



UNIVERSIDAD DON VASCO, A. C.
INCORPORACIÓN No. 8727-02
A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

**Proyecto de inversión para la
construcción de un salón de
eventos en San Ángel
Zurumucapio, Michoacán.**

Tesis

Que para obtener el título de:

Licenciado en Administración

Presenta:

Bernardo Azael Jorge Martínez

Asesor:

L.A. Jesús Fernando Chávez Hernández



Uruapan, Michoacán. 14 de agosto de 2014



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

**PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN SALÓN DE
EVENTOS EN LA POBLACIÓN DE SAN ÁNGEL ZURUMUCAPIO,
MICHOACÁN.**

AGRADECIMIENTOS

A Dios:

Mi mayor agradecimiento a Él, al ser supremo y creador, por darme fortaleza, inteligencia y sabiduría para lograr una de mis metas y por ser mi guía durante todo este caminar.

A mis padres:

Con todo mi cariño para las personas que hicieron todo en la vida, para que yo pudiera cumplir uno de mis sueños más anhelados, por brindarme su apoyo incondicional, esfuerzo y atención necesaria para salir adelante, por motivarme día a día, para no doblegar ante la dificultad de los retos a los que me enfrentaba, con todo mi corazón mi agradecimiento para ustedes papás.

A mi hermano:

Porque siempre ha estado junto a mí, por dedicar un poco de su tiempo para ayudarme en trabajos o tareas.

A mi amigo:

Hoy en día los amigos son algo raro y escaso, la vida me dio la oportunidad de conocer a una persona confiable, que me ha dado su apoyo incondicional en los momentos agradables y no tan agradables, por la convivencia dentro y fuera del aula, mi agradecimiento a Mcquetzint Hinojosa Altamirano.

A mis compañeros de equipo:

Como olvidar los buenos momentos de tareas, exposiciones y demás actividades escolares en equipo y algunos otros momentos de desagrado, a ese equipo de trabajo que en ocasiones con alegría, estrés, dedicación, motivación o desmotivación, esfuerzo y que de alguna u otra manera estuvimos unidos para cumplir con nuestro trabajo, doy gracias a Emmanuel Miranda Ávalos, Aarón Alejandro Martínez Navarro, Mcquetzint Hinojosa Altamirano, Sergio Francisco Ávila Aguilera, Macedonio Ramírez Matías y Elver Medina Valencia.

A mis profesores:

Por trasmitirme sus conocimientos y experiencias, para formarme como un profesional y prepararme para los retos que enfrentaré a lo largo de la vida, a todos y a cada uno de ellos mi agradecimiento.

A mi asesor:

Por brindarme su orientación y tiempo que me brindó durante la investigación y desarrollo del presente proyecto para titularme, doy gracias al L.A. Jesús Fernando Chávez Hernández.

Índice

Introducción.....	8
Justificación.....	11
<i>CAPÍTULO 1 GENERALIDADES DE LA ADMINISTRACIÓN</i>	12
1.1 Antecedentes de la administración.....	12
1.2 Antecedentes de la administración en México.....	16
1.3 Concepto de administración.....	18
1.4 Importancia de la administración.....	19
1.5 Características de la administración.....	20
<i>CAPÍTULO 2 GENERALIDADES DE LA EMPRESA</i>	22
2.1 Empresa.....	22
2.2 Definición de empresa.....	22
2.3 Importancia de empresa.....	23
2.4 Propósito o valores institucionales de la empresa.....	24
2.5 Tipos de empresa.....	26
2.6 Clasificación de empresa.....	27
<i>CAPÍTULO 3 PROCESO ADMINISTRATIVO</i>	32
3.1 Concepto.....	32
3.2 Naturaleza y principios.....	32
3.3 Fases.....	33
3.4 Etapas.....	34
<i>CAPÍTULO 4 PROYECTO DE INVERSIÓN</i>	36
4.1 Generalidades.....	36
4.1.1 Definición de proyecto de inversión.....	36
4.1.2 Tipos de proyecto de inversión.....	37
4.2 Estudio de mercado.....	38
4.2.1 Definición de mercado.....	38
4.2.2 Aspectos que se analizan en el estudio de mercados de los proyectos de inversión.....	38
4.2.3 Metodología para realizar un estudio de mercado.....	39
4.2.4 Análisis del mercado.....	39
4.2.5 Tamaño de muestra.....	40
4.3 Estudio técnico.....	42
4.3.1 Ubicación de la empresa.....	42
4.3.2 Croquis de la planta.....	42
4.4 Estudio administrativo.....	43
4.4.1 Organización funcional.....	43
4.4.2 Organización.....	43
4.4.3 Organigrama.....	44
4.4.4 Definición de puestos.....	44
4.4.5 Descripción del puesto.....	45
4.4.6 Presupuestos e inversiones.....	45
4.4.7 Cultura corporativa u organizacional.....	46

4.5 Estudio financiero.....	47
4.5.1 Balance General.....	47
4.5.2 Estado de Resultados.....	47
4.5.3 Flujo de Efectivo.....	47
<i>CASO PRÁCTICO</i>	49
a) Estudio de mercado.....	51
b) Estudio técnico.....	62
c) Estudio administrativo.....	64
d) Estudio financiero.....	75
Conclusión.....	76
Bibliografía.....	78
Anexos	

INTRODUCCIÓN

San Ángel Zurumucapio es una comunidad que requiere de negocios, para mejorar la calidad de vida de sus ciudadanos y lograr su desarrollo económico y social. Es conveniente abrir nuevas fuentes de empleo, por ello se realiza un proyecto de construcción de un salón de eventos, empleando así la mano de obra en la construcción de las instalaciones, al iniciar sus operaciones, la empresa requerirá de colaboradores, por lo que es necesario realizar contratos de trabajo con habitantes de dicha comunidad.

El proyecto sobre la construcción de un salón para eventos, nace al observar que en la comunidad no existe alguno como tal, para realizar eventos familiares o sociales.

En el presente se hablará teóricamente en el primer capítulo sobre la administración, considerándose el punto principal de cualquier proyecto o negocio.

Para formar una empresa, es de suma importancia conocer cómo se define, los objetivos que persigue, cómo se clasifica y de qué tipo es, especificándose así en el capítulo II.

Proceso administrativo, es el medio por el cual se administra una empresa, por lo que se piensa hacer mención de este dentro del proyecto.

Proyecto de inversión, cabe señalar en que consiste y como se puede crear. Será llevado a cabo mediante cuatro etapas, que son estudio de mercado,

estudio técnico, estudio administrativo y estudio financiero, se describirá el contenido de cada estudio.

Así mismo dentro del proyecto de inversión, se denomina caso práctico, en el que se pondrán en marcha los distintos estudios, con la información recabada. Además se emplearán los conocimientos y habilidades adquiridos la Licenciatura en Administración de Empresas.

Dentro de la primera etapa, que es el estudio de mercado, se pretende conocer la factibilidad del negocio, para lo cual se realiza una investigación de campo, recabando la información mediante una encuesta, aplicada a los posibles clientes, una vez obtenidos los resultados se observará si es conveniente realizar dicho proyecto.

En cuanto a la segunda etapa, se realiza un estudio técnico, en el que se plasmará la ubicación de la empresa dentro de la comunidad, la distribución de sus instalaciones y la organización de su mobiliario y equipo.

La administración es la etapa número tres, en la que se especifica la organización total de la empresa, comenzando con su cultura organizacional, organigrama, perfiles y descripción de cada uno de sus puestos y un análisis de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Para cerrar el caso práctico, se describe la última etapa, el estudio financiero, para conocer monetariamente los recursos que requerirá la empresa para su creación y funcionamiento y en este se podrá observar cómo marchará en

los primeros cinco años de operación, así como también sus inversiones, gastos, costos y utilidades.

Se tiene la seguridad que al finalizar el proyecto, será notorio si es factible o no, analizando las conclusiones.

JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se lleva a cabo con la finalidad de satisfacer las necesidades de los habitantes de la comunidad de San Ángel Zurumucapio, que para realizar sus eventos de diversa índole requieren de un servicio de renta de mobiliario y edificio, ofreciendo calidad e innovación en el mismo, para que los prospectos se sientan cómodos y disfruten de sus festividades.

El salón estará diseñado para eventos de tipo festivo, cultural o deportivo, proporcionando un ambiente agradable; dentro del área, también se encontrará un pequeño centro de diversiones para niños y un estacionamiento para mayor seguridad de los automóviles de los clientes.

Se inicia el proyecto con la construcción del salón de eventos, enfocándose a la administración desde el comienzo hasta su finalización, apoyándose en el proceso administrativo para su funcionamiento.

Cabe mencionar que la ubicación del salón es en un lugar estratégico, ya que se encuentra en zona céntrica y tendrá acceso por una la avenida principal y una calle lateral.

CAPÍTULO 1 GENERALIDADES DE LA ADMINISTRACIÓN

En este capítulo se habla de cómo surge la administración a través del tiempo, su desarrollo y la aplicación que se le ha dado tanto en el trabajo como en la vida cotidiana.

1.1 Antecedentes históricos

En el libro Administración Contemporánea del autor Garza Treviño presenta el desarrollo de la Administración de la siguiente manera.

Desde que el hombre pobló la tierra, se ha preocupado por unir esfuerzos, coordinarse y alcanzar objetivos en forma empírica; divide el trabajo, asignando a unas personas la tarea de la caza y a otros la recolección. El hombre primitivo se agrupaba y coordinaba para unirse y defenderse de los animales o de las inclemencias del tiempo, es decir, desde la época primitiva el hombre ve la utilidad de la administración.

Conforme se van desarrollando los medios de producción, la administración también va evolucionando mediante la aplicación de técnicas y métodos específicos para administrar. Van surgiendo organizaciones y autores que se preocupan por alcanzar objetivos maximizando sus recursos.

A continuación se muestra el desarrollo de la administración desde las Grandes Civilizaciones hasta la revolución industrial.

Grandes Civilizaciones

Grecia, Egipto, Babilonia, China y Persia, desarrollaron formas de organización para producir y comerciar. Grecia invento el término de “ocio y no-ocio” (negocio), fue la primera civilización que intentó la democracia, reconocieron el valor de la especialización y división del trabajo, reconocieron el efecto de la música en la productividad.

El imperio Romano dominó la estrategia y la organización militar, es muy importante su concepción del derecho como fórmula de administración en lo público y en lo privado.

China, sobresalió por el comercio y por la especialización del trabajo para lograr una mayor efectividad. Una excelente administración permitió la construcción de la Muralla China.

Egipto, sobresale por la forma de organizar su agricultura, y los sistemas de navegación. Sus pirámides son una obra maestra de arquitectura y de administración, la planeación del proyecto, la organización de recursos y personas, la coordinación, la dirección y el control que se tuvo que llevar a cabo hablan de la aplicación de la administración.

La Iglesia Católica

Aporta a las empresas la forma de organización, con la estructuración jerárquica, la comunicación, la asignación de responsabilidades, diseño de estrategias para la acción y disciplina para la acción. También aporta los principios

de obediencia y lealtad, así como la necesidad de delegar autoridad y responsabilidad.

El Ejército

La planeación estratégica del ejército, la estructura jerárquica, la estricta autoridad lineal, y la disciplina en el acatamiento de las órdenes, la logística, las operaciones y el reclutamiento, son algunas de las aportaciones del ejército a la administración.

Periodo medieval y moderno

La caída del imperio Romano modificó la estructura social, política, económica y administrativa, se forman los feudos, el comercio cobra relevancia, y se descubre el Nuevo Mundo.

En la Edad Media se desarrolló el comercio y la necesidad de controlar los costos e inventarios y de crear mejores vías para intercambiar bienes y servicios. Las concepciones que influyeron en el desarrollo de la Administración fueron:

- ✓ **Ética del mercado:** los intercambios comerciales hacen posible no solo la creación de empresas marítimas, sino de las instituciones bancarias que apoyan o financian las empresas comerciales. La oferta y la demanda entre los países producen riqueza entre los pobladores. Inglaterra y España crean sus miembros coloniales y aprovechan los recursos humanos y materiales de los países denominados.

✓ **Ética protestante:** la separación de Calvino de la Iglesia provocó la creación del espíritu capitalista, ya que Calvino sostuvo que la riqueza era una bendición de Dios. Ahorrar e invertir se interpretaba de un favor divino. En síntesis, la ética calvinista da origen al capitalismo moderno: autodisciplina, autocontrol, trabajo arduo y ahorro.

✓ **Libertad:** la idea de libertad pone en tela de juicio el poder absoluto de los reyes, la gente nace libre sin esclavitud e incertidumbre, todos los hombres son creados iguales.

La Revolución Francesa modificó política, social y economía de Francia y posteriormente del mundo.

La Revolución Industrial

Dentro del ambiente de la ética del mercado, calvinista y de libertad, surge el movimiento que modifica el estilo de vida de las naciones: la Revolución Industrial. Se da a los particulares las facilidades para fomentar la libre empresa.

