

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE CIUDAD MADERO
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN
MAESTRIA EN GESTIÓN ADMINISTRATIVA



TESIS

PROYECTO DE FACTIBILIDAD DE UNA MIPYME DE PLANIFICACIÓN Y
ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN LA CIUDAD Y PUERTO DE ALTAMIRA

Que para obtener el Grado de
Maestro en Gestión Administrativa

Presenta
Ing. Arely Cruz Hernández
G15073001

Directora de Tesis
M.C. Nora Leticia Castelán Ortiz



Instituto Tecnológico de Ciudad Madero

Cd. Madero, Tams., a **07 de Diciembre de 2018**

OFICIO No.: U8.275/18
ÁREA: DIVISIÓN DE ESTUDIOS
DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN
ASUNTO: AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN
DE TESIS.

ING. ARELY CRUZ HERNÁNDEZ
NO. DE CONTROL G15073001
PRESENTE

Me es grato comunicarle que después de la revisión realizada por el Jurado designado para su examen de grado de Maestría en Gestión Administrativa, el cual está integrado por los siguientes catedráticos:

- | | | |
|-----------------------|------|------------------------------------|
| PRESIDENTE : | M.C. | NORA LETICIA CASTELÁN ORTIZ |
| SECRETARIO : | DRA. | MARGARITA ZAVALA ARCE |
| VOCAL : | DRA. | JESÚS GÓMEZ ROJAS |
| SUPLENTE : | DRA. | MA. DEL LOURDES MAYAGOITIA ASOMOZA |
| DIRECTOR DE TESIS : | M.C. | NORA LETICIA CASTELÁN ORTIZ |
| CO-DIRECTOR DE TESIS: | DRA. | MARGARITA ZAVALA ARCE |

Se acordó autorizar la impresión de su tesis titulada:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD DE UNA MIPYME DE PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN LA CIUDAD Y PUERTO DE ALTAMIRA”

Es muy satisfactorio para esta División compartir con Usted el logro de esta meta, esperando que continúe con éxito su desarrollo profesional y dedique su experiencia e inteligencia en beneficio de México.

ATENTAMENTE

*Excelencia en Educación Tecnológica®
"Por mi patria y por mi bien"®*

DR. JOSÉ AARÓN MELO BANDA
JEFE DE LA DIVISIÓN DE ESTUDIOS
DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA
TECNOLÓGICO NACIONAL
DE MÉXICO
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE CIUDAD MADERO
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO
E INVESTIGACIÓN

c.c.p.- Archivo
Minuta

JAMB ´GCC´mdcoa*



Av. 1º de Mayo y Sor Juana I. de la Cruz Col. Los Mangos, Cd. Madero, Tam.

Tel. 01 (833) 357 48 20, e-mail: dir01_cdmadero@tecnm.mx

www.tecnm.mx | www.cdmadero.tecnm.mx

DEDICATORIA

A Dios por darme la luz del conocimiento y perseverancia para concluir el presente trabajo y ser el pilar fundamental en mi vida.

A mis padres Sr. Silviano Cruz y Sra. Julia Hernández por ser los principales gestores de mi formación académica que culmina, ya que con sus consejos, enseñanzas y valores han logrado guiarme por el buen camino.

A mis hermanas Lorely, Leydi y Yuzli por estar siempre presentes, por creer en mí y apoyarme en todos los aspectos de mi vida.

A toda mi familia por que con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra manera me acompañan en todos mis sueños y metas.

AGRADECIMIENTOS

A Dios por regalarme una vida nueva, ya que si hace 3 años sino me hubiera dado la oportunidad de vivir, yo no estuviera aquí logrando una meta más en mi vida.

A la M.C.Nora Leticia Castelán Ortíz Directora de Tesis, por haberme guiado no solo en la elaboración de este trabajo, sino a lo largo de mi carrera y sobre todo por brindarme su apoyo para culminar este logro, ya que sin su gran ayuda no hubiera sido posible.

A la Dra. Margarita Zavala Arce por colaborar en la revisión de este trabajo, con su dirección y conocimiento.

A mis compañeras y amigas, Silvia Santiago y Teresa Martinez por apoyarme cuando más lo necesito, por extenderme su mano en momentos difíciles y por brindarme su amistad cada día.

De igual manera al Instituto Tecnológico de Ciudad Madero en especial a la División de Estudios de Posgrado e Investigación de la Maestría en Gestión Administrativa, por brindarme la oportunidad de seguirme formando profesionalmente.

RESUMEN

La tendencia actual muestra que las familias tienen un ritmo de vida acelerado y cuentan con poca disponibilidad de tiempo. Debido a esto, las familias y empresas suelen buscar lugares que les brinden un servicio completo y conveniente a la hora de realizar eventos sociales y corporativos. Tomando con base dicha información se encontró un área de oportunidad creando una empresa en la ciudad y puerto de Altamira, que brinda el servicio de planificación y organización de eventos corporativos y sociales con todo lo que esto conlleva.

El objetivo es determinar la factibilidad y viabilidad económica de establecer una empresa dedicada a la planificación y organización de eventos, tomando como referencia la población de Altamira, en donde se tomó una muestra representativa de la misma, con la intención de ofrecer un servicio personalizado y único que permita captar mercado mediante la diversificación del servicio, satisfaciendo así, las necesidades en cuanto a la organización de eventos sociales o corporativos, en el que se pretende abarcar personas de clase social alta y media alta.

Derivado de ser un proyecto de factibilidad, se llevaron a cabo los distintos estudios de investigación en donde, se encuestó a la muestra establecida para determinar la oferta y demanda de la nueva empresa, y se optó por establecer diferentes costos con relación al tipo de servicio ofertado, tiempo y capital necesarios para llevarlo a cabo.

Se determinó la realización de 36 eventos anuales y se estableció como ubicación un sitio cercano al segmento objetivo, en este caso el municipio de Altamira, además de definir la estructura organizacional, mediante los estudios financieros se determinó que es factible el establecimiento del proyecto.

ABSTRACT

The current trend shows that families have an accelerated pace of life and limited availability of time. Because of this, families and businesses often look for places that provide them with a complete and convenient service when they have social and corporate events. Based on this information, an area of opportunity for creating a company in the city and port of Altamira, which will provide the service of planning and organization of corporate and social events with all that this entails. Although this is not a new service, it is a different option that look for to satisfy an existing week surplus.

The objective is to determine the feasibility and economic viability of establishing a company dedicated to the planning and organization of events, taking as a reference the population of Altamira, where a representative sample of the same was taken, with the intention of offering a personalized service and unique that allows to capture market by means of the diversification of the service, satisfying like this, the needs as for the organization of social or corporative events, in which it is tried to include people of high and average high social class.

Derived from being a feasibility project, the different research studies were carried out where, the established sample was surveyed to determine the supply and demand of the new company, and it was decided to establish different costs in relation to the type of service offered. , time and capital necessary for you to finish it.

The accomplishment of 36 annual events was determined and a location near the objective segment was established as a location, in this case the municipality of Altamira, besides defining the organizational structure, through the financial studies it was determined that the establishment of the project is feasible.

Índice

DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTOS	
RESUMEN	
ABSTRACT	
Índice	v
Índice de Figuras	viii
Índice de Gráficas.....	ix
Índice de Tablas.....	x
Introducción	1
Capítulo 1 Descripción del problema de investigación	
1.1 Antecedentes del problema.....	4
1.2 Declaración del problema de investigación	5
1.3 Objetivo general	6
1.4 Objetivos específicos.....	6
1.5 Justificación e importancia del trabajo de investigación.....	6
1.6 Limitaciones del trabajo.	7
1.7 Delimitaciones de la investigación	7
Capítulo 2 Marco teórico	
2.1 Marco terminológico	9
2.2 Marco Histórico.....	12
2.3 Marco Organizacional	15
2.4 Marco Normativo o Legal.....	15
2.4.1 Ley del Impuesto sobre la Renta	16
2.5 Fundamento Teórico	23
2.5.1. Introducción y marco de desarrollo.....	24
2.5.2. Estudio de mercado	24

2.5.3. Estudio técnico.....	26
2.5.4 Estudio administrativo.....	27
2.5.5. Estudio económico.....	27
2.5.6. Evaluación económica.....	28
2.5.7. Análisis y administración de riesgo.....	32
Capítulo 3 Metodología de la investigación	
3.1 Enfoque y alcance de la investigación.....	34
3.2 Diseño de la investigación.....	34
3.3 La población o sujeto de estudio.....	36
3.4 Selección de la muestra.....	37
3.5 Instrumentos para recopilar la información.....	38
3.6 Técnicas de análisis y tabulación de la información.....	39
Capítulo 4 Presentación y análisis de resultados	
4.1 Estudio de mercado.....	41
4.1.1 Análisis y presentación de resultados de la encuesta.....	41
4.1.2 Análisis de la demanda.....	57
4.1.3 Análisis de la oferta.....	59
4.1.4 Determinación del precio.....	60
4.2 Estudio técnico.....	63
4.2.1. Localización.....	63
4.2.2. Distribución de la empresa.....	64
4.2.3. Proceso del servicio.....	66
4.2.4. Capacidad Instalada.....	68
4.2.5. Equipo e instalación.....	69
4.3 Estudio administrativo.....	72
4.3.1. Organigrama.....	72
4.3.2. Descripción de puestos.....	73
4.3.3 Obligaciones.....	76
4.4 Estudio económico.....	77
4.4.1 Determinación de la inversión inicial.....	77

4.4.3 Determinación de costos	84
4.5 Evaluación económica.....	86
4.5.1 Flujo neto de efectivo proyectado	86
4.5.2 Balance general	88
4.5.3 Estado de resultados proyectado.....	89
4.5.4 Punto de equilibrio	89
4.5.5 Determinación de la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR).	90
4.5.6 Valor presente neto	90
4.5.7 Tasa interna de rendimiento	92
Capítulo 5 Conclusiones y recomendaciones	
5.1 Conclusión del objetivo general de la investigación.....	94
5.2 Conclusión de los objetivos específicos.....	94
5.3 Conclusiