



# **BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA**

**COMPLEJO REGIONAL SUR  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN**

**LICENCIATURA EN  
ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS**

**“EMPRENDER UN JARDÍN DE FIESTAS  
CON CALIDAD DE SERVICIO ANTE LA  
NUEVA NORMALIDAD”**

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE**

**LICENCIADA EN  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PRESENTA:**

**Gabriela Rivero Bautista**

**DIRECTORA**

**Mtra. Rosa María Mora Morales**

**CO -DIRECTORA**

**Mtra. Alejandra Margarita Boix Cruz**

**Tehuacán, Puebla, Diciembre 2023**



No. Of. TCRS-73/2022

Asunto: Oficio de aceptación

**GABRIELA RIVERO BAUTISTA**  
**ALUMNA DE LA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**PRESENTE.**

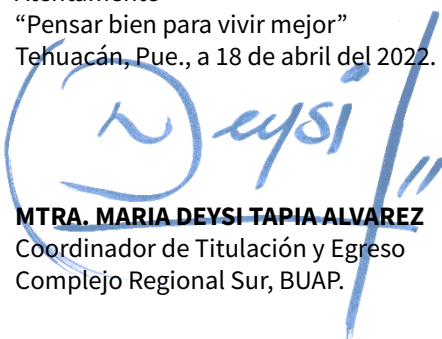
Por medio de la presente me permito informarle que con fecha: 19 de marzo del 2021 , quedó REGISTRADO su tema de tesis **"EMPRENDER UN JARDÍN DE FIESTAS EN ÉPOCA DE PANDEMIA CON ATENCIÓN Y CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE EN LA NUEVA NORMALIDAD"** con número de folio: **ADCRS-2022-2/AD12** , de la Licenciatura en **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS** del Complejo Regional Sur de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 8 y 14 y demás relativos y aplicables al Reglamento general de titulación. Así mismo hago mención que los **asesores registrados** para su proyecto de investigación son los siguientes:

**Mtra. Rosa María Mora Morales** Asesor Experto  
**Mtra. Alejandra Margarita Boix Cruz.** Asesor Metodológico  
**Lic. Cristina Rodríguez R.** Asesor Externo

Le comento que el tiempo para la elaboración de su tesis será de **3 meses mínimo a máximo un año** para la conclusión, de acuerdo con lo que marca el artículo 32.

Sin otro asunto particular por el momento me despido de usted.

Atentamente  
"Pensar bien para vivir mejor"  
Tehuacán, Pue., a 18 de abril del 2022.

  
**MTRA. MARIA DEYSI TAPIA ALVAREZ**  
Coordinador de Titulación y Egreso  
Complejo Regional Sur, BUAP.

mdt  
C.c.p. Archivo

CUD / ^YvrogGXh\$@\* & FEjZc5SxKIBV&p



No. Of. TCRS- 394/2023

Oficio de recomendaciones

**GABRIELA RIVERO BAUTISTA**  
**ESTUDIANTE DE LA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**COMPLEJO REGIONAL SUR, BUAP.**

**PRESENTE.**

Estimado alumno, a través de este medio me permito informarle que derivado de la revisión de la tesis titulada **“EMPRENDER UN JARDÍN DE FIESTAS CON CALIDAD DE SERVICIO ANTE LA NUEVA NORMALIDAD ”** me permito hacer de su conocimiento las siguientes observaciones que generan los revisores:

Conforme lo que marca el art.14 del Reglamento General de Titulación en el que menciona que la tesis cubre todos los requisitos metodológicos, citas bibliográficas y el reconocimiento de los derechos de autor y propiedad industrial

- Revisar las normas APA en cuanto a las tablas, la primera no menciona fuente, revisar el margen derecho, y el interlineado en la página 9.

Sin otro particular por el momento me despido de usted.

Atentamente

Atentamente

“Pensar bien para vivir mejor”

Tehuacán, Pue., a 13 de diciembre del 2023.

**MTRA. MARIA DEYSI TAPIA ALVAREZ**

Coordinadora de Titulación.

Complejo Regional Sur, BUAP

CUD/j|v%\$TX,hBj65sxb2x|:{0~9YT.)

# Dedicatoria

A mis padres, quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy una meta más de vida, gracias por inculcarme los valores que me han ayudado a formarme como persona, por darme el ejemplo del esfuerzo y valentía, que a pesar de las adversidades se tiene que seguir para conseguir lo que uno quiere, esto es para ustedes y espero que con orgullo lo reciban puesto que es con mucho amor.

A mis asesoras, este logro es el resultado de su liderazgo y orientación. Agradezco sinceramente su dedicación a mi crecimiento académico y personal. Su orientación experta, su paciencia inquebrantable y compromiso incansable han sido la brújula que guio este viaje académico. Sin su dedicación este logro no habría sido posible.

A mi persona, en cada paso de esta travesía, tú has sido mi red de seguridad. Tus palabras alentadoras y gestos de apoyo han sido mi mayor motivación. Esta tesis es tanto tuya como mía, porque has contribuido a tu manera única. Gracias de todo corazón por tu amor y apoyo incondicional.

A Dios, agradezco en lo más profundo de mi corazón por tu luz que ha sido mi guía, doy gracias por la sabiduría que me has otorgado, por la paciencia que has cultivado en mi y por la fe que me has brindado en cada paso del camino. En este trabajo, reconozco tu presencia constante, guiándome a través de las complejidades del conocimiento y la perseverancia.

Este trabajo lleva los valores y estándares de calidad que la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla Complejo Regional Sur representa. Gracias por ser el faro que ha iluminado mi camino educativo y por contribuir significativamente a mi desarrollo académico.

A la versión anterior de mí misma, cada página de esta tesis refleja la dedicación y el compromiso de la persona que fui al comenzar este viaje. Me dedico este logro como un recordatorio tangible de mi capacidad para aprender, adaptarme y triunfar. Celebro a la persona que fui y a la que me he convertido.

## INDICE

|  |    |
|--|----|
| CAPÍTULO 1.....                                      | 1  |
| Introducción.....                                    | 1  |
| 1.1 Antecedentes.....                                | 1  |
| 1.2 Planteamiento del Problema de Investigación..... | 3  |
| 1.3 Objetivos.....                                   | 6  |
| 1.3.1 General.....                                   | 6  |
| 1.3.2 Objetivos Específicos.....                     | 6  |
| 1.4 Justificación de la Investigación.....           | 6  |
| CAPÍTULO 2.....                                      | 11 |
| Marco Contextual.....                                | 11 |
| 2.1 Tehuacán.....                                    | 12 |
| 2.1.1 Características demográficas.....              | 12 |
| 2.1.2 Análisis económico.....                        | 12 |
| 2.1.3 Análisis económico Sector de Estudios.....     | 13 |
| CAPITULO 3.....                                      | 15 |
| Marco conceptual.....                                | 15 |
| Nueva Normalidad.....                                | 16 |
| 3.1.1 Emprendimiento.....                            | 16 |
| 3.1.2 Emprendimiento en México.....                  | 17 |
| 3.1.3 Emprendimiento en Puebla.....                  | 18 |
| 3.2 Importancia del Emprendimiento.....              | 19 |
| 3.3 Definición de Empresa.....                       | 20 |
| 3.4 Estructura de una Empresa.....                   | 21 |
| 3.5 Tipos de Empresa de acuerdo a.....               | 22 |
| 3.6 Constitución de las Empresas.....                | 26 |
| 3.7 Obligaciones.....                                | 27 |
| 3.7.1 Obligaciones Federales.....                    | 28 |
| 3.7.2 Obligaciones Estatales.....                    | 29 |
| 3.7.3 Obligaciones Municipales.....                  | 29 |
| 3.7.4 Obligaciones Fiscales.....                     | 31 |
| 3.7.5 Obligaciones ante el IMSS.....                 | 32 |
| 3.8 Contrato individual de trabajo.....              | 34 |
| CAPÍTULO 4.....                                      | 36 |
| Planeación de la Empresa.....                        | 36 |
| 4.1 Organización Estratégica.....                    | 37 |
| 4.1.2 Misión.....                                    | 37 |
| 4.1.3 Visión.....                                    | 37 |
| 4.1.4 Valores.....                                   | 37 |
| 4.1.5 Objetivos.....                                 | 38 |
| 4.1.6 Estructura Organizacional.....                 | 39 |
| 4.1.7 Perfil de funciones y puestos.....             | 39 |

|   |     |
|---|-----|
| 4.1.8 Modelo de negocio.....  | 46  |
| 4.2 Plan de análisis de macroentorno.....                                     | 48  |
| 4.2.1 Análisis económico.....   | 48  |
| 4.2.2 Análisis tecnológico.....   | 49  |
| 4.2.3 Análisis social.....  | 50  |
| 4.3 Plan de Marketing.....  | 51  |
| 4.3.1 Objetivos del mercado.....  | 51  |
| 4.3.2 Portafolio de Servicio.....   | 53  |
| 4.3.3 Mercado meta.....   | 58  |
| 4.3.4 Competencia Directa e Indirecta.....                                    | 62  |
| 4.3.5 Análisis FODA de los servicios.....                                     | 68  |
| 4.4 Plan del Servicio.....  | 69  |
| 4.4.1 Objetivos del servicio.....   | 70  |
| 4.4.1.1. Estrategias de Planificación.....                                    | 72  |
| 4.4.1.2 Encuestas de satisfacción.....  | 72  |
| 4.4.1.3 Entrenamiento del personal.....                                       | 73  |
| 4.4.1.4 Variedad de Paquetes.....   | 74  |
| 4.4.1.5 Planificación detallada.....  | 74  |
| 4.4.1.6 Protocolo de higiene y seguridad.....                                 | 75  |
| 4.4.1.7 Colaboradores con Proveedores.....                                    | 75  |
| 4.4.1.8 Descripción precisa del proceso de servicio.....                      | 76  |
| 4.4.1.9 Diseño y Ubicación.....   | 79  |
| 4.4.1.10 Diagrama de Flujo del proceso de servicios del salón de fiestas..... | 84  |
| 4.5 Información financiera.....   | 86  |
| 4.5.1 Inversión Inicial.....  | 86  |
| 4.5.2 Determinación del servicio.....   | 87  |
| 4.5.3 Determinación del Ingreso.....  | 88  |
| 4.5.4 Determinación de costos.....  | 90  |
| 4.5.5 Determinación gastos de Venta y Administración.....                     | 96  |
| 4.5.6 Flujo de efectivo.....  | 97  |
| 4.5.7 Estados Financieros.....  | 98  |
| 4.5.8 Periodo de recuperación de la inversión.....                            | 106 |
| CAPÍTULO 5.....   | 107 |
| Conclusión.....   | 107 |
| Recomendaciones.....  | 108 |
| Referencias.....  | 110 |
| Anexos.....   | 113 |

## INDICE DE IMÁGENES

|  |     |
|--|-----|
| Imagen 1: Distribución del espacio del salón de fiestas primer cuadrante.....                | 79  |
| Imagen 2: Distribución del espacio del salón de fiestas segundo cuadrante.....               | 79  |
| Imagen 3: Vista 3D de la distribución de los espacios del salón de fiestas.....              | 80  |
| Imagen 4: Fachada y puertas de acceso al salón de fiestas.....                               | 80  |
| Imagen 5: Interior del salón de fiestas principal.....                                       | 81  |
| Imagen 6: Interior lateral del salón de fiestas.....   | 81  |
| Imagen 7: Jardín, alberca y terraza del salón de fiestas.....                                | 81  |
| Imagen 8: Área de juegos infantiles.....   | 82  |
| Imagen 9: Recibidor y oficinas.....  | 82  |
| Imagen 10: Estacionamiento.....  | 82  |
| Imagen 11: Baños mujeres.....  | 83  |
| Imagen 12: Baños hombres.....  | 83  |
| Imagen 13: Ubicación.....  | 83  |
| Imagen 14: Principios rectores que son necesarios para la toma de decisiones.....            | 114 |
| Imagen 15: Planeación y vigilancia de medidas para empresas micro y pequeñas.....            | 116 |
| Imagen 16: Medidas de ingeniería o estructurales para empresas micro y pequeñas.....         | 117 |
| Imagen 17: Medidas administrativas u organizacionales para empresas micro y<br>pequeñas..... | 118 |
| Imagen 18: Equipo de protección personal para empresas micro y pequeñas.....                 | 119 |
| Imagen 19: Información y capacitación para empresas micro y pequeñas.....                    | 119 |
| Imagen 20: Promoción a la salud para empresas micro y pequeñas.....                          | 120 |
| Imagen 21: Mapa de ubicación de la Ciudad de Tehuacán en el Estado de Puebla.....            | 123 |
| Imagen 22: Mapa de división política de Tehuacán.....  | 123 |
| Imagen 23: Pirámide de la población total de Tehuacán 2020.....                              | 124 |
| Imagen 24: Unidades económicas según sector económico en 2020.....                           | 124 |
| Imagen 25: Gráfica de evolución de población en Puebla.....                                  | 125 |
| Imagen 26: Grafica de evolución del salario promedio en Puebla.....                          | 125 |
| Imagen 27: Tabla de distribución de fuerza laboral en Puebla.....                            | 126 |
| Imagen 28: Tabla de unidades económicas en 2019.....   | 126 |
| Imagen 29: Contrato individual.....  | 127 |
| Imagen 30: Contrato individual.....  | 128 |
| Imagen 31: Contrato individual.....  | 129 |

## INDICE DE TABLAS

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1: Análisis FODA del servicio en el salón de fiestas.....          | 5  |
| Tabla 2: Relación de salones de fiesta en la Cd. De Tehuacán Puebla..... | 14 |
| Tabla 3: Empresa por sector.....   | 22 |
| Tabla 4: Clasificación de las empresas por tamaño.....                   | 22 |

|  |     |
|--|-----|
| Tabla 5: Clasificación por el tipo de su procedimiento de capital.....             | 25  |
| Tabla 6: Tipo de contrato individuales más comunes.....                            | 35  |
| Tabla 7: Perfil de funciones: Puesto administrativo.....                           | 39  |
| Tabla 8: Perfil de funciones: Puesto auxiliar comercial.....                       | 41  |
| Tabla 9: Perfil de funciones: Jefe de planeación.....                              | 42  |
| Tabla 10: Perfil de funciones: Contador (auxiliar de finanzas).....                | 44  |
| Tabla 11: Perfil de funciones: Auxiliar de mantenimiento.....                      | 45  |
| Tabla 12: Análisis FODA de los servicios que se ofrece en el salón de fiestas..... | 68  |
| Tabla 13: Inversión inicial.....   | 86  |
| Tabla 14: Asientos de apertura.....  | 87  |
| Tabla 15: Determinación del servicio.....  | 87  |
| Tabla 16: Determinación del ingreso por año.....                                   | 88  |
| Tabla 17: Determinación del ingreso por año.....                                   | 88  |
| Tabla 18: Determinación del ingreso por año.....                                   | 89  |
| Tabla 19: Determinación del ingreso por año.....                                   | 89  |
| Tabla 20: Determinación del ingreso por año.....                                   | 90  |
| Tabla 21: Determinación del ingreso por año.....                                   | 90  |
| Tabla 22: Determinación de costos.....   | 90  |
| Tabla 23: Determinación de costos.....   | 91  |
| Tabla 24: Determinación de costos.....   | 91  |
| Tabla 25: Determinación de costos.....   | 92  |
| Tabla 26: Determinación de costos.....   | 92  |
| Tabla 27: Determinación de costos.....   | 93  |
| Tabla 28: Determinación de costos.....   | 93  |
| Tabla 29: Determinación de costos.....   | 94  |
| Tabla 30: Determinación de costos.....   | 94  |
| Tabla 31: Determinación de costos.....   | 95  |
| Tabla 32: Determinación de costos.....   | 95  |
| Tabla 33: Determinación de costos.....   | 96  |
| Tabla 34: Determinación de gastos de venta y administración.....                   | 96  |
| Tabla 35: Determinación de gastos de venta y administración.....                   | 96  |
| Tabla 36: Flujo de efectivo.....   | 97  |
| Tabla 37: Estados Financieros.....   | 98  |
| Tabla 38: Estados Financieros.....   | 99  |
| Tabla 39: Estados Financieros.....   | 100 |
| Tabla 40: Estados Financieros.....   | 100 |
| Tabla 41: Estados Financieros.....   | 101 |
| Tabla 42: Estados Financieros.....   | 102 |
| Tabla 43: Balance General.....   | 102 |
| Tabla 44: Balance General.....   | 103 |
| Tabla 45: Balance General.....   | 103 |
| Tabla 46: Balance General.....   | 104 |

|  |     |
|--|-----|
| Tabla 47: Balance General.....   | 105 |
| Tabla 48: Balance General.....   | 105 |
| Tabla 49: Periodo de recuperación de la inversión.....                       | 106 |
| INDICE DE FIGURAS  |     |
| Figura 1 Estructura organizacional.....                                      | 39  |
| Figura 2 Diagrama de flujo del proceso de servicios del salón de fiesta..... | 84  |

# CAPITULO 1

## **Introducción**

En una época en la que las celebraciones y eventos sociales ocupan un lugar destacado en la vida de las personas, los emprendedores desempeñan un papel fundamental al brindar un espacio excepcional donde cumplan las necesidades de los clientes. Los salones de fiestas, a lo largo de los años, se han convertido en pilares de la industria del entretenimiento y la hospitalidad, ofreciendo un escenario perfecto para bodas, cumpleaños, eventos corporativos y una variedad de celebraciones.

Esta tesis se adentra en el mundo del emprendimiento en el sector de salones de fiestas, explorando los desafíos, las oportunidades y los factores críticos de éxito en la creación y gestión de estos negocios.

Desde la identificación de la idea de negocio hasta la planificación estratégica, la selección del lugar adecuado, la construcción y decoración del jardín de fiestas, la gestión de eventos y la promoción efectiva, esta tesis busca proporcionar información al analizar casos de estudio, investigación y experiencias prácticas.

A través de un enfoque multidisciplinario que abarca aspectos empresariales, diseño de espacios, gestión de eventos y estrategias de marketing, se pretende dar a conocer la información que puede servir como una guía hacia el éxito en el mundo de los salones de fiestas como emprendimiento.

A lo largo de esta investigación, se examinarán casos de análisis para proporcionar una visión holística de lo que implica convertir un concepto de negocio en un emprendimiento próspero y sostenible en el apasionante universo de los salones de fiestas.

## **1.1 Antecedentes**

Parte del emprendimiento es tener innovación, saber cuál es el valor dentro del mercado y a partir de ahí, saber lo que se ofrecerá, cuál será el potencial del negocio, tener ese motivo por el cual el cliente elegirá estar con nosotros y no con otra empresa. No solo es tener la idea de la necesidad de la sociedad, sino que debe tener un análisis ante el entorno y la viabilidad que se tendrá dentro del mercado

El emprendimiento se convirtió en un movimiento social derivado de la pandemia por la falta de recursos, recorte de personal en muchos trabajos, por ende, las personas optaron por querer

tener un ingreso extra al no tener un trabajo estable o bien, se quedaron sin trabajo. Así que, optaron por actividades donde no importó si se salían de su zona de confort; lo único que les importaba era salir adelante.

De acuerdo al Secretario General de la OMS, se requirió solidaridad, esperanza y voluntad política para superar esta crisis y actuar de manera particular en cada país, sobre todo considerar a las personas con bajos ingresos, a las empresas pequeñas y medianas, y a los grupos vulnerables, a través de ayudas salariales, seguros, protección social, evitar la bancarrota y la pérdida de empleo, se debe considerar que en un futuro pueden existir emergencias sanitarias para responder a ellas. Por ello, se debe centrar en el impacto social, la respuesta económica y la recuperación de ella para una mejor responsabilidad global. (Naciones Unidas, 2020).

Esto lleva a la necesidad de tomar decisiones a empresarios y/o emprendedores ante la emergencia del Covid-19, era un deber el de implementar y apegarnos a las recomendaciones a nivel internacional, sin dejar de lado las nacionales, estatales y municipales.

El confinamiento social como medida muy importante para detener la propagación del virus, provocó el nacimiento de empresarios-emprendedores en materia de eventos sociales, los Jardines de Fiestas también fue afectados por ello, el apearse a las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud, esto fue una medida de apoyo, solidaridad y responsabilidad global, y hubo que adherirse a las nuevas reglas y esperar que algún momento se volviera a la nueva normalidad, como bien lo mencionaron.

Poner un jardín de fiesta es una opción atractiva debido a diversas razones, como, por ejemplo, existe una demanda constante de espacios para eventos y celebraciones, como bodas, cumpleaños, graduaciones y otros eventos sociales. Un jardín de fiestas puede proporcionar un lugar adecuado y atractivo para estos eventos.

De igual manera, los eventos y celebraciones suelen generar ingresos significativos, lo que

puede hacer que un jardín de fiestas sea un negocio rentable. Con una gestión adecuada y una buena reputación, se pueden obtener beneficios económicos sostenibles.

Por otro lado, un jardín de fiestas ofrece la posibilidad de adaptarse a una variedad de eventos y necesidades, se puede configurar de diferentes formas según las preferencias del cliente y puede ser utilizado tanto para eventos grandes como para celebraciones más íntimas.

Al crear un jardín de fiestas, se tiene la oportunidad de ser creativo y de ofrecer servicios personalizados. Esto puede incluir la decoración, la gastronomía, la música y otros elementos que contribuyan a la atmósfera deseada.

Es importante brindar un espacio bien cuidado y con servicios de calidad, ya que esto puede generar la satisfacción de los clientes, además, puede resultar en referencias positivas, recomendaciones y una clientela recurrente.

Sin embargo, es importante destacar que establecer y administrar un jardín de fiestas requiere de una inversión inicial significativa, así como de una gestión eficaz y una atención constante a los detalles para garantizar el éxito del negocio.

## **1.2 Planteamiento del Problema de Investigación**

Uno de los principales problemas que se enfrentan las pymes en esta nueva normalidad es la inversión pues el rezago económico es una de las principales consecuencias de la pandemia, el distanciamiento social y familiar, ocasionó que en los últimos 2 años las familias no realizaran fiestas o reuniones.

De lo expuesto con antelación, el emprender en tiempos de pandemia fue complicado evaluar que tan fuerte sería su impacto en la ciudad de Tehuacán para que se siga emprendiendo, será conveniente en el momento en que se haga la reapertura de los servicios y las actividades económicas ya que se pretende, se empiece a estabilizarse, surge lo que se conoce como la nueva normalidad, ante esta situación emprender requiere innovación, creatividad para apegar a los requisitos de la nueva normalidad, y esto será un desafío que podría considerarse una gran oportunidad para los emprendedores y empresarios que quieran

brindar el servicio de jardín de fiestas.

Independientemente de la nueva normalidad por pandemia, será un gran reto ofrecer y apegarse a servicios con atención y calidad a los clientes, ofreciendo calidad, calidez, enfocarse al cuidado de la salud de cada uno de nuestros clientes quienes son la razón de ser y así obtener ganancias, buenas recomendaciones por medio del marketing boca a boca.

**Tabla 1:**  
**Análisis FODA del servicio en el salón de fiestas**

|   |  |
|---|--|
| <p style="text-align: center;"><b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ubicación estratégica en una zona de fácil acceso y buena visibilidad.</li> <li>- Amplio espacio con capacidad para albergar a un gran número de invitados.</li> <li>- Variedad de servicios ofrecidos, como decoración personalizada, catering, música y entretenimiento.</li> <li>- Tener buena reputación y referencias positivas de clientes anteriores.</li> <li>- Personal capacitado y experimentado en la organización y coordinación de eventos.</li> <li>- Buena relación en calidad-precio en comparación con la competencia.</li> </ul> | <p style="text-align: center;"><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diversificación de los servicios ofrecidos para cubrir diferentes tipos de eventos y segmentos de público.</li> <li>- Alianzas estratégicas con proveedores de servicios complementarios, como empresas de catering o fotógrafos.</li> <li>- Explotar el mercado de eventos corporativos y empresariales, ofreciendo paquetes y servicios especiales para este segmento.</li> <li>- Adaptación a las tendencias actuales de eventos temáticos y personalizados.</li> <li>- Utilización de estrategias de marketing digital, como redes sociales y publicidad en línea, para llegar a un público más amplio y aumentar la visibilidad del salón de fiestas.</li> </ul> |
| <p style="text-align: center;"><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Competencia en la zona con otros salones de fiestas establecidos y con buena reputación.</li> <li>- Necesidad de mantener y renovar constantemente el mobiliario y equipamiento del salón.</li> </ul>  | <p style="text-align: center;"><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Crisis económica que podría disminuir la demanda de eventos y celebraciones.</li> <li>- Posible saturación del mercado de salones de fiestas en la zona, lo que podría aumentar la competencia y</li> </ul>  |

|  |  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dependencia de eventos y celebraciones específicas, como bodas o cumpleaños, lo que puede generar equilibrio en los ingresos</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>reducir la cuota de mercado.</li> <li>- Cambios en regulaciones locales que podrían afectar la operatividad de negocio.</li> <li>- Posibles facultades para mantener una buena relación calidad-precio debido a factores externos, como fluctuaciones en los precios de insumos y servicios.</li> </ul> |
|--|--|

### **1.3 Objetivos**

#### **1.3.1 General**

Generar una propuesta para un jardín de fiestas en la nueva normalidad, apegándose a la normatividad vigente, al igual a la calidad y atención en el servicio al cliente.

#### **1.3.2 Objetivos Específicos**

1. Conocer los requerimientos legales para ofrecer servicios de fiestas ante la nueva normalidad.
2. Detectar las expectativas de los clientes para ofrecer servicios innovadores en los paquetes que se le van a ofrecer para apegarse a ellas.
3. Elaborar un plan de desarrollo de servicio para aumentar la calidad, a partir de las necesidades de nuestros clientes.

### **1.4 Justificación de la Investigación**

Durante la carrera universitaria, curse materias relacionadas con el emprendimiento, que llamaron mi atención sobre el tema. Para empezar, el emprender es cuando uno tiene la decisión de llevar a la práctica una idea de algún servicio o negocio, tener la iniciativa de crear una empresa y a partir de ahí llevarlo a la producción.

La pasada época de pandemia en su alto número de contagios, deja como lección a los microempresarios y emprendedores de Jardines de Fiesta, el poder renovar sus servicios, innovar y prestar calidad apegada a las medidas de la pandemia y requerimientos de salubridad. El poder cubrir las necesidades de los clientes ya que estas deben ser apegadas a las nuevas normas y ser impuestas por la necesidad de tener cuidado en todo momento en lo prioritario, la salud de los clientes y de los empleados. Esto trae en consecuencia, el ofrecer servicios apegados a las normas sanitarias federales, estatales y en particular las municipales.

Es necesario poder brindar una calidad en atención al cliente cercana, empática, humana, responsable, con calidad y siempre apegada a el cuidado de su salud, y ser una relevancia social, para que sea recomendada la atención de los participantes tanto para el buen servicio, pero también al cuidado de cada una de las necesidades de los clientes.

Para lo cual a través de este trabajo de investigación se establecen los requerimientos necesarios para iniciar una empresa de prestación de servicios de esparcimiento en su modalidad de jardín de fiestas, como el de apegarse al número mínimo de asistentes, contar con sanitizantes en la entrada, el estar atentos a que asean las manos, estén desinfectados cada cierto tiempo los baños, cocina, juegos, áreas comunes etc., todos ellos para lograr ofrecer un servicio de calidad que está incluida en todo momento, un servicio con calidez y así ser innovadores en esta rama. Esta investigación proporciona información relevante a aplicar en los negocios de jardín de fiestas, para cumplir con los requerimientos necesarios para su correcto funcionamiento, por lo cual proporciona las herramientas necesarias para incluir en proyectos similares. Este trabajo de investigación brindará los requerimientos necesarios para que se pueda emprender un jardín de fiestas, teniendo como principal propósito el servicio apegado a los requerimientos de la secretaria de salud que nos menciona en su diario oficial en el apartado número 5 sobre las estrategias generales de promoción de la salud y seguridad sanitaria en el entorno laboral.

Por lo tanto, esto nos ayuda a que se cumpla el servicio en cuanto a la atención y calidad, siendo un ejemplo que las empresas relacionadas con el giro puedan poner en práctica.

Los resultados que se obtendrán nos permitirán conocer la rentabilidad del servicio, conocer cuántos eventos piden los servicios que se les ofrece y cuántos son los que prefieren seguir con lo común: sin medidas de seguridad e higiene, al igual sin los servicios internos que son el desinfectar las zonas cada cierto tiempo y lo plus, las pruebas rápidas de COVID.

La aplicación metodológica proporciona el proceso a seguir para los empresarios interesados

en este tipo de negocio.

Ante la situación de pandemia que se ha vivido es importante recordar que analizar la escasez en que se desarrolla la sociedad y proponer soluciones a través de la identificación de nuevas oportunidades, e inspirando a la población a modificar su actitud hacia una mejor convivencia es lo que hace un emprendedor social (Campo-Ternera, 2018)

Este trabajo será de gran conveniencia para todos los emprendedores y personas que estén interesadas en iniciar un negocio, pues presenta los pasos necesarios para empezarlo, así como los requerimientos para hacer frente a situaciones de pandemia o emergencias sanitarias y así garantizar la apertura adecuada del negocio.

Esta investigación permitirá identificar todos los requerimientos que se necesitan para iniciar un negocio, considerando desde la parte administrativa, hasta la financiera, por lo cual, permite que el emprendedor tenga la noción de la importancia de elaborar su plan de negocios antes iniciar actividades

Con la presente investigación se presenta la forma en que debe estructurarse el plan de negocios, desde la parte administrativa y financiera, así como las obligaciones que debe considerar y los requisitos a cumplir ante las instancias gubernamentales.

### **Alcances**

Haciendo hincapié que todos los emprendimientos vividos en plena época de pandemia dieron como necesidad el no poder brindar servicios, ahora que hemos regresado a la nueva normalidad, emprenderemos apegándonos cien por ciento a los requisitos sanitarios con un plus en atención al servicio al cliente, este delimitado al municipio de Tehuacán Puebla en el 2022.

Estaremos listos para todo tipo de celebración con lugares espaciosos, apropiados y encantadores.

La ubicación del proyecto estará enfocada en zonas despejadas: por ejemplo, que cuente con áreas verdes y que no exista un elevado número de población, buscando que el contacto sea menor y así evitar la propagación del virus, se pedirá a los invitados que lleven a cabo, el

estornudo de etiqueta junto con el cubrebocas, esto esencial para evitar contagios del COVID-19.

La sanitización:

Esto dependerá del tipo de fiesta que se lleve a cabo; si es para alguna fiesta infantil, las zonas de juegos se reducirá su capacidad y se tendrá una constante limpieza ya que, al ser una zona de alta demanda, las personas que hagan uso, en este caso de menores de edad, tendrán no solo contacto con los juegos sino además con los utensilios al momento de ingerir sus alimentos.

El proyecto tendrá un enfoque amplio y se servirá a todo tipo de empresas, familias y escuelas, ya que ellos requieren de un servicio con cuidado y atenciones que se brindan con

lo que se ofrece. Se refiere a este segmento porque bien se sabe que las fiestas son un medio de convivencia por el cual las personas lo ocupan como un medio de des estrés, o al menos es un tiempo donde se disfruta de la compañía y de los buenos momentos compartidos con la familia, amigos, conocidos e inclusive compañeros de trabajo.

El jardín de Fiestas se encuentra ubicado en la calle Vicente Guerrero de la ciudad de Tehuacán Puebla; esta ubicación es elegida ya que no está tan alejada del centro de la ciudad, además, que cuenta con terreno amplio para estacionamiento y jardín.

### **Limitaciones**

Será válida la información en el periodo de tiempo en el que se realice, ya que los datos que salgan serán en el momento que se realice, debido a que puede haber cambios generales tanto de las empresas como de los lineamientos de salubridad en el país e inclusive en el mundo entero.

Se enfocará el estudio únicamente en el emprendimiento de las pequeñas y medianas empresas con el giro de salón de fiestas en la ciudad de Tehuacán Puebla. Se aplicará en la ciudad de Tehuacán Puebla

Esta investigación proporcionará alternativas sobre cómo poder disfrutar y pasar un buen rato

con familiares y amigos, y al mismo tiempo, cuidar la salud y no alejarse de los lineamientos de salud que están fijados ante tiempos de COVID.

A través de esta investigación, la comunidad se dará cuenta de que se puede cuidar uno y disfrutar al mismo tiempo cubriendo sus necesidades y apegándose a su presupuesto. Al igual proporcionará una presentación clara sobre los servicios que se les ofrece y que se hace diferente a los demás, que sólo rentan el lugar o sitio sin saber qué es lo que busca el cliente y sobre todo tener la accesibilidad.

Beneficiará a las empresas que buscan sobresalir ante la competencia y tener en claro que los servicios son únicos y no temer a la innovación.

## CAPITULO 2

### **Marco Contextual**

Tehuacán, ubicada en el estado de Puebla, México, es una ciudad que es destacada por su importancia histórica, su diversidad cultural y su entorno geográfico único. Con una población que ha experimentado un crecimiento sostenido en las últimas décadas, esta ciudad ha sido testigo de cambios significativos en términos de desarrollo urbano, economía y conservación del patrimonio cultural.

Según el investigador Manuel Carrillo Poblete, en su obra “Tehuacán: Historia y Desarrollo de una Ciudad” (2012), la ciudad de Tehuacán tiene raíces que se remontan a la época prehispánica, habiendo sido habitada por culturas como los mixtecos y zapotecos. Este legado histórico se refleja en la arquitectura colonial, las tradiciones culturales y las festividades que todavía tienen un lugar destacado en la vida de sus habitantes.

En términos económicos, Tehuacán ha sido históricamente un importante centro comercial y agrícola. La región es conocida por su producción de frutas, particularmente el mamey, así como su contribución a la investigación científica en el campo de la botánica, debido a la diversidad de cactus y suculentas que crecen en la zona. La ciudad también ha experimentado un crecimiento en la industria manufacturera y ha desarrollado un sector de servicios en expansión.

Sin embargo, este crecimiento económico no está exento de desafíos. El rápido desarrollo urbano ha planteado cuestiones relacionadas con la planificación urbana, la preservación del patrimonio arquitectónico y la gestión de los recursos naturales, en un entorno de cambio climático global.

En conclusión, Tehuacán es una ciudad que se encuentra en una encrucijada de desarrollo económico, preservación cultural y sostenibilidad ambiental. La comprensión en su rica historia y de los retos actuales es fundamental para guiar su futuro de manera responsable y equitativa.

## **2.1 Tehuacán**

El Municipio de Tehuacán se localiza en la parte sureste del Estado de Puebla, como se muestra en la imagen 21, sus coordenadas geográficas son los paralelos 18°22'06" y 18°36'12" de longitud norte, y los meridianos 97°15'24" y 97°37'24" de longitud occidental. Sus colindancias son al Norte con Tepanco de López, Santiago Miahuatlán, Nicolás Bravo y Vicente Guerrero, al Este con Vicente Guerrero, San Antonio Cañada y Ajalpan, al Sur con San Gabriel Chilac, Zapotitlán y Altepexi y al Oeste con Zapotitlán, San Martín Atexcal, Juan N. Méndez y Tepanco de López. (Data México, 2022) Como se muestra en la imagen 22.

### **2.1.1. Características demográficas**

En 2020, la población de Tehuacán fue de 327,312 habitantes de los cuales 154,401 fueron hombres (47.2%) y 172,905 mujeres (52.8%). En comparación a 2010, la población en Tehuacán creció un 19.1%. (Data México, 2022)

En la imagen 23, se puede observar una pirámide poblacional del año 2020.

### **2.1.2 Análisis económico**

Según datos del Censo Económico 2020, los sectores económicos que concentraron más unidades económicas en Tehuacán fueron comercio al por menor (8,364 unidades), industrias manufactureras (3,378 unidades) y otros servicios excepto actividades gubernamentales (2,610 unidades). (Data México, 2022) Así como se muestra en la imagen 24.

En el tercer trimestre de 2022, la tasa de participación laboral en Puebla fue de 59.2%, lo que implicó una disminución de 1.29 puntos porcentuales respecto al trimestre anterior (60.5%). La tasa de desocupación fue de 2.73% (79.9k personas), lo que implicó una disminución de 0.23 puntos porcentuales respecto al trimestre anterior (2.96%). (Data México, 2022). Se puede ver el ejemplo en la imagen 25.

La población ocupada en Puebla en el tercer trimestre de 2022 fue de 2.84M personas, siendo inferior en 5.16% al trimestre anterior (3M ocupados). El salario promedio mensual en el tercer trimestre de 2022 fue de \$3.69k MX siendo inferior en \$148 MX al trimestre anterior (\$3.84k MX). (Data México, 2022). Se puede observar en la imagen 26.

Las ocupaciones con más trabajadores durante el tercer trimestre de 2022 fueron Trabajadores de Apoyo en Actividad Agrícolas (272k), Empleados de Ventas, Despachadores y Dependientes en Comercios (205k) y Trabajadores de Apoyo en la Construcción (140k). (Data México, 2022) Checar imagen 27.

### **2.1.3 Análisis económico Sector de Estudios**

Según datos del Censo Económico 2019, los rectores económicos que concentraron más unidades económicas en Tehuacán fueron Comercio al por menor (8,364 unidades), Industrias Manufactureras (3,378 unidades) y Otros Servicios Excepto Actividades Gubernamentales (2,610 unidades)”. (Data México, 2022), checar imagen 28.

A continuación, en la tabla 2, se analizará la siguiente información: se hará un cuadro comparativo con diversos salones de fiestas que hay en la ciudad de Tehuacán Puebla, se integrará lo que es la dirección de dicho salón y cuáles son los servicios que ofrecen cada uno.

**Tabla 2:****Relación de Salones de fiesta en la Cd. De Tehuacán, Puebla.**

| Razón Social                  | Ubicación   | Servicios   |
|-------------------------------|---|---|
| Salón Majestic                | Calle 16 Nte 106a,<br>Aquiles Serdán,<br>Tehuacán, Pue.                         | Espacios amplios, pista de baile, cocina para el uso de Catering.   |
| Salón de Fiestas "Las Palmas" | C. 2 Sur 1111, Morelos,<br>75770 Tehuacán, Pue.                                 | Estilo campestre, ofrece un magnífico escenario, servicio y gastronomía con el mejor precio.<br>Menús desde \$289<br>70 a 300 invitados   |
| Jardín Colibrí                | C. 5 Pte. 215-B, Morelos,<br>75770 Tehuacán, Pue.                               | Renta de mobiliario, manteles, meseros, etc.).<br>Con espacio techado, área de juegos, a precios muy accesibles.  |
| SALON DE EVENTOS BUGAMBILIAS  | López Rayón 3, Centro de la Ciudad, 75700 Tehuacán, Pue.                        | Decoración<br>Ambientación<br>Iluminación<br>Mobiliario<br>Menús desde \$230<br>150 a 500 invitados   |
| Villa Real                    | Col. 75758, Calle 6 Pte. 1004, Constituyentes, Tehuacán, Pue.                   | Pone a su disposición diferentes atenciones<br><ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Banquete</li> <li>✓ Montaje</li> <li>✓ Decoración</li> <li>✓ Mobiliario</li> <li>✓ Fuentes de chocolates y confitería</li> <li>✓ Meseros</li> </ul> |
| Salón de Fiestas Arlequín     | (23 75790, 23 Ote. 906, Nicolás Bravo 3ra Secc, Tehuacán, Pue.<br>+522386885033 | Para todo tipo de eventos<br><ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mobiliario</li> <li>✓ Meseros</li> </ul>  |
| Salón Tulipanes               | Calle 19 Pte. 1802, El Riego, 75763 Tehuacán, Pue. +522383836363                | Todo para eventos sociales, Conferencias y Seminarios   |

|                    |  |  |
|--------------------|--|--|
| Salón Mediterráneo | C. Insurgentes Sur 904,<br>Nicolás Bravo, 75790<br>Tehuacán, Pue.<br>+522383833399 | Para todo tipo de eventos<br>Cuenta con 4 desniveles (1<br>pista de baile y un escenario<br>elevado)<br>Capacidad 300 personas.<br>Cocina<br>Mobiliario y mantelería<br>Loza y Cristalería |
| Salón -Jardín ROSS | Chihuahua Sur 2307,<br>México Sur, 75764<br>Tehuacán, Pue.                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Salón</li> <li>• Terraza</li> <li>• Cocina para el uso del</li> </ul>   |

Fuente: Propia

### CAPITULO 3

#### Marco Conceptual

La pandemia de COVID-19 ha provocado cambios significativos en la forma en que las empresas operan y ha acelerado la adopción de nuevas prácticas en el mundo del emprendimiento. Estos cambios se han convertido en elementos clave de lo que se conoce como la “nueva normalidad”. Para contextualizar esta transformación, se cita a (Michael A. Cusumano, 2020) en su trabajo “The Post-COVID-19 Business World”:

“La pandemia de COVID-19 ha catalizado un rápido cambio en la mentalidad empresarial y ha obligado a las empresas a adaptarse a una nueva normalidad. El emprendimiento y la innovación se han vuelto fundamentales para sobrevivir y prosperar en este entorno. La agilidad, la adaptabilidad y la capacidad de respuesta a las necesidades cambiantes de los consumidores se han convertido en prioridades para las empresas en la nueva normalidad postpandemia.”

Este marco conceptual se basa en la idea de que el emprendimiento en la nueva normalidad se caracteriza por la capacidad de adaptación, la digitalización, la gestión de riesgos, la resiliencia y la innovación constante. Las empresas, especialmente las nuevas empresas y los emprendedores, deben abrazar estos conceptos para tener éxito en un entorno empresarial que ha evolucionado de manera significativa como resultado de la pandemia de COVID-19.

## **Nueva normalidad**

Desde el inicio de la pandemia COVID-19 toda empresa tuvo el impacto de esta, ya que muchos negocios cerraron por falta de recursos y baja de personal. Después de unos meses pasó al restablecimiento en general, pero con condiciones al adaptarse a diversas disposiciones sanitarias, para que tanto personal como clientes tuvieran la seguridad de la importancia de su salud.

Uno de los retos ante la situación económica que dejó la pandemia, es que toda empresa tiene que iniciar desde cero, tener la adaptación de los espacios de trabajo ya que se necesitaba contar con los requisitos de salubridad, y tener la adquisición de insumos sean cubrebocas, guantes, tapetes desinfectantes, caretas y gel anti bacterial.

En algunas empresas para el cuidado de sus empleados decidieron tomar el home office, que era a través del computador, realizar diversas actividades para no tener contacto directo con compañeros de trabajo o con clientes. Lo importante siempre será priorizar la salud de los trabajadores.

Se desarrollaron protocolos de prevención, a través de tomar la temperatura en ingreso y egreso de cada uno de los trabajadores y tenerlo en una bitácora. Cualquier empleado que tuviera cualquier síntoma de resfriado era hacerse la prueba de COVID-19, ir al doctor y resguardarse en su hogar hasta que se descartara la enfermedad y/o se mejorara y así, evitar el contagio entre empleados.

Lo mejor que las empresas pueden hacer ante la nueva normalidad es plantearse soluciones, saber cuáles son las oportunidades de mejora, tener evaluaciones constantes para tener estrategias y obtener buenos resultados ante las situaciones que se presenten y se lleguen a presentar.

Como siempre se ha visto, la innovación es un punto fuerte dentro del emprendimiento, tener esa pieza clave dentro de un negocio ayuda al crecimiento, al seguimiento de los objetivos y actualizarse día a día para satisfacer las necesidades básicas de las personas y futuros clientes.

### **3.1.1 Emprendimiento**

El emprendimiento se refiere a la capacidad de una persona que realiza un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, el nacimiento de una empresa o proyecto.

El emprendimiento surge desde la capacidad de uno para darle iniciativa a un proyecto sea de un negocio o servicio; es importante tener el espíritu empresarial ya que con esto se desempeñan habilidades con características empresariales, humanas, de tecnología y, sobre todo, administrativas.

El ser emprendedor es una fuerza y compromiso muy grande en el ámbito en que uno quiera integrarse, ya que el camino no siempre será fácil, surgirán momentos difíciles y es ahí donde uno ve su capacidad para levantarse con fuerza y encuentra soluciones para seguir adelante.

Para poder emprender hay que saber utilizar la creatividad y meter las ideas innovadoras, saber cuándo y dónde para que se note la diferencia ante las competencias y así ser un negocio o servicio único. De igual forma, no dejar a un lado la aportación social, saber desde un principio cuál es el impacto que se quiere dar ante los futuros clientes, cuáles serían los posibles problemas a los que se enfrentarían y las distintas formas de darle solución.

Hay que tener en claro que un emprendedor lo que busca es tener un buen lugar dentro del mercado, explorar territorios, hacer la prueba y error, y a partir de ahí tener el conocimiento de lo que nos hace falta o lo que nos hace diferente a las demás empresas.

El emprendimiento ayuda a saber cuál es nuestra influencia dentro del mercado, cuál es el impacto social que se tiene, sobre todo, poder mejorar el nivel de vida de los consumidores. Ante la pandemia del COVID-19 se han creado oportunidades tanto laborales como empresariales, claramente conforme se vaya avanzando el tiempo, se irá cambiando la forma de trabajar; refiriéndose que se tiene que trabajar bajo normativas de salubridad, nuevas soluciones de funciones ante situaciones, innovaciones tecnológicas, pero jamás dejando atrás la meta inicial.

(Pérez, 2022)

“Mediante el desarrollo de valores de cultura de emprendimiento y la incorporación de conocimientos y habilidades emprendedoras, los graduados universitarios, empresarios emprendedores, podrían contribuir sensiblemente en el desarrollo de la región y del país, y lograr altos niveles de realización profesional, personal, económica y social, y con ello dar fe del éxito en el cumplimiento de la misión formadora y la utilidad social.” (Hidalgo Proaño, 2014)

### **3.1.1 Emprendimiento en México**

Se cita a Priscila Barrera Estrella, José Ángel Navarrete González y a Esther Segura Pérez en su documento “Análisis del emprendimiento en México a través de datos panel”. (Barrera Estrella, Navarrete González, & Segura Pérez, 2021)

“El emprendimiento es el conjunto de actividades enfocadas a la creación y desarrollo de un proyecto o idea con la finalidad de generar riquezas. Por otro lado, se identifica la dificultad de medir el éxito

de una nueva empresa, debido a diversas versiones que abarcan desde el nivel de ingresos, el tamaño o tiempo de establecimiento de esta.”

Los emprendimientos basados en la innovación consisten en generar propuestas diferentes para el mercado que se convertirán en los principales motores para generar cambios que mejoren la productividad y generen crecimiento a través de la creación de nuevas empresas que produzcan nuevos empleos y activen el flujo del capital del país. (Reichmann, 2020)

### **3.1.1 Emprendimiento en Puebla**

En los últimos años, Puebla y otras ciudades de México han visto un crecimiento significativo en el ecosistema emprendedor. Puebla ofrece una amplia gama de programas de apoyo a los emprendedores, incluyendo incubadoras, aceleradoras y espacios de coworking. A continuación, se mencionan algunos ejemplos de estos programas:

- Turismo: La ciudad de Puebla es famosa por su historia, arquitectura colonial, gastronomía y cultural. Por lo tanto, el turismo es una parte importante de la economía de la región, con una amplia gama de negocios que atiende a los visitantes, como hoteles, restaurantes, agencias de viajes, etc.
- Tecnología: La industria de la tecnología en Puebla ha crecido, al igual que en otros lugares de México. En la región, hay aceleradoras, incubadoras y espacios de coworking que brindan apoyo a los emprendedores tecnológicos.
- La agricultura y agroindustria: Son dos sectores económicos significativos en Puebla. Las cooperativas agrícolas, los procesadores de alimento y las empresas agrícolas juegan un papel importante en la economía local.

Se cita a Pablo Rodríguez Lerma en su artículo de “Community Engagement South Associate”. (Rodríguez Lerma, 2023)

“Es importante la riqueza cultural porque permite tener un antecedente de que, si una persona puede, los demás lo pueden hacer; tener un ejemplo a seguir local es de suma importancia para el desarrollo del ecosistema, al final esto permite tener un referente a escala, de esto va nuestro efecto multiplicador”.

### 3.2 Importancia del Emprendimiento

Se cita a Elizabeth Ávila Angulo en el artículo de “La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento”. (Avila Angulo, 2021)

“El emprendimiento es significativo para el desarrollo de cualquier país, evidenciándose en el beneficio que la sociedad recibe de los emprendedores, no solo es hacer referencia a la resolución de problemas del consumidor y la satisfacción de necesidades del mercado, sino también, es reconocer su aporte en la creación de empleos, el desarrollo de políticas públicas para fomentar el emprendimiento, la innovación de procesos y productos, además del crecimiento del país”.

La formación de emprendedores y nuevas empresas es prioridad cuando se trata de promover el desarrollo económico y social de los países, por ello es necesario determinar cuál es su contribución a estos objetivos. El emprendimiento resulta importante por sus efectos positivos en la generación de empleos y en el crecimiento económico.

Las nuevas empresas incrementan la productividad agregada que resulte de una recombinación de los factores de producción y provocan un cambio estructural importante. Los nuevos productos y servicios que se ofrecen en el mercado permiten un dinamismo colateral hacia industrias proveedoras de insumos, esto estimula la competitividad de los mercados y la innovación en todas sus formas dando paso al crecimiento de la economía. (Zamora-Boza, 2017)

El emprender nos ayuda para tener una fuente de ingresos propios o en conjunto, sea que se esté innovando algún producto o servicio, o se desarrolle la idea de uno de estos. Al igual hablar de emprender es cumplir el sueño a modo de entretenimiento sin la presión de generar dinero como máxima prioridad, esto ayuda a cubrir las necesidades de las personas y/o el mercado meta al cual se quiere llegar.

El emprendimiento se ha convertido en una necesidad, ya que les ha permitido a muchas personas lograr su independencia laboral, así como la estabilidad económica. La importancia de emprender desde la raíz, se debe tener en cuenta que los emprendimientos permiten:

- Generar oportunidades de negocio, por fuera de los tradicionales.
- Fomentar el trabajo desde casa, a través de las ventas por internet.
- Crear una oportunidad laboral para familias con ideas de emprendimiento

promotoras.

- Armas una base de proyectos para luego crear una microempresa.
- Aumentar la producción de bienes, para fortalecer la economía del país.
- Crear una demanda de los productos realizados, que permitan, a su vez, el conocimiento y desarrollo de nuevos emprendimientos

Dentro del emprendimiento, se encuentra la independencia económica, que es “como la capacidad de una persona para hacerse cargo de sus gastos y valerse por sus propios recursos (financieramente hablando), sin tener que estar empleando en ningún trabajo, ni padeciendo sobresaltos que afecten su bolsillo.

Además, representa una gran cantidad de tiempo libre que podemos ocupar en mejorar otros aspectos de nuestra vida, que descuidamos al preocuparnos más por el trabajo; sería un momento donde se representa la oportunidad perfecta para desarrollar otro tipo de independencia, como emocional.

### **3.3 Definición de empresa**

Romero (1997) define la empresa como “el organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacción a su clientela”.

García del Junco y Casanueva Rocha (2000) definen la empresa como “una entidad que, mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados”.

Para Simón (2008) la empresa es “aquella entidad formada con un capital social y que aparte del propio trabajo de su promotor puede contratar a un cierto número de trabajadores. Su propósito lucrativo se traduce en actividades industriales y mercantiles, o la prestación de servicios”.

El diccionario de Marketing (1999) define a la empresa como “una unidad económica de producción, transformación o prestación de servicios, cuya razón de ser es satisfacer una necesidad existente en la sociedad”.

En la Real Academia Española (2022) menciona que la empresa es “una unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos”.

La definición de empresa nos permite visualizar a la empresa como una entidad conformada por

elementos tangibles e intangibles cuya finalidad es la satisfacción de las necesidades y deseos de su mercado para la obtención de una utilidad o beneficio.

### **3.4 Estructura de una Empresa**

Nos dice (EUROINNOVA, 2023) que la estructura de una empresa “es la administración que se aplica de forma interna a través de la organización funcional. Su interés es distribuir las actividades, con el objetivo de lograr las metas establecidas en un tiempo menor a lo esperado.

Además, que consiste en facilitar los procesos que van dirigidos al resultado final que se desea obtener, adicionalmente, una vez que este elaborado el organigrama estructural, el personal involucrado en el proyecto sabrá cuál es su función dentro de la organización.

Existen diversos tipos de estructura organizativa de una empresa. Deben elegirse tomando en cuenta el objetivo del negocio, los recursos que posee y el sector económico al que va dirigido. Hay tres tipos de estructuras, y los más comunes son los siguientes:

- Jerárquico: en este método se distribuyen las funciones por departamentos. Aquí existen superiores que llevan el control del personal y evalúan el cumplimiento de las actividades. Este tipo de estructura es una de las más aplicadas por medianas y grandes empresas.
  
- Funcional: es un sistema organizacional que divide las funciones por departamentos generales: marketing, recursos humanos, entre otros. Este es de beneficio para quienes estén especializados en un departamento en específico, ya que así se demuestra y aplica lo aprendido en el área correspondiente.
  
- Por división: en este tipo de organización empresarial se asignan las actividades por zona geográfica, tipo de cliente y producto, cada una de ellas tiene departamentos propios, es la más aplicada por las empresas reconocidas internacionalmente.

### 3.5 Tipos de Empresas de acuerdo a:

A continuación, se pondrán diferentes tipos de empresas de acuerdo a varios puntos, los que se mencionarán son los que se enfocan más al proyecto.

- Sector  
En este tipo pueden desarrollarse de acuerdo a las actividades que realizan, como se puede mostrar en la tabla 3.

**Tabla 3:**

#### **Empresa por sector**

|                    |   |
|--------------------|---|
| Sector terciario   | Es el sector de servicios, los cuales no se constituyen por actividades productoras transformadoras, sino que buscan satisfacer las necesidades de las personas, por ejemplo, el comercio, los servicios públicos, finanzas, entre otras. |
| Sector cuaternario | Tiene como principal característica el conocimiento, sus servicios son capaces de mecanizar acciones como la generación e intercambio de información; actividades como la investigación, educación, etc.                                  |

Fuente: Los 7 tipos de empresas y su clasificación (Palacios, 2023)

- Empresas por tamaño, en la siguiente tabla 4 se muestra la clasificación

-

**Tabla 4:**

#### **Clasificación de las empresas por tamaño**

|                 |   |
|-----------------|---|
| Microempresa    | Es una unidad económica conformada por menos de 10 trabajadores que llega a generar anualmente ingresos menores a los 200,000 MX. |
| Pequeña empresa | Negocio que tiene entre 11 y 49 empleados y genera ventas entre los 200 y 500 mil MX anuales.                                     |
| Mediana empresa | Cuenta con entre 50 y 249 trabajadores y sus ventas pueden llegar hasta 10,000,000 MX por año                                     |
| Gran empresa    | Tiene entre sus filas más de 250 empleados y genera de ganancias con cifras superiores a los 10,000,000 MX por año.               |

Fuente: Los 7 tipos de empresas y su clasificación (Palacios, 2023)

- **Ámbito de actuación**

Existen diferentes tipos de ámbitos, todo dependiendo de qué tipo de empresa sea, en este caso nos enfocaremos a la que está ligada al proyecto.

Es una empresa local, en este tipo de empresas son las que venden sus productos y/o servicios dentro de una localidad determinada.

- **Por su forma jurídica**

Esta clasificación se concentra en la identidad que una empresa asume legalmente. Esta determina el número de socios, capital y tipo de responsabilidad de cada una de las personas involucradas en la dirección de la empresa.

De acuerdo a (Palacios, 2023) la empresa se clasifica por su forma jurídica como:

- **Persona moral:**  
Es la unión de dos o más individuos para conseguir los beneficios de una actividad comercial lucrativa.
- **Cooperativa:**  
Es un esquema jurídico que se refiere a las empresas que se crean para cubrir necesidades socioeconómicas de sus propietarios.
- **Sociedad comanditaria:**  
Es la que ostenta dos tipos de socios; colectivos con responsabilidad limitada y los comanditarios con responsabilidades limitadas de aportación de capital.
- **Sociedades limitadas:**  
Son empresas en las cuales los socios asumen una responsabilidad limitada, por lo tanto, solo responden por las inversiones o acciones que han aportado a la compañía.
- **Sociedad anónima:**  
Al igual que las sociedades limitadas, en la sociedad anónima los socios no tienen que asumir todos los compromisos de la empresa. Mas bien, cada persona puede decidir si desea o no adquirir acciones.

- **Cuota de mercado**

La cuota de mercado es el porcentaje o participación que una empresa obtiene por la venta de algún producto o servicio en relación con las ventas totales de dicho producto o servicio en un territorio concreto y durante un periodo determinado.

De acuerdo a (Palacios, 2023) tienen diferente clasificación las cuotas de mercado:

- Empresa aspirante:

Esta empresa se caracteriza por tener una estrategia dirigida a ampliar su cuota frente al líder y las otras compañías competidoras. Su actuación depende de sus objetivos comerciales.

- Empresa especialista:

Responden a necesidades muy particulares en un segmento de mercado determinado. Pueden actuar casi en condiciones de monopolio; por ello, tienen que ser empresas relativamente grandes para tener un alto nivel de rentabilidad.

- Empresa líder:

Marcan la pauta en todos los aspectos de negocio: precio, publicidad, innovación, logística, etc. Suele ser un negocio modelo que otras empresas más pequeñas buscan imitar.

- Empresa seguidora:

Este tipo de empresas no tienen suficiente rentabilidad ni un nivel de cuota suficiente como para alarmar o llamar la atención de alguna empresa líder en el mercado en común.

- Procedencia de capital

Este tipo de empresas recibe su clasificación dependiendo del tipo de capital que recibe o utiliza para su gestión, como se puede ver en la tabla 5.

**Tabla 5: Clasificación por el tipo de su procedencia de capital**

|                 |  |
|-----------------|--|
| Empresa privada | Es aquella cuyo capital e inversiones que recibe proviene de individuos particulares que desean obtener una rentabilidad y beneficios a través de sus actividades comerciales. |
| Empresa publica | Recibe inversiones del estado. Usualmente son negocios que prestan servicios a la sociedad.  |
| Empresa mixta   | Posee capital público como privado; pueden recibir apoyo de las inversiones para ejecutar con sus procesos con efectividad.  |

Fuente: Los 7 tipos de empresas y su clasificación (Palacios, 2023)

#### - Esquema laboral

Son las formas en las que los colaboradores trabajan en las empresas. Aunque desde siempre han existido diferentes horarios y formas de trabajo, la pandemia por el COVID aumentó exponencialmente la cantidad de personas que trabajan desde casa.

Tan solo en Latinoamérica 23 millones de personas hicieron home office. Esta cifra, antes de la crisis sanitaria, no rebasaba el 3%. De acuerdo con esta clasificación, las empresas se dividen de la siguiente manera:

- Empresas con trabajo presencial:  
Solo se realizan actividades en las instalaciones de la empresa.
- Empresas con trabajo remoto:  
Los trabajadores pueden realizar sus actividades desde casa en horarios que la empresa establezca o de acuerdo a objetivos que el empleado debe cubrir.
- Empresas con trabajo mixto:  
Aquí se turna las actividades de forma presencial y remota según las necesidades que se presenten. También puede ser el caso que algunos empleados siempre trabajen desde casa y otros si tengan que asistir a la sede de la empresa.

### 3.6 Constitución de las Empresas

Se cita a Mercedes Suárez con su artículo “Constitución de una empresa”. (Mercedes, 2023)

“Constitución o constituir se utiliza en el ámbito legal, para referirse a fundar o establecer una entidad jurídica. Es una especie de nacimiento en la que se instaurará la empresa y que adquirirá tanto derechos, como obligaciones.

Para que una empresa esté constituida es necesario realizar procesos burocráticos y legales que le den validez ante las autoridades para obtener beneficios, formalidad y mejores condiciones legales a la empresa. Sin embargo, no solo se dan derechos también se obtiene obligaciones.

La constitución de una entidad se utiliza en ámbitos legales, es necesario entender que una empresa es una organización que está constituida por una o varias personas, ya sea para: liderar, producir o transformar un producto o servicio. La finalidad es obtener utilidades de estos.

Para que pueda existir una empresa en términos legales es necesario que se reconozca ante una autoridad, que generalmente es ante el Estado. Este brindará derechos como reconocimiento, protección legal, financiamiento, etc. Pero que exigirá cumplimiento de pagos fiscales, protección y promoción a derechos laborales si se tienen trabajadores, entre otros.

En términos económicos la constitución de una empresa ayuda a separar las finanzas personales y las empresariales, gozando de limitaciones de responsabilidad y por supuesto, pago de impuestos. También, ocurre en términos de personalidad jurídica en donde en caso de incumplimientos legales o fiscales, no se castigaría a todos los miembros de la compañía, sino a quien se tiene registrado ante las autoridades.

Para constituir una empresa es necesario conocer las formas jurídicas que existen, ya que esta le dará identidad, teniendo en cuenta quienes son los responsables, titulares o propietarios.”

- Personas Físicas:  
Solo existe una persona propietaria.
- Persona Moral (Societaria):  
Está compuesta por más de una persona, como: Sociedad anónima, Sociedad limitada, Sociedad comanditaria y Sociedad colectiva.
- Cooperativa:  
Son las organizaciones que tienen economía social, tienen socios que solo aportan

capital lo que limita sus estatutos legales.

Como constituir una empresa se enfoca en ámbitos legales estos son los elementos básicos que se obtienen al crear una empresa:

- 1) Acta constitutiva
- 2) Registro de Obligaciones Fiscales (RFC)
- 3) Registro ante el IMSS
- 4) Patentes ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI)

(Mercedes, 2023)

### **3.7 Obligaciones**

“Las obligaciones y los deberes que las empresas han de cumplir, de acuerdo con la legislación vigente, son las siguientes:

- Inscripción en el Registro Mercantil del Título Constitutivo de Sociedad  
Cuando se constituye una empresa, es necesario inscribirla en un plazo de 15 días desde la firma de los mismos.
- Prevención de riesgos laborales  
Es fundamental cumplir con lo establecido en la normativa de prevención de riesgos laborales, tomando en cuenta las medidas necesarias para evitar accidentes y otros riesgos en el desempeño de las funciones de cada puesto de trabajo.  
Por eso, se planifica la prevención teniendo en cuenta los riesgos que tenga cada puesto de trabajo y determinando qué riesgos pueden ser evitados y cuáles vigilar continuamente dentro del plan de prevención de riesgos laborales.
- Protección de datos personales  
La empresa debe custodiar y proteger adecuadamente los datos de carácter personal de sus trabajadores y de sus clientes. Es fundamental para todas aquellas empresas que trabajan con información de los clientes, sobre todo cuando se trata de usuarios de Internet.
- Pago de salario a sus trabajadores  
Debe remunerar el trabajo llevado a cabo por sus empleados. Así pues, deberán pagar el salario fijado de mutuo acuerdo por el empresario y por el trabajador en el contrato de trabajo con la periodicidad pactada contractualmente.
- Contabilidad de la empresa

El empresario está obligado a llevar la contabilidad de la empresa, por medio de libros contables en los que se harán asentar las operaciones diarias durante un periodo de tiempo, así como el inventario de la empresa.

### **3.7.1 Obligaciones Federales**

Se cita a L.A Pérez-Rocha en su sección de libro “Federalismo fiscal en México: origen evolución y retos”. (Pérez-Rocha, 2011)

“Las obligaciones federales son aquellas que derivan de las facultades y atribuciones exclusivas de la Federación en materia de legislación, administración y jurisdicción, y que deben ser cumplidas por los estados y municipios en todo el territorio nacional”.

Las obligaciones como empresario son:

- Inscribirse en el RFC

- Mantener actualizada la información ante el RFC

- Expedir las facturas electrónicas

- Llevar la contabilidad

- Presentar las declaraciones mensuales, declaración anual y declaración informativa

- Formular el estado de posición financiera y levantar el inventario de existencias al 31 de diciembre de cada año

- Realizar la retención de ISR cuando se paguen los sueldos o salarios a los trabajadores, y en su caso, entregarles en efectivo las cantidades que resulten a favor por concepto de subsidio para el empleo

- Calcular en la declaración anual del impuesto sobre la renta, la participación de los trabajadores en las utilidades de la empresa (PTU).”

(Tributaria, s.f.)

### **3.7.2 Obligaciones Estatales**

“Las obligaciones estatales son aquellas que derivan de las facultades y atribuciones de los estados y que deben ser cumplidas por los municipios y las autoridades estatales en el ámbito de su competencia territorial, sin perjuicio de las obligaciones federales que les correspondan”. (García Torres, 2010)

Se cita a la Secretaría de Gobernación en la “Ley de Ingresos del Estado de Puebla, para el Ejercicio Fiscal 2023”. (Secretaría de Gobernación, 2023)

“En el artículo 2; los derechos y productos por los servicios que prestan las dependencias, entidades de la Administración Pública Estatal, los Órganos Constitucionalmente Autónomos, así como los Poderes Legislativos y Judicial del Estado, a que se refiere el presente ordenamiento, se causaran y pagarán conforme a las disposiciones, tarifas y cuotas establecidas en la presente Ley, tomando en consideración el momento en que se realice la prestación del servicio o uso del bien de que se trate.”

Se cita a Justia en el artículo “Trámites de las empresas” (Justia, 2023)

“Las empresas que estén obligadas a presentar avisos, datos, documentos, informes o declaraciones de contribuciones estatales como por ejemplo el Impuesto Sobre Servicios de Hospedaje, Impuesto Sobre Nóminas, entre otros, realizarán el trámite de aviso de inscripción al Registro Estatal de Contribuyentes, por medio de su representante legal con los requisitos que dispongan las leyes fiscales estatales y ante la autoridad fiscal de la entidad federativa que corresponda (Secretaría de Finanzas del Estado, Tesorería del Estado, Administración Fiscal, etc.). Cada estado de la República Mexicana cuenta con módulo de atención presencial o con portal de Internet que provee información sobre el trámite.

### **3.7.3 Obligaciones Municipales**

Se cita a Ramírez Hernández en la sección de libro “Competencias y obligaciones de los municipios en México” (Ramírez Hernández, 2017)

“Las obligaciones municipales son aquellas que derivan de la autonomía municipal y que deben ser cumplidas por los ayuntamientos en el ámbito de su competencia territorial, en coordinación con las autoridades estatales y federales cuando corresponda”.

Las empresas que sean sujetos obligados de contribuciones municipales como por ejemplo el Impuesto Predial, Impuesto Sobre Espectáculos y Diversiones Públicas, entre otros, realizarán el trámite de aviso de inscripción al Registro Municipal de Contribuyentes, por medio de su representante legal con los requisitos que dispongan las leyes municipales y ante la autoridad fiscal del municipio correspondiente (tesorería Municipal). Los municipios cuentan con módulos de atención presencial o bien con sus portales de Internet con información para realizar el trámite.

Este trámite permite a las personas morales cumplir con sus obligaciones fiscales municipales, evitar cometer infracciones y por ende ser acreedoras de sanciones por parte de la autoridad fiscal municipal.

El trámite de uso de suelo lo deberán gestionar las empresas cuando utilicen un predio para un uso específico ya sea industrial, de servicios o comercial. El trámite lo realiza el representante legal de la persona moral con la presentación de los documentos requeridos ante la autoridad municipal del lugar en donde se encuentra ubicado el predio. La empresa, podrá obtener una licencia de uso de suelo. El realizar operaciones sin contar con licenciada lugar a sanciones administrativas.

Las empresas, a través de su representante legal, deberán solicitar la licencia de funcionamiento ante la autoridad municipal del lugar donde se encuentre el inmueble en el cual realizarán sus operaciones de tipo comercial, industrial o de servicios. La empresa podrá obtener la licencia de funcionamiento si la autoridad determina que cumple con los requisitos solicitados como por ejemplo certificados de protección civil, de protección al medio ambiente, entre otros, según el giro comercial, industrial o de servicios de que se trate. Si la empresa realiza actividades sin contar con esta licencia, se hará acreedora a las sanciones administrativas que dispongan las leyes.

Tratándose de signos distintivos como logotipos, nombres, avisos comerciales, etiquetas, imagen comercial, las empresas podrán gestionar el registro de marca ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial y una vez que obtengan el título de registro correspondiente tendrán el derecho exclusivo sobre este tipo de propiedad intelectual.

### 3.7.4 Obligaciones Fiscales

Se cita a Gobierno de México en el “Cumplir obligaciones fiscales”. (Gobierno de México, Cumplir obligaciones fiscales, 2022)

“Para las personas físicas si el emprendimiento requiere de aptitudes o de apoyo de un grupo reducido de colaboradores, cuentan con la mayor parte del recurso económico necesario para arrancar y el proyecto supone una administración simple.

Se debe seleccionar el régimen de personas físicas en el cual se inscribe por medio del Registro Federal de Contribuyentes (RFC). Para la toma de decisión se toma en cuenta las siguientes cuestiones:

- Tipo de actividad económica.
- Volumen de ingresos estimados.
- Si la actividad requiere o no un título universitario.

El régimen de actividades empresariales y profesionales es de interés para personas con actividades comerciales (restaurantes, escuelas, farmacias), industriales, enajenación debienes o transportes. Así como para médicos, abogados, dentistas, etc.

Las principales obligaciones de una persona moral inscrita bajo el régimen general son:

- Inscribirse en el Registro Federal de Contribuyentes (RFC).
- Solicitar el certificado de firma electrónica o e. firma (FIEL).
- Expedir facturas electrónicas (conocidas en México como Comprobante Fiscal Digital por Internet o CFDI).
- Llevar la contabilidad electrónica teniendo en cuenta lo establecido en el reglamento del código fiscal de la federación (CFF).
- Presentar pagos provisionales y definitivos de los impuestos.
- Realizar retenciones al Impuesto sobre la Renta (ISR) cuando se paguen salarios a trabajadores o se efectúen pagos a personas físicas por la prestación de servicios profesionales.
  - o De los ISR, al valor agregado y, en su caso, sobre producción y servicios.
- Si es el caso, presentar la retención del ISR o IVA que se hayan hecho.

- Presentar la declaración informativa de Operaciones con Terceros (DIOT).
- Presentar declaraciones informativas anuales.
- Presentar Declaración informativa Múltiple.

Además de lo anterior, las obligaciones incluyen:

- 1) Retener impuestos, así como expedir el comprobante fiscal que corresponda, el cual se puede considerar como la constancia de retenciones.
- 2) Formular un estado de posición financiera e inventario de existencias.
- 3) Determinar la utilidad fiscal y PTU cada año.
- 4) Llevar el control de inventarios.
- 5) Avisar por los préstamos y aportaciones para futuros aumentos de capital recibidos.
- 6) En su caso, hacer la declaración informativa en el formato electrónico Multi-IEPS”.

### **3.7.5 Obligaciones ante el IMSS**

Se cita a Infoautónomos en el artículo “¿Cuáles son las obligaciones del patrón ante el IMSS?”. (Infoautónomos MX, 2020)

“En el capítulo I de la Ley del Seguro Social, LSS, se especifica que la obligación de la persona física o moral de registrarse ante el IMSS como patrón desde el primero momento en el que contrata a otras personas para desempeñar alguna actividad de forma subordinada, es decir, deben realizar el alta patronal.

Así, tras realizar su alta patronal, la persona física, autónomo, o moral adquiere una serie de obligaciones como patrón ante el IMSS que se contemplan en el artículo 15 de la LSS.

El registro patronal, más específicamente, es el número o clave que asigna el Instituto Mexicano del Seguro Social, IMSS, al patrón. Además, deberán inscribir a los trabajadores en el IMSS, comunicar sus altas y bajas, las modificaciones de su salario y los demás datos, dentro del plazo de cinco días hábiles desde la contratación o modificación.

Se debe llevar registro como nóminas y listas de raya en las que se asiente invariablemente el número de días trabajados y los salarios percibidos por los trabajadores, así como otros datos que exija la LSS y sus reglamentos, así mismo, el patrón deberá guardar y conservar estos registros durante los cinco años siguientes al de su fecha de forma obligatoria.

El patrón deberá aportar al IMSS información sobre contratos, finiquitos, liquidaciones, listas de asistencia, cuota obrero patronales, nominas, movimientos afiliatorios o registros contables segmentados, entre otros documentos para que pueda precisar las obligaciones patronales a su cargo.

Otra de las obligaciones del patrón ante el IMSS es acceder a visitas domiciliarias, las cuales tendrán que cumplir de acuerdo a lo establecido en el Código Fiscal de la Federación. También, según lo establecido en el Protocolo de inspección para formalización del empleo y expedido por la secretaria del Trabajo y Previsión Social (STPS), se tendrá que verificar que aquellos centros con más de 50 trabajadores tienen datos de alta ante el IMSS a todos ellos.

En el capítulo sexto del título II de la LSS, habla sobre la cesantía en edad avanzada, en donde se trata de una pensión que se brinda a aquellas personas de entre 60 y 64 años. En cuanto a la vejez, el asegurado debe haber cumplido los 65 para acceder. Para ello deberán cumplir con algunos requisitos:

- El trabajador debe haber quedado privado de la relación laboral.
- Tener la edad correspondiente a cada una de las opciones.
- Contar con 500 semanas cotizadas, en el caso de que estuviese dado de alta hasta el 30 de junio de 1997.
- Contar con 1,250 semanas cotizadas, en el caso de que comenzara a cotizar a partir del julio 1997.

Si el patrón no cumple con las obligaciones, puede ser acreedor de sanciones o multas de acuerdo a la LSS y a lo establecido en el Reglamento para la imposición de multas por su infracción a las disposiciones de la LSS y sus reglamentos.

Se debe informar a los empleados acerca de cualquier cambio en las condiciones laborales,

proporcionarles herramientas de protección y seguridad necesarias para realizar su trabajo, y cumplir con las medidas de higiene y limpieza establecidas por la normatividad laboral.

En caso de accidentes o incidentes, también es la responsabilidad del patrón informar al IMSS y brindar la asistencia necesaria a los trabajadores para su recuperación.

Como empleador, se debe estar comprometido con el bienestar y protección de los empleados, garantizando el acceso a servicios médicos, pensionales y otros beneficios, cumpliendo con todas las obligaciones patronales ante el IMSS para evitar multas u sanciones.

### **3.8 Contrato individual de trabajo**

Se cita a la Ley Federal del Trabajo (LFT, 2022)

“El contrato de trabajo es aquel por el cual una persona se obliga a prestar un servicio a otra persona mediante el pago de una remuneración (Artículo 20 de LFT)”.

Por otra parte, se cita a Indeed en el artículo “Contrato individual de trabajo: definición, elementos y ventajas”. (Indeed, 2023)

“Un contrato individual de trabajo es también conocido como un contrato FreeLancer. Consiste en un acuerdo entre dos partes, mediante el cual un individuo brinda sus servicios o realiza un trabajo específico para una persona jurídica o natural, a cambio de una remuneración pactada.

Dicho contrato se podría definir como un documento legal, designado principalmente para proteger los intereses de los involucrados. Por esta razón, en él deberán especificarse las condiciones de trabajo, así como: el salario, las prestaciones, normativas, la jornada laboral y cada uno de los cargos que el empleado deba desempeñar mientras que esté vigente la relación laboral.

Por norma general, en el momento de firmar un contrato individual de trabajo, es primordial que en este se establezcan todos los puntos y condiciones que deban cumplir ambas partes. Algunos de los elementos que contiene un contrato de trabajo individual son los siguientes:

- Fechas de inicio y fin de trabajo acordado.
- Compromisos por parte del empleado y del empleador.
- Horario exacto en el que se desempeñará la jornada laboral.
- Compromiso de confidencialidad entre el trabajador y la empresa.
- Servicios específicos que prestará el trabajador a la empresa de manera

independiente.

- Remuneración acordada por el servicio prestado.

En la tabla 6, se puede mostrar los tipos de contrato individuales más comunes.

Cuando se trata de un contrato individual, los términos y condiciones que se especifiquen en el documento legal, van a depender del tipo de posición que la empresa requiera en ese periodo de tiempo específico. Un ejemplo de contrato individual, se pondrá en las imágenes de la 29 a la 31.

**Tabla 6:**  
**Tipo de contrato individuales más comunes**

|                      |   |
|----------------------|---|
|                      | finalizada la relación laboral.   |
| Periodo de prueba    | Si una empresa desea comprobar si la persona que van a contratar posee los conocimientos necesarios para el empleo, se utiliza este tipo de contrato. Una vez culminado este periodo de tiempo, se procederá a firmar de mayor duración o de lo contrario, de culminar el contrato. |
| Temporada            | Se llevan a cabo por lo general, cuando la empresa desea optimizar ciertas áreas laborales, ya sea por un reemplazo de personal, o para un incremento de la producción. Dadas estas circunstancias, se procede a firmar dicho documento legal por un periodo de tiempo determinado. |
| Tiempo indeterminado | No tienen una fecha final, por ello este tipo de trabajadores son los de trabajadores son los denominados fijos o intermediados. Trabajan de forma continua, normalmente una jornada completa de aproximadamente 40 horas a la semana.  |

|   |  |
|---|--|
| <p style="text-align: center;">Tiempo determinado</p> | <p>La duración de este tipo de contratos es desde unos tres meses hasta un año. Este tipo de contrato, teniendo en cuenta si la empresa desea continuar con los servicios, se puede renovar por otros tantos meses más o, por el contrario, se puede dar por finalizada la relación laboral.</p> |
|---|--|

Fuente: Contrato individual de trabajo: definición, elementos y ventajas

## CAPITULO 4

### **Plan de la Empresa**

En un mundo lleno de celebraciones y momentos especiales, los salones de fiestas se originan como espacios adaptables y mágicos donde las necesidades de los clientes se convierten en realidad. En este mundo de la organización de eventos, la brújula que guía a los emprendedores hacia el éxito es un plan de negocio para un salón de fiestas.

La demanda de sitios únicos para celebraciones, desde eventos corporativos hasta bodas y cumpleaños, transforma un sector en un ámbito propio para los creadores de visiones que deseen crear su propio espacio.

EL objetivo de este plan es proporcionar una visión exhaustiva y bien pensada para el establecimiento y gestión de un salón de fiestas. Es de examinar una serie de factores importantes, incluida la ubicación estratégica, el diseño, la estrategia de marketing y la gestión financiera. Además, se tendrá en cuenta las tendencias actuales en la industria de eventos y cómo se adaptará y dominará el mercado competitivo.

Se descubrirá en las próximas paginas cómo crear y celebrar momentos memorables en un lugar donde no se tiene límites. Este plan es el primer paso para convertir el sueño de un salón de fiestas en una realidad exitosa y duradera.

## **4.1 Organización Estratégica**

### 4.1.2 Misión

Brindar un espacio de calidad, seguridad y confort para la realización de eventos y celebraciones, ofreciendo servicios integrales que superen las expectativas de nuestros clientes, y contribuyendo así la creación de experiencias inolvidables y momentos memorables para nuestros clientes y sus invitados.

### 4.1.3 Visión

Ser el lugar preferido de nuestros clientes para la realización de eventos y celebraciones, gracias a la excelencia en nuestros servicios, la calidad de nuestras instalaciones y la atención personalizada que ofrecemos, buscando siempre superar las expectativas de nuestros clientes y ser el referente de calidad en el mercado.

### 4.1.4 Valores

- 1) Excelencia: buscar la excelencia en cada aspecto del servicio ofrecido, desde la atención del cliente hasta la calidad de las instalaciones y el servicio de buffet o catering.
- 2) Calidad: ofrecer productos y servicios de alta calidad, que superen las expectativas de los clientes y que generen confianza.
- 3) Atención al cliente: ofrecer una atención al cliente de primer nivel, personalizada y enfocada en satisfacer las necesidades y requerimientos específicos de cada cliente.
- 4) Innovación: estar a la vanguardia en cuanto a tendencias y tecnología, ofreciendo servicios innovadores y diferenciados que aporten valor al cliente.
- 5) Respeto: tratar a los clientes, colaboradores y proveedores con respeto y honestidad, construyendo relaciones basadas en la confianza y la transparencia.
- 6) Responsabilidad social: preocuparse por el impacto de las actividades del salón de fiestas en la comunidad y en el medio ambiente, buscando siempre actuar de manera responsable y sostenible.

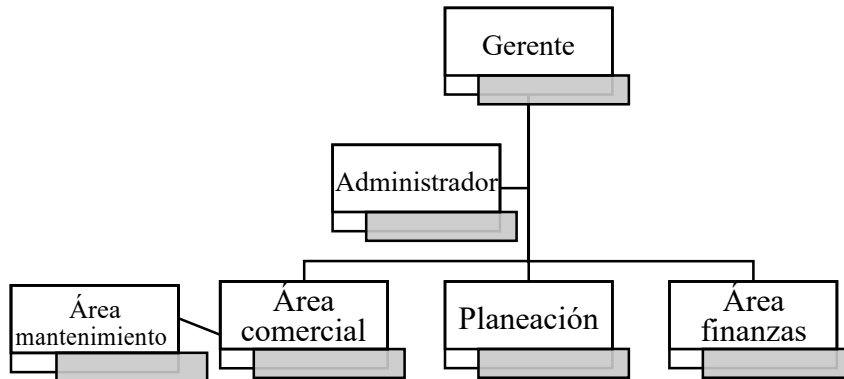
### 4.1.5 Objetivos

1. Mejorar la calidad de los servicios: mejorar constantemente la calidad de los servicios ofrecidos, ya sea a través de la capacitación constante del personal, la renovación de las instalaciones o la incorporación de nuevas tecnologías.
2. Aumentar la satisfacción del cliente: a través de la atención personalizada, la oferta de servicios adicionales y la generación de una experiencia única y memorable.
3. Incrementar la rentabilidad: a través de la optimización de los costos, la implementación de estrategias de marketing efectivas y la captación de nuevos clientes.
4. Ampliar la oferta de servicios: sea a través de la incorporación de servicios adicionales como la organización de eventos temáticos o la venta de paquetes que incluyan servicios de buffet o catering y entretenimiento.
5. Fortalecer la marca: generando una buena reputación, la fidelización de los clientes y la captación de nuevos clientes a través de estrategias de marketing adecuadas.
6. Responsabilidad social: preocuparse por el impacto de las actividades del salón de fiestas en la comunidad y en el medio ambiente, buscando siempre actuar de manera responsable y sostenible.

En la siguiente Figura 1, se mostrará un ejemplo de la estructura organizacional que tendrá la empresa del salón de fiestas.

## **Figura 1**

### 4.1.6 Estructura Organizacional



Fuente: propia

A continuación, se pondrán tablas (7 a la 11, explicando cuáles son los perfiles de las funciones de los correspondientes puestos.

**Tabla 7:**

4.1.7 Perfil de funciones y puestos

| <b>PUESTO: ADMINISTRADOR</b>  |
|---|
| <p><b>Resumen del puesto:</b></p> <p>Planificar, coordinar, supervisar y dirigir todas las actividades dentro del salón de fiestas, como también vigila el cumplimiento de normas legales y reglamentarias, políticas, procedimientos y demás normativas establecidas en el mismo. Se encarga de hacer el estudio de mercado y promocionar los diferentes productos y/o servicios que ofrece el salón de fiestas.</p> |

|  |   |
|--|---|
| <p><b>Responsabilidades y tareas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Planificar, organizar, dirigir y evaluar la gestión administrativa del salón de fiestas.</li> <li>- Brindar soporte técnico operativo en los aspectos relacionados a la gestión económica financiera y administrativa.</li> <li>- Diariamente al cerrar caja se emiten facturas, recibos y comprobantes de pago, esto para llevar un control diario.</li> </ul> | <p><b>Habilidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Habilidad para verificar y evaluar la efectividad y eficiencia de los controles internos, administrativos, operacionales del salón de fiestas.</li> <li>- habilidad para verificar el cumplimiento del manual de control interno.</li> <li>- Facilidad de palabra.</li> <li>- Trato fino.</li> <li>- Tener iniciativas e ideas innovadoras.</li> <li>- Capacidad para trabajar bajo presión.</li> </ul> |
| <p><b>Requisitos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tener título de nivel superior en administración de empresas, contaduría o a fin.</li> <li>- Experiencia mínima de 2 años en actividades similares de administrador.</li> </ul>   |   |
| <p><b>Valores institucionales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Solidaridad, confianza, moral, respeto, honestidad.</li> <li>- Desarrollo local y empresarial.</li> <li>- Adaptación al cambio</li> </ul>  | <p><b>Valores personales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Liderazgo</li> <li>- Puntualidad</li> <li>- Amabilidad</li> <li>- Responsable</li> </ul>   |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Equitativo</li> </ul>  |
| <p><b>Relaciones:</b></p> <p>En el área administrativa y operativa, participa en reuniones para informar sobre la marcha institucional orientando sobre la adecuada toma de decisiones en los planes y políticas administrativas.</p> <p>Son representantes de los organismos de control, a fin de tratar asuntos relacionados con la gestión de la empresa y la relación con dispersiones legales.</p>  |   |

Fuente: Propia

**Tabla 8:**  
Perfil de funciones y puestos

| <b>PUESTO: AUXILIAR COMERCIAL</b>   |  |
|---|--|
| <p><b>Resumen del puesto:</b></p> <p>Dar a conocer los productos y/o servicios que se ofrecen en el salón de fiestas, por medio de acciones publicitarias y de promoción, de actualizar los servicios en función de las necesidades y cambios en el mercado o de gestionar las relaciones con los clientes. Utilizar las técnicas de venta adecuadas, aquellas que les reporten mejores resultados para los servicios del salón de fiestas.</p>   |  |
| <p><b>Responsabilidades y tareas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseñar estrategias junto con los diferentes departamentos para ofrecer bien los servicios y conseguir beneficios diferentes para cada área.</li> <li>- Análisis de mercados y estrategias de introducción.</li> <li>- Diseñar plan de ventas.</li> <li>- Establecer objetivos de ventas.</li> <li>- Diseñar programas de formación e incentivos</li> <li>- Diseñar campañas promocionales.</li> </ul> | <p><b>Habilidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacidad de escuchar las necesidades del cliente.</li> <li>- Tener eficacia y precisión con la comunicación para tener una buena relación con el cliente.</li> <li>- Seguridad en el servicio.</li> <li>- Honradez en la gestión en las ventas.</li> <li>- Conocimiento del mercado.</li> </ul> |

|   |  |
|---|--|
| - Diseñar servicio post venta.  |  |
| <b>Requisitos:</b>  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tener título de nivel superior en administración de empresas, contaduría o a fin.</li> <li>- Experiencia mínima de 2 años en actividades similares en el área comercial.</li> </ul>  |  |
| <b>Valores institucionales:</b>   | <b>Valores personales:</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Solidaridad, confianza, moral, respeto, honestidad.</li> <li>- Desarrollo local y empresarial.</li> <li>- Adaptación al cambio</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Liderazgo</li> <li>- Puntualidad</li> <li>- Amabilidad</li> <li>- Responsable</li> <li>- Equitativo</li> <li>- Creatividad</li> <li>- Motivación</li> </ul> |
| <b>Relaciones:</b>  |  |
| <p>Es fundamental contar con un equipo motivado y capacitado para conseguir las ventas.</p> <p>Se debe conocer los productos y servicios, cada aspecto técnico, materiales, tipo de uso y beneficios, asimismo, se requiere conocer la oferta de los competidores y los diferenciadores del negocio.</p> <p>Al obtener todos los datos necesarios se podrá crear una o varias estrategias que ayuden a alcanzar las metas de venta.</p> |  |

Fuente: Propia

**Tabla 9:**

Perfil de funciones y puestos

|  |                     |
|--|---------------------|
| <b>PUESTO: JEFE DE PLANEACION</b>  |                     |
| <b>Resumen del puesto:</b>   |                     |
| <p>Colaborar durante el desarrollo de los eventos, en la atención de requerimientos de servicios inherentes a su área. Al igual reportar las necesidades de mantenimiento y reparación de los equipos y mobiliario necesario para el desahogo de los trabajos asignados. Colaborar en el control y suministro de los insumos o materiales asignados para la realización de los eventos, conforme a los procedimientos establecidos en el área.</p> |                     |
| <b>Responsabilidades y tareas:</b>   | <b>Habilidades:</b> |

|   |  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Atender y asistir con cortesía y actitud a los clientes.</li> <li>- Colaborar en el desarrollo de las reuniones y eventos asignados.</li> <li>- Asistir en la atención de los grupos de visitantes.</li> <li>- Orientar a los asistentes sobre los temas y actividades.</li> <li>- Elaborar el reporte de las actividades a realizar.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Habilidad para verificar y evaluar la efectividad y eficiencia de los controles internos, administrativos, operacionales del salón de fiestas.</li> <li>- habilidad para verificar el cumplimiento del manual de control interno.</li> <li>- Facilidad de palabra.</li> <li>- Trato fino.</li> <li>- Tener iniciativas e ideas innovadoras.</li> <li>- Capacidad para trabajar bajo presión.</li> </ul> |
| <p><b>Requisitos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tener título de nivel superior en administración de empresas, contaduría o a fin.</li> <li>- Experiencia mínima de 2 años en actividades similares en organización y desarrollo de eventos.</li> </ul>   |  |
| <p><b>Valores institucionales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Solidaridad, confianza, moral, respeto, honestidad.</li> <li>- Desarrollo local y empresarial.</li> <li>- Adaptación al cambio</li> <li>- Cortesía con los del área y clientes</li> <li>- Creatividad para brindar el servicio</li> </ul>   | <p><b>Valores personales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Liderazgo</li> <li>- Puntualidad</li> <li>- Amabilidad</li> <li>- Responsable</li> <li>- Equitativo</li> <li>- Cooperación</li> <li>- Iniciativa</li> <li>- Servicio</li> </ul>   |
| <p><b>Relaciones:</b></p> <p>Requiere una buena planificación y anticipación a los problemas y necesidades, se tiende a anticipar ante posibles problemas, dándole así una mayor difusión y repercusión profesional. Tener el conocimiento de la importancia de la gestión, organización e implementación de</p>  |  |

eventos de calidad en los eventos.

Fuente: Propia

**Tabla 10:**  
Perfil de funciones y puestos

| <b>PUESTO: CONTADOR (AUXILIAR DE FINANZAS)</b>   |  |
|--|--|
| <b>Resumen del puesto:</b><br>Apoyar en la realización de sus funciones y en el logro de los programas, mediante la administración, asignación y liberación oportuna de recursos financieros y el pago a prestadores de servicios, observando el cumplimiento de las políticas y lineamientos definidos para su gestión.   |  |
| <b>Responsabilidades y tareas:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Controlar todas las operaciones y flujo de recursos financieros.</li><li>- Llevar a cabo el control presupuestal y de registro contable.</li><li>- Responsabilidad del archivo y custodia de la documentación contable comprobatoria.</li><li>- Revisar que las facturas, remisiones y soporte documental relacionados a las solicitudes de pago reúnan todos los requisitos legales aplicables a cada caso.</li><li>- Autorizar todos los movimientos de ingresos y egresos.</li><li>- Verificar y autorizar que todos los pagos a efectuarse estén debidamente contratados de acuerdo a las disposiciones legales vigentes.</li></ul> | <b>Habilidades:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Planificación y organización</li><li>- Pensamiento analítico</li><li>- Comunicación</li><li>- Toma de decisiones</li><li>- Trabajo en equipo</li><li>- Tolerancia a la presión</li></ul> |
| <b>Requisitos:</b>   |  |

|   |  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tener título de nivel superior en contaduría.</li> <li>- Experiencia mínima de 3 en el ejercicio de la profesión</li> </ul>  |  |
| <p><b>Valores institucionales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Solidaridad, confianza, moral, respeto, honestidad.</li> <li>- Desarrollo local y empresarial.</li> <li>- Adaptación al cambio</li> </ul> | <p><b>Valores personales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Proactividad</li> <li>- Confidencialidad</li> <li>- Responsabilidad</li> <li>- Integridad</li> <li>- Honestidad</li> <li>- Objetividad</li> </ul> |
| <p><b>Relaciones:</b></p> <p>Analista de contabilidad, auxiliar de contabilidad, área de adquisiciones y recursos materiales, jefe de nóminas y prestaciones; auditores externos.</p>                                     |  |

Fuente: Propia

**Tabla 11:**  
Perfil de funciones y puestos

|   |  |
|---|--|
| <p><b>PUESTO: AUXILIAR DE MANTENIMIENTO</b></p>   |  |
| <p><b>Resumen del puesto:</b></p> <p>Realizar las actividades de limpieza en las instalaciones, equipo y mobiliario en el uso de instrumentos y material de insumo; mantener en óptimas condiciones las instalaciones del salón y que las funciones se lleven a cabo en los tiempos establecidos.</p>   |  |
| <p><b>Responsabilidades y tareas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Solicitar de manera oportuna los artículos y materiales de limpieza requeridos para el desarrollo de las actividades.</li> <li>- Realizar la limpieza de las áreas correspondientes o donde se soliciten.</li> <li>- Suministrar los insumos necesarios en las áreas.</li> </ul> | <p><b>Habilidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Trabajo en equipo</li> <li>- Tolerancia a la presión</li> <li>- Resolución de problemas</li> <li>- Comunicación</li> <li>- Organización de horarios</li> </ul> |

|  |  |
|--|--|
| <b>Requisitos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Todos los requisitos mínimos solicitados para el desempeño de este puesto que se incluyen en el resumen del puesto.</li> <li>- Escolaridad básica</li> </ul> |  |
| <b>Valores institucionales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Solidaridad, confianza, moral, respeto, honestidad.</li> <li>- Desarrollo local y empresarial.</li> <li>- Adaptación al cambio</li> </ul>       | <b>Valores personales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Liderazgo</li> <li>- Puntualidad</li> <li>- Amabilidad</li> <li>- Responsable</li> <li>- Equitativo</li> </ul> |
| <b>Relaciones:</b><br>Este puesto se relaciona con todas las áreas y departamentos.  |  |

Fuente: Propia

#### 4.1.8 Modelo de Negocios

##### 1. Descripción del negocio:

Es un salón de fiestas ubicado en una zona privilegiada y de fácil acceso. Se ofrecen servicios completos para la organización y realización de todo tipo de eventos, desde fiestas de cumpleaños y bodas, hasta reuniones corporativas y eventos especiales. El objetivo es convertir cada evento en una experiencia inolvidable para nuestros clientes, ofreciendo instalaciones de alta calidad, servicios personalizados y atención al detalle.

##### 2. Segmento de mercado:

EL salón de fiestas está dirigido a personas de todas las edades y a diferentes grupos de clientes, incluyendo individuos, familias, empresas y organizaciones. Se enfoca en captar clientes que buscan un lugar versátil y equipado para sus eventos, y que valoran la calidad, la comodidad, y la atención personalizada.

### 3. Propuesta de valor:

- Instalaciones de alta calidad: El salón cuenta con espacios amplios y bien decorados, incluyendo áreas interiores y exteriores adaptadas para diferentes tipos de eventos y tamaños de grupos.
- Servicios personalizados: Se ofrecen paquetes personalizados para cada tipo de evento, adaptándose a las necesidades y preferencias de los clientes. Esto incluye servicios de catering, música, decoración, entretenimiento y más.
- Atención al detalle: El equipo altamente capacitado se encarga de brindar una atención personalizada durante todo el proceso de planificación y ejecución del evento, asegurando que cada detalle esté cuidado y que la experiencia sea excepcional.

### 4. Fuentes de ingresos:

- Tarifa base del alquiler del salón: Los clientes pagan una tarifa por el uso del salón, que varía según el tipo de evento y la duración del mismo.
- Servicios adicionales: Ofrecer servicios como catering, decoración, música y entretenimiento.

### 5. Canales de distribución:

El salón de fiestas se promoverá a través de diversos canales, como redes sociales, anuncios en línea, colaboración con empresas locales y organizaciones comunitarias, y programas de referidos. Además, tener un sitio web donde los clientes pueden obtener información detallada sobre los servicios y realizar reservas.

### 6. Estructura de costos:

Los costos incluyen:

- Alquiler del salón de fiestas.

- Salarios y beneficios de los empleados.
- Costos de suministros y materiales para la organización del evento.
- Gastos de marketing y promoción del negocio.

#### 7. Proyecciones financieras:

Las proyecciones financieras se harán en base a la demanda del mercado y el número de eventos planificados. Es importante tener en cuenta que los ingresos pueden variar según la temporada y la demanda de eventos en un determinado periodo de tiempo.

En resumen, es un salón de fiestas que ofrece servicios completos y personalizados para la organización de eventos. El enfoque en la calidad, la atención al detalle y la satisfacción del cliente ayudará a destacarse en el mercado y a convertirse en el lugar preferido para la celebración de eventos del área.

## **4.2 Plan de análisis de macroentorno**

### **4.2.1 Análisis económico**

El análisis económico de un salón de fiestas puede ser importante para identificar la rentabilidad del negocio y las oportunidades de mejora. Algunos aspectos que se pueden considerar son:

➤ **Costos operativos:**

Es importante analizar los costos operativos del salón de fiestas, como el alquiler del espacio, la nómina de empleados, el costo de los servicios de catering y otros suministros, para determinar si los precios de los servicios ofrecidos son competitivos y si el negocio es rentable a largo plazo.

➤ **Análisis de mercado:**

Es fundamental conocer el mercado en el que se encuentra el salón de fiestas, el comportamiento de los consumidores y las tendencias en cuanto a eventos y

celebraciones. Esto puede permitir la identificación de oportunidades de mejora, como la oferta de nuevos servicios o la adaptación a nuevas necesidades del mercado.

➤ **Análisis de competidores:**

Es importante conocer a los competidores del salón de fiestas, su precio, calidad y servicios ofrecidos, para poder competir de manera efectiva y diferenciar en el mercado.

➤ **Inversiones:**

Es importante considerar las inversiones necesarias, tanto a corto como largo plazo, para poder implementar mejoras en el negocio y mantener la competitividad en el mercado.

#### **4.2.2 Análisis tecnológico**

El análisis tecnológico de un salón de fiestas puede ser una herramienta útil para identificar las fortalezas y debilidades en cuanto al uso de tecnología, y permitir la identificación de oportunidades de mejora y la implementación de soluciones para optimizar procesos y mejorar la experiencia del cliente. Algunos aspectos que se pueden considerar son:

✓ **Herramienta de gestión:**

El salón de fiestas puede contar con herramientas como software de gestión de reservas y eventos, así como sistemas de control de inventario y facturación electrónica, que permiten una gestión más eficiente y una mejor atención a los clientes.

✓ **Equipamiento:**

Es importante que el salón de fiestas cuente con el equipamiento y la tecnología adecuada para ofrecer servicios de alta calidad. Por ejemplo, sistemas de sonido, iluminación y multimedia que permitan la realización de eventos y presentaciones de alta calidad.

✓ Promoción:

Es necesario que el salón de fiestas cuente con una estrategia adecuada de comunicación y promoción, que incluya medios digitales como redes sociales, páginas web y correo electrónico, que permitan llegar de manera efectiva a los clientes y ofrecer información actualizada de los servicios ofrecidos.

✓ Experiencia del cliente:

Considerar la experiencia del cliente es también importante, ya que esto puede influir en su percepción sobre la calidad de los servicios ofrecidos. Por ejemplo, el salón de fiestas puede contar con sistemas que permitan la personalización de los eventos, como la selección de la música o la decoración, que permitan generar una experiencia única y memorable para el cliente.

### **4.2.3 Análisis social**

El análisis social de un salón de fiestas puede ser realizado desde diferentes perspectivas, como la relación con la comunidad, la inclusión social y la responsabilidad social. Algunos aspectos que se pueden considerar en el análisis son los siguientes:

1) Relación con la comunidad:

Es importante que el salón de fiestas tenga una buena relación con la comunidad local. Esto puede incluir la promoción de eventos que beneficien a la comunidad, como actividades culturales o deportivas, la contratación de proveedores y empleados locales, y establecer acuerdos con organizaciones locales para apoyo mutuo del trabajo.

2) Inclusión social:

Es la medida de lo posible, es importante que el salón de fiestas esté disponible para toda la población, independientemente de su origen socioeconómico o de otros factores. Esto puede incluir la oferta de precios y servicios accesibles. La adaptación de las instalaciones para personas de la inclusión social a través de la contratación y capacitación del personal.

3) Responsabilidad social:

El salón de fiestas puede tener un impacto significativo en la comunidad y en el medio ambiente. Por lo tanto, es importante que la empresa tenga una política de responsabilidad social, que incluya la promoción del cuidado con el medio ambiente, la implementación de prácticas éticas y transparentes, y la colaboración con organizaciones sociales y ambientales para generar un impacto positivo en la comunidad.

### **4.3. Plan de Marketing**

En este apartado se desarrollarán tanto los objetivos del plan de marketing como las estrategias para alcanzarlos y el marketing-mix de la empresa. Para el análisis de este marketing-mix se profundizará en las características del producto, precio, distribución y de la comunicación. Con todo esto se pretende determinar cómo la empresa afrontará su actividad en la zona de actuación.

#### **4.3.1 Objetivos del mercado**

El principal objetivo perseguido por la empresa es darse a conocer en su zona geográfica. Con esto se pretende ubicar a la empresa como una innovadora en la prestación de este tipo de servicios y afianzarse con otros servicios en el mercado actual, consiguiendo consolidarse como un negocio de referencia en el sector de la organización y planificación de eventos tanto festivos como corporativos.

Dado que el número de empresas dedicadas a la organización y planificación de eventos en el área no es desmesurado, se procurará informar de la existencia de la empresa y de la

diversidad de servicios que ofrece.

La idea es ubicar a la empresa en el mercado como una empresa profesional, segura, seria y responsable, que garantiza la planificación y organización de cualquier tipo de evento adaptándose a las necesidades de cada cliente.

El primer año que la empresa actúe en el mercado no se espera tener una gran aceptación, pues será indispensable ir consiguiendo la confianza de los clientes potenciales e instaurar un alto grado de satisfacción para mantener a aquellos clientes que han depositado su confianza, es por ello que los porcentajes de la demanda que se puedan percibir durante los primeros años son precavidos y prudentes.

El alcance de estos primeros objetivos, posibilitara al proyecto empresarial ser ambicioso y poder proyectarse en un futuro de crecimiento de la empresa ampliando tanto la oferta de servicios como la zona de actuación y el tipo de clientes final.

Según la ventaja competitiva buscada, la estrategia que se deberá elaborar consiste en la diferenciación de los servicios. Esta estrategia busca en general, o alguno de sus componentes en particular, como organización, atención al cliente, calidad, seguridad; sean percibidos como únicos, tanto por parte de aquellos que contraten los servicios, como por parte de los que disfruten los eventos.

La empresa tiene como atributo clave para alcanzar una ventaja competitiva el ofrecer servicios únicos y exclusivos a sus clientes, adaptándose en cada fase del proceso de organización a lo que el cliente requiera, para hacer de su evento algo especial. La empresa, además, contará con un equipo de personas profesionales y cualificadas para prestar sus servicios, esto le permitirá diferenciarse de otras empresas que ofrezcan en sus catálogos servicios similares.

Por este motivo, esta estrategia es la que más beneficia al cumplimiento de los objetivos, tanto ser profesional facilitando a los clientes la planificación y organización de eventos tanto festivos como corporativos, adaptándolos completamente a sus necesidades y a su presupuesto, otorgándoles comodidad y seguridad a la hora de realizar los mismos. Creando así, un evento personalizado y único para cada tipo de cliente.

Adicionalmente, se ofrece un servicio que no se encuentra en el catálogo de las empresas competidoras que se encuentran en el área. El servicio es el de la planificación y organización del evento que el cliente desee combinándolo con la realización de deportes de aventura como son el paintball en la naturaleza; este tipo de deportes se estará convirtiendo en un

éxito, por ello se ha pensado que combinarlo con los eventos podría atraer a otro segmento de población aportando un gran valor añadido a la empresa.

Otro elemento diferenciador respecto a las empresas competidoras será la organización de eventos donde se realizarán actividades lúdicas, dinámicas de grupo, jornadas de convivencia con empleados de empresas con el objetivo de reforzar las relaciones laborales y la implicación de estos en sus respectivas empresas.

#### **4.3.2 Portafolio de servicios**

La empresa busca ofrecer a sus clientes la planificación y organización de eventos tanto festivos como corporativos de una forma exclusiva y personalizada, asesorándose durante todo el proceso de los servicios que más se adaptan a sus exigencias y llevando un seguimiento y control del evento solicitado para que todo salga perfecto en ese día tan especial.

La empresa pondrá en disposición dos categorías de eventos:

- 1) Los eventos que se denominan festivos o meramente lúdicos.
- 2) Los eventos dirigidos a empresas o profesionales.

##### **1 Eventos festivos**

Se ofrecerá a los clientes la planificación y organización de todo tipo de eventos festivos que se puedan realizar durante la vida de una persona, como bodas, bautizos, comuniones, fiestas de cumpleaños, etc. Para ello contará con el personal cualificado y los proveedores adecuados para poder llevarlo a cabo según sus necesidades.

Los principales servicios que se ofrecerán dentro del presente grupo serán los que se mencionan a continuación:

##### **✓ Bodas:**

Va enfocado a parejas de cualquier rango de edad que quieran afianzar su relación. La definición y organización de este tipo de evento se llevará a cabo siguiendo los deseos y preferencias de los clientes que contraten este servicio. Una boda es una celebración que se

puede realizar de diversas formas dependiendo de cuestiones como la religión, costumbres, gustos de la pareja, modas, etc. Así, el objetivo es adaptarse a ellas para que el evento acontezca tal y como los clientes demanden.

Para ello la empresa cuenta con dos agentes especializados que se encargaran de recoger las exigencias de los clientes y mostrarles un catálogo de servicios a lo que más se adapte a ellas. En este catálogo se mostrarán tanto los servicios esenciales en una boda como son el catering, impresión de tarjetas, fotógrafo, decoración, etc.

Como elementos adicionales para hacerlo más especial como son la contratación de grupos de música, alquiler de limusinas y coches antiguos e incluso ayuda para realizar la lista de bodas. En todo momento serán los clientes los que elijan, para hacer un evento totalmente personalizado. Además, la empresa se encargará de garantizar el cumplimiento de todas estas exigencias con tal seguridad, aportando tranquilidad a la pareja en su día especial.

#### ✓ Bautizos:

Esta clase de celebraciones tendrá como público objetivo a los padres de niños de 1 a 3 años de edad, etapa donde se suele realizar el acto bautismal.

Como en cualquier tipo de celebración, la planificación y organización de estos eventos se realizará siguiendo los gustos y preferencias de los clientes, así como respetando sus creencias y sus costumbres. Para ello nuestros agentes ofrecerán en el catálogo de posibilidades de las opciones que más se adecuen a sus exigencias, teniendo en cuenta el tipo de evento.

Aparte de los servicios convencionales, se ofrecerá otro tipo de elementos como personalización de obsequios con la foto del recién nacido, como calendarios, etc. Para que los asistentes tengan un recuerdo especial de este día, algo que se ha convertido en tendencia en este tipo de celebraciones.

Todo ello se realizará con la seguridad y la confianza de contar con agentes con experiencia en el ámbito de este tipo de eventos.

✓ Comuniones:

Esta clase de eventos abarca como público objetivo a padres con hijos de 7 a 9 años de edad, rango donde es costumbre realizar este tipo de celebraciones.

Se planificará y organizará acorde a los gustos y preferencias de los clientes. Los eventos de esta naturaleza cuentan con un gran porcentaje de niños como invitados, pues el protagonista de este día lo es, y es costumbre invitar a los amigos. Es por ello que los agentes especializados ofrecen, servicios específicos para el entretenimiento de este tipo de público, como son animadores de cualquier índole (payasos, magos, etc.), talleres de manualidades, alquiler de castillos hinchables, etc. Atendiendo siempre a los gustos del cliente.

Se encargará del seguimiento y control de cada servicio contratado, logrando que todo salga como el cliente requiera en ese día tan especial.

✓ Fiestas de cumpleaños:

Para este tipo de eventos se contará con público objetivo que contemple todas las edades. Como para todas las demás celebraciones, este tipo de evento se realizará de acuerdo con las exigencias y necesidades de los clientes. Dado que las fiestas de cumpleaños abarcan todas las edades, dispondremos, por un lado, de público infantil, cuyas fiestas contendrán elementos acordes con esas edades, como son payasos, personajes de sus series favoritas, alquiler de animales de granja, magos, alquiler de castillos hinchables, y un sinfín de posibilidades para este tipo de público.

Por otro lado, encontramos fiestas de cumpleaños dirigidas a un público adulto, para ellas ofrecerían aspectos como contratación de grupos de música, contratación de Dj con su correspondiente equipo, contratación de camareros, decoraciones y alquiler de disfraces para fiestas temáticas, bailarines, y un sinfín de posibilidades según los gustos de los clientes.

Además de todo esto, se ofrecerían los servicios convencionales y comunes a todos os eventos como son el catering, invitaciones, transportes; todo ello realizado por los

agentes especializados y contando con los proveedores más adecuados para este tipo de celebraciones.

✓ Otros eventos festivos:

Junto con los servicios clásicos descritos, teniendo en cuenta su política de flexibilidad en el ejercicio de su actividad también se prestaría a la organización de otro tipo de eventos festivos. En particular, podrían citarse los siguientes:

- Despedidas de soltero
- Bodas de Plata/Oro
- Fiestas de graduación
- Fiestas de baby shower y/o relevación del sexo del bebé
- XV años

## 2 Eventos corporativos

También se realizará todo tipo de eventos que una empresa pueda ofrecer, como son inauguraciones, convenciones, presentación de productos o marcas; siempre teniendo en cuenta las necesidades de cada empresa contratante.

❖ Inauguraciones:

Este tipo de eventos irá destinado a empresas que acaban de consolidarse en el mercado y buscan ser conocidas por sus agentes interesados en su zona de actuación.

Para ello es importante fijar un día y hora que no coincidan con otros eventos, crear una lista de invitados que vayan a aportar valor a la empresa, se tiene que aprovechar este tipo de evento para crear nuevas relaciones laborales; elaborar un programa del evento, donde se detalla cómo se va a desarrollar, regalar algún obsequio con la imagen de la empresa, para que los asistentes tengan un recuerdo e incluso la contratación de un fotógrafo para inmortalizar cada momento.

Todo ello será asesorado por los agentes especializados siempre adaptándose a los deseos y exigencias de cada empresa.

❖ Convenciones:

Este tipo de eventos es realizado por las empresas para establecer pautas a seguir de la misma, nombrar delegados o representantes.

Se ofrece tanto los servicios más convencionales como son el catering, contratación de azafatas, impresión de invitaciones, contratación de equipo de sonido; como otras más específicas: como búsqueda de alojamiento para los que vengan de fuera, transporte para llegar hasta allí, actividades a realizar.

Los agentes especializados se encargarán de realizar todo esto utilizando los proveedores más adecuados para cada caso y buscando siempre la satisfacción de la empresa.

❖ Presentación de productos o marcas:

Este tipo de reuniones son desarrolladas por empresas que quieren dar a conocer un nuevo producto o marca en el mercado.

Para ello es importante que estas compañías despierten el interés del público y se muestren como una diferencia. Se ayudará con la realización de un nuevo evento exclusivo para ello, siempre buscando lo que más se adapte a cada una para reflejar perfectamente a través del evento la imagen que quiere dar la empresa a su público objetivo.

❖ Dinámicas de grupo:

Este tipo de eventos irá dirigido a empresas que quieran fortalecer las relaciones entre el personal de la misma.

Esta clase de actividades sería un elemento diferenciador pues no lo realiza ninguna empresa de la competencia en la zona.

❖ Otros eventos corporativos:

Junto con los servicios descritos la empresa, también podría organizar cualquier de otro tipo de eventos corporativos que se le requiriese. En particular, podrían ser los siguientes:

- Congresos
- Convenciones
- Aniversario de empresa
- Seminarios
- Cenas de empresa

### **4.3.3 Mercado Meta**

Los clientes potenciales para la empresa son:

- Todos aquellos que se encuentren en un nivel socioeconómico C+ o C, de acuerdo con datos de la Asociación de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública A.C. (AMAI) para localidades entre 50,000 y 400,000 habitantes representan el 10.7% y 15.5% de la población respectivamente (AMAI, 2020).
- Aquellas personas que gustan de realizar festejos, sentirse felices y relajados conviviendo con sus familiares y amigos.
- Aquellos que buscan el apoyo de un profesional para la organización de sus eventos y sentirse tranquilos y en libertad de disfrutar su evento.
- Aquellos que carecen de espacio en sus hogares o que simplemente desean evitarse el trabajo de realizar un evento en casa.
- Para aquellos empresarios o profesionales que carecen de tiempo libre por sus múltiples ocupaciones.

El marketing-mix es uno de los elementos clásicos del marketing, es un término creado por McCarthy en 1960, que se utiliza para englobar a sus cuatro componentes básicos: producto, precio, distribución y comunicación.

Estas cuatro variables también son conocidas como las 4Ps (product, Price, place y promotion). Las 4Ps del marketing pueden considerarse como las variables tradicionales con las que cuenta una organización para conseguir sus objetivos comerciales.

Los objetivos de las 4 P's son:

- Lograr una participación en el mercado en su inicio del 5% el primer año. Buscando llegar en cinco años al 30%.

- Alcanzar un desempeño operativo y financiero óptimo que contribuyan con el desarrollo de la empresa.
- Dar seguimiento y evaluar la actividad de la empresa.

## Producto

### Estrategias del producto

- ✓ Se busca brindar un servicio personalizado, contando con personal altamente calificado y capacitado en sus diferentes ramas, logrando de esta forma que el cliente y sus invitados se sientan como en casa.
- ✓ El montaje del local será de acuerdo al tipo de eventos que se vaya a realizar.
- ✓ El horario será de acuerdo al gusto y preferencia del cliente, tendrá como máximo 8 horas de duración.
- ✓ Brindar un buen servicio, posicionarse en el mercado y alcanzar la fidelidad de los clientes.
- ✓ Se ofrecerán una variedad de menús de acuerdo a las necesidades y deseos del cliente.
- ✓ El salón de eventos contará con parqueadero y seguridad sin costo alguno.
- ✓ Los productos que ofrecerán serán de calidad.

El salón de eventos ofrecerá el servicio de alquiler del local, banquetes a domicilio, alquiler mantelería, parqueadero, meseros, música, protocolo, para todo tipo de eventos.

El servicio incluye lo siguiente:

- Local con capacidad para 300 personas.
- El salón de eventos ofrece ocho horas de diversión de lunes a domingo dependiendo del día que el cliente desee realizar su evento puede ser por la mañana, tarde o noche.
- Todo evento tiene completa privacidad.
- Salón para mesas y sillas.
- Pista de baile.
- Cocina, bar, patio.

- Menús a elección del cliente, incluye postre y bebida.
- Montaje de acuerdo al evento a realizarse, incluyendo mantelería, centros de mesas y cubertería.
- Parqueadero con seguridad privada.
- Maestro de ceremonia durante 2 a 3 horas.
- Capitán de meseros, personal de protocolo que atiende el evento.
- Dj durante todo el evento.
- Equipos, cristalería y mobiliarios.
- Música al gusto del cliente.
- Mesa de bocadillos y café, pastel.

El servicio se brindará siempre que el cliente esté dispuesto a cumplir con las siguientes condiciones:

- La capacidad mínima para ocupar el salón de evento es de 50 personas.
- No podrá ingresar comidas de afuera.

Además, se ofrecerán los siguientes servicios adicionales:

- Horas locas.
- Servicio de transporte.
- Shows artísticos.
- Capilla para matrimonios.

Los clientes que deseen contratar el servicio deberán formar un contrato en el cual se especifica el servicio que desea y si está de acuerdo con los lineamientos estipulados; los compromisos que el salón de eventos y el acuerdo de la forma de pago.

El desarrollo de la garantía es que si el salón en algún momento no cumpliera con lo estipulado en el contrato firmado por ambas partes se hará responsable y se le devolverá el dinero.

## Precio

- No se cobrará por el salón de eventos siempre y cuando el cliente un mínimo de 50 personas de no existir esto se realizará un recargo adicional al total del evento realizado.
- Se cobrará el número de menús de las personas confirmadas, más las personas adicionales que ingresen el evento.
- Se darán descuentos a los clientes frecuentes (es decir a los que realicen 4 a 5 eventos al año).
- Por cada hora adicional que el cliente permanezca en el salón de eventos, se cobrará un 10% del total del evento.
- El pago del servicio prestado se realizará en dos partes, para la reservación del salón con un 30% del total del evento y al final del evento la parte restante.

## Plaza

Se iniciará con el salón con una capacidad para 300 personas. Buscando de esta manera cubrir la demanda más importante para la empresa, en un futuro se pretende cubrir el otro segmento fuerte y ampliar los servicios.

## Promoción

- Utilizar el buen servicio como herramienta de posicionamiento logrando de esta forma mayor influencia en la decisión del alquiler del salón.
- Utilizar publicidad radial que es el medio informativo más importante.
- Manejar promociones y descuentos para atraer clientes.
- Buscar alianzas estratégicas con hoteles, restaurantes, proveedores de licor, verduras, carnes, embutidos.
- Se ofrecerá una variedad de menús.
- Se desarrollará un sitio web en el cual se darán a conocer las instalaciones y los servicios que se ofrecen.

#### **4.3.4 Competencia Directa**

En nuestro estudio de Mercado se dieron a notar algunas de las empresas con las cuales nosotros podríamos competir directamente ya que en estas se ofrecen servicios similares.

Además, al realizar el análisis de cada empresa, podremos aportar ideas de servicios únicos y exclusivos con los cuales nos puedan identificar de nuestros competidores.

Las siguientes empresas seleccionadas como competidoras ya que cubren necesidades parecidas y enfocadas a un público objetivo a través de catálogos de servicios:

- Salón de Eventos Bugambilias.
- Majestic
- La Troje
- Quinta las Palmas
- Salón Villafontana

#### **Salón de Eventos Bugambilias.**

Ubicación; López Rayón 3, Centro de la Ciudad, 75700 Tehuacán, Pue.

Contacto; Tel. 2383832490

Servicios

Les asesorarán en la cobertura de todos los detalles que una boda necesita. Ustedes no tendrán que preocuparse por nada más que por pasarlo bien. Trabajan con los mejores proveedores.

Los servicios que ofrece son:

- Decoración
- Ambientación
- Iluminación
- Mobiliario

Congresos: Estudiantiles y Empresarial.

Solución Tecnológica: Cuenta con Recursos para Presentación de todo tipo de Exposición

Menús desde \$230.00

Capacidad de 150 a 500 personas

### **Salón Majestic**

Ubicación; Calle 16 Nte 106a, Aquiles Serdán, 75750 Tehuacán, Pue.

Un salón amplio y con todas las capacidades necesarias para que tengan una gran boda, estas son las principales características que definen a Salón Majestic. Este salón destaca por su elegancia, por sus amplios espacios y por ofrecer todo lo necesario para que puedan disfrutar al máximo de su gran día. Sus variados servicios, así como su trato personalizado serán la clave para que en un día tan especial todo salga a su gusto.

Esta decorado con finura y con ambientación clásica

- Amplio y Elegante
- Pista de Baile
- Cocina para uso de catering

Capacidad de 150 a 500 personas

### **La Troje**

Ubicación; Cuauhtémoc 3633, Tepeyac, 75726 Tehuacán, Pue.

Contacto; Tel. 2381194950

Servicios;

- Salón para Eventos
- Jardín
- Carpa Pista de Baile
- Estacionamiento
- Cocina

Menús desde \$140.00

Capacidad de 150 a 600

### **Quinta las Palmas**

Ubicación; Prolongación, C. 1 Nte 3617, Lomas de la Soledad, 75726 Tehuacán, Pue.

Contacto;

Tel. 2381309419 - 238 384 9582

Servicios;

El salón cuenta con una terraza decorada con techos de vigas de madera y carrizos haciendo un ambiente de armonía y calidez, está rodeado de árboles y palmeras. Cuenta con una capacidad de 300 personas con total comodidad ofrece:

- Banquete
- Ceremonia
- Decoración

Menús desde \$289.00

Capacidad 70 a 300 invitados

### **Salón Villafontana**

Ubicación; Av. Portes Gil, San Nicolás Tetitzintla, 75710 Tehuacán, Pue.

Contacto; Tel. 238 209 0364

Servicios; Es un salón que se destaca por su elegancia, amplitud y excelentes servicios.

- Amplia pista de baile
- Escenario
- Baños bien distribuidos
- Banquetes

Menús desde \$430.00

Capacidad 150 a 450 personas.

Al analizar las empresas competidoras podemos deducir que se ofrecen servicios similares a los que se presentan. Siendo estos los eventos sociales como Bautizos, Bodas, Comuniones, Cumpleaños y por otra parte los eventos ejecutivos que se puede ofrecer a las empresas esto con índole de congresos, presentación de productos e Inauguraciones. Muy aparte de los servicios, se comparan los paquetes que se ofrecen, la accesibilidad de los precios que se

ajustan a las necesidades los clientes, además que cuenta con un amplio espacio del salón donde no hay detalle de la seguridad e integridad de los invitados.

De esta forma las empresas tienen como objetivo la organización y planificación de sus eventos por lo cual nuestra empresa es candidata ante otras competidoras por los servicios que ofrecen.

Con el objetivo de diferenciar los servicios con los competidores buscaremos soluciones más efectivas para los clientes al igual de dar un servicio más eficaz y de mayor calidad, también se busca dar las mejores opciones calidad precio para los paquetes y así poder tener una mayor demanda de clientes.

Se presentan algunas nuevas propuestas con el objetivo de resaltar ante las empresas con quien se compite;

- Adaptación a todo tipo de presupuestos sin dejar a un lado la calidad de nuestros servicios.
- En épocas vacacionales se darán servicios de cursos de verano con distintas temáticas para los pequeños.

#### **4.3.4 Competencia Indirecta**

En este tipo de mercado se encontrará una competencia más amplia con Restaurantes los cuales manejan diferentes tipos de Banquetes y estos siendo ofrecidos para los eventos sociales, comerciales y empresariales, ya que estos pueden dar los servicios de catering dentro nuestras instalaciones perdiendo ahí una entrada de ganancias.

También se podrá encontrar en la situación de que algunos Hoteles puedan ofrecer los servicios de eventos sociales, sin embargo, dentro del área de desarrollo de este proyecto son muy pocos los comercios Hoteleros que darían estos servicios con menor cantidad a recibir de invitados, pero aprovechando sus instalaciones para ofrecer hospedaje a los mismos.

El competidor con estas características es:

### **Hotel & Spa Casa Cantarranas**

Este presta un servicio multifuncional en sus Instalaciones las cuales son de las más amplias dentro la ciudad al igual que los años de respaldo en el ámbito empresarial lo respaldan. Este establecimiento está ubicado Av. José Garci-Crespo 2215, San Nicolás Tetitzintla, 75710 Tehuacán, Pue. La cual es una zona de fácil acceso para todo aquel visitante que llegue a nuestra ciudad, dentro de sus servicios presenta;

- Servicio de habitaciones, Recepción 24 horas, Guarda-equipaje, Niñera / servicios infantiles, Servicio de lavandería, Servicio de limpieza en seco, Servicio de planchado, Wi-fi de Alta Velocidad
- SPA -Disfrute una variada gama de tratamientos faciales y corporales, masajes, Temazcal y otros servicios.
- RESTAURANT & BAR Lo mejor en gastronomía en el Hotel Casa Cantarranas Comida Nacional e Internacional, Cortes Finos y Platos Tradicionales. "Todos los domingos Buffet Dominical" Bar Las Ranas, lo más Variado en coctelería y licores. Y para tu diversión contamos con Mesa de Billar
- SALONES Cuentan con Internet Inalámbrico, Pantallas de 3.04 x 3.25 mts y 1.77 x 1.78 mts, Cañón, Rotafolios y Pintarrones, Micrófonos Alámbricos e Inalámbricos, Estrado y Pódium, Aire Acondicionado y Estacionamiento.

#### Otros Servicios

- Cuenta con Alberca y Chapoteadero con calefacción solar

Cancha de Tenis y Frontón

Área de juegos Infantiles

Centro de negocios

Valet Parking

Seguridad Privada las 24 horas

Maneja varios tipos de salones los cuales son;

#### Salón Cantarranas

- Auditorio tienen la capacidad para 600 personas, Salón tipo escuela 112 personas por nivel, Salón tipo Herradura 60 personas por nivel.

#### Salón Peñafiel

Con vista a los jardines

- Banquetes: 60 Personas.
- Tipo auditorio: 80 personas
- Tipo escuela: 60 Personas.
- Tipo herradura: 40 personas.

Banquetes al aire libre

- Terraza de alberca: Máximo 350 personas.
- Jardines: Máximo 200 personas.

Por todo esto se considera a este establecimiento como una competencia indirecta ya que tiene una ventaja más amplia ante el salón, sin embargo, el uso de sus instalaciones es poco accesibles para la mayor cantidad de habitantes de nuestra ciudad, con ello se aprovechará ese vacío en el mercado para establecernos, crear una imagen y reputación excelente y tener la mayor cantidad de eventos dentro de nuestras instalaciones.

Para completar toda la información anterior, se realiza la tabla 13 donde se habla del FODA en cuestión de servicios del salón de fiestas. Esto nos ayudará a informarnos qué es lo que se tendría que realizar para que sobresalga ante las competencias de la misma industria.

A continuación se colocará la tabla 12, donde pondremos un análisis FODA acerca de los servicios que se resaltarán del salón de fiesta hacia la competencia del mercado.

**Tabla 12:**

**4.3.5 Análisis FODA de los servicios que se ofrecen en el salón de fiestas**

|   |   |
|---|---|
| <p><b>Fortalezas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ubicación estratégica, el salón se ubica en un lugar de fácil acceso.</li> </ul> <p>La infraestructura y capacidad tiene un diseño adecuado, una buena capacidad para albergar diversos tipos de eventos y ofrece comodidades como estacionamiento, áreas verdes, pista de baile, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Equipo experimentado en la organización de eventos y se posee conocimientos sólidos en cuanto a tendencias, decoración, catering, entre otros aspectos.</li> <li>- Excelente servicio al cliente desde la primera consulta hasta la finalización del evento; atención personalizada, la prontitud en las respuestas y la capacidad de resolver problemas.</li> </ul> | <p><b>Oportunidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Buscar tener a los mejores proveedores de la zona para que con ello contemos con lo último en tendencia para hacer de cada evento único y especial, al igual que se ahorra tiempo de traslado y de organización.</li> <li>- A través del estudio de mercado, se identificarán el mayor punto de crecimiento siendo estos los tipos de eventos que se manejarán y así se desenvuelve adecuadamente para cumplir con las satisfacciones y necesidades del cliente.</li> </ul> <p>Cada evento tiene un nuevo formato a lo cual se desarrollará de una manera necesaria para entregarlo en lo último de tendencias.</p> |
|---|---|

|   |  |
|---|--|
| <p><b>Debilidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Al tener cerca de nuestra ubicación más prestadores de estos servicios, podría entorpecer el crecimiento del proyecto, para ello, será importante identificar y destacar los puntos fuertes y exclusivos del salón para así poder diferenciarlo ante la competencia.</li> <li>- La falta de publicidad puede afectar severamente si no se hace notar en redes sociales o mediante una página en la cual se dé a conocer los servicios y la ubicación.</li> <li>- No contar con recursos tanto de mano de obra como materia prima, se podrá perder una parte de los clientes y para contrarrestar ello se debe tener un plan de marketing centrado y que tome en cuenta cada una de las necesidades para cada tipo de evento.</li> </ul> | <p><b>Amenazas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El detenimiento de la sociedad afectaría bastante ya que no existiría el flujo de efectivo ya que se realizan pocos eventos sociales, y los clientes reducirían sus presupuestos para los eventos.</li> <li>- Cambios de preferencias del consumidor tendría un impacto severo en el mercado ya que, si ellos buscan alternativas para la interacción social, se disminuiría la demanda de los servicios.</li> <li>- La normatividad que existe para la prestación de estos servicios si llegase a tener un cambio, puede plantear nuevos retos y barreras a contrarrestar puesto que las normativas impuestas por las autoridades deber ser acatadas si se desea prestar los servicios dentro de la región.</li> </ul> |
|---|--|

Fuente: Propia

#### 4.4 Plan del Servicio

(Angulo, 2018) describe plan de servicio de la siguiente manera; “un plan de servicios es una técnica para describir simultáneamente el proceso de servicio, los puntos de contacto del cliente y las evidencias de servicio desde el lado del del cliente” (párr. 2). Resulta importante el desarrollo de un plan de servicio para emprender un salón de fiestas en época de pandemia con atención y calidad de servicio al cliente en la nueva normalidad, ya que este permitirá adaptarse a los cambios constantes del entorno.

#### **4.4.1 Objetivos del servicio**

Estos objetivos se basan en la idea de proporcionar un espacio y servicios que cumplan con las necesidades y deseos de los clientes, asegurando una experiencia satisfactoria y memorable en cada evento.

##### **Satisfacción del cliente**

El primer objetivo del servicio de la empresa, se enfocará en el nivel de satisfacción que experimentaran los clientes y sus invitados después de celebrar un evento. Implica que las expectativas y necesidades de los clientes sean cumplidas o superadas de manera positiva. La satisfacción del cliente es crucial para mantener una buena reputación y para que los clientes regresen y recomienden el lugar a otros, es por ello que es importante asegurarse en que los clientes se sientan contentos con la experiencia general, desde la reserva hasta la finalización de su evento.

##### **Alta calidad del servicio**

Brindar un servicio excepcional, desde la atención al cliente hasta la coordinación del evento y la asistencia durante el mismo, minimizando retrasos y problemas logísticos, manteniendo una comunicación clara y fluida con los clientes para entender sus requisitos y expectativas.

Cumplir con los requisitos específicos de cada evento y mantener altos estándares de higiene y seguridad para todos los asistentes.

Cumplir con los requisitos específicos de cada evento en la nueva normalidad post COVID 19 implica adaptarse a las necesidades particulares de cada celebración, como el espacio necesario para el distanciamiento social, las medidas de seguridad y salud requeridas, y las preferencias de los clientes en términos de diseño y servicios.

Mantener altos estándares de higiene y seguridad implica implementar protocolos estrictos de limpieza y desinfección, proporcionar estaciones de higiene de manos, asegurarse de que el personal siga prácticas seguras y de que se sigan las pautas de salud pública. En este contexto post pandemia, la atención a estos aspectos se ha vuelto aún más crucial para brindar confianza a los clientes y garantizar un entorno seguro para la celebración de eventos.

Proporcionar un espacio acogedor y bien equipado para eventos.

El proporcionar un espacio acogedor y bien equipado es un objetivo muy importante del

servicio que ofrecerá el salón de fiestas, este implica ofrecer un entorno en donde los asistentes se sientan cómodos, bienvenidos y puedan disfrutar de la ocasión de manera placentera, mediante mobiliario cómodo y de calidad, áreas recreativas y de fácil circulación, equipo audiovisual y de sonido, áreas de descanso, estacionamiento, áreas infantiles y baños limpios y equipados.

#### Flexibilidad y adaptabilidad

La empresa buscara ofrecer una variedad de opciones y paquetes que se adapten a diferentes tipos de celebraciones y presupuestos, siempre enfocados a su mercado meta. La

flexibilidad y adaptación implicara la voluntad y capacidad de ajustar todos los aspectos del servicio para satisfacer las necesidades individuales y cambiantes de los clientes, creando así una experiencia única y significativa para cada evento.

#### Profesionalismo del personal

Contar con un equipo capacitado y amable que brinde un servicio cordial y profesional a los clientes y sus invitados será uno de los objetivos claves, ya que de ellos dependerá la experiencia que tenga el cliente.

#### Personalización de los eventos e innovación

Ofrecer opciones de personalización para que cada evento refleje la visión y preferencias del cliente. Mantenerse al tanto de las tendencias en la industria de eventos y ofrecer servicios novedosos.

#### Rentabilidad y sostenibilidad

Gestionar eficazmente los costos y precios para mantener una operación rentable sin comprometer la calidad. Implementar prácticas sostenibles en términos de consumo de recursos y reducción de residuos, y así reducir el impacto ambiental de la empresa.

#### Fidelización de clientes

Un objetivo clave para la empresa es el satisfacer a los clientes, y con ello lograr su

fidelización, ya que, al ofrecerles un servicio de calidad, superando o igualando sus expectativas, se podrá fomentar la lealtad y crear relaciones a largo plazo.

#### **4.4.1.1 Estrategias de Planificación**

Para que los objetivos puedan cumplirse es importante desarrollar estrategias que se implementen en el servicio del salón de fiestas, estas estrategias buscarán garantizar la satisfacción de los clientes y brindar experiencias memorables en cada evento. A continuación, se muestran cuáles son.

#### **4.4.1.2 Encuestas de Satisfacción**

La estrategia implica recopilar comentarios y opiniones de los clientes después de que han celebrado un evento en el salón de fiestas. Esta estrategia es fundamental para comprender cómo los clientes percibieron la experiencia y para identificar áreas de mejora.

Las encuestas tendrán que estar bien estructuradas, y abordar diferentes aspectos del evento, como el servicio al cliente, la calidad de las instalaciones, los servicios de contratación adicionales y la satisfacción general. La entrega de estos instrumentos de medición de satisfacción será en línea a través de correos electrónicos o mensajes de texto, o proporcionar formularios impresos al final del evento.

La elaboración de los instrumentos constará de una combinación de preguntas abiertas (donde los clientes pueden escribir comentarios) y preguntas cerradas (donde eligen entre opciones predefinidas) para obtener una variedad de perspectivas. Se buscará hacer un seguimiento con los clientes que expresaron insatisfacción para abordar sus preocupaciones y ofrecer soluciones.

Establecer un buzón de quejas también es una estrategia de satisfacción, esta se enfocará en los invitados, ya que se proporcionará un buzón con buena visibilidad en el salón, para que las personas puedan plasmar sus sugerencias o quejas, y así poder trabajar sobre estas.

#### **4.4.1.3 Entrenamiento del Personal**

El personal de la empresa jugará un papel fundamental en la experiencia de los clientes. Su

actitud, conocimientos y habilidades pueden marcar la diferencia entre una celebración exitosa y una insatisfactoria. La estrategia de entrenamiento del personal se enfoca en proporcionar a los empleados las herramientas y el conocimiento necesarios para brindar un servicio de alta calidad y satisfacer las necesidades de los clientes, es por ello que en materia de servicio se capacite constantemente.

**Atención al cliente:** capacitar al personal en habilidades de comunicación efectiva, cortesía y empatía para asegurarse de que los clientes se sientan valorados y escuchados.

**Conocimiento del producto/servicio:** El personal debe comprender completamente los servicios y paquetes ofrecidos para poder brindar información precisa y responder a preguntas de los clientes.

**Manejo de situaciones difíciles:** Proporcionar a los empleados herramientas para manejar quejas, preocupaciones o problemas de manera profesional y eficiente.

**Cortesía y profesionalismo:** Enseñar a los empleados a mantener una actitud profesional y amable en todo momento, independientemente de las circunstancias.

**Protocolos de higiene y seguridad:** Entrenar al personal en los procedimientos de limpieza y medidas de seguridad específicas para garantizar la salud de los asistentes.

**Simulacros de eventos:** Realizar simulacros de eventos para que el personal practique la coordinación y resolución de problemas en situaciones reales.

El entrenamiento del personal no solo contribuye a una mejor experiencia para los clientes, sino que también aumenta la moral y el compromiso de los empleados. Un personal capacitado y comprometido es esencial para garantizar que los clientes reciban un servicio de alta calidad que se ajuste a sus necesidades y expectativas.

#### **4.4.1.4 Variedad de Paquetes**

Ofrecer una variedad de paquetes es una estrategia clave para atraer a diferentes tipos de

clientes y satisfacer una amplia gama de necesidades y presupuestos. La flexibilidad en la elección de paquetes permite que los clientes personalicen su experiencia según sus preferencias y requisitos específicos.

La estrategia de variedad de paquetes es una forma efectiva de atraer y retener una amplia gama de clientes, ya que les brinda la flexibilidad de elegir el paquete que mejor se adapte a sus necesidades y presupuesto. Además, puede aumentar la percepción de valor que los clientes tienen sobre los servicios ofrecidos por el salón de fiestas.

#### **4.4.1.5 Planificación detallada**

La planificación detallada es una estrategia esencial para asegurarse de que cada evento en el salón de fiestas se desarrolle sin problemas y cumpla con las expectativas de los clientes. Una planificación minuciosa garantizará que todos los aspectos del evento estén bien coordinados y ejecutados de manera eficiente.

Comunicación abierta con el cliente: desde el primer contacto, establecer una comunicación constante con el cliente para comprender sus expectativas, necesidades y visión del evento.

Recopilación de detalles: recolectar información detallada sobre el evento, incluidos el tipo de celebración, el número de invitados, las preferencias de decoración, el menú deseado, el entretenimiento, etc.

Creación de itinerario: elaborar un itinerario detallado que incluya todos los momentos clave del evento, como la recepción, la cena, el entretenimiento, etc.

Asignación de responsabilidades: designar tareas específicas al personal para asegurarse de que cada aspecto del evento esté supervisado.

Reuniones de planificación: realizar reuniones de planificación con el cliente para revisar y confirmar los detalles antes del evento.

#### **4.4.1.6 Protocolos de higiene y seguridad**

La estrategia de implementar protocolos de higiene y seguridad es esencial en la nueva normalidad post-COVID-19 para garantizar la salud y seguridad de los clientes y el personal durante los eventos. Establecer medidas rigurosas de limpieza y seguridad no solo crea un ambiente seguro, sino que también brinda confianza a los asistentes.

Establecimiento de normas de limpieza y desinfección: establecer protocolos claros y detallados para la limpieza y desinfección regular de todas las áreas, incluidos los baños, las superficies de contacto y los espacios comunes.

Equipamiento de protección personal: asegurar que el personal cuente con el equipo adecuado, como mascarillas, guantes y desinfectante de manos.

Estaciones de desinfección: la colocación de estaciones de desinfección de manos en diferentes puntos del salón para que los asistentes las utilicen regularmente.

Personal de higiene designado: designar personal responsable de monitorear y garantizar el cumplimiento de las medidas de higiene y seguridad.

Señalización de medidas de seguridad: colocar señalización clara en todo el espacio para recordar a los asistentes las medidas de higiene y seguridad.

Servicio de alimentos y bebidas seguro: implementar medidas para servir alimentos y bebidas de manera segura, como opciones individuales o porciones envasadas.

Respuesta a casos sospechosos: establecer un protocolo para abordar casos sospechosos de COVID-19 y seguir las pautas locales de salud pública.

#### **4.4.1.7 Colaboración con Proveedores**

La estrategia de colaborar con proveedores es esencial para ofrecer servicios de alta calidad y asegurarse de que todos los aspectos del evento estén bien coordinados. Trabajar con proveedores confiables y establecer alianzas estratégicas puede mejorar la experiencia general de los clientes y aumentar la eficiencia en la planificación y ejecución de eventos.

Selección de Proveedores: elegir proveedores de entretenimiento, fotografía, grupos musicales, vehículos exóticos y de transporte, animadores, animales de granja, de alquiler

de disfraces, camareros, azafatas y otros servicios que tengan una reputación sólida por su calidad y profesionalismo.

Establecer relaciones: cultivar relaciones a largo plazo con proveedores confiables y de confianza que comprendan los estándares de calidad del salón de fiestas.

Coordinación de servicios: trabajar en colaboración con los proveedores para coordinar la entrega de servicios en sincronía con el cronograma del evento.

Negociación: negociar acuerdos y descuentos especiales con proveedores como parte de una alianza estratégica.

Colaboración creativa: trabajar junto con los proveedores para idear conceptos creativos y soluciones innovadoras para diferentes tipos de eventos.

Investigación de nuevos proveedores: explorar y probar nuevos proveedores que puedan agregar valor a los servicios ofrecidos en la región o sus alrededores.

#### **4.4.1.8 Descripción precisa del proceso de servicio**

El proceso de servicio en un salón de fiestas involucra una planificación y ejecución meticulosa para asegurarse de que cada evento sea exitoso y cumpla con las expectativas del cliente. La colaboración con proveedores, la atención a los detalles y la satisfacción del cliente son factores clave en cada etapa del proceso.

##### **1. Consulta y Planificación Inicial**

El proceso comienza cuando el cliente se comunica con el salón de fiestas para expresar su interés en organizar un evento.

Durante la consulta inicial, se recopilará información sobre el tipo de evento, la fecha deseada, el número de invitados, las preferencias y necesidades especiales.

##### **2. Propuesta y Presupuesto**

Basándose en la información recopilada, el equipo del salón de fiestas creará u ofrecerá una propuesta detallada que incluya diferentes opciones de paquetes y servicios, proporcionando un presupuesto estimado que considere los detalles específicos del evento.

##### **3. Personalización y Confirmación**

Una vez que el cliente revise la propuesta, podrá solicitar personalizaciones o ajustes según sus preferencias. Cuando se finaliza la propuesta y se llega a un acuerdo, el cliente confirmara su reserva y se procede a la planificación detallada. Posterior a esto se le brindara un contrato al cliente para que este le de lectura a los derechos y obligaciones de los servicios demandados.

Firma del contrato: una vez que el cliente ha revisado la propuesta y está de acuerdo con los detalles, se procede a la firma del contrato. En esta etapa, se formalizan los términos y condiciones del evento.

Pago inicial: en esta etapa se requerirá un pago inicial para asegurar la reserva del espacio y los servicios acordados, para cualquier tipo de servicios se pedirá el 50 por ciento del monto total.

#### 4. Planificación Detallada

El equipo del salón de fiestas trabajara en estrecha colaboración con el cliente para planificar todos los detalles del evento, como la decoración, el menú, el entretenimiento y la disposición de los espacios, si estos se requieren.

A medida que la planificación avanza y se personalizan los detalles del evento, se le dará la opción al cliente de poder dar un segundo pago o liquidar el evento, en dado caso de que el cliente no efectuó otro pago más en esta etapa, no existiría ningún problema, salvo no se cumplan los términos del contrato estipulado.

#### 5.Colaboración con Proveedores

Se colabora con proveedores externos para asegurar la disponibilidad de servicios como; cristalería, música en vivo, autos exóticos o transporte, fotografía y entretenimiento. Los detalles con los proveedores se coordinarán cuidadosamente para garantizar una ejecución perfecta.

## 6. Ejecución del Evento

Antes del inicio del evento el cliente deberá realizar la liquidación, para cubrir el costo total de los servicios contratados.

El día del evento, el personal del salón de fiestas o sus aliados se encargarán de la preparación del espacio, la decoración y la disposición de asientos según lo acordado. Los proveedores externos también llegan para proporcionar sus servicios y garantizar que todo esté listo a tiempo.

## 7. Bienvenida y Atención a Invitados

Se dará la bienvenida a los invitados y se les guía a través del espacio del evento. El personal se asegurará de que todos los aspectos del evento funcionen sin problemas, desde el servicio de alimentos y bebidas hasta la música y el entretenimiento.

## 8. Monitoreo y Coordinación

Durante el evento, el personal monitoreará la progresión y se asegurará de que los horarios se sigan de acuerdo al itinerario. Cualquier cambio de último minuto o solicitud especial se manejará de manera eficiente.

## 9. Finalización y Despedida

Una vez que el evento llega a su fin, el personal se encargará de la limpieza y el desmontaje, asegurando que el espacio quede en buenas condiciones.

Por último, se agradecerá a los invitados por asistir, despidiéndose de manera amigable.

## 10. Seguimiento post evento

Después del evento, el equipo se comunicará con el cliente para obtener retroalimentación sobre su experiencia y así recopilar comentarios. Cualquier problema o inquietud se abordará y se tomarán medidas para mejoras futuras. También se revisarán los instrumentos para la valoración de la satisfacción del cliente y sus invitados, para trabajar en las oportunidades que se señalen.

#### 4.4.1.9 Diseño y

#### Ubicación

#### Diseño

En la imagen 21 se muestra la distribución que tendrá el salón de fiestas, este constará de un recibidor para los clientes, oficinas, bodega, área de mantenimiento, cocina, estacionamiento, salón principal, jardines, área de juegos infantiles, terraza y alberca.

#### Imagen 1

Distribución del espacio del salón de fiestas primer cuadrante.



Fuente: Elaboración propia.

#### Imagen 2

Distribución del espacio del salón de fiestas segundo cuadrante.



Fuente: Elaboración propia.

### Imagen 3

Vista 3D de la distribución de los espacios del salón de fiestas



Fuente: Elaboración propia.

El salón contara con 3 puertas de acceso; áreas de oficinas, salón de eventos y cocina. Y con una entrada al estacionamiento, así se muestra en la imagen 24.

### Imagen 4

Fachada y puertas de acceso al salón de fiestas.



Fuente: Elaboración propia.

### **Imagen 5**

Interior del Salón de fiestas principal.



Fuente: Elaboración propia.

### **Imagen 6**

Interior lateral del Salón de fiestas.



Fuente: Elaboración propia.

### **Imagen 7**

Jardín, alberca y terraza del salón de fiestas.



Fuente: Elaboración propia.

### **Imagen 8**

Área de juegos infantiles.



Fuente: Elaboración propia.

### **Imagen 9**

Recibidor y Oficinas.



Fuente: Elaboración propia.

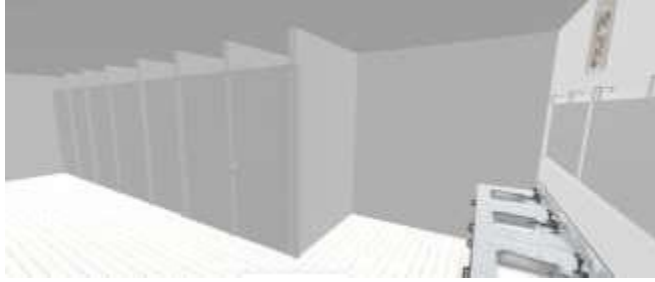
### **Imagen 10**

Estacionamiento.



Fuente: Elaboración propia.

**Imagen 11**  
Baños de mujeres.



Fuente: Elaboración propia.

**Imagen 12**  
Baños de hombres.

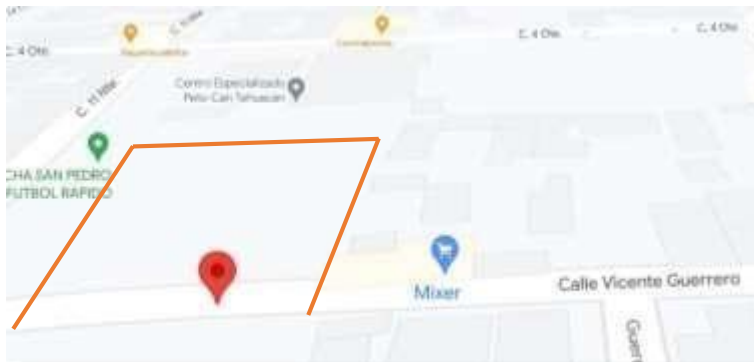


Fuente: Elaboración propia.

### **Ubicación**

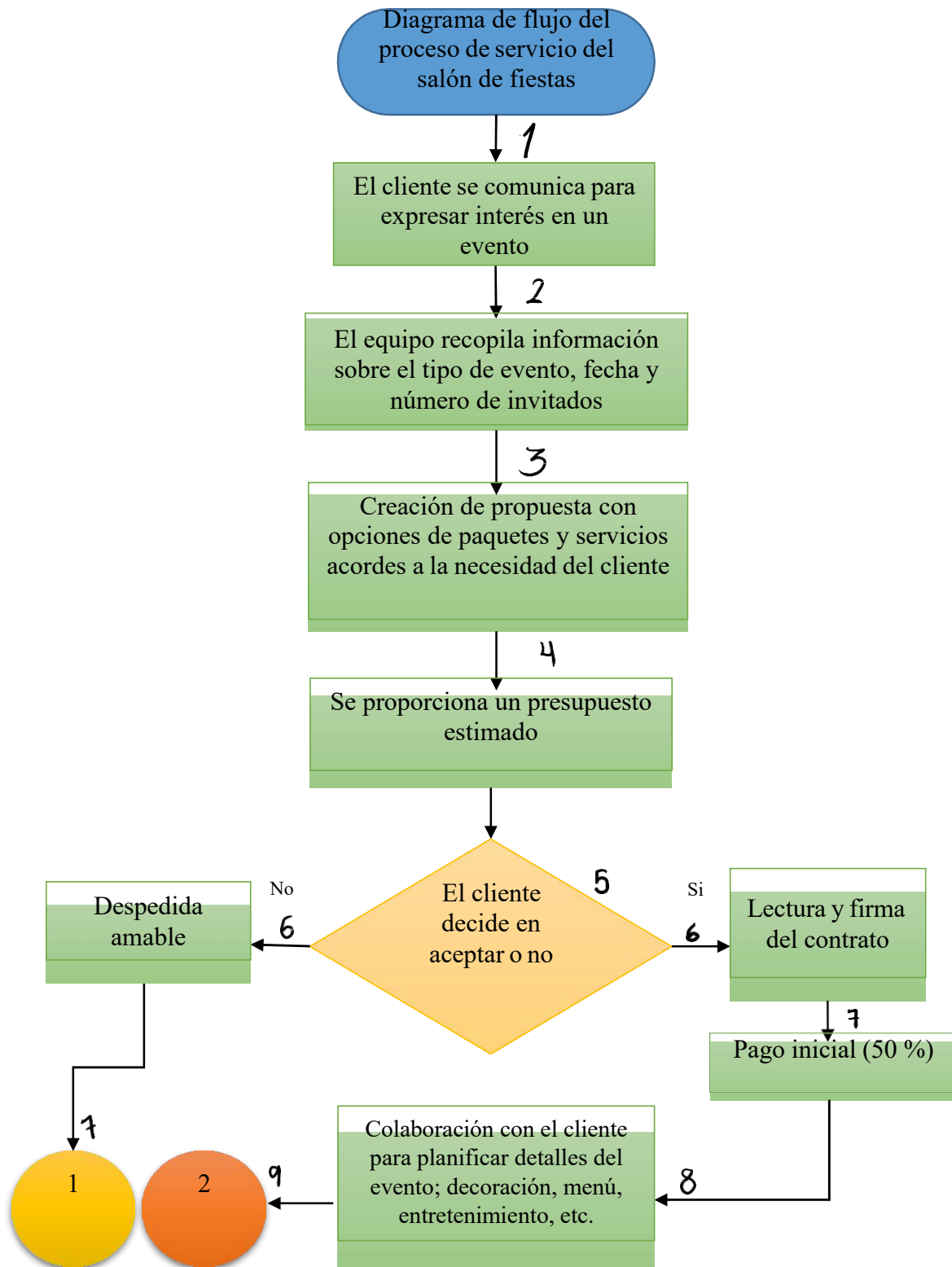
La ubicación del terreno en donde se planea construir el salón se encuentra en calle Vicente Guerrero, Tehuacán Puebla.

**Imagen 13**  
Ubicación.

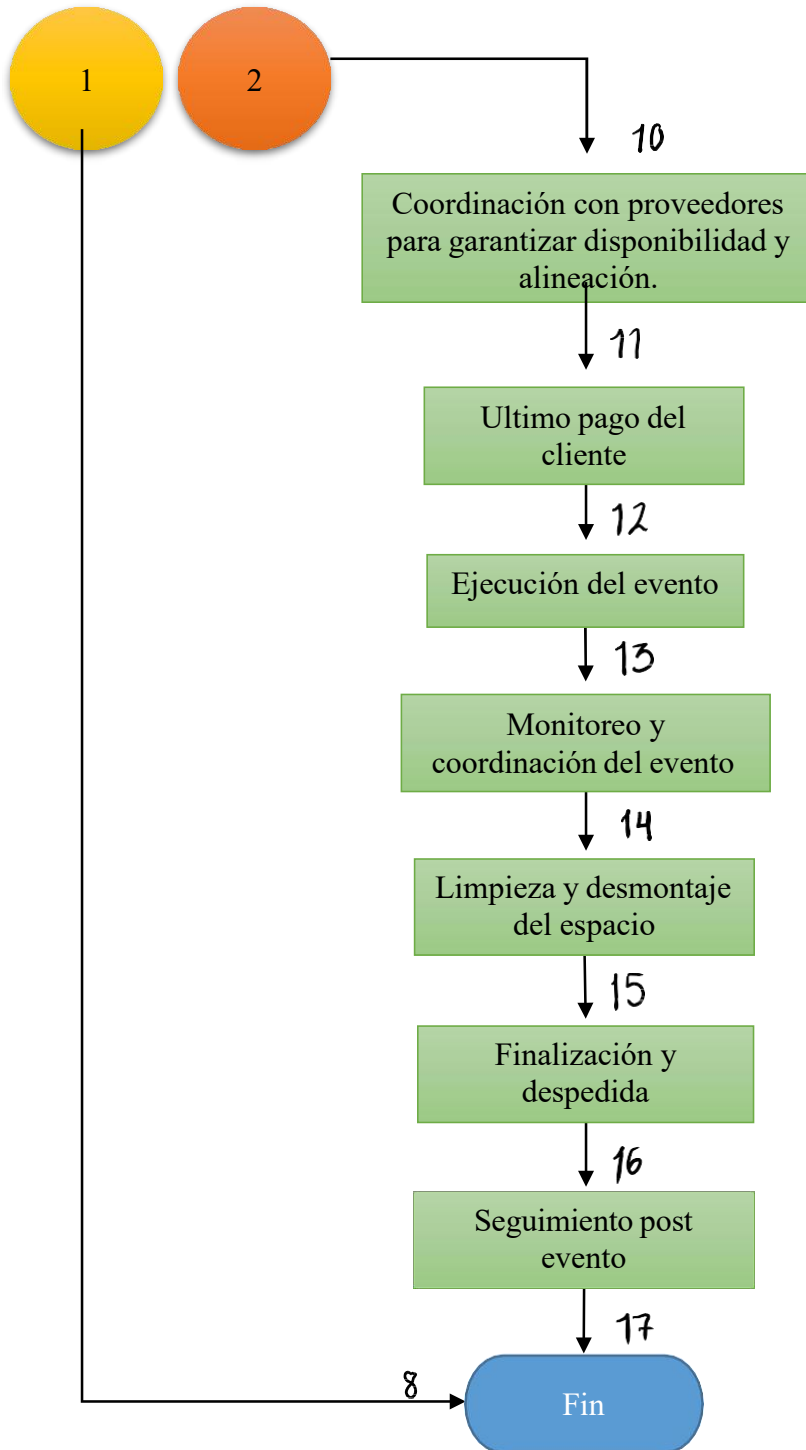


Fuente: Elaboración propia con base en Google Maps, 2023.

**Figura 2: 4.4.1.10 Diagrama de flujo del proceso de servicios del salón de fiestas**



Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

## 4.5 Información financiera

### 4.5.1 Tabla 13: Inversión Inicial

| <b>Inversión Requerida<br/>Salón Zafiros</b>                   |                |          |                |                      |
|--|----------------|----------|----------------|----------------------|
| <b>Inversión inicial</b>                                       | Costo U        | Cantidad | Subtotal       |                      |
| <b>Contratos y permisos</b>                                    |                |          |                | <b>\$7,210.80</b>    |
| Contrato de luz Bifásica.                                      | \$1,700.00     | 1        | \$1,700.00     |                      |
| Contrato de línea telefónica e internet                        | \$1,310.80     | 1        | \$1,310.80     |                      |
| Contrato de agua potable y servicios de recolección de basura. | \$4,200.00     | 1        | 4,200.00       |                      |
| <b>Renta del inmueble 2,630 m<sup>2</sup></b>                  | \$35,000.00    | 12       | \$420,000.00   | \$420,000.00         |
| <b>Construcciones y mejoras</b>                                | \$2,500,000.00 | 1        | \$2,500,000.00 | \$2,500,000.00       |
| <b>Mobiliarios</b>   |                |          |                | <b>\$167,516.00</b>  |
| Silla Tiffany  | \$200.00       | 300      | \$60,000.00    |                      |
| Mesa redonda plegable para 8 personas.                         | \$432.00       | 38       | \$16,416.00    |                      |
| Juegos infantiles  | \$25,000.00    | 1        | \$25,000.00    |                      |
| Camastros  | \$5,000.00     | 3        | \$15,000.00    |                      |
| Sala esquinera derecha   | \$8,500.00     | 1        | \$8,500.00     |                      |
| Sofá   | \$3,800.00     | 2        | \$7,600.00     |                      |
| Sala de 4 plazas individuales                                  | \$5,000.00     | 1        | \$5,000.00     |                      |
| Mobiliario de cocina   | \$30,000.00    | 1        | \$30,000.00    |                      |
| <b>Mantelería</b>  |                |          |                | <b>\$6,220.00</b>    |
| Mantel   | \$110.00       | 38       | \$4,180.00     |                      |
| Cubre mantel   | \$30.00        | 38       | \$1,140.00     |                      |
| Servilleta   | \$3.00         | 300      | \$900.00       |                      |
| <b>Equipo de luz y sonido</b>                                  |                |          |                | <b>\$75,000.00</b>   |
| Equipo de luz y sonido   | \$75,000.00    | 1        | \$75,000.00    |                      |
| <b>Equipo de mantenimiento</b>                                 |                |          |                | <b>\$25,000.00</b>   |
| Equipo y herramienta para mantenimiento                        | \$25,000.00    | 1        | \$25,000.00    |                      |
| <b>Equipo de oficina</b>                                       |                |          |                | <b>\$75,800.00</b>   |
| <b>Total requerido</b>   |                |          |                | <b>\$3,201,746.8</b> |

Fuente: Elaboración propia.

La inversión inicial total para el salón de fiestas es de \$3,201,746.00. Esta será por una persona física, en donde la aportación será por medios propios (\$1,600,873.00) y por financiamiento bancario (\$1,600,873.00). El monto total será depositado en una cuenta bancaria de nueva creación, así se muestra en el siguiente asiento de apertura.

**Tabla: 14 Asientos de apertura**

| Asientos de apertura |   |                |                |
|----------------------|---|----------------|----------------|
| Asiento 1            |   |                |                |
| Fecha                | Concepto                                    | Debe           | Haber          |
| 01/01/2020           | Bancos; Nueva creación (BBVA)               | \$1,600,873.00 |                |
|                      | Capital contable: Gabriela Rivero Bautista  |                | \$1,600,873.00 |
|                      | Registro por aportación de capital          |                |                |
| Asiento 2            |   |                |                |
| 01/01/2020           | <b>Bancos ( BBVA)</b>                       | \$1,600,873.00 |                |
|                      | Acreedores diversos (BBVA)                  |                | \$1,600,873.00 |
|                      | Registro por financiamiento a cargo de BBVA |                |                |
| Asiento 3            |   |                |                |
| 01/01/2020           | Activo fijo                                 | \$3,201,746.00 |                |
|                      | Bancos BBVA                                 |                | \$3,201,746.00 |
|                      | Registro por adquisición de activo          |                |                |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 15: 4.5.2 Determinación del servicio**

| Servicio  | Paquete |   |   |   |   |   |
|---|---------|---|---|---|---|---|
|   | 1       | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Renta de salón (estacionamiento, área techada, jardín, alberca, terraza, zona de juegos infantiles, cocina, baños y estacionamiento). | x       | X | x | x | x | x |
| Limpieza del salón post evento.   | x       | X | x | x | x | x |
| Alquiler de mesas, sillas y manteles.   |         | X | x | x | x | x |
| Alquiler de cubre manteles y servilletas.   |         |   |   |   | x | x |
| Servicios de platillos y banquetes.   |         |   | x |   | x | x |
| Catering  |         |   |   |   |   | x |
| Servicio de luz y sonido.   |         |   |   | x | x | x |
| Decoración personalizada.   |         |   | x |   | x | x |

|   |  |  |   |  |   |   |
|---|--|--|---|--|---|---|
| Servicio de fotografía.   |  |  | X |  | X | X |
| Impresión de tarjetas e invitaciones.   |  |  |   |  | X | X |
| Personalización de obsequios.   |  |  | X |  |   | X |
| Música en vivo.   |  |  |   |  | X | X |
| Servicio de limusina o autos antiguos.  |  |  |   |  | X | X |
| Animador de cualquier índole como (payasos, magos, imitadores, etc.).   |  |  | X |  |   |   |
| Castillos inflables.  |  |  | X |  |   |   |
| Animales de granja.   |  |  | X |  |   |   |
| Búsqueda de alojamiento para invitados foráneos.  |  |  |   |  |   | X |
| Planificación y organización del evento.  |  |  |   |  | X | X |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Alquiler del salón.</li> <li>2. Alquiler del salón con sillas, mesas y manteles.</li> <li>3. Paquete para fiestas infantiles; bautizos, cumpleaños, primeras comuniones.</li> <li>4. Paquete para conferencias y eventos empresariales.</li> <li>5. Paquete para xv años</li> <li>6. Paquete para bodas, graduaciones y eventos de gala.</li> </ol> |  |  |   |  |   |   |

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 16: 4.5.3 Determinación del Ingreso por año.**

| Concepto     | Ingreso Año 1               |              |                     |                       |
|--------------|-----------------------------|--------------|---------------------|-----------------------|
|              | Capacidad mensual utilizada | Precio venta | Ingreso mensual     | Ingreso anual         |
| paquete 1    | 1                           | \$5,200.00   | \$5,200.00          | \$62,400.00           |
| paquete 2    | 1                           | \$8,000.00   | \$8,000.00          | \$96,000.00           |
| paquete 3    | 1                           | \$74,750.00  | \$74,750.00         | \$897,000.00          |
| paquete 4    | 1                           | \$8,297.20   | \$8,297.20          | \$99,566.40           |
| paquete 5    | 1                           | 83,500.00    | \$83,500.00         | \$1,002,000.00        |
| paquete 6    | 1                           | 140,000.00   | \$140,000.00        | \$1,680,000.00        |
| <b>TOTAL</b> | <b>6</b>                    | \$319,747.20 | <b>\$319,747.20</b> | <b>\$3,836,966.40</b> |

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 17**

| Concepto | Ingreso Año 2               |              |                 |               |
|----------|-----------------------------|--------------|-----------------|---------------|
|          | Capacidad mensual utilizada | Precio venta | Ingreso mensual | Ingreso anual |
|          |                             |              |                 |               |

|              |          |              |                     |                       |
|--------------|----------|--------------|---------------------|-----------------------|
| paquete 1    | 2        | \$5,356.00   | \$10,712.00         | \$128,544.00          |
| paquete 2    | 2        | \$8,240.00   | \$16,480.00         | \$197,760.00          |
| paquete 3    | 1        | \$76,992.50  | \$76,992.50         | \$923,910.00          |
| paquete 4    | 2        | \$8,546.12   | \$17,092.23         | \$205,106.78          |
| paquete 5    | 1        | 86,005.00    | \$86,005.00         | \$1,032,060.00        |
| paquete 6    | 1        | 144,200.00   | \$144,200.00        | \$1,730,400.00        |
| <b>TOTAL</b> | <b>9</b> | \$329,339.62 | <b>\$351,481.73</b> | <b>\$4,217,780.78</b> |

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 18**

| Concepto     | Ingreso Año 3               |              |                     |                       |
|--------------|-----------------------------|--------------|---------------------|-----------------------|
|              | Capacidad mensual utilizada | Precio venta | Ingreso mensual     | Ingreso anual         |
| paquete 1    | 2                           | \$5,516.68   | \$11,033.36         | \$132,400.32          |
| paquete 2    | 2                           | \$8,487.20   | \$16,974.40         | \$203,692.80          |
| paquete 3    | 2                           | \$79,302.28  | \$158,604.55        | \$1,903,254.60        |
| paquete 4    | 2                           | \$8,802.50   | \$17,605.00         | \$211,259.99          |
| paquete 5    | 1                           | \$88,585.15  | \$88,585.15         | \$1,063,021.80        |
| paquete 6    | 1                           | \$148,526.00 | \$148,526.00        | \$1,782,312.00        |
| <b>TOTAL</b> | <b>10</b>                   | \$339,219.80 | <b>\$441,328.46</b> | <b>\$5,295,941.51</b> |

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 19**

| Concepto     | Ingreso Año 4               |              |                     |                       |
|--------------|-----------------------------|--------------|---------------------|-----------------------|
|              | Capacidad mensual utilizada | Precio venta | Ingreso mensual     | Ingreso anual         |
| paquete 1    | 4                           | \$5,682.18   | \$22,728.72         | \$272,744.66          |
| paquete 2    | 2                           | \$8,741.82   | \$17,483.63         | \$209,803.58          |
| paquete 3    | 2                           | \$81,681.34  | \$163,362.69        | \$1,960,352.24        |
| paquete 4    | 2                           | \$9,066.57   | \$18,133.15         | \$217,597.79          |
| paquete 5    | 2                           | \$91,242.70  | \$182,485.41        | \$2,189,824.91        |
| paquete 6    | 2                           | \$152,981.78 | \$305,963.56        | \$3,671,562.72        |
| <b>TOTAL</b> | <b>14</b>                   | \$349,396.40 | <b>\$710,157.16</b> | <b>\$8,521,885.90</b> |

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 20**

| Concepto     | Ingreso Año 5               |                     |                     |                       |
|--------------|-----------------------------|---------------------|---------------------|-----------------------|
|              | Capacidad mensual utilizada | Precio venta        | Ingreso mensual     | Ingreso anual         |
| paquete 1    | 4                           | \$5,852.65          | \$23,410.58         | \$280,927.00          |
| paquete 2    | 2                           | \$9,004.07          | \$18,008.14         | \$216,097.69          |
| paquete 3    | 2                           | \$84,131.78         | \$168,263.57        | \$2,019,162.81        |
| paquete 4    | 2                           | \$9,338.57          | \$18,677.14         | \$224,125.72          |
| paquete 5    | 2                           | \$93,979.99         | \$187,959.97        | \$2,255,519.66        |
| paquete 6    | 2                           | \$157,571.23        | \$315,142.47        | \$3,781,709.60        |
| <b>TOTAL</b> | <b>14</b>                   | <b>\$359,878.29</b> | <b>\$731,461.87</b> | <b>\$8,777,542.47</b> |

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 21:**

| CONCEPTO     | Ingreso Año 6               |                     |                     |                       |
|--------------|-----------------------------|---------------------|---------------------|-----------------------|
|              | capacidad mensual UTILIZADA | Precio VENTA        | Ingreso MENSUAL     | Ingreso ANUAL         |
| paquete 1    | 4                           | \$6,028.23          | \$24,112.90         | \$289,354.81          |
| paquete 2    | 2                           | \$9,274.19          | \$18,548.39         | \$222,580.62          |
| paquete 3    | 2                           | \$86,655.74         | \$173,311.47        | \$2,079,737.69        |
| paquete 4    | 2                           | \$9,618.73          | \$19,237.46         | \$230,849.49          |
| paquete 5    | 2                           | \$96,799.39         | \$193,598.77        | \$2,323,185.24        |
| paquete 6    | 2                           | \$162,298.37        | \$324,596.74        | \$3,895,160.89        |
| <b>TOTAL</b> | <b>14</b>                   | <b>\$370,674.64</b> | <b>\$753,405.73</b> | <b>\$9,040,868.75</b> |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 22: 4.5.4 Determinación de costos**

| Paquete 1; Renta del salón solo |          |        |            |          |                   |                        |
|---------------------------------|----------|--------|------------|----------|-------------------|------------------------|
| Concepto                        | Cantidad | Unidad | Costo      | Personas | Costo por persona | Costo total por evento |
| Renta del inmueble 2,630 m2     | 1        | Día    | \$1,166.67 | 300      | \$3.89            | \$1,166.67             |
| Dep. Juegos infantiles          | 1        | Pieza  | \$416.67   | 300      | \$1.39            | \$416.67               |
| Dep. Camastros                  | 1        | Pieza  | \$83.33    | 300      | \$0.28            | \$83.33                |
| Dep. Sala esquinera derecha     | 1        | Pieza  | \$141.67   | 300      | \$0.47            | \$141.67               |
| Dep. Sofá (20%)                 | 1        | Pieza  | \$63.33    | 300      | \$0.21            | \$63.33                |

|                           |   |         |          |     |               |                   |
|---------------------------|---|---------|----------|-----|---------------|-------------------|
| Dep. Mobiliario de cocina | 1 | Pieza   | \$500.00 | 300 | \$1.67        | \$500.00          |
| M.O.D.                    | 2 | Persona | \$210.00 | 300 | \$1.40        | \$420.00          |
|                           |   |         |          |     | <b>\$9.31</b> | <b>\$2,791.67</b> |

Fuente:

Elaboración propia.

**Tabla 23:**

| <b>Paquete 2; Salón, Mesas, Manteles Y Sillas</b> |                 |               |              |                 |                          |                               |
|---|-----------------|---------------|--------------|-----------------|--------------------------|-------------------------------|
| <b>Concepto</b>                                   | <b>Cantidad</b> | <b>Unidad</b> | <b>Costo</b> | <b>Personas</b> | <b>Costo por persona</b> | <b>Costo total por evento</b> |
| Salón de fiestas 2,630 m2                         | 1               | Dia           | \$2,581.67   | 300             | \$8.61                   | \$2,581.67                    |
| Dep. Silla Tiffany                                | 1               | Pieza         | \$3.33       | 1               | \$3.33                   | \$1,000.00                    |
| Dep. Mesa redonda plegable para 8 personas        | 1               | Pieza         | \$7.20       | 8               | \$0.90                   | \$273.60                      |
| Mantel  | 1               | Pieza         | \$4.58       | 8               | \$0.57                   | \$174.17                      |
|   |                 |               |              |                 | <b>\$14.11</b>           | <b>\$4,239.43</b>             |

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 24:**

| <b>Paquete 3; Fiestas Infantiles</b>       |                 |               |              |                 |                          |                           |
|--|-----------------|---------------|--------------|-----------------|--------------------------|---------------------------|
| <b>Concepto</b>                            | <b>Cantidad</b> | <b>Unidad</b> | <b>Costo</b> | <b>Personas</b> | <b>Costo por persona</b> | <b>Costo total evento</b> |
| Salón de fiestas 2,630 m2                  | 1               | Dia           | \$2,581.67   | 300             | \$8.61                   | \$2,581.67                |
| Dep. Silla Tiffany                         | 1               | Pieza         | \$1.67       | 1               | \$1.67                   | \$500.00                  |
| Dep. Mesa redonda plegable para 8 personas | 1               | Pieza         | \$7.20       | 8               | \$0.90                   | \$273.60                  |
| Mantel                                     | 1               | Pieza         | \$3.33       | 8               | \$0.42                   | \$126.67                  |
| Servicios de platillos y banquetes.        | 1               | Platillo      | \$24,500.00  | 300             | \$81.67                  | \$24,500.00               |
| Decoración personalizada.                  | 1               | Dia           | \$7,500.00   | 300             | \$25.00                  | \$7,500.00                |
| Personalización de obsequios.              | 1               | Dia           | \$3,500.00   | 300             | \$11.67                  | \$3,500.00                |
| Castillos inflables.                       | 1               | Dia           | \$3,000.00   | 300             | \$10.00                  | \$3,000.00                |

|         |   |   |      |            |     |                 |                    |
|---------|---|---|------|------------|-----|-----------------|--------------------|
| Fuente: | Renta de servicio fotográfico.          | 1 | Dia  | \$8,500.00 | 300 | \$28.33         | \$8,500.00         |
|         | Renta de servicio de animación infantil | 1 | Hora | \$1,400.00 | 300 | \$4.67          | \$1,400.00         |
|         | Renta de Animales de granja.            | 1 | Dia  | \$2,000.00 | 300 | \$6.67          | \$2,000.00         |
|         |   |   |      |            |     | <b>\$182.11</b> | <b>\$54,639.43</b> |

Elaboración propia.

**Tabla 25:**

| <b>Paquete 4; Conferencias</b>             |                          |                               |
|--|--------------------------|-------------------------------|
| <b>Concepto</b>                            | <b>Costo por persona</b> | <b>Costo total por evento</b> |
| Salón de fiestas 2,630 m2                  | \$9.31                   | \$2,791.67                    |
| Dep. Silla Tiffany                         | \$3.33                   | \$1,000.00                    |
| Dep. Mesa redonda plegable para 8 personas | \$0.90                   | \$273.60                      |
| Dep de luz y sonido                        | \$4.16                   | \$1,250.00                    |
| Mantel                                     | \$0.57                   | \$174.17                      |
|  | <b>\$18.28</b>           | <b>\$5,489.43</b>             |

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 26:**

| <b>Paquete 5; XV Años</b>                       |                 |               |              |                 |                          |                           |
|---|-----------------|---------------|--------------|-----------------|--------------------------|---------------------------|
| <b>Concepto</b>                                 | <b>Cantidad</b> | <b>Unidad</b> | <b>Costo</b> | <b>Personas</b> | <b>Costo por persona</b> | <b>Costo total evento</b> |
| Servilletas.                                    | 1               | Pieza         | \$0.13       | 1               | \$0.13                   | \$37.50                   |
| Cubre manteles                                  | 1               | Pieza         | \$1.25       | 8               | \$0.16                   | \$47.50                   |
| Renta de cristalería y cubiertos                | 1               | Pieza         | \$550.00     | 300             | \$1.83                   | \$550.00                  |
| Servicios de platillos y banquetes.             | 1               | Platillo      | \$20,500.00  | 300             | \$68.33                  | \$20,500.00               |
| Decoración personalizada.                       | 1               | Dia           | \$4,500.00   | 300             | \$15.00                  | \$4,500.00                |
| Servicio de fotografía.                         | 1               | Dia           | \$9,500.00   | 300             | \$31.67                  | \$9,500.00                |
| Impresión de tarjetas e invitaciones.           | 1               | Pieza         | \$4,800.00   | 300             | \$16.00                  | \$4,800.00                |
| Renta de música en vivo.                        | 3               | Hora          | \$3,000.00   | 300             | \$30.00                  | \$9,000.00                |
| Renta de servicio de limusina o autos antiguos. | 2               | Hora          | \$1,000.00   | 300             | \$6.67                   | \$2,000.00                |
| Planificación y organización de evento.         | 1               | Persona       | \$2,500.00   | 300             | \$8.33                   | \$2,500.00                |
| Salón, mesas, sillas, manteles, luz y sonido    |                 |               |              | 300             | \$18.28                  | \$5,489.43                |

|                            |   |        |            |     |                 |                    |
|----------------------------|---|--------|------------|-----|-----------------|--------------------|
| Renta de equipo de meseros | 1 | Equipo | \$4,500.00 | 300 | \$15.00         | \$4,500.00         |
|                            |   |        |            |     | <b>\$211.39</b> | <b>\$63,424.43</b> |

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 27:**

| <b>Paquete 6; Bodas</b>                                     |                 |               |              |                 |                          |                           |
|---|-----------------|---------------|--------------|-----------------|--------------------------|---------------------------|
| <b>Concepto</b>   | <b>Cantidad</b> | <b>Unidad</b> | <b>Costo</b> | <b>Personas</b> | <b>Costo por persona</b> | <b>Costo total evento</b> |
| Catering  | 1               | Persona       | \$16,000.00  | 300             | \$53.33                  | \$16,000.00               |
| Personalización de obsequios.                               | 1               | Día           | \$5,500.00   | 300             | \$18.33                  | \$5,500.00                |
| Búsqueda de alojamiento                                     | 1               | Día           | \$300.00     | 300             | \$1.00                   | \$300.00                  |
| Planificación y organización del e.                         | 1               | Día           | \$3,500.00   | 300             | \$11.67                  | \$3,500.00                |
| Salón, sillas, mesas, mantelería, cristalería, luz y sonido | 1               | Pieza         | \$6,124.43   | 300             | \$20.39                  | \$6,124.43                |
| Servicios de platillos y banquetes.                         | 1               | Platillo      | \$33,500.00  | 300             | \$111.67                 | \$33,500.00               |
| Decoración personalizada.                                   | 1               | Día           | \$4,500.00   | 300             | \$15.00                  | \$4,500.00                |
| Servicio de fotografía.                                     | 1               | Día           | \$9,500.00   | 300             | \$31.67                  | \$9,500.00                |
| Impresión de tarjetas e invitaciones.                       | 1               | Pieza         | \$2,000.00   | 300             | \$6.67                   | \$2,000.00                |
| Renta de música en vivo.                                    | 3               | Hora          | \$3,000.00   | 300             | \$30.00                  | \$9,000.00                |
| Renta de servicio de limusina o autos antiguos.             | 2               | Hora          | \$1,000.00   | 300             | \$6.67                   | \$2,000.00                |
|   |                 |               |              |                 | <b>\$306.39</b>          | <b>\$91,924.43</b>        |

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 28:**

| <b>Costo total anual Año 1</b> |                 |                                  |                                  |                         |                       |
|--------------------------------|-----------------|----------------------------------|----------------------------------|-------------------------|-----------------------|
| <b>Concepto</b>                | <b>C. venta</b> | <b>Numero de evento por mes.</b> | <b>Numero de evento por año.</b> | <b>C. Total mensual</b> | <b>Total, anual</b>   |
| <b>paquete 1</b>               | \$2,791.67      | 1                                | 12                               | \$2,791.67              | \$33,500.00           |
| <b>paquete 2</b>               | \$4,239.43      | 1                                | 12                               | \$4,239.43              | \$50,873.20           |
| <b>paquete 3</b>               | \$54,639.43     | 1                                | 12                               | \$54,639.43             | \$655,673.20          |
| <b>paquete 4</b>               | \$5,489.43      | 1                                | 12                               | \$5,489.43              | \$65,873.20           |
| <b>paquete 5</b>               | \$63,424.43     | 1                                | 12                               | \$63,424.43             | \$761,093.20          |
| <b>paquete 6</b>               | \$91,924.43     | 1                                | 12                               | \$91,924.43             | \$1,103,093.20        |
| Total                          |                 | 6                                | 72                               | \$222,508.83            | \$2,670,106.00        |
| Luz                            |                 |                                  |                                  | \$1,000.00              | \$12,000.00           |
| <b>Costo total</b>             |                 |                                  |                                  | <b>\$223,508.83</b>     | <b>\$2,682,106.00</b> |

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 29:**

| <b>Costo total anual Año 2</b> |             |                           |                           |                     |                       |
|--------------------------------|-------------|---------------------------|---------------------------|---------------------|-----------------------|
| Concepto                       | C. venta    | Numero de evento por mes. | Numero de evento por año. | C. Total mensual    | Total anual           |
| <b>paquete 1</b>               | \$2,875.42  | 2                         | 24                        | \$5,750.83          | \$69,010.00           |
| <b>paquete 2</b>               | \$4,366.62  | 2                         | 24                        | \$8,733.23          | \$104,798.79          |
| <b>paquete 3</b>               | \$56,278.62 | 1                         | 12                        | \$56,278.62         | \$675,343.40          |
| <b>paquete 4</b>               | \$5,654.12  | 2                         | 24                        | \$11,308.23         | \$135,698.79          |
| <b>paquete 5</b>               | \$65,327.17 | 1                         | 12                        | \$65,327.17         | \$783,926.00          |
| <b>paquete 6</b>               | \$94,682.17 | 1                         | 12                        | \$94,682.17         | \$1,136,186.00        |
| Total                          |             | 9                         | 108                       | \$242,080.25        | \$2,904,962.97        |
| Luz                            |             |                           |                           | \$1,000.00          | \$12,000.00           |
| <b>Costo total</b>             |             |                           |                           | <b>\$243,080.25</b> | <b>\$2,916,962.97</b> |

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 30:**

| <b>Costo total anual Año 3</b> |             |                           |                           |                     |                       |
|--------------------------------|-------------|---------------------------|---------------------------|---------------------|-----------------------|
| Concepto                       | C. venta    | Numero de evento por mes. | Numero de evento por año. | C. Total mensual    | Total anual           |
| <b>paquete 1</b>               | \$2,961.68  | 2                         | 24                        | \$5,923.36          | \$71,080.30           |
| <b>paquete 2</b>               | \$4,497.61  | 2                         | 24                        | \$8,995.23          | \$107,942.76          |
| <b>paquete 3</b>               | \$57,966.97 | 2                         | 24                        | \$115,933.95        | \$1,391,207.40        |
| <b>paquete 4</b>               | \$5,823.74  | 2                         | 24                        | \$11,647.48         | \$139,769.76          |
| <b>paquete 5</b>               | \$67,286.98 | 1                         | 12                        | \$67,286.98         | \$807,443.78          |
| <b>paquete 6</b>               | \$97,522.63 | 1                         | 12                        | \$97,522.63         | \$1,170,271.58        |
| Total                          |             | 10                        | 120                       | \$307,309.63        | \$3,687,715.56        |
| Luz                            |             |                           |                           | \$1,000.00          | \$12,000.00           |
| <b>Costo total</b>             |             |                           |                           | <b>\$308,309.63</b> | <b>\$3,699,715.56</b> |

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 31:**

| <b>Costo total anual Año 4</b> |              |                           |                           |                     |                       |
|--------------------------------|--------------|---------------------------|---------------------------|---------------------|-----------------------|
| Concepto                       | C. venta     | Numero de evento por mes. | Numero de evento por año. | C. Total mensual    | Total anual           |
| <b>paquete 1</b>               | \$3,050.53   | 4                         | 48                        | \$12,202.12         | \$146,425.42          |
| <b>paquete 2</b>               | \$4,632.54   | 2                         | 24                        | \$9,265.09          | \$111,181.04          |
| <b>paquete 3</b>               | \$59,705.98  | 2                         | 24                        | \$119,411.97        | \$1,432,943.62        |
| <b>paquete 4</b>               | \$5,998.45   | 2                         | 24                        | \$11,996.90         | \$143,962.85          |
| <b>paquete 5</b>               | \$69,305.59  | 2                         | 24                        | \$138,611.18        | \$1,663,334.18        |
| <b>paquete 6</b>               | \$100,448.31 | 2                         | 24                        | \$200,896.62        | \$2,410,759.45        |
| Total                          |              | 14                        | 168                       | \$492,383.88        | \$5,908,606.55        |
| Luz                            |              |                           |                           | \$1,000.00          | \$12,000.00           |
| <b>Costo total</b>             |              |                           |                           | <b>\$493,383.88</b> | <b>\$5,920,606.55</b> |

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 32:**

| <b>Costo total anual Año 5</b> |              |                           |                           |                     |                       |
|--------------------------------|--------------|---------------------------|---------------------------|---------------------|-----------------------|
| Concepto                       | C. venta     | Numero de evento por mes. | Numero de evento por año. | C. Total mensual    | Total anual           |
| <b>paquete 1</b>               | \$3,142.05   | 4                         | 48                        | \$12,568.18         | \$150,818.18          |
| <b>paquete 2</b>               | \$4,771.52   | 2                         | 24                        | \$9,543.04          | \$114,516.47          |
| <b>paquete 3</b>               | \$61,497.16  | 2                         | 24                        | \$122,994.33        | \$1,475,931.93        |
| <b>paquete 4</b>               | \$6,178.41   | 2                         | 24                        | \$12,356.81         | \$148,281.73          |
| <b>paquete 5</b>               | \$71,384.76  | 2                         | 24                        | \$142,769.52        | \$1,713,234.20        |
| <b>paquete 6</b>               | \$103,461.76 | 2                         | 24                        | \$206,923.52        | \$2,483,082.23        |
| Total                          |              | 14                        | 168                       | \$507,155.40        | \$6,085,864.74        |
| Luz                            |              |                           |                           | \$1,000.00          | \$12,000.00           |
| <b>Costo total</b>             |              |                           |                           | <b>\$508,155.40</b> | <b>\$6,097,864.74</b> |

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 33:**

| Costo total anual Año 6 |              |                           |                           |                     |                       |
|-------------------------|--------------|---------------------------|---------------------------|---------------------|-----------------------|
| Concepto                | C. venta     | Numero de evento por mes. | Numero de evento por año. | C. Total mensual    | Total anual           |
| paquete 1               | \$3,236.31   | 4                         | 48                        | \$12,945.23         | \$155,342.73          |
| paquete 2               | \$4,914.67   | 2                         | 24                        | \$9,829.33          | \$117,951.96          |
| paquete 3               | \$63,342.08  | 2                         | 24                        | \$126,684.16        | \$1,520,209.88        |
| paquete 4               | \$6,363.76   | 2                         | 24                        | \$12,727.52         | \$152,730.19          |
| paquete 5               | \$73,526.30  | 2                         | 24                        | \$147,052.60        | \$1,764,631.23        |
| paquete 6               | \$106,565.61 | 2                         | 24                        | \$213,131.22        | \$2,557,574.70        |
| <b>Total</b>            |              | 14                        | 168                       | \$522,370.06        | \$6,268,440.69        |
| Luz                     |              |                           |                           | \$1,000.00          | \$12,000.00           |
| <b>Costo total</b>      |              |                           |                           | <b>\$523,370.06</b> | <b>\$6,280,440.69</b> |

**Tabla 34: 4.5.5 Determinación de gastos de Venta y Administración**

| Gastos de venta      |               | Total anual        |                    |                    |                    |                    |                    |
|----------------------|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Concepto             | Total mensual | Año 1              | Año 2              | Año 3              | Año 4              | Año 5              | Año 6              |
| Publicidad digital   | \$1,000.00    | \$12,000.00        | \$12,360.00        | \$12,730.80        | \$13,112.72        | \$13,506.11        | \$13,911.29        |
| Papelería impresa    | \$1,000.00    | \$12,000.00        | \$12,360.00        | \$12,730.80        | \$13,112.72        | \$13,506.11        | \$13,911.29        |
| Contratos y permiso. |               | \$7,210.80         | \$0.00             | \$0.00             | \$0.00             | \$0.00             | \$0.00             |
| <b>Total</b>         |               | <b>\$31,210.80</b> | <b>\$24,720.00</b> | <b>\$25,461.60</b> | <b>\$26,225.45</b> | <b>\$27,012.21</b> | <b>\$27,822.58</b> |

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 35:**

| Gastos de administración |               | Total anual  |              |              |              |              |              |
|--------------------------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Concepto                 | Total mensual | Año 1        | Año 2        | Año 3        | Año 4        | Año 5        | Año 6        |
| Gerente General          | \$16,000.00   | \$192,000.00 | \$197,760.00 | \$203,692.80 | \$209,803.58 | \$216,097.69 | \$222,580.62 |
| Administrador            | \$11,500.00   | \$138,000.00 | \$142,140.00 | \$146,404.20 | \$150,796.33 | \$155,320.22 | \$159,979.82 |
| Área comercial           | \$11,500.00   | \$138,000.00 | \$142,140.00 | \$146,404.20 | \$150,796.33 | \$155,320.22 | \$159,979.82 |
| Área de Planeación       | \$11,500.00   | \$138,000.00 | \$142,140.00 | \$146,404.20 | \$150,796.33 | \$155,320.22 | \$159,979.82 |
| Área de finanzas         | \$12,500.00   | \$150,000.00 | \$154,500.00 | \$159,135.00 | \$163,909.05 | \$168,826.32 | \$173,891.11 |
| Papelería                | \$300.00      | \$3,600.00   | \$3,708.00   | \$3,819.24   | \$3,933.82   | \$4,051.83   | \$4,173.39   |
| Teléfono e internet      | \$500.00      | \$6,000.00   | \$6,180.00   | \$6,365.40   | \$6,556.36   | \$6,753.05   | \$6,955.64   |

|                        |                    |                     |                     |                     |                     |                     |                     |
|------------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Energía eléctrica      | \$400.00           | \$4,800.00          | \$4,944.00          | \$5,092.32          | \$5,245.09          | \$5,402.44          | \$5,564.52          |
| Dep. equipo de oficina | \$1,263.33         | \$15,160.00         | \$15,160.00         | \$15,160.00         | \$15,160.00         | \$15,160.00         | \$15,160.00         |
| <b>Total</b>           | <b>\$65,463.33</b> | <b>\$785,560.00</b> | <b>\$808,672.00</b> | <b>\$832,477.36</b> | <b>\$856,996.88</b> | <b>\$882,251.99</b> | <b>\$908,264.75</b> |

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 36: 4.5.6 Flujo de efectivo**

| <b>FLUJOS DE ENTRADA</b>      |                       |                       |                       |                       |                       |                     |
|-------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| <b>Concepto</b>               | <b>Total Año 1</b>    | <b>Total Año 2</b>    | <b>Total Año 3</b>    | <b>Total Año 4</b>    | <b>Total Año 5</b>    | <b>Total Año 6</b>  |
| <b>Paquete 1</b>              |                       |                       |                       |                       |                       |                     |
| Cantidad                      | 12                    | 24                    | 24                    | 48                    | 48                    | 48                  |
| Precio unitario               | \$5,200.00            | \$5,356.00            | \$5,516.68            | \$5,682.18            | \$5,852.65            | \$6,028.23          |
| Ingresos                      | \$62,400.00           | \$128,544.00          | \$132,400.32          | \$272,744.66          | \$280,927.00          | \$289,354.81        |
| <b>Paquete 2</b>              |                       |                       |                       |                       |                       |                     |
| Cantidad                      | 12                    | 24                    | 24                    | 24                    | 24                    | 24                  |
| Precio unitario               | \$8,000.00            | \$8,240.00            | \$8,487.20            | \$8,741.82            | \$9,004.07            | \$9,274.19          |
| Ingresos                      | \$96,000.00           | \$197,760.00          | \$203,692.80          | \$209,803.58          | \$216,097.69          | \$222,580.62        |
| <b>Paquete 3</b>              |                       |                       |                       |                       |                       |                     |
| Cantidad                      | 12                    | 12                    | 24                    | 24                    | 24                    | 24                  |
| Precio unitario               | \$74,750.00           | \$76,992.50           | \$79,302.28           | \$81,681.34           | \$84,131.78           | \$86,655.74         |
| Ingresos                      | \$897,000.00          | \$923,910.00          | \$1,903,254.60        | \$1,960,352.24        | \$2,019,162.81        | \$2,079,737.69      |
| <b>Paquete 4</b>              |                       |                       |                       |                       |                       |                     |
| Cantidad                      | 12                    | 24                    | 24                    | 24                    | 24                    | 24                  |
| Precio unitario               | \$8,297.20            | \$8,546.12            | \$8,802.50            | \$9,066.57            | \$9,338.57            | \$9,618.73          |
| Ingresos                      | \$99,566.40           | \$205,106.78          | \$211,259.99          | \$217,597.79          | \$224,125.72          | \$230,849.49        |
| <b>Paquete 5</b>              |                       |                       |                       |                       |                       |                     |
| Cantidad                      | 12                    | 12                    | 12                    | 24                    | 24                    | 24                  |
| Precio unitario               | \$83,500.00           | 86,005.00             | \$88,585.15           | \$91,242.70           | \$93,979.99           | \$96,799.39         |
| Ingresos                      | \$1,002,000.00        | \$1,032,060.00        | \$1,063,021.80        | \$2,189,824.91        | \$2,255,519.66        | \$2,323,185.24      |
| <b>Paquete 6</b>              |                       |                       |                       |                       |                       |                     |
| Cantidad                      | 12                    | 12                    | 12                    | 24                    | 24                    | 24                  |
| Precio unitario               | \$140,000.00          | 144,200.00            | \$148,526.00          | \$152,981.78          | \$157,571.23          | \$162,298.37        |
| Ingresos                      | \$1,680,000.00        | \$1,730,400.00        | \$1,782,312.00        | \$3,671,562.72        | \$3,781,709.60        | \$3,895,160.89      |
| Ingresos totales              | \$3,836,966.40        | \$4,217,780.78        | \$5,295,941.51        | \$8,521,885.90        | \$8,777,542.47        | \$9,040,868.75      |
| <b>Total flujo de Entrada</b> | <b>\$3,836,966.40</b> | <b>\$4,217,780.78</b> | <b>\$5,295,941.51</b> | <b>\$8,521,885.90</b> | <b>\$8,777,542.47</b> | <b>9,040,868.75</b> |

| <b>FLUJOS DE SALIDA</b>              |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|--------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <b>Concepto</b>                      | <b>Total Año 1</b>    | <b>Total Año 2</b>    | <b>Total Año 3</b>    | <b>Total Año 4</b>    | <b>Total Año 5</b>    | <b>Total Año 6</b>    |
| Gastos de admón.                     | \$785,560.00          | \$808,672.00          | \$832,477.36          | \$856,996.88          | \$882,251.99          | \$908,264.75          |
| Gastos de venta y Dep.               | \$41,790.80           | \$45,880.00           | \$57,201.60           | \$68,545.45           | \$79,912.21           | 91,302.58             |
| Costo de venta                       | \$2,682,106.00        | \$2,916,962.97        | \$3,699,715.56        | \$5,920,606.55        | \$6,097,864.74        | \$6,280,440.69        |
| ISR                                  | \$98,252.88           | \$133,879.74          | \$211,964.10          | \$502,721.11          | \$515,254.06          | \$528,258.22          |
| PTU                                  | \$32,750.96           | \$44,626.58           | \$70,654.70           | \$167,573.70          | \$171,751.35          | \$176,086.07          |
| Flujo de salida                      | \$3,509,456.80        | \$3,771,514.97        | \$4,589,394.52        | \$6,846,148.88        | \$7,060,028.94        | \$7,984,352.31        |
| <b>Total flujo de Salida</b>         | <b>\$3,509,456.80</b> | <b>\$3,771,514.97</b> | <b>\$4,589,394.52</b> | <b>\$6,846,148.88</b> | <b>\$7,060,028.94</b> | <b>\$7,984,352.31</b> |
| <b>PRESUPUESTO DE EFECTIVO TOTAL</b> |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
| <b>Concepto</b>                      | <b>Cantidad Año 1</b> | <b>Cantidad Año 2</b> | <b>Cantidad Año 3</b> | <b>Cantidad Año 4</b> | <b>Cantidad Año 5</b> | <b>Cantidad Año 6</b> |
| Flujo de entrada                     | \$3,836,966.40        | \$4,217,780.78        | \$5,295,941.51        | \$8,521,885.90        | \$8,777,542.47        | \$9,040,868.75        |
| - Flujo de salida                    | \$3,509,456.80        | \$3,771,514.97        | \$4,589,394.52        | \$6,846,148.88        | \$7,060,028.94        | \$7,984,352.31        |
| <b>= Flujo neto</b>                  | <b>\$327,509.60</b>   | <b>\$446,265.81</b>   | <b>\$706,546.99</b>   | <b>\$1,675,737.02</b> | <b>\$1,717,513.53</b> | <b>\$1,056,516.44</b> |
| + Saldo inicial                      | \$0                   | \$327,509.60          | \$773,775.41          | \$1,480,322.40        | \$3,156,059.42        | \$2,924,143.77        |
| = Saldo acumulado                    | \$327,509.60          | \$773,775.41          | \$1,480,322.40        | \$3,156,059.42        | \$4,873,572.95        | \$3,980,660.21        |
| <b>= Saldo final</b>                 | <b>\$327,509.60</b>   | <b>\$773,775.41</b>   | <b>\$1,480,322.40</b> | <b>\$3,156,059.42</b> | <b>\$4,873,572.95</b> | <b>\$3,980,660.21</b> |

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 37: 4.5.7 Estados Financieros**

| <b>ESTADO DE RESULTADOS DEL 1 ENERO DEL 2024 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2024</b> |                |                |                       |
|--|----------------|----------------|-----------------------|
| <b>Concepto</b>  | <b>Importe</b> |                |                       |
| Ingresos netos   | \$3,836,966.40 |                |                       |
| Costo de ventas  |                | \$2,682,106.00 |                       |
| <b>Utilidad bruta</b>  |                |                | <b>\$1,154,860.40</b> |
| Gastos generales   |                |                |                       |
| Admón.   |                | \$785,560.00   |                       |
| Ventas   |                | \$31,210.80    |                       |

|                                    |  |                    |                     |
|------------------------------------|--|--------------------|---------------------|
| Depreciación                       |  | \$10,580.00        |                     |
| <b>Utilidad de operación</b>       |  |                    | <b>\$327,509.60</b> |
| <b>Utilidad antes de impuestos</b> |  |                    | <b>\$327,509.60</b> |
| <b>Impuestos</b>                   |  | <b>\$98,252.88</b> |                     |
| <b>PTU</b>                         |  | <b>\$32,750.96</b> | <b>\$131,003.84</b> |
| <b>Utilidad del ejercicio</b>      |  |                    | <b>\$196,505.76</b> |

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 38:**

| <b>ESTADO DE RESULTADOS DEL 1 ENERO DEL 2025 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2025</b> |                |                     |                       |
|--|----------------|---------------------|-----------------------|
| <b>Concepto</b>  | <b>Importe</b> |                     |                       |
| Ingresos netos   | \$4,217,780.78 |                     |                       |
| Costo de ventas  |                | \$2,916,962.97      |                       |
| <b>Utilidad bruta</b>  |                |                     | <b>\$1,300,817.81</b> |
| Gastos generales   |                |                     |                       |
| Admón.   |                | \$808,672.00        |                       |
| Ventas   |                | \$24,720.00         |                       |
| Depreciación   |                | \$21,160.00         |                       |
| <b>Utilidad de operación</b>   |                |                     | <b>\$446,265.81</b>   |
| <b>Utilidad antes de impuestos</b>   |                |                     | <b>\$446,265.81</b>   |
| <b>Impuestos</b>   |                | <b>\$133,879.74</b> |                       |
| <b>PTU</b>   |                | <b>\$44,626.58</b>  | <b>\$178,506.32</b>   |
| <b>Utilidad del ejercicio</b>  |                |                     | <b>\$267,759.49</b>   |

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 39:**

| <b>ESTADO DE RESULTADOS DEL 1 ENERO DEL 2026 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2026</b> |                |                     |                       |
|--|----------------|---------------------|-----------------------|
| <b>Concepto</b>  | <b>Importe</b> |                     |                       |
| Ingresos netos   | \$5,295,941.51 |                     |                       |
| Costo de ventas  |                | \$3,699,715.56      |                       |
| <b>Utilidad bruta</b>  |                |                     | <b>\$1,596,225.95</b> |
|  |                |                     |                       |
| Gastos generales   |                |                     |                       |
| Admón.   |                | \$832,477.36        |                       |
| Ventas   |                | \$25,461.60         |                       |
| Depreciación   |                | \$31,740.00         |                       |
| <b>Utilidad de operación</b>   |                |                     | <b>\$706,546.99</b>   |
| <b>Utilidad antes de impuestos</b>   |                |                     | <b>\$706,546.99</b>   |
| <b>Impuesto</b>  |                | <b>\$211,964.10</b> |                       |
| <b>PTU</b>   |                | <b>\$70,654.70</b>  | <b>\$282,618.80</b>   |
| <b>Utilidad del ejercicio</b>  |                |                     | <b>\$423,928.19</b>   |

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 40:**

| <b>ESTADO DE RESULTADOS DEL 1 ENERO DEL 2027 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2027</b> |                |                |                       |
|--|----------------|----------------|-----------------------|
| <b>Concepto</b>  | <b>Importe</b> |                |                       |
| Ingresos netos   | \$8,521,885.90 |                |                       |
| Costo de ventas  |                | \$5,920,606.55 |                       |
| <b>Utilidad bruta</b>  |                |                | <b>\$2,601,279.35</b> |
|  |                |                |                       |
| Gastos generales   |                |                |                       |
| Admón.   |                | \$856,996.88   |                       |

|                                    |  |                     |                       |
|------------------------------------|--|---------------------|-----------------------|
| Ventas                             |  | \$26,225.45         |                       |
| Depreciación                       |  | \$42,320.00         |                       |
| <b>Utilidad de operación</b>       |  |                     | <b>\$1,675,737.02</b> |
| <b>Utilidad antes de impuestos</b> |  |                     | <b>\$1,675,737.02</b> |
| <b>Impuesto</b>                    |  | <b>\$502,721.11</b> |                       |
| <b>PTU</b>                         |  | <b>\$167,573.70</b> | <b>\$670,294.81</b>   |
| <b>Utilidad del ejercicio</b>      |  |                     | <b>\$1,005,442.21</b> |

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 41:**

| <b>ESTADO DE RESULTADOS DEL 1 ENERO DEL 2028 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2028</b> |                |                     |                       |
|--|----------------|---------------------|-----------------------|
| <b>Concepto</b>  | <b>Importe</b> |                     |                       |
| Ingresos netos   | \$8,777,542.47 |                     |                       |
| Costo de ventas  |                | \$6,097,864.74      |                       |
| <b>Utilidad bruta</b>  |                |                     | <b>\$2,679,677.73</b> |
|  |                |                     |                       |
| Gastos generales   |                |                     |                       |
| Admón.   |                | \$882,251.99        |                       |
| Ventas   |                | \$27,012.21         |                       |
| Depreciación   |                | \$52,900.00         |                       |
| <b>Utilidad de operación</b>   |                |                     | <b>\$1,717,513.53</b> |
| <b>Utilidad antes de impuestos</b>   |                |                     | <b>\$1,717,513.53</b> |
| <b>Impuesto</b>  |                | <b>\$515,254.06</b> |                       |
| <b>PTU</b>   |                | <b>\$171,751.35</b> | <b>\$687,005.41</b>   |
| <b>Utilidad del ejercicio</b>  |                |                     | <b>\$1,030,508.12</b> |

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 42:**

| <b>Estado de Resultados del 1 Enero del 2029 al 31 de Diciembre del 2029</b> |  |                |                |
|--|--|----------------|----------------|
| Ingresos netos   |  | \$9,040,868.75 |                |
| Costo de ventas  |  | \$6,280,440.69 |                |
| Utilidad bruta   |  |                | \$2,760,428.06 |
| Gastos generales   |  |                |                |
| Admón.   |  | \$908,264.75   |                |
| Ventas   |  | \$27,822.58    |                |
| Depreciación   |  | \$63,480.00    |                |
| Utilidad de operación  |  |                | \$1,760,860.74 |
| Utilidad antes de impuesto   |  |                | \$1,760,860.74 |
| Impuesto   |  | \$528,258.22   |                |
| PTU  |  | \$176,086.07   | \$704.344.29   |
| Utilidad del ejercicio   |  |                | \$1,056,516.44 |

**Tabla 43: Balance general**

| <b>Balance General Año 1</b> |                |                         |                       |
|------------------------------|----------------|-------------------------|-----------------------|
| <b>ACTIVO CIRCULANTE</b>     |                | <b>PASIVO</b>           |                       |
|                              | Importe        |                         |                       |
| Bancos BBVA                  | \$196,505.76   | Acreedores diversos     | \$1,381,978.00        |
|                              |                | Proveedores             | \$0.00                |
| <b>NO CIRCULANTE</b>         |                | <b>CAPITAL CONTABLE</b> |                       |
| Mobiliario                   | \$167,516.00   | Capital social          | \$1,381,978.00        |
| Mantelería                   | \$6,220.00     | Utilidad                | \$196,505.76          |
| Equipo de luz y sonido       | \$75,000.00    |                         |                       |
| Equipo de mantenimiento      | \$25,000.00    |                         |                       |
| Equipo de oficina            | \$75,800.00    |                         |                       |
| Construcciones y mejoras     | \$2,500,000.00 |                         |                       |
|                              | \$2,774,536.00 |                         |                       |
| Depreciación                 | \$10,580.00    |                         |                       |
|                              | \$2,763,956.00 |                         |                       |
| Total de Activo              |                | Total pasivo + capital  | <b>\$2,960,461.76</b> |

|  |                       |  |  |
|--|-----------------------|--|--|
|  | <b>\$2,960,461.76</b> |  |  |
|--|-----------------------|--|--|

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 44:**

| <b>Balance General Año 2</b> |                       |  |                               |                       |
|------------------------------|-----------------------|--|-------------------------------|-----------------------|
| <b>ACTIVO CIRCULANTE</b>     |                       |  | <b>PASIVO</b>                 |                       |
|                              | Importe               |  |                               |                       |
| Bancos BBVA                  | <b>\$267,759.49</b>   |  | Acreedores diversos           | \$1,376,688.00        |
|                              |                       |  | Proveedores                   | \$0.00                |
| <b>NO CIRCULANTE</b>         |                       |  | <b>CAPITAL CONTABLE</b>       |                       |
| Mobiliario                   | \$167,516.00          |  | Capital social                | \$1,376,688.00        |
| Mantelería                   | \$6,220.00            |  | Utilidad                      | <b>\$267,759.49</b>   |
| Equipo de luz y sonido       | \$75,000.00           |  |                               |                       |
| Equipo de mantenimiento      | \$25,000.00           |  |                               |                       |
| Equipo de oficina            | \$75,800.00           |  |                               |                       |
| Construcciones y mejoras     | \$2,500,000.00        |  |                               |                       |
|                              | \$2,774,536.00        |  |                               |                       |
| Depreciación                 | \$21,160.00           |  |                               |                       |
|                              | \$2,753,376.00        |  |                               |                       |
| <b>Total de Activo</b>       | <b>\$3,021,135.49</b> |  | <b>Total pasivo + capital</b> | <b>\$3,021,135.49</b> |

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 45:**

| <b>Balance General Año 3</b> |                     |  |                         |                |
|------------------------------|---------------------|--|-------------------------|----------------|
| <b>ACTIVO CIRCULANTE</b>     |                     |  | <b>PASIVO</b>           |                |
|                              | Importe             |  |                         |                |
| Bancos BBVA                  | <b>\$423,928.19</b> |  | Acreedores diversos     | \$1,371,398.00 |
|                              |                     |  | Proveedores             | \$0.00         |
| <b>NO CIRCULANTE</b>         |                     |  | <b>CAPITAL CONTABLE</b> |                |

|                          |                       |                        |                       |
|--------------------------|-----------------------|------------------------|-----------------------|
| Mobiliario               | \$167,516.00          | Capital social         | \$1,371,398.00        |
| Mantelería               | \$6,220.00            | Utilidad               | <b>\$423,928.19</b>   |
| Equipo de luz y sonido   | \$75,000.00           |                        |                       |
| Equipo de mantenimiento  | \$25,000.00           |                        |                       |
| Equipo de oficina        | \$75,800.00           |                        |                       |
| Construcciones y mejoras | \$2,500,000.00        |                        |                       |
|                          | \$2,774,536.00        |                        |                       |
| Depreciación             | \$31,740.00           |                        |                       |
|                          | <b>\$2,742,796.00</b> |                        |                       |
| Total de Activo          | <b>\$3,166,724.19</b> | Total pasivo + capital | <b>\$3,166,724.19</b> |

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 46:**

| <b>Balance General Año 4</b> |                |                         |                |
|------------------------------|----------------|-------------------------|----------------|
| <b>ACTIVO CIRCULANTE</b>     |                | <b>PASIVO</b>           |                |
|                              | Importe        |                         |                |
| Bancos BBVA                  | \$1,005,442.21 | Acreedores diversos     | \$1,366,108.00 |
|                              |                | Proveedores             | \$0.00         |
| <b>NO CIRCULANTE</b>         |                | <b>CAPITAL CONTABLE</b> |                |
| Mobiliario                   | \$167,516.00   | Capital social          | \$1,366,108.00 |
| Mantelería                   | \$6,220.00     | Utilidad                | \$1,005,442.21 |
| Equipo de luz y sonido       | \$75,000.00    |                         |                |
| Equipo de mantenimiento      | \$25,000.00    |                         |                |
| Equipo de oficina            | \$75,800.00    |                         |                |
| Construcciones y mejoras     | \$2,500,000.00 |                         |                |
|                              | \$2,774,536.00 |                         |                |
| Depreciación                 | \$42,320.00    |                         |                |

|                 |                       |                        |                       |
|-----------------|-----------------------|------------------------|-----------------------|
|                 | <b>\$2,732,216.00</b> |                        |                       |
| Total de Activo | <b>\$3,737,658.21</b> | Total pasivo + capital | <b>\$3,737,658.21</b> |

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 47:**

| <b>Balance General Año 5</b> |                       |                         |                       |
|------------------------------|-----------------------|-------------------------|-----------------------|
| <b>ACTIVO CIRCULANTE</b>     |                       | <b>PASIVO</b>           |                       |
|                              | Importe               |                         |                       |
| Bancos BBVA                  | <b>\$1,030,508.12</b> | Acreedores diversos     | \$1,360,818.00        |
|                              |                       | Proveedores             | \$0.00                |
| <b>NO CIRCULANTE</b>         |                       | <b>CAPITAL CONTABLE</b> |                       |
| Mobiliario                   | \$167,516.00          | Capital social          | \$1,360,818.00        |
| Mantelería                   | \$6,220.00            | Utilidad                | \$1,030,508.12        |
| Equipo de luz y sonido       | \$75,000.00           |                         |                       |
| Equipo de mantenimiento      | \$25,000.00           |                         |                       |
| Equipo de oficina            | \$75,800.00           |                         |                       |
| Construcciones y mejoras     | \$2,500,000.00        |                         |                       |
|                              | \$2,774,536.00        |                         |                       |
| Depreciación                 | \$52,900.00           |                         |                       |
|                              | <b>\$2,721,636.00</b> |                         |                       |
| Total de Activo              | <b>\$3,752,144.12</b> | Total pasivo + capital  | <b>\$3,752,144.12</b> |

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 48:**

| <b>Balance General Año 6</b> |                       |                         |                |
|------------------------------|-----------------------|-------------------------|----------------|
| <b>ACTIVO CIRCULANTE</b>     |                       | <b>PASIVO</b>           |                |
|                              | Importe               |                         |                |
| Bancos BBVA                  | <b>\$1,056,516.44</b> | Acreedores diversos     | \$1,355,528.00 |
|                              |                       | Proveedores             | \$0.00         |
| <b>NO CIRCULANTE</b>         |                       | <b>CAPITAL CONTABLE</b> |                |

|                          |                       |                        |                       |
|--------------------------|-----------------------|------------------------|-----------------------|
| Mobiliario               | \$167,516.00          | Capital social         | \$1,355,528.00        |
| Mantelería               | \$6,220.00            | Utilidad               | \$1,056,516.44        |
| Equipo de luz y sonido   | \$75,000.00           |                        |                       |
| Equipo de mantenimiento  | \$25,000.00           |                        |                       |
| Equipo de oficina        | \$75,800.00           |                        |                       |
| Construcciones y mejoras | \$2,500,000.00        |                        |                       |
|                          | \$2,774,536.00        |                        |                       |
| Depreciación             | \$52,900.00           |                        |                       |
|                          | <b>\$2,721,636.00</b> |                        |                       |
| Total de Activo          | <b>\$3,767,572.44</b> | Total pasivo + capital | <b>\$3,767,572.44</b> |

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 49: 4.5.8 Periodo de recuperación de la inversión.**

| Año      | Flujo                  | Acumulado             |
|----------|------------------------|-----------------------|
| 0        | <b>-\$3,201,746.80</b> |                       |
| 1        | \$327,509.60           | \$327,509.60          |
| 2        | \$446,265.81           | \$773,775.41          |
| 3        | \$706,546.99           | \$1,480,322.40        |
| 4        | \$1,675,737.02         | \$3,156,059.42        |
| 5        | \$1,717,513.53         | \$4,873,572.95        |
| <b>6</b> | <b>\$1,056,516.44</b>  | <b>\$3,980,660.21</b> |

| Periodo de recuperación. |             |             |
|--------------------------|-------------|-------------|
| PR=                      | <b>5.26</b> | <b>Años</b> |

Fuente: Elaboración propia.

**La inversión se recuperará al inicio del sexto año de operaciones; esto se proyecta a 5.26 años.**

## CONCLUSIÓN

El proyecto de emprendimiento del jardín de fiestas representa una emocionante oportunidad de negocio que combina la pasión de crear experiencias memorables con una visión sólida y una estrategia bien definida. A lo largo de este proceso, hemos identificado y abordado con éxito desafíos clave, como la ubicación adecuada, la planificación de eventos, el marketing efectivo y la gestión de recursos.

El análisis de la competencia nos ha brindado una comprensión profunda de las necesidades y preferencias de nuestros clientes potenciales, lo que nos permitirá ofrecer servicios personalizados y de alta calidad. Además, se desarrollan relaciones sólidas con proveedores locales y colaboradores para garantizar la disponibilidad de los recursos necesarios para satisfacer la demanda de eventos exitosos.

La investigación en infraestructura y la decoración de las instalaciones reflejan el compromiso con la excelencia estética y la comodidad de los clientes. La estrategia de marketing incluye un plan integral de promoción en línea y fuera de línea, así como la participación activa en eventos comunitarios para construir una marca sólida y atraer un público diverso.

A lo largo del proceso, se tiene presente que la excelencia en el servicio al cliente es fundamental, y se tiene el compromiso de proporcionar experiencias extraordinarias en cada evento que se organice. La estrategia de marketing ayuda para llegar a un público diverso y atraer a clientes que valoran la calidad y la personalización.

En términos financieros, se establecen proyecciones realistas que indican un camino claro hacia la rentabilidad en los primeros 4 años de operación. Se tiene el compromiso con la gestión financiera responsable y la reinversión de los beneficios para garantizar un crecimiento sostenible.

En resumen, el jardín de fiestas es más que un lugar para celebrar ocasiones especiales; gracias al trabajo arduo, la dedicación y la planificación cuidadosa que se les brinda a los clientes para cumplir sus expectativas. Se tiene ese entusiasmo con el futuro y se espera hacer una contribución significativa a la felicidad y los recuerdos invaluables de los clientes. La aventura del negocio y llevar al jardín de fiestas al éxito, con un equipo apasionado, un compromiso inquebrantable con excelencia y una visión clara, se está listo para empacar la aventura. El camino que se tendrá por delante está lleno de oportunidades para aprovecharlas al máximo.

## **RECOMENDACIONES**

### **Investigación de mercado exhaustiva:**

Realizar un análisis detallado del mercado para comprender las necesidades y preferencias del público objetivo, identificar a los competidores directos e indirectos y estudiar las fortalezas y debilidades, y, evaluar la demanda y la saturación del mercado en la ubicación específica.

### **Ubicación estratégica:**

Elegir una ubicación que sea conveniente y accesible para los clientes potenciales y asegurarse de que la zona tenga suficiente tráfico de personas y esté cerca de áreas residenciales o comerciales.

### **Planificación y diseño de instalaciones:**

Diseñar y acondicionar el jardín de fiestas de manera atractiva y versátil para acomodar diferentes tipos de eventos y decoraciones, además de considerar espacios interiores y exteriores, así como opciones para adaptar el espacio según las necesidades de los clientes.

### **Servicios y paquetes personalizados:**

Ofrecer una variedad de paquetes de eventos que se adapten a diferentes tamaños y presupuestos, al igual de proporcionar servicios adicionales, como catering, entretenimiento y decoración personalizada, para crear una experiencia integral.

### **Marketing y promoción:**

Desarrollar una estrategia de marketing sólida que incluya presencia en línea, publicidad local, redes sociales y participación en ferias y eventos de la comunidad. Crear un sitio web atractivo y fácil de usar para mostrar las instalaciones y servicios.

### **Atención al cliente y experiencia:**

Capacitar al personal para ofrecer un servicio al cliente excepcional y amable, además, cuidar cada detalle para que los eventos seas exitosos y los clientes queden satisfechos.

#### Gestión financiera:

Llevar un registro financiero preciso y establecer un presupuesto sólido desde el principio, considerar la posibilidad de inversiones graduales para expandir y mejorar el negocio con el tiempo.

#### Cumplimiento normativo:

Asegurarse de cumplir con todas las regulaciones locales y estatales relacionadas con la operación de un jardín de fiestas, como permisos, seguros y requisitos de seguridad y salubridad.

#### Evaluación constante:

Realizar un seguimiento regular de los resultados financieros y de satisfacción del cliente, y aprender de la retroalimentación de los clientes y ajustar los servicios y estrategias en consecuencia.

#### Mantener la pasión y la innovación:

Seguir buscando nuevas tendencias en la industria de eventos y buscar formas de diferenciarse y mantener el negocio emocionante y relevante.

## Referencias

- AMAI. (2020). *Niveles Socio Económicos*. Obtenido de <https://www.amai.org/NSE/index.php?queVeo=NSE2020>
- Angulo, R. (23 de Agosto de 2018). *Plan de servicio en tu empresa: Ventajas y beneficios*. Obtenido de Click Balance: <https://clickbalance.com/blog/plan-de-servicio-en-tu-empresa/>
- Avila Angulo, E. (2021). *La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento*". Obtenido de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2521-27372021000100032#:~:text=Por%20tanto%2C%20el%20emprendimiento%20es,Stevenson%20%26%20Jarillo%2C%201990](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2521-27372021000100032#:~:text=Por%20tanto%2C%20el%20emprendimiento%20es,Stevenson%20%26%20Jarillo%2C%201990)).
- Barrerra Estrella, P., Navarrete González, J. Á., & Segura Pérez, E. (2021). *Análisis del emprendimiento en México a través de datos panel*. Obtenido de <https://investigacion.fca.unam.mx/docs/memorias/2021/7.02.pdf>
- Campo-Terera, L. (2018). Emprendimiento e innovación como motor del desarrollo sostenible. En *Revista de Ciencias Sociales XXIV(4)* (págs. 26-37). Estudio bibliométrico.
- Data México, T. (2022). *Tehuacán: Economía, empleo, equidad, calidad de vida, educación*. Obtenido de <https://datamexico.org/es/profile/geo/tehuacan?populationType=totalPopulation&timeNetTradeSelector=Year#employment>
- DELSOL, S. (2014). *Obligaciones de las empresas: ¿Cuáles son?* Obtenido de <https://www.sdelsol.com/blog/pymes/obligaciones-de-las-empresas/>
- Druker, P. (1998). *Su visión sobre la Administración, la Organización Basada en La información, La economía y La Sociedad*. Bogotá: Editora Norma.
- Española, R. A. (2022). *Diccionario de la Lengua Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/empresa>
- Estado, A. S. (2020). *Auditoría Puebla*. Obtenido de <https://www.auditoriapuebla.gob.mx/sujetos-de-revision/informes/informes-individuales/itemlist/category/244-tehuacan#:~:text=El%20municipio%20de%20Tehuac%C3%A1n%20se,'24%22%20de%20longitud%20occidental>.
- EUROINNOVA. (2023). *International online education*. Obtenido de que es la estructura de una empresa: <https://www.euroinnova.mx/blog/que-es-la-estructura-de-una-empresa>
- Federacion, D. O. (2020). *ACUERDO por el que se establecen los Lineamientos Técnicos Específicos para la Reapertura de las Actividades Económicas*. Obtenido de [https://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle\\_popup.php?codigo=5594138](https://www.dof.gob.mx/nota_detalle_popup.php?codigo=5594138)

- García del Junco, J., & Casanueva Rocha, C. (2000). *Prácticas de la Gestión Empresarial*. Mc Graw Hill.
- García Torres, M. A. (2010). En *La responsabilidad patrimonial del Estado en México: una revisión crítica* (pág. 89). México: UNAM.
- Gobierno de México, 1. (2022). *Cumplir obligaciones fiscales*. Obtenido de <https://e.economia.gob.mx/guias/cumplir-obligaciones-fiscales/>
- Gobierno de México, 1. (2022). *Emprender individualmente o en sociedad*. Obtenido de <https://e.economia.gob.mx/guias/emprender-individualmente-o-en-sociedad/>
- Hidalgo Proaño, L. F. (2014). *La Cultura del Emprendimiento y su Formación*.
- Indeed. (15 de Abril de 2023). *Contrato individual de trabajo: definición, elementos y ventajas*. Obtenido de <https://www.indeed.com/orientacion-profesional/desarrollo-profesional/contrato-individual-trabajo>
- Infoautónomos MX, 1. (01 de Octubre de 2020). *¿Cuáles son las obligaciones del patrón ante el IMSS?* Obtenido de <https://www.infoautonomos.mx/blog/cuales-son-las-obligaciones-del-patron-ante-el-imss/>
- inmaculada, A. (2020). *¿CÓMO LOGRAR LA INDEPENDENCIA ECONÓMICA?* Obtenido de <https://www.aguainmaculada.com/blog/como-lograr-la-independencia-economica/#:~:text=Se%20define%20a%20la%20independencia,sobresaltos%20que%20afecten%20su%20bolsillo.>
- Justia. (2023). *Trámites de las Empresas*. Obtenido de <https://mexico.justia.com/derecho-corporativo/tramites-de-las-empresas/preguntas-y-respuestas-sobre-tramites-de-las-empresas/#:~:text=En%20M%C3%A9xico%20para%20que%20las,actividades%20que%20realicen%20las%20sociedades>
- Kotler, P. (2009). *Principios del Marketing*.
- LFT. (2022). *Ley Federal del Trabajo*. Tirant Lo Blanch México.
- López Arellano, G. (2019). Centro de Emprendimiento y Desarrollo de Empresas Konektor. UPAEP.
- Marketing, D. d. (1999). *Diccionario de Marketing*. Cultural S.A.
- Mercedes, S. (17 de 03 de 2023). *Constitución de una empresa*. Obtenido de Guía del Empresario: <https://guiadelempresario.com/administracion/empresa/constitucion/>
- MÉXICO, ¿. V. (28 de Abril de 2023). *MÉXICO ¿CÓMO VAMOS?* Obtenido de <https://mexicocomovamos.mx/publicaciones/2021/08/crecimiento-nacional-y-estatal-de-la-economia-mexicana/>
- MÉXICO, D. (2022). *Tehuacán: Economía, empleo, equidad, calidad de vida, educación*. Obtenido de <https://datamexico.org/es/profile/geo/tehuacan?populationType=totalPopulatio>

- n&timeNetTradeSelector=Year#employment
- Michael A. Cusumano, A. (2020). *Platforms and the post-covid-19 world*. Obtenido de <https://www.linkedin.com/pulse/platforms-post-covid-19-world-colin-fairweather>
- Naciones Unidas. (2020). *Frente al COVID-19 la solidaridad significa supervivencia, el mensaje del Secretario General al G20*. Noticias ONU.
- Palacios, D. (1 de Marzo de 2023). *Los 7 Tipos de empresa y su clasificación*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/tipos-de-empresas>
- Pérez, A. (24 de Octubre de 2022). *Qué es emprendimiento: definición y perspectivas*. Obtenido de OBS Business School: <https://www.obsbusiness.school/blog/que-es-emprendimiento-definicion-y-perspectivas>
- Pérez-Rocha, L. (2011). *Federalismo fiscal en México: origen, evolución, y retos*. México: Miguel Ángel Porrúa.
- Peter, D. (1998). *Su visión sobre La Administración, la Organización Basada en la Información, La Economía y La Sociedad*.
- Ramírez Hernández, S. (2017). En *Competencias y obligaciones de los municipios en México* (pág. 40). México: UNAM.
- Reichmann, P. (2020). *Emprendimiento en México*. Obtenido de <https://www.jamexico.org.mx/post/emprendimiento-en-m%C3%A9xico>
- Rodríguez Lerma, P. (2023). *Community Engagement South Associate*.
- Romero, R. (1997). *Marketing*. Editora Palmir E.I.R.L.
- Secretaría de Gobernación, 1. (2023). *Ley de Ingresos del Estado de Puebla, para el Ejercicio Fiscal 2023*.
- Simón, A. (2008). *Diccionario de Economía* (Tercera ed.). Editorial Andrade.
- Tehuacán, H. d. (2015). *Hecho en Tehuacán*. Obtenido de [https://www.icadttotal.com/blog\\_de\\_tehuacan/cultural/el-significado-de-tehuacan-que-significa-tehuacan/](https://www.icadttotal.com/blog_de_tehuacan/cultural/el-significado-de-tehuacan-que-significa-tehuacan/)
- Timmons, J., Zacharakis, A., & Spinelli, S. (2004). *Business Plans That Work*. New York.
- Tlatoani, A. (15 de Enero de 2013). *MAPAS DE TEHUACÁN*. Obtenido de <http://academiatlatoani.blogspot.com/2013/01/mapas-de-tehuacan.html>
- Tributaria, S. d. (s.f.). *Conoce cuales son las obligaciones fiscales del Régimen de Actividades Empresariales*. Obtenido de <https://e.economia.gob.mx/guias/cumplir-obligaciones-fiscales/>
- Zambrano, J. (2023). *Milenio*. Obtenido de *A tres años de la pandemia, conforman 88% de MiPyMES ecosistema emprendedor de Puebla*: <https://www.milenio.com/negocios/en-puebla-la-mayoria-de-emprendedores-lo-conforman-las-mipymes>
- Zamora-Boza, C. (2017). *La importancia del emprendimiento en la economía*. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p15.pdf>

## ANEXOS

A continuación, se hablará sobre el acuerdo donde se establecen los lineamientos técnicos específicos para la reapertura de las actividades económicas:

Los presentes lineamientos técnicos son de aplicación general para todos los centros de trabajo, y tienen por objetivo establecer las medidas específicas que las actividades económicas deberán implementar en el marco de la estrategia general para la Nueva normalidad, para lograr un retorno o la continuidad de las actividades laborales seguro, escalonado y responsable. ( (Federacion, 2020))

De acuerdo a lo establecido en el DOF donde se establecen los Lineamientos Técnicos Específicos para la Reapertura de las actividades económicas, se mencionan los siguientes puntos:

1) Estrategia de continuidad o retorno a las actividades: una nueva normalidad:

Para hacer frente y mitigar la epidemia causada por el SARS-CoV-2, el Gobierno de México ha dado a conocer una serie de acciones de continuidad y reapertura ordenada, gradual y cauta con la finalidad de continuar en el cuidado de la salud de las personas en el ambiente laboral, y al mismo tiempo reactivar la economía.

Para llegar a esta Nueva Normalidad se definió un proceso que consta de tres etapas, de acuerdo en ((DOF), 2020) la empresa se encuentra en la fase tercera que es donde todas las empresas reinician operaciones, siempre que implementen lo establecido en los lineamientos presentes y atiendan a lo establecido.

2) Principios rectores:

En la aplicación de estos lineamientos se deberán considerar los siguientes principios que se muestra en la imagen 14, que serán necesarios para la correcta toma de decisiones y la implementación exitosa de los planes de retorno al trabajo:

## Imagen 14

### Principios rectores que son necesarios para la toma de decisiones

| PRINCIPIO |  | DESCRIPCIÓN   |
|-----------|--|---|
| 1         | Privilegiar la salud y la vida                         | Basado en el derecho a la salud de todas las personas, garantizado en el artículo 4 constitucional, y el derecho a una vida digna, hay que comprender que lo más importante son la salud y la vida de todas las personas, por lo que siempre deberán ponderarse como los elementos prioritarios.<br>Se busca no sólo que las personas trabajadoras se protejan y cuiden de sí mismas y de sus familias, sino también de mejorar la seguridad en salud de su entorno laboral y su sentido de pertenencia en la sociedad y en sus centros de trabajo, así como en la corresponsabilidad en el cuidado de la salud.  |
| 2         | Solidaridad y no discriminación                        | La solidaridad con personas empleadoras y trabajadoras sin distinción por su nivel económico, educativo, lugar de origen, sexo, género, orientación sexual, edad, estado de embarazo o condición de discapacidad o salud, será necesaria para alcanzar la reactivación económica de manera integral. Durante los niveles de alerta máximo, alto y medio, se deberá apoyar a las personas trabajadoras, en su mayoría mujeres, que tienen a su cargo a menores cuyas escuelas están cerradas por la contingencia, o bien que tienen a su cuidado a personas adultas mayores o personas con enfermedades crónicas.<br>La reanudación de actividades en los centros de trabajo deberá darse en un marco de no discriminación y con la estricta aplicación de sus derechos laborales, con independencia de su rama de actividad o sector y condición de vulnerabilidad ante la infección por el SARS-CoV-2. |
| 3         | Economía moral y eficiencia productiva                 | El regreso a las actividades laborales deberá darse en el marco de una nueva cultura de seguridad y salud en el trabajo, necesario para lograr el bienestar de personas empleadoras y personas trabajadoras y el impulso a la economía.<br>El impacto de las medidas que se implementen deberá ser perdurable, transformando los procesos productivos, promoviendo el desarrollo y la salud de las personas trabajadoras y sus familias, con un consecuente impacto en la productividad de los centros de trabajo.  |
| 4         | Responsabilidad compartida (pública, privada y social) | El desarrollo de México y la efectividad de las medidas son una tarea de todos. El proceso de reactivación económica no se entiende sin una participación coordinada de los sectores público, privado y social, en un marco de desarrollo incluyente, sin dejar a nadie atrás ni a nadie afuera, priorizando el bienestar social y transitando juntos hacia la Nueva Normalidad.  |

Fuente: (Federacion, 2020)

### 3) Categorización del centro de trabajo:

Nos menciona la (Federacion, 2020) que los centros de trabajo deberán considerar cuatro dimensiones con el fin de identificar qué medidas deberán implementar para dar cumplimiento a los presentes lineamientos: el tipo de actividades que desarrolla, el nivel de riesgo epidemiológico en el municipio donde se ubica el centro de trabajo, su tamaño y sus características.

Estrategias generales de promoción de la salud y seguridad sanitaria en el entorno laboral:

Los centros de trabajo deberán implementar obligatoriamente estrategias de control para contener la diseminación del COVID-19; esto implica la orientación, capacitación y organización de las personas trabajadoras para prevenir y controlar la propagación del coronavirus causante del COVID-19 en los hogares, de manera muy importante, en eventos sociales y durante los trayectos en el transporte público o privado que proporcione la empresa. ((DOF), 2020)

Se deberán instrumentar acciones enfocadas a reducir el riesgo de contagios, es decir, para evitar la entrada del virus en las instalaciones: como proveer dispensadores con soluciones a base de alcohol gel al 60% a libre disposición del personal en distintos puntos de trabajo. Proveer productos sanitarios y equipo de protección personal a las personas trabajadoras, incluyendo lentes protectores, contar con depósitos suficientes de productos desechables y de uso personal, procurando la limpieza continua de los mismos.

4) Vigilancia y supervisión:

Son las acciones para constatar la correcta implementación de todas las medidas en las empresas o el centro de trabajo, las cuales serán responsabilidad del comité o persona designada para estas tareas.

Verificar la provisión constante de agua, jabón y toallas desechables, y de soluciones a base de alcohol gel al 60% en todas las áreas de las empresas y centros de trabajo.

Monitorear las disposiciones que establezcan las autoridades competentes para las posibles modificaciones de las acciones a seguir en el centro de trabajo.

5) Medidas de seguridad sanitaria en el entorno laboral:

A partir de la entrada en vigor de la Nueva Normalidad el 1 de junio de 2020 no es necesario la obtención de permiso previo alguno para reiniciar o continuar operaciones, por lo que el ejercicio de autoevaluación será una herramienta de apoyo para las empresas y centros de trabajo se circunscribe al cumplimiento de las

medidas establecidas en los lineamientos, por lo que, en caso de ser inspeccionadas por la autoridad federal competente, deberán demostrar que cumplen con dichas medidas.

Las medidas de seguridad sanitaria están elaboradas de manera sencilla para que las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas puedan conocer cuales les son aplicables y con ello facilitar su cumplimiento. ((DOF), 2020)

En la imagen 15 se muestra la lista de medidas:

### Imagen 15

#### Planeación y Vigilancia de medidas para empresas micro y pequeñas

| Id                   | Medida  | Sí | No | NA |
|----------------------|---|----|----|----|
| 1<br>INDISPENSABLE   | Se designa un comité o persona responsable de la implementación, seguimiento y supervisión de las medidas para la Nueva Normalidad en el marco del COVID-19. Dicho comité o persona responsable deberá realizar las siguientes actividades: |    |    |    |
| 1.1<br>INDISPENSABLE | • Lleva a cabo la categorización del centro de trabajo, con el fin de identificar las medidas que deberán ser implementadas.  |    |    |    |
| 1.2<br>INDISPENSABLE | • Se cerciora que las estrategias generales de control son correctamente implementadas.   |    |    |    |
| 1.3<br>INDISPENSABLE | • Se mantiene informado de las indicaciones de la autoridad federal para, en su caso, comunicar a la población trabajadora sobre nuevas medidas que deban implementarse.  |    |    |    |
| 1.4<br>INDISPENSABLE | • Se identifica a la población en situación de vulnerabilidad para la implementación de las medidas de protección necesarias.   |    |    |    |
| 1.5<br>INDISPENSABLE | • Se constata la correcta implementación de todas las medidas en la empresa o el centro de trabajo  |    |    |    |

Fuente: (Federacion, 2020)

## Imagen 16

### Medidas de ingeniería o estructurales para empresas micro y pequeñas

| Id  | Medida  | Sí | No | NA |
|---|---|----|----|----|
| <b>En áreas de entrada y salida al centro de trabajo</b>  |   |    |    |    |
| 2   | Cuenta con entradas y salidas exclusivas del personal; en caso de que se cuente con un solo acceso, éste se divide por barreras físicas a fin de contar con espacios específicos para el ingreso y salida del personal.   |    |    |    |
| 3   | En caso de ser posible, cuenta en los accesos al centro de trabajo con jergas saturadas con hipoclorito de sodio al 0.5% para la limpieza de las suelas de los zapatos.   |    |    |    |
| 4   | Cuenta en los accesos con dispensadores de alcohol al 60% o gel desinfectante base alcohol al 60%.  |    |    |    |
| <b>Áreas comunes (comedores, vestidores, casilleros, cafeterías, salas de reuniones, salas de espera o área de recepción, etc.)</b> |   |    |    |    |
| 5   | Se cuenta con lavamanos con jabón, agua y toallas de papel desechable, o en su caso, con dispensadores de alcohol al 60% o gel desinfectante base alcohol al 60%.   |    |    |    |
| 6   | En áreas comunes se favorece la ventilación natural.  |    |    |    |
| <b>Área de oficinas o administrativas</b>   |   |    |    |    |
| 7   | En los espacios donde se encuentran concentrados dos o más personas trabajadoras a menos de 1.5 metros, las áreas de trabajo se encuentran delimitadas por barreras físicas protegiendo el frente y laterales del personal.   |    |    |    |
| 8   | Cuenta con señalizaciones o marcas en el piso indicando los lugares de trabajo, respetando siempre la distancia mínima entre cada puesto de trabajo de al menos 1.5 metros.   |    |    |    |
| 9   | Las personas trabajadoras cuentan con dispensadores de alcohol al 60% o gel desinfectante base alcohol al 60%.  |    |    |    |
| 10  | En áreas de oficinas o administrativas se favorece la ventilación natural.  |    |    |    |
| <b>Proceso productivo</b>   |   |    |    |    |
| 11<br><b>INDISPENSABLE</b>  | En caso de que el proceso productivo o servicio lo permita, las estaciones y áreas de trabajo se delimitan con barreras físicas, en caso contrario, las estaciones de trabajo se delimitan con señalizaciones o marcas en el piso asegurando la distancia mínima de 1.5 metros entre personas trabajadoras. |    |    |    |
| 12  | Si la estación o área de trabajo lo permite, la persona trabajadora cuenta en los accesos con dispensadores de alcohol al 60% o gel desinfectante base alcohol al 60%.  |    |    |    |
| 13  | En las áreas de proceso productivo se favorece la ventilación natural.  |    |    |    |
| <b>Sanitarios</b>   |   |    |    |    |
| 14  | Los sanitarios cuentan con lavabos en condiciones adecuadas de operación (son funcionales y cuentan con agua y jabón).  |    |    |    |
| 15  | En los sanitarios se cuenta con dispensadores de toallas de papel desechables.  |    |    |    |
| 16  | En los sanitarios se favorece la ventilación natural.   |    |    |    |

Fuente: (Federacion, 2020)

## Imagen 17

### Medidas administrativas u organizacionales para empresas micro y pequeñas

| Id   | Medida  | Sí | No | NA |
|--|---|----|----|----|
| <b>En áreas de entrada y salida al centro de trabajo</b> |   |    |    |    |
| 17<br><b>INDISPENSABLE</b>                               | Se toma la temperatura corporal al ingreso y egreso de la empresa.  |    |    |    |
| 18<br><b>INDISPENSABLE</b>                               | Cuenta con lineamientos para el control de visitas, proveedores y contratistas en materia de higiene, sana distancia y uso obligado de cubrebocas, que debe seguirse al ingreso, permanencia y salida del lugar.  |    |    |    |
| <b>Todas las áreas de trabajo</b>                        |   |    |    |    |
| 19   | Se facilita el teletrabajo a las personas que, por sus condiciones de salud, edad avanzada, estado de embarazo o lactancia, lo ameriten.  |    |    |    |
| 20   | Las reuniones de trabajo se realizan preferentemente por teléfono o videoconferencia, en caso contrario, se cuida la sana distancia, higiene respiratoria, limpieza y desinfección del lugar, mesas, sillas y objetos   |    |    |    |
| 21   | Se limita la realización de eventos sociales.   |    |    |    |
| 22<br><b>INDISPENSABLE</b>                               | Cuenta con protocolos de limpieza y desinfección diaria de áreas, superficies, objetos de contacto y de uso común, que incluyen lavar con agua, jabón, desinfectar con una solución de hipoclorito de sodio al 0.5%.  |    |    |    |
| 23   | Se realiza supervisión o verificación del cumplimiento a los lineamientos de sana distancia que deben seguir las personas trabajadoras.   |    |    |    |
| 24   | Se supervisa que las soluciones de agua y jabón no se mezclen con algún otro producto químico.  |    |    |    |
| 25   | En su caso, se supervisa que la solución de hipoclorito de sodio se prepare de manera diaria y que no se mezcle con ninguna otra sustancia química.   |    |    |    |
| 26   | Se cuida que los dispensadores de alcohol al 60% cuenten con las cantidades necesarias por turno de trabajo.  |    |    |    |
| 27   | Se supervisa que los dispensadores de toallas desechables de papel cuenten siempre con disponibilidad.  |    |    |    |
| 28   | Cuenta con el suficiente número de contenedores (botes de basura) en diversos puntos para arrojar cubrebocas usados o maltratados.  |    |    |    |
| 29   | Promueve y comunica una buena higiene respiratoria en el lugar de trabajo, tal como cubrir la boca y nariz con el codo flexionado o un pañuelo de papel al toser o estornudar.  |    |    |    |
| 30   | Recomienda a la persona trabajadora que priorice las opciones de movilidad (traslado de casa al trabajo y viceversa) que faciliten mantener la distancia interpersonal, promoviendo el uso obligado de cubrebocas y protección ocular o facial durante el trayecto. |    |    |    |
| 31   | Se informa a las personas trabajadoras que el uso de accesorios (joyería, corbatas) puede ser un reservatorio de virus y demás microorganismos.   |    |    |    |
| 32   | Se tienen lineamientos sobre no compartir entre las personas trabajadoras: celular, utensilios de cocina, EPP, papelería, plumas, etc.  |    |    |    |
| 33   | Se tienen lineamientos para que las personas trabajadoras cuiden la distancia social con sus compañeros de al menos 1.5 metros, así como en aquellos lugares donde no sea factible, se haga uso obligado de cubrebocas y protección ocular o facial.                |    |    |    |

Fuente: (Federación, 2020)

## Imagen 18

Equipo de protección personal para empresas micro y pequeñas.

| Id                         | Medida   | Si | No | NA |
|----------------------------|--|----|----|----|
| 34                         | Se le proporciona a la persona trabajadora el EPP acorde al tipo de factor de riesgo de exposición.  |    |    |    |
| 35                         | Durante el tiempo que la persona trabajadora no tiene exposición a agentes químicos contaminantes del ambiente laboral, se le proporciona cubrebocas y protección ocular y facial o se cuida la sana distancia de al menos 1.5 metros entre personas trabajadoras.                                       |    |    |    |
| 36<br><b>INDISPENSABLE</b> | Se les proporciona a todas las personas trabajadoras cubrebocas y protección ocular o facial, según lo permita el puesto de trabajo, en aquellas áreas que por su tamaño y distribución de equipos sea complejo, se mantienen distancias mínimas de al menos 1.5 metros entre las personas trabajadoras. |    |    |    |
| 37                         | Para el caso de las personas trabajadoras que tienen contacto con público, se les proporciona cubrebocas y protección ocular o facial (el protector facial u ocular puede omitirse si se cuenta con barreas físicas y se mantiene la distancia de 1.5 metros entre la persona trabajadora y cliente).    |    |    |    |
| 38<br><b>INDISPENSABLE</b> | Todas las personas trabajadoras tienen acceso a agua, jabón, toallas desechables de papel, así como a alcohol al 60% o gel desinfectante para la manipulación del equipo de protección personal.   |    |    |    |

Fuente: (Federacion, 2020)

## Imagen 19

Información y Capacitación para empresas micro y pequeñas.

| Id                         | Medida  | Si | No | NA |
|----------------------------|---|----|----|----|
| 39                         | Fomentar y brindar confianza para que el personal se retire ante la presencia de síntomas de la enfermedad, a través de la simplificación de trámites de incapacidad y la eliminación de descuentos por ausencia.   |    |    |    |
| 40                         | Se informa sobre la estrategia de retorno a actividades y la Nueva Normalidad, así como de sus implicaciones en el centro de trabajo.   |    |    |    |
| 41<br><b>INDISPENSABLE</b> | Se tiene un programa de capacitación para el personal directivo o patrones de las acciones a realizar en la empresa para prevenir y evitar cadenas de contagio por COVID-19; puede hacerse uso del material de CLIMSS que se ubica en la liga siguiente: <a href="https://climss.imss.gob.mx/">https://climss.imss.gob.mx/</a> .  |    |    |    |
| 42                         | Se capacita al personal para que pueda asumir y realizar diferentes funciones ante posible ausentismo de compañeros de trabajo, incluyendo el uso de tecnologías para el teletrabajo y apoyándose en el kit de herramientas, guía y consejos prácticos para aprovechar al máximo el teletrabajo en el enlace: <a href="https://juntosporeltrabajo.stps.gob.mx/">https://juntosporeltrabajo.stps.gob.mx/</a> |    |    |    |
| 43                         | Cuando la capacitación se realiza de manera presencial se asegura la sana distancia entre las personas trabajadoras, el uso de cubrebocas durante todo el proceso de capacitación y se provee de gel antibacterial al ingreso.  |    |    |    |
| 44                         | Se promueve entre la población trabajadora los principios rectores de este documento, con especial énfasis en la "No Discriminación", para las personas que hayan tenido COVID-19 o hayan convivido con algún familiar que lo tenga o haya tenido.  |    |    |    |

Fuente: (Federacion, 2020)

## Imagen 20

### Promoción a la salud para empresas micro y pequeñas

| Id                  | Medida  | Sí | No | NA |
|---------------------|---|----|----|----|
| 45                  | Cuenta con un programa de salud física y mental para las personas trabajadoras, referente a los cuidados de COVID-19 que incluya: un protocolo para manejo de las personas trabajadoras sospechosas, contactos, confirmados y su reincorporación laboral; así como de promoción, prevención, atención y seguimiento de los estados de salud en la población trabajadora que pueden generar complicaciones por COVID-19. |    |    |    |
| 46<br>INDISPENSABLE | Cuenta con un instrumento para identificar síntomas, contactos en el trabajo y comunitarios.  |    |    |    |
| 47                  | Cuenta con herramientas que permitan identificar personas trabajadoras con factores de riesgo para complicaciones por COVID-19. Los centros de trabajo podrán hacer uso de la herramienta en el enlace <a href="http://imss.gob.mx/covid-19/calculadora-complicaciones">http://imss.gob.mx/covid-19/calculadora-complicaciones</a>  |    |    |    |
| 48                  | Cuenta con lineamientos para la identificación de factores de riesgo psicosocial, como violencia laboral, carga mental, entorno organizacional, etc.  |    |    |    |
| 49                  | Da las facilidades para que la persona trabajadora pueda acudir a atención médica fuera de la empresa.  |    |    |    |
| 50<br>INDISPENSABLE | Cuenta con guía de actuación para los casos en que una persona trabajadora manifieste síntomas de COVID-19, con la finalidad de protegerlo, así como al resto de las personas trabajadoras y su familia, que incluya: lineamientos para manejo de personas trabajadoras sospechosas, contactos, confirmados y su reincorporación al trabajo.  |    |    |    |

Fuente: (Federación, 2020)

#### A) Promoción a la salud:

Implica la orientación, capacitación y organización de las personas trabajadoras para prevenir y controlar la propagación del coronavirus causante de COVID-19 en los hogares, y de manera muy importante, en eventos sociales y durante los trayectos en el transporte público o privado que proporcione la empresa, incluyendo las siguientes:

- ✓ Información general sobre el SARS-CoV-2 (COVID-19), los mecanismos de contagio, síntomas que ocasiona y las mejores maneras de prevenir la infección y el contagio de otras personas.
- ✓ La importancia de no acudir al trabajo o reuniones sociales en dado caso de presentar síntomas compatibles al COVID-19.
- ✓ Lavado de manos con agua y jabón, y usar soluciones a base de alcohol gel al 60%.
- ✓ La practica de la etiqueta respiratoria: cubrirse nariz y boca al toser o estornudar con pañuelos desechables o con el ángulo interno del brazo.
- ✓ No escupir, no tocarse la cara con las manos sucias.

- ✓ Limpiar y desinfectar superficies y objetos de uso común.
- ✓ Mantener sana distancia
- ✓ Establecer un programa de capacitación para el personal directivo o general sobre las acciones y medidas de prevención.
- ✓ Dar a conocer el teléfono de emergencia de la autoridad sanitaria (911).
- ✓ Protección a la salud:

#### Implementación de las medidas de sana distancia en el ámbito laboral:

- ✓ ¡Quédate en casa!  
Si se presentan síntomas de enfermedad respiratoria o relacionados con COVID-19, se deberá quedar en casa, solicitar asistencia médica y en su caso incapacidad digital.
- ✓ Sana distancia en el centro de trabajo  
Evitar el hacinamiento en espacios y garantizar la disponibilidad permanente de agua potable, jabón, papel higiénico, gel a base de alcohol y toallas desechables para el secado de manos.  
Al igual, establecer horarios alternados de comidas, baños, uso de casilleros y actividades cotidianas para reducir el contacto entre personas.  
Incrementar el número de vehículos destinados al transporte de personal, con el fin de reducir el hacinamiento y la posibilidad de contagios.
- ✓ Control de ingreso-egreso  
Establecer un filtro de acuerdo con lo establecido en el “lineamiento general para la mitigación y prevención de COVID-19 en espacios públicos cerrados” para la identificación de personas con infección respiratoria aguda. Al igual detectar a través de la temperatura corporal al personal que tengan síntomas.
- ✓ Medidas de prevención de contagios en la empresa  
Contar con dispensadores con solución a base de alcohol a libre disposición del personal, proveer productos sanitarios y de equipo de protección personas, contar con depósitos suficientes de productos desechables y de uso personal, establecer un programa de limpieza y mantenimiento.

✓ Uso de equipo de protección personal (EPP)

Los centros de trabajo deberán proporcionar equipo que permita minimizar el riesgo de infección en las personas trabajadoras en el desempeño de sus actividades. Con el fin de evitar el riesgo de contagio, las personas empleadoras deberán distribuir entre la población trabajadora con cubrebocas, protector facial o lentes de seguridad, bata y protección de ojos y cara

((DOF), 2020)

Por lo tanto, esto nos ayuda a que se cumpla el servicio en cuanto a la atención y calidad, siendo un ejemplo que las empresas relacionadas con el giro puedan poner en práctica.

Los resultados que se obtendrán nos permitirán conocer la rentabilidad del servicio, conocer cuántos eventos piden los servicios que se les ofrece y cuántos son los que prefieren seguir con lo común: sin medidas de seguridad e higiene, al igual sin los servicios internos que son el desinfectar las zonas cada cierto tiempo y lo plus, las pruebas rápidas de COVID.

La aplicación metodológica proporciona el proceso a seguir para los empresarios interesados en este tipo de negocio.

Ante la situación de pandemia que se ha vivido es importante recordar que analizar la escasez en que se desarrolla la sociedad y proponer soluciones a través de la identificación de nuevas oportunidades, e inspirando a la población a modificar su actitud hacia una mejor convivencia es lo que hace un emprendedor social (Campo-Tenera, 2018)

**Imagen 21**

Mapa de ubicación de la Ciudad de Tehuacán en el Estado de Puebla



Fuente: Mapas de Tehuacán (Tlatoani, 2013)

**Imagen 22**

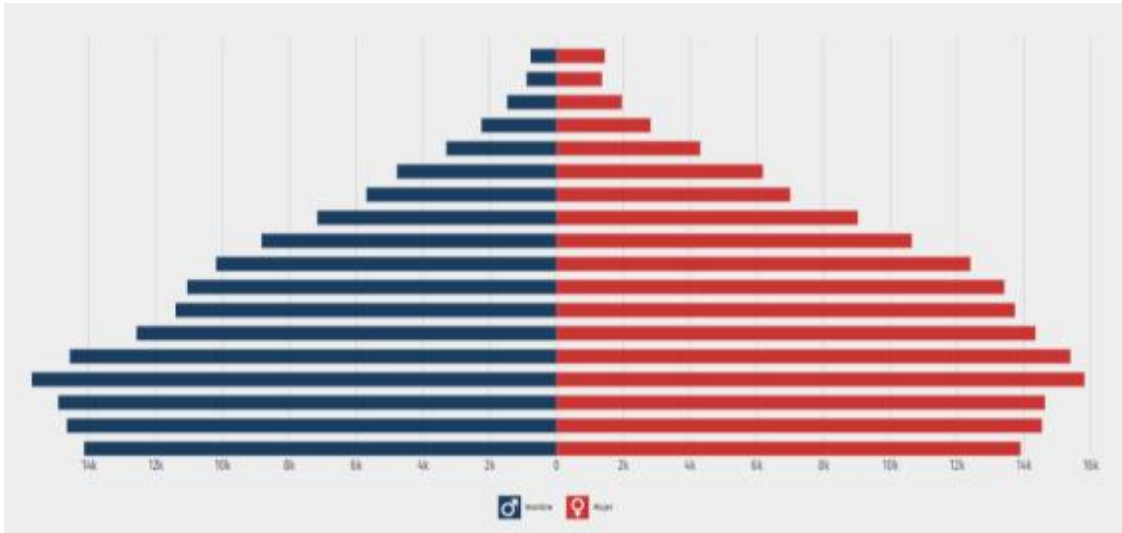
Mapa de División política de Tehuacán



Fuente: Mapas de Tehuacán (Tlatoani, 2013)

### Imagen 23

Pirámide de la población total de Tehuacán 2020



Fuente: Pirámide Poblacional (MÉXICO D. , 2022)

### Imagen 24

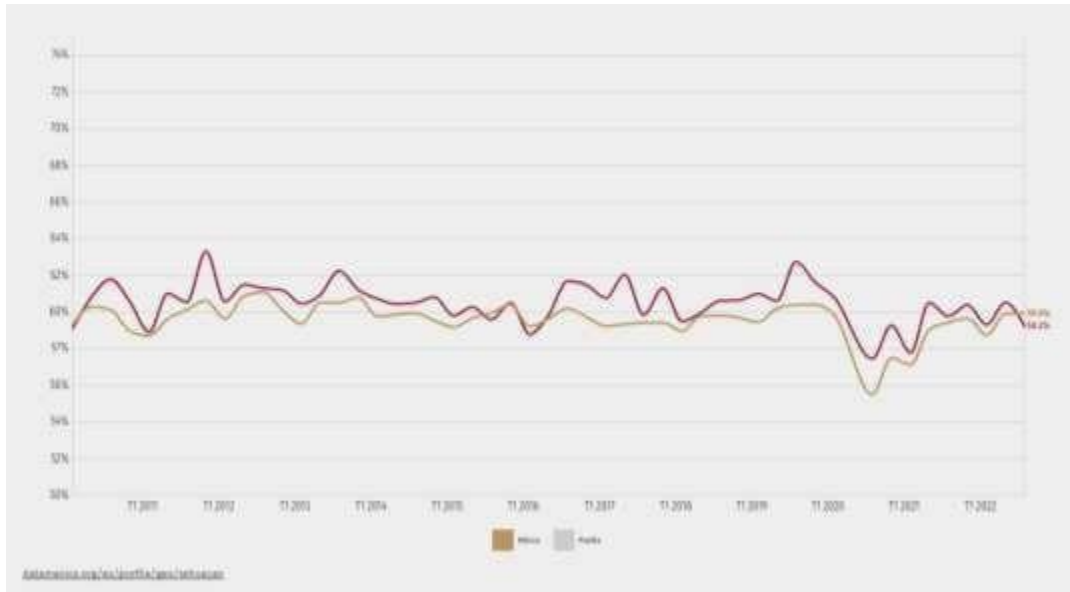
Unidades económicas según sector económico en 2020



Fuente: Indicadores económicos (MÉXICO, 2022)

### Imagen 25

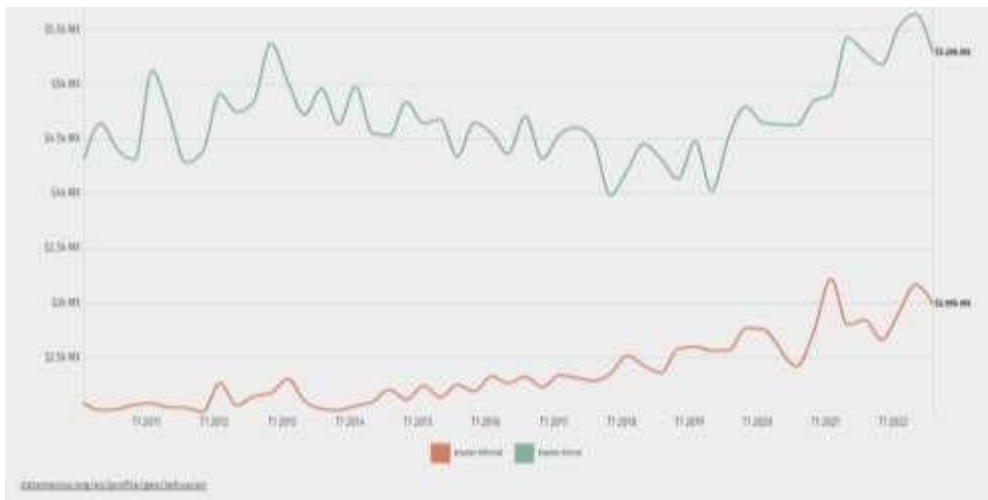
Gráfica de evolución de población en Puebla



Fuente: Población Económicamente Activa (PEA) (MÉXICO, 2022)

### Imagen 26

Gráfica de evolución del salario Promedio en Puebla



Fuente: Salarios y población ocupada (MÉXICO, 2022)

### Imagen 27

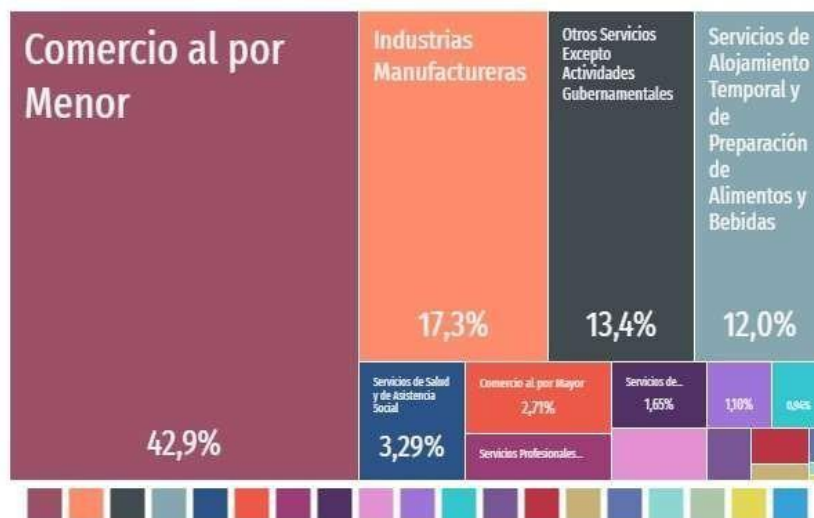
Tabla de distribución de fuerza laboral en Puebla



Fuente: Población ocupada y salarios según ocupación (MÉXICO, 2022)

### Imagen 28

Tabla de unidades económicas en 2019



[datamexico.org/es/profile/geo/tehuacan](http://datamexico.org/es/profile/geo/tehuacan)

Fuente: Unidades económicas según 2019 (MÉXICO, 2022)

**Imagen 29**  
Contrato individual

**CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO  
POR TIEMPO INDETERMINADO**

Que celebran \_\_\_\_\_ como patrón y \_\_\_\_\_ trabajador o empleado, bajo las siguientes cláusulas:

**CLÁUSULAS**

PRIMERA. - Por sus generales, los contratantes declaran lo siguiente:

PATRÓN: Nacionalidad \_\_\_\_\_; edad \_\_\_\_\_ años; sexo \_\_\_\_\_; estado civil \_\_\_\_\_; con domicilio en \_\_\_\_\_, Y el trabajador Nacionalidad \_\_\_\_\_; edad \_\_\_\_\_ años; sexo \_\_\_\_\_; estado civil \_\_\_\_\_; con domicilio en \_\_\_\_\_.

SEGUNDA. - El trabajador o empleado se obliga a prestar al patrón, bajo su dirección y dependencia, sus servicios personales como \_\_\_\_\_ debiendo desempeñarlos en \_\_\_\_\_.

TERCERA. - La duración de la jornada de trabajo será de \_\_\_\_\_ horas, por tratarse de jornada \_\_\_\_\_. El trabajador deberá entrar a las \_\_\_\_\_ para salir a las \_\_\_\_\_ horas y volver a entrar a las \_\_\_\_\_ horas para salir a las \_\_\_\_\_ horas.

CUARTA. - El salario o sueldo convenido como retribución por los servicios a que este contrato se refiere es el siguiente: \_\_\_\_\_.

Salario o sueldo fijo por \_\_\_\_\_ \$ \_\_\_\_\_.

Sometiéndose a los descuentos que deban hacerse por orden expresa de la ley del Seguro Social y de la Ley del Impuesto Sobre la Renta \_\_\_\_\_.

El pago de este salario o sueldo se hará en moneda mexicana del año corriente los días \_\_\_\_\_ de cada \_\_\_\_\_ y en \_\_\_\_\_ de conformidad con lo establecido en los artículos 101, 108, 109.

QUINTA. - El día de descanso semanal para el trabajador será el \_\_\_\_\_ de cada semana y causará salario de acuerdo con el Art. 69 de la Ley Federal del Trabajo.

SEXTA.- Quedan establecidos como días de descanso obligatorios con pago de salario íntegro los días primero de enero, el primer lunes de febrero en conmemoración del cinco de febrero, el tercer lunes de febrero en conmemoración del veintinueve de marzo, primero de mayo, dieciséis de septiembre, el tercer lunes de febrero en conmemoración del

## Imagen 30

### Contrato individual

veinte de noviembre, veinticinco de diciembre y primero de diciembre de cada seis años cuando corresponda a la transmisión del Poder Ejecutivo Federal, en términos del artículo 74 de "LA LEY"

SEPTIMA. - El trabajador o empleado disfrutará de seis días de vacaciones cuando tenga un año de servicios, que aumentará dos días laborables hasta llegar a doce, por cada año subsiguiente de servicios. Después del cuarto año, el periodo de vacaciones aumentará en dos días por cada cinco de servicios.

Estas vacaciones comenzarán cada año el \_\_\_\_\_.

OCTAVA.- El trabajador o empleado conviene en someterse a los reconocimientos médicos que periódicamente ordene el patrón, en los términos de la Frac. X del artículo 134 de la Ley Federal del Trabajo, en el concepto de que el médico que los practique será designado y retribuido por el mismo patrón.

NOVENA. - Cuando por cualquiera circunstancia el trabajador o empleado haya que trabajar durante mayor tiempo que el que corresponde a la jornada máxima legal, el patrón retribuirá el tiempo excedente con un 100% más del salario que corresponda a las horas normales, términos del artículo 67 de la Ley Federal del Trabajo. La prolongación de tiempo extraordinario que exceda de nueve horas a la semana, obliga al patrón a pagar al trabajador el tiempo excedente, con un 200% más el salario que corresponde a las horas de jornada, en términos del artículo 68 de la Ley Federal del Trabajo, sin perjuicio de las sanciones establecidas en esta Ley.

DECIMA. - Si el trabajador es mayor de 14 años, pero menor de 16, debe autorizar este contrato el padre o tutor y a falta de ellos, el Sindicato al que el trabajador pertenezca, la Junta de Conciliación y Arbitraje, el Inspector del Trabajo o la Autoridad Política de acuerdo con el Art. 23 de la Ley.

ONCEAVA. - Ambas partes convienen expresamente en someterse en caso de cualquier diferencia o controversia, al texto de este contrato y a las disposiciones del Reglamento Interior de Trabajo aprobado por la Junta Federal de Conciliación y Arbitraje, y del cual se entrega un ejemplar al empleado o trabajador en el momento de la celebración de dicho contrato.

DOCEAVA. - El Patrón se obliga a cumplir con lo dispuesto por el Artículo 132 Fracción XV en Los términos del Capítulo III bis del Título de la Ley Federal del Trabajo, que se refiere a la Capacitación y Adiestramiento de los Trabajadores, de acuerdo a los Planes y Programas que se establezcan en la Empresa.

TRESCIAVA. - Este "CONTRATO" se celebra por tiempo indeterminado según lo establece el artículo 35 de la Ley Federal del Trabajo.

Leído que fue por ambas partes este documento ante los testigos que firman, y enterados de su contenido y sabedores de las obligaciones que por virtud de él contraen, así

**Imagen 31**  
Contrato individual

como de las que la ley les impone, lo firman en \_\_\_\_\_ a los \_\_\_\_\_ días del mes de \_\_\_\_\_ quedando un ejemplar en poder del trabajador y \_\_\_\_\_ en poder del patón.

\_\_\_\_\_  
**FIRMA DEL PATRÓN**

\_\_\_\_\_  
**TESTIGO**

\_\_\_\_\_  
**EMPLEADO:**  
Declaro que recibí una copia del presente contrato

\_\_\_\_\_  
**TESTIGO**

\_\_\_\_\_  
**TESTIGO**

