD SON VERDADEROS. FIRMA O SELLO ORIGINAL DEL CONTRIBUYENTE DEL ASOCIANTE O TITULAR DEL PERCEPCIONANTE LEGAL SUPERANANTE O UNO DE LOS COTRIBUYENTES QUE A ESTA FECHA SE HAYAN REGISTRADO CON EL QUE SE ESTENANDO LA RAZON SOCIAL REGISTRADO.
---	---

REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
DEL RÉGIMEN DE PEQUEÑOS CONTRIBUYENTES

ANTES DE INICIAR EL LLENADO DE ESTE
ANEXO, LEA LAS INSTRUCCIONES

REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES
(Sólo en caso de aumento de obligaciones)

1 DATOS DEL CONTRIBUYENTE (Sólo en caso de inscripción)

APELLIDO
PATERNO

APELLIDO
MATERNO

NOMBRE(S)

2 IMPUESTO SOBRE LA RENTA

2.1 SI REALIZA ACTIVIDADES DEL SECTOR PRIMARIO, MARQUE CON "X" SI ES:

AGRICULTOR.

GANADERO.

SILVICULTOR.

PESCADOR.

REALIZA ACTIVIDADES AGRÍCOLAS, GANADERAS, SILVÍCOLAS O PESQUERAS Y SUS INGRESOS NO EXCEDERÁN EN EL AÑO DE CALENDARIO DE 40 VECES EL SALARIO MÍNIMO GENERAL CORRESPONDIENTE AL ÁREA GEOGRÁFICA ELEVADO AL AÑO.

2.2 SI REALIZA ACTIVIDADES DEL SECTOR AUTOTRANSPORTE, MARQUE CON "X" CUAL(ES) DE ELLAS DESARROLLA:

AUTOTRANSPORTISTA TERRESTRE DE CARGA.

AUTOTRANSPORTISTA TERRESTRE DE PASAJEROS.

2.3 SI LOS INGRESOS DERIVAN DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES EN COPROPIEDAD O SOCIEDAD CONYUGAL, MARQUE CON "X" SI ES:

REPRESENTANTE COMUN.

REPRESENTADO.

2.4 MARQUE CON "X" SI:

REALIZA ACTIVIDADES EMPRESARIALES DISTINTAS
DE LAS SEÑALADAS EN LOS CAMPOS ANTERIORES.

DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD QUE LOS DATOS CONTENIDOS
EN ESTE ANEXO SON CIERTOS

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

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN AL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES

ANTES DE INICIAR EL LLENADO DE ESTA
FORMA OFICIAL, LEA LAS INSTRUCCIONES

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

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

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

4 DATOS DEL CONTRIBUYENTE QUE SE INSCRIBE

4.1 SÓLO TRATÁNDOSE DE PERSONAS FÍSICAS (Ver instrucciones)

APELLIDO PATERNO

APELLIDO MATERNO

NOMBRE(S)

4.2 SÓLO TRATÁNDOSE DE PERSONAS MORALES (Ver instrucciones)

DENOMINACIÓN O
RAZÓN SOCIAL

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

NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN FISCAL ASIGNADO EN EL PAÍS EN QUE RESIDAN

PAÍS DE RESIDENCIA FISCAL

4.4 DATOS POR FIDEICOMISO

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

DENOMINACIÓN O RAZÓN
SOCIAL DE LA FIDUCIARIA

RFC DE LA
FIDUCIARIA

NÚMERO DE
FIDEICOMISO

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

CALLE

NÚMERO
Y/O LETRA
EXTERIOR

NÚMERO
Y/O LETRA
INTERIOR

ENTRE LAS
CALLES DE

Y DE

COLONIA

LOCALIDAD
(en su caso)

MUNICIPIO O
DELEGACIÓN

CÓDIGO
POSTAL

TELÉFONO

ENTIDAD
FEDERATIVA

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

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

 CORREO
ELECTRÓNICO

SE PRESENTA POR DUPLICADO

DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL (Ver instrucciones)

(Tratándose de inscripciones en el registro de representantes legales, deberá acompañar el Anexo 10, e indicarlo en el rubro 12 de esta página) (1)

REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES

CLAVE ÚNICA DE REGISTRO DE POBLACIÓN

APPELLIDO PATERNO, MATERNO Y NOMBRE(S)

DATOS GENERALES (Ver instrucciones)

FECHA DE NACIMIENTO DE LA PERSONA FÍSICA O FECHA DE FIRMA DE LA ESCRITURA CONSTITUTIVA O DOCUMENTO CONSTITUTIVO O DE LA CELEBRACIÓN DEL CONTRATO, DE ACUERDO CON EL DOCUMENTO QUE DEBE ACOMPAÑAR

AÑO MES DÍA

7.2 FECHA DE INICIO DE OPERACIONES (2)

AÑO MES DÍA

ACTIVIDAD PREPONDERANTE

8.1 INDIQUE LA ACTIVIDAD PREPONDERANTE A DESARROLLAR

8.2 INDIQUE EL NÚMERO DEL SECTOR AL QUE CORRESPONDE LA ACTIVIDAD PREPONDERANTE A DESARROLLAR: (Ver instrucciones)

MARQUE CON "X" SI: PRODUCE BIENES VENDE BIENES PRESTA SERVICIOS ARRIENDA BIENES

8.3 REALIZARÁ ACTIVIDADES CON EL PÚBLICO EN GENERAL

8.4 CONTARÁ CON MÁQUINA REGISTRADORA DE COMPROBACIÓN FISCAL

8.5 PERSONA FÍSICA SIN ACTIVIDAD ECONÓMICA (Ver instrucciones)

OTROS

9.1 SI SE REGISTRA EN EL RFC COMO SOCIO, ACCIONISTA, ASOCIANTE O ASOCIADO DE PERSONA MORAL INDIQUE SI ES: (Ver instrucciones)

SOCIO O ACCIONISTA ASOCIANTE ASOCIADO

EN CASO DE ESTAR INSCRITA, INDIQUE EL RFC DE LA PERSONA MORAL (De ser necesario, acompañar listado)

9.2 MARQUE CON "X" SI:

ES EMPRESA EXPORTADORA DE SERVICIOS DE HOTELERÍA

ES EMPRESA EXPORTADORA DE SERVICIOS DE CONVENCIONES Y EXPOSICIONES

TRATÁNDOSE DE FUSIÓN Y ESCISIÓN DE SOCIEDADES

MARQUE CON "X" SI DERIVA DE:

FUSIÓN INDICAR RFC DE LAS SOCIEDADES FUSIONADAS (De ser necesario acompañar listado).

ESCISIÓN EN ESCISIÓN DE SOCIEDADES, INDICAR EL RFC DE LA SOCIEDAD ESCIDENTE

11 APERTURA DE ESTABLECIMIENTO (Sólo si el domicilio es distinto al señalado en el rubro 4.5)

CALLE

NÚMERO Y/O LETRA EXTERIOR

NÚMERO Y/O LETRA INTERIOR

ENTRE LAS CALLES DE

Y DE

COLONIA

CÓDIGO POSTAL

TELÉFONO

LOCALIDAD (en su caso)

MUNICIPIO O DELEGACIÓN

ENTIDAD FEDERATIVA

CORREO ELECTRÓNICO

ANEXOS

MARQUE CON "X" LOS ANEXOS QUE ACOMPAÑA:

ANEXO 1 Personas Morales del Régimen General y del Régimen de las Personas Morales con Fines no Lucrativos.

ANEXO 2 Personas Morales del Régimen Simplificado y sus Integrantes Personas Morales.

ANEXO 3 Personas Físicas con Ingresos por Salarios, Arrendamiento, Enajenación y Adquisición de Bienes, Premios, Intereses y Préstamos Recibidos.

ANEXO 4 Personas Físicas con Actividades Empresariales y Profesionales.

ANEXO 5 Personas Físicas con Actividades Empresariales del Régimen Intermedio.

ANEXO 6 Personas Físicas con Actividades Empresariales del Régimen de Pequeños Contribuyentes.

ANEXO 7 Personas Físicas con Otros Ingresos.

ANEXO 8 Personas Morales y Físicas. IEPS, ISAN, ISTUV (Tenencia) y Derechos Sobre Concesión y/o Asignación Minera.

ANEXO 9 Residentes en el Extranjero sin Establecimiento Permanente en México.

ANEXO 10 Registro de Representantes Legales.

(1) Esta aclaración quedará sin efectos en tanto no se publique el Anexo 10 en el Diario Oficial de la Federación.

(2) Las personas morales constituidas en México que sean residentes en el país, considerarán como fecha de inicio de operaciones la misma fecha que la de constitución.



GOBIERNO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA

AVISO AL REGISTRO ESTATAL DE CAUSANTES



TIPO DE AVISO

Alta 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:

INSCRIPCIÓN

REANUDACIÓN DE ACTIVIDADES

Obligaciones	No. Empl.	SI	Fecha de inicio o reanudación de actividades:	Unico <input type="checkbox"/>	Matriz <input type="checkbox"/>	Sucursal <input type="checkbox"/>
Impuesto Sobre Remuneraciones al Trabajo Personal			Tipo de Contribuyente:			
Impuesto Sobre Actividades Mercantiles e Industriales			Maquillador: <input type="checkbox"/>	Exportador: <input type="checkbox"/>		
Impuesto Sobre Loterías, Rifas, Sorteos, Juegos permitidos y Concursos			Pago de impuestos Estatales por:	Matriz <input type="checkbox"/>	Sucursal <input type="checkbox"/>	
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 on 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

SUSPENSIÓN DE ACTIVIDADES

FECHA DE CLAUSURA DEFINITIVA O SUSPENSIÓN DE ACTIVIDADES:

DOMICILIO DONDE SE CONSERVAN LOS COMPROBANTES PARA EFECTOS FISCALES

Calle, Av., Blvd., Cjon. Etc.	No. exterior	No. interior	Colonia
Localidad o Poblado	Municipio		Código Postal

Recibió en Ventanilla

NOMBRE Y FIRMA DEL CONTRIBUYENTE



La Casita del Contador
Distribuidora de
Formas y Bases Fiscales
Calle 4ta. 1584-2 Col. Obrera
Tel/Fax: 171-24 82 Ensenada, B.C.

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

INSTITUTO DEL FONDO NACIONAL DE LA VIVIENDA
PARA LOS TRABAJADORES

AVISO DE INSCRIPCION DEL TRABAJADOR

AFIL-02

NUMERO DE REGISTRO PATRONAL

IC UDUTOS

IM.S.S. CLAVE DE ARGUMENTO

PERMANENTE	1
EVENTUAL	2
EVENTUAL CONST.	3

NUMERO DE SEGURIDAD SOCIAL DEL TRABAJADOR

IC UDUTOS

CLAVE UNICA DE REGISTRO DE POBLACION

APPELLIDO PATERNO APPELLIDO MATERNO NOMBRE COMPLETO DEL TRABAJADOR (SIN ABBREVIATURAS)

SALARIO BASE \$ TIPO DE SALARIO FUIO 0 VARIABLE 1 MIXTO 2

FECHA DE INGRESO AL TRABAJO MASC. SEXO 1 FEM. 2 EN CASO DE JORNADA O SEMANA REDUCIDA ANOTAR LOS DIAS QUE LABORA O EL HORARIO

DIA (2 DIG.) MES (2 DIGITOS) AÑO (4 DIG.) LUGAR DE NACIMIENTO (ESTADO) FECHA DE NACIMIENTO

NOMBRE DEL PADRE (AUN FINADO) U. M. F.

NOMBRE DE LA MADRE (AUN FINADA)

DOMICILIO DEL TRABAJADOR

CALLE V/O MANZANA NUMERO ENTIDAD C.P.

MUNICIPIO

NOMBRE, DENOMINACION, RAZON SOCIAL DEL PATRON O SUJETO OBLIGADO

UBICACION DEL CENTRO DE TRABAJO

CALLE V/O MANZANA NUMERO ENTIDAD C.P.

MUNICIPIO

EXCLUSIVO IMSS

FECHA Y HORA DE RECEPCION DE ESTE AVISO EN EL IMSS

EXTEMPORANEO 1

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

CAPITULO UNO AVISOS ORIGINALES CONSERVE ESTE DOCUMENTO PARA CUALQUIER ACLARACION.

Y66-13029-10-4 LLENESE A MAQUINA O LETRA DE MOLDE

LA REPRODUCCION NO AUTORIZADA DE ESTOS FORMATOS CONSTITUYE UN DELITO EN LOS TERMINOS DE LAS LEYES APLICABLES

DYNAMIC FORMS, S.A. DE C.V.

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

CLAVE DE AFILIACION
LUGAR DE AFILIACION

NUMERO DE REGISTRO PATRONAL

NUMERO DE SEGURIDAD SOCIAL DEL TRABAJADOR O ASEGURADO

CLAVE UNICA DE REGISTRO DE POBLACION

NOMBRE COMPLETO DEL TRABAJADOR O ASEGURADO (SIN ABRUVIATURAS)

EXTEMPORANEO

APELLIDO PATERNO

APELLIDO MATERNO

PRESENTE (SI)

APLICACION ART. 37 L.S.S.

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 EN

UBICACION DEL CENTRO DE TRABAJO

APELLIDO MATERNO

CALLE Y/O MANZANA

NUMERO

COLONIA Y/O POBLACION

MUNICIPIO

ENTIDAD

C.P.

FECHA DE BAJA DEL TRABAJADOR O ASEGURADO
ULTIMO DIA DE SALARIO

CAUSA DE LA BAJA

DIA (2 DIGITOS)

MES (2 DIGITOS)

AÑO (4 DIGITOS)

FIRMA DEL PATRON, SUJETO OBLIGADO O SU REPRESENTANTE LEGAL

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

CAPTURA / AVISOS ORIGINALES

Y68-14425-10 1

LLENENSE A MAQUINA O LETRA DE MOLDE

LA REPRODUCCION AUTOMATICA DE ESTOS FORMULARIOS CONSTITUYE UN DELITO EN LOS TERMINOS DE LAS LEYES APLICABLES

INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL

**SERVICIOS DE AFILIACION, AGENCIA DE DERECHOS
AVISO DE INSCRIPCION PATRONAL
O DE
MODIFICACION EN SU REGISTRO**

NOMBRE, DENOMINACION, RAZON SOCIAL DEL PATRON O SUJETO OBLIGADO

INSTITUTO DEL FONDO NACIONAL DE LA
VIVIENDA PARA LOS TRABAJADORES

AFIL-01

NUMERO DE REGISTRO PATRONAL

REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES

EXCLUSIVO IMSS

FECHA Y HORA DE RECEPCION
DE ESTE AVISO EN EL I.M.S.S.

ACTIVIDAD O GIRO DE LA EMPRESA

EXCLUSIVO I.M.S.S.
EN SEGUROS ESPECIALES

FECHA DE LA CAUSA DEL AVISO

CAUSE DE INSCRIPCION
DEL PATRON

FRACCION PRIMARIA

MESES

FORMA PAGO

EST. IDENTIFICACION

DIA (2 DIGITOS) MES (2 DIGITOS) AÑO (4 DIGITOS)

DOMICILIO DEL PATRON

CALLE Y O MANZANA

NUMERO

COLORES Y/O PINTURA

MARKQUE CON UNA "X" LA CAUSA DE PRESENTACION DE ESTE AVISO

A ALTA PATRONAL

B REANUDACION ACTIVIDADES

C CAMBIO DOMICILIO O CIRCUNSCRIPCION

D CAMBIO NOMBRE O FOLIO SOCIAL

E SUSTITUCION PATRONAL

F DUBIADADO

G BAJA

H HUELGA

I INICIO TERMINO

J LEGAL INEXISTENTE

IMPORTANTE: LEA LAS INSTRUCCIONES AL REVERSO

DELEGACION SUBDELEGACION

NOMBRE Y FIRMA DEL PATRON, SUJETO OBLIGADO O SU REPRESENTANTE LEGAL.

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

LEERSE A MAQUINA O LETRA DE MOLDE

LA REPRODUCCION NO AUTORIZADA DE ESTE COMPROMISANTE CONSTITUYE UN DELITO EN LOS TERMINOS DE LAS DISPOSICIONES FISCALES.

INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL

SUBDELEGACION EN ENSENADA, B.C.

DEPTO. DE AFILIACION VIGENCIA

UBICACION DEL CENTRO DE TRABAJO

REGISTRO PATRONAL

NOMBRE DEL PATRON: _____

NOMBRE COMERCIAL: _____

DOMICILIO: _____

CALLE

NUM INT/NUM EXT

COLONIA

C.P.

REFERENCIA: _____

ENTRE LAS CALLES DE: _____ Y _____

INDICAR UBICACION

C
A
L
L
E

C
A
L
L
E

CALLE ...

CALLE ...

PARA INFORMACION ADICIONAL SOBRE LA LOCALIZACION DEL CENTRO DE TRABAJO, UTILICE EL REVERSO DE ESTE AVISO.

*** SI ES PERSONA FISICA ANOTAR DOMICILIO PARTICULAR Y TELEFONO ***

DOMICILIO: _____ TELEFONO: _____

DOCUMENTO QUE EXHIBE PARA ACREDITAR DOMICILIO
DOCUMENTO CLAVE O NUMERO

() LICENCIA DE MANEJAR: _____

() CREDENCIAL DE ELECTOR: _____

() PASAPORTE LOCAL: _____

() OTROS: _____

ESPECIFIQUE

EXCLUSIVO IMSS

SELLO DE
RECEPCION

SECRETARIA DE SALUD
SUBSECRETARIA DE REGULACION Y FOMENTO SANITARIO
DIRECCION GENERAL DE CALIDAD SANITARIA DE BIENES Y SERVICIOS

LEER ESTE FORMATO LEA CUIDADOSAMENTE EL INSTRUCTIVO AL REVERSO

SSA-04-001-A AVISO DE FUNCIONAMIENTO

ESCRIBIR EN LETRA DE MOLDE LEGIBLE O A MAQUINA

DATOS DEL PROPIETARIO

NOMBRE DE LA PERSONA FISICA O MORAL PROPIETARIA DEL ESTABLECIMIENTO	RFC
---	-----

NUMERO	LOCALIDAD
--------	-----------

ESTADO FEDERATIVO	DELEGACION O MUNICIPIO	LOCALIDAD
-------------------	------------------------	-----------

CODIGO POSTAL	TELEFONO	FAX
---------------	----------	-----

NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL	NOMBRE DE LA(S) PERSONA(S) AUTORIZADAS PARA RECIBIR NOTIFICACIONES
--------------------------------	--

DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	RFC
----------------------------	-----

NUMERO	LOCALIDAD
--------	-----------

ESTADO FEDERATIVO	DELEGACION O MUNICIPIO	LOCALIDAD	CODIGO POSTAL
-------------------	------------------------	-----------	---------------

CALLE QUE CALLE Y QUE CALLE	TELEFONO	FAX
-----------------------------	----------	-----

CATEGORIA QUE LA CLASE DE LA CLASIFICACION MEXICANA DE ACTIVIDADES Y PRODUCTOS	FECHA DE INICIO DE LABORES (Día, mes, año)
--	--

Declaro bajo protesta de decir verdad que cumplo con los requisitos y normatividad aplicable, sin que me eximan de que la autoridad sanitaria verifique su cumplimiento, esto sin perjuicio de las sanciones en que puedo incurrir por falsedad de las declaraciones dadas a una autoridad.

NOMBRE DEL PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL	LUGAR Y FECHA DONDE SE EFECTUA EL AVISO
--	---

PARA CUALQUIER ACLARACION, DUDA Y/O COMENTARIO CON RESPECTO A ESTE TRAMITE, SIRVASE LLAMAR AL SISTEMA DE ATENCION TELEFONICA A LA CIUDADANIA (SACTEL) A LOS NUMEROS: 5-4-80-2000 EN EL D.F. Y AREA METROPOLITANA, INTERIOR DE LA REPUBLICA SIN COSTO PARA EL USUARIO AL NUMERO 0014800 O DESDE ESTADOS UNIDOS Y CANADA AL NUMERO 8594 3372; O AL TELEFONO 5-5-53-70-90 DE LA SECRETARIA DE REGULACION Y FOMENTO SANITARIO, EN LA CIUDAD DE MEXICO, DISTRITO FEDERAL.

CONSIDERACIONES GENERALES
 ESTE TRAMITE NO REQUIERE DOCUMENTOS NI PAGOS
 ESTE FORMATO ES DE LINEA REPRODUCTIVA EN PAPER BLANCA TAMAÑO CARTA Y EN PAPEL BOND
 ULTIMA FECHA DE AUTORIZACION DEL FORMATO POR PARTE DE LA SUBSECRETARIA DE REGULACION Y FOMENTO SANITARIO 08-IV-1999
 ULTIMA FECHA DE AUTORIZACION DEL FORMATO POR PARTE DE LA UNIDAD DE DESREGULACION ECONOMICA 08-IV-1999



SSA-04-001-A

Secretaría del Trabajo y Previsión Social
**PRESENTACIÓN DEL PLAN Y PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN Y
 ADIESTRAMIENTO**
 Formato DC-2

DATOS GENERALES DE LA EMPRESA

Razón social											
Federal de Contribuyentes						Registro patronal del I.M.S.S.					
-						-					
				No. Ext.		No. Int.		Colonia			
Código postal				Municipio o delegación política							
Federativa				Teléfono (s)							
				67. 97							
Específica o giro											
Número de trabajadores						Tipo de contrato					
Empresa						Individual		Colectivo		Ley	
						<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Fecha de celebración o revisión						Año		Mes		Día	
del Contrato Colectivo o Contrato Ley											

INFORMACIÓN SOBRE EL PLAN Y LOS PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN Y ADIESTRAMIENTO

Objetivos del plan de capacitación						Modalidad de la capacitación											
Señalar del 1 al 5 en orden descendente de importancia						Marcar con una X la modalidad correspondiente											
Mejorar y perfeccionar conocimientos y habilidades Obtener información de nuevas tecnologías Preparar para ocupar vacantes o puestos de nueva creación Reducir riesgos de trabajo Aumentar la productividad						Plan y programas específicos de la empresa Planes y programas comunes de un grupo de empresas Sistema general de una rama de actividad económica											
1 2 3 4 5						<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>											
Número de establecimientos						Periodo de vigencia del plan											
A que se rige el plan						Año		Mes		Día		Año		Mes		Día	
Número de etapas del plan						Del		al									

LA EMPRESA DECLARA QUE TIENE EN REGISTROS INTERNOS, A DISPOSICIÓN DE LA SECRETARÍA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL, LA INFORMACION 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

Indicar en el reverso de esta forma el domicilio, R.F.C. y registro del I.M.S.S. de los establecimientos en los que rigen el plan y los programas de capacitación.
 Impreso en México por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social.
 Se vende en máquinas o con letra de molde.

Referencias

Alcaraz, R (2001). El Emprendedor del Éxito. Guía de planes de negocio. México. McGraw Hill.

Apuntes de Baja California. Consultado el 30 de junio del 2009 en: <http://www.bajacalifornia.gob.mx/conepo/seis/Publicaciones/2009/PerfilSociodemograficoEnsenada2009.pdf>

Bangs, D. (1999). El plan de negocios: Guía completa para definir tu producto. México. McGraw Hill

Benassine, Marcela (2001). Introducción a la investigación de mercados. México. Prentice Hall.

Borello, J.A. (2000). El Plan de Negocios. Como elaborar un plan de negocios. México. McGraw Hill.

Boullón, Roberto (1995). Las actividades turísticas y recreacionales el hombre como protagonista. México: Trillas. (página 30,31)

Fischer, Laura (1998). Mercadotecnia. México. McGraw Hill.

Fleitman, J. (2000). Negocios Exitosos. Como empezar, administrar y operar eficientemente un negocio. México. McGraw Hill.

Historia de Ensenada. Consultado el 20 de enero del 2007 en: <http://www.e-local.gob.mx/work/templates/enciclo/bajacalifornia/municipios>

INEGI. pymes. Consultado el 30 de enero de 2006 en: <http://inegi.gob.mx/>

Infante, M., Carballosa, R. (s/f). Principales consideraciones sobre el plan de negocio. [en línea] Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos15/plan-negocio/plan-negocio.shtml> (2004, 2 de julio).

Lezama Guzmán Carlos. Papel del recreador en la sociedad contemporánea Consultado el 7 de febrero del 2007 en: <http://www.recrecion.org/relareti/documentos.html>

Moreno, W. (2000). La recreación. [en línea] Disponible en: http://www.portalfitness.com/cpefrecreacion/congreso_mujer/34.htm (2004, 7 de junio).

Ochoa Setzer Guadalupe (2002). Administración Financiera . México. Mc. GrawHill

Revista Reseña Histórica de Ensenada, elaborada por el Comité de Planeación para el Desarrollo del Municipio de Ensenada. Montes Pinal Luis, 2001. Consultado el 27 de febrero del 2007.

Rodríguez, J.V. (2002). Administración de pequeñas y medianas empresas. (5ª. ed). México: Thomson.

Robbins,S. (2000). La administración en el mundo de hoy (1ra. Ed). México. Pearson Prentice Hall.

Valdez Alfaro Demetrio. Tiempo libre y modo de vida: algunas perspectivas para el siglo XXI. Consultado el 7 de febrero del 2007 en:
<http://www.recrecion.org/relareti/documentos.html>

Kotler, P., Amstrong, G. (2008), Fundamentos de Markerting.(6ta. ed). México. Pearson Prentice Hall