



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

**DIVISION DE CIENCIAS
SOCIALES Y ECONOMICAS ADMINISTRATIVAS**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA
DE NUEVA CREACION:**

**EL CASO: OPERADORA DE SERVICIOS INTEGRALES
Y GENERALES "AMBIENTA".**

TRABAJO MONOGRAFICO

**Para obtener el título de:
*Licenciado en Sistemas Comerciales***

**PRESENTA:
Yazzir Adán Vázquez Sarabia**

**SUPERVISOR:
M.C. Juana Edith Navarrete Marneou
Director de monografía**

I N D I C E

CONTENIDO

- I. Antecedente
- II. Justificación
- III. Objetivo general
- IV. Objetivo específico
- V. Breve descripción del contenido de la monografía

Capítulo 1. Fundamentos Teóricos

PAG

1.1	Introducción	6
1.2	Definición del plan de negocios por varios autores	7
1.3	Otras definiciones acerca de la planeación	10
1.4	Planeación estratégica aplicadas a las Pymes	11
1.5	Componentes del plan de negocios	11
1.6	La planeación estratégica y las empresas	12
1.7	Preparación de un plan de negocios	12
1.7.1	elementos de un plan de negocios	13
1.7.2	portada	13
1.7.3	contenido	14
1.7.4	resumen ejecutivo	14
1.7.5	declaración de la visión y misión	15
1.7.6	visión panorámica de la competencia	15
1.7.7	plan de mercadotecnia	16
1.7.8	plan de administración	17
1.7.9	plan de operaciones	17
1.7.10	plan financiero	17
1.7.11	apéndice de documentos de apoyo	18
1.8	esquema modelo para el desarrollo de un plan de negocios	18
1.8.1	introducción a la empresa o negocio	18
1.8.2	naturaleza del proyecto	18
1.8.3	mercadeo estratégico	19
1.8.4	producto o servicio	19
1.8.5	organización y plan del trabajo de desarrollo de un plan de negocios	19

1.8.6 aspectos económicos – financieros	19
1.9 conclusiones	20

Capítulo 2. Estudio de mercado

2.1 Introducción	22
2.2 Descripción del proyecto	22
2.3 Descripción del servicio	22
2.4 Perfil del mercado en Felipe Carrillo Puerto	23
2.5 análisis por sectores económicos	24
2.6 Misión	31
2.7 Visión	31
2.8 Objetivos a corto, mediano y largo plazo	31
2.9 Análisis de F O D A	32
2.10 Obtención de la información	36
2.11 Análisis de la competencia	37
2.12 Fijación de precios	37
2.13 Ciclo de vida del servicio	39
2.14 Comercialización	39
2.15 Análisis de la demanda	40
2.16 Estrategia de mercadotecnia	43
2.17 Promoción y publicidad	44
2.18 Logotipo	44
2.19 Conclusiones	45

Capítulo 3. Estudio técnico

3.1 Introducción	47
3.2 Macro localización	47
3.3 Micro localización	49
3.4 Ingeniería del proyecto	50
3.5 Proceso productivo	53
3.6 Organigrama	54
3.7 Puestos y perfiles	55
3.8 Tabla de sueldos y salarios	65

3.9	Políticas del trabajo	66
3.10	Organigrama social	67
3.11	Normas y leyes a cumplir	67
3.12	Normas requeridas por protección civil	69
3.13	Conclusiones	70

Capítulo 4. Estudio económico-financiero

4.1	Introducción	72
4.2	Financiamiento de las inversiones	74
4.3	Presupuesto de ingresos y egresos	75
4.4	Evaluación económica- financiera	80
4.5	Análisis de la sensibilidad	85
4.6	Conclusiones	87

Conclusiones generales	I
Bibliografía	III
Glosario de términos	VI
Anexos	VIII

INDICE DE GRAFICAS, CUADROS Y TABLAS

Tabla 1	Proyección de la demanda para el 2011(sanitarios portátiles)	40
Tabla 2	Ventas anuales	41
Tabla 3	Proyección de la demanda para el 2011(fosas sépticas)	42
Tabla 4	Demanda futura del servicio de renta de sanitarios portátiles y limpieza de fosas sépticas	42
Tabla 5	Mobiliario de equipo de oficina	51
Tabla 6	Papelería y útiles	52
Tabla 7	Otros insumos	53
Tabla 8	publicidad	53
Tabla 9	Perfil gerente general	55
Tabla 10	Perfil de la secretaria	57

Tabla 11	Perfil del encargado del depto. de maquinaria	59
Tabla 12	Perfil encargado de bodega	61
Tabla 13	Perfil del personal de limpieza	63
Tabla 14-18	Tablas de sueldos y salarios	65
Tabla 19	Costos fijos	75
Tabla 20	Costos variables	75
Tabla 21	ingresos	76
Tabla 22	Monto anual de renta de sanitarios portátiles	76
Tabla 23	Precio por servicio de limpieza de fosas sépticas	77
Tabla 24	Monto anual de limpieza de fosas sépticas	77
Tabla 25	TIR Y VAM	79
Grafica 1	Inversión total, personal ocupado, unidades económicas (nacional)	25
Grafica 2	Inversión total, personal ocupado, unidades económicas (estatal)	26
Grafica 3	Inversión total, personal ocupado, unidades económicas (municipal)	27
Grafica 4	Producción bruta total, total de remuneraciones (nacional)	28
Grafica 5	Producción bruta total, total de remuneraciones (estatal)	29
Grafica 6	Producción bruta total, total de remuneraciones (municipal)	30
Grafica 7	Ciclo de vida del servicio	39
Grafica 8	Distribución de la planta	50
Grafica 9	organigrama	54
Imagen 1	Logotipo	44
Imagen 2	Macrolocalización	48
Imagen 3	Microlocalización	49

I. Antecedentes

La importancia que tiene el mercado acerca de la *operadora de servicios integrales y generales* en la ciudad de Felipe Carrillo Puerto Q.Roo. En el municipio, tanto en el área rural y urbana, dicha empresa que se encarga de la limpieza de fosas sépticas y renta de baños públicos será un servicio integral a la comunidad.

Es preciso destacar, la importancia que trae consigo el establecimiento de esta operadora en Felipe Carrillo Puerto. En la ciudad y en las comunidades aledañas en este municipio, no se cuenta con un sistema de drenaje. Y debido a esto, ocasiona que a largo plazo se tengan que vaciar y limpiar las fosas sépticas. Esto por medidas de prevención e higiene y evitar problemas de salud.

II. JUSTIFICACION

(Morales, 2009)

En la actualidad las empresas deberían de contar con un plan de negocios en el que se registren los pasos a seguir a corto, mediano y largo plazo, puesto que en todos los mercados la competencia va en aumento y es más difícil que un producto/servicio tenga la aceptación por parte de los posibles consumidores; esto es debido al aumento de los productos nuevos e innovadores y también por los factores económicos que rigen en ese momento en el país. Debido a esto es necesaria la planeación para lograr los objetivos y metas para sí alcanzar el éxito empresarial.

Muchos empresarios consideran el plan de negocios como la herramienta más poderosa que puede utilizarse para operar en la economía cambiante del mercado. Por tanto este instrumento en las manos de un micro o mediano empresario podría ser una llave abierta a un sin número de oportunidades de negocios.

Los consumidores, de hoy en día buscan opciones que les brinden satisfacción a sus necesidades; por otra parte las empresas deben ofrecer esas opciones con la mayor rapidez posible y con un nivel alto de confiabilidad.

Si las empresas no prestan atención a estas tendencias del mercado, seguramente perderán al cliente. Viviendo en un mundo globalizado, cuya principal característica es la alta competitividad, lo que provoca una gran influencia a nivel mundial. Y para estar adentro en el mundo de los negocios es de vital importancia desarrollar estrategias que proporcionen ventajas delante de la competencia y que satisfagan al cliente.

Un plan de negocios será útil en varios sentidos. En primera instancia, definirá y enfocará los objetivos haciendo uso de información y análisis adecuados. Puede usarse como una herramienta de venta para enfrentar importantes relaciones, incluidas aquellas con sus prestamistas, inversionistas y bancos.

También se puede utilizar para definir la orientación del curso de acción; respaldar una solicitud de crédito; buscar inversionistas o nuevos socios, presentar una oferta de compraventa, conseguir una licencia o una franquicia de una compañía local o extranjera; entre otras opciones y beneficios que contrae el plan de negocios.

III. OBJETIVO GENERAL

Formular y evaluar un plan de negocios para la creación de una empresa operadora de Servicios generales y ambientales, en la ciudad de Felipe Carrillo Puerto, Quintana Roo.

IV. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Elaborar un estudio de mercado que permita determinar la demanda potencial y real para el servicio de limpiezas de fosas sépticas y renta de baños públicos.

- Determinar la factibilidad técnica para llevar a cabo el proyecto de la operadora de servicios.
- Evaluar económica y financieramente la factibilidad del proyecto.
- Identificar los factores de riesgo del proyecto.

V. BREVE DESCRIPCION DEL CONTENIDO DE LA MONOGRAFIA

El proyecto a desarrollar se denomina “plan de negocios para la empresa operadora de servicios generales y ambientales”. Dicho proyecto es creado para el municipio de Felipe Carrillo Puerto, Q.Roo. Comercializando el servicio de limpiezas de fosas sépticas y rentas de baños públicos.

En el capítulo 1, marco referencial. En este capítulo se definirá el plan de negocios por varios autores y su importancia. También se encontrarán los modelos de plan de negocios de Longenecker, Moore y Petty, en donde define e indica todo lo que incluye la elaboración de un plan de negocios. De igual forma serán mencionados los planes estratégicos de marketing según los autores: O.C. Ferrell, Michael D. Hartline y George H. Lucas, Jr.

En este capítulo 2, estudio del mercado. Se elaborará un análisis del sector en donde se observa lo económico, político-social, tecnológico y ambiental. Así como información estadística proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. Describirán la marca, la misión, la visión, los valores y objetivos de la empresa. Contiene la descripción del proyecto a sí mismo, la del servicio, el perfil del consumidor, como también el análisis de la competencia, la fijación de precios, las estrategias de mercadotecnia, la promoción y publicidad.

El capítulo 3, estudio técnico. Se determinará la tecnología a utilizar en el proceso de extracción de residuos orgánicos. Se presentan los aspectos de organización administrativa, que regulará las funciones y actividades de todo el personal.

Capitulo 4, estudio económico-financiero. Se conocerá las inversiones a realizar, así como montos respectivos, el financiamiento requerido, también los presupuestos de ingresos y egresos que se generaran en la nueva empresa. Con la evaluación económico-financiera, nos indicara la posición de la empresa y nos informara sobre la rentabilidad que obtendrá la empresa exportadora.

UQROO.SISBI.CEDOC

CAPITULO 1
MARCO DE REFERENCIA

UQROO.SIS@CEDOC

1.1 INTRODUCCION.

En este capítulo se presenta la planeación estratégica aplicada a la pequeña y medianas empresas (PYMES) así como el modelo de plan de negocios por Longenecker, Moore y Petty en el cual se encuentra su preparación y elaboración.

Así mismo el plan de negocios es un paso esencial que debe tomar cualquier empresario prudente, independiente de la magnitud del negocio, al igual el plan de negocios puede dejar al descubierto o misiones y/o debilidades en su proceso de planificación.

Los planes de negocios han sido creados para ayudar a los emprendedores a visualizar y plasmar mejor sus ideas, aterrizándolas correctamente y darles rumbo, y servir así como apoyo para darle a la empresa mayores probabilidades de triunfo.

Los planes de negocios serán útiles en varios sentidos. Existen muchas razones por las cuales no debe pasar por alto esta valiosa herramienta, se hacen mención de algunas. Definirá y enfocará su objetivo haciendo uso de información y análisis adecuados. Puede usarse como una herramienta de venta para enfrentar importantes relaciones, incluidas aquellas con sus prestamistas, inversionistas y bancos. Puede utilizar el plan para solicitar opiniones y consejos a otras personas. El plan de negocios puede dejar al descubierto omisiones y/o debilidades de su proceso de planificación.

Existen un sin números de autores que han creado y desarrollado modelos de plan de negocios, las partes que debe contener, y la descripción de las mismas. La planeación es un aspecto fundamental y es el sustento a los planes de negocio, pues es a través de una buena planeación en las empresas es como se puede dar rumbo a las ideas, a los conceptos y a las estrategias que permiten finalmente alcanzar los objetivos organizacionales. Enseguida se

presentan brevemente algunos modelos de planes de negocios, así como la definición particular que cada autor refiere sobre los mismos.

1.2 DEFINICIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS POR VARIOS AUTORES.

Longenecker, Moore y Petty, definen un plan de negocios como “un documento escrito que establece la idea básica que subyace en un negocio y determina también los aspectos o consideraciones que tiene que ver con su inicio. Para los negocios nuevos, un plan de negocios posee 4 objetivos básicos:

- Identificar la naturaleza y contexto que representa una oportunidad de negocios. ¿Por que existe tal oportunidad?
- Presentar el enfoque que se pretende tomar para desarrollar la oportunidad.
- Identificar los factores que más probabilidades tengan que determinar si se tendrá éxito.
- Servir como herramienta para captar recursos para el financiamiento.

Longenecker (2001). En lo fundamental la preparación de un plan de negocios es un proceso continuo y solo en segundos termino el medio para llegar a un producto o resultado final.

Rodríguez (2001). Engloba el plan de negocios en lo que se llama “planes de acción” refiriéndose a ellos como una orientación que dirige alguna área funcional de la empresa y del cual se derivan las decisiones, acciones y procedimientos de la dirección superior. En síntesis, los planes de acción abarcan el propósito y la directriz, vistos en forma integral, forman la base para las decisiones de toda la empresa. De esta manera las funciones administrativas de dirección y control se logran por medio de los planes de acción.

La finalidad de los planes, es hacer posible el cumplimiento de los objetivos. Estos son la expresión concreta del objeto que persigue una empresa, es decir, lo que se propone hacer y lo que se piensa obtener con esta acción.

Para lambing y kuehl (1998)” un plan de negocios es un documento amplio que ayuda al empresario a analizar el mercado y planear la estrategia del negocio”(p.136). Si es preparado por una empresa existente sirve para asegurarse de que el crecimiento futuro se maneje adecuadamente; si es para un negocio nuevo, ayuda a evitar errores muy costosos. Dicho plan también sirve para obtener financiamiento.

“un plan de negocio bien escrito constituye una evidencia de la capacidad del empresario para planear y administrar su compañía (lambing y Kuehl, 1998, p. 136).

Anzola (1998). Llama al plan de negocios, “un plan para la creación de empresas” definiéndola como una herramienta muy útil para alcanzar el éxito. Es un medio para comunicar las ideas de los emprendedores a otras personas, y da las bases fundamentales para concretarlas. Su redacción sencilla apoya su finalidad principal; que sea de fácil comprensión para todos.

“es una nueva forma de aprovechar, a través del trabajo en equipo o de la iniciativa individual, todo el potencial creativo de quienes hacen un trabajo, generando una mayor participación y rendimientos adicionales, para todos los participantes”. (Anzola, 1998, p.24)

Para Siegel, Ford y bornstein (1993). Un plan de negocios tiene 3 definiciones.

1. La más importante, es un plan que se puede utilizar para darnos idea de cómo debe ser dirigido el negocio. Brinda la oportunidad de afinar estrategias y cometer errores en papel, en vez de hacerlas en el mundo real, examinando a la empresa desde todas las perspectivas tales como mercadotecnia, finanzas y operaciones.
2. Es una herramienta retrospectiva, contra la cual el administrador puede determinar el funcionamiento real de una empresa en un cierto plazo. En la parte financiera de un plan se puede utilizar

como base para un presupuesto de funcionamiento y se puede supervisar cuidadosamente para considerar que tanto el negocio se está apegando a ese presupuesto.

3. Un plan de negocios sirve para mostrar a la gente lo que realmente le interesa de un negocio, es la forma en que se va a obtener utilidades. La mayoría de los inversionistas no pondrán su dinero en un negocio sin ver antes un plan.

Un plan de negocios es un documento diseñado para trazar el curso de una compañía en un periodo de tiempo específico. Muchas compañías escriben sus planes anualmente, que ponen énfasis en los 12 meses siguientes, y presentan de forma más general los 4 años siguientes. Pocos planes de negocios se proyectan mas allá de 5 años (siegel et al.,1993)

Fleitman (2000) Dice, un plan de negocios es un instrumento clave y fundamentalmente para el éxito de los empresarios. Es una serie de actividades relacionadas entre si para el comienzo o desarrollo de una empresa o proyecto con un sistema de planeación tendiente a alcanzar determinadas.

El plan define las etapas de desarrollo de un proyecto de empresa y es una guía que facilita la creación o el crecimiento de la misma. Es también una carta de presentación para posibles inversionistas o para obtener financiamiento. Además, reduce la curva de aprendizaje, mínima la incertidumbre y el riesgo del inicio o crecimiento de una empresa, amén de que facilita el análisis de la viabilidad, factibilidad técnica y económica de un proyecto, debe transmitir a los nuevos inversionistas, a los accionistas y a los financieros, los factores que harán de la empresa un éxito, la forma en la que recuperaran su inversión y en el caso de no lograr las expectativas de los socios, la fórmula para terminar la sociedad y cerrar la empresa. Fleitman (2000).

1.3 OTRAS DEFINICIONES ACERCA DE PLANEACIÓN.

Kotler y Armstrong (2001), los siguientes autores nos hablan de planeación, no solo dentro de un plan de negocios específicos, sino como algo mas general remitiéndose a lo que es la planeación estratégica.

Por ser los planes negocios una forma de planeación estratégica y por ser la mercadotecnia, el aspecto donde se pretende hacer mayor énfasis a esta investigación, se considera prudente el mencionar lo que dicen estos autores al respecto.

Kotler y Armstrong (2001) comentan que las empresas suelen preparar planes anuales, planes a largo plazo y planes estratégicos. Los planes anuales y a largo a plazo se ocupan de los negocios actuales de la empresa y de cómo mantenerlos en marcha. En contraste, el plan estratégico implica adaptar la empresa para poder aprovechar las oportunidades que ofrece su entorno al cambiar constantemente.

La planeación estratégica es el proceso de crear y mantener una coherencia estratégica entre las metas y capacidades de la organización y sus oportunidades de marketing cambiantes. Prepara el escenario para el resto de la planeación en el negocio, e implica definir una misión clara para la empresa, establecer objetivos de apoyo, diseñar una cartera de negocios solida y coordinar estrategias funcionales. (Kotler y Armstrong, 2001)

Ferrell, Hartline Lucas (2002). Hacen énfasis en el marketing, pero su definición de planeación estratégica de marketing, es aplicable a toda la planeación estratégica de la empresa y por lo tanto sirve como modelo de plan de negocios.

El proceso de la planeación estratégica de marketing consiste en identificar o establecer una misión de organizaciones, una estrategia corporativa, metas y objetivos, una estrategia y, finalmente un plan de marketing. El proceso comienza con un análisis profundo de los entornos interno y externo de la organización, en ocasiones conocido como análisis

situacional, dicho análisis ayuda a que los administradores determinen las fortalezas y debilidades internas de la organización e identifiquen las oportunidades y amenazas externas. (O.c. Ferrell, Michael D. y George H. Lucas, 2002)

1.4 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA APLICADA A PYMES

En la actualidad la planeación estratégica se aplica a las PYMES en el desarrollo del plan de negocios. Sahnya Shulterbrand (2003) lo define como documento que en forma ordenada y sistemática detalla los aspectos operacionales y financieros de una empresa. Entonces, al igual que un mapa guía al viajero, el plan de negocios permite determinar anticipadamente donde se encuentra la empresa, a donde quiere llegar y cuanto nos falta para llegar a la meta fijada.

Martínez (2000). El plan de negocios, es un instrumento sobre el que se apoya un proceso de planificación sistemático y eficaz. El plan de negocios debe entenderse como un estudio que, de una parte, incluye un análisis del mercado, del sector y de la competencia, el plan de desarrollado por la empresa para incursionar en el mercado con un producto/ servicio, una estrategia y un tipo de organización, proyectando esta visión de conjunto a corto plazo, a través de la cuantificación de las cifras que permitan determinar el nivel de atractivo económico del negocio y la factibilidad financiera de la iniciativa; y a largo plazo, mediante la definición de una visión empresarial clara y coherente.

1.5 COMPONENTES DEL PLAN DE NEGOCIOS.

Todo plan de negocios que se precie de tal, debería contener un sumario ejecutivo; la misión, visión y los objetivos del emprendimiento; una detallada descripción de los productos y/o servicios que estemos dispuestos a lanzar al mercado, un sincero análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas(FODA); las estrategias de marketing y ventas a seguir; la descripción de las personas que van a llevar a cabo esta tarea; los requisitos

operacionales(hardware, software, servicios, etc.); la estructura financiera junto con las necesidades de financiación; y por último, los anexos, es decir la documentación que acompañe y certifique lo expuesto en el plan.

Sahnya (2003). Conocido también como Business plan o plan empresarial. Podemos definirlo como un mapa que describe la trayectoria de la empresa o negocio, en tres tiempos; pasado, a manera de introducción; presente: con las especificaciones de la situación al momento; futuro: con las proyecciones de metas y objetivos.

1.6 LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y LAS EMPRESAS.

Nos hablan de la planeación y no solo dentro de un plan de negocios específico, sino como algo mas general remitiéndose a lo que es planeación estratégica.

Por ser los planes de negocios una forma de planeación estratégica y por ser la mercadotecnia, el aspecto donde se pretende hacer mayor énfasis a esta investigación, se considera prudente mencionar lo que dicen estos autores al respecto.

Sallenave (1991), afirma que la planificación estratégica es el proceso por el cual los dirigentes ordenan sus objetivos y sus acciones en el tiempo. No es un dominio de alta gerencia, sino un proceso de comunicación y de determinación de decisiones en el cual intervienen todos los niveles estratégicos de la empresa.

La planeación estratégica es el proceso de crear y mantener una coherencia estratégica entre las metas y capacidades de la organización y sus oportunidades de marketing cambiantes.

1.7 PREPARACION DE UN PLAN DE NEGOCIOS.

El plan se utiliza tanto para una gran empresa como para un pequeño emprendimiento. En distintas etapas de la vida de una empresa es necesario establecer a través de un documento los aspectos esenciales de proyectos que

pueden estar relacionados con: lanzamiento de nuevos productos, mejorar los productos existentes, cambiar o ampliar locales para aumentar la capacidad de producción, respaldar un pedido de crédito o interesar a un socio potencial.

El plan de negocios posibilita a través de un documento reunir toda la información necesaria para valorar un negocio y establecer los parámetros generales para ponerlo en marcha.

En el documento se establece la naturaleza del negocio, los objetivos del empresario y las acciones que se requiere para alcanzar dichos objetivos.

En el plan de negocios predominan los aspectos económicos y financieros, pero también es fundamental la información que está relacionada con los recursos humanos, las propuestas estratégicas, comerciales y operativas.

1.7.1 ELEMENTOS DE UN PLAN DE NEGOCIOS.

Aunque el plan de negocios para cada nueva aventura es exclusivo y no hay un solo formato o fórmula que pueda garantizar el éxito, hay directrices que puede seguir un empresario potencial en la preparación de su plan.

La mayoría de los planes de negocios muestra similitud considerable en su contenido básico.

1.7.2 PORTADA

La portada es la primera página del plan de negocios y debe contener la siguiente información:

- Nombre de la compañía, dirección, número telefónico, número de fax y dirección electrónica.
- Logotipo de la compañía si lo hay.
- Nombres, puestos, direcciones y números de teléfono de los propietarios y ejecutivos.
- Fecha que se emitió el plan de negocios.

- Numero de la copia (para llevar el control de cuantos ejemplares están en circulación).
- Nombre de la persona que lo preparo, si es que es diferente de los propietarios y los ejecutivos clave.

1.7.3 CONTENIDO.

El contenido ofrece un listado secuencial de las secciones del plan, con número de páginas. En otras palabras el contenido no es más que un índice de las partes que contiene todo el documento del plan de negocios.

1.7.4 RESUMEN EJECUTIVO.

El resumen ejecutivo es determinante para captar la atención del inversionista de un minuto. Debe transmitir un cuadro claro y conciso de la aventura propuesta y, al mismo tiempo, crear un sentido de entusiasmo respecto de sus posibilidades. Esto significa que debe ser escrito y si es necesario reescrito para que sea claro y cree interés.

Aun cuando el resumen ejecutivo viene al principio del plan de negocios, ofrece un panorama general de todo el plan y debe escribirse hasta el final del proceso.

De acuerdo con la situación y preferencia del empresario, el resumen ejecutivo puede adoptar la forma de una sinopsis o una narración.

Sinopsis.- la sinopsis es el formato más sencillo de los dos resúmenes. Una sinopsis describe brevemente todos los aspectos del plan de negocios, dándole a cada tema más o menos el mismo tratamiento. Relata de manera simple, abreviada, las conclusiones de cada sección del plan de negocios. Aunque es relativamente fácil redactar, la sinopsis puede ser de lectura algo árida para el posible inversionista.

Narrativa.- como la narrativa le relata una historia al lector, puede transmitir mayor emoción que la sinopsis. Sin embargo, la preparación de una narrativa

eficaz requiere un redactor talentoso que puede comunicar la información necesaria y generar entusiasmo sin atravesar la frontera hacia la hipérbole. Una narrativa es más apropiada para los negocios que están irrumpiendo en nuevos campos, ya sea con un nuevo producto, un nuevo mercado o nuevas técnicas de operación.

También es el mejor formato para los negocios que tienen una ventaja dominante, como una patente importante o la de estar dirigidos por un empresario bien conocido. Por último, la narrativa funciona bien en el caso de compañías con antecedentes o historias interesantes.

1.7.5 DECLARACION DE LA VISION Y MISION

La declaración de la misión de la empresa describe de manera concisa, por escrito, la estrategia que se pretende seguir y la filosofía de negocios para convertir en realidad la visión de un empresario.

En pocas líneas, debe transmitir la forma en que los esfuerzos combinados de todas las aéreas del negocio la harán dirigirse hacia una meta. Además, debe distinguir a la empresa de todas las demás.

Las declaraciones de la misión pueden variar, y de hecho lo hacen, en longitud, contenido, formato y especificidad. Sin embargo, es esencial que una declaración de misión sea simple, creíble y lograble.

1.7.6 VISION PANORAMICA DE LA COMPAÑÍA.

El cuerpo principal del plan de negocios comienza con una breve descripción de la empresa. Si una empresa ya existe, se incluye su historia. Esta sección informa al lector del tipo de negocio que se propone, los objetivos de la empresa, donde se ubica, y si servirá a un mercado local o internacional.

En muchos casos, los aspectos legales, en particular aquellos relativos a la forma de organización de la empresa, se explican en esta sección del plan. Al preparar esta sección, el empresario debe responder estas preguntas:

- ¿Cuál es la naturaleza y actividad básica del negocio?
- ¿Cuándo y donde comenzó este negocio?
- ¿Qué se ha logrado hasta la fecha?
- ¿Qué cambios se han logrado en la estructura o propiedad?
- ¿En qué etapa de desarrollo se encuentra la empresa?
- ¿Cuáles son los objetivos de la empresa?
- ¿Cuál es su producto o servicio principal?
- ¿A qué cliente sirve?
- ¿Cuál es la competencia distintiva de la empresa?
- ¿Cuál es el estado económico actual y proyectado de la industria?
- ¿Cuál es la forma de organización de la empresa?
- ¿pretende la empresa convertirse en una compañía cuyas acciones se negocien en el mercado de valores o es candidato para que otros la adquieran?

1.7.7 PLAN DE MERCADOTECNIA

Los inversionistas y acreedores potenciales le dan una alta prioridad a las consideraciones del mercado. No desean invertir en un producto que este bien trabajado, pero que rechacen los clientes. Por lo tanto, el plan de mercadotecnia debe identificar los beneficios para los usuarios y el tipo de mercado que existe. De acuerdo con el tipo de producto o servicio que se ofrece, el plan de mercadotecnia puede no solo identificar, sino también cuantificar los beneficios para el usuario. Desde luego, los beneficios también pueden asumir formas como ahorros en tiempo o mejoras en atractivo, seguridad o higiene.

El plan de mercadotecnia debe despertar el interés del consumidor al mostrar que existe un mercado, y que los consumidores ya están listos para comprar el producto o servicio. Este análisis de mercado debe ser suficientemente detallado como para ofrecer una estimación razonable de la demanda.

También de igual forma, el plan de mercadotecnia debe examinar la competencia y describir los elementos de la estrategia de mercadotecnia propuesta por ejemplo, especificar el tipo de fuerza de ventas y los métodos de promoción y publicidad que se emplearan.

1.7.8 PLAN DE ADMINISTRACION.

El plan de administración debe detallar la estructura organizacional propuesta de la empresa y los antecedentes de aquellos que ocuparan las posiciones clave. Desde un punto de vista ideal los inversionistas desean un equipo administrativo bien balanceado, que incluya expertos en finanzas y mercadotecnia, así como experiencia en producción y talento innovador. La experiencia administrativa en empresas relacionadas y en otras situaciones de inicio es particularmente valiosa ante los ojos de los posibles inversionistas.

1.7.9 PLAN DE OPERACIONES.

El plan de operaciones explica el enfoque propuesto por la compañía para asegurar la calidad, controlar el inventario y emplear subcontratistas u obtener materias primas. El plan de operaciones ofrece información sobre la forma en que el producto se fabricara o el servicio se proporcionara; su importancia varía de empresa a empresa. Este plan analiza aspectos como la ubicación y las instalaciones: cuanto espacio necesitara el negocio y qué tipo de equipo requerirá.

1.7.10 PLAN FINANCIERO.

El análisis financiero constituye otra parte decisiva del plan de negocios; se incluye en la sección del plan financiero: los estados pro forma, que son proyecciones de los estados financieros de la compañía. Las proyecciones incluyen los balances, los estados de resultados y estados de flujo de efectivo anuales para cinco años, así como presupuestos de efectivo mensuales para el primer año, trimestrales para el segundo y tercer año y después anuales para el cuarto y quinto año. Es vital que las proyecciones financieras estén

apoyadas por hipótesis y explicaciones solidas de la forma en que se han determinado las cifras.

1.7.11 APENDICE DE DOCUMENTOS DE APOYO.

Este apartado debe contener varios materiales complementarios y anexos de apoyo para el lector pueda ampliar su conocimiento del plan.

Este documentos de apoyo incluyen cualquier aspecto mencionado en el texto del plan de negocios, como el currículum vitae de los inversionistas, y propietarios/ administradores claves; estudios de investigación de mercados; investigaciones publicas pertinentes y contratos de venta ya firmados.

1.8 ESQUEMA MODELO PARA EL DESARROLLO DE UN PLAN DE NEGOCIOS.

Un plan de negocios según Sahnya Shulterbrandt (2004) incluye lo siguiente:

1.8.1 Introducción a la empresa.

- Orígenes de la empresa
- Objetivos y filosofía de la empresa. Definición de la misión, visión y valores
- Características de la empresa
- Composición y organización
- Recursos humanos
- Recursos físicos
- Expectativa de socios y clientes

1.8.2 Naturaleza del proyecto.

- El producto o servicio
- Productos actuales y características
- Estrategias operativas
- Precios, ventas y costos

- Valoración global del proyecto y coherencia

1.8.3 Mercadeo y estrategia.

- Identificación de target(segmento) del mercado
- Análisis de la competencia
- Estrategia de precios
- Promoción y publicidad
- Distribución
- Previsiones
- Plan de mercadeo

1.8.4 Producto o servicio.

- Especificaciones del producto o servicio
- Área de producción
- Equipos e infraestructura

1.8.5 Organización y plan del trabajo de desarrollo del proyecto.

- Aspectos generales de la organización
- Marco legal de la organización
- Plan de trabajo para el desarrollo del proyecto

1.8.6 Aspectos económico-financieros.

- Determinación de la inversión inicial necesaria
- Estudio de las fuentes de financiación disponibles
- Proyecciones de resultado
- Plan de tesorería y proyecciones
- Balance de situación

1.9 CONCLUSIONES.

La elaboración de un plan de negocios es un paso esencial que permite al empresario conocer aspectos importantes que se deben considerar al comenzar un negocio ya que evalúa todos los aspectos de factibilidad económica y análisis de sus perspectivas empresariales.

Para entender la relación con el entorno, específicamente la relación empresa-mercado, la administración ha ido desarrollando a lo largo de su historia un conjunto de instrumentos. Estos instrumentos son básicamente funciones de dos variables que permiten vincular los acontecimientos del entorno (variables externas) con situaciones particulares a la organización (variables internas), ayudándonos a identificar los diferentes factores que pueden influir en el posicionamiento y la ventaja que se tiene ante la competencia (si existe), la atracción del mercado, la rivalidad entre los competidores y la empresa.

Teniendo esta explicación del funcionamiento de las matrices, podemos ponerlas en prácticas para la realización del plan estratégico de desarrollo de la empresa Ambienta.

UQROO.SISBI.CEDOC

CAPITULO 2
ESTUDIO DEL MERCADO

UQROO.SIS/CEDOC

2.1 INTRODUCCIÓN

La importancia que trae consigo el equilibrio del medio ambiente y la estabilidad de aspectos de salubridad en nuestro entorno, es un tema muy interesante cuando abordamos que la contaminación es un factor de irresponsabilidad por parte de la ciudadanía, pero es también el hecho de que no se conozcan herramienta o medios para combatirlos. En tanto los olores fétidos que emanan de las fosas sépticas, el derrame de dichas sustancias debido al lleno total de las mismas y en el caso de eventos masivos en donde no existen sanitarios abiertos al público, se torna una situación muy insalubre; es porque las personas de manera irresponsable e inmadura, defecan, mear en las vías públicas, parques, áreas verdes, entre otras.

2.2 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Este proyecto consiste en la implementación y puesta en marcha de una operadora de servicios generales y ambientales. Como antes mencionado, dicha operadora de servicios servirá a todo aquel que a si lo requiera, tanto como al gobierno municipal y a la ciudadanía en general. Por otra parte se garantizara un alto nivel de confianza a todos aquellos posibles clientes y que con plena seguridad hagan uso de este, dándonos la responsabilidad de atenderlos en tiempo y forma que a si se requiera.

2.3 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

El servicio que se brindara consiste en enviar a un equipo de trabajo calificado y altamente preparado, con un fuerte conocimiento en materia ambiental. Dándose consigo la confianza depositada en nuestro servicio, garantizando que aquel equipo de trabajo estará a cargo de dichas tareas encomendadas, teniendo amplios conocimientos en el manejo de sedimentos.

Procedimiento de contratación:

- 1) se recibirá la solicitud por parte del cliente:

- por teléfono
 - de forma personal
- 2) se enviara al equipo de trabajo seleccionado para dicha tarea encomendada.
 - 3) El equipo de trabajo será enviado en tiempo y forma ya establecidos con anterioridad.
 - 4) El pago del servicio será de manera anticipada
 - 5) Posteriormente se realizara una llamada telefónica al cliente, para que evalúe el servicio que recibió. Si fue en la hora estipulada, el servicio responsable e higiénico, si las medidas de seguridad de salubridad fueran adecuadas y el trato del personal fue la ideal.

2.4 PERFIL DEL MERCADO EN FELIPE CARRILLO PUERTO

A. Gobierno municipal:

En este caso se le servirá el gobierno en caso que así se requiera, serán también en problemas de control de aguas negras en la ciudad y en las distintas comunidades de su alrededor. En situaciones que conciernen de problemas de obstrucción por motivos de lluvias frecuentes que ocasionan obstrucción de las alcantarillas en las vías públicas. En eventos masivos, antes mencionados, se le brindara los servicios de baños públicos esto para tener un mayor control sanitario. En el caso de mantener los servicios totalmente a disposición del gobierno de Felipe Carrillo Puerto, se maneja una estandarización de precios en el caso que sea en la cabecera municipal y se maneja otra en el caso que se requiera en las distintas comunidades circunvecinas. Por dicha disponibilidad se maneja también descuentos en caso que así competa.

B. Ciudadanía en general:

Se les brindara los servicios de extracción de desechos sanitarios, esto por motivos del llenado de sus fosas sépticas, que en ocasiones

emanan malos olores que afectan la salud de la familia, los vecinos y el medio ambiente, también por los derramamientos por el llenado de estas fosas, Entre otras.

C. Eventos particulares:

En este apartado, se les brindaran los servicios a todas aquellos representantes de grupos musicales, que con frecuencia tienen presentaciones en la ciudad, se les proporcionaran el arrendamiento de los baños públicos para sus eventos, dándole de esta forma un excelente servicio integral al público. Por otra parte, en las congregaciones por motivos de asuntos religiosos, en las ferias hay muchas ocasiones que los baños son el principal motivo de molestias por parte de la ciudadanía, que no existen sanitarios adecuados e higiénicos.

2.5 ANALISIS POR SECTORES CONÓMICO

De acuerdo con el SCIAN (sistema de clasificación industrial de América del norte) se tiene la clasificación del sector al cual pertenece.

56(sector) servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación.

561(subsector) servicio de apoyo a los negocios.

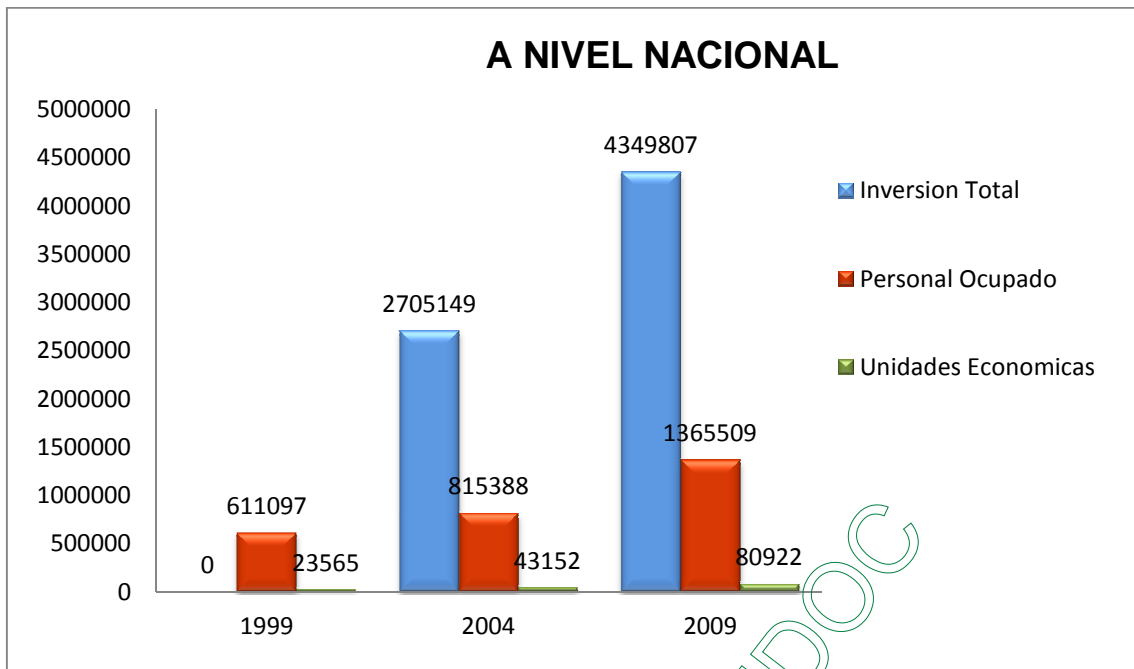
5617(rama) servicios de limpieza.

56179(sub rama) otros servicios de limpieza.

561790(clases) otros servicios de limpieza.

Dichas unidades económicas, que se presentan a continuación son dedicadas principalmente a la limpieza de chimeneas, sistemas de ventilación, aire acondicionado, calefacción, cisternas, tinacos, albercas, hornos, incineradores, calentadores de agua, extractores, fosas y a otros servicios de limpieza especializados clasificados en otra parte.

Grafica N. 1



Fuente: elaboración propia, con datos del INEGI CENSOS (1999, 2004, 2009)

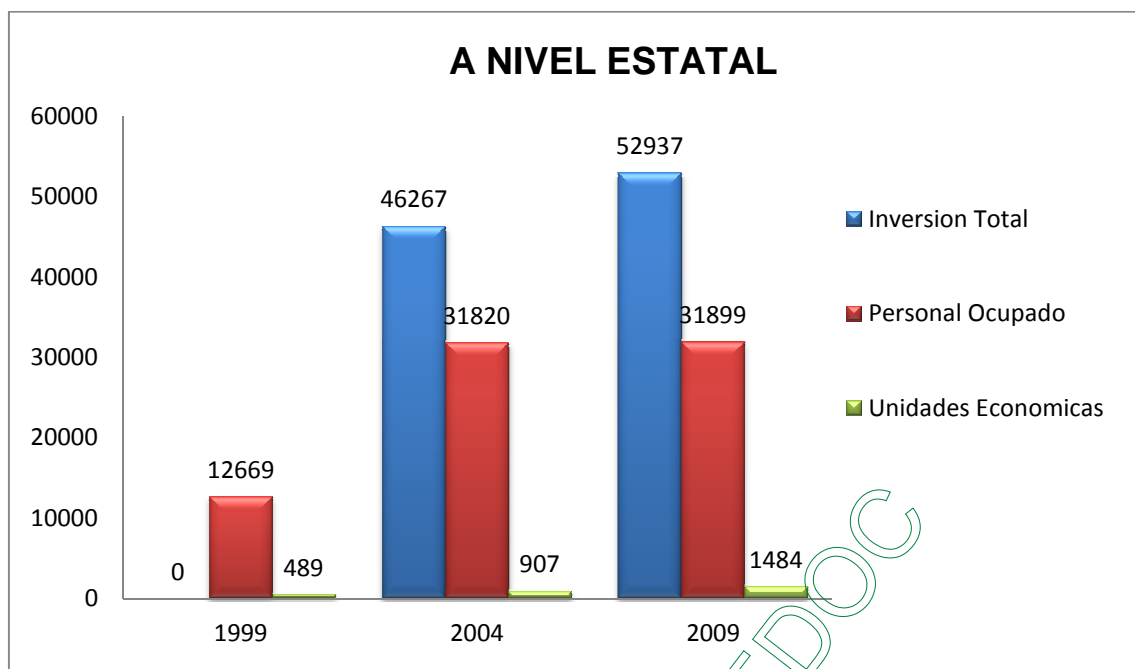
En la grafica N. 1 nos demuestra que el sector de servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación.

A nivel nacional, su inversión total tubo un notorio crecimiento de 4, 349,807. Esto nos indica que las inversiones se han repuntado y evolucionado por que comparando 1999 la inversión total fue nula.

En tanto al personal ocupado se encuentra por debajo de los 1, 500,000 y su crecimiento han sido consecuentes pero lentos.

Las unidades económicas has tenido un crecimiento muy lento, si se comparan en las ultimas fechas las unidades económicas están por debajo de los 500,000.

Grafica N. 2



Fuente: elaboración propia, con datos del INEGI CENSOS (1999, 2004, 2009)

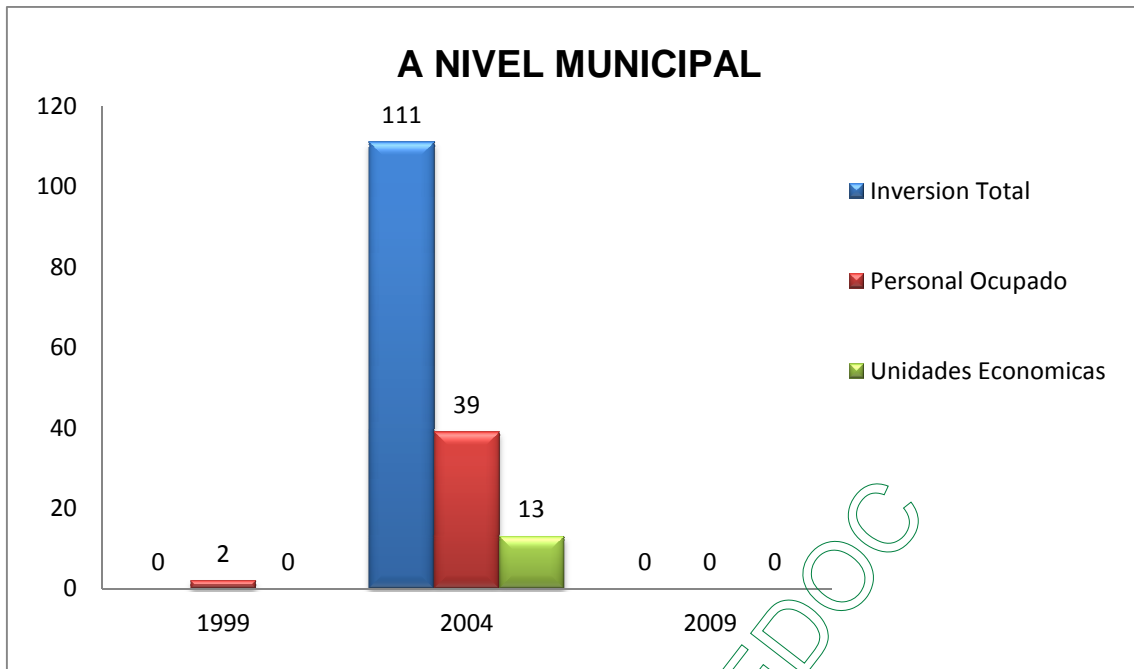
En la grafica N. 2 nos demuestra que el sector de servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación.

A nivel estatal, su inversión total tubo un notorio crecimiento de 52,937 en el 2009 y comparando con el 2004 un margen de 46,267 el crecimiento fue notorio la diferencia es muy poca. Esto nos indica que las inversiones son estables y consecuentes.

En tanto al personal ocupado se encuentra debajo de los 40,000 y su crecimiento a partir de 1999 después el crecimiento fue muy generoso, en el 2004 y 2009 la diferencia es muy poca el personal ocupado a nivel estado en este sector se encuentra en un crecimiento suma mente lento.

Las unidades económicas se encuentran muy debajo de los 10,000, no han tenido un gran despunte y el crecimiento es muy poco notorio.

Grafica N. 3



Fuente: elaboración propia, con datos del INEGI CENSOS (1999, 2004, 2009)

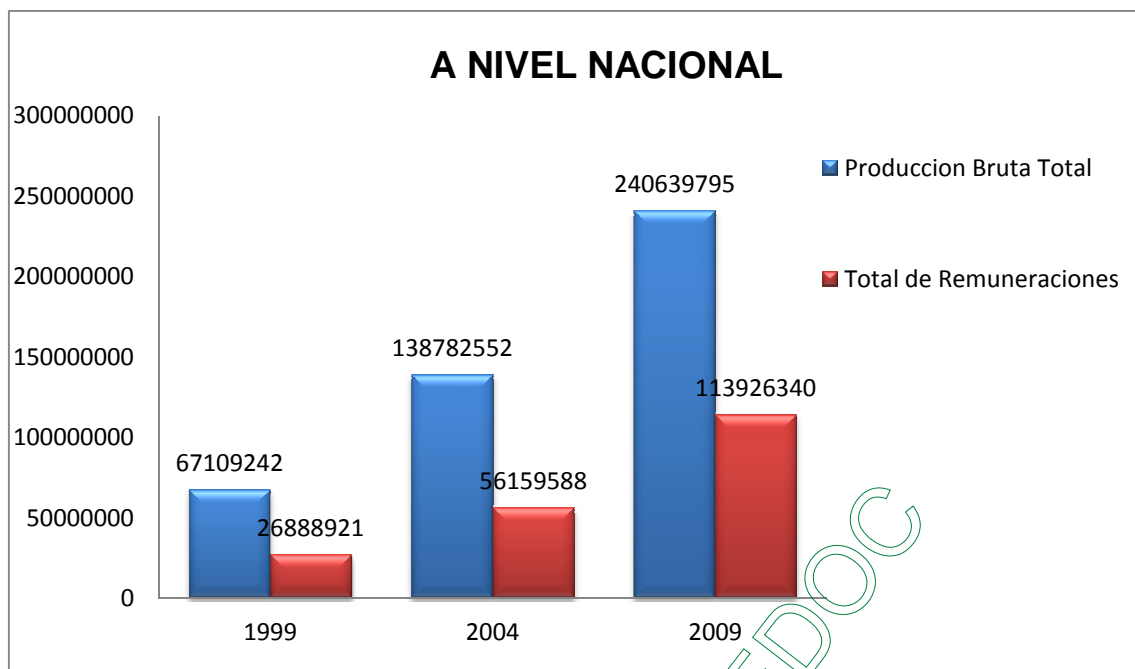
En la grafica N. 3 nos demuestra que el sector de servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación.

A nivel municipal, su inversión total tubo un notorio crecimiento de 111 solo en el 2004 la grafica nos refleja un muy buen despunte en esa fecha 2009 no existió algún crecimiento el resultado fue de "0" un dato muy curioso. En pocas palabras no existe inversión total en dicho sector.

En tanto al personal ocupado se encuentra en 39 y solo fue en el 2004, en los siguientes años decayó hasta llegar al cero. En la actualidad no se cuenta con personal ocupado en este sector.

Las unidades económicas son de 13 en el 2004, en los siguientes años decayó hasta el cero. Tampoco existen unidades económicas actualmente.

Grafica N. 4



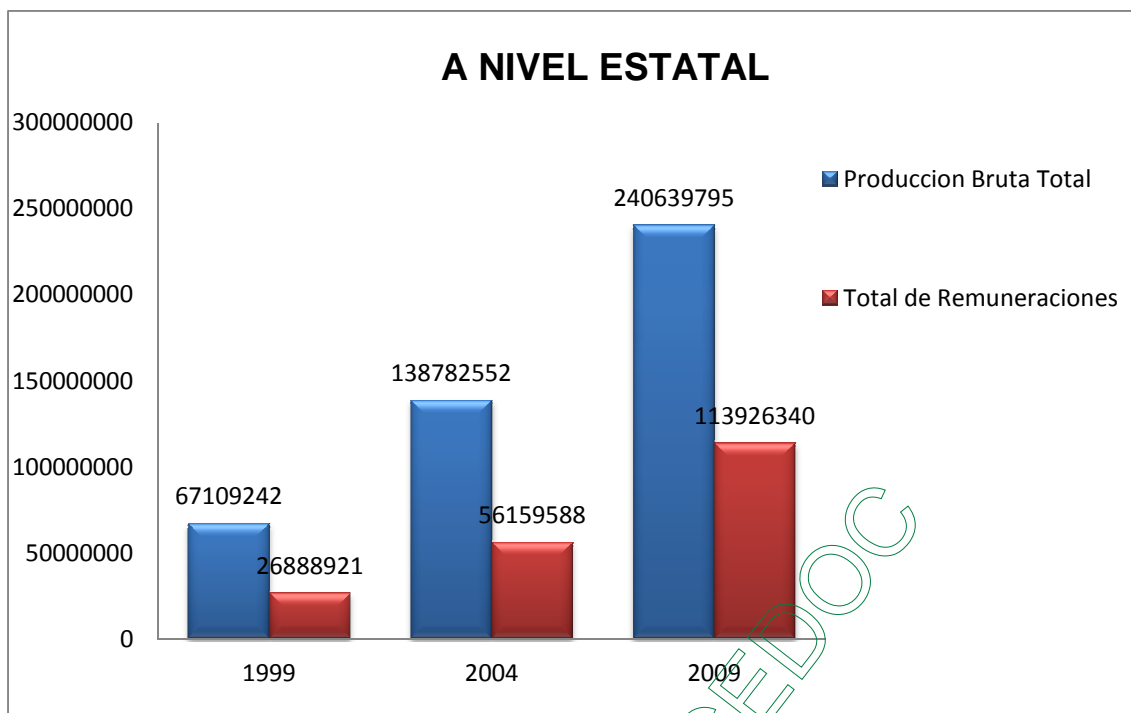
Fuente: elaboración propia, con datos del INEGI CENSOS (1999, 2004, 2009)

En la grafica N. 4 nos demuestra que el sector de servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación.

A nivel nacional, su producción bruta total ha tenido un crecimiento bastante notorio y consecuente en el sector. En la actualidad existe una excelente producción bruta que día con día esta en aumento.

Respecto con el total de remuneraciones se encuentra por debajo de los 15 000 000. Pero están en aumento y en constante crecimiento.

Grafica N. 5



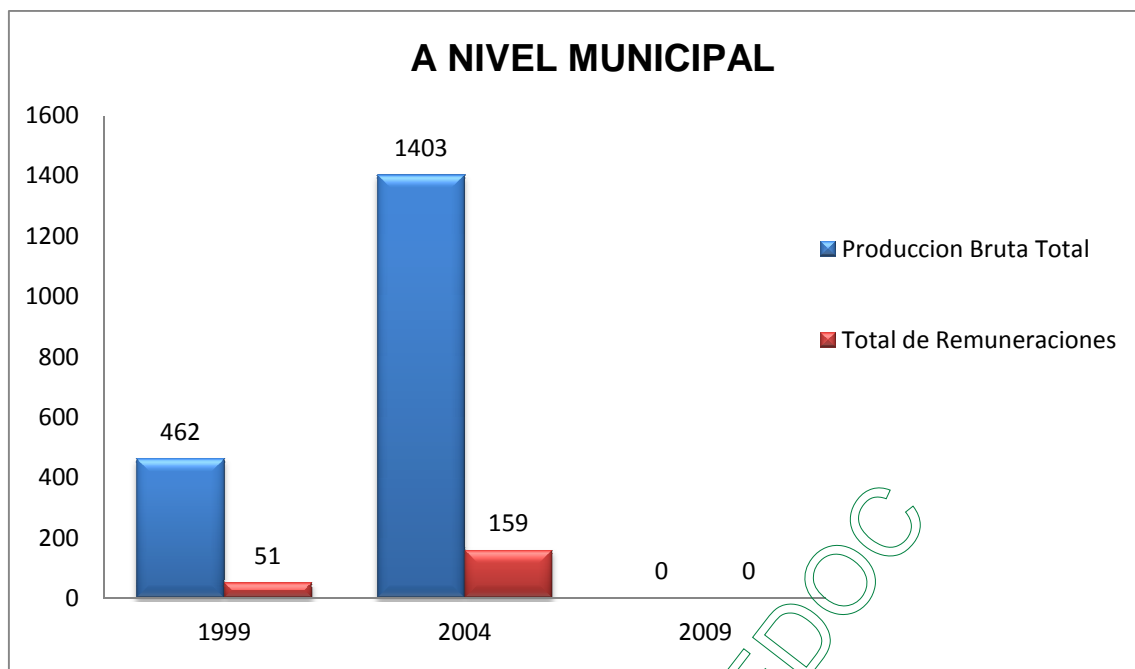
Fuente: elaboración propia, con datos del INEGI CENSOS (1999, 2004, 2009)

En la grafica N. 5 nos demuestra que el sector de servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación.

A nivel estatal, su producción bruta total ha tenido un crecimiento bastante consecuente en el sector. Se encuentra por debajo de 25 000 000. Durante los 3 años la producción ha estado en constante crecimiento.

Respecto con el total de remuneraciones se encuentra por debajo de los 15 000 000. Están en aumento y en constante crecimiento. Las remuneraciones en el estado son equilibradas y en constante crecimiento.

Grafica N. 6



Fuente: elaboración propia, con datos del INEGI CENSOS (1999, 2004, 2009)

En la grafica N. 6 nos demuestra que el sector de servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación.

A nivel municipal, su producción bruta total ha tenido un crecimiento bastante consecuente en el sector en el año 1999 a el 2004 pero en el ultimo año la producción es de cero. Se entiende que actualmente no existe producción bruta total en este sector.

Respecto con el total de remuneraciones se encuentra por debajo de los 200. Estuvo en aumento y en constante crecimiento en el año 1999 a 2004 pero en la actualidad las remuneraciones son de cero

2.6 MISIÓN

Ser una empresa que se dedique a la prestación de servicios, que busque ser la única en el mercado y la mejor en cuanto a la calidad en su giro, mediante el compromiso con su personal y la satisfacción de sus clientes.

2.7 VISIÓN

Cumplir al 100% a nuestros clientes, entregar a tiempo y forma, con el compromiso constante de calidad en el servicio generando así, el valor a nuestra gente, cliente y comunidad.

2.8 OBJETIVO CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO

Corto plazo:

- Brindar el servicio en la zona urbana y rural del municipio de Felipe Carrillo Puerto.
- Abarcar el 25% del mercado en ambas zonas (rural y urbana) en el municipio de Felipe Carrillo Puerto.
- Brindar un servicio de calidad.
- Crear una gran cartera de clientes y siempre en búsqueda de nuevos posibles clientes.
- Contar con una excelente estrategia de publicidad; con el fin de penetrar en la mente de los posibles clientes. Atacando principalmente con spots de radio.

Mediano plazo:

- alcanzar un 5% anual de la inversión.
- Contar con el 100% de equipamiento y transporte para prestar el servicio.
- abarcar el 50% del mercado en ambas zonas (rural y urbana) en el municipio de Felipe Carrillo Puerto.
- Contar con el personal para cada departamento que a si se requiera.

- Investigar si la empresa es sujeta a certificación ambiental. Conseguir una certificación que conste que sea una empresa socialmente responsable.

Largo plazo:

- alcanzar el 100% del mercado.
- contar con una rentabilidad del 10% anual.
- Ya haberse posicionado en la mente de los clientes.
- tener contactado a más de 10 proveedores (en cuanto a la adquisición de los sanitarios públicos y la maquinaria pertinente para la limpieza de fosas sépticas) de todo el país, para brindarle el servicio más eficiente y a menor precio al cliente.
- Contando con la maquinaria necesaria tendremos la capacidad de prestar otro tipo de servicios; como son la limpieza de drenaje público y alcantarillado.

2.9 ANÁLISIS FODA

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados. (thompson, 1998) establece que el análisis FODA estima el hecho que una estrategia tiene que lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación de carácter externo; es decir, las oportunidades y amenazas.

Fortalezas

- Personal profesional y altamente preparados para la prestación de los servicios de limpieza.
- Adecuada estructura organizacional que permite ofertar el servicio de forma eficiente.
- Somos la única empresa de este tipo de servicios en Felipe Carrillo Puerto

- Maquinarias requeridas y baños públicos

Oportunidades

- Existen programas de gobierno que pueden financiar estos proyectos.
- Competencia no establecida.
- precios accesibles.
- Mercado creciente en el municipio de Felipe Carrillo Puerto.

Debilidades

- Falta de experiencia
- No se cuenta con el inmueble o infraestructura necesaria
- Falta de recursos propios, por lo que tenemos que recurrir al financiamiento
- Desconfianza por parte de los posibles clientes, debido a la creación de una empresa nueva.

Amenaza

- la tendencia al fracaso de los nuevos negocios
- la inestabilidad económica y política por la que atraviesa el país
- introducción de posibles competidores y con mayor experiencia en el ramo
- fenómenos meteorológicos
- Contaminación (legislación ambiental)

Las Fortalezas de la empresa de servicios “AMBIENTA” se enlistan a continuación:

- Personal profesional y altamente preparados para la prestación de los servicios de limpieza. El personal es una pieza muy importante del cual nos sujetaremos para ofrecer el mejor servicio a nuestros posibles clientes,

debido a que ellos serán la tarjeta de presentación y nos darán una buena imagen como empresa.

- Adecuada estructura organizacional que permite ofertar el servicio de forma eficiente. Al tener una buena organización podremos canalizar cada una de las tareas a realizar sin tener ningún tipo de problemas y así otorgar un mejor servicio de calidad.
- Somos la única empresa de este tipo de servicios en Felipe Carrillo Puerto. En esta fortaleza, con anterioridad ya se había comentado que en dicho municipio, no se cuenta con una empresa similar a esta, esto quiere decir que todo el mercado hasta horita, sería totalmente de “AMBIENTA”. Sin mencionar los posibles servicios sustitutos.
- Maquinarias requeridas y baños públicos. es una fortaleza para la empresa debido a que en el municipio de Felipe Carrillo Puerto somos la única empresa en su giro y la única en contar con la maquinaria pertinente para la absorción de materia fecal. Y de igual manera ser la única empresa en prestar un servicio de renta de sanitarios portátiles.

Oportunidades de la empresa de servicios “AMBIENTA” se enlistan a continuación:

- Existen programas de gobierno que pueden financiar estos proyectos. nos permite contar con recursos para el mantenimiento de nuestra empresa y además de reducir nuestros costos y gastos.
- Competencia no establecida. La única posible competencia en la ciudad de Felipe Carrillo Puerto, no cuenta con un establecimiento, tampoco con las herramientas pertinentes y mucho menos con un personal capacitado para brindar el servicio de limpieza de fosas sépticas. Es por eso que es una oportunidad para la empresa de nueva creación, que tenga una maquinaria especial de absorción y contar con un personal capacitado.

- precios accesibles. Al contar con una empresa de nueva creación los precios seria bajos, para ganar clientes y para posicionarnos en la mente de cada individuo.
- Mercado creciente en el municipio de Felipe Carrillo Puerto dicho mercado de servicios esta en incremento, debido al crecimiento de la población y a muchas casas habitación que no cuentan con el servicio de drenaje.

Debilidades de la empresa de servicios “AMBIENTA” se enlistan a continuación:

- Falta de experiencia es una debilidad debido ha que somos recién egresados de la universidad, la experiencia no es nuestra mejor virtud.
- No se cuenta con el inmueble o infraestructura necesaria como todo nuevo proyecto solo se cuenta con una excelente planificación, sin duda nuestra debilidad al tener este como proyecto no se cuenta con un inmueble o infraestructura necesaria para la implementación de dicho plan.
- Falta de recursos propios, por lo que tenemos que recurrir al financiamiento como antes mencionado, como egresado de la universidad y haber tendido una vida estudiantil, no se cuenta con los recursos necesarios para poder echar andar este proyecto, de otra forma tenemos que recurrir a los micro financiamientos.
- Desconfianza por parte de los posibles clientes, debido a la creación de una empresa nueva. El motivo de desconfianza por parte de los posibles clientes, es por ser nuevos en el mercado y la única empresa de este tipo en la ciudad de Felipe Carrillo Puerto.

Amenaza de la empresa de servicios “AMBIENTA” se enlistan a continuación:

- la tendencia al fracaso de los nuevos negocios en las PyMes se manejan grandes datos porcentuales, en las cuales denotan las quiebras de las pequeñas empresas, esto se debe a distintos factores. Que como todas las pequeñas y medianas empresas están expuestas al fracaso.
- la inestabilidad económica y política por la que atraviesa el país en la actualidad los problemas que cursa nuestro país y el resto de los demás países, también nos afectan, es por problemas climáticos, económicos, sociales, políticos, entre otros. Que repercuten al fin al cavo a los pequeños empresarios y obligan a su deceso.
- introducción de posibles competidores y con mayor experiencia en el ramo es debido a las grandes necesidades que existen en el municipio, que dicho mercado puede ser blanco de empresarios con experiencia en el ramo y con necesidades de invertir.
- fenómenos meteorológicos es una verdadera amenaza natural para el proyecto, no se puede evitar, y lo único que se puede hacer es tener una cultura en caso de desastres.
- Contaminación (legislación ambiental)

2.10 OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN

De acuerdo con la naturaleza del proyecto y a las características del mercado, nuestra investigación, para determinar la demanda de nuestro servicio se baso totalmente en fuentes secundarias como son:

- INEGI
- Base de datos de la secretaria de administración del H. ayuntamiento de Felipe Carrillo Puerto.

- C.A.P.A. del municipio de Felipe Carrillo Puerto. archivos generales.
- Paginas de internet en relación con distintos panoramas del mercado.
- Revistas con una cierta especialización o enfoques mercadológicos.

2.11 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Competencia indirecta

Cabe recalcar que al principio de este proyecto se hizo mención en la que se señala que en la ciudad de Felipe Carrillo Puerto Q,Roo no se cuenta con una empresa de este giro o tipo, que se dedique exclusivamente al brindar este tipo de servicios.

De esta forma se dictamina que no existe un competidor directo para la operadora de servicios generales e integrales. Sin embargo se hace mención de un grupo de trabajadores que dan el servicio de limpieza de fosas sépticas, sin alguna capacitación y sin algunas medidas de seguridad por parte de los trabajadores, también no cuentan con las herramientas necesarias para el procedimiento de limpieza, lo hacen de manea rudimentaria; utilizando cubetas como recipientes, tinacos de asbesto como depósitos y una camioneta que no tiene el equipamiento necesario.

La competencia, es necesario que se conozca quiénes son nuestros competidores y qué están haciendo. Es recomendable identificar el área geográfica que cubren y la principal ventaja que les ha permitido ganar mercado, ya que con esta información podrán determinarse, con mayor facilidad, las estrategias de posicionamiento que deberá seguir la empresa para entrar y desarrollarse en el mercado.

2.12 FIJACIÓN DE PRECIOS

La compra de maquinaria y equipos, para la destinación de nuestros servicios son creados algunos en nuestro país y el resto en el extranjero, debido a esto las compras lo hacemos en el norte del país, los gastos conciernen en costos de transporte, de envíos, traslados y demás.

Es por esto que los precios fijados serán de acuerdo a todos los gastos y compras de las maquinarias que se utilizar a fin de bríndales un excelente servicio, que va de la mano con la tecnología, cursos y talleres para todo nuestro personal o equipo de trabajo.

Partes interesadas:

- Proveedores:

Nuestros proveedores para los financiamientos durante el trabajo de la industria, dando pauta por otra parte tendremos distribuidores de maquinaria especializada,

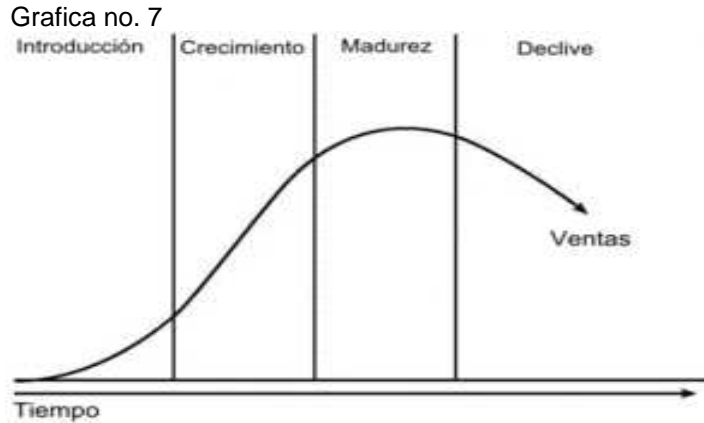
- Clientes:

Nuestros clientes serán el gobierno municipal, ciudadanos en particular y representantes de eventos masivos. Abarcando por primera instancia algunas de ellas situadas dentro de la ciudad de Felipe Carrillo Puerto y otras en algunos lugares cerca del municipio.

- Accionistas:

La inversión inicial para poner en marcha el negocio será por medio de financiamiento por parte del gobierno del estado de Quintana Roo y por aportación de la familia, la cual será en infraestructura y mano de obra o también se puede por medio de créditos, como el programa de las pymes o micro financiamientos (*finsof, fondo real, etc.*).

2.13 CICLO DE VIDA DEL SERVICIO



La empresa se encuentra posicionada en la parte introductoria, por lo cual nos enfrentamos a las siguientes variables:

- Solo en el inicio, se concentraran en la recuperación de las ganancias.
- El nivel de ventas es bajo por ser una empresa nueva y poco conocida.

2.14 COMERCIALIZACIÓN

Se refiere al conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean. Son acciones como planificar y controlar los servicios para favorecer el desarrollo adecuado de las actividades desarrolladas y asegurar que el servicio en el lugar.

Los servicios a diferencia de los productos, son bienes intangibles incluye la realización de un trabajo para el cliente. Este paga por obtener un servicio al igual que por adquirir un artículo. Los servicios más comunes son el mantenimiento y reparación de electrodomésticos, transporte, agencias, turismo, educación y de sanidad.

Los servicios, utilizan el marketing para aumentar sus ventas, con justificaciones de que no existe transferencia física. Los servicios deben diseñarse y ofrecerse de forma que satisfagan las necesidades de los clientes.

Canales de distribución:

Canal Directo o Canal 1 (prestador del servicio a los Consumidores):

Este tipo de canal no tiene ningún nivel de intermediarios, por tanto, el prestador del servicio desempeña la mayoría de las funciones de mercadotecnia tales como el transporte y aceptación de riesgos, entre otros, sin la ayuda de ningún intermediario es en este caso de la operadora de servicios.

Puntos de ventas:

El lugar en donde se ofertaran los servicios será en el mismo lugar en donde se concentra nuestro equipo de trabajo o nuestros operadores. Esto con el fin de que el cliente pueda notar y visualizar las herramientas ha utilizarse.

2.15 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Proyección de demanda para el 2011

Sanitarios portátiles

Tabla no. 1

MES	PRECIO UNITARIO	VOLUMEN DE VENTAS	TOTAL AL AÑO
ENERO	866.00	42.00	36,372.00
FEBRERO	866.00	28.00	24,248.00
MARZO	866.00	28.00	24,248.00
ABRIL	866.00	28.00	24,248.00
MAYO	866.00	28.00	24,248.00
JUNIO	866.00	28.00	24,248.00
JULIO	866.00	28.00	24,248.00
AGOSTO	866.00	28.00	24,248.00
SEPTIEMBRE	866.00	56.00	48,496.00
OCTUBRE	866.00	42.00	36,372.00
NOVIEMBRE	866.00	42.00	36,372.00
DICIEMBRE	866.00	56.00	48,496.00
TOTAL	10,392.00	434.00	375,844.00

En el municipio de Felipe Carrillo puerto existen 65, 373 habitantes. Anualmente hay un total de 240 eventos de distintos giros.

Tabla no. 2

Giro del evento	Magnitud del evento	Personas aproximadamente
Religiosos	mediana	1.000 a 3.000
Académicos	poca	700 a 1.000
Políticos	masivos	3.000 a 12.000
Deportivos	poca	700 a 1.000
Institucionales	masivos	3.000 a 12.000
Artísticos	masivos	3.000 a 12.000

Datos obtenidos en la secretaria de administración del H. Ayuntamiento de F.C.Pto.

En la tabla no. 2 se reflejan el giro del evento, tanto la magnitud del evento y las personas que asisten.

Fosas sépticas y drenaje

1. 13,517 total de hogares en el municipio de Felipe Carrillo Puerto
2. 6,516 viviendas particulares habitadas, que disponen de drenaje en el municipio de Felipe Carrillo Puerto

En este caso, se requerirá nuestro servicio cuando por problemas meteorológicos (lluvias extensas) dañen y/o obstruyan las redes del drenaje en la ciudad.

3. 6,551 viviendas particulares habitadas que no disponen de drenaje en el municipio de Felipe Carrillo puerto. Es la cifra total de viviendas de las cuales necesitaran del servicio de limpieza de sus fosas sépticas. De acuerdo a esta cifra proporcionada por el INEGI nos refleja nuestros posibles clientes.

Proyección de demanda para el 2011

Limpieza de fosas sépticas

Tabla no. 3

MES	PRECIO UNITARIO	VOLUMEN DE VENTAS	TOTAL AL AÑO
ENERO	6,500.00	6.00	39,000.00
FEBRERO	6,500.00	6.00	39,000.00
MARZO	6,500.00	6.00	39,000.00
ABRIL	6,500.00	6.00	39,000.00
MAYO	6,500.00	6.00	39,000.00
JUNIO	6,500.00	8.00	52,000.00
JULIO	6,500.00	8.00	52,000.00
AGOSTO	6,500.00	8.00	52,000.00
SEPTIEMBRE	6,500.00	8.00	52,000.00
OCTUBRE	6,500.00	8.00	52,000.00
NOVIEMBRE	6,500.00	8.00	52,000.00
DICIEMBRE	6,500.00	6.00	39,000.00
TOTAL	78,000.00	84.00	546,000.00

Con base a la información anterior se establece en el tabla no. 4 La demanda futura de la empresa.

Tabla no. 4

	2011	2012	2013	2014	2015
Renta de sanitarios portátiles.	434	467	516	550	608
Limpieza de fosas sépticas.	84	90	102	108	126

2.16 ESTRATEGIA DE MERCADOTECNIA

Estrategia de bajos costes:

No se trata sólo de reducir algunos costes, sino de aplicar la reducción de costes en casi todas las áreas de la empresa, pero eso sí, sin deteriorar la expectativa que el propio cliente tiene.

Crear una experiencia única para el consumidor:

Otra estrategia que se ha demostrado que funciona y es una apuesta segura si se consigue llevar a término, es centrarse en conseguir que el cliente viva una experiencia excepcional, única, diferente y eso hará que esté dispuesto incluso a pagar más dinero por un servicio similar al que pueda encontrar en la competencia.

Reinventar nuestro modelo de negocio:

En muchas ocasiones nos dice Kotler, nos empeñamos en mejorar nuestro producto o servicio, añadiéndole características, funcionalidades, sin embargo no alcanzamos los objetivos pretendidos. Hay veces que todo esto no sirve y que antes de seguir por el mismo camino es recomendable hacer un alto y plantearse cuál es el verdadero modelo de negocio que acometemos y tratar de reinventarnos a nosotros mismos, no enfocándonos en hacerlo mejor sino en hacerlo diferente.

Ofrecer calidad máxima en el servicio:

Penetrar en la mente del consumidor y dejar una huella de marca, aunque ese destino tiene diferentes caminos, y uno de ellos es asociar nuestra marca a la imagen de calidad, de tal forma que con sólo pensarla, el cliente no necesite que le aportemos más información al respecto.

Centrarse en nichos de mercado:

Otra forma de garantizarnos el éxito es centrarnos en nichos de mercado. Esto no es nuevo, por supuesto que no, sin embargo vemos como muchas

empresas en la actualidad aun no se han enterado que este planteamiento existe y tratan de venderle a todo el mundo, consiguiendo no venderle a nadie.

2.17 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Plan de medios

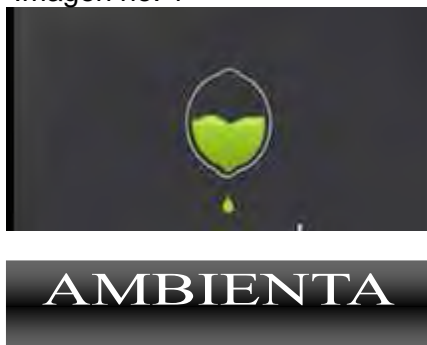
- La estrategia tiene como fin analizar y evaluar los valores cuantitativos de los medios genéricos en función de las necesidades de comunicación.
- El “que” se debe comunicar y el “como” comunicarla.
- La estrategia evalúa los medios genéricamente y en función de que sean los mejores vehículos para llevar el “como” a un sector definido de potenciales compradores.
- En la estrategia existen un número importante de factores. Uno es el Grupo Objetivo.

Radio:

En la ciudad de Felipe Carrillo Puerto este medio de comunicación, es más que necesario ya que abarca un perímetro considerable y Permite lograr una mayor segmentación. Es un medio móvil que va con los radio escuchas y le brinda a la anunciante proximidad en las ventas. Sus costos son bajos y el mensaje es inmediato con rápida reacción en el oyente. Su desventaja es que posee una mayor repetición, con bajo alcance. Es un medio pobre, y necesita complementación.

2.18 LOGOTIPO

Imagen no. 1



“eslogan”

“Respondemos a tu confianza”

2.19 CONCLUSIONES

En este capítulo, se manifiesto la evolución del sector y estudio del mercado, el plan de marketing describe puntos muy importantes que ayudaran a la empresa describe factores de segmentos y mercados.

Los servicios en acción son necesarias bases fundamentales, es decir los inicios del servicio, servirán para un buen manejo al personal que se encargaran de la vida del servicio.

El proyecto consiste en implementar y puesta en marcha de una operadora de servicios generales y ambientales, que responda su alto nivel d confianza a todos aquellos posibles clientes y que con plena seguridad y tranquilidad hagan uso de este, dándonos la responsabilidad de brindar servicio a la comunidad en el tiempo que a si se requiera.

UQROO.SISBICENOS

CAPITULO 3
ESTUDIO TECNICO

UQROO.SISBICEDOC

3.1 INTRODUCCION.

En este capítulo se determinaran los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la elaboración del producto y en el cual se analizan la determinación del tamaño producción, localización, instalaciones y organizaciones requeridas. Como también se sitúan las normas existentes legales impuestas y de trámite para regularizar las situaciones jurídicas de la empresa.

La importancia de este capítulo deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesaria para el proyecto; aunado a esto proporciona información necesaria para el estudio financiero el cual se representa más adelante.

En general un estudio técnico tiene como principal objetivo el demostrar la viabilidad técnica del proyecto mediante la adopción de la alternativa técnica óptima. Para el caso de la operadora de servicios integrales y generales " AMBIENTA". Los objetivos del estudio técnico son los siguientes:

- I. Determinación de la localización, en base a factores que condicionen su mejor ubicación.
- II. Enunciar las características con que cuenta la zona de influencia donde se ubicara el proyecto.

3.2 MACROLOCALIZACION.

El estado de Quintana Roo está ubicado en el extremo este del país, ocupa la porción oriental de la península de Yucatán, sus límites, naturales y geo-estadísticos están entre los paralelos 17° 54" y 21° 36 de latitud norte y entre los meridianos 86° 45" y 89° 10 de longitud oeste del meridiano de Greenwich, tiene una extensión superficial aproximada de 42535 km² (incluye a las Islas Mujeres y Holbox) que lo ubica en el vigésimo lugar nacional; esta área representa 2.19% de la República Mexicana, y 30.66% del territorio peninsular.

Limita al norte con Yucatán y el Golfo de México; hacia el este con el Mar Caribe; al sur con Belice y la Bahía de Chetumal; al oeste colinda con los estados de Campeche y Yucatán.

En nuestro caso, la operadora de servicios integrales y generales denominada “AMBIENTA” estará ubicada en el Estado de Q.Roo exactamente en la Ciudad de Felipe Carrillo Puerto siendo esta la capital de la zona maya en el Estado y se ubica en el centro del estado.

Imagen no. 2



Fuente: Elaboración propia 2011

3.3 MICROLOCALIZACION.

Las oficinas de la empresa denominada operadora de servicios integrales y generales “ AMBIENTA”, se encontrara ubicada en la calle 63 entre calle 72 y la Av. Benito Juárez, en la colonia Centro, de la ciudad de Felipe Carrillo Puerto, capital de la Zona Maya en Quintana Roo. Teniendo así una dimensión de 45 metros de largo por 20 de ancho.

Se determino tal lugar ya que se encuentra en una ubicación céntrica lo cual deja como efecto su fácil transito, y encontramos gran afluencia de la población.

Imagen no. 3

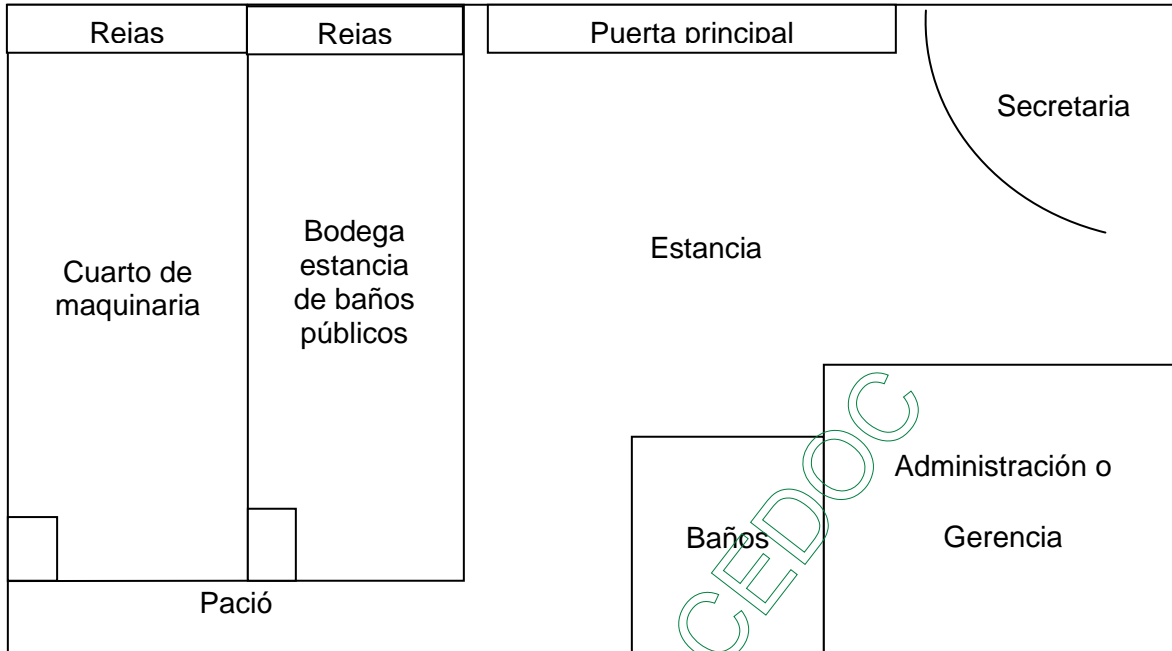


Fuente: Elaboración propia, 2011

3.4 INGENIERIA DEL PROYECTO

Distribución de la planta.

Grafica no. 8



Valores

- A. absolutamente Necesaria
- E. Especialmente Necesaria
- I. indispensable
- O. Prep. Importante
- U. no necesaria
- X. no deseable

Resultado de la clasificación por orden de importancia de las áreas que constituyen la empresa:

Secretaria	O	Administración	A	Baños	U	Bodega	I	Cuarto	I
------------	----------	----------------	----------	-------	----------	--------	----------	--------	----------

La Gerencia General o administración, es absolutamente necesaria por que de aquí depende el futuro de la empresa por medio de las estrategias, una excelente planificación, organización y un buen control.

La Bodega, es indispensable debido a que en este apartamento se alojaran los baños públicos para rentar y en el mismo lugar se les darán mantenimiento para una buena presentación.

El cuarto de maquinaria, es sumamente indispensable en este cuarto se resguardara la maquina subsionadora de aguas negras y en dicho departamento se le realizaran el mantenimiento de rutina.

En últimas instancias se encuentra la secretaria y el baño, que son poco menos indispensables.

REQUERIMIENTOS

Mobiliario y equipo de oficina

Tabla no. 5

Nombre	Características	Proveedor	Precio
Computadoras	mininet u130 msi	officemax	\$4,219.00
Teléfonos	telefono siemens a185duo		\$799.00
Escritorio	escritorio function plus		\$2,249.00
Sillas de escritorio	silla apilable negra omx		\$349.00
Sillas para visitas	silla de malla de visita		\$899.00
Fax	fax hp inkjet 640		\$1,099.00
Impresoras	impresora ip2700 canon		\$599.00

Aire acondicionado	mini eplit línea max	officemax	7,000.00
Archivero	archivero vertical 3gavet omx		\$999.00

Se presento en el cuadro anterior todos los requerimientos que servirán de mucha utilidad dentro de la empresa; se señalan los costos y características de todos y de cada unos de los elementos indispensables. También se hacen mención de los posibles proveedores los encargados de proporcionar el mobiliario y equipo necesario.

Papelería y Útiles

Tabla no. 6

Nombres	Características	Proveedor	Precios
Lápices	Mirado n. 2 caja 100	Office depot.	80
lapiceros	Paquete 3 colores		250
Borradores	Pelicano caja 50		100
Tajadores	eléctrico		89
Marca textos	Paquete de colores		18
corrector	pelicano		22
clips	Caja de 500 pelicano		59
engrapadora	Baco grande		80
perforadora	Baco grande		38
Fólder	Paquete de 100		59
Hojas blancas	500 hojas blancas		150
Cajas de archivo muerto	Paquete de 100		300
Calculadora	Samsung científica		250

En el cuadro que se vio con anterioridad, se puede percatar todo el material de papelería requerida para la empresa

Otros insumos

En la siguiente tabla se podrán ver los insumos altamente necesarios y básicos para poder brindar un excelente servicio.

Tabla no. 7

Nombre	Importe \$
Luz	700
Agua	50
Teléfono	1500
Internet	599
Limpieza	300

Publicidad

Los siguientes proveedores que se enlistan en el recuadro son todos aquellos, que le brindaron ala empresa el servicio de publicidad, de la misma forma también se enlistan los presupuestos dictaminados por cada proveedor.

Tabla no. 8

Nombre	Proveedor	Presupuesto \$
volantes	Logo sings	\$ 2,500.00
Spot de radio	F.M Maya (XHRTO F.C.PTO.)	\$ 3,200.00

3.5. PROCESO PRODUCTIVO

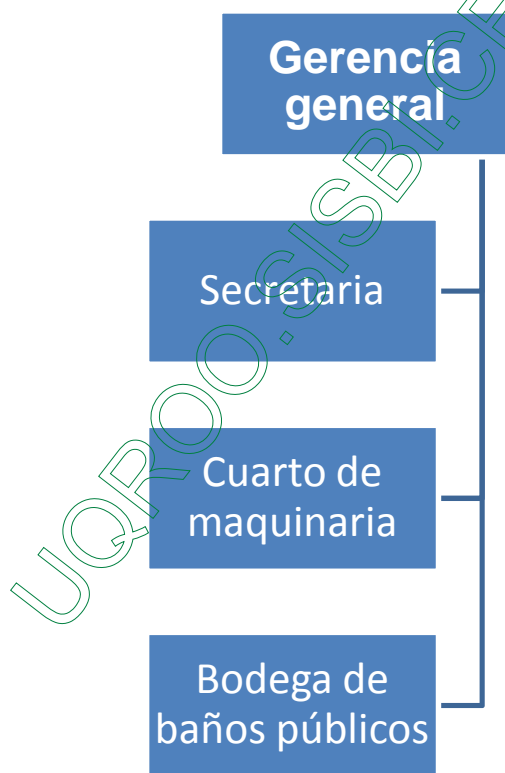
1. cliente potencial, nos contacta vía Internet, vía telefónica o en nuestras oficinas.
2. la secretaria de la empresa, explica al cliente en que consiste nuestro plan de trabajo, dando informacion. Ya sea de la limpieza de las fosas sépticas o por la renta de los baños públicos ambulantes.

3. el cliente, decide si o no contratar nuestros servicios
4. el cliente brinda información, como la dirección, la ora, la comunidad si en ese caso lo requieran.
5. el pago se hace por adelantado, la forma de pago es por tarjeta de crédito, o de debito y también puede ser en efectivo si así lo desea

3.6 ORGANIGRAMA

Se representa de manera escalonada jerárquicamente, en dicho organigrama se encuentran los departamentos más significativos de la empresa, en primera estancia se encuentra el Gerente General que es la mayor posición jerárquica en la empresa hasta el departamento de personal el cual es el nivel mas bajo en el organigrama.

Grafica no. 9



Fuente: Elaboración propia, 2011

3.7 PUESTOS Y PERFILES

Perfil: Gerente General

Tabla no. 9

1 Definición del puesto				
1.1 Nombre del puesto	Gerente General			
1.2 Subordinado A:	N/A			
1.3 Subordinados	Personal en general			
1.4 Relación interna	Personal en general			
1.5 Relación externa	Gobierno, empresas privadas y clientes en general			
1.6 Nivel	Uno			
2 Requisitos				
2.1 Edad	25 a 35 años			
2.2 Sexo	indistinto			
2.3 Escolaridad	Título universitario en área económico-administrativo			
2.4 Estado civil	casado			
3 Experiencia y/o Conocimiento				
	1	2	3	4
3.1 Administración				x
3.2 Contabilidad y finanzas			x	
3.3 Manejo de personal				x
3.4 Herramientas de office				x
4 Habilidades				
	1	2	3	4
4.1 Trabajo en equipo				x
4.2 Empatía				x
4.3 Manejo de grupos y conflictos				x
4.4 Creatividad				x

5 Responsabilidades				
	1	2	3	4
5.1 Efectivo			x	
6 Esfuerzo				
	1	2	3	4
6.1 Físico			x	
6.2 Mental			x	
7 Funciones				
7.1 Actividades Genéricas	Dirección, control, planeación y la organización, Principal objetivo del gerente. Tener una excelente administración a lo que se refiere con el personal. Y por ultimo, es el encargado de tener las estrategias de publicidad necesarias para un buen posicionamiento en el mercado.			
7.2 Especificas	<ul style="list-style-type: none"> • planes de acción. • coordinar el funcionamiento de la empresa. 			
7.3 Eventuales	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisión del personal • Aclaraciones con los clientes • Soluciones, de posibles malos entendidos con los proveedores. 			
7.4 Otras responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Contratación del personal 			

1 Definición del puesto				
1.1 Nombre del puesto	secretaria			
1.2 Subordinado A:	Gerente General			
1.3 Subordinados				
1.4 Relación interna	Gerente General			
1.5 Relación externa	Clientes y proveedores			
1.6 Nivel	Dos			
2 Requisitos				
2.1 Edad	20 a 30 años			
2.2 Sexo	indistinto			
2.3 Escolaridad	Nivel medio superior			
2.4 Estado civil	indistinto			
3 Experiencia y/o Conocimiento				
	1	2	3	4
3.1 Administración		x		
3.2 Contabilidad y finanzas		x		
3.3 Manejo de personal		x		
3.4 Herramientas de office				x
4 Habilidades				
	1	2	3	4
4.1 Trabajo en equipo				x
4.2 Empatía			x	
4.3 Manejo de grupos y conflictos			x	
4.4 Creatividad				x
5 Responsabilidades				
	1	2	3	4
5.1 Efectivo	x			

6 Esfuerzo				
	1	2	3	4
6.1 Físico	x			
6.2 Mental			x	
7 Funciones				
7.1 Actividades Genéricas				
7.2 Especificas				
7.3 Eventuales				
7.4 Otras responsabilidades				

UQROO.SISBI.CEDOC

1 Definición del puesto				
1.1 Nombre del puesto	Encargado del depto. de maquinaria			
1.2 Subordinado A:	Gerente General			
1.3 Subordinados				
1.4 Relación interna	Personal en general			
1.5 Relación externa	Clientes y proveedores			
1.6 Nivel	dos			
2 Requisitos				
2.1 Edad	30 a 35 años			
2.2 Sexo	Masculino			
2.3 Escolaridad	Nivel medio superior			
2.4 Estado civil	Casado o soltero			
3 Experiencia y/o Conocimiento				
	1	2	3	4
3.1 Administración			x	
3.2 Contabilidad y finanzas		x		
3.3 Manejo de personal			x	
3.4 Herramientas de office		x		
4 Habilidades				
	1	2	3	4
4.1 Trabajo en equipo				x
4.2 Empatía				x
4.3 Manejo de grupos y conflictos				x
4.4 Creatividad			x	
5 Responsabilidades				
	1	2	3	4
5.1 Efectivo		x		

6 Esfuerzo				
	1	2	3	4
6.1 Físico				x
6.2 Mental			x	
7 Funciones				
7.1 Actividades Genéricas	Mantener un control y registro de entradas y salidas de la maquina subsionadora de aguas negras.			
7.2 Especificas	<ul style="list-style-type: none"> • Control interno y externo de la maquinaria. • Mantenimiento de la maquinaria • Encargado de las medidas sanitarias de su personal de apoyo 			
7.3 Eventuales				
7.4 Otras responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Contratación del personal de apoyo 			

UQROO.SISPL/2020

1 Definición del puesto				
1.1 Nombre del puesto	Departamento de bodega			
1.2 Subordinado A:	Gerente General			
1.3 Subordinados				
1.4 Relación interna	Gerente General			
1.5 Relación externa	Clientes y proveedores			
1.6 Nivel	Dos			
2 Requisitos				
2.1 Edad	20 a 30 años			
2.2 Sexo	Masculino			
2.3 Escolaridad	Nivel medio superior o equivalentes			
2.4 Estado civil	indistinto			
3 Experiencia y/o Conocimiento				
	1	2	3	4
3.1 Administración	x			
3.2 Contabilidad y finanzas	x			
3.3 Manejo de personal	x			
3.4 Herramientas de office		x		
4 Habilidades				
	1	2	3	4
4.1 Trabajo en equipo				x
4.2 Empatía			x	
4.3 Manejo de grupos y conflictos			x	
4.4 Creatividad	x			
5 Responsabilidades				
	1	2	3	4
5.1 Efectivo	x			

6 Esfuerzo				
	1	2	3	4
6.1 Físico				x
6.2 Mental			x	
7 Funciones				
7.1 Actividades Genéricas	Administrar los baños públicos, tener un control sobre ellos sobre entradas y salidas de los mismos. Un control sobre el manejo de los baños, su mantenimiento.			
7.2 Específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Control interno y externo de los baños. 			
7.3 Eventuales				
7.4 Otras responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Contratación del personal de apoyo 			

UQROO.SISBICENOS

1 Definición del puesto				
1.1 Nombre del puesto	Limpieza			
1.2 Subordinado A:	Gerente General			
1.3 Subordinados				
1.4 Relación interna	Gerente general			
1.5 Relación externa				
1.6 Nivel	dos			
2 Requisitos				
2.1 Edad	25 a 30 años			
2.2 Sexo	indistinto			
2.3 Escolaridad	Secundaria terminada			
2.4 Estado civil	indistinto			
3 Experiencia y/o Conocimiento				
	1	2	3	4
3.1 Administración	x			
3.2 Contabilidad y finanzas	x			
3.3 Manejo de personal	x			
3.4 Herramientas de office	x			
4 Habilidades				
	1	2	3	4
4.1 Trabajo en equipo				x
4.2 Empatía			x	
4.3 Manejo de grupos y conflictos				x
4.4 Creatividad	x			
5 Responsabilidades				
	1	2	3	4
5.1 Efectivo	x			

6 Esfuerzo				
	1	2	3	4
6.1 Físico				x
6.2 Mental			x	
7 Funciones				
7.1 Actividades Genéricas	Mantener todas las áreas limpia de la empresa.			
7.2 Especificas				
7.3 Eventuales				
7.4 Otras responsabilidades				

UQROO.SISBI.CEDOC

3.8 TABLA DE SUELDOS Y SALARIOS

En el marco legal para los salarios especificados en la Ley Federal del Trabajo en sus artículos 82-132, se obtienen la siguiente Tabulación.

Tabla no. 14

nivel	puesto	labores	Salario diario
Trabajadores no calificados	Encargado de limpieza, vigilantes.	Labores sencillas y rutinarias, de esfuerzo físico. Escolaridad requerida: primaria. Empleo mínimo del criterio personal.	\$60.00

Tabla no. 15

nivel	puesto	labores	Salario diario
Trabajadores semicalificados	Jefe de bodegas	Escolaridad secundaria. Habilidades manuales. Solo español, no requiere dominio de otros idiomas. Labores sencillas y rutinarias de tipo manual.	\$80.00

Tabla no. 16

nivel	puesto	labores	Salario diario
Trabajadores calificados	secretaría	Labores sistemáticas y uniforme, requiere una sencilla interpretación de los procedimientos, preparación conceptual. Escolaridad: bachillerato Técnico	\$110.00

Tabla no. 17

nivel	puesto	labores	Salario diario
Trabajadores semi- profesional	Encargado del cuarto de maquinaria.	Escolaridad preparatoria. Habilidades manuales. Labores sencillas y rutinarias de tipo manual	\$110.00

Tabla no. 18

nivel	puesto	labores	Salario diario
Trabajadores profesional	administrador	El impacto de sus funciones y decisiones afecta a toda la empresa. Analiza situaciones repetitivas poco variables que requieren criterio para desarrollar ideas, procedimientos, sistemas y políticas que afectan a mas de una área.	\$200.00

3.9 POLITICAS DEL TRABAJO

RECLUTAMIENTO:

Para encontrar el personal idóneo para la empresa, ocuparemos el servicio estatal de empleo.

CONTRATACION:

- Acta de nacimiento
- Credencial de elector
- Certificados de estudio
- Título profesional
- Certificado medico
- Por lo menos dos cartas de recomendación
- Referencias personales
- Curriculum vitae
- Acta de antecedentes no penales
- Dos fotografías infantil a color

CAPACITACION:

Se proporcionara capacitación y adiestramiento durante un periodo durante un par de semanas, dependiendo de la experiencia previa en el desempeño de las labores requeridas.

LIMEAMIENTOS:

1. usar uniformes
2. estímulos. se incentivara al empleado que cumpla en tiempo y forma con sus funciones, esto con el fin de que el empleado mantenga un trabajo de calidad y lealtad ala empresa.

3.10 ORGANIZACIÓN SOCIAL

La empresa está regida por una Sociedad Anónima de Capital Variable (S.A. de C.V.) esto a que los mismos socios son los que aportan el capital de la empresa. Es aquella sociedad mercantil cuyos titulares lo son en virtud de una participación en el capital social a través de títulos o acciones. Las acciones pueden diferenciarse entre sí por su distinto valor nominal o por los diferentes privilegios vinculados a éstas, como por ejemplo la percepción a un dividendo mínimo. Los accionistas no responden con su patrimonio personal de las deudas de la sociedad, sino únicamente hasta el monto del capital aportado.

3.11 NORMAS Y LEYES A CUMPLIR

Existen una serie de disposiciones legales en materia de impuestos y de trámites necesarios para regularizar la situación jurídica de la empresa. Tramites de carácter obligatorio:

1. inscripción al Registro Federal de contribuyentes

Para este proceso se debe acudir a la oficina de la SHCP con la documentación requerida (R1 y su respectivo anexo) y llenar los formatos que se proporcionan así como nombrar un representante legal de la empresa, esto con el objeto de obtener la Cedula de identificación Fiscal para efectos de declaraciones de impuestos.

2. tramite de la licencia de funcionamiento y uso de suelo

Esta se tramita ante la SHCP y es vital para que la empresa pueda entrar en operaciones, esta debe renovarse anualmente.

3. llenado del cuestionario del SIEM

Este es un cuestionario que debe de llenarse por cuestiones de control y registró.

4. registro ante la cámara de comercio en la ciudad de Chetumal Q.Roo

5. inscribirse ante el Registro Municipal de causantes

6. pago de la anuencia de protección civil

Este pago debe hacerse ante la tesorería municipal y se debe realizar con el fin de que la protección civil revise el local y se asegure de que cumple con los requerimientos de seguridad establecidos.

7. solicitud de inspección para la licencia de funcionamiento por apertura

Se tramita en H. Ayuntamiento y se realiza con el fin de demostrar que el local cumple con los requisitos sanitarios establecidos y con esto se podrá proseguir con los demás trámites fiscales correspondientes.

1. pago mensual por concepto de recolección de basura

Dicho trámite se debe realizar ante la Dirección de tesorería municipal del H. Ayuntamiento en Felipe Carrillo Puerto.

2. pago anual de predial

De igual forma, también este trámite se debe realizar ante la Dirección de tesorería municipal del H. Ayuntamiento en Felipe Carrillo Puerto.

3. inscripción de los empleados al Seguro Social

Este trámite se realiza en las oficinas administrativas del Instituto Mexicano del Seguro social con fines de recaudación fiscal y para la presentación de servicios médicos para los empleados de la empresa.

3.12 NORMAS REQUERIDAS POR PROTECCION CIVIL

1. señalamiento de salida de emergencia
2. señalamiento de ruta de evacuación
3. botiquín de primeros auxilios
4. Certificado de fumigación
5. local y perímetro limpio (2 metros ala redonda)
6. Baño, bien equipado por lo menos con: tapa en el excusado, rollo de papel, toallas de papel, jabón liquido, pastillas, aromatizante, pino, cloro y bote de basura con tapa.
7. Las instalaciones eléctricas deberán estar ocultas o en canales o en tubo conduit.
8. botes de basura con bolsas y tapa
9. contar con dos contenedores de basura, para materia orgánica e inorgánica
10. en el caso de establecimientos ubicados en el primer cuadro de la ciudad, existe una reglamentación de transito y desarrollo urbano y seguridad estructural (imagen urbana)
11. extintor de 4.5 kg. Polvo químico séptico ABC, con carga vigente y señalamiento.

3.13 CONCLUSIONES

En el cuarto capítulo se detalla la macro localización y la ubicación de la empresa “AMBIENTA” en la ciudad de Felipe Carrillo Puerto, en donde se pretende estar al alcance de los posibles clientes y/o consumidores y por consiguiente la mejor ingeniería acerca del proyecto. También se hace mención de los trámites de carácter legal.

Por otro lado los recursos humanos, señala la necesidad de personal, las especificaciones sobre los sueldos y salarios. Se hace mención que desde el inicio del proyecto tener encuentra el organigrama y por último, las descripciones del proceso de servicio de la empresa.

UQROO.SISBI.CEDOC

CAPITULO 4
ESTUDIO ECONÓMICO
FINANCIERO

UQROO.SIBI.GEPOC

4.1 INTRODUCCIÓN

Este estudio puede dar una buena idea sobre cual es la estructura óptima de la gerencia financiera. Permite identificar las necesidades de liquidez y de fondo de inversión, para así construir y negociar el plan de financiamiento de proyecto.

El estudio financiero necesariamente inicia de manera muy exploratoria, en un análisis de los aspectos financieros que podrían incidir sobre la misma viabilidad de la iniciativa. En la medida que avance sobre la selección de una alternativa, el estudio financiero profundiza en los pormenores de depreciación, financiamiento y estrategia de gerencia financiera.

Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable?.. Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos. Que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender mas, comprar maquinas mas baratas o gastar menos.

Hay que recordar que cualquier “cambio” en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será “no viable” y es necesario encontrar otra idea de inversión.

Así, después de modificaciones y cambios, y una vez seguro de que la idea es viable, entonces, se pasara al último estudio. Este estudio financiero trata sobre una empresa dedicada a brindar el servicio de limpieza de fosas sépticas y renta de sanitarios.

Inversión inicial

La inversión inicial se puede clasificar en dos conceptos claramente diferenciados, por un lado la inversión destinada a la adquisición de activos fijos y alta de suministros necesarios para el inicio de la actividad y, por otro, la liquidez necesaria (provisión de fondos) que se requiere para mantener la actividad empresarial hasta que el negocio pueda aportar fondos para hacer frente a los compromisos financieros.

La inversión inicial de esta Operadora de servicios integrales y generales denominado “ AMBIENTA”, que tiene como objetivo brindarle a la comunidad un servicio de limpieza de fosas sépticas y renta de sanitarios portátiles. Requiere un monto de \$ 425,200.00 como inversión inicial.

Inversión diferida

- **Local y Terreno:**

Se incluirán los costes asociados a la disponibilidad para el negocio de los inmuebles necesarios para el desarrollo de la actividad

- **Instalaciones y Mobiliario:**

En este apartado se debe incluir las instalaciones y materiales no relacionados con el proceso de producción (o de uso autónomo a éste), así como el mobiliario y equipos para la adecuación de oficinas y el local.

- **Equipos Informáticos:**

Incluyen los dispositivos hardware que soportan las aplicaciones y programas informáticos. Entre estos equipos se incluirán ordenadores, servidores de aplicaciones, pantallas, entre otros.

- **Elementos de Transporte:**

Los vehículos destinados a uso del negocio, junto con todos los complementos necesarios para posibilitar el transporte de los bienes objeto del negocio.

- **Suministros:**

En este apartado se deben incluir los costes de adecuación de las instalaciones para posibilitar tales suministros. En este punto se consideran:

- **tramites:** correspondiente a los permisos y tramites con hacienda.
- **Agua:** donde se consideran los costes de instalación y puesta en marcha de la conexión a la red de aguas
- **Electricidad:** que incluyen los servicios de los instaladores de la empresa suministradora de energía eléctrica y sus servicios de inspección
- **Otros Gastos:** en este apartado se deben incluir los gastos que deben realizarse.

4.2 FINANCIAMIENTO DE LAS INVERSIONES

Capital

Son los recursos económicos que contara necesariamente para inicio de la empresa; serán utilizados primordialmente para la compra de activos y es indispensablemente para poder comenzar a operar. Para dar inicio a las actividades de la empresa, se requiere de una inversión total de \$ 425,200.00 mínimo.

Financiamiento

Siempre es muy importante saber el monto de la inversión, pero más importante es saber de donde proviene o vendrá el capital para echar andar la empresa.

En el caso de la operadora de servicios integrales y generales, denominada "Ambienta". No tendrá de un apoyo externo, será con capital propio, principalmente del capital familiar.

4.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

En tanto a los costos fijos se derivan de los sueldos, el mantenimiento de la maquina de desólve (vactor), pagos de la renta del teléfono e internet y el arrendamiento de la planta de tratamiento de aguas negras. El monto estimado para el primer año es de \$ 333,677.00

Los costos variables se conforman por gastos de traslado (combustible), agua potable, la electricidad y material de oficina. La suma total para el primer año es de \$56,280.00. Los costos fijos y variables, la información se detalla al final de este proyecto en la parte de anexos.

Egresos.

Costo del servicio

Costos fijos.

Tabla no. 19

AÑO	MONTO ESTIMADO
1	\$ 333,677.00
2	\$350,361.00
3	\$367,879.00
4	\$386.273.00
5	\$405,587.00

Costos variables.

Tabla no. 20

AÑO	MONTO ESTIMADO
1	\$56,280.00
2	\$59,094.00
3	\$367,879.00
4	\$386,273.00
5	\$405,587.00

Ingresos.

Precio por servicio de sanitarios portátiles.

Cuadro no. 21

PARÁMETROS	Diario
Depreciación	\$ 58.61
Salario	\$ 265.00
Otros gastos y activos	\$ 542.39
TOTAL	\$ 866.00

En el cuadro no. 28, nos muestra los parámetros que se tomaron en cuenta para poder determinar el precio del servicio de la renta de los sanitarios portátiles; es pertinente mencionar que el servicio consta de 4 sanitarios, 2 para caballeros y 2 para damas. Las depreciaciones, los salarios diarios, los gastos y activos nos arrojan la cantidad de \$866.00 en el primer año.

Renta de sanitarios portátiles

Los datos plasmados en la tabla siguiente nos muestra el precio anual del servicio, en el primer año será de \$866.00 y el monto estimado por ese año trabajado será de aproximadamente \$375,953.00

Cuadro no. 22

AÑO	PRECIO POR SERVICIO	MONTO ESTIMADO
1	\$866.00	\$375,953.00
2	\$909.00	\$424,643.00
3	\$954.00	\$492,496.00
4	\$1,002.00	\$550,935.00
5	\$1052.00	\$639,677.00

Precio por servicio de limpieza de fosas sépticas.

Cuadro no. 23

PARÁMETROS	Diario
Depreciación	\$ 58.61
Salario	\$ 295.00
Otros gastos y costos	\$ 6,146.39
TOTAL	\$ 6,500.00

En el cuadro no. 30, nos muestra los parámetros que se tomaron en cuenta para poder determinar el precio del servicio sobre la limpieza de fosas sépticas. Las depreciaciones, los salarios diarios, los gastos y activos nos arrojan la cantidad de \$6500.00 en el primer año. El monto estimado anual es de \$546,000.00. Se toma en cuenta que los sumideros o fosas, son de aproximadamente 6 metros y medio de profundidad y el precio de cada metro cubico es de \$1,000.00.

Limpiezas de fosas sépticas

Los datos plasmados en la tabla siguiente nos muestra el precio anual del servicio, en el primer año será de \$6,500.00 y el monto estimado por ese año trabajado será de aproximadamente \$546,000.00

Tabla no. 24

AÑO	PRECIO POR SERVICIO	MONTO ESTIMADO
1	\$6,500.00	\$546,000.00
2	\$7,000.00	\$630,000.00
3	\$7,500.00	\$765,000.00
4	\$8,000.00	\$864,000.00
5	\$8,500.00	\$1,071,000.00

Punto de equilibrio

Se refiere al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos. Esto supone que la empresa, en su punto de equilibrio, tiene un beneficio que es igual a cero (no gana dinero, pero tampoco pierde).

En el punto de equilibrio, por lo tanto, una empresa logra cubrir sus costos. Al incrementar sus ventas, logrará ubicarse por encima del punto de equilibrio y obtendrá beneficio positivo. En cambio, una caída de sus ventas desde el punto de equilibrio generará pérdidas.

La estimación del punto de equilibrio permitirá que la empresa, aún antes de iniciar sus operaciones, sepa qué nivel de ventas necesitará para recuperar la inversión. En caso que no llegue a cubrir los costos, la empresa deberá realizar modificaciones hasta alcanzar un nuevo punto de equilibrio.

- Costos fijos: incurren independientemente del volumen de producción.
- Costo variable: varía directamente con el volumen producido.
- Ingresos: recursos económicos que genera la empresa por sus servicios.

$$\text{Volumen} = \frac{\text{costo fijo}}{\text{Precio unitario} - \text{costo unitario}}$$

Renta de sanitario portátiles 325.51 servicios

Limpieza de fosas sépticas 70.894 servicios

La empresa denominada “AMBIENTA” deberá proporcionar arriba de 325.51 en servicio 1 (renta de sanitarios portátiles) y 70.894 en servicio 2 (limpieza de fosas sépticas) es con el fin de alcanzar su punto de equilibrio y una vez superado este comenzara a obtener utilidades.

Gastos de venta

La publicidad es el rubro que maneja la empresa en los gastos de venta. Los gastos de publicidad del 2011 son de \$68,400.00 hasta el 2015 con un incremento de 5% anual.

Gasto de administración

Es para efectuar las operaciones, el control y planeación de la nueva operadora de servicios integrales y generales “AMBIENTA S.A. DE C.V.” que es en su totalidad independiente del aspecto productivo. El gasto de administración consta de un monto de \$ 69,199.2 miles de pesos. Con los gastos realizados en teléfono, energía eléctrica y la depreciación del mobiliario.

Estados pro forma.

Los estados pro forma únicamente se incluyen para su conocimiento y observación.

Dichos estados pro forma incluye:

- Balance general de la operadora de servicios integrales y generales “AMBIENTA S.A. DE C.V.”
- Flujo de efectivo

Tabla no. 25

Período	Flujo de Fondos
0	-425,200.00
1	921,953
2	1054643
3	1257496
4	1414935
5	1710677
TIR	231.19%
VAN	\$ 4,257,935.70

4.4 EVALUACION ECONOMICA – FINANCIERA

La importancia que trae consigo lo informado que debe estar el inversionista, respecto a la amplitud sobre las variables económicas a nivel macro económico y/o micro económico, son vitales para el funcionamiento del proyecto.

Tasas impositivas

Impuestos federales que cobra la SHCP son:

1.- I.S.R. (Impuesto Sobre la Renta)

A las empresas o personas morales, pagaran el 30% sobre las utilidades brutas obtenidas. En el presente proyecto, en el año 1 que concierne el 2011 la operadora de servicios integrales y generales AMBIENTA S.A. DE C.V. pagara \$ 159,599.00 miles de pesos M.N.

2.- I.V.A. (Impuesto al Valor Agregado)

A la SHCP se le pagara un 11% sobre el valor de las ventas, en este caso será sobre el precio de venta del servicio. En su primer año se contribuirá con \$ 101,414.83 miles de pesos M.N.

3.- I.E.T.U

La tasa actual del IETU es de 17.5%, y están obligadas a su pago las personas físicas y las morales residentes en territorio nacional, por los ingresos que obtengan por enajenación de bienes, prestación de servicios independientes o el otorgamiento del uso o goce temporal de bienes. Se contribuirá \$ 93.099.00 miles de pesos M.N. para el primer año en este caso 2011.

4.- Impuesto Sobre Nomina

Es un impuesto Estatal es del 2% sobre la nomina, se encuentra contemplado en la Ley de Hacienda del Estado y que grava la realización de pagos en dinero o en especie por concepto de remuneraciones al trabajo personal prestado bajo la dirección, esto quiere decir que cualquier persona física o moral que tenga trabajadores, deberá pagar este impuesto por las remuneraciones. Haciende el monto a pagar de \$4,032.00 miles de pesos en el primer año 2011.

Nivel de endeudamiento

No tiene un nivel de endeudamiento ya que todo el capital fue aportado por una sola persona.

Reparto de utilidades

La ley federal del trabajo señala que toda empresa que opere en el país y en caso de obtener utilidades, estará obligada a repartir entre sus trabajadores, el 10% de las mismas, para aquellos que con su trabajo contribuyeron a su creación.

El estado de resultado pro forma muestra las cantidades distribuidas entre los trabajadores de la empresa, por este concepto. En el primer año 2011 se registra un PTU por \$27,929.7 miles de pesos M.N.

Evaluación financiera

Se requiere para que a través de estudio y análisis de algunos indicadores y financiamientos se pueda llegar a la conclusión final, si el proyecto se aprueba o no.

Índice de rentabilidad

El margen de utilidad bruta mide el porcentaje de cada peso de ventas que queda después de que la empresa pago sus bienes, cuanto mas alto es el

margen de utilidades bruta, mejor (es decir, es menor el costo relativo de la mercancía vendida). El margen de utilidad bruta se calcula:

$$\text{MUB} = \frac{\text{ventas} - \text{costo de lo vendido}}{\text{ventas}} = \frac{\text{utilidad bruta}}{\text{ventas}}$$

$$\$53,1995.00 / \$92,1953.00 = 0.5 \text{ \% margen de utilidad}$$

Valor actual neto

El valor actual neto es la diferencia entre todos los ingresos y todos los egresos actualizados al periodo actual. Según el criterio del valor actual neto el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto es positivo.

En este caso específico el proyecto de la Operadora de Servicios Integrales y Generales “AMBIENTA” motivo del presente estudio, su VAN es de \$ 4, 257,935.70 miles de pesos M.N. para los cinco años de vida útil.

Tasa interna de retorno

La TIR refleja el rendimiento de los fondos invertidos y supone, que su cálculo va al encuentro de una tasa de interés mediante aproximaciones. Para la determinación de la TIR se utilizan los flujos de efectivos netos descontados por lo que la TIR del proyecto es del 10% a lo largo del periodo.

En este caso, la TIR es 231.19% Si la tasa de interés es menor que 231.19%, conviene realizar la inversión. Utilizando el criterio de la TIR concluimos que es conveniente realizar la inversión. Con esta tasa de interés, el VAN (valor actual neto) es \$ 4, 257,935.70 miles de pesos M.N. y como es mayor que cero se llega al mismo resultado que con la TIR, es decir, que si es conveniente realizar la inversión.

Indicadores financieros

Señalan si la empresa está bien administrada y muestra la salud financiera de la misma. Son tres indicadores financieros comúnmente utilizados al evaluar financieramente a los proyectos de inversión:

- Utilidad sobre las ventas
- Nivel de liquidez
- Nivel de endeudamiento

Utilidad sobre las ventas

Es el cociente o razón entre el costo total de lo vendido con relación al valor de las ventas. Se calcula mediante la fórmula siguiente:

$$\text{Utilidades S / Ventas} = \text{costo de venta } (\$389,957) / \text{ventas netas } (\$921,953) = 0.4$$

Para el año 1, esta razón es del 0.4 y su resultado indica, que las utilidades representan dicho porcentaje de las ventas totales que registra la agencia.

Nivel de liquidez

Se cuenta con la liquidez suficiente pues no se cuenta con pasivos.

Nivel de endeudamiento

Al no tener pasivos no tenemos deudas a pagar, a si que no se cuenta con endeudamiento.

Autonomía financiera

No aplica para el proyecto la operadora de servicios integrales y generales, pues no se debe nada por lo tanto todo el capital es social.

Rotación del capital circulante

Es el número de veces que el capital circula en un año, con el valor de las ventas el resultado señala que el capital circula 1.911 veces con relación a las ventas.

$$\text{Ventas brutas } (921,953.00) / \text{capital circulante } (482,234.00) = 1.911$$

Inversión en capital fijo por unidades de sueldos, salarios y prestaciones sociales.

Indica que por cada peso pagado en sueldos, salarios y prestaciones sociales, se invirtieron \$ 1.102.00 miles de pesos M.N. en capital fijo.

$$\text{Inversión de capital fijo } (222,263.00) / \text{sueldos y salarios } (201,600.00) = 1.102$$

Valor de la producción por unidades de sueldos, salarios y prestaciones sociales.

Expresa que por cada peso gastado en sueldos y salarios, se generaron \$ 4,573 miles de pesos M.N.

$$\text{Ventas brutas } (921,953.00) / \text{sueldos y salarios } (201,600.00) = 4.573$$

Inversión por persona ocupada

Señala que por cada empleo generado por la operadora, se ha invertirá la cantidad de \$ 70,449.7 lo cual nos deja ver que las inversiones dentro de la industria de servicios es un muy elevado.

$$\text{Capital total } \$704,497 / 10 \text{ numero de empleados} = 70,449.7$$

Productividad de la mano de obra

Cada persona empleada por la operadora de servicios, produce en términos de valor de producción 230, 488.25 miles de pesos, la cual se considera alta, dentro de la industria del servicio.

Ventas brutas / # de empleados= 230,488.25

Velocidad de rotación del capital

Refleja el número de veces que da vuelta el valor de la producción respecto a la inversión total, a si como la cantidad de negocios que se pueden alcanzar con una inversión determinada.

$$\text{Ventas brutas (921,953.00) / capital total (704,497.00)}= 1.3$$

Intensidad del capital

Es el cociente entre el capital total y el valor bruto de la producción. Es el recíproco de la velocidad de rotación del capital y se expresa en porcentaje.

$$\text{Capital total (704,497) / ventas brutas (921,953)}= 0.7$$

4.5 ANALISIS DE LA SENSIBILIDAD

La falta de certidumbre sobre algunas de las variables económicas en su comportamiento futuro, obliga a quienes evalúan proyectos de inversión a realizar el análisis de sensibilidad. Este se debe de realizar sobre el o los parámetros más inciertos del proyecto.

La operadora de servicios integrales y generales, especifica que son los costos de producción y los precios de venta acerca del servicio siendo estas dos las variables que mas incertidumbre generan.

Se considera un incremento del 5% sobre los costos de producción, a si como en los precios de venta, en lo referente a sus indicadores fundamentales para realizar su evaluación: VAN Y TIR.

El proyecto base registra valores \$4, 257,935.70 miles de pesos M.N. en el VAN y una TIR del 10%

El análisis de sensibilidad que experimenta el proyecto base, ante modificaciones en sus variables más sensibles y la forma en que impactan al proyecto, en sus indicadores fundamentales.

UQROO.SISBI.CEDOC

4.6 CONCLUSIONES.

En este último capítulo, el plan económico – financiero como objetivo principal es cuantificar lo monetario y el capital disponible, de esta forma se sabrá si se pone en marcha el negocio.

También se determinó que la operadora de servicios, recuperará la inversión contemplada por un monto de \$ 425,200.00 miles de pesos es de 1 año acuerdo a la estimación realizada, por lo que es apta y rentable. En el caso del estudio del VAN presenta un monto de \$4, 257,935.70 miles de pesos M.N. para los 5 años de vida útil. Los fondos invertidos son de 10% a lo largo del periodo.

UQROO.SISBI.CEDOC

CONCLUSIONES GENERALES.

La elaboración del plan de negocios consiste en aprovechar las ideas, a si como asegurarse que se han tenido en cuenta todas las variables que influyen en el proyecto y en consecuencia la reducción de riesgos de pérdida y fracasos. A veces el emprendedor ve su concepto de un manera mas diferencial que lo que percibe el mercado se crea a salvo de competidores que en realidad son una amenaza.

La segmentación del mercado es un acierto y saber encontrar un espacio diferenciado es crucial. En el plan de negocios conviene presentar el sector segmento y ubicar en el nicho en el que se va a desarrollar la nueva actividad.

La ventaja del plan de negocios es que facilita la interpretación de las distintas circunstancias donde se van a desarrollar las actividades de las empresas. Teniendo en cuenta la complejidad y dinámica de los mercados actuales, ninguna empresa puede crecer y competir sin tener en cuenta las variables que intervienen y realizar un análisis integral para verificar si el emprendimiento es o no factible.

Por otra parte es necesario señalar que siempre esta presente en todo negocio el riesgo la incertidumbre asociados con el éxito o fracaso del mismo.

Al comenzar cualquier tipo de empresa, no importa el giro, la mayor preocupación del emprendedor, es que tan rentable va ser la empresa y cuando se recuperara la inversión realizada. Es por ello que dentro del plan de negocios siempre es de gran importancia el evaluar la marca del negocio, esto sirve para medir y por ultimo analizar la rentabilidad esperada del negocio y su riesgo.

Al proponer un proyecto dedicado ala limpieza de fosas sépticas y renta de sanitarios portátil, se pretende alcanzar que los servicios cubran a toda la comunidad en Felipe Carrillo Puerto, pueblos circunvecino y con el paso del tiempo extenderlo a otros municipios y estados. Es por eso que nuestra



Operadora de Servicios Integrales y Generales “AMBIENTA” sería un éxito en la ciudad de Felipe Carrillo Puerto.

UQROO.SISBI.CEDOC

BIBLIOGRAFÍA

1. Ansoff,H.I. Planteamientos estratégico, nueva tendencia de la administración / H.I. Ansoff, R.P. Declerk, R.L. Hages.- México: Editorial Trillas,1993.
2. Arturo González Acosta. "Finanzas en Administración" editorial Interamericana. México 1993.
3. Baca Urbina. "Evaluación de proyectos" Editorial Mc Graw Hill. 2001.
4. Braley and Myers. Fundamentos de financiación Empresarial, 4ta Edición. Editorial Mc. Graw Hill, México 1993.
5. Christopher H. Lovelock (1997) "Mercadotecnia de Servicios" Editorial: Prentice Hall.
6. Centro Emprendedor de negocios.
7. Charles W. Hill; Gareth R. Jones. "Planeación" Editorial Mc Graw Hill Interamericana. Sexta Edición. 2005.
8. Danila Terrango y María Laura Lecuona (Mercado/Dinero) "Como Armar un Plan de Negocios" Editorial: Producto Piso 7, Torre ACO, c. Orinoco, las Mercedes, Caracas, Venezuela.
9. Fisher Laura 1993 Mercadotecnia, 2da Edición, Ed, Mc Graw Hill
10. González R. René (2004) Elaboración de Planes de Negocios, Mc Graw Hill.
11. Guillermo Gómez Ceja. Planeación y Organización de Empresas" Editorial Mc Graw Hill. 1999.
12. Guillermo Velásquez Salcido. "Proceso Administrativo" Editorial S.E. Costa Rica. 1980.

13. INEGI (Instituto Nacional de Estadística Geografía e informática) Anuario estadístico del municipio de Felipe Carrillo Puerto Q.Roo Edición. 2008,2004 y 1999.
14. Jack Fleitman (2000) "Negocios Exitosos" Editorial: Mc. Graw Hill.
15. James W. Taylor, 1997, "Planeación de Mercadotecnia, una guía paso a paso" Editorial; prentice Hall.
16. Kotler Philip, Armostrong Gary, 1991, Fundamentos de la Mercadotecnia, 2da edición, Ed. Prentice Hail.
17. Kotler Philip, 1996, Dirección de mercadotecnia; Análisis, Planeación, implementación y control. 8va Edición, Ed, Prentice Hail.
18. Kotler Philip; Gary Amstrong "Fundamentos de Marketing" Editorial Pearson Educación. Mexico.2003.
19. Miguel Santesmeses Mestre "Marketing Conceptos y estrategias" Editorial: Pirámide.
20. Nacional Financiera Banca de México <http://www.naffin.com>
21. Porter, M.E. Estrategias Competitivas / M.E. Porter.- México: Editora Continental S.A.-P.
22. Rodrigo Varela (1998) "Innovación Empresarial" Editorial: Prentice Hall.
23. Rafael Alcaraz Rodríguez, 2001, "El Emprendedor de Negocios: guía de planes de negocios" Segunda Edición; MC Graw Hill.
24. SBA Agencia Federal para el Desarrollo de las Pequeña Empresa U.S. Small Business Administration (SBA) <http://www.sba.gov/espanol/>
25. Secretaria del trabajo.
26. Secretaria de Hacienda y Crédito Público.

27. Thomas C. Kinneer; James R. Tailor. "Investigación de Mercados" MC Graw Hill. Mexico. 2004.
28. Thompson-strckland. "Administracion Estrategica" Editorial Mc Graw Hill. Mexico. 2004.
29. William A. Cohen. "Plan de Mercadotecnia" Editorial Pearson 3ra Edición. México 2004.
30. Weston and Brigham. Fundamentos de Administracion Financiera, Decima Edición. Mc. Graw Hill, México, 1994.

UQROO.SISBI.CEDOC

GLOSARIO DE TÉRMINOS

VACTOR: maquinaria especializada y equipada para succionar materia fecal.

DESOLVE: retirar o succionar materia fecal de un drenaje público o fosa séptica.

PYMES: pequeñas y medianas empresas

SECTORES ECONOMICOS: son las divisiones de la actividad económica de un estado o territorio, atendiendo al tipo de proceso productivo que tenga lugar. Se subdivide según los criterios: primaria, secundaria y terciaria.

COSTOS FIJOS: son aquellos costos que permanecen constantes durante un periodo de tiempo determinado, sin importar el volumen de producción. Se consideran como tal en su monto global, pero unitariamente se consideran variables.

COSTOS VARIABLES: son aquellos que se modifican de acuerdo con el volumen de producción, si no hay producción no hay costos variables y si se producen muchas unidades el costo variable es alto.

TIR: (tasa interna de rentabilidad) también conocida como rendimiento interno de un activo. Se utiliza generalmente para definir la rentabilidad de un activo de renta fija en función de comparar su cupón con su precio de mercado.

VAN: (valor actual neto) es la diferencia entre el valor actual de los flujos de fondos que suministrara una inversión y el desembolso inicial necesario para llevarla a cabo. Se recomienda efectuar la inversión si el VAN es positivo.

IETU: es un impuesto directo, que agrava los ingresos cobrados de las principales actividades del impuesto al valor agregado, en donde son deducibles las erogaciones pagadas a través de los requisitos de deducibilidad del impuesto sobre la renta, con una tasa única para todos.

ISR: (impuesto sobre la renta) es un impuesto directo sobre el ingreso. La cual la ley del impuesto sobre la renta entro en vigor el 1 de enero del 2002. El impuesto se causa por ejercicios y se hacen pagos provisionales mensuales a cuenta del impuesto anual.

PTU: todo aquel trabajador personal subordinado, mediante el pago de su salario, tiene derecho a participar en las utilidades de la empresa en donde labora.

UQROO.SISBI.CEDOC

UQROO.SISBI.CEDOC

A N E X O S

ANEXO 1

PROYECCIONES 2011

AMBIENTA S.A. DE C.V.
DETERMINACIÓN DE LAS VENTAS ANUALES POR EL METODO DE MINIMOS CUADRADOS
EJERCICIO 2011

Producto: SERVICIO DE SANITARIOS

Año	X	Y	XY	X²
2008	1	341	341	1
2009	2	374	748	4
2010	3	403	1,209	9
6	6	1,118	2,298	14

$n = 3$

$b = \frac{186}{6} = 31.00$

$a = \frac{932}{3} = 310.60$

$Y^* = 494.60 = 435$ SERVICIO DE SANITARIOS

Mes	2008	2009	2010	Total	Porcentaje
Enero	33	35	39	107	9.57%
Febrero	22	24	26	72	6.46%
Marzo	22	24	26	72	6.46%
Abril	22	24	26	72	6.46%
Mayo	22	24	26	72	6.46%
Junio	22	24	26	72	6.46%
Julio	22	24	26	72	6.46%
Agosto	22	24	26	72	6.46%
Septiembre	44	48	52	144	12.92%
Octubre	33	36	39	108	9.69%
Noviembre	33	36	39	108	9.69%
Diciembre	44	48	52	144	12.92%
541	574	603	1,718	100.00%	

AMBIENTA S.A. DE C.V.
DETERMINACIÓN DE LAS VENTAS MENSUALES
EJERCICIO 2011

Producto: RENTA DE SANITARIOS

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Unidades a Vender	42	28	28	28	28	28	28	28	36	42	42	36	434
Precio de Venta	\$866	\$866	\$866	\$866	\$866	\$866	\$866	\$866	\$866	\$866	\$866	\$866	\$866
Venta total	36,383	24,253	24,253	24,253	24,253	24,253	24,253	24,253	48,510	36,383	36,383	48,510	373,933

PRECIO 2010 \$25.00
PRECIO 2011 \$866

AMBIENTA S.A. DE C.V.
DETERMINACIÓN DE LAS VENTAS ANUALES POR EL METODO DE MINIMOS CUADRADOS
EJERCICIO 2010

Producto: LIMPIEZA DE FOSAS

Año	X	Y	XY	X²
2008	1	66	66	1
2009	2	73	146	4
2010	3	78	234	9
6	6	217	446	14

$n = 3$

$b = \frac{36}{6} = 6.00$

$a = \frac{181}{3} = 60.20$

$Y^* = 84.20 = 84$ LIMPIEZA DE FOSAS

Mes	2008	2009	2010	Total	Porcentaje
Enero	4	5	5	14	6.57%
Febrero	4	5	5	14	6.57%
Marzo	4	5	5	14	6.57%
Abril	4	5	5	14	6.57%
Mayo	4	5	5	14	6.57%
Junio	7	7	8	22	10.09%
Julio	7	7	8	22	10.09%
Agosto	7	7	8	22	10.09%
Septiembre	7	7	8	22	10.09%
Octubre	7	7	8	22	10.09%
Noviembre	7	7	8	22	10.09%
Diciembre	4	5	5	14	6.57%
66	73	78	217	100.00%	

AMBIENTA S.A. DE C.V.
DETERMINACIÓN DE LAS VENTAS MENSUALES
EJERCICIO 2011

Producto: LIMPIEZA DE FOSAS

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Unidades a Vender	6	7	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	84
Precio de Venta	\$6,500	\$6,500	\$6,500	\$6,500	\$6,500	\$6,500	\$6,500	\$6,500	\$6,500	\$6,500	\$6,500	\$6,500	\$6,500
Venta total	39,000	39,000	39,000	39,000	39,000	52,000	52,000	52,000	52,000	52,000	52,000	39,000	546,000

PRECIO 2010 6000.00
PRECIO 2011 \$6,500

AMBIENTA S.A. DE C.V.
BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DE 2011

ACTIVO CIRCULANTE		PASIVO	
Bancos	\$ 482,234	Proveedores	\$ -
Cuentas	\$ -	Acreedores Diversos	\$ -
ACTIVO FIJO		CAPITAL CONTABLE	
Edificio	\$ -	Capital Social	\$ 425,200.00
Depreciación de Edificio	\$ -	Resultado de Ejercicios Anteriores	\$ 279,297
Mobiliario y equipo	\$ 13,394		
Depreciación Mobiliario	\$ 2,605		
Equipo de Computo	\$ 4,818.00		
Depreciación de Equipo de Computo	\$ 1,445.40		
Equipo de Transporte	\$ 160,000		
Depreciación Equipo de Transporte	\$ 40,000		
TOTAL ACTIVO	\$ 704,497	TOTAL PASIVO + CAPITAL	\$ 704,497

AMBIENTA S.A. DE C.V.
RELACION DE GASTOS DEL EJERCICIO 2010
EJERCICIO 2011

GASTOS FIJOS	
Sueldos	\$ 214,620
Mantenimiento/Maq	\$ 83,160
Internet y telefono	\$ 26,447
planta de tratamiento(arrendamiento)	\$ 9,450
\$ 333,677	

GASTOS VARIABLES	
gastos de traslado(combustible)	\$ 37,800
agua	\$ 7,560
electricidad	\$ 8,820
\$ 54,180	

GASTOS DE ADMINISTRACION	
material de oficina	\$ 2,100
	\$ 2,100

AMBIENTA S.A. DE C.V.
DETERMINACIÓN DE LAS VENTAS A CONTADO Y ACREDITO
EJERCICIO 2011

Mes	Ventas	VENTAS TOTALES	Contado
	P1	P2	100%
Enero	36,383	39,000	75,383
Febrero	24,253	39,000	63,253
Marzo	24,253	39,000	63,253
Abril	24,253	39,000	63,253
Mayo	24,253	39,000	63,253
Junio	24,253	52,000	76,253
Julio	24,253	52,000	76,253
Agosto	24,253	52,000	76,253
Septiembre	48,510	100,510	100,510
Octubre	36,383	52,000	88,383
Noviembre	36,383	52,000	88,383
Diciembre	48,510	39,000	87,510
TOTAL	373,933	546,000	921,953

ESTADO DE RESULTADOS DEL 1 ENERO AL 31 DICIEMBRE DE 2011

VENTAS		
RENDA DE SANITARIOS	\$ 375,953	
LIMPIEZA DE FOSAS	\$ 546,000	\$ 921,953
COSTO DE VENTAS		\$ 389,957
UTILIDAD BRUTA		\$ 531,995
GASTOS DE OPERACION		
Gastos de Venta	\$ -	
Gastos de Administracion	\$ -	
	\$ -	
UTILIDAD DE OPERACION		\$ 531,995
IMPUESTOS		
ISR	\$ 159,599	
IFLU	\$ 93,099	
	\$ 252,698	
RESULTADO DEL EJERCICIO		\$ 279,297

ANEXO 2

PROYECCIONES 2012

AMBIENTA S.A. DE C.V. DETERMINACIÓN DE LAS VENTAS ANUALES POR EL METODO DE MINIMOS CUADRADOS EJERCICIO 2012

Producto: SERVICIO DE SANITARIOS

Año	X	Y	XY	X²
2009	1	374	374	1
2010	2	403	806	4
2011	3	438	1,314	9
	6	1,215	2,494	14
b =	193		32.15	
a =	1,022		340.67	
Y' =	469.27		469	SERVICIO DE SANITARIOS

Mes	2009	2010	2011	Total	Porcentaje
Enero	33	39	43	117	9.62%
Febrero	24	26	29	79	6.49%
Marzo	24	26	29	79	6.49%
Abril	24	26	29	79	6.49%
Mayo	24	26	29	79	6.49%
Junio	24	26	29	79	6.49%
Julio	24	26	29	79	6.49%
Agosto	24	26	29	79	6.49%
Septiembre	48	52	57	158	12.97%
Octubre	36	39	43	118	9.73%
Noviembre	36	39	43	118	9.73%
Diciembre	48	52	57	158	12.97%
	374	403	438	1,215	100.00%

AMBIENTA S.A. DE C.V. DETERMINACIÓN DE LAS VENTAS ANUALES POR EL METODO DE MINIMOS CUADRADOS EJERCICIO 2012

Producto: LIMPIEZA DE FOSAS

Año	X	Y	XY	X²
2009	1	73	73	1
2010	2	78	156	4
2011	3	86	258	9
	6	236	486	14
b =	40		6.60	
a =	197		65.60	
Y' =	92.00		92	LIMPIEZA DE FOSAS

Mes	2009	2010	2011	Total	Porcentaje
Enero	5	5	6	15	6.49%
Febrero	5	5	6	15	6.49%
Marzo	5	5	6	15	6.49%
Abril	5	5	6	15	6.49%
Mayo	5	5	6	15	6.49%
Junio	5	5	6	15	6.49%
Julio	7	8	9	24	10.18%
Agosto	7	8	9	24	10.18%
Septiembre	6	7	8	24	10.18%
Octubre	7	8	9	24	10.18%
Noviembre	7	8	9	24	10.18%
Diciembre	7	8	9	24	10.18%
	73	78	86	236	100.00%

AMBIENTA S.A. DE C.V. RELACION DE GASTOS DEL EJERCICIO 2011 EJERCICIO 2012

GASTOS FIJOS	2011	2012
Sueldos	\$ 225,351	
Mantenimiento/Maq	\$ 87,318	
Internet y telefono	\$ 27,769	
Planta de tratamiento(arrendamiento)	\$ 9,923	
	\$ 350,361	
GASTOS VARIABLES	2011	2012
Gastos de traslado(combustible)	\$ 39,690	
agua	\$ 7,938	
electricidad	\$ 9,761	
	\$ 56,889	
GASTOS DE ADMINISTRACION	2011	2012
material de oficina	\$ 2,205	
	\$ 2,205	

AMBIENTA S.A. DE C.V. DETERMINACIÓN DE LAS VENTAS A CONTADO Y ACREDITO EJERCICIO 2012

Mes	Ventas		VENTAS TOTALES	Contado	100%
	F1	F2			
Enero	40,919	42,000	82,919	82,919	
Febrero	27,279	42,000	69,279	69,279	
Marzo	27,279	42,000	69,279	69,279	
Abril	27,279	42,000	69,279	69,279	
Mayo	27,279	42,000	69,279	69,279	
Junio	27,279	63,000	90,279	90,279	
Julio	27,279	63,000	90,279	90,279	
Agosto	27,279	63,000	90,279	90,279	
Septiembre	55,467	63,000	118,467	118,467	
Octubre	41,828	63,000	104,828	104,828	
Noviembre	41,828	63,000	104,828	104,828	
Diciembre	55,649	42,000	97,649	97,649	
TOTAL	424,643	630,000	1,054,643	1,054,643	

AMBIENTA S.A. DE C.V. DETERMINACIÓN DE LAS VENTAS MENSUALES EJERCICIO 2012

Producto: RENTA DE SANITARIOS

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Unidades a Vender	43	30	30	30	30	30	30	30	30	40	40	40	462
Precio de Venta	\$909	\$909	\$909	\$909	\$909	\$909	\$909	\$909	\$909	\$909	\$909	\$909	\$909
Venta total	40,919	27,279	27,279	27,279	27,279	27,279	27,279	27,279	27,279	55,467	41,828	41,828	424,643
PRECIO 2011	866.00												
PRECIO 2012	909												

AMBIENTA S.A. DE C.V. DETERMINACIÓN DE LAS VENTAS MENSUALES EJERCICIO 2012

Producto: LIMPIEZA DE FOSAS

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Unidades a Vender	5	5	6	6	6	6	9	9	9	9	9	9	90
Precio de Venta	\$7,000	\$7,000	\$7,000	\$7,000	\$7,000	\$7,000	\$7,000	\$7,000	\$7,000	\$7,000	\$7,000	\$7,000	\$7,000
Venta total	42,000	42,000	42,000	42,000	42,000	42,000	63,000	63,000	63,000	63,000	63,000	42,000	630,000
PRECIO 2011	6300.00												
PRECIO 2012	7,000												

AMBIENTA S.A. DE C.V. BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DE 2012

ACTIVO CIRCULANTE	PASIVO
Bancos	Proveedores
Cuentas	Arrendadores Diversos
ACTIVO FIJO	CAPITAL CONTABLE
Edificio	Capital Social
Depreciación de Edificio	Resultado de Ejercicios Anteriores
Mobiliario y equipo	Resultado del Ejercicio
Depreciación Mobiliario	
Equipo de Computo	
Depreciación de Equipo de Computo	
Equipo de Transporte	
Depreciación Equipo de Transporte	
TOTAL ACTIVO	TOTAL PASIVO = CAPITAL

ESTADO DE RESULTADOS DEL 1 ENERO AL 31 DICIEMBRE DE 2012

VENTAS	
RENDA DE SANITARIOS	\$ 424,643
LIMPIEZA DE FOSAS	\$ 630,000
	\$ 1,054,643
COSTO DE VENTAS	\$ 409,455
UTILIDAD BRUTA	\$ 645,188
GASTOS DE OPERACIÓN	\$ -
Gastos de Venta	\$ -
Gastos de Administracion	\$ -
UTILIDAD DE OPERACIÓN	\$ 645,188
IMPUESTOS	\$ -
ISR	\$ 193,556
IETU	\$ 112,008
RESULTADO DEL EJERCICIO	\$ 338,724

ANEXO 2.1

AMBIENTA S.A. DE C.V. GASTOS FIJOS PRESUPUESTADOS EJERCICIO 2012

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Sueldos	\$ 18,779	\$ 18,779	\$ 18,779	\$ 18,779	\$ 18,779	\$ 18,779	\$ 18,779	\$ 18,779	\$ 18,779	\$ 18,779	\$ 18,779	\$ 18,779	225,351
mantenimiento/maq	\$ 2,314	\$ 2,314	\$ 2,314	\$ 2,314	\$ 2,314	\$ 2,314	\$ 2,314	\$ 2,314	\$ 2,314	\$ 2,314	\$ 2,314	\$ 2,314	27,769
Internet y telefono	\$ 827	\$ 827	\$ 827	\$ 827	\$ 827	\$ 827	\$ 827	\$ 827	\$ 827	\$ 827	\$ 827	\$ 827	9,923
plana de tratamiento(arrendamien to)													
TOTAL	20,197	20,197	20,197	20,197	20,197	20,197	20,197	20,197	20,197	20,197	20,197	20,197	330,361

AMBIENTA S.A. DE C.V. GASTOS VARIABLES PRESUPUESTADO EJERCICIO 2012

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
gastos de traslado(combustible)	\$ 3,308	\$ 3,308	\$ 3,308	\$ 3,308	\$ 3,308	\$ 3,308	\$ 3,308	\$ 3,308	\$ 3,308	\$ 3,308	\$ 3,308	\$ 3,308	39,690
agua	\$ 662	\$ 662	\$ 662	\$ 662	\$ 662	\$ 662	\$ 662	\$ 662	\$ 662	\$ 662	\$ 662	\$ 662	7,938
electricidad	\$ 772	\$ 772	\$ 772	\$ 772	\$ 772	\$ 772	\$ 772	\$ 772	\$ 772	\$ 772	\$ 772	\$ 772	9,264
material de oficina	\$ 184	\$ 184	\$ 184	\$ 184	\$ 184	\$ 184	\$ 184	\$ 184	\$ 184	\$ 184	\$ 184	\$ 184	2,205
TOTAL	4,925	4,925	4,925	4,925	4,925	4,925	4,925	4,925	4,925	4,925	4,925	4,925	59,094

AMBIENTA S.A. DE C.V. EFECTIVO PRESUPUESTADO EJERCICIO 2012

Concepto	0	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
(+) Entradas													
Ventas al Contado		82,919	69,279	69,279	69,279	69,279	69,279	90,279	90,279	90,279	118,467	104,828	104,828
Total entradas		82,919	69,279	69,279	69,279	69,279	69,279	90,279	90,279	90,279	118,467	104,828	104,828
(-) Salidas													
Costos Fijos		29,197	29,197	29,197	29,197	29,197	29,197	29,197	29,197	29,197	29,197	29,197	29,197
Costos Variables		4,925	4,925	4,925	4,925	4,925	4,925	4,925	4,925	4,925	4,925	4,925	4,925
Total salidas		34,121	34,121	34,121	34,121	34,121	34,121	34,121	34,121	34,121	34,121	34,121	34,121
Base de Impuestos		48,797	35,159	35,159	35,159	35,159	35,159	35,159	35,159	35,159	55,319	70,707	70,707
Pago Provisional 30%		\$ 14,639.18	\$ 10,547.33	\$ 10,547.33	\$ 10,547.33	\$ 10,547.33	\$ 10,547.33	\$ 16,847.33	\$ 16,847.33	\$ 16,847.33	\$ 25,303.82	\$ 21,211.97	\$ 21,211.97
Flujo Efectivo de Operación Antes de Inversión		\$ 34,158.08	\$ 24,610.43	\$ 24,610.43	\$ 24,610.43	\$ 24,610.43	\$ 24,610.43	\$ 39,310.43	\$ 39,310.43	\$ 39,310.43	\$ 59,042.24	\$ 49,404.89	\$ 49,404.89
Inversión Neta	\$ 425,200.00												
Flujo Neto de Efectivo	\$ 425,200.00	\$ 34,158.08	\$ 24,610.43	\$ 24,610.43	\$ 24,610.43	\$ 24,610.43	\$ 24,610.43	\$ 39,310.43	\$ 39,310.43	\$ 39,310.43	\$ 59,042.24	\$ 49,404.89	\$ 49,404.89

ANEXO 3

PROYECCIONES 2013

AMBIENTA S.A. DE C.V.
DETERMINACIÓN DE LAS VENTAS ANUALES POR EL METODO DE MINIMOS CUADRADOS
EJERCICIO 2012

Producto: SERVICIO DE SANITARIOS

AÑO	X	Y	XY	X²
2010	1	403	403	1
2011	2	438	876	4
2012	3	477	1,430	9
6	1,318	2,709	14	

n = 3

b = 221
a = 1,097
Y* = 512.98

Mes	20010	2011	2012	Total	Porcentaje
Enero	39	43	47	129	9.60%
Febrero	26	29	31	86	6.53%
Marzo	26	29	31	86	6.53%
Abril	26	29	31	86	6.53%
Mayo	26	29	31	86	6.53%
Junio	26	29	31	86	6.53%
Julio	26	29	31	86	6.53%
Agosto	26	29	31	86	6.53%
Septiembre	32	37	43	112	8.48%
Octubre	39	43	47	129	9.80%
Noviembre	39	43	47	129	9.80%
Diciembre	39	43	47	129	9.80%
403	438	477	1,318	100.00%	

AMBIENTA S.A. DE C.V.
DETERMINACIÓN DE LAS VENTAS ANUALES POR EL METODO DE MINIMOS CUADRADOS
EJERCICIO 2012

Producto: LIMPIEZA DE FOSAS

AÑO	X	Y	XY	X²
2010	1	78	78	1
2011	2	86	172	4
2012	3	94	283	9
6	258	533	14	

n = 3

b = 49
a = 209
Y* = 102.44

Mes	2010	2011	2012	Total	Porcentaje
Enero	5	6	6	17	6.41%
Febrero	5	6	6	17	6.41%
Marzo	5	6	6	17	6.41%
Abril	5	6	6	17	6.41%
Mayo	5	6	6	17	6.41%
Junio	8	9	9	26	10.26%
Julio	8	9	9	26	10.26%
Agosto	8	9	9	26	10.26%
Septiembre	8	9	9	26	10.26%
Octubre	8	9	9	26	10.26%
Noviembre	8	9	9	26	10.26%
Diciembre	5	6	6	17	6.41%
78	86	94	258	100.00%	

AMBIENTA S.A. DE C.V.
RELACION DE GASTOS DEL EJERCICIO 2012
EJERCICIO 2013

CATEGORIA	2012	2013
GASTOS FIJOS		
Sueldos	\$ 236,619	
Mantenimiento/Maq	\$ 91,684	
Internet y telefono	\$ 29,137	
planta de tratamiento(arrendamiento)	\$ 10,419	
\$ 367,879		
GASTOS VARIABLES		
gastos de traslado(combustible)	\$ 41,675	
agua	\$ 8,335	
electricidad	\$ 9,724	
\$ 59,733		
GASTOS DE ADMINISTRACION		
material de oficina	\$ 2,315	
\$ 2,315		

AMBIENTA S.A. DE C.V.
DETERMINACIÓN DE LAS VENTAS A CONTADO Y ACREDITO
EJERCICIO 2013

Mes	Ventas		VENTAS TOTALES	Contado	100%
	P1	P2			
Enero	47,723	52,500	100,223	100,223	
Febrero	32,451	52,500	84,951	84,951	
Marzo	32,451	52,500	84,951	84,951	
Abril	32,451	52,500	84,951	84,951	
Mayo	32,451	52,500	84,951	84,951	
Junio	32,451	75,000	107,451	107,451	
Julio	32,451	75,000	107,451	107,451	
Agosto	32,451	75,000	107,451	107,451	
Septiembre	63,948	75,000	138,948	138,948	
Octubre	47,723	75,000	122,723	122,723	
Noviembre	47,723	75,000	122,723	122,723	
Diciembre	38,221	52,500	110,721	110,721	
TOTAL	492,496	765,000	1,257,496	1,257,496	

AMBIENTA S.A. DE C.V.
DETERMINACIÓN DE LAS VENTAS MENSUALES
EJERCICIO 2012

Producto: RENTA DE SANITARIOS

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECIEMBRE	TOTAL
Unidades a Vender	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	401
Precio de Venta	\$954	\$954	\$954	\$954	\$954	\$954	\$954	\$954	\$954	\$954	\$954	\$954	\$110,466
Venta total	47,723	32,451	32,451	32,451	32,451	32,451	32,451	32,451	32,451	65,948	47,723	47,723	492,496
PRECIO 2012	909.00												
PRECIO 2013	5954												

AMBIENTA S.A. DE C.V.
DETERMINACIÓN DE LAS VENTAS MENSUALES
EJERCICIO 2012

Producto: LIMPIEZA DE FOSAS

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECIEMBRE	TOTAL
Unidades a Vender	7	7	7	7	7	10	10	10	10	10	10	7	102
Precio de Venta	\$2,300	\$2,300	\$2,300	\$2,300	\$2,300	\$2,300	\$2,300	\$2,300	\$2,300	\$2,300	\$2,300	\$2,300	\$23,260
Venta total	52,300	52,300	52,300	52,300	52,300	73,000	73,000	73,000	73,000	73,000	73,000	52,300	765,000
PRECIO 2012	7000.00												
PRECIO 2013	57,500												

AMBIENTA S.A. DE C.V.
BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013

ACTIVO CIRCULANTE	MONEDA	PASIVO	MONEDA
Bancos	\$ 637,410	Proveedores	\$ -
Cuentas	\$ -	Acreedores Diversos	\$ -
Activos Fijos	\$ -	CAPITAL CONTABLE	\$ 425,200.00
Edificio	\$ -	Capital Social	\$ 425,200.00
Depreciación de Edificio	\$ -	Resultado de Ejercicios Anteriores	\$ -
Mobiliario y equipo	\$ 13,394	Resultado del Ejercicio	\$ 434,473
Depreciación Mobiliario	\$ 2,605		
Equipo de cómputo	\$ 4,818.00		
Depreciación de Equipo de Computo	\$ 1,445.40		
Equipo de Transporte	\$ 160,000		
Depreciación Equipo de transporte	\$ 40,000		
TOTAL ACTIVO	\$ 859,673	TOTAL PASIVO + CAPITAL	\$ 859,673

ESTADO DE RESULTADOS DEL 1 ENERO AL 31 DICIEMBRE DE 2013

CATEGORIA	2013
VENTAS	
RENDA DE SANITARIOS	\$ 492,496
LIMPIEZA DE FOSAS	\$ 765,000
\$ 1,257,496	
COSTO DE VENTAS	
	\$ 429,928
UTILIDAD BRUTA	\$ 827,568
GASTOS DE OPERACION	
Gastos de Venta	\$ -
Gastos de Administracion	\$ -
\$ -	
UTILIDAD DE OPERACION	\$ 827,568
IMPUESTOS	
ISR	\$ 248,271
IETU	\$ 144,824
\$ 393,095	
RESULTADO DEL EJERCICIO	\$ 434,473

ANEXO 3.1

AMBIENTA S.A. DE C.V.
GASTOS FIJOS PRESUPUESTADOS
EJERCICIO 2013

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECIEMBRE	TOTAL
Sheldos	\$ 19,718	19,718	19,718	19,718	19,718	19,718	19,718	19,718	19,718	19,718	19,718	19,718	236,619
Mantenimiento/Maq	\$ 7,640	7,640	7,640	7,640	7,640	7,640	7,640	7,640	7,640	7,640	7,640	7,640	91,680
Internet y telefono	\$ 2,430	2,430	2,430	2,430	2,430	2,430	2,430	2,430	2,430	2,430	2,430	2,430	29,137
planta de tratamiento(arrendamiento)	\$ 868	868	868	868	868	868	868	868	868	868	868	868	10,410
TOTAL	30,657	30,657	30,657	30,657	30,657	30,657	30,657	30,657	30,657	30,657	30,657	30,657	367,879

AMBIENTA S.A. DE C.V.
GASTOS VARIABLES PRESUPUESTADO
EJERCICIO 2013

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECIEMBRE	TOTAL
gastos de traslado(combustible)	\$ 3,473	3,473	3,473	3,473	3,473	3,473	3,473	3,473	3,473	3,473	3,473	3,473	41,673
agua	\$ 693	693	693	693	693	693	693	693	693	693	693	693	8,313
electricidad	\$ 810	810	810	810	810	810	810	810	810	810	810	810	9,720
material de oficina	\$ 193	193	193	193	193	193	193	193	193	193	193	193	2,313
TOTAL	5,171	5,171	5,171	5,171	5,171	5,171	5,171	5,171	5,171	5,171	5,171	5,171	62,049

AMBIENTA S.A. DE C.V.
EFFECTIVO PRESUPUESTADO
EJERCICIO 2013

Concepto	0	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
(+) Entradas													
Ventas al Contado		100,223	84,951	84,951	84,951	84,951	84,951	107,451	107,451	107,451	138,848	122,723	110,721
Total Entradas		100,223	84,951	84,951	84,951	84,951	84,951	107,451	107,451	107,451	138,848	122,723	110,721
(-) Salidas													
Costos Fijos		30,657	30,657	30,657	30,657	30,657	30,657	30,657	30,657	30,657	30,657	30,657	30,657
Costos Variables		5,171	5,171	5,171	5,171	5,171	5,171	5,171	5,171	5,171	5,171	5,171	5,171
Total salidas		35,827	35,827	35,827	35,827	35,827	35,827	35,827	35,827	35,827	35,827	35,827	35,827
Base de Impuestos		64,396	49,124	49,124	49,124	49,124	49,124	71,624	71,624	71,624	103,121	86,895	74,893
Pago Provisional 30%		\$ 19,318.56	\$ 14,737.20	\$ 14,737.20	\$ 14,737.20	\$ 14,737.20	\$ 14,737.20	\$ 21,487.20	\$ 21,487.20	\$ 21,487.20	\$ 30,936.25	\$ 26,068.56	\$ 22,468.24
Flujo Efectivo de Operación Antes de Inversión		\$ 45,076.82	\$ 34,386.70	\$ 34,386.70	\$ 34,386.70	\$ 34,386.70	\$ 34,386.70	\$ 50,136.70	\$ 50,136.70	\$ 50,136.70	\$ 72,164.59	\$ 60,686.03	\$ 52,784.23
Inversión Neta	\$ 425,200.00												
Flujo Neto de Efectivo	\$ 425,200.00	\$ 45,076.82	\$ 34,386.70	\$ 34,386.70	\$ 34,386.70	\$ 34,386.70	\$ 34,386.70	\$ 50,136.70	\$ 50,136.70	\$ 50,136.70	\$ 72,164.59	\$ 60,686.03	\$ 52,784.23

ANEXO 4

PROYECCIONES 2014

AMBIENTA S.A. DE C.V. DETERMINACIÓN DE LAS VENTAS ANUALES POR EL METODO DE MINIMOS CUADRADOS EJERCICIO 2012

Año	X	Y	XY	X²
2011	1	441	441	1
2012	2	473	947	4
2013	3	515	1,546	9
Σ	6	1,430	2,934	14

b =	223	=	37.22
a =	1,206	=	402.15
Y* =	551.01	=	551

SERVICIO DE SANITARIOS

Mes	2011	2012	2013	Total	Porcentaje
Enero	43	47	52	142	9.96%
Febrero	29	31	34	94	6.58%
Marzo	29	31	34	94	6.58%
Abril	29	31	34	94	6.58%
Mayo	29	31	34	94	6.58%
Junio	29	31	34	94	6.58%
Julio	29	31	34	94	6.58%
Agosto	29	31	34	94	6.58%
Septiembre	37	63	69	169	13.20%
Octubre	43	47	52	142	9.96%
Noviembre	43	47	52	142	9.96%
Diciembre	52	52	52	156	10.91%
Σ	441	473	515	1,430	100.00%

AMBIENTA S.A. DE C.V. DETERMINACIÓN DE LAS VENTAS MENSUALES EJERCICIO 2012

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Unidades a Vender	55	36	36	36	36	36	36	36	73	33	53	60	530
Precio de Venta	\$1,002	\$1,002	\$1,002	\$1,002	\$1,002	\$1,002	\$1,002	\$1,002	\$1,002	\$1,002	\$1,002	\$1,002	\$1,002
Venta total	55,094	36,061	36,061	36,061	36,061	36,061	36,061	36,061	73,124	33,066	53,066	60,102	530,935
PRECIO 2013	954.00												
PRECIO 2014	\$1,002												

AMBIENTA S.A. DE C.V. DETERMINACIÓN DE LAS VENTAS ANUALES POR EL METODO DE MINIMOS CUADRADOS EJERCICIO 2014

Año	X	Y	XY	X²
2011	1	90	90	1
2012	2	95	191	4
2013	3	105	315	9
Σ	6	290	596	14

b =	45	=	7.47
a =	246	=	81.84
Y* =	111.72	=	112

LIMPIEZA DE FOSAS

Mes	2011	2012	2013	Total	Porcentaje
Enero	0	6	7	19	6.41%
Febrero	6	6	7	19	6.41%
Marzo	6	6	7	19	6.41%
Abril	6	6	7	19	6.41%
Mayo	6	6	7	19	6.41%
Junio	9	10	11	30	10.26%
Julio	9	10	11	30	10.26%
Agosto	9	10	11	30	10.26%
Septiembre	9	10	11	30	10.26%
Octubre	9	10	11	30	10.26%
Noviembre	9	10	11	30	10.26%
Diciembre	6	6	7	19	6.41%
Σ	90	95	105	290	100.00%

AMBIENTA S.A. DE C.V. DETERMINACIÓN DE LAS VENTAS MENSUALES EJERCICIO 2012

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Unidades a Vender	7	7	7	7	7	11	11	11	11	11	11	7	108
Precio de Venta	\$8,000	\$8,000	\$8,000	\$8,000	\$8,000	\$8,000	\$8,000	\$8,000	\$8,000	\$8,000	\$8,000	\$8,000	\$8,000
Venta total	56,000	56,000	56,000	56,000	56,000	88,000	88,000	88,000	88,000	88,000	88,000	56,000	864,000
PRECIO 2013	7500.00												
PRECIO 2014	\$8,000												

AMBIENTA S.A. DE C.V. BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014

ACTIVO CIRCULANTE	PASIVO
Bancos	Proveedores
Cheques	Acreedores Diversos
ACTIVO FIJO	CAPITAL CONTABLE
Edificio	Capital Social
Depreciación de Edificio	Resultado de Ejercicios Anteriores
Mobiliario y Equipo	Resultado de Ejercicio
Depreciación Mobiliario	
Equipo de Computo	
Depreciación de Equipo de Computo	
Equipo de Transporte	
Depreciación Equipo de Transporte	
TOTAL ACTIVO	TOTAL PASIVO + CAPITAL

AMBIENTA S.A. DE C.V. RELACION DE GASTOS DEL EJERCICIO 2013 EJERCICIO 2014

GASTOS FIJOS	2013	2014
Sueldos	\$ 248,450	\$ 248,450
Mantenimiento/Maq internet y telefono	\$ 30,615	\$ 30,615
planta de tratamiento(arrandamiento)	\$ 10,940	\$ 10,940
TOTAL	\$ 386,273	\$ 386,273
GASTOS VARIABLES	2013	2014
gastos de traslado(combustible)	\$ 43,750	\$ 43,750
agua	\$ 8,752	\$ 8,752
electricidad	\$ 10,210	\$ 10,210
TOTAL	\$ 62,722	\$ 62,722
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	2013	2014
material de oficina	\$ 2,431	\$ 2,431
TOTAL	\$ 2,431	\$ 2,431

AMBIENTA S.A. DE C.V. DETERMINACIÓN DE LAS VENTAS A CONTADO Y ACREDITO EJERCICIO 2014

Mes	Ventas	VENTAS TOTALES	Contado
Enero	55,094	56,000	111,094
Febrero	36,061	56,000	92,061
Marzo	36,061	56,000	92,061
Abril	36,061	56,000	92,061
Mayo	36,061	56,000	92,061
Junio	36,061	88,000	124,061
Julio	36,061	88,000	124,061
Agosto	36,061	88,000	124,061
Septiembre	73,124	88,000	161,124
Octubre	55,094	88,000	143,094
Noviembre	55,094	88,000	143,094
Diciembre	60,102	56,000	116,102
TOTAL	550,935	864,000	1,414,935

AMBIENTA S.A. DE C.V. ESTADO DE RESULTADOS DEL 1 ENERO AL 31 DICIEMBRE DE 2014

VENTAS	
RENDA DE SANITARIOS	\$ 550,935
LIMPIEZA DE FOSAS	\$ 864,000
TOTAL	\$ 1,414,935
COSTO DE VENTAS	\$ 451,424
UTILIDAD BRUTA	\$ 963,511
GASTOS DE OPERACION	
Gastos de Venta	\$ -
Gastos de Administracion	\$ -
TOTAL	\$ -
UTILIDAD DE OPERACION	\$ 963,511
IMPUESTOS	
ISR	\$ 289,033
IEIU	\$ 168,014
TOTAL	\$ 457,668
RESULTADO DEL EJERCICIO	\$ 505,843

ANEXO 4.1

**AMBIENTA S.A. DE C.V.
GASTOS FIJOS PRESUPUESTADOS
EJERCICIO 2014**

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Sueldos	\$ 20,704	\$ 20,704	\$ 20,704	\$ 20,704	\$ 20,704	\$ 20,704	\$ 20,704	\$ 20,704	\$ 20,704	\$ 20,704	\$ 20,704	\$ 20,704	248,450
Mantenimiento/Maq	\$ 8,022	\$ 8,022	\$ 8,022	\$ 8,022	\$ 8,022	\$ 8,022	\$ 8,022	\$ 8,022	\$ 8,022	\$ 8,022	\$ 8,022	\$ 8,022	96,268
Internet y telefono	\$ 2,551	\$ 2,551	\$ 2,551	\$ 2,551	\$ 2,551	\$ 2,551	\$ 2,551	\$ 2,551	\$ 2,551	\$ 2,551	\$ 2,551	\$ 2,551	30,613
planta de tratamiento(arrendamiento)	\$ 912	\$ 912	\$ 912	\$ 912	\$ 912	\$ 912	\$ 912	\$ 912	\$ 912	\$ 912	\$ 912	\$ 912	10,940
TOTAL	32,189	32,189	32,189	32,189	32,189	32,189	32,189	32,189	32,189	32,189	32,189	32,189	386,273

**AMBIENTA S.A. DE C.V.
GASTOS VARIABLES PRESUPUESTADO
EJERCICIO 2014**

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
gastos de traslado(combustible)	\$ 3,647	\$ 3,647	\$ 3,647	\$ 3,647	\$ 3,647	\$ 3,647	\$ 3,647	\$ 3,647	\$ 3,647	\$ 3,647	\$ 3,647	\$ 3,647	43,750
agua	\$ 729	\$ 729	\$ 729	\$ 729	\$ 729	\$ 729	\$ 729	\$ 729	\$ 729	\$ 729	\$ 729	\$ 729	8,752
electricidad	\$ 851	\$ 851	\$ 851	\$ 851	\$ 851	\$ 851	\$ 851	\$ 851	\$ 851	\$ 851	\$ 851	\$ 851	10,210
material de oficina	203	203	203	203	203	203	203	203	203	203	203	203	2,431
TOTAL	5,429	5,429	5,429	5,429	5,429	5,429	5,429	5,429	5,429	5,429	5,429	5,429	65,151

**AMBIENTA S.A. DE C.V.
EFECTIVO PRESUPUESTADO
EJERCICIO 2014**

Concepto	0	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
(+) Entradas													
Ventas al Contado		111,094	92,061	92,061	92,061	92,061	92,061	124,061	124,061	124,061	107,124	143,094	143,094
Total entradas		111,094	92,061	92,061	92,061	92,061	92,061	124,061	124,061	124,061	107,124	143,094	143,094
(-) Salidas													
Costos Fijos		32,189	32,189	32,189	32,189	32,189	32,189	32,189	32,189	32,189	32,189	32,189	32,189
Costos Variables		5,429	5,429	5,429	5,429	5,429	5,429	5,429	5,429	5,429	5,429	5,429	5,429
Total salidas		37,619	37,619	37,619	37,619	37,619	37,619	37,619	37,619	37,619	37,619	37,619	37,619
Base de Impuestos		73,172	54,443	54,443	54,443	54,443	54,443	86,443	86,443	86,443	69,524	105,472	105,472
Pago Provisional 30%		\$ 22,042.44	\$ 16,332.75	\$ 16,332.75	\$ 16,332.75	\$ 16,332.75	\$ 16,332.75	\$ 25,932.75	\$ 25,932.75	\$ 25,932.75	\$ 37,051.62	\$ 31,642.44	\$ 31,642.44
Flujo Efectivo de Operación Antes de Inversión		\$ 51,432.56	\$ 38,109.75	\$ 38,109.75	\$ 38,109.75	\$ 38,109.75	\$ 38,109.75	\$ 60,509.75	\$ 60,509.75	\$ 60,509.75	\$ 65,451.62	\$ 75,809.75	\$ 75,809.75
Inversión Neta	\$ 425,200.00												
Flujo Neto de Efectivo	\$ 425,200.00	\$ 51,432.56	\$ 38,109.75	\$ 38,109.75	\$ 38,109.75	\$ 38,109.75	\$ 38,109.75	\$ 60,509.75	\$ 60,509.75	\$ 60,509.75	\$ 65,451.62	\$ 75,809.75	\$ 75,809.75

ANEXO 5

PROYECCIONES 2015

**AMBIENTA S.A. DE C.V.
DETERMINACION DE LAS VENTAS ANUALES POR EL METODO DE MINIMOS CUADRADOS
EJERCICIO 2012**

Producto: SERVICIO DE SANITARIOS				
Año	X	Y	XY	X²
2012	1	473	473	1
2013	2	515	1,030	4
2014	3	567	1,700	9
6	1,535	3,203	14	
b =	$\frac{281}{6}$	=	46.81	
a =	$\frac{1,274}{3}$	=	424.63	
Y' =	611.85	=	612	SERVICIO DE SANITARIOS

Mes	2012	2013	2014	Total	Porcentaje
Enero	47	52	57	156	10.01%
Febrero	34	34	38	103	6.60%
Marzo	31	34	38	103	6.60%
Abril	31	34	38	103	6.60%
Mayo	31	34	38	103	6.60%
Junio	31	34	38	103	6.60%
Julio	31	34	38	103	6.60%
Agosto	31	34	38	103	6.60%
Septiembre	63	69	76	209	13.41%
Octubre	47	52	57	156	10.01%
Noviembre	47	52	57	156	10.01%
Diciembre	473	52	57	161	10.37%
	473	515	567	1,535	100.00%

**AMBIENTA S.A. DE C.V.
DETERMINACION DE LAS VENTAS ANUALES POR EL METODO DE MINIMOS CUADRADOS
EJERCICIO 2015**

Producto: LIMPIEZA DE FOSAS				
Año	X	Y	XY	X²
2012	1	96	96	1
2013	2	108	216	4
2014	3	119	356	9
6	323	668	14	
b =	$\frac{68}{6}$	=	11.40	
a =	$\frac{254}{3}$	=	84.80	
Y' =	130.40	=	130	LIMPIEZA DE FOSAS

Mes	2012	2013	2014	Total	Porcentaje
Enero	6	7	8	21	6.41%
Febrero	6	7	8	21	6.41%
Marzo	6	7	8	21	6.41%
Abril	6	7	8	21	6.41%
Mayo	6	7	8	21	6.41%
Junio	10	11	12	33	10.25%
Julio	10	11	12	33	10.25%
Agosto	10	11	12	33	10.25%
Septiembre	10	11	12	33	10.25%
Octubre	10	11	12	33	10.25%
Noviembre	10	11	12	33	10.25%
Diciembre	6	7	8	21	6.41%
	96	108	119	323	100.00%

**AMBIENTA S.A. DE C.V.
RELACION DE GASTOS DEL EJERCICIO 2014
EJERCICIO 2015**

GASTOS FIJOS	
Sueldos	\$ 260,873
Mantenimiento/Maq	\$ 101,061
internet y telefono	\$ 32,146
planta de tratamiento(arrendamiento)	\$ 11,487
	\$ 405,587
GASTOS VARIABLES	
gastos de traslado(combustible)	\$ 45,947
agua	\$ 9,190
electricidad	\$ 10,721
	\$ 65,857
GASTOS DE ADMINISTRACION	
material de oficina	\$ 2,553
	\$ 2,553

**AMBIENTA S.A. DE C.V.
DETERMINACION DE LAS VENTAS A CONTADO Y ACREDITO
EJERCICIO 2015**

Mes	Ventas		VENTAS TOTALES	Contado
	DI	DZ		
Enero	64,178	68,000	132,178	132,178
Febrero	42,084	68,000	110,084	110,084
Marzo	42,084	68,000	110,084	110,084
Abril	42,084	68,000	110,084	110,084
Mayo	42,084	68,000	110,084	110,084
Junio	42,084	110,500	152,584	152,584
Julio	42,084	110,500	152,584	152,584
Agosto	42,084	110,500	152,584	152,584
Septiembre	84,172	110,500	196,772	196,772
Octubre	64,178	110,500	174,678	174,678
Noviembre	64,178	110,500	174,678	174,678
Diciembre	66,282	68,000	134,282	134,282
TOTAL	639,677	1,071,000	1,710,677	1,710,677

**AMBIENTA S.A. DE C.V.
DETERMINACION DE LAS VENTAS MENSUALES
EJERCICIO 2012**

Producto: RENTA DE SANITARIOS													
CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Unidades a Vender	61	40	40	40	40	40	40	40	40	82	61	61	608
Precio de Venta	\$1,052	\$1,052	\$1,052	\$1,052	\$1,052	\$1,052	\$1,052	\$1,052	\$1,052	\$1,052	\$1,052	\$1,052	\$1,052
Venta total	64,178	42,084	42,084	42,084	42,084	42,084	42,084	42,084	42,084	86,272	64,178	64,178	639,677
PRECIO 2014	1,002.00												
PRECIO 2015	\$1,052												

**AMBIENTA S.A. DE C.V.
DETERMINACION DE LAS VENTAS MENSUALES
EJERCICIO 2012**

Producto: LIMPIEZA DE FOSAS													
CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Unidades a Vender	6	7	8	8	8	13	13	13	13	13	13	8	126
Precio de Venta	\$8,500	\$2,700	\$8,500	\$8,500	\$8,500	\$8,500	\$8,500	\$8,500	\$8,500	\$8,500	\$8,500	\$8,500	\$8,500
Venta total	68,000	68,000	68,000	68,000	68,000	110,500	110,500	110,500	110,500	110,500	110,500	68,000	1,071,000
PRECIO 2014	8090.00												
PRECIO 2015	\$8,500												

**AMBIENTA S.A. DE C.V.
BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015**

ACTIVO CIRCULANTE	PASIVO
Bancos	Proveedores
Cuentas	Acredores Diversos
ACTIVO FIJO	CAPITAL CONTABLE
Edificio	Capital Social
Depreciación de Edificio	Resultado de Ejercicios Anteriores
Mobiliario y equipo	Resultado del Ejercicio
Depreciación Mobiliario	
Equipo de Computo	
Depreciación de Equipo de Computo	
Equipo de Transporte	
Depreciación Equipo de Transporte	
TOTAL ACTIVO	TOTAL PASIVO Y CAPITAL

ESTADO DE RESULTADOS DEL EJERCICIO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015

VENTAS	
RENDA DE SANITARIOS	\$ 639,677
LIMPIEZA DE FOSAS	\$ 1,071,000
	\$ 1,710,677
COSTO DE VENTAS	\$ 473,996
UTILIDAD BRUTA	\$ 1,236,681
GASTOS DE OPERACION	
Gastos de Venta	\$ -
Gastos de Administracion	\$ -
	\$ -
UTILIDAD DE OPERACION	\$ 1,236,681
IMPUESTOS	
ISR	\$ 371,004
IETU	\$ 216,419
	\$ 587,423
RESULTADO DEL EJERCICIO	\$ 649,257

ANEXO 5.1

AMBIENTA S.A. DE C.V. GASTOS FIJOS PRESUPUESTADOS EJERCICIO 2015

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECIEMBRE	TOTAL
Sueltos	\$ 21,739	21,739	21,739	21,739	21,739	21,739	21,739	21,739	21,739	21,739	21,739	21,739	260,673
Mantenimiento/Maq internet y telefono	\$ 8,423	8,423	8,423	8,423	8,423	8,423	8,423	8,423	8,423	8,423	8,423	8,423	101,091
planta de tratamiento(arrendamien to)	\$ 957	957	957	957	957	957	957	957	957	957	957	957	11,487
TOTAL	33,799	33,799	33,799	33,799	33,799	33,799	33,799	33,799	33,799	33,799	33,799	33,799	405,587

AMBIENTA S.A. DE C.V. GASTOS VARIABLES PRESUPUESTADO EJERCICIO 2015

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECIEMBRE	TOTAL
gastos de traslado(combustible)	\$ 3,829	3,829	3,829	3,829	3,829	3,829	3,829	3,829	3,829	3,829	3,829	3,829	45,947
agua	\$ 766	766	766	766	766	766	766	766	766	766	766	766	9,190
electricidad	\$ 893	893	893	893	893	893	893	893	893	893	893	893	10,721
material de oficina	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213	2,553
TOTAL	5,701	5,701	5,701	5,701	5,701	5,701	5,701	5,701	5,701	5,701	5,701	5,701	68,410

AMBIENTA S.A. DE C.V. EFECTIVO PRESUPUESTADO EJERCICIO 2015

Concepto	0	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
(+) Entradas													
Ventas al Contado		132,178	110,084	110,084	110,084	110,084	110,084	152,584	152,584	152,584	196,772	174,678	174,678
Total entradas		132,178	110,084	110,084	110,084	110,084	110,084	152,584	152,584	152,584	196,772	174,678	174,678
(-) Salidas													
Costos Fijos		33,799	33,799	33,799	33,799	33,799	33,799	33,799	33,799	33,799	33,799	33,799	33,799
Costos Variables		5,701	5,701	5,701	5,701	5,701	5,701	5,701	5,701	5,701	5,701	5,701	5,701
Total salidas		39,500	39,500	39,500	39,500	39,500	39,500	39,500	39,500	39,500	39,500	39,500	39,500
Base de Impuestos		92,678	70,584	70,584	70,584	70,584	70,584	113,084	113,084	113,084	157,272	135,178	135,178
Pago Provisional 30%		\$ 27,803.52	\$ 21,175.29	\$ 21,175.29	\$ 21,175.29	\$ 21,175.29	\$ 21,175.29	\$ 33,925.29	\$ 33,925.29	\$ 33,925.29	\$ 47,181.75	\$ 40,553.52	\$ 28,434.78
Flujo Efectivo de Operación Antes de Inversión		\$ 64,874.89	\$ 49,409.02	\$ 49,409.02	\$ 49,409.02	\$ 49,409.02	\$ 49,409.02	\$ 79,159.02	\$ 79,159.02	\$ 79,159.02	\$ 110,000.70	\$ 94,624.89	\$ 55,842.83
Inversión Neta		\$ 425,200.00											
Flujo Neto de Efectivo		\$ 425,200.00	\$ 64,874.89	\$ 49,409.02	\$ 49,409.02	\$ 49,409.02	\$ 49,409.02	\$ 79,159.02	\$ 79,159.02	\$ 79,159.02	\$ 110,000.70	\$ 94,624.89	\$ 55,842.83