- Se crean formas más sencillas de producir y generar ingresos.
- Se desarrolla la mentalidad capitalista, en función de ganar, invertir, prestar dinero. La utilidad es socialmente aceptable.
- La acumulación de capital es un hecho irreversible.

La administración se ve grandemente influenciada por:

- La evolución de la tecnificación de las industrias incipientes.
- La explotación de nuevas fuentes de materia prima.
- El crecimiento de la población y el aumento del comercio en gran escala.

- El individuo es el que desarrolla las oportunidades y no el Estado.
- El desarrollo de innovaciones tecnológicas.
- La producción masiva.
- Se busca incrementar la productividad de la empresa.
- Aumento en la demanda de satisfactores.
- El crecimiento de un potencial financiero.
- La banca apoya a las nacientes industrias.

Por lo mencionado anteriormente, se concluye que la administración nace en el momento en que el hombre tiene necesidades y desea satisfacerlas, comienza con la producción y cacería de sus alimentos, en la que va utilizando teorías, métodos, técnicas y estrategias. Al paso del tiempo sus relaciones económicas se desarrollan, busca ser competitivo, crea empresas y da el nacimiento a la tecnología para un mejor desarrollo de sus productos o servicios, y de tal manera mantenerse en el mercado globalizado.

1.2 Antecedentes de la administración en México

La administración en México da inicio con las grandes culturas como fueron la Tolteca, la Maya, la Mixteca, la Zapoteca, la Náhuatl, entre otras. Éstas culturas indudablemente tuvieron que administrarse para poder realizar el almacenamiento de sus cosechas, prever la alimentación para el mal tiempo, tener estructuras jerárquicas bien definidas, organizarse, asignando funciones mediante la división de trabajo, seguir a sus líderes, etcétera.

Posteriormente pensamos en la Conquista y en la Colonia, donde las formas de administración traídas de la España fueron impuestas en la Nueva España; después, los años de lucha por la independencia y la Revolución y así sucesivamente.

A continuación los autores Paniagua y Ríos afirman sobre la administración en México:

“El desarrollo de la administración en México, es un fenómeno cultural, como muchos otros, ajeno a la estructura y necesidades del país. Se produce artificialmente para cumplir con los objetivos y con las necesidades de las grandes empresas multinacionales, que actúan en países como el nuestro y, sin embargo, no dedican ni un solo renglón al análisis y desarrollo de técnicas o herramientas administrativas, adecuadas a las organizaciones nacionales, que tienen características y problemas muy diferentes a las organizaciones que se han desarrollado en los países industriales.

Analizando la estructura económica del país y la participación de las empresas, que podemos denominar como nacionales, en relación con la participación de las empresas extranjeras, podemos decir que, la administración moderna se aplica y es introducida, por las empresas extranjeras o de capital extranjero.

A partir de ésta determinación, el desarrollo de la administración por los capitales extranjeros y las grandes empresas, es como podemos entender, la actual situación de la administración en nuestro país. Por una parte la actividad

administrativa se restringió al importar textos producidos básicamente en Norteamérica. Luego se consolidaron algunas instituciones que impartían estudios administrativos, hasta que llegó a incluirse como una carrera profesional dentro de las Universidades de nuestro país” (RODRIGUEZ, 2003: 182-183).

Podemos ver que la administración en México nace precisamente en las grandes culturas, en cómo éstas tenían que organizarse para realizar cada uno de sus oficios, llevar una educación y tener su mercadeo.

Los mexicanos hemos utilizado diversas teorías y técnicas para la administración desarrollados por autores mexicanos y otras que la hemos adoptado por autores extranjeros.

1.3 Concepto de administración

En el presente capítulo se define el concepto de administración por diversos autores.

“La palabra administración viene del latín *ad* (hacia, dirección, tendencia) y *minister* (subordinación u obediencia), y significa: *aquel que realiza una función bajo el mando de otro*, es decir, aquel que presenta un servicio a otro. Sin embargo, el significado original de esta palabra sufrió una transformación radical. La tarea de la administración pasó a ser la de interpretar los objetivos propuestos por la organización y transformados en acción organizacional a través de la planeación, la organización, la dirección y el control de todos los esfuerzos realizados en todas en las áreas y en todos los niveles de la organización, con el fin de alcanzar tales objetivos de la manera más adecuada a la situación y

garantizar la competitividad en un mundo de negocios muy competitivo y complejo”. (CHIAVENATO, 2006:10)

“Ciencia social que persigue la satisfacción de objetivos institucionales por medio de una estructura y a través del esfuerzo humano coordinado”. (FERNÁNDEZ, 1977:17)

1.4 Importancia de la administración

La administración, a través del paso y con la aparición de diversos autores, se ha ido perfeccionando, los países, la tecnología, las organizaciones y los procesos se han desarrollado de tal manera, que sin una administración adecuada a estos cambios los países no se desarrollarían, las empresas no podrían subsistir y el desarrollo de la tecnología sería más lento.

La importancia de la administración es que, a través de ella, se pueden optimizar los recursos de los países, de la sociedad, de las organizaciones y de lo que es más importante, darle al ser humano la oportunidad de acceder a un desarrollo sustentable como persona.

Dentro de las organizaciones, la importancia de la administración radica en que ésta hace posible la efectividad de los recursos materiales, tecnológicos, financieros, el tiempo y el personal que en ellas labora.

Por medio de la administración las organizaciones pueden enfrentar la globalización, es decir, mediante la aplicación de técnicas y herramientas permite que las organizaciones desarrollen ventajas competitivas para permanecer y

desarrollarse en el mercado globalizado. El administrador, aplicando técnicas y herramientas administrativas, valora la convivencia de una fusión, una compra o una alianza estratégica con otras empresas.

La administración es importante para el desarrollo, adaptación y permanencia de las organizaciones en el mundo globalizado, debido a que eleva la productividad y la efectividad; la da elementos a la empresa para ser competitiva, la desarrolla y la expande. Una adecuada administración garantiza la permanencia de la empresa.

La administración está hecha por y para personas. Al administrador le corresponde proporcionar a cada trabajador los recursos necesarios para realizar su trabajo y para tener una vida digna.

1.5 Características de la administración

El autor George Terry define de la siguiente manera las características de la administración:

- La administración sigue un propósito. Una condición sin la cual no se administra es la de establecer previamente al objetivo que tenemos que alcanzar, sea implícito o enunciado específicamente.
- Es un medio para ejercer impacto en la vida humana. Es decir, la administración influye en su medio ambiente.
- Está asociada generalmente con los intereses de un grupo. Todo organismo acciona para alcanzar determinados objetivos, los que se logran más fácilmente, por medio de un grupo de y no por una sola persona.

- Se logra por, con y mediante los esfuerzos. Para participar en la administración se requiere dejar la tendencia a ejecutar todo por uno mismo y hacer que las tareas se cumplan con y mediante los esfuerzos de otros.
- Es una actividad, no una persona o grupo de ellas. La administración no es gente, en una actividad, las personas que administran pueden ser designadas como directores, gerentes de área, jefes de departamento, entre otros.
- La efectividad administra requiere de ciertos conocimientos. Aptitudes y práctica. La habilidad técnica es importante para cumplir con un trabajo asignado.
- La administración es intangible. Su presencia queda evidencia por el resultado de los esfuerzos.
- Los que la practican, no son necesariamente los propietarios, es decir administrador y propietario no son necesariamente sinónimos.

Para finalizar el capítulo se entiende que la administración es una ciencia que ayuda a lograr objetivos propios o institucionales, utilizando la organización y el esfuerzo humano garantizado la competitividad.

Para aplicar la administración dentro del campo laboral es necesario conocer lo que es una empresa, la cual se presenta a continuación.

CAPÍTULO 2 GENERALIDADES DE LA EMPRESA

2.1 Orígenes de la Empresa

La empresa nació para atender las necesidades de la sociedad creando satisfactores a cambio de una retribución que compensa el riesgo, los esfuerzos y las inversiones de los empresarios.

En la actualidad, las funciones de la empresa ya no están limitadas a la actividad de lucro. Al estar formada por individuos, la empresa alcanza la categoría de un ente social con características y vida propias que favorece el progreso humano, provocando en su seno la autorrealización de sus integrantes e influir directamente en el avance económico del medio social en el que actúa. En la vida de toda empresa el factor humano ha sido decisivo, la administración establece los fundamentos para lograr armonizar los numerosos y en ocasiones divergentes intereses de sus miembros: accionistas, directivos, empleados, trabajadores y consumidores.

2.2 Definición de empresa

Unidad productiva o de servicio que constituida según aspectos prácticos o legales, se integra por recursos y se vale de la Administración para lograr sus objetivos. (FERNÁNDEZ, 1965:125)

Unidad económica-social en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para lograr una producción que corresponda a los requerimientos del medio humano en que la propia empresa actúa. (GUZMÁN, 1966:62)

El Diccionario de la Real Academia Española la define de la siguiente manera: Entidad integrada por el capital y el trabajo, como factores de producción y dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios, con fines lucrativos y la consiguiente responsabilidad.

2.3 Importancia de empresa

La importancia de estudio de las empresas, radica en que estas son la base en la economía de cualquier país, cumplen con una función social ya que son fuentes de empleo, productoras de bienes y servicios; a la vez proporcionan el desarrollo económico-social de los lugares donde se establecen.

Héctor Larocca nos enuncia algunos puntos con respecto a la importancia de las organizaciones.

- 1) Son los medios propios para alcanzar los objetivos de toda sociedad.
- 2) Reúne los recursos para alcanzar las metas y resultados deseados.
- 3) Facilita la innovación.
- 4) Ofrecen trabajo y a través de sus ampliaciones generan empleos.
- 5) Intensifican la investigación para crear y elaborar nuevos productos.
- 6) Ofrecen servicios y generan distintas formas de riqueza.
- 7) Crean, modifican y satisfacen necesidades de la población.
- 8) Generan y transmiten tecnologías así como otras manifestaciones de la cultura.
- 9) Distribuyen y redistribuyen tanto productos como recursos varios a la sociedad.

- 10) Por su poder económico se les puede considerar como unidades políticas.
- 11) Son generadoras de conocimiento y tecnología tanto administrativa como de diferentes áreas de conocimiento. Transmitiendo y preservando este conocimiento por generaciones.
- 12) Son generadoras de valores y puntos de referencia social.
- 13) Crean símbolos, imagen y prestigio.
- 14) Permiten la vinculación entre individuos y grupos, los que constantemente interactúan entre sí.
- 15) Su fácil adaptación al medio ambiente cambiante le permite generar un factor humano cada vez más competitivo.
- 16) Crea valor, es decir, siempre busca la rentabilidad para los propietarios clientes y empleados.
- 17) Acomoda los desafíos constantes de diversidad ética, patrones de desarrollo profesional y la motivación y coordinación de los empleados.
- 18) Para conservar la experiencia.
- 19) Para lograr permanencia.

2.4 Propósito o valores institucionales de la empresa

De la misma manera que la administración cuenta con una serie de valores que fundamentan su existencia, la empresa, al actuar dentro de un marco social e influir directamente en la vida del ser humano, necesita un patrón o sistema de valores deseables que le permita satisfacer las necesidades del medio en el que actúa, y operar con ética.

Económicos

Tendientes a lograr beneficios monetarios:

- a) Cumplir con los intereses de los inversionistas al retribuirlos con dividendos justos sobre la inversión colocada.
- b) Cubrir los pagos a acreedores por intereses sobre préstamos concedidos.

Sociales

Aquellos que contribuyen al bienestar de la comunidad:

- a) Satisfacer las necesidades de los consumidores con bienes o servicios de calidad, en las mejores condiciones de venta.
- b) Incrementar el bienestar socioeconómico de una región al consumir materias primas y servicios, y al crear fuentes de trabajo.
- c) Contribuir al sostenimiento de los servicios públicos mediante el pago de cargas tributarias.
- d) Mejorar y conservar la ecología de la región, evitando la contaminación ambiental.
- e) Producir productos y bienes que no sean nocivos al bienestar de la comunidad.

Técnicos

Dirigidos a la optimización de la tecnología:

- a) Utilizar los conocimientos más recientes y las aplicaciones tecnológicas más modernas en las diversas áreas de la empresa, para contribuir al logro de sus objetivos.
- b) Propiciar la investigación y el mejoramiento de técnicas actuales para la creación de tecnología nacional.

2.5 Tipos de empresa

En la actualidad los avances tecnológicos, así como el cambio de estructuras sociales y económicas han originado un sinnúmero de empresas.

Hay tres formas de organización empresarial:

- a) **Propiedad individual.** Es propiedad de una persona que tiene derecho a recibir los beneficios que genere el negocio, y éste es el responsable de las pérdidas o ganancias que se generen. Ésta es la forma más simple de establecer un negocio aunque su constitución es fácil, la parte financiera y de trabajo de una sola persona es limitada.
- b) **Propiedad colectiva.** Está conformada por un número reducido de propietarios, quienes reciben todos los beneficios que se obtengan. Otra cosa diferente ocurre en las empresas grandes, en donde todo está a cargo de accionistas y el aparato directivo.
- c) **Sociedad anónima.** En éste tipo de sociedades, el capital está dividido en acciones, que representan grandes cantidades de dinero. Sin embargo, cada socio tiene una responsabilidad limitada, es responsable de su aportación y no responde por las deudas de la organización. Es así, como

las funciones de los accionistas están separadas de las de la dirección, y cuando algún socio falta la sociedad continua pues se quedan los herederos. También se da la opción de que los accionistas vendan sus acciones.

2.6 Clasificación de empresa

A continuación se presenta la clasificación de las empresas.

Por su tamaño

- a) **Grandes.** Tienen de 101 trabajadores en adelante y sus ventas anuales van desde los 250 millones de pesos en adelante.
- b) **Medianas.** Tienen de 31 a 100 trabajadores, generan ventas anuales desde los 100 millones y pueden superar hasta los 250 millones de pesos.
- c) **Pequeñas.** Tienen entre 11 y 30 trabajadores, generan ventas anuales desde 4 millones y hasta 100 millones de pesos.

Por su giro

Las empresas pueden clasificarse, de acuerdo con la actividad que desarrollen.

- a) **Manufactureras.** Encargadas de transformar la materia prima en productos terminados. Su clasificación es de dos tipos:
 - Empresas que producen bienes de consumo final. Estas satisfacen directamente la necesidad del consumidor; éstos pueden ser: duraderos o no duraderos, de primera necesidad.

- Empresas que producen bienes de producción. Están para satisfacer la demanda de la industria de bienes de consumo final.
- **Agropecuarias.** Se dedican a la explotación de la agricultura y la ganadería.

b) Comerciales o de ventas al detalle.

Este tipo de empresas fungen como intermediarias entre el productor y el consumidor; se dedican a la compra-venta de productos terminados. Pueden clasificarse en:

- **Mayorista.** Cuando efectúan ventas en gran escala a otras empresas (minoristas), que a su vez distribuyen el producto directamente al consumidor.
- **Minoristas o detallistas.** Las que venden productos al “menudeo”, o en pequeñas cantidades, al consumidor.
- **Comisionistas.** Se encargan de vender mercancías que productores dan en consigna a otros, con la finalidad de percibir una ganancia o comisión.

c) De servicios

Son empresas encargadas de brindar un servicio intangible a la sociedad, el cual puede ser con fines lucrativos o no lucrativos. Estas se clasifican en:

- **Transporte.** Las empresas de transporte por tierra, mar ríos o vías navegables. Son aquellas empresas que se dedican a transportar pasajeros, mudanzas inmuebles.

- **Turismo.** Su actividad es la de proveer o brindar servicios. Son las empresas que se dedican a la prestación de servicios.
- **Instituciones financieras.** Son prestadoras de servicios que funcionan como intermediarias. Se encuentran dentro del ámbito de generación de valores a través de dinero.

d) De servicios diversos

- Comunicaciones
- Energía
- Agua
- Asesoría
- Servicios contables, jurídicos, administrativos
- Promoción y ventas
- Agencias de publicidad
- Educación
- Salubridad (hospitales)
- Fianzas, seguros.

Otra clasificación obedece a las extractivas, cuando se dedican a la explotación de recursos naturales, ya sean renovables o no renovables.

Origen del capital

Las empresas también pueden clasificarse de acuerdo a su origen o aporte del capital:

a) **Públicas.** Como su carácter de publicas lo indica, en este tipo de empresas, el capital no pertenece a particulares, sino al estado, éste está obligado a utilizarlo para satisfacer necesidades de carácter social cuyo fin no es el lucro, aunque si se puede obtener algún beneficio. Estas pueden ser:

- **Centralizadas.** Encabezadas por el Ejecutivo Federal, es decir, por la Presidencia de la República, cuyo fin es el de concentrar y unificar las decisiones, el mando y la ejecución de las decisiones. En este rubro entran todas las Secretarías de Estado.
- **Desconcentradas.** Son aquellas que no están centralizadas, pero tampoco son descentralizadas. Se les confiere ciertas facultades de carácter limitado para tomar decisiones sobre su operación y ejercer su presupuesto. Aunque cuentan con ciertas facultades tiene un nexo jerárquico con el gobierno.
- **Descentralizadas.** Empresas dotadas de personalidad, patrimonio y régimen jurídico propio, pero cuyas actividades competen al estado.
- **Estatales.** Éste tipo de empresas están dedicadas a una actividad económica, totalmente vinculadas con el estado, sin embargo tienen una personalidad jurídica propia.
- **Mixtas o paraestatales.** Éste tipo de empresas, existe una doble participación: la del estado y particulares ya sea para producir bienes o servicios.

- b) **Privadas.** Son las empresas que tienen como finalidad satisfacer una necesidad social y crear un bien u otorgar un servicio, pero de carácter neamente lucrativas, propiedad de inversionistas particulares.
- **Nacionales.** La zona de atención es dentro del país, su actividad principal se da en una ciudad y sucursales en otras. También encontramos a las locales, que son aquellas cuya cobertura solo está dentro de la misma localidad. Asimismo, las empresas se consideran nacionales, cuando los inversionistas son 100% del país.
 - **Internacionales.** Existen muchas clasificaciones, por lo tanto en este apartado incluiremos las consideradas como extranjeras, transnacionales y multinacionales.
 - **Extranjeras.** Cuando los inversionistas son nacionales y extranjeros.
 - **Transnacionales.** Cuando el capital de origen extranjero es mayor o más importante y las utilidades se reinvierten en los países de origen.
 - **Multinacionales.** En su gran mayoría el capital es extranjero y realizan la actividad en diferentes países del mundo.

CAPÍTULO 3 PROCESO ADMINISTRATIVO

En este capítulo se da a conocer lo que es el proceso administrativo, así como también las etapas en que se desarrolla y sus fases.

3.1 Concepto

Es el conjunto de pasos o etapas necesarias que llevan a cabo los administradores o gerentes para realizar una actividad o alcanzar un objetivo.

El autor Harold Koontz define el proceso administrativo como un enfoque operacional generado para desarrollar la ciencia y la teoría con aplicación práctica en la administración.

El autor George R. Terry dice que el proceso administrativo es el núcleo esencial de la administración. Según él, los elementos del proceso administrativo son: Planeación, Organización, Dirección y Control.

3.2 Naturaleza y principios

La naturaleza del proceso administrativo se basa en su universalidad, el orden, flexibilidad, efectividad y disciplina con que se aplican cada una de las etapas o fases del mismo.

El proceso administrativo tiene validez universal y los gerentes lo pueden aplicar sin importar el tipo de empresa de que se trate. Asimismo, puede ser aplicado en cualquier nivel de la organización, directivo o de supervisión.

El autor Sergio Hernández y Rodríguez dice que al reconocer a la empresa como un sistema universal, se puede prever su funcionamiento; al preverlo, es posible planificarlo y organizarlo. Una vez planeada y organizada la empresa, es factible dirigir y controlar; además cualquier empresa en el mundo, al aplicar el proceso administrativo, mejorará continuamente su eficiencia, eficacia y efectividad.

3.3 Fases

Fase mecánica

Abarca la parte teórica de la administración, establece lo que debe hacerse. Comprende la planeación de lo que se va a realizar: propósitos, planes, objetivos, estrategias, políticas, programas, presupuestos y procedimientos; y la organización de las actividades: organigramas, recursos, funciones, división del trabajo, jerarquización, departamentalización, descripción de funciones y coordinación.

Fase dinámica

Comprende la parte operativa de la administración, es decir, se refiere al hecho en sí de manejar el organismo social, o bien, poner en marcha lo planeado. En esta etapa, la dirección se encarga de verificar que se realicen las tareas, para ello se auxilia de la supervisión, liderazgo, comunicación, motivación, toma de decisiones e integración. El control a través de establecimiento de estándares, medición, retroalimentación y corrección, dirá qué y cómo se realizó, permitirá hacer comparaciones y correcciones. Todas las funciones de la administración

coinciden y son ejercidas en forma continua cuando se trata de administrar una empresa, ya que el proceso administrativo se basa en el enlace y retroalimentación de las cuatro etapas. Es decir, estos pasos deben vincularse de manera directa.

3.4 Etapas

La Planeación

Es determinar en el presente que acciones futuras se van a realizar y los resultados que se espera alcanzar, a partir de un objetivo fijado de antemano. Puntualizado con precisión lo que se va hacer.

La Organización

Es el establecimiento de la estructura necesaria para la sistematización racional de los recursos, mediante la determinación de jerarquías, disposición, correlación y agrupación de actividades, con el fin de poder realizar y simplificar las funciones del grupo social.

La Dirección

Es la ejecución de los planes de acuerdo con la estructura organizacional, mediante la guía de los esfuerzos del grupo social a través de la motivación, la comunicación y la supervisión.

El Control

Es la evaluación así como medición de la ejecución de los planes, con el fin de detectar y prever situaciones para establecer las medidas correctivas necesarias.

Se manejan cuatro etapas del proceso administrativo universalmente, pero algunos otros autores manejan una o dos más de las mencionadas anteriormente, siendo la previsión o la integración. En este capítulo se trabajan los conceptos de dichas etapas de acuerdo con la autora Lourdes Munch Galindo.

CAPÍTULO 4 PROYECTO DE INVERSIÓN

En el presente apartado se definirá el contenido y la forma para realizar un proyecto de inversión. Se desglosará cada una de sus partes, las cuales son: estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo y estudio financiero, a fin de tener una pauta de la realización del caso práctico.

4.1 Generalidades

El proyecto de inversión es de suma importancia para que los inversionistas conozcan con anticipación el comportamiento del negocio, al momento de iniciar sus operaciones y su funcionamiento a futuro.

4.1.1 Definición de proyecto de inversión

Para definir el concepto de proyecto de inversión, primeramente es necesario saber de forma detallada lo que es un proyecto y una inversión.

Proyecto: “Serie de planteamientos encaminados a la producción de un bien o la presentación de un servicio, con el empleo de una cierta metodología y con miras a obtener un determinado resultado, desarrollo económico o beneficio social”. (HERNÁNDEZ, 2005:28)

Inversión: “Es el conjunto de recursos que se emplean para producir algo (bien o servicio) que pueda generar una utilidad”. (Ibid:28)

Por lo mencionado anteriormente podemos definir que un proyecto de inversión es: Un conjunto de planes dirigidos hacia la elaboración de un producto o servicio, empleando el proceso administrativo y utilización de recursos, con el fin

de obtener un resultado factible que pueda conllevar un desarrollo social y económico.

4.1.2 Tipos de proyecto de inversión

Existen varias clasificaciones sobre proyectos de inversión, a continuación se mencionará la elaborada por el autor Abraham Hernández Hernández.

De acuerdo al sector al que van dirigidos, pueden ser:

- a) Agropecuarios: Son los que se ubican en el sector primario y que al explotarlos no se efectúa ninguna transformación, algunos ejemplos son caprinos y frutícolas.
- b) Industriales: Son los que se ubican en el sector secundario, cuya principal característica es la transformación de productos, estos pueden ser del calzado o farmacéutica.
- c) De servicios: Son los que se ubican en el sector terciario y puede ser de transportes o educación.

De acuerdo a su naturaleza, estos pueden ser:

- a) Dependientes: Son dos o más proyectos relacionados entre sí, y que al ser aprobado uno, los demás también son aprobados.
- b) Independientes: Son dos o más proyectos, que son analizados y pueden ser aprobados o rechazados de forma individual, sin causar problemas a los demás.

- c) Mutuamente excluyentes: Se da cuando se analiza un conjunto de proyectos y al seleccionar alguno de ellos, los demás se eliminan automáticamente.

Una tercera clasificación es:

- a) De bienes, pueden ser: agrícolas, marítimos, forestales e industriales.
b) De servicios, se dividen en infraestructura social (educación, salud) e infraestructura física (comunicaciones, transportes).

4.2 Estudio de mercado

En este espacio se detecta la oferta o demanda del producto o servicio a ofrecer, se lleva a cabo por medio de una investigación, recurriendo a los posibles clientes, para obtener datos congruentes.

4.2.1 Definición de mercado

Es el sitio o lugar donde se dan las relaciones comerciales de venta y compra de mercancías, de acuerdo a distintos precios establecidos y al tipo de mercancía. (HERNÁNDEZ, 2005:46)

4.2.2 Aspectos que se analizan en el estudio de mercados de los proyectos de inversión

Los puntos principales que debe considerar un estudio de mercado son:

- Perfil de los servicios ofrecidos
- Análisis de la oferta

- Análisis de la demanda
- Análisis de los precios
- Promoción

4.2.3 Metodología para realizar un estudio de mercado

Para realizar un estudio del mercado es necesario seguir una metodología de la investigación que permita conocer todo lo referente a las características de los productos, la oferta, la demanda, la promoción y los precios de los productos y/o servicios del proyecto de inversión, y se sigue la metodología:

Para realizar el estudio de mercado es necesario llevar un proceso que incluye los siguientes pasos:

- a) Definir problema y objetivos,
- b) Desarrollo del plan de estudio,
- c) Recolección de la información,
- d) Análisis de la información y
- e) Presentación de los resultados.

4.2.4 Análisis del mercado

Normalmente los estudios se efectúan tomando en consideración a sólo una parte de la población, por lo cual existe interés, la cual recibe el nombre de muestra, ésta debe ser representativa, ya que de lo contrario las conclusiones que se obtengan de ella y que se servirán por analizar el comportamiento de la

población de la que se extrajo la muestra, no serán válidas. (HERNÁNDEZ, 2005:55)

4.2.5 Tamaño de muestra

Para calcular el tamaño de muestra se tienen que considerar diversos factores. Por ejemplo, cuando el universo es muy heterogéneo y el tamaño de la muestra obtenida con la fórmula no logra abarcar las diferentes características existentes, es necesario aumentar el tamaño de muestra de aquélla, para lograr que sea representativa. (FISCHER DE LA VEGA, 1990:78)

El cálculo del tamaño de la muestra se realiza mediante dos fórmulas distintas, según se trate de una población finita o infinita. En cualquier caso, los valores contenidos en ellas se obtienen a través de los siguientes pasos:

1. Se determinan los valores para Z, como el nivel de confianza con que se va a trabajar, la P y la Q (probabilidad de éxito o fracaso), la E (error de muestra) y la N (el tamaño de población segmentada). Para una Z (sigma), o el nivel de confianza del 95% de los casos, ésta, equivale a un valor de 1.96 (en la tabla de valores del área bajo la curva normal). Para una Z o nivel de confianza del 99% de los casos, ésta, equivale a un valor de 2.58 (en la tabla de valores del área bajo la curva normal).
2. La P y la Q, equivalen a la probabilidad del éxito (p) y la probabilidad de fracaso (q). Para obtener los valores de estos datos, es necesario evaluar la situación que guarda las características de las variables observadas.

Cuando no se conocen, entonces, se dará el mismo valor a ambos, siendo un 50% y un 50% para cada una.

3. La E, o el error de muestra, se obtiene de la diferencia del nivel de confianza con el que se defina la investigación, generalmente 95% o 99%; por lo que la diferencia respectiva como error de muestra será del 5% o del 1%.
4. La N, o el tamaño de la población segmentada, se obtiene del tamaño de la población segmentada, es decir, con las características que se desean estudiar.

A continuación se muestra la fórmula para el cálculo del tamaño de la muestra que, por cierto, se utiliza para poblaciones finitas menores a 500,000 elementos de población.

$$n = \frac{Z^2 \times N \times P \times Q}{(E^2) \times (N-1) + Z^2 \times P \times Q}$$

N = Población segmentada

Z = Nivel de confianza

E = Error de muestra

P = Probabilidad a favor

Q = Probabilidad en contra

n = Tamaño de la muestra a calcular

4.3 Estudio técnico

En ésta parte se debe definir y especificar las operaciones así como el equipamiento para generar y entregar el producto o servicio. Se debe considerar las instalaciones, maquinaria y equipo, instrumentación, insumos, capital humano, entre otros.

4.3.1 Ubicación de la empresa

Según Abraham Hernández es de suma importancia ubicar el lugar y las condiciones específicas de la zona, para lo cual es recomendable ilustrar la ubicación con:

- a) Plano de la República Mexicana, señalando el estado en donde está la empresa.
- b) Plano de estado, señalando el municipio en donde se ubica la empresa.
- c) Plano de municipio, señalando el lugar donde se ubica la futura empresa.
- d) Croquis de localización, detallando puntos clave: calles, avenidas, edificios conocidos, que permitan a cualquier persona llegar al sitio.

4.3.2 Croquis de la planta

Es necesario contar con un plano en el que se muestre el diseño de la construcción, la elaboración del mismo se lleva a cabo mediante un programa Software de CAD, creado especialmente para dibujos arquitectónicos y de ingeniería, denominado AutoCAD, versión 2010, diseñado por el Ingeniero Civil Jorge Martínez Abraham con cédula profesional número 7772071.

4.4 Estudio administrativo

Este apartado trata sobre la organización funcional de la empresa, así como también de los presupuestos, las inversiones y los financiamientos y en general lo que se emplea en la administración.

4.4.1 Organización funcional

Toda empresa selecciona de la manera que mejor le parezca la forma de organización, en cuanto a sus necesidades y funciones. El empresario buscará un nombre de puesto y a la persona idónea para ocuparlo, a fin de que realice con sus habilidades, capacidades y experiencia sus labores empresariales.

4.4.2 Organización

“Es la estructura técnica de las relaciones que deben existir entre la funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social, con el fin de lograr sus máxima eficacia dentro de los planes y objetivos señalados”, y dice:

- a) La organización se refiere a estructurar.
- b) Como deben ser las funciones, jerarquías y actividades.
- c) Se refiere a funciones, niveles o actividades que están por estructurarse.
- d) La organización constituye, el dato final del aspecto.

Analizando la opinión de Reyes Ponce, podemos decir que la organización es un todo para la empresa, que con ella se llevan a cabo los planes u objetivos diseñados.

4.4.3 Organigrama

Un organigrama es la representación gráfica de una estructura de organización u organizacional.

Existen cuatro tipos básicos de organigramas: el funcional, el horizontal, el vertical y el mixto.

- El funcional, se refiere a la elaboración de organigramas por áreas de trabajo, también se le conoce como departamental.
- El horizontal, se refiere a estructuras de trabajo por tramos de control o de forma “horizontal”, en donde el nivel máximo jerárquico se representa a la izquierda, los demás van hacia la derecha siguiendo la forma de arriba hacia abajo.
- El vertical, se refiere al establecimiento de jerarquías en línea, también se le conoce como militar.
- El mixto, combina todas las áreas funcionales de manera lineal, indicando la dependencia de todos a una sola jerarquía (Gerencia General).

4.4.4 Definición de puestos

Los puestos son considerados como áreas de ocupación funcional (funciones o actividades) para la organización, es decir, las empresas le dan el nombre a dichos puestos como: Dirección General, Subdirección, Gerencia general, Subgerencia, Jefatura, Supervisión, entre otros.

4.4.5 Descripción del puesto

La descripción del puesto debe realizarse una vez definido éste. Dicha descripción corresponde a la definición o redacción de las actividades generales que se llevan o llevarán a cabo en el puesto.

4.4.6 Presupuestos, inversiones y financiamiento

Abraham Hernández nos dice que:

Presupuestos. Es el cálculo anticipado de los gastos, costos, ventas o cualquier otro evento que ocurra en un periodo determinado.

Inversiones. Es una erogación de la cual, se espera obtener un beneficio económico.

Financiamiento. Aporta los recursos necesarios para la realización de un objetivo.

Es necesario para administrar un proyecto de inversión, presentar un programa de producción, en donde se plasme la capacidad productiva, la cantidad que materia prima a utilizar, la forma en cómo dar mantenimiento y funcionamiento al equipo y mobiliario de las instalaciones. Dentro de los presupuestos se deben manejar inventarios donde se especifiquen los costos y gastos de producción y operación.

4.4.7 Cultura corporativa u organizacional

Dentro de cualquier empresa existe una cultura corporativa u organizacional, que cada una decide cómo construirla.

“Es un proceso planificado de modificaciones culturales y estructurales, que visualiza la institucionalización de una serie de tecnologías sociales, de tal manera que la organización quede habilitada para diagnosticar, planificar e implementar esas modificaciones con asistencia de un consultor. Es un esfuerzo educacional muy complejo, destinado a cambiar las actitudes, valores, los comportamientos y la estructura de la organización, de modo que ésta pueda adaptarse mejor a las nuevas conjunturas, mercados, tecnologías, problemas y desafíos que surgen constantemente”.

4.5 Estudio financiero

En ésta parte se presentan distintas herramientas contables, que nos especifican como van a ocurrir los movimientos que capitales, tanto para inversiones, presupuestos, gastos, costos, entre otros más, tratándose exclusivamente de los bienes económicos, se podrá asimilar en los balances si es factible o no realizar el presente proyecto.

A continuación se define lo que es estado financiero y algunos de los estados financieros que serán plasmados en el caso práctico.

“Los estados financieros son la manifestación fundamental de la información financiera, pues representan la forma primordial de comunicar información contable-financiera”.

4.5.1 Balance General

Es el estado financiero por excelencia, pretende mostrar un panorama general de la empresa, indica los recursos totales con los que cuenta y la fuente de donde provienen éstos dentro de una fecha determinada.

4.5.2 Estado de Resultados

Es el estado que presenta por un periodo determinado los ingresos, costos, gastos y, como consecuencia la utilidad o pérdida neta obtenida.

4.5.3 Flujo de Efectivo

Este estado financiero es de utilidad para tomar decisiones de inversión o asignación de recursos, permite evaluar la solvencia y liquidez de la entidad,

evaluar la capacidad de la entidad para generar recursos o ingresos mediante sus actividades operativas y distinguir el origen y las características de los recursos financieros, así como su rendimiento.

Estas herramientas contables permiten darnos cuenta de cómo comprender las operaciones de la empresa durante el periodo sobre el que se informa.

CASO PRÁCTICO

Introducción

Siendo éste el último capítulo de la tesis, específico la metodología de la investigación, la hipótesis, los objetivos, el análisis de datos, la interpretación de datos y las conclusiones sobre dicho proyecto.

El proyecto se crea con el fin de ofrecer un servicio de arrendamiento de un salón para los habitantes de dicha población, siendo éste utilizado para eventos festivos y culturales y así mismo cubrir necesidades. Se pretende generar fuentes de empleo, para que de esta manera se puedan beneficiar habitantes de la población.

Metodología

El proyecto se llevará a cabo por medio de una investigación científica realizando un estudio de mercado implementando la técnica de recopilación de datos llamada encuesta, la cual se aplicará a los clientes potenciales para así conocer la oferta o demanda de dicho proyecto.

Otro medio de investigación es la observación que ésta se va a realizar evaluando la capacidad y los servicios que actualmente ofrecen los salones establecidos en la comunidad.

Se realizará una estimación de tamaño de población, empleando la fórmula tamaño de muestra, para así conocer a cuantas personas será aplicado el cuestionario.

Hipótesis

El proyecto pretende comprobar la siguiente hipótesis:

¿Es viable y puesta en marcha la construcción de un salón de eventos en la comunidad de San Ángel Zurumucapio?

Objetivos

Para elaborar un proyecto de inversión, es necesario definir hacia donde se dirige, por lo que es conveniente planear qué es lo que se desea realizar, cómo, en qué tiempo y cuánto se deberá invertir, para lo cual se fijan objetivos.

Es necesario conocer un objetivo general del proyecto y de igual manera objetivos específicos, los que son expuestos a continuación.

Objetivo general

Construir un salón para diversos eventos en la comunidad de San Ángel Zurumucapio; mediante la realización de un proyecto de inversión y aplicar la administración en su totalidad.

Objetivos específicos

- Determinar el punto de equilibrio para establecer los precios a los servicios.
- Determinar costos totales de inversión para obtener el resultado de este proyecto de inversión.

a) Estudio de mercado

Para poder establecer el salón de eventos, es importante conocer su mercado; por lo tanto en esta parte del caso práctico, identificando la demanda de los diversos eventos que se llevan a cabo en la comunidad.

Para conocer a cuántos clientes potenciales encuestar y llevar a cabo el muestreo estadístico, se realiza una investigación del tamaño de población, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), se tiene una población de 4453 habitantes en la población de San Ángel Zorumucapio, obtenido este dato por el censo de población y vivienda efectuado en el año 2010 por dicha institución.

$$n = \frac{Z^2 \times N \times P \times Q}{(E^2) \times (N-1) + Z^2 \times P \times Q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2(455)(.50)(.50)}{(.05)^2(455-1) + (1.96)^2(.50)(.50)} = 206$$

Una vez obtenido el resultado de la fórmula, se procede a realizar las encuestas a 206 personas.

Se diseña un cuestionario de 13 reactivos cuyo objetivo es conocer la aceptación u opinión de los posibles clientes, el cual se muestra a continuación.

Instrucciones:

Favor de seleccionar la respuesta(s) que esté acorde a sus necesidades o intereses de manera más atenta. Gracias.

SEXO (M ó F): _____ EDAD: _____

1.- ¿Cree usted que es conveniente construir un salón para eventos sociales en la comunidad de San Ángel Zpio? **Si** **No**

2.- ¿Con qué frecuencia utiliza los servicios de un salón de eventos?

a) Una vez al año **b) Dos veces al año** **c) Más de 2 veces al año**

3.- ¿Le gustaría que cuente con servicio de banquetes para los eventos?

Si **No**

4.- ¿Creé usted que es indispensable contar con servicio de audio?

Si **No**

5.- ¿Le gustaría que brinde el servicio de meseros?

Si **No**

6.- ¿Desearía que cuente con servicio de bebidas?

Si **No**

7.- ¿Qué bebidas prefiere que cuente el salón?

a) Refresco **b) Bebidas alcohólicas** **c) Todas** **d) Ninguna**

8.- ¿Le gustaría que cuente con servicio de juegos de diversión para niños?

Si **No**

9.- En caso de que usted ya haya utilizado el servicio de arrendamiento de un salón ¿cuánto fue lo que pago?

10.- De acuerdo con la pregunta anterior ¿qué calidad recibió por el ó los servicios prestados?

a) Buena **b) Regular** **c) Mala**

11.- Cuánto estaría dispuesto a pagar por los siguientes servicios:

- Incluyendo mueble e inmueble:
- Incluyendo mueble, inmueble y banquetes:
- Incluyendo mueble, inmueble, banquetes, meseros y equipo de audio:
- Incluyendo los todos los servicios mencionados anteriormente:

12.- ¿Con qué capacidad de personas le gustaría que cuente el inmueble?

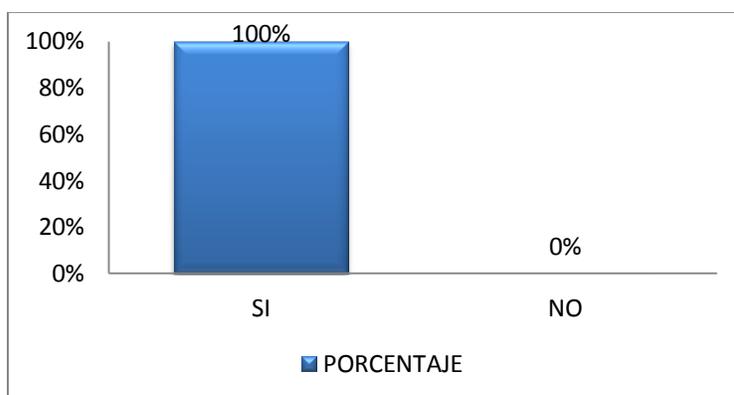
a) De 100 a 300 **b) De 300 a 500** **c) De 500 o más**

13.- ¿Qué opción cree usted que sea la mejor ubicación del salón para eventos?

a) Zona centro **b) A la orilla de la Comunidad** **c) Cercano a la avenida principal (Lázaro Cárdenas)**

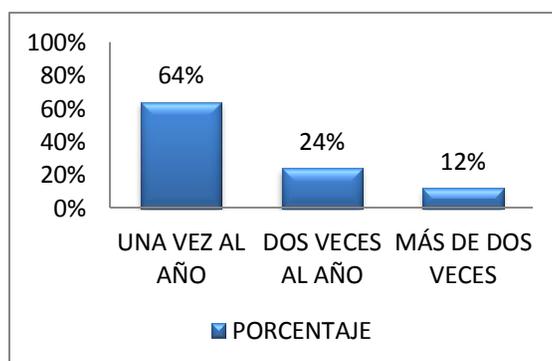
Muestra gráfica de resultados de las encuestas.

1.- ¿Cree usted que es conveniente construir un salón para eventos sociales en la comunidad de San Ángel Zurumucapio?		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	100	100%
NO	0	0%



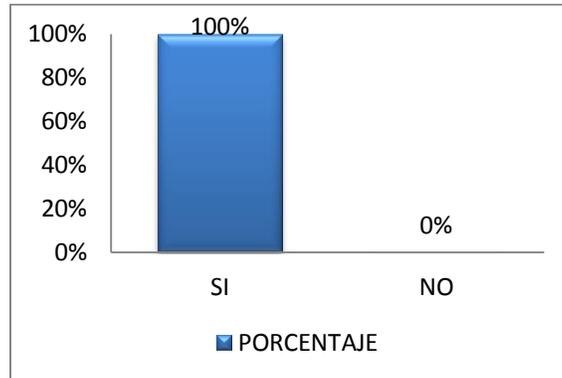
Fuente: Encuesta directa 2013. Señores (as).

2.- ¿Con qué frecuencia utiliza los servicios de un salón de eventos?		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
UNA VEZ AL AÑO	64	64%
DOS VECES AL AÑO	24	24%
MÁS DE DOS VECES	12	12%



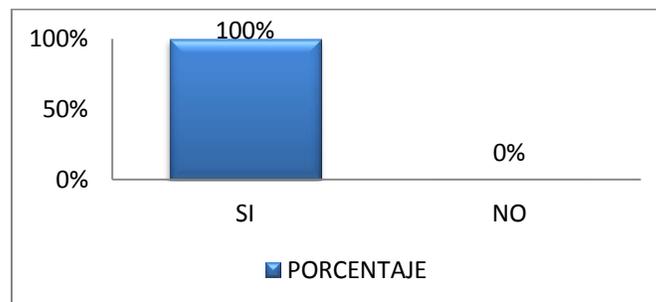
Fuente: Encuesta directa 2013. Señores (as).

3.- ¿Le gustaría que cuente con servicio de banquetes para los eventos?		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	100	100%
NO	0	0%



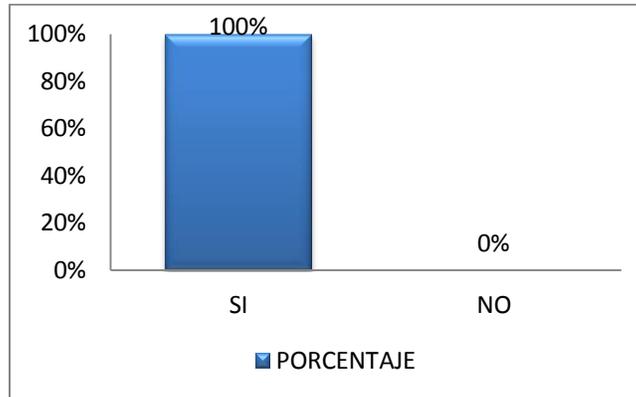
Fuente: Encuesta directa 2013. Señores (as).

4.- ¿Creé usted que es necesario contar con servicio de equipo de audio?		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	100	100%
NO	0	0%



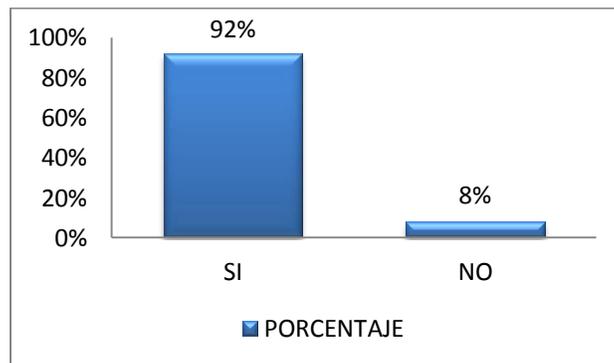
Fuente: Encuesta directa 2013. Señores (as).

5.- ¿Le gustaría que brinde el servicio de meseros?		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	100	100%
NO	0	0%



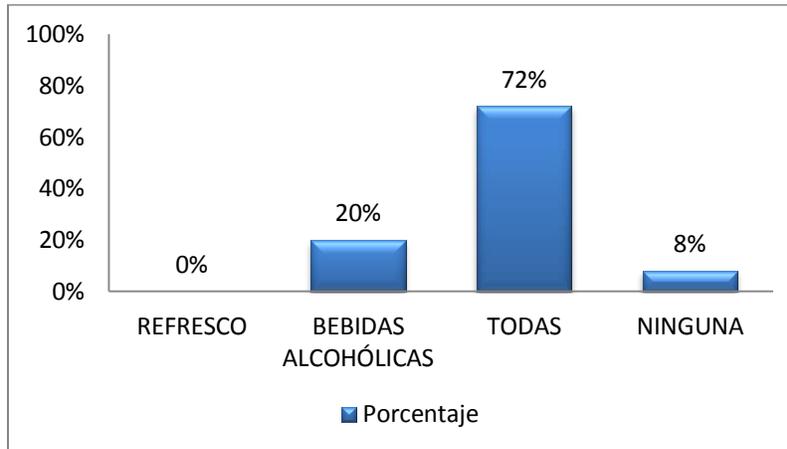
Fuente: Encuesta directa 2013. Señores (as).

6.- ¿Desearía que cuente con servicio de bebidas?		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	92	92%
NO	8	8%



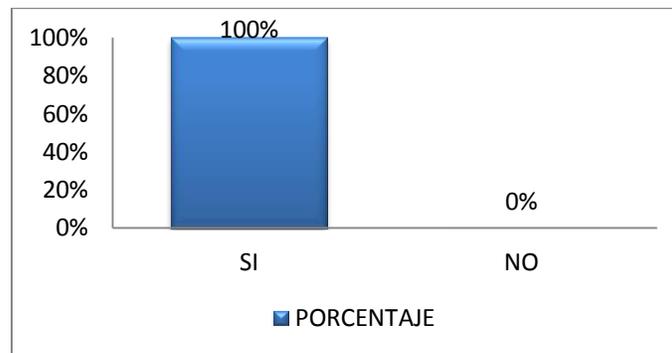
Fuente: Encuesta directa 2013. Señores (as).

7.- ¿Con qué bebidas prefiere que cuente el salón?		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
REFRESCO	0	0%
BEBIDAS ALCOHÓLICAS	20	20%
TODAS	72	72%
NINGUNA	8	8%



Fuente: Encuesta directa 2013. Señores (as).

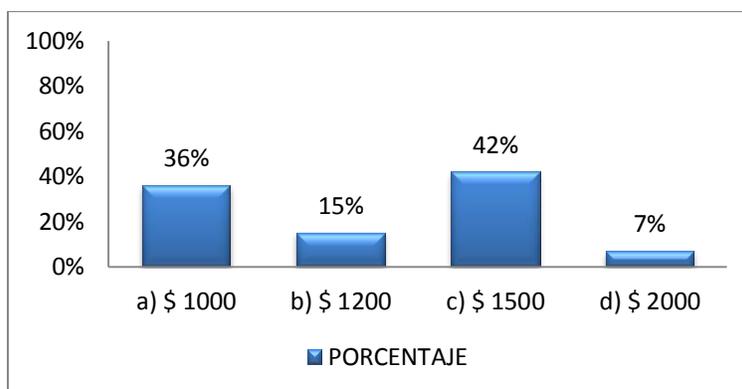
8.- ¿Le gustaría que cuente con servicio de juegos de diversión para niños?		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	100	100%
NO	0	0%



Fuente: Encuesta directa 2013. Señores (as).

9.- En caso de que usted haya utilizado anteriormente el servicio de arrendamiento de un salón ¿cuánto fue lo que pago?

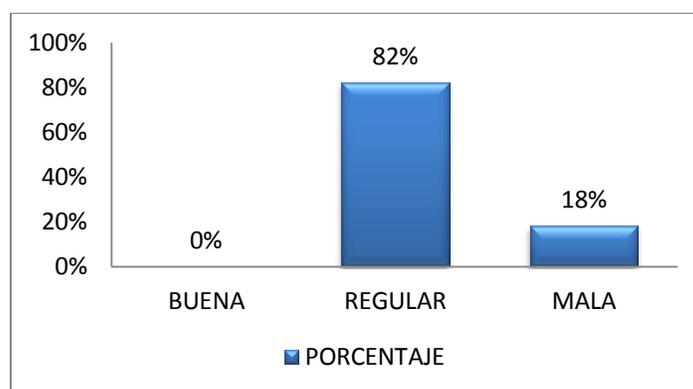
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$1,000	36	36%
\$1,200	15	15%
\$1,500	42	42%
\$2,000	7	7%



Fuente: Encuesta directa 2013. Señores (as).

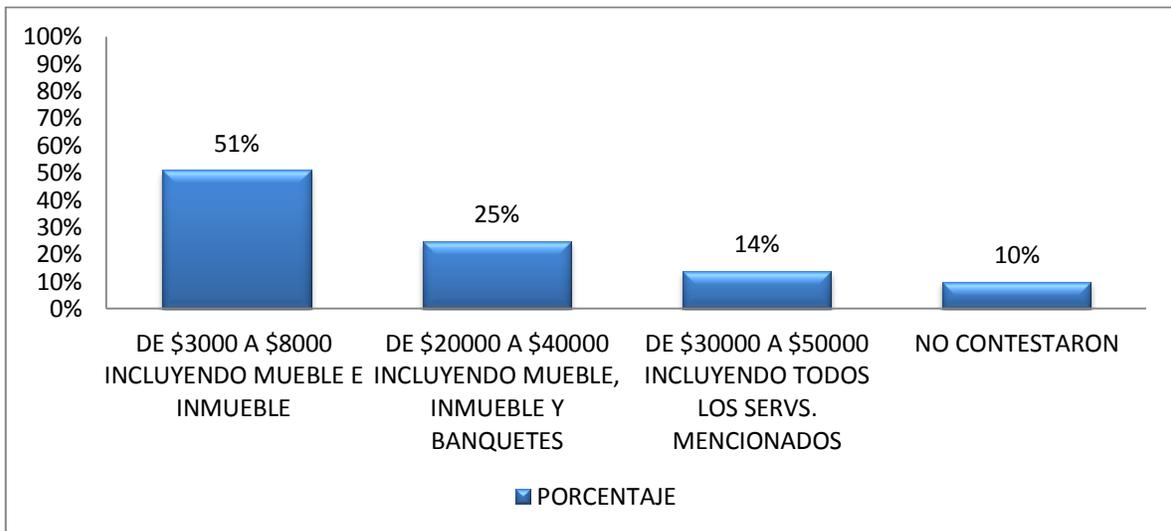
10.- De acuerdo con la pregunta anterior ¿qué calidad recibió por el ó los servicios prestados?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BUENA	0	0%
REGULAR	82	82%
MALA	18	18%



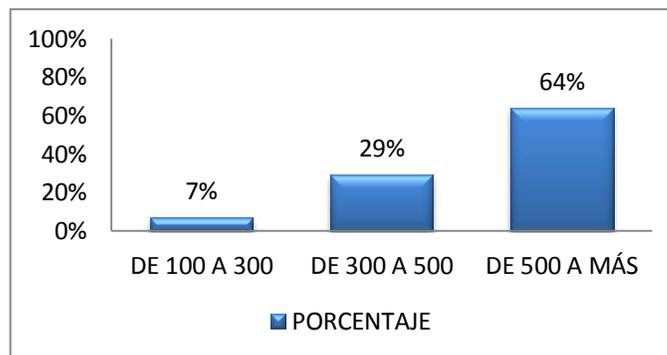
Fuente: Encuesta directa 2013. Señores (as).

11.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los siguientes servicios?		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DE \$3000 A \$8000 INCLUYENDO MUEBLE E INMUEBLE	51	51%
DE \$20000 A \$40000 INCLUYENDO MUEBLE, INMUEBLE Y BANQUETES	25	25%
DE \$30000 A \$50000 INCLUYENDO TODOS LOS SERVS. MENCIONADOS	14	14%
NO CONTESTARON	10	10%



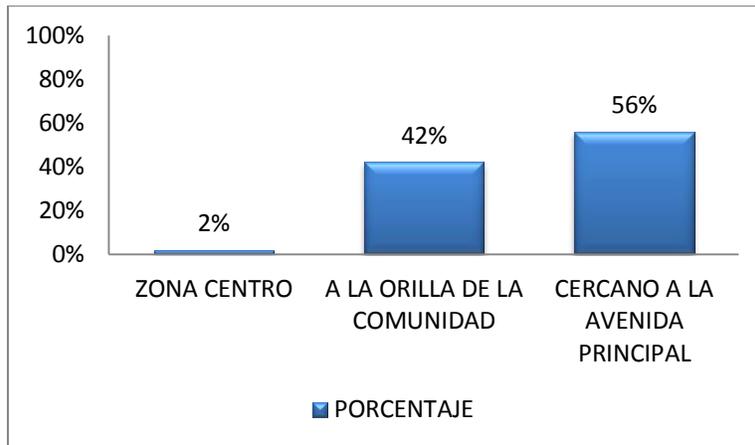
Fuente: Encuesta directa 2013. Señores (as).

12.- ¿Con qué capacidad de personas le agradaría que cuente el inmueble?		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DE 100 A 300	7	7%
DE 300 A 500	29	29%
DE 500 A MÁS	64	64%



Fuente: Encuesta directa 2013. Señores (as).

13.- ¿Qué opción cree usted que sea la mejor ubicación del salón para eventos?		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ZONA CENTRO	2	2%
A LA ORILLA DE LA COMUNIDAD	42	42%
CERCANO A LA AVENIDA PRINCIPAL	56	56%



Fuente: Encuesta directa 2013. Señores (as).

Interpretación de datos

Una vez aplicada la encuesta, se detecta la siguiente información:

En la primera cuestión el 100% nos muestra que es un beneficio construir un salón para usos múltiples en la comunidad, siendo este el objetivo principal, de que haya un porcentaje aceptable para la creación del proyecto.

Los clientes encuestados utilizan un salón de eventos una vez al año un 64%, dos veces al año un 24% y un 12% más de dos veces al año, lo que indica que si es posible que funcione el proyecto.

Con el 100% los clientes están de acuerdo en que se ofrezca una gran variedad de banquetes, comentan que si recuerden de algún banquete preferirán recurrir a los nuestros, que utilizarían meseros para mayor comodidad y mejor acompañamiento hacia sus familiares y amigos.

Los encuestados comentan que es benéfico que el salón cuente con equipo de audio, para que ellos no tengan que cotizar otros equipos y además, el que se encuentra en el salón es el adecuado para el lugar.

Es preferible contar con sólo bebidas como refresco dentro de las instalaciones, ya que se comenta que lo mejor es que cada cliente lleve bebidas de su agrado, y éstas sean distribuidas a las mesas por los meseros.

Los juegos son diversión para los niños, comentan los clientes que es una magnífica idea para que los niños estén entretenidos en algo y no estén paseándose entre las mesas, por lo que se considera que es un buen servicio.

Como no hay lugar para eventos que ofrezca servicios como los que se puede ofrecer el salón, las personas han optado por el auditorio o realizar los eventos en su mismo domicilio, dicen que el auditorio solo ofrece el uso de la instalación, por lo que solo gastan entre \$1,500.00 y \$2,000.00.

En cuanto a la calidad del servicio de renta del auditorio, los clientes opinan que no es de su agrado, que en ocasiones se encuentra en mal estado, es decir, no hay limpieza constante y es inadecuado.

La mayoría de los posibles clientes, dicen que están dispuestos a pagar una justa cantidad por recibir un buen servicio.

El tamaño del lugar es muy importante, ya que en ésta localidad los invitados suelen invitar a otros, además de que se invita a gran cantidad de personas, por lo que es necesario que se cuente con un espacio para 500 personas y si es posible para unas 600 personas, comentan los encuestados.

Para concluir respecto a la ubicación del salón, el 56% dice que es muy importante que se localice cerca de la avenida Lázaro Cárdenas, ya que es una de las avenidas principales y de mayor tránsito, y está a unos pasos de la Iglesia.

b) Estudio técnico

Con el objeto de conocer el ambiente en el que se va a desarrollar el salón, es necesario especificar algunos puntos, tales como las características de la comunidad, haciendo mención sobre los rasgos principales del entorno.

San Ángel Zurumucapio, se localiza a 19° 26´ Latitud Norte y a 101° 57´17” Longitud Oeste, a una altura de 1640 msnm y con un clima cálido-húmedo, cuenta con una población de 4453 habitantes aproximadamente. El poblado se encuentra a 5 km. al sur del km. 42 de la carretera libre Uruapan-Pátzcuaro y pertenece al municipio de Ziracuaretiro, Michoacán.

La comunidad es Purépecha. Zurumucapio, quiere decir en purépecha lugar donde se da una planta llamada sosa, *tsurumu* que tiene muchas espinas y *jucapio* lugar donde se produce ésta planta.

Fue declarado como pueblo el martes 11 de octubre de 1523 por Fray Juan de San Miguel, y aquí en esta comunidad el Rey Tariacuri entrenaba sus ejércitos. (Morales,2000:13)

Microlocalización

Se cuenta con un terreno, en el que serán ubicadas las instalaciones, mostrándose en un plano. (Véase anexo 1)

Macrolocalización

La localización de la planta se muestra con un croquis. (Véase anexo 2)

El salón presenta paquetes para cada evento, estableciendo precios a cada servicio. Cabe mencionar que el paquete lo pedirá cada cliente de acuerdo a sus necesidades, por lo que la empresa se adecuará a los que éste requiera. (Véase anexo 3)

El uso de las instalaciones incluirá el arrendamiento de salón, el mueble, el área de juegos, jardín, meseros, bebidas (refresco, hielo y agua) y banquetes, para contar con éste último servicio, será contratado un chef externo a la empresa.

c) Estudio administrativo

Dentro de este marco se muestra como está desarrollada la estructura organizacional de la empresa.

Misión

Proporcionar comodidad y satisfacción a la sociedad, a través de la integración de todos aquellos detalles que reúnen un evento exitoso, dentro de un ambiente agradable y acogedor.

Visión

Colocar nuestro negocio a la vanguardia para agradar a los clientes, reconocido por su compromiso en la prestación de servicios de calidad y ser el líder en la renta de salones de eventos en la comunidad.

Objetivos

- Brindar servicio de calidad para los clientes y usuarios.
- Emplear tácticas y estrategias administrativas dentro de la empresa para una mejor organización.
- Satisfacción de necesidades humanas de forma efectiva y servicial.

Valores

Responsabilidad: Va desde el personal hasta el dueño para dar cumplimiento con nuestros clientes. Cuidado de nuestro capital humano, de los recursos materiales y financieros, tratando de llegar a un bien común.

Compromiso: Tener los pedidos y arreglos en tiempo y forma que el cliente los necesite.

Calidad: Toda actividad se hace apegada a las normas de calidad, seguridad e higiene.

Liderazgo: Capacidad para lograr que los eventos sean un completo éxito.

Ética: Práctica habitual de valores dentro de la empresa tanto de manera individual como colectiva, siendo la honestidad, respeto y lealtad.

Políticas

Externas

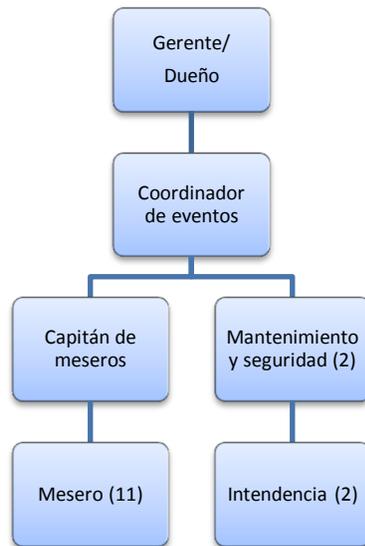
- Entregar en las mismas condiciones el inmueble y mueble arrendado.
- En caso de dañar lo mencionado anteriormente, el cliente se hace responsable y cubrirá los daños, en caso de no ser grave un accidente se realizará un convenio entre arrendador y arrendatario.
- Proporcionar apoyo por parte del personal hacia el cliente.

Internas

- Tratar a todo cliente por igual
- Ser puntual y eficiente en el servicio de limpieza de los utensilios, mueble e inmueble.
- El personal debe vestir correctamente para cada evento.
- Evitar incidentes entre cliente y empleados.

Organigrama

Para el correcto funcionamiento del salón de eventos, se establecen 6 puestos, con solo tres niveles jerárquicos, siendo un organigrama de tipo vertical.



Fuente: Elaboración propia

Análisis de puestos

Teniendo como guía el organigrama, elaboré el análisis de cada puesto, realizando la descripción y perfil, a fines de alcanzar los objetivos planeados dentro de la empresa.

Los formatos de la descripción de cada puesto vienen en la página que continúa.

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

Título del puesto:	Gerente general
Ubicación:	1° en nivel jerárquico
Puesto inmediato superior:	Ninguno
Subordinados:	Coordinador de eventos
Horario:	De 7 AM a 9 PM de lunes a viernes
Sueldo:	\$ 500.00 por evento
N° de ocupantes:	1

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

Objetivo del puesto: Encargarse de la administración de la empresa, realizar observaciones continuas en mueble, inmueble y artículos extras para que se encuentre en condiciones de poder ser utilizado, pago de nóminas entre otras más. Hacer pedimentos sobre material que se utilice en el salón. Tener disponibilidad de tiempo para atender a clientes y ver que todos los recursos con los que se cuenten sean utilizados adecuadamente.

DIMENSIONES DEL PUESTO

Responsabilidad en equipo de trabajo:	Revisar que el salón se encuentre en buenas condiciones para cada evento y ver que los integrantes del equipo estén coordinados.
Responsabilidad en el manejo de recursos monetarios:	Salvaguarda de los recursos para su mejor inversión.
Responsabilidad en el manejo de información y procesos:	Discreción absoluta sobre cualquier información.
Volumen de ventas:	Un promedio de 3 eventos por mes.
Presupuesto de operación:	Adquirir y abastecer artículos, materiales y muebles para la empresa.

PERFIL Y REQUERIMIENTOS DEL PUESTO

Habilidades:	Facilidad de palabra y toma de decisiones.
Capacidades:	Líder, emprendedor, eficaz y eficiente.
Sexo:	Masculino
Edad:	25 a 40 años
Experiencia:	3 años
Conocimientos:	Licenciatura en Administración Lic. Administración de empresas
Escolaridad:	

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

Título del puesto:	Coordinador de eventos
Ubicación:	2° en nivel jerárquico
Puesto inmediato superior:	Gerente general
Subordinados:	Capitán de meseros, mantenimiento y seguridad.
Horario:	Indeterminado
Sueldo:	\$ 500.00 por evento
N° de ocupantes:	1

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

Objetivo del puesto: Realizar los contratos de arrendamiento del mueble e inmueble, revisar lo que se renta, que sea entregado en las condiciones como fue pactado, en caso de daños menores al mueble, llegar a un acuerdo entre coordinador y cliente, en el caso de ocasionar daños mayores al inmueble tratar directamente con el dueño. El coordinador supervisará al personal en cada evento para que el cliente sea atendido correctamente. Tener varios medios de comunicación para facilitar información a clientes y disponibilidad de tiempo para atenderlos.

DIMENSIONES DEL PUESTO

Responsabilidad en equipo de trabajo:	Organización, eficiencia y eficacia en el arrendamiento del mueble e inmueble y espíritu de equipo para laborar.
Responsabilidad en el manejo de recursos monetarios:	Entregar el recurso económico al jefe inmediato.
Responsabilidad en el manejo de información y procesos:	Salvaguardar la información de la empresa en un lugar seguro.
Volumen de ventas:	Firmar contratos brindando el mejor servicio para que cada el cliente quede satisfecha y así aumentar las ventas.
Herramientas de trabajo:	Computadora, impresora, teléfono e internet.

PERFIL Y REQUERIMIENTOS DEL PUESTO

Habilidades:	Facilidad de palabra para realizar negocios.
Capacidad:	Dirigir un equipo de trabajo
Conocimientos:	En arreglos de mesa y salón
Sexo:	Femenino

Edad:	26 a 45 años
Experiencia:	2 años
Escolaridad:	Nivel medio superior o carrera trunca.
Estado civil:	Casado (a)

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

Título del puesto:	Capitán de meseros
Ubicación:	3° en nivel jerárquico
Puesto inmediato superior:	Coordinador de eventos
Subordinados:	Meseros
Horario:	Acorde al evento
Sueldo:	\$ 300.00 por evento
N° de ocupantes:	1

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

Objetivo del puesto: Servir y atender al cliente con amabilidad y profesionalismo. Usar el uniforme correctamente. Observar que las mesas y sus artículos estén adecuadamente en su lugar. Dirigir a los meseros sobre las mesas que les corresponden y la función de cada uno así como también proporcionar apoyo en el momento de atender al comensal.

DIMENSIONES DEL PUESTO

Responsabilidad en equipo de trabajo:	Revisar constantemente que el equipo se encuentre unido para lograr objetivos.
Herramientas de trabajo:	Uniforme, cerámica, cubiertos y otros utensilios.

PERFIL Y REQUERIMIENTOS DEL PUESTO

Habilidades:	Eficiente y diestro a la hora de atender a los comensales.
Capacidades:	Dirigir y estimular al equipo de trabajo.
Conocimientos:	En gastronomía, vinos y licores.
Sexo:	Masculino
Edad:	20 a 45 años
Experiencia:	2 años
Escolaridad:	Preparatoria o bachillerato
Estado civil:	Casado

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

Título del puesto:	Meseros
Ubicación:	4° en nivel jerárquico
Puesto inmediato superior:	Capitán de meseros
Subordinados:	Ninguno
Horario:	Acorde al evento
Sueldo:	\$ 200.00 por evento
N° de ocupantes:	11

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

Objetivo del puesto: Servir y atender al cliente con personalidad y simpatía. Usar el uniforme adecuado y presentable. Asignar y montar las mesas y asientos, poner en orden la mantelería, arreglos y utensilios o plaqué de mesa.

DIMENSIONES DEL PUESTO

Responsabilidad en equipo de trabajo:	Cumplir con cada una de sus actividades, brindando un espíritu de servicio.
Herramientas de trabajo:	Uniforme, cerámica, cubiertos y otros utensilios.

PERFIL Y REQUERIMIENTOS DEL PUESTO

Habilidades:	Cuidar que no se derriben las charolas, alimentos, bebidas y utensilios momento de atender al cliente o comensal.
Conocimientos:	En gastronomía, vinos y licores.
Actitud:	Expresión agradable y sonriente, preguntar y contestar de manera clara.
Sexo:	Masculino o femenino
Edad:	20 a 45 años
Experiencia:	2 años
Escolaridad:	Preparatoria o bachillerato
Estado civil:	Casado (a)

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

Título del puesto:	Seguridad y mantenimiento
Ubicación:	3° en nivel jerárquico
Puesto inmediato superior:	Coordinador de eventos
Subordinados:	Intendencia
Horario:	De 9 AM a 2 PM y de 4 a 7 PM
Sueldo:	\$ 120.00 (diario)
N° de ocupantes:	2

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

Objetivo del puesto: Ejercer protección y vigilancia de los clientes, colaboradores, instalaciones y bienes que están a cargo de su custodia, en caso de suceder algún perjuicio, hacer de su conocimiento al coordinador para resolver el acto, revisar entrada y salida de vehículos y bienes de la empresa. Para el mantenimiento en momentos que no haya eventos tener el mueble e inmueble limpio, el mueble deberá estar en la bodega para mayor protección, mientras no se encuentre en uso.

DIMENSIONES DEL PUESTO

Responsabilidad en equipo de trabajo:	Estar en constante vigilancia del equipo de trabajo e instalaciones.
Herramientas de trabajo:	Uniforme, placa de vigilante, porra, pistola, linterna, botiquín de primeros auxilios, esposas y teléfono.

PERFIL Y REQUERIMIENTOS DEL PUESTO

Habilidades:	Responder favorablemente ante situaciones de peligro y tomar decisiones ante cualquier contingencia.
Capacidades:	Mantener el orden y la seguridad
Conocimientos:	Acciones y medidas de protección y seguridad a personas e instalaciones. Contar con cursos de seguridad, protección y defensa personal.
Sexo:	Masculino
Edad:	20 a 45 años
Experiencia:	2 años
Escolaridad:	Preparatoria o bachillerato

Estado civil:	Soltero/casado
----------------------	----------------

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

Título del puesto:	Intendencia
Ubicación:	4° en nivel jerárquico
Puesto inmediato superior:	Seguridad y mantenimiento
Subordinados:	Ninguno
Horario:	De 8 AM a 2 PM y de 4 PM a 6 PM
Sueldo:	\$120.00 (un día antes del evento y otro después)
N° de ocupantes:	2

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

Objetivo del puesto: Limpieza y aseo en general en todas las áreas, mobiliario y utensilios de mesa de manera eficiente y oportuna, reportar al jefe inmediato si hay algún daño o desperfecto en las áreas, equipos o mobiliario y mover con cuidado los artículos frágiles.

DIMENSIONES DEL PUESTO

Responsabilidad en equipo de trabajo:	Cada intendente deberá dedicarse a la limpieza de su área.
Herramientas de trabajo:	Escoba, recogedor, trapeador, jabón, aromatizante, cubetas, jergas y cepillo.

PERFIL Y REQUERIMIENTOS DEL PUESTO

Habilidades:	Llevar a cabo sus actividades de manera óptima.
Conocimientos:	Básicos
Sexo:	Femenino
Edad:	De 20 a 50 años
Experiencia:	1 año
Escolaridad:	Secundaria
Estado civil:	Soltero(a)/casado(a)

Presupuestos e inversiones

Dentro del marco administrativo, se da a conocer el presupuesto de mobiliario y equipo del salón en cuanto a su precio unitario, cantidad y costo total.

(Véase anexo 4)

De igual manera se hace una lista de gastos administrativos y gastos de venta. (Véase anexo 5)

d) Estudio financiero

En esta parte muestro la información en términos monetarios, recabada en la investigación y presentando los gastos y costos, tanto de construcción como de cada evento, además se podrá observar en los estados financieros cómo se comportarán los recursos económicos a futuro.

Balance general

Se realiza para un periodo de 5 años, ya que es de suma importancia conocer las inversiones y financiamientos que la empresa requerirá, además un proyecto de inversión debe presentar utilidades dentro tal periodo. Cabe mencionar que esta herramienta contable nos ayuda a una mejor toma de decisiones. (Véase anexo 6)

Estados de resultados

La finalidad de éste estado es mostrar que los ingresos contables superan a los gastos contables, obteniendo así las utilidades de la empresa. (Véase anexo 7)

Flujo de efectivo

Con esta herramienta contable, se puede notar que a través de las ventas netas se solventan gastos de la misma empresa. (Véase anexo 8)

“En este capítulo denominado caso práctico, se analiza la totalidad de los aspectos que se refieren a la empresa, dando forma posible a cómo operará en un futuro, pudiendo así tomar decisiones adecuadas para el logro de sus objetivos”.

CONCLUSIÓN

A lo largo del presente se ha ido describiendo y explicando lo que es la administración, la empresa, el proceso administrativo y cómo se elabora un proyecto de inversión.

Al finalizar el trabajo de investigación, se requiere un análisis e interpretación de datos que englobe los puntos de mayor importancia.

El proyecto de inversión, es una tarea encaminada al conocimiento de la rentabilidad económica y social, para el empleo de personal y para la satisfacción de necesidades humanas, que se puede emplear de manera eficiente para el logro de sus objetivos.

Esta nueva empresa que se plantea formar, podrá ofrecer beneficios con calidad y competitividad en sus servicios. Una de las ventajas principales es que no hay una empresa del mismo servicio dentro de la comunidad, por lo que se piensa que tendrá buen éxito.

Dentro de cualquier aspecto del proyecto de inversión, el Licenciado en Administración es el profesionalista capaz para dirigir un proyecto como tal, basándose en sus conocimientos y habilidades.

Cabe señalar que los posibles clientes opinan que es de amplia necesidad contar con un salón de eventos ya que el auditorio comunal es pequeño y no cuenta con los servicios adecuados para cualquier tipo de evento social y es favorable para la comunidad y sus alrededores.

Por lo anterior y los resultados de la investigación, se considera que es factible construir un salón de eventos en la comunidad de San Ángel Zorumucapio.

Analizando el estudio de mercado y la parte financiera del proyecto, noto que se puede cumplir con el proyecto.

En cuanto a los resultados financieros, se muestra que es un proyecto que puede generar utilidades a largo plazo y que en un futuro puede tener buen funcionamiento.

BIBLIOGRAFÍA

Chiavenato Idalberto. Introducción a la Teoría General de la Administración. México. Mc Graw Hill, 7ª ed. 2006.

Fernández Arena José Antonio. Introducción a la Administración. México. UNAM, 5ª ed. 1977.

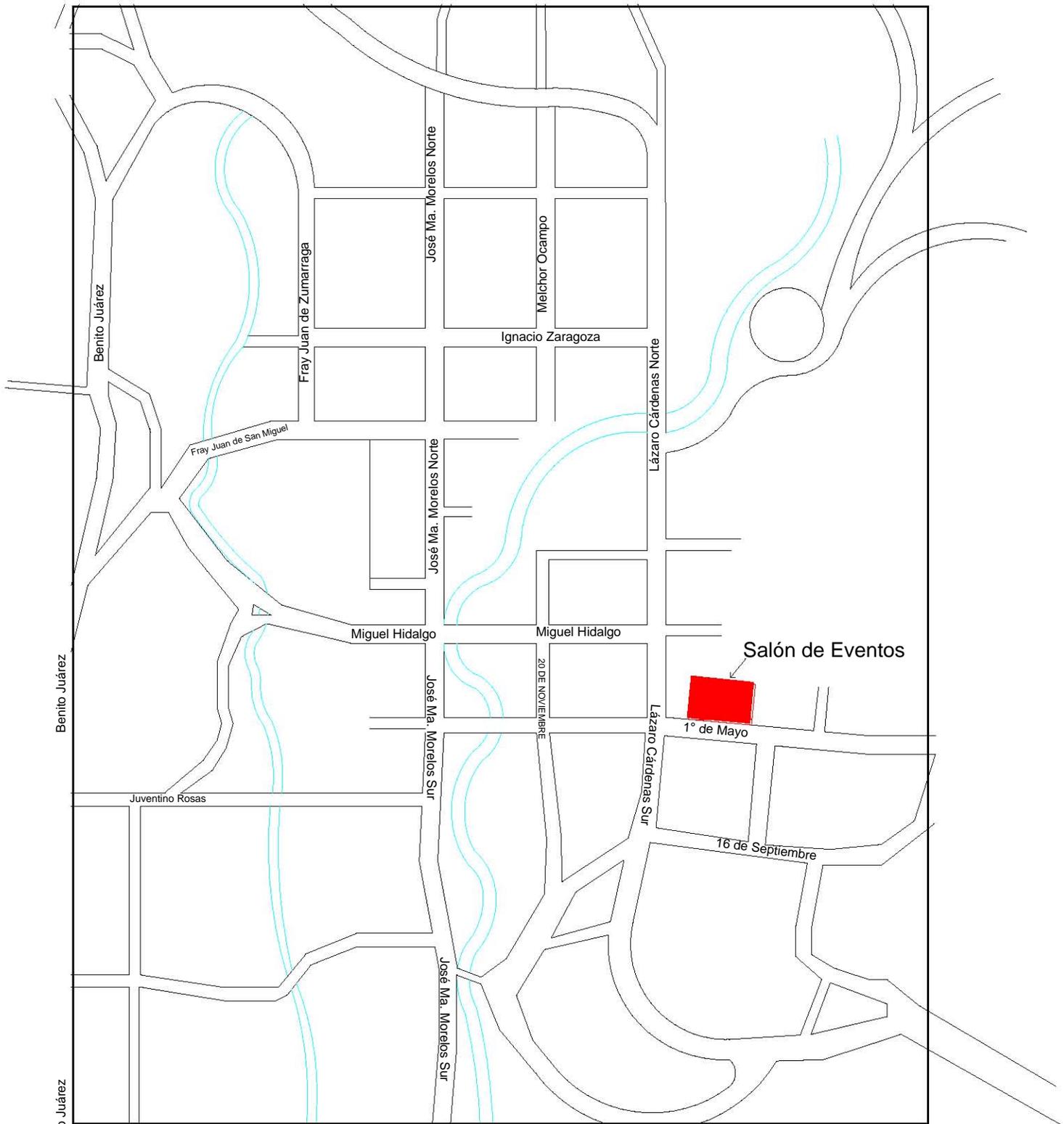
Rodríguez Valencia Joaquín. Introducción a la Administración. México. Thomson, 4ª ed. 2003.

Ferry G.R. y Franklin S.G. Principios de Administración. México. CECSA. 4ª ed. 2000.

Garza Treviño J. G. México. Administración Contemporánea. Alambra Mexicana. 1ª ed. 2000.

Morales Tena Irma. Vida y obra de maestro Ubaldo Morales Rivera. México. 1ª ed. 2000.

Anexo 2: Localización de la planta



Fuente: Elaborado por el Ing. Civil Jorge Martínez Abraham.

Anexo 3: Cédula de precios por servicio en cuanto a renta por evento y costo por mesa para el primer año de operación

CÉDULA DE PRECIOS POR SERVICIO		
CONCEPTO/SERVICIO	PRECIO POR EVENTO	PRECIO POR MESA
Uso de las instalaciones	\$ 18,000.00	-
Mantelería	-	\$ 320.00
Cristalería, loza y cubertería	-	\$ 350.00
Bebidas (refresco y hielo)	-	\$ 250.00
Decoración	-	\$ 400.00
Meseros	-	\$ 120.00
Sonido	\$ 6,000.00	-
Juegos para niños	\$ 3,000.00	-

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 4: Presupuesto de mobiliario y equipo

MATERIAL	PRECIO UNITARIO	COSTO 500 PZAS.
1. Cubertería (Plaque)		
Cuchara para café	\$ 4.00	\$ 2,000.00
Cuchara sopera	\$ 6.00	\$ 3,000.00
Cuchara postre	\$ 5.00	\$ 2,500.00
Cuchillo de mesa	\$ 10.00	\$ 5,000.00
Tenedor de mesa	\$ 6.00	\$ 3,000.00
Tenedor de ensalada	\$ 5.00	\$ 2,500.00
2. Cristalería		
Vaso	\$ 12.00	\$ 6,000.00
Copa vino tinto	\$ 32.00	\$ 16,000.00
Copa para champagne	\$ 29.00	\$ 14,500.00
3. Loza		
Plato principal	\$ 36.50	\$ 18,250.00
Plato pastel o postre	\$ 24.00	\$ 12,000.00
Taza café	\$ 19.00	\$ 9,500.00
Plato para tazas	\$ 26.00	\$ 13,000.00
Tazón	\$ 20.00	\$ 10,000.00
		\$ 62,750.00

MATERIAL	PRECIO UNITARIO	COSTO 50 PZAS.
1. Loza		
Plato botana	\$ 25.00	\$ 1,250.00
Plato botana general	\$ 40.00	\$ 2,000.00
Cenicero	\$ 10.00	\$ 500.00
		\$ 3,750.00

MANTELERÍA BÁSICA	PRECIO UNITARIO	COSTO 100 PZAS.
Mantel	\$ 120.00	\$ 18,000.00
Cubre mantel	\$ 70.00	\$ 10,500.00
Cubre sillas	\$ 50.00	\$ 7,500.00
Moño de organza	\$ 15.00	\$ 2,250.00
Servilletas	\$ 5.00	\$ 750.00
		\$ 39,000.00

EQUIPO	PRECIO UNITARIO
Equipo de sonido	\$ 60,000.00

MOBILIARIO	PRECIO UNITARIO	PIEZAS	COSTO TOTAL
Mesa redonda	\$ 986.00	\$ 50.00	\$ 49,300.00
Silla acojinada	\$ 165.30	\$ 500.00	\$ 82,650.00
			\$ 131,950.00

TOTAL MOBILIARIO Y EQUIPO	\$ 297,450.00
----------------------------------	----------------------

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 5: Cédulas de gastos anuales

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	MENSUAL	ANUAL
Gerente general	\$ 1,500.00	\$ 18,000.00
Coordinador de eventos	\$ 3,000.00	\$ 36,000.00
Capitán de meseros	\$ 900.00	\$ 10,800.00
Meseros	\$ 8,250.00	\$ 99,000.00
Mantenimiento y seguridad	\$ 7,200.00	\$ 86,400.00
Intendencia	\$ 1,440.00	\$ 17,280.00
Energía eléctrica	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00
Servicio de agua potable	\$ 50.00	\$ 600.00
Servicios de teléfono e internet	\$ 500.00	\$ 6,000.00
Desecho de residuos inservibles	\$ 80.00	\$ 960.00
Pago de impuesto predial	\$ 25.00	\$ 300.00
Pago de Impuesto cuota única del negocio	\$ 133.50	\$ 1,602.00
Pago licencia municipal	\$ 20.00	\$ 240.00
Papelería	\$ 100.00	\$ 1,200.00
	\$ 24,198.50	\$ 290,382.00

GASTOS DE VENTA	MENSUAL	ANUAL
Publicidad	\$ 200.00	\$ 2,400.00
Descuentos por ocupación total del salón	\$ 500.00	\$ 6,000.00
Jabón lava manos	\$ 36.00	\$ 432.00
Jabón limpia pisos	\$ 60.00	\$ 720.00
Artículos de limpieza	\$ 50.00	\$ 600.00
Colchón de papel higiénico	\$ 80.00	\$ 960.00
	\$ 926.00	\$ 11,112.00

TOTAL GASTOS	\$ 301,494.00
---------------------	----------------------

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 6: Balance general a 5 años

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo					
<i>Circulante</i>					
Bancos	\$ 2,161,207.80	\$ 1,196,376.50	\$ 2,525,088.90	\$ 3,797,946.90	\$ 3,990,621.70
Total circulante	\$ 2,161,207.80	\$ 1,196,376.50	\$ 2,525,088.90	\$ 3,797,946.90	\$ 3,990,621.70
<i>No circulante</i>					
Edificio y contrucciones	\$ 12,600,000.00	\$ 12,600,000.00	\$ 12,600,000.00	\$ 12,600,000.00	\$ 12,600,000.00
Depreciación acum. de edifio	-\$ 1,260,000.00	-\$ 2,520,000.00	-\$ 3,780,000.00	-\$ 5,040,000.00	-\$ 6,300,000.00
Mobiliario y equipo	\$ 297,450.00	\$ 297,450.00	\$ 297,450.00	\$ 297,450.00	\$ 297,450.00
Depreciación acum. mob y eq.	-\$ 29,745.00	-\$ 59,490.00	-\$ 89,235.00	-\$ 118,980.00	-\$ 148,725.00
Total no circulante	\$ 11,607,705.00	\$ 10,317,960.00	\$ 9,028,215.00	\$ 7,738,470.00	\$ 6,448,725.00
Suma activo	\$ 13,768,912.80	\$ 11,514,336.50	\$ 11,553,303.90	\$ 11,536,416.90	\$ 10,439,346.70
Pasivo					
Documentos por pagar	\$ 2,400,000.00	\$ 1,200,000.00	\$ 1,200,000.00	\$ 1,200,000.00	
Intereses por financiamiento	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00
Total pasivo	\$ 2,460,000.00	\$ 1,260,000.00	\$ 1,260,000.00	\$ 1,260,000.00	\$ 60,000.00
Capital					
Capital social	\$ 7,500,000.00	\$ 7,500,000.00	\$ 7,500,000.00	\$ 7,500,000.00	\$ 7,500,000.00
Resultado del ejercicio anterior	\$ -	\$ 1,348,912.80	\$ 1,405,423.70	\$ 1,387,880.20	\$ 1,388,536.70
Resultado del ejercicio	\$ 1,348,912.80	\$ 1,405,423.70	\$ 1,387,880.20	\$ 1,388,536.70	\$ 1,490,810.00
Total capital	\$ 11,308,912.80	\$ 10,254,336.50	\$ 10,293,303.90	\$ 10,276,416.90	\$ 10,379,346.70
Suma pasivo mas capital	\$ 13,768,912.80	\$ 11,514,336.50	\$ 11,553,303.90	\$ 11,536,416.90	\$ 10,439,346.70

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 7: Estado de resultados a 5 años

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 3,045,600.00	\$ 3,225,600.00	\$ 3,315,600.00	\$ 3,405,600.00	\$ 3,641,760.00
Utilidad bruta	\$ 3,045,600.00	\$ 3,225,600.00	\$ 3,315,600.00	\$ 3,405,600.00	\$ 3,641,760.00
Gastos de operación					
Energía eléctrica	\$ 12,000.00	\$ 12,600.00	\$ 13,200.00	\$ 13,800.00	\$ 14,400.00
Servicio de agua potable	\$ 600.00	\$ 700.00	\$ 800.00	\$ 900.00	\$ 1,000.00
Servicios de teléfono e internet	\$ 6,000.00	\$ 6,800.00	\$ 7,350.00	\$ 8,150.00	\$ 8,900.00
Desecho de residuos inservibles	\$ 960.00	\$ 980.00	\$ 1,000.00	\$ 1,050.00	\$ 1,100.00
Pago de impuesto predial	\$ 300.00	\$ 350.00	\$ 400.00	\$ 500.00	\$ 500.00
Pago licencia municipal	\$ 240.00	\$ 240.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00
Papelería	\$ 1,200.00	\$ 1,500.00	\$ 1,600.00	\$ 1,800.00	\$ 2,000.00
Sueldos y salarios	\$ 340,704.00	\$ 377,064.00	\$ 417,384.00	\$ 444,744.00	\$ 480,330.00
Publicidad	\$ 2,400.00	\$ 2,600.00	\$ 2,800.00	\$ 3,000.00	\$ 3,200.00
Descs por rentar todos los servs	\$ 6,000.00	\$ 6,500.00	\$ 7,000.00	\$ 7,500.00	\$ 8,000.00
Jabón lava manos	\$ 432.00	\$ 480.00	\$ 540.00	\$ 590.00	\$ 630.00
Jabón limpia pisos	\$ 720.00	\$ 790.00	\$ 860.00	\$ 920.00	\$ 980.00
Artículos de limpieza	\$ 600.00	\$ 640.00	\$ 700.00	\$ 750.00	\$ 820.00
Colchón de papel higiénico	\$ 960.00	\$ 1,020.00	\$ 1,270.00	\$ 1,340.00	\$ 1,395.00
Bebidas	\$ 264,000.00	\$ 288,000.00	\$ 306,000.00	\$ 314,400.00	\$ 336,000.00
Decoración	\$ 420,000.00	\$ 456,000.00	\$ 510,000.00	\$ 560,400.00	\$ 590,400.00
Gastos financieros					
Intereses por financiamiento	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00
Total gastos	\$ 1,117,116.00	\$ 1,216,264.00	\$ 1,331,204.00	\$ 1,420,144.00	\$ 1,509,955.00
Utilidad antes de impuestos	\$ 1,928,484.00	\$ 2,009,336.00	\$ 1,984,396.00	\$ 1,985,456.00	\$ 2,131,805.00
Impuesto sobre la renta	\$ 578,545.20	\$ 602,800.80	\$ 595,318.80	\$ 595,636.80	\$ 639,541.50
Impuesto sobre nómina	\$ 1,026.00	\$ 1,111.50	\$ 1,197.00	\$ 1,282.50	\$ 1,453.50
Utilidad neta	\$ 1,348,912.80	\$ 1,405,423.70	\$ 1,387,880.20	\$ 1,388,536.70	\$ 1,490,810.00

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 8: Flujo d efectivo a 5 años

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo inicial	\$ 2,161,207.80	\$ 1,196,376.50	\$ 2,525,088.90	\$ 3,797,946.90	\$ 3,990,621.70
Ingresos					
Ventas	\$ 3,045,600.00	\$ 3,225,600.00	\$ 3,315,600.00	\$ 3,405,600.00	\$ 3,641,760.00
Total ingresos	\$ 5,206,807.80	\$ 4,421,976.50	\$ 5,840,688.90	\$ 7,203,546.90	\$ 7,632,381.70
Egresos					
Total gastos	\$ 1,117,116.00	\$ 1,216,264.00	\$ 1,331,204.00	\$ 1,420,144.00	\$ 1,509,955.00
ISR por pagar	\$ 578,545.20	\$ 602,800.80	\$ 595,318.80	\$ 595,636.80	\$ 639,541.50
Impuesto sobre nómina	\$ 1,026.00	\$ 1,111.50	\$ 1,197.00	\$ 1,282.50	\$ 1,453.50
Total egresos	\$ 1,696,687.20	\$ 1,820,176.30	\$ 1,927,719.80	\$ 2,017,063.30	\$ 2,150,950.00
Saldo final	\$ 3,510,120.60	\$ 2,601,800.20	\$ 3,912,969.10	\$ 5,186,483.60	\$ 5,481,431.70

Fuente: Elaboración propia.