



EDUCACIÓN
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



TECNOLÓGICO
NACIONAL DE MÉXICO

Instituto Tecnológico de Pabellón de Arteaga
Departamento de Ciencias Económico Administrativas

PROYECTO DE TITULACIÓN

*CREACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS ORIENTADO AL DISEÑO Y MEJORA DEL
SERVICIO TURÍSTICO*

PARA OBTENER EL TÍTULO DE
INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

PRESENTA:

MARICELA GUADALUPE LUCIO MACIAS

ASESOR:

M.C.E HÉCTOR CASTORENA ESPARZA

Junio



CAPÍTULO 1: PRELIMINARES



2. AGRADECIMIENTOS

En primer lugar quiero agradecer a mis padres por cada sacrificio que hicieron y por darme la oportunidad de seguir estudiando para poder obtener un título universitario, a mis hermanos por apoyarme durante mi carrera y a motivarme en momentos difíciles.

También quiero agradecer a mis compañeros que siempre me apoyaron incluso en momentos muy difíciles para mí, por ayudarme y explicarme de la mejor manera cuando algo se complicaba, gracias a ellos por crear un compañerismo tan grande en donde nos mantuvimos agarrados de la mano para llegar a un mismo objetivo.

A mis profesores por darme las herramientas necesarias para aprender lo mejor durante mis años de estudio, por entregarse tanto y darme consejos de cómo mejorar día con día. Gracias al director de la institución por darnos oportunidades universitarias para desarrollarnos en diferentes ámbitos, a mis asesores durante mi residencia por guiarme y ayudarme de la mejor manera.

Por último pero no menos importante gracias a todas las personas que creyeron en mí y no me dejaron desistir, ya que siempre me proponía en terminar mi carrera y demostrarles de lo que soy capaz.

Att. Maricela Guadalupe Lucio Macias.

3. RESUMEN.

Durante seis meses se va integrando al mundo laboral para así poner en práctica todo lo aprendido durante la carrera de estudio.

En el siguiente documento se encontrará información acerca de un plan de negocios, con la finalidad de optimizar y generar los datos necesarios para dar a conocer la forma de trabajo de la sociedad a todos los colaboradores y personas que forman parte de esta.

Consiste en un documento escrito en el que se detallan todos los aspectos relativos a un determinado negocio, incluyendo en aspectos como los objetivos, metas y estrategias que sirvan de apoyo para cumplir con los objetivos previamente planteados. También se detallan antecedentes y áreas que conforman a la sociedad tales como administración, operación, finanzas y mercadotecnia.

Dicho plan de negocios debe contar con una estructura simple, breve y clara que permita ser seguido fácilmente y con una sencilla comprensión para toda persona involucrada.

Se enfoca en la mejora de una organización, ya que sirve como base para poder evitar errores e identificar oportunidades analizando y evaluando aspectos importantes de esta.

Con la implementación del plan de negocios se pretende describir que hace diferente a la sociedad de la competencia, en este caso se describe a la sociedad de turismo como un servicio seguro y accesible, generando todo lo necesario para contar con una buena seguridad para los futuros clientes, tomando en cuenta capacitaciones y equipo necesario para lograr llegar al objetivo principal.

ÍNDICE.

CAPÍTULO 1: PRELIMINARES.....	2
2. Agradecimientos	III
3. Resumen.....	IV
4. Índice.....	V
Lista de tablas.....	6
Lista de figuras.....	6
CAPÍTULO 2: GENERALIDADES DEL PROYECTO	6
5. Introducción	7
6. Descripción de la empresa u organización.....	8
7. Problemas a resolver.....	11
8. Justificación	12
9. Objetivos	13
CAPÍTULO 3: MARCO TEÓRICO.....	14
10. Marco teórico (Fundamentos teóricos).....	14
CAPÍTULO 4: DESARROLLO.....	20
11.- Procedimiento y descripción de las actividades realizadas.....	20
Cronograma de actividades.	26
CAPÍTULO 5: RESULTADOS	27
12. Resultados.....	28
CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES.....	54
13. Conclusiones del proyecto.	54
CAPÍTULO 7: COMPETENCIAS DESARROLLADAS.	55
14. Competencias desarrolladas y/o aplicadas.	55
CAPÍTULO 8: FUENTES DE INFORMACIÓN.....	56
15. Fuentes de información.....	56
CAPÍTULO 9: ANEXOS.....	57
16. Anexos.	57

LISTA DE TABLAS.

Tabla 1: Cronograma de actividades.....	26
Tabla 2: Requisitos de puestos.....	32
Tabla 3: Programa de capacitación.....	35
Tabla 4. Servicios de la sociedad.....	40
Tabla 5. Posible competencia.....	40
Tabla 6. Presupuesto de inversión directa.....	53
Tabla 7. Presupuesto de inversión indirecta.....	53

LISTA DE FIGURAS.

Ilustración 1: Modelo de plan de negocios.....	16
Ilustración 2: Consejos al aplicar una encuesta.....	19
Ilustración 3: Logo de la sociedad.....	28
Ilustración 4: Localización de la presa.....	42
Ilustración 5: Localización del comercio.....	43
Ilustración 7: Lanchas.....	44
Ilustración 8: Localización de restaurantes.....	44
Ilustración 9. Balsa inflable.....	47
Ilustración 10: chaleco salvavidas de niño.....	47
Ilustración 11: Chaleco salvavidas adulto.....	48
Ilustración 12: Aro salvavidas.....	48
Ilustración 13: Luz bengala.....	48
Ilustración 14: Botiquín primeros auxilios.....	49
Ilustración 16: Megáfono.....	49
Ilustración 17: Zapatos de seguridad.....	50
Ilustración 18: Carta de aceptación.....	57

CAPÍTULO 2: GENERALIDADES DEL PROYECTO

5.- INTRODUCCIÓN

En la actualidad el ramo turístico es uno de los aspectos importantes para la economía del país, ya que contribuye al impulso de otras actividades complementarias y al desarrollo regional.

El turismo representa una gran oportunidad para regiones que se han visto al margen de los procesos de integración económica y de atracción de capitales, o incluso, para ciudades o regiones que ven amenazados sus sectores productivos tradicionales y que pueden encontrar en el turismo una actividad que, a diferencia de otras, crea mayores vínculos intersectoriales y puede contribuir sostener la economía local.

La función principal de las empresas turísticas es prestar un buen servicio personal a otras personas. Para conseguir los mejores resultados en cuanto a la satisfacción de los clientes es importante formar a empleados muy bien capacitados.

Con el fin de orientar a la sociedad se debe redactar un plan de negocios ya que además de ayudar a la formación de la sociedad ayudará a cumplir con los objetivos de mejora.

Con el objetivo de implementar herramientas creando la visión general de la sociedad dentro de las directrices que se marcan en el plan de negocios según Longenecker, todo con la idea de estudiar su viabilidad económica o técnica, es decir, se plantea si en la consecución de los objetivos es posible traducir el trabajo en beneficios, en el tiempo estipulado por la sociedad y si se tienen los medios suficientes para ponerlo en marcha. En este caso se debe tomar la información necesaria para la creación del proyecto y darla a conocer para la implementación de este y un futuro seguimiento por parte de los colaboradores.

6. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA U ORGANIZACIÓN.

LANCHEROS DE LA PRESA CALLES S.C DE R.L. DE C.V.

“LANCHEROS DE LA PRESA CALLES” denominación que deberá ir seguida de las palabras SOCIEDAD COOPERATIVA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA DE CAPITAL VARIABLE, o de su abreviatura S. C. DE R.L. DE C.V. que indica su naturaleza, es una sociedad básicamente dedicada a brindar servicio turístico en el municipio de San José de Gracia, Aguascalientes.

Los “LANCHEROS DE LA PRESA CALLES” surgieron como una necesidad para atender a los turistas que acudían a visitar al Cristo Roto de la Isla. La cual se encuentra edificada en el corazón de la Presa Presidente Calles, en el municipio de San José de Gracia, Aguascalientes, en México. Mide 25 metros y está montada en una base de 3 metros de concreto premezclado y acero reforzado dando un total de 28 metros de altura.

Misión

Somos una sociedad dedicada a brindar servicios turísticos. Contamos con personal capacitado para ofrecer un buen servicio enfocados en la satisfacción del cliente.

Visión

Hacer de nuestra sociedad, una sociedad productiva y sustentable, conservando nuestros principios y satisfaciendo las necesidades de los clientes: lograr posicionar nuestra sociedad como la mejor del municipio de San José de Gracia y del estado.

Dentro de la sociedad se cuenta con cuatro áreas diferentes, área administrativa, área de finanzas, área de mercadotecnia y la de servicios, las cuales se encargan de dirigir a los diferentes negocios que se encuentran en dicha presa ya sean restaurantes, tiendas y lancheros.

La sociedad tiene por objetos

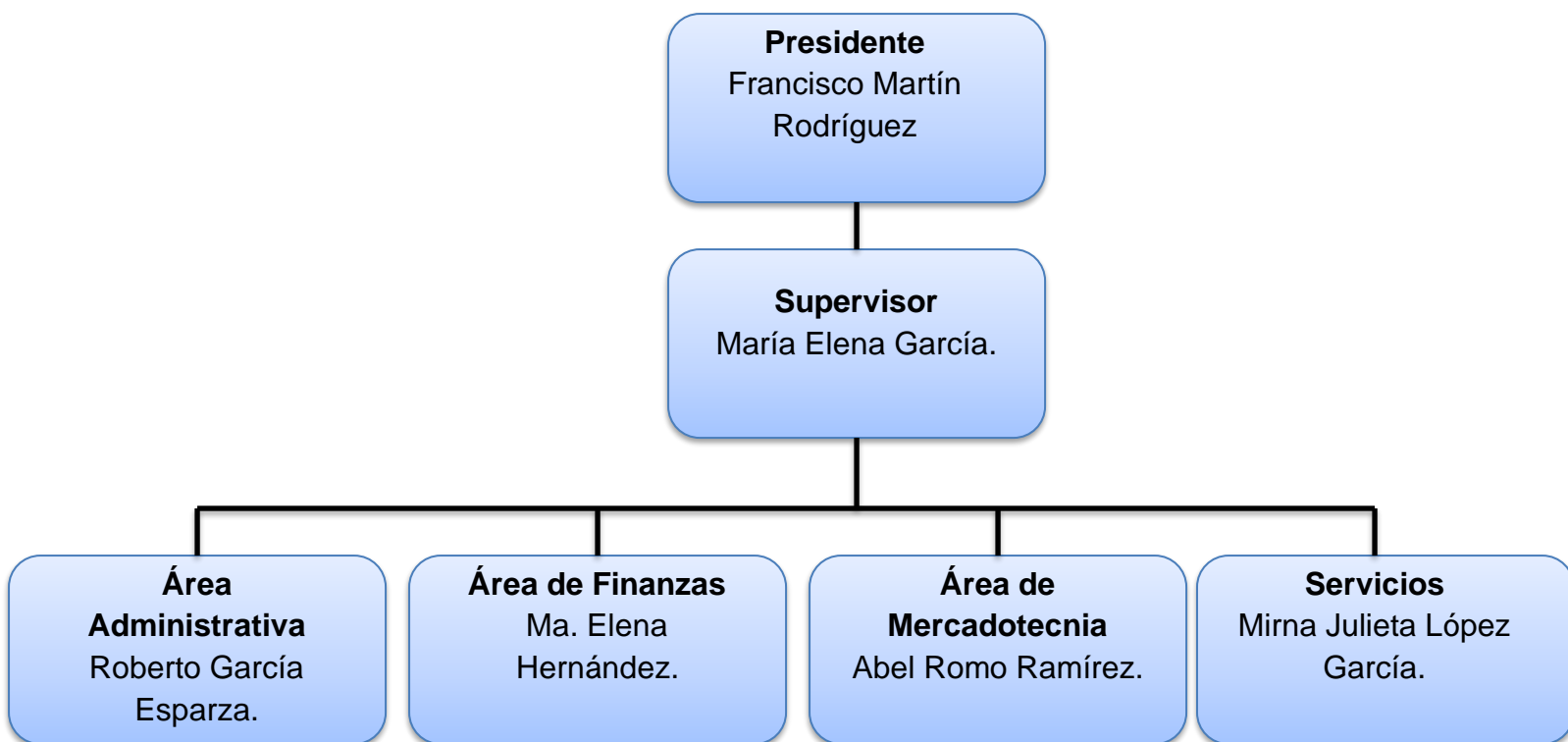
- a).- Brindar servicios turísticos, paseos en lanchas, motos acuáticas, paseos en bananas.
- b).- Servicios de restaurantes.
- c).- Recibir, distribuir créditos entre los socios y para la sociedad.
- d).- Participar en obras de conservación de los recursos naturales.
- e).- Comercializar todo tipo de productos y servicios que genere la sociedad.
- f).- Fortalecer la organización de los miembros que la forman con el fin de elevar su nivel de vida, obtener un desarrollo integral de la región.
- g).- Desarrollar actividades que generen y fortalezcan el bienestar social, la agrupación de procesos productivos y la comercialización por parte de los socios.
- h).- Allogarse a los recursos económicos, muebles e inmuebles, maquinaria y la contratación de créditos necesarios para la mejor realización de su objeto social.
- i).- Ofrecer servicios y medios de capacitación a los socios.
- j).- Promover la creación y desarrollo de todo tipo de proyectos económicos.
- k).- Diseñar, prever, construir, elaborar y administrar todo tipo de obra en beneficio social y cooperativo.
- l).- Realizar investigaciones y prácticas que mejoren la productividad y bienestar social de los socios.
- m).- Producir y publicar materiales gráficos, audiovisuales de computación y comunicación en general que apoyen la capacitación y difusión para la solución de los problemas.

El área o departamento donde estaré a cargo del proyecto será en el área de administración, ya que se estará desarrollando un plan de negocios orientado al diseño y mejora del servicio turístico con el objetivo de ayudar a la organización a que pueda emprender de una manera rápida y sencilla. Realizando desde el objetivo de la asociación, plan de contratación, requisitos de los futuros empleados y de los actuales, tendencias del mercado, clientes potenciales, etc.

También se analizará y elaborarán estrategias que se deban de ejecutar para lograr el éxito de la sociedad identificando sus necesidades principales para después comenzar a desarrollar el plan de negocios.

Dentro del puesto administrativo estaré analizando la forma de trabajo de la sociedad para posteriormente desarrollar actividades de investigación de mercado las cuales me ayuden a conocer las necesidades de los clientes, así como a la elaboración de diferentes documentos solicitados por el presidente o supervisores, elaboración de especificaciones y supervisión a los empleados, apoyo en juntas al presidente o encargados de área.

Organigrama



7.- PROBLEMAS A RESOLVER.

Como primer punto se planteó analizar la sociedad para después poder identificar las necesidades que se presentaban y así dar solución mediante el uso de diferentes herramientas y/o estrategias. Uno de los problemas y el más importante es el deficit que se tiene dentro de la administración, la cual impedia tener un crecimiento dentro del ramo turístico y como tal un deficit en diferentes áreas dentro de esta.

Actualmente en “LANCHEROS DE LA PRESA CALLES” no se cuenta con la administración correcta y con la cual la empresa pueda identificarse y planterse una meta final, incluyendo a esto que el personal no conoce la información necesaria y básica de dicha asociación.

Dentro de las diferentes áreas no se tiene un documento donde se vaya planteando un seguimiento de lo que se deba hacer, así como los requerimientos del personal y/o servicios brindados por parte de la asociación.

Indicando así los problemas específicos que se tiene dentro de la sociedad, poniendo como prioridad la solución a la falta de organización y especificaciones dentro de cada puesto, enseguida plantear una meta como ya se menciona anteriormente, redacción de misión y visión de la sociedad, planteamiento de los objetivos específicos, identificación de las necesidades en cada área y redacción específica según corresponda ya que no se cuenta con los puntos importantes de cada puesto para poder medir el crecimiento de la sociedad.

8.- JUSTIFICACIÓN

“LANCHEROS DE LA PRESA CALLES” es la única sociedad encargada de dirigir y controlar todos los negocios del área turística de San José de Gracia, por lo tanto es importante dar solución al problema presentado dentro de la administración creando y aplicando un Plan de Negocios ya que en el se describe ampliamente a la sociedad, así como diferentes puntos que son importantes a considerar para el personal, ya que no conocen varios aspectos de dicha sociedad.

Los beneficios que brindará el plan de negocios son varios, como primer punto está el dar un orden a cada área, dar a conocer la información a todo el personal involucrado para que puedan llegar a un mismo objetivo. En cuanto a objetivos monetarios se pretende disminuir la rotación del personal para no estar afectando tanto el área de finanzas como el buen servicio que se brinda en la presa creando un protocolo de contratación. También se mejorará el servicio creando una satisfacción al cliente alta, capacitando al personal mediante diferentes aspectos planteados en el plan de negocios.

9.- OBJETIVOS

Objetivo general:

Creación de un plan de negocios orientado al diseño y mejora del servicio turístico.

Objetivo específico:

- Involucramiento del personal.
- Capacitación adecuada del personal mediante los puntos establecidos en el plan de negocios.
- Correcta organización de los mandos.
- Planteamiento de las tareas específicas para cada mando.
- Mejorar la atención al cliente.
- Posicionarse como sociedad atractiva en turismo.
- Aumentar el número de visitantes anualmente.
- Formar a todas las áreas para ser más competitivas.
- Conocer gustos y preferencias del cliente.
- Disminuir el índice de rotación de los empleados.
- Fomentar el trabajo en equipo a través de dinámicas.

CAPÍTULO 3: MARCO TEÓRICO.

10. MARCO TEÓRICO (FUNDAMENTOS TEÓRICOS).

El presente trabajo consiste en la elaboración de un plan de negocios para el mejoramiento del servicio turístico en San José de Gracia, Ags. Así mismo mejorando la forma de trabajo mediante diferentes lineamientos que formaran parte del plan de negocios identificando a la sociedad y sus necesidades.

Visualizar un negocio el cual pueda cumplir con los puntos clave y las necesidades por parte del todo el personal así como también de los clientes potenciales no es una parte sencilla por lo cual los planes de negocios han sido creados para ayudar a los emprendedores a dar una mejor orientación a las ideas y poder plasmarlas de forma correcta para así darle a la empresa mayores posibilidades de éxito. La mayoría de la información será recabada mediante encuestas que ayudan al mejoramiento de dicho servicio desde el personal involucrado hasta los clientes.

Plan de negocios según diferentes autores:

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

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

(Siegel, 1993). Un plan de negocios tiene 3 definiciones.

- Primero, y la más importante, es un plan que se puede utilizar para darnos idea de cómo debe ser dirigido el negocio. Brinda la oportunidad de afinar estrategias y cometer errores en papel, en vez de hacerlas en el mundo real examinando a la empresa desde todas las perspectivas, tales como mercadotecnia, finanzas y operaciones.
- Segundo, un plan de negocio es una herramienta retropectiva, contra la cual el administrador puede determinar el funcionamiento real de una empresa en un cierto plazo. Por ejemplo, la parte financiera de un plan se puede utilizar como base para un presupuesto de funcionamiento, y se puede supervisar cuidadosamente para considerar que tanto el negocio se está apegando a ese presupuesto.
- Tercero, un plan de negocio sirve para mostrar a la gente lo que realmente le interesa de un negocio, es decir, la forma en la que se va a obtener utilidades. La mayoría de los inversionistas no pondrán su dinero en un negocio sin ver antes un plan.

Elementos de un plan de negocios

Aunque el plan de negocios para cada nueva aventura es exclusivo y no hay un solo formato o fórmula que puede garantizar el éxito, hay directrices que pueden seguir un empresario potencial en la preparación de su plan. La mayoría de los planes de negocios muestra similitudes considerables en su contenido básico.

(LONGENECKER, 2001)

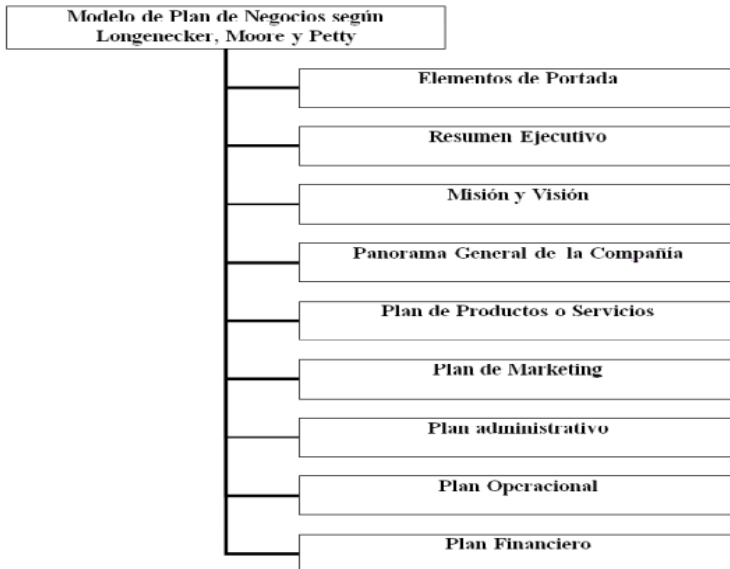


Ilustración 1: Modelo de plan de negocios.

Plan de productos y servicios.

Como su nombre lo revela, el plan de productos o servicios estudia los productos o servicios que se ofrecerán a esos clientes de la empresa.

Plan de mercadotecnia.

Como se comentaba antes los inversionistas y acreedores potenciales le dan una alta prioridad a las consideraciones del mercado. No desean invertir en un producto que esté bien trabajado, pero que rechacen los clientes. Por tanto, el plan de mercadotecnia debe identificar los beneficios para el usuario y el tipo de mercado que existe.

Plan de administración.

Los inversionistas potenciales buscan compañías bien administradas. De todos los factores que consideran, la calidad del equipo de administración es fundamental; es incluso más importante que la naturaleza del producto o servicio. Describe el personal de la empresa y sus características principales para poder desempeñar cada puesto designado, formas de reclutamiento y selección del personal.

Plan de operaciones.

En plan de operaciones ofrece información sobre la forma en que el producto se fabricará o el servicio se proporcionará; su importancia varía de empresa a empresa.

Plan financiero.

El análisis financiero constituye otra pieza decisiva del plan de negocios; se incluye en la sección del plan financiero: los estados proforma, que son proyecciones de los estados financieros de la compañía. Se presentan aquí para los próximos cinco años o más.

(LONGENECKER, 2001)

Ventajas.

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

(COBAEH, 2013)

Desventajas

Por otra parte es necesario señalar que siempre está presente en todo negocio el riesgo y la incertidumbre asociados con el éxito o fracaso del mismo. La planificación contribuye a resolver un número importante de problemas que tienen las pequeñas y medianas empresas, como por ejemplo:

1. Falta de capital de inversión y acceso a las fuentes de financiamiento.
2. Prever situaciones que afectan la rentabilidad.
3. Introducir en forma eficaz nuevos productos y servicios al mercado.
4. Establecer y aplicar normas de producción y control de calidad.
5. Falta de estrategias de marketing.

(COBAEH, 2013)

INTRODUCCIÓN A CONCEPTOS BÁSICOS.

Visión:

La visión de una organización describe hacia dónde se dirige la empresa, responde a la pregunta ¿Qué será de la empresa en el futuro? ¿A dónde quiere llegar la organización?. Describe lo que se está construyendo y por lo que en un periodo de tiempo quiere ser reconocida o referente.

(Rocancio, 2019)

Misión:

La misión es la declaración del propósito y enfoque de la organización, es una breve descripción de ¿por qué existe. Explica qué hace la compañía, a quién le sirve y qué la diferencia de los competidores. Se utiliza para proporcionar orientación, dirección e inspiración a los empleados, mientras que les dice a los clientes qué esperan del negocio.

(Rocancio, 2019)

Sociedad cooperativa:

Las Sociedades Cooperativas son entidades constituidas por personas que se asocian, con libertad de adhesión y posibilidad de baja voluntaria, en áreas de realizar actividades de tipo empresarial, las cuales se encuentran encaminadas a satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas y sociales, a través de una estructura y funcionamiento democrático.

(Marrero, 2016)

Encuesta:

Las encuestas son un método de investigación y recopilación de datos utilizadas para obtener información de personas sobre diversos temas. Las encuestas tienen una variedad de propósitos y se pueden llevar a cabo de muchas maneras dependiendo de la metodología elegida y los objetivos que se deseen alcanzar.

(QuestionPro)

Consejos al aplicar una encuesta



Ilustración 2: Consejos al aplicar una encuesta.

Estudio de mercado:

El estudio de mercado es la investigación que realizamos para conocer la respuesta de los clientes y de la competencia antes del lanzamiento de un producto o servicio.

También, sirve para hacer mejoras en los aspectos del proceso de ventas (precio, calidad o características del producto, distribución y publicidad) y así aumentar el número de clientes.

(Silva)

Políticas.

Cuando se habla de las políticas de una empresa, o también de su política organizacional, se hace referencia a un sistema estructurado y deliberado de principios que orientan la toma de decisiones de la empresa y que aspiran a lograr resultados racionales.

(Raffino, 2020)

CAPÍTULO 4: DESARROLLO.

11.- PROCEDIMIENTO Y DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS.

Se inicio el Plan de negocios primeramente analizando a la sociedad junto con el asesor externo C. Francisco Martín Rodríguez Ramírez presidente de “LANCHEROS DE LA PRESA CALLES S.C DE R.L DE C.V. “ para así concordar el rumbo que tomaría dicha sociedad.

Se informó a cada encargado de área para que así estuvieran más involucrados y pudieran dar opiniones sobre la forma de trabajo, una vez analizada la información recabada se inició con la redacción formal del plan de negocios, desarrollando cada apartado con la ayuda de algunas herramientas de recabación de datos.

PLAN DE NEGOCIOS

Resumen ejecutivo.

El resumen ejecutivo es una descripción global sobre los “LANCHEROS DE LA PRESA CALLES”, describiendo y atrayendo a los empleados o inversionistas. Ofreciendo un panorama general sobre lo que trata el plan de negocios, en este caso tomando en cuenta la principal atracción del lugar.

Planeación general y estratégica.

Dentro de la planeación general y estratégica se establecerá la misión y visión de la sociedad, basadas en las metas que se quieren alcanzar por medio de una explicación concisa y bien definida, los elementos comunes incluyen una descripción de los servicios que se ofrecen. Por otra parte se redactará la filosofía de la sociedad definiendo cuáles son las prácticas que utiliza el negocio para alcanzar los objetivos planteados.

Panorama general de la compañía.

Dentro del panorama general de la compañía se va a definir el giro de la sociedad, dar una pequeña introducción sobre que es lo que “LANCHEROS DE LA PRESA CALLES” va a brindar a sus futuros clientes basandose en los documentos previos, tomando en cuenta aspectos legales y metas a corto plazo.

Metas a corto plazo:

Establecimiento de metas a corto plazo según el orador motivacional y por lo menos ocho libros de autoayuda Hilar Hinton “Zig” Ziglar para la realización de un determinado objetivo.

Políticas generales:

Definición de las políticas generales basandose en emprende pyme, con el objetivo de conseguir la mejor gestión que permita obtener grandes resultados, ya que éstas son necesarias para dicha sociedad.

Plan administrativo.

En este apartado se debe de incluir el personal necesario para la sociedad, así como sus funciones, el planteamiento de las metas mensuales dentro del plan administrativo, las políticas, capacitaciones y las necesidades que éstas conllevan.

Políticas:

Establecimiento de políticas según la Ley Federal del Trabajo sobre algunas conductas que se tomarán en cuenta para los empleados de la sociedad. Se basó en algunas normas de conducta empresarial.

Para cada puesto se establecerán los requisitos más importantes para la contratación del personal y así poder disminuir la rotación dentro de la sociedad.

Dependiendo del desempeño dentro de la sociedad y de la iniciativa, se podrá colocar al empleado en un mejor puesto, otorgarle un mejor sueldo u obtener respectivos incentivos.

Bienestar del trabajador.

Se estará pagando según el puesto de cada empleado y correspondiendo a lo estipulado en la Ley Federal del Trabajo según el Artículo 90, el salario mínimo es la cantidad menor que debe recibir en efectivo el trabajador por los servicios prestados en una jornada de trabajo.

La tarea de crear una buena atmósfera en el trabajo depende en buena medida de la dirección de la compañía, por lo cual se tomará de guía la norma ISO 45001, la cuál es la norma internacional para sistemas de gestión de seguridad y salud en el trabajo, destinada a proteger a los trabajadores y visitantes de accidentes y enfermedades laborales para disminuir los accidentes, reducir o eliminar los peligros y mejorar el desempeño.

Necesidades de capacitación.

Dentro del área de recursos humanos existirá una persona que los dirija y oriente en los distintos trabajos que se realizarán dentro de la asociación, estipulada por la Ley Federal del Trabajo en su artículo 153-E, con ayuda de las Comisiones Mixtas de Capacitación, Adiestramiento y Productividad que deberán proponer las medidas acordadas, con el propósito de impulsar la capacitación, medir y elevar la productividad, así mismo mediante las capacitaciones de CODESPA.

Aspectos laborales:

Aspectos como políticas de evaluación del personal, salario, retardos y faltas serán estipulado conforme a la Ley Federal del Trabajo.

Selección del personal.

Mediante el formato de la escuela de negocios (eoi) Máster en Gestión Estratégica de Recursos Humanos se dará seguimiento y cumplimiento a las metas establecidas

conforme a la correcta selección del personal usando las herramientas que ahí se planteen.

Plan de mercadotecnia.

Dentro del plan de mercadotecnia se debe definir el número de visitantes por un tiempo definido por la empresa, así como las estrategias de ventas y de establecimiento de la sociedad dentro del mercado potencial.

Políticas:

Se deberán de atender los lineamientos generales y necesarios para las campañas de comunicación social basadas en el manual de políticas y procedimientos de la coordinación general de comunicación dentro del FCE (Fondo de Cultura Económica). El FCE concentró una parte sustantiva de sus esfuerzos en la distribución y venta de libros, incorporando paulatinamente, desde los años cuarentas, las mejores técnicas para la promoción comercial.

Ofrecer productos de calidad basados en la norma FDA (food and drugs administration). También se brindará un buen servicio respecto a la NOM-011-TUR-2011 (Requisitos de seguridad, información y operación que deben de cumplir los prestadores de servicios turísticos de Turismo de Aventura).

Dirección

Definir el tipo de liderazgo según el autor Kurt Lewin, ya que durante 1939 y años posteriores realizó los primeros estudios dirigidos a identificar los estilos de liderazgo.

Realizar un análisis sobre cuáles son los principales servicios que se brindarán dentro de la sociedad y posteriormente realizar una evaluación representada en porcentajes para saber cuál de los servicios es más importante y elegido por los clientes.

Así mismo realizar un análisis sobre los posibles competidores para asociación y verificar cual sería el segmento de mercado turístico como una herramienta estratégica para así

poder obtener una imagen clara del perfil turista mediante el libro de Mercadeo Aplicado al Turismo (Mario Socatelli Porrás).

Descripción de la zona turística mediante la elaboración de un Layout.

Plan de operación.

En este apartado se ofrece información sobre la forma en que se brindará el servicio, analizar los aspectos como la ubicación y los puntos importantes para los clientes y sociedad.

Definición del objetivo y meta de la sociedad sobre la cantidad de visitantes durante un lapso de tiempo, así como las políticas que se deben seguir para brindar un servicio de calidad mediante la OCDE Estudios en Turismo, Estudio de Política Turista en México (Resumen Ejecutivo, Evaluación y Recomendaciones).

Descripción del equipo de seguridad que deberá usarse en las lanchas para así garantizar un buen servicio y viaje por parte de toda la sociedad mediante la orden FOM/1144/2003, de 28 de abril, por la que se regulan los equipos de seguridad, salvamento, navegación y prevención.

Plan financiero.

El análisis financiero constituye otra pieza fundamental para el plan de negocios, en este se enfocará en mejorar el servicio turístico en la parte de seguridad para los clientes y los empleados en las lanchas.

Plantear el objetivo y meta del plan financiero mediante el saldo disponible para una buena operación.

Establecer las políticas mediante la Guía de Orientación de Políticas Públicas (Estrategias Nacionales de Desarrollo) . las políticas financieras son necesarias para asegurar la disponibilidad de financiación a costos compatibles con los rendimientos

esperados en los sectores, proyectos y agentes claves desde el punto de vista del desarrollo.

Asesorar sobre los préstamos que se otorgan a Pymes mediante el Gobierno de México en el Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario (PRONAFIM) de la Secretaría de Economía para impulsar a que los y las microempresarias emprendan, desarrollen y consoliden sus negocios.

Crear un plan de presupuesto sobre las inversiones del equipo de seguridad que se necesita para los clientes y empleados, así como en las capacitaciones necesarias para otorgar un buen servicio.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.

Actividades por quincena	Ago.- 1	Ago.- 2	Sept.- 1	Sept.- -2	Oct.- 1	Oct.- 2	Nov.- 1	Nov.- 2	Dic.- -1
Identificación de necesidades.									
Investigación sobre documentos previos.									
Creación de la introducción al plan de negocios.									
Elaboración del plan administrativo.									
Elaboración del plan de mercadotenia.									
Elaboración del plan de operación.									
Elaboración del plan de finanzas.									
Dar a conocer la información.									

Tabla 1: Cronograma de actividades.

CAPÍTULO 5: RESULTADOS

Dentro de la sociedad es muy importante llevar a cabo una buena organización y planeación sobre las áreas involucradas para así generar un excelente control en cada una de ellas de lo contrario las ganancias se verían afectadas. Lancheros de la Presa Calles carecía de dirección al no contar con una buena distribución y forma de trabajo ya que constantemente se presentaban problemas por parte de los empleados al no respetar a los encargados de cada área. Desde el momento en que se creó el organigrama se pudo generar la comunicación ya que cada empleado sabía a quien debía dirigirse de manera jerárquica.

La sociedad no contaba con un plan de negocios, solamente se tenía un documento el cual describía el año de creación, encargados y algunos de los objetivos que se consideraron al momento de crearla por lo cual se optó por realizar dicho plan de negocios en el que se presentará cada área de la sociedad. Después de crearlo y ponerlo en práctica se generó una mejor organización y planteamiento de visión de la sociedad incrementando así las ganancias y logrando un mayor enfoque sobre los puntos importantes de la sociedad.

Otra de las problemáticas que se tenían era la gran rotación del personal ya que no se contaba con una buena capacitación y esto generaba la falta de puestos, después de la realización del plan de negocios se plantearon las necesidades para cada uno de ellos lo que generó la disminución de gastos, también fue notoria la gran organización dentro de la sociedad ya que cada empleado tenía muy bien establecida la función que le correspondía. Conforme al tiempo se logró ver mejoría en la llegada de más clientes esto debido a la gran atención brindada por los empleados ya que constantemente se brindaban capacitaciones para que desarrollen nuevas estrategias y habilidades familiarizadas con la rama turística, mejorando así de un 10% a 15% en el mes de noviembre del 2020 tomando a consideración el número de visitantes respecto a la pandemia.

12. RESULTADOS.

Después de realizar la investigación necesaria se redacta el plan de negocios para “LANCHEROS DE LA PRESA CALLES”.

PLAN DE NEGOCIOS



Ilustración 3: Logo de la sociedad.

“LANCHEROS DE LA PRESA CALLES S.C DE R.L C.V” San José de Gracia, Ags.

El domicilio de la sociedad, será en la calle Benito Juárez número cuatrocientos siete letra “A” en el Municipio de SAN JOSE DE GRACIA, Aguascalientes, Aguascalientes.

Socios

María Elena García García, Héctor Hugo Rangel García, J. Inés Lucero Hernández, Arturo de Luna Ventura, José Ángel Quiroz Neri, Ismael Cordona Rodríguez, Roberto García Esparza, José Gonzáles García, Edmundo Joel Rangel García, Francisco Martín Rodríguez Ramírez, Alfredo Neri de la Cruz, Pedro Pablo Rodríguez García, Alfredo Quiroz Hernández, Isidro Alcocer Cordona, José Antonio López Rodríguez, Abel Romo Contreras, Abel Romo Ramírez, Roberto Lucero Hernández, Roberto Santos González, Ma. Elena Hernández Perez, Arturo Lucero Hernández, Mirna Julieta López García, Arturo Landin Gonzáles, y J. Refugio de la Cruz Zamarripa.

Resumen ejecutivo.

Los “LANCHEROS DE LA PRESA CALLES” surgieron como una necesidad para atender a los turistas que acudían a visitar al Cristo Roto de la Isla. Se encuentra edificada en el corazón de la Presa Presidente Calles, en el municipio de San José de Gracia, Aguascalientes, en México. Mide 25 metros y está montada en una base de 3 metros de concreto premezclado y acero reforzado dando un total de 28 metros de altura.

Planeación general y estratégica.

Misión: Somos una sociedad dedicada a brindar servicios turísticos. Contamos con personal capacitado para ofrecer un buen servicio enfocados en la satisfacción del cliente.

Visión: Hacer de nuestra asociación, una asociación productiva y sustentable, conservando nuestros principios y satisfaciendo las necesidades de los clientes: lograr posicionar nuestra asociación como la mejor del municipio de San José de Gracia.

Filosofía: En “LANCHEROS DE LA PRESA CALLES” estamos comprometidos a trabajar en equipo para satisfacer las necesidades de nuestros, maximizando los recursos y manteniéndolos con actitud de innovación, para ofrecerles calidad, buen servicio y confianza. Buscando la integración y desarrollo de nuestro personal así como generar beneficios para la comunidad. Por lo tanto nuestros valores serán: honestidad, responsabilidad, respeto, solidaridad y colaboración.

Programa general de la compañía.

Se trata de una empresa pequeña cuyo giro es turístico, básicamente dedicada a brindar los servicios turísticos en la Presa Calles, “LANCHEROS DE LA PRESA CALLES” denominación que deberá ir seguida de las palabras SOCIEDAD COOPERATIVA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA DE CAPITAL VARIABLE, o de su

abreviatura S. C. DE R.L. DE C.V. que indica su naturaleza; se regirá por sus estatutos y por las disposiciones de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

Metas: corto plazo

- Aumentar el numero de turistas mensualmente.
- Invertir estratégicamente en publicidad local y redes sociales.
- Generar promociones estratégicas atractivas para el cliente.
- Obtener y mantener más clientes con el uso de marketing estratégico.
- Mantener la rentabilidad y solides financiera adecuada del negocio.

Políticas generales:

- Calidad y Regularidad: Diseñar y suministrar al cliente un servicio con la mejor calidad del mercado, de forma continuada, conforme a las especificaciones y requisitos pactados con el cliente, con el afán de superar sus expectativas en calidad, competitividad y servicio.
- Tecnología: Basar nuestros procesos en tecnologías de calidad, seguridad y fiabilidad, para asegurar unas condiciones de trabajo adecuadas y un bajo índice de incidencias.
- Equipo Humano: Promover la formación y comunicación con nuestros trabajadores para el desarrollo técnico y humano de la asociacion y la integración de la calidad y de seguridad del servicio en todos los niveles. Alinear esfuerzos y saber trabajar en equipo para la consecución de los objetivos comunes.

Plan administrativo.

Objetivo.

Mantener una plantilla de personas de 400 gentes: 1 directivo, 1 supervisor, 4 mandos medios, cocineros, meseros, cajeros, vigilantes, vendedores, personal de limpieza y lancheros.

Meta.

Mensual.

Políticas.

- Solo se darán 10 minutos de tolerancia en la hora de entrada, después de ese tiempo y hasta los 20 minutos, se considerará retardo, a los 21 minutos se considerará falta.
- 3 retardos en un mes implican una falta
- 4 faltas en un mes, provocara rescisión de contrato
- Nadie puede ingerir enervantes, drogas o bebidas alcohólicas dentro de las horas de trabajo.
- No se permitirá que el empleado se presente a trabajar en malas condiciones.
- No se permiten relaciones interpersonales.
- No se permitirá la entrada si no portan el uniforme o equipo de seguridad correspondiente.

Cantidad de gente requerida.

- Se estará contratando a personal que tenga conocimientos de acuerdo a cada puesto del cual se tenga vacante, así como habilidades personales.
- Incluyendo que al momento de que una persona se integre a la asociación se dará capacitación sobre cómo se trabajara de acuerdo al puesto solicitado, horarios, etc.
- Constantemente se integrarán capacitaciones para trabajar de forma rápida e inteligente.
- Tratando de no tener mucha rotación para así no afectar a los objetivos generales de la asociación.

Para cada puesto se tomarán en cuenta los siguientes requisitos:

PUESTO	COMPETENCIAS
Mandos medios.	<ul style="list-style-type: none">▪ Conocer sobre el área de la cual se hará cargo.▪ Alto sentido de Responsabilidad, Confiable, Proactivo, Emocionalmente muy equilibrado, Habilidad para negociar y manejar conflictos, Orientado al cliente, Orientado a resultados-

	<p>logros, Capacidad analítica y organizativa, minucioso, detallista y con sentido común, Capacidad para trabajar bajo presión, Alto sentido de compromiso y adhesión a los valores de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ser mayor de edad. ▪ Tener experiencia mínima de 1 año. ▪ Estudio mínimo de preparatoria.
Vendedores	Responsabilidad, puntualidad, amabilidad, habilidades matemáticas, higiene personal y laboral, iniciativa, honestidad, accesibilidad, ser mayor de edad, altamente sociable, rasgos de liderazgo y un estudio mínimo de secundaria.
Meseros	Puntualidad, higiene personal y laboral, responsabilidad, mayor de edad, experiencia, iniciativa, honestidad, accesibilidad, estudio mínimo de secundaria y amabilidad.
Cajeros	Responsabilidad, puntualidad, amabilidad, habilidades matemáticas, higiene personal y laboral, iniciativa, honestidad, accesibilidad, ser mayor de edad y un estudio mínimo de secundaria.
Vigilantes	Responsabilidad, puntualidad, amabilidad, higiene personal y laboral, iniciativa, honestidad, accesibilidad, ser mayor de edad, estudio mínimo de secundaria, no tener antecedentes penales y una buena condición física.
Limpieza	Responsabilidad, puntualidad, amabilidad, higiene personal y laboral, iniciativa, honestidad, accesibilidad, ser mayor de edad y un estudio mínimo de secundaria.
Cocineros	Responsabilidad, puntualidad, amabilidad, higiene personal y laboral, iniciativa, honestidad, accesibilidad, ser mayor de edad, estudio mínimo de secundaria y conocimiento de cocina.
Lancheros	Responsabilidad, puntualidad, amabilidad, higiene personal y laboral, iniciativa, honestidad, accesibilidad, ser mayor de edad, estudio mínimo de secundaria, conocimiento sobre lanchas, licencia de conducir y no tener antecedentes penales.

Tabla 2: Requisitos de puestos.

Dependiendo del desempeño dentro de la sociedad y de la iniciativa, se podrá colocar al empleado en un mejor puesto, otorgarle un mejor sueldo u obtener respectivos incentivos.

Bienestar del trabajador.

A continuación, algunos puntos que se tomaran en cuenta para mantener alto el estado de ánimo de los trabajadores:

- Respetar a los empleados
- No presionar a los trabajadores
- Dar tiempo libre a la plantilla
- Mostrar comprensión por los empleados
- Fijar reglas claras

Programa de capacitación según aplique:

Puesto	Capacitación general													
	Bienvenida		Inducción sobre la sociedad		Seguridad e higiene		Reglas		Instalaciones		Turismo		Servicio al cliente	
	Exponente	Tiempo	Exponente	Tiempo	Exponente	Tiempo	Exponente	Tiempo	Exponente	Tiempo	Exponente	Tiempo	Exponente	Tiempo
Vendedores	Francisco Martín Rodríguez Ramírez. Presidente de la sociedad.	1 sesión con duración de 30 min.	Francisco Martín Rodríguez Ramírez. Presidente de la sociedad.	1 sesión con duración de 1 hora.	Proyectos en Seguridad e Higiene, y Salud Ocupacional. Cel. 55-3957-8341	16 horas, dividido en 2 sesiones de 8 horas con 60 min para comer.	Roberto García Esparza. Área Administrativa.	1 sesión con duración de 2 horas.	Roberto García Esparza. Área Administrativa.	1 sesión con duración de 2 horas.	Secretaría de Turismo (SECTUR).	No establecido.	Mirna Julieta López García. Área de Servicios.	8 horas, dividido en 2 sesiones de 4 horas con 30 min para comer.
Meseros	Francisco Martín Rodríguez Ramírez. Presidente de la sociedad.	1 sesión con duración de 30 min.	Francisco Martín Rodríguez Ramírez. Presidente de la sociedad.	1 sesión con duración de 1 hora.	Proyectos en Seguridad e Higiene, y Salud Ocupacional. Cel. 55-3957-8342	16 horas, dividido en 2 sesiones de 8 horas con 60 min para comer.	Roberto García Esparza. Área Administrativa.	1 sesión con duración de 2 horas.	Roberto García Esparza. Área Administrativa.	1 sesión con duración de 2 horas.	Secretaría de Turismo (SECTUR).	No establecido.	Mirna Julieta López García. Área de Servicios.	8 horas, dividido en 2 sesiones de 4 horas con 30 min para comer.
Cajeros	Francisco Martín Rodríguez Ramírez. Presidente de la sociedad.	1 sesión con duración de 30 min.	Francisco Martín Rodríguez Ramírez. Presidente de la sociedad.	1 sesión con duración de 1 hora.	Proyectos en Seguridad e Higiene, y Salud Ocupacional. Cel. 55-3957-8343	16 horas, dividido en 2 sesiones de 8 horas con 60 min para comer.	Roberto García Esparza. Área Administrativa.	1 sesión con duración de 2 horas.	Roberto García Esparza. Área Administrativa.	1 sesión con duración de 2 horas.	Secretaría de Turismo (SECTUR).	No establecido.	Mirna Julieta López García. Área de Servicios.	8 horas, dividido en 2 sesiones de 4 horas con 30 min para comer.

Vigilantes	Francisco Martín Rodríguez Ramírez. Presidente de la sociedad.	1 sesión con duración de 30 min.	Francisco Martín Rodríguez Ramírez. Presidente de la sociedad.	1 sesión con duración de 1 hora.	Proyectos en Seguridad e Higiene, y Salud Ocupacional. Cel. 55-3957-8344	16 horas, dividido en 2 sesiones de 8 horas con 60 min para comer.	Roberto García Esparza. Área Administrativa.	1 sesión con duración de 2 horas.	Roberto García Esparza. Área Administrativa.	1 sesión con duración de 2 horas.	Secretaría de Turismo (SECTUR).	No establecido.	Mirna Julieta López García. Área de Servicios.	8 horas, dividido en 2 sesiones de 4 horas con 30 min para comer.
Limpieza	Francisco Martín Rodríguez Ramírez. Presidente de la sociedad.	1 sesión con duración de 30 min.	Francisco Martín Rodríguez Ramírez. Presidente de la sociedad.	1 sesión con duración de 1 hora.	Proyectos en Seguridad e Higiene, y Salud Ocupacional. Cel. 55-3957-8345	16 horas, dividido en 2 sesiones de 8 horas con 60 min para comer.	Roberto García Esparza. Área Administrativa.	1 sesión con duración de 2 horas.	Roberto García Esparza. Área Administrativa.	1 sesión con duración de 2 horas.	Secretaría de Turismo (SECTUR).	No establecido.	Mirna Julieta López García. Área de Servicios.	8 horas, dividido en 2 sesiones de 4 horas con 30 min para comer.
Cocineros	Francisco Martín Rodríguez Ramírez. Presidente de la sociedad.	1 sesión con duración de 30 min.	Francisco Martín Rodríguez Ramírez. Presidente de la sociedad.	1 sesión con duración de 1 hora.	Proyectos en Seguridad e Higiene, y Salud Ocupacional. Cel. 55-3957-8346	16 horas, dividido en 2 sesiones de 8 horas con 60 min para comer.	Roberto García Esparza. Área Administrativa.	1 sesión con duración de 2 horas.	Roberto García Esparza. Área Administrativa.	1 sesión con duración de 2 horas.	Secretaría de Turismo (SECTUR).	No establecido.	Mirna Julieta López García. Área de Servicios.	8 horas, dividido en 2 sesiones de 4 horas con 30 min para comer.
Lancheros	Francisco Martín Rodríguez Ramírez. Presidente de la sociedad.	1 sesión con duración de 30 min.	Francisco Martín Rodríguez Ramírez. Presidente de la sociedad.	1 sesión con duración de 1 hora.	Proyectos en Seguridad e Higiene, y Salud Ocupacional. Cel. 55-3957-8347	16 horas, dividido en 2 sesiones de 8 horas con 60 min para comer.	Roberto García Esparza. Área Administrativa.	1 sesión con duración de 2 horas.	Roberto García Esparza. Área Administrativa.	1 sesión con duración de 2 horas.	Secretaría de Turismo (SECTUR).	No establecido.	Mirna Julieta López García. Área de Servicios.	8 horas, dividido en 2 sesiones de 4 horas con 30 min para comer.

Tabla 3: Programa de capacitación.

Aspectos laborales:

Políticas de Evaluación de Personal y Control de calidad del trabajo.

- Todo el personal deberá mostrar fidelidad y no robar
- Todo el personal deberá mantener la infraestructura limpia.
- Prestar atención de calidad al cliente para lograr satisfacerlo.
- Todo el personal debe tener como propósito primordial ofrecer un buen servicio al cliente.
- Todos los productos mostrados para la venta deben estar siempre frescos.

Retardos.

- Habrá sanciones para el personal que no llegue puntualmente al trabajo.
- Por tres retardos se contará como falta lo que representará el descuento del día.

Faltas.

- Solo se justificaran faltas por situaciones extremas.
- Cada falta representa el descuento del sueldo del día.
- 3 faltas injustificadas al mes provocarán el despido.

Selección del personal:

Para contratar al personal sigue una serie de pasos.

1. Se realiza un proceso de evaluación para observar si los empleados de la sociedad tienen las competencias que se necesitan para cubrir la vacante.
2. Se realiza la revisión de los currículos detalladamente, esta labor la realiza el administrador.
3. Después de haber culminado este proceso, se les hace una breve entrevista a los postulantes, la cual se basa, en observar si el trabajador tiene las actitudes y aptitudes necesarias para desempeñar la labor a la que está aspirando, así como también los exámenes médicos, y los estudios requeridos para el puesto.
4. Luego se les pone a desempeñar las labores 1 semana y el administrador se encarga de observar su eficiencia, efectividad y eficacia.

Solicitud de empleo.

La persona que solicite trabajo deberá de presentarse con solicitud de empleo para en días posteriores poder llamarla para entrevista en caso de ser un posible candidato para el puesto.

Entrevista.

La persona encargada de la entrevista será el personal de recursos humanos, dependiendo del puesto solicitante se destinara otra persona que tenga conocimiento sobre el área.

Mediante la entrevista se requiere obtener información tanto personal como experiencia laboral sobre el posible candidato, así mismo poder corroborar la información que contiene la solicitud de empleo, para esto el entrevistador deberá de tomar en cuenta los siguientes puntos:

- Antecedente del candidato.
- Trato adecuado.
- Apreciación objetiva.
- Relación con los demás.
- Experiencia en el puesto a desempeñar.
- Potencial de desarrollo.

Exámenes .

Después de la entrevista de trabajo se realizaran dos exámenes los cuales serán los siguientes:

-
- II.- Físicos:
- I.- Psicométricos.

Contratación.

Se establecerá un contrato de confidencialidad, el cual se deberá de cumplir durante el tiempo que el candidato este laborando dentro de la sociedad.

Reconocimiento.

Reconocer el trabajo bien hecho es una forma de darle ánimo a los empleados a seguir avanzando, hacerles saber que van por buen camino los motivará e incrementará su seguridad. Cuando un empleado siente que su trabajo es valorado su nivel de compromiso aumenta, y por ende, aumenta la productividad. Además, crea empatía con sus directivos que permitirá desarrollar confianza y fortalecer la relación.

Esto se pretende hacer mediante la exhibición del empleado del mes.

Rotación de personal.

Dentro de la sociedad se pretende tener un índice de rotación muy bajo para esto se tomaran diferentes puntos de prevención, los cuales son los siguientes:

- Definir muy bien el perfil de cada puesto de trabajo.
- Mejorar la selección de personal (para saber encontrar la persona más adecuada y con las competencias necesarias).
- Invertir en capital humano.
- Fomentar el desarrollo de nuevas competencias.
- Retener el talento.

En caso de que se tenga un índice de rotación alto se deberán de tomar las siguientes medidas para eliminar esta rotación:

- Identificar la causa principal de rotación
- Desarrollar una propuesta que reduzca la rotación
- Implementar cambios
- Mejorar las condiciones del área de trabajo
- Reconocimiento profesional

Plan de mercadotecnia.

Objetivo:

5,000 visitantes a partir del año 2021, elevando el objetivo hasta 10,000 visitantes en meses vacacionales como Abril y Julio del año 2021.

Meta:

Semanal.

Políticas:

- Hacer intensos los trabajos de promoción en la zona.
- Para dar a conocer los diferentes servicios y productos se van a crear paginas en redes sociales, con esto generamos una buena imagen de la asociación, manifestaremos seriedad y confianza.
- Mantener la cadena de satisfacción, estableciendo precios iguales o mejores a los que ofrece la competencia y que el usuario esté dispuesto a pagar.
- Hacer que todas las áreas de la empresa estén unidas en el mismo objetivo de marketing, con la finalidad de hacer más eficiente nuestra labor.
- Cuidar y mantener nuestra imagen, presencia y las actitudes de nuestros colaboradores, los escritos que emitimos, los sobres que enviamos, nuestra identificación en logos y papelería, nuestros anuncios exteriores, porque sabemos que nadie va a solicitar los servicios de una empresa con mala imagen.
- Estar siempre innovando en materia de tecnología y en ingeniería de productos y servicio.
- Dar a conocer y garantizar la seguridad máxima para todos nuestros turistas.

Planeación de Mercadotecnia y ventas

La sociedad se dedicará a satisfacer las necesidades del buen servicio y seguridad a los turistas inicialmente en el municipio de San José de Gracia para luego atacar los

demás municipios incluso llegar al mercado estatal, nacional para que el número de turistas pueda incrementar.

Se dará a conocer el lugar por medio de redes sociales, publicación de anuncios en las principales calles del municipio.

Dirección.

Estará enfocada a mantener una atención equilibrada al logro de objetivos y propósitos, a la solución de problemas tomando en cuenta las propuestas de los colaboradores y de todo el equipo involucrado en la sociedad, por lo tanto se utilizará un liderazgo democrático.

Los principales servicios que se brindarán serán los siguientes:

- 1) Servicio turístico en lancha.
- 2) Restaurantes.
- 3) Venta de recuerdos.
- 4) Venta de comida rápida.

Servicios	% sobre ventas
Servicio turístico en lancha.	40
Restaurantes.	30
Venta de recuerdos.	10
Venta de comida rápida.	20

Tabla 4. Servicios de la sociedad.

Nombre	Ubicación	Servicio	Venta
Restaurante el mirador	San José de Gracia.	Comida.	De contado.
Turismo en Ags.	Aguascalientes	Todos	De contado.

Tabla 5. Posible competencia.

Segmento de Mercado.

- Dirigido a: hombres y mujeres
- Clase: Baja, media y alta

- Edad: De 3 años en adelante.
- Ocupación: indiferente.
- Nivel de estudios: Indiferente

Análisis de Competitividad: Calidad, Precio, Oportunidad

Políticas de ventas

1.- Se realizarán ventas de contado de la siguiente manera:

Contado: Se le venderá a toda persona física y moral que requiera de nuestros productos, siempre y cuando cubramos sus necesidades.

2.- El otorgamiento de descuentos solo aplicará en los siguientes casos:

Se aplicara un 10% de descuento a personas que realicen compra mayor a \$600.00 en restaurante.

Estrategias de mercadotecnia

- 1) Todos los pequeños negocios en San José de Gracia y municipios cercanos.
- 2) Analizaremos las necesidades, gustos, preferencias y deseos y hábitos del cliente.
- 3) Nosotros vendemos calidad.

Marketing.

- Crear nuevas ofertas tales como el 2 x1.
- Ofrecer cupones o vales de descuentos.
- Ofrecer descuentos por cantidad, o descuentos por temporadas (fechas vacacionales).
- Poner anuncios en diarios, revistas o en Internet.
- Crear boletines tradicionales o electrónicos.
- Participar en ferias.
- Crear puestos de degustación.

Descripción de la zona turística de San José de Gracia.



Ilustración 4: Localización de la presa.



Ilustración 5: Localización del comercio.

Simbología.







-  Estacionamiento.
-  Módulo de atención.
-  Restaurantes.
-  Zona de artesanías y comercio.
-  Taquilla.
-  Lanchas.

Ilustración 6: Simbología.



Ilustración 7: Lanchas.



Ilustración 8: Localización de restaurantes.

Plan de operación.

Objetivo y meta:

5,000 visitantes semanales a partir del año 2021, elevando el objetivo hasta 10,000 visitantes en meses vacacionales como Abril y Julio del año 2021.

Políticas:

- Mejorar la eficacia del Gabinete turístico como herramienta estratégica para el desarrollo integrado de políticas.
- Ampliar la conectividad para apoyar la diversificación del mercado y movilizar a los visitantes en todo el estado.
- Mejorar la logística de transporte y turismo desde el punto de origen hasta el destino.
- Promover el crecimiento turístico.
- Desarrollar un enfoque más estratégico del turismo en Aguascalientes.
- Mejorar el enfoque en la implementación y asegurar que los recursos suficientes se asignen a las acciones prioritarias.
- Evolucionar el modelo de desarrollo turístico.
- Apoyar un enfoque orientado al consumidor y centrado en el mercado para el desarrollo de productos y servicios.

Planeación del servicio turístico en San José de Gracia.

Nuestros colaboradores no tendrán problemas para acudir a laborar, puesto que estaremos contratando mayormente a personas que vivan en San José de Gracia, tampoco tendremos problemas ni de basto, ni de manipuleo de las lanchas ya que las capacitaciones se concentrarán en el manejo de estas.

El desarrollo de la actividad turística permite la correcta integración en la sociedad, economía, cultura y medio ambiente locales.

Cliente:

- Es pieza clave en el destino turístico.

- Marca el nivel de expectativas.
 - a) Espera que nuestros espacios naturales y recursos en general sean fácilmente visitables.
 - b) Hablará bien del destino.
 - c) Repetirá la visita y probablemente acompañado, generando riqueza.
 - d) Un turista satisfecho realizará una promoción eficaz y gratuita del destino.
 - e) Alcanzar la satisfacción del cliente como la garantía de la repetición del consumo.

Por lo tanto es importante hacer que el cliente se sienta satisfecho de la elección que ha realizado.

Profesional:

- El profesional es el principal embajador del destino.
- La primera impresión es la que cuenta.
- Es la cara del destino.
- El esfuerzo que los profesionales realicen en atender a los clientes condicionará la imagen que el turista se lleve del destino.
- Tener una buena actitud.
- Tono de voz cálido y natural.
- Conductas positivas como atención, ayuda, amabilidad, simpatía, cortesía, eficacia y eficiencia.
- Unificar esfuerzos con los demás trabajadores.

Equipo de seguridad.

1. balsas salvavidas.

Todas las embarcaciones deberán de llevar una balsa salvavidas para el total de personas permitidas en la lancha. Las balsas serán revisadas 1 vez al año en una estación de servicio autorizada por la administración según el párrafo 1 de la Resolución de la Organización Marítima Internacional.

La Balsa inflable azul P con remos Bestwey.



Ilustración 9. Balsa inflable.

2. chaleco salvavidas.

Llevar 1 salvavidas para cada persona autorizada dentro de la lancha. Los chalecos serán revisados anualmente en una estación de servicio autorizada.

Al inicio de la inversión se necesitan 80 chalecos salvavidas SCUBATREX infantil con un costo de \$557.67 c/u con IVA incluido.



Ilustración 10: Chaleco salvavidas de niño.

Al inicio de la inversión se necesitan 80 chalecos salvavidas Onyx Nylon adulto con un costo de \$552.7 c/u con IVA incluido.



Ilustración 11: chaleco salvavidas adulto.

3. Aros salvavidas.

Llevar un mínimo de dos aros salvavidas Hampton Nautical Vibrant Red Lifering with White Bands, 20" por lancha autorizado por la dirección general.



Ilustración 12: Aro salvavidas.

4. Señales de socorro.

- Bengalas de mano, 3 por lancha.

Luz Bengala 15min de emergencia roja Orion Xtr C.



Ilustración 13: Luz bengala.

5. Botiquín primeros auxilios.

Llevar un mínimo de un botiquín Uline Kit de Primeros Auxilios – México, 50 personas (modelo H-8830) en cada lancha.



Ilustración 14: Botiquín primeros auxilios.

6. Silbato.

Cada persona encargada de la lancha debe portar un silbato negro para cualquier emergencia.



Ilustración 15: Silbato.

7. Megáfono.

Llevar por lo menos un megáfono con batería recargable 15 w blanco en cada lancha.



Ilustración 16: Megáfono.

8. Zapato de seguridad.

Cada lanchero deberá portar zapato de seguridad Borceguí casco poliamida modelo THOR Amarillo llamativo Dieléctrica.



Ilustración 17: Zapatos de seguridad.

Prevención de caídas.

Reducir los riesgos y accidentes dentro del lugar turístico es una de las partes mas importantes para la sociedad.

- Prevenir los movimientos de la lancha.
- Sujetarse siempre de las partes sólidas de la lancha.
- Poner chaleco salvavidas antes de abordar.
- Colocar redes de protección en torno a la lancha si hay niños a bordo.

Plan financiero.

Objetivo y metas cuantitativas:

Mantener un saldo en caja y bancos que soporte al menos 10 días de operación.

Objetivos cualitativos:

- Estudiar la estructura financiera y capital de la empresa.
- Analizar las decisiones de inversión.
- Conocer el crecimiento interno y externo de la empresa.
- Saber el financiamiento de los proyectos actuales y futuros.
- Crear un análisis FODA.

Políticas:

- Crear y fortalecer los bancos de desarrollo.
- Asegurar el crecimiento.
- Asegurar que las inversiones incorporen las técnicas óptimas, en la escala apropiada.
- Crear bancos de desarrollo especializados en el crecimiento.
- Priorización del crédito que apunta a dirigir gastos financiados con deuda hacia sectores específicos.
- Asegurar una mejor movilización de los ahorros financieros.
- Reorientar la asignación del crédito.
- Asegurar el flujo de información y el acceso necesario para prevenir la fragilidad.

El nivel de ventas es alto ya que además de prestar el servicio turístico se cuenta con tiendas comerciantes y restaurantes.

Obtención de recursos externos.

Al iniciar con las inversiones de nuevos equipos de seguridad así como en las capacitaciones correspondientes se buscará un programa Nacional de Financiamiento al Microempresario para pedir un préstamo y así invertir de una mejor manera.

1. Scotiabank.

CrediPosible PyME.

CrediPosible PyME es una línea de crédito simple de mediano a largo plazo que puede ser destinada para varios fines, por ejemplo:

- Compra de activo fijo nuevo o usado (Inmuebles, maquinaria, equipos, etc.)
- Mejora de equipamiento o instalaciones
- Expansión del negocio

Solicitar un financiamiento de \$50,000.00 con un plazo de crédito desde 6 meses hasta 5 años.

2. Gobierno de México.

Trámite de crédito de \$25,000.00 otorgado por AMLO, préstamo que surgió a partir de la contingencia.

Autoridad.

Autoridad moral:

La autoridad moral es aquella que es otorgada en base al respeto por las cualidades manifestadas por el líder, bien por su experiencia o bien por sus características morales. No se basa en el carisma, sino en el respeto por lo que representa la persona. Al igual que la autoridad carismática, surge del reconocimiento y no de la imposición.

De esta forma dirigiremos de manera adecuada al factor humano.

- ✓ Premios por su cumplimiento
- ✓ Sabe la labor que tiene en la empresa
- ✓ Se mide alcance por sus logros
- ✓ Monitoreo no constante
- ✓ Se le pregunta sobre su trabajo

Presupuesto de inversión en equipo de seguridad.

Rubro	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario más IVA	Inversión inicial
Balsas salvavidas	Unidad	15	\$1159	\$17385
Chaleco salvavidas	Adultos	80	\$552.7	\$44216
chaleco salvavidas	Niños	80	\$557.67	\$44613.6
Aros salvavidas	Unidad	50	\$969	\$48450
Bengalas de mano	Unidad	45	\$189	\$8505
Redes de protección	Unidad	15	\$95	\$1425
Zapatos de protección	La que corresponda	40	\$999	\$39960
Guantes de protección	Unidad	40	\$229.68	\$9187.2
Botiquín de primeros auxilios	Unidad	15	\$1862.96	\$27944.4

Silbato	Unidad	40	\$18	\$720
Megáfono	Unidad	15	\$535	\$8025
Capacitaciones	Unidad			
Total		435		\$215793.2

Tabla 6. Presupuesto de inversión directa.

Rubro	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Inversión inicial
Teléfono	Contrato	1	\$800	\$800
Licencia municipal	Contrato	1	\$1612	\$1612
Mantenimiento	unidad	1 año	10% del precio de coste	

Tabla 7. Presupuesto de inversión indirecta.

CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES.

13. CONCLUSIONES DEL PROYECTO.

Debido al trabajo realizado y como primer punto mencionemos la importancia que implican las sociedades dentro del ramo turístico, ya que hoy en día se consideran una de las actividades económicas y culturales más importantes sin desastres ecológicos o impactos negativos al ambiente.

En este proyecto se visualizó de manera concreta y específica las necesidades de la sociedad, ya que “LANCHEROS DE LA PRESA CALLES” no llevaba una buena organización en cuanto a la información, presentación y recursos que se necesitan para brindar un buen servicio a los turistas que acudían a la presa, para esto se planteó la elaboración de un plan de negocios donde se describen los objetivos del mismo y las estrategias a utilizar para alcanzarlos y reducir los riesgos.

El plan de negocios resultó ser una estructuración de lo que la sociedad es, ayudó a captar la importancia de dicha sociedad sobre los socios y/o colaboradores, definiendo así los resultados finales esperados estableciendo diferentes estrategias para crear un enfoque en la importancia que tiene la seguridad sobre los clientes y empleados para garantizar un buen desarrollo y resultado en el plazo planteado.

Así mismo se agradece a la sociedad por abrir sus puertas y generar la información y necesidades para llevar a cabo el plan de negocios y poner en práctica las diferentes estrategias y herramientas.

Recomendaciones.

Algunas personas encargadas de la sociedad están enteradas y saben la importancia que implica llevar una buena administración, plantear objetivos para generar buenos resultados, pero se recomienda llevar un seguimiento y mejora del plan de negocios para una buena ejecución de este.

CAPÍTULO 7: COMPETENCIAS DESARROLLADAS.

14. COMPETENCIAS DESARROLLADAS Y/O APLICADAS.

En la elaboración de este proyecto pude aplicar diferentes competencias y se obtuvo un determinado aprendizaje, en primer punto analicé la información y forma de trabajo de la sociedad para plantear el objetivo específico y obtener resultados favorables en el futuro.

Apliqué diferentes métodos para la recopilación de datos mediante documentos que se referían a la sociedad, así como la recopilación mediante diferentes páginas de internet, también apliqué habilidades directivas y administrativas para el diseño y desarrollo del plan de negocios, aplicando métodos cuantitativos y cualitativos que ayudaron en plantear las metas necesarias para la sociedad.

Implemente planes y programas de seguridad y protección personal para el fortalecimiento del entorno laboral, ya que dentro de la sociedad es algo muy importante para garantizar un buen servicio a los futuros clientes y a los empleados.

Apliqué técnicas y herramientas para la solución de problemas en la gestión empresarial con una visión estratégica, así como también apliqué las normas y políticas legales para la creación y desarrollo del plan de negocios.

CAPÍTULO 8: FUENTES DE INFORMACIÓN.

15. FUENTES DE INFORMACIÓN.

Referencias de libros.

Díaz, G. (2019). *Ley Federal del Trabajo*. Diario Oficial de la Federación.

Gurría, A. (2017). *Estudio de Política Turística en México. Resumen Ejecutivo, Evaluación y Recomendaciones*. Secretaría de Turismo de México para la edición en Español.

Socateli, M. (2013). *Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios – Productos y Destinos Turísticos Sostenibles*. Universidad Estatal a Distancia – EUNED.

Referencias de internet.

Gobierno de España. *Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana*. Recuperado el 05 de Noviembre de 2020, de <https://www.mitma.gob.es/marina-mercante/nautica-de-recreo/normas-de-seguridad-y-recomendaciones>

Gobierno de México. *Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario*. Recuperado el 18 de Noviembre de 2020, de <https://www.gob.mx/pronafim>

JUNTA DE ANDALUCIA Consejo de Turismo, Comercio y Deportes. *FORETUR Formación para Profesionales del Sector Turístico*. Recuperado el 17 de Octubre de 2020, de <http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/documentacion/26796.pdf>

CAPÍTULO 9: ANEXOS.

16. ANEXOS.



Ilustración 18: Carta de aceptación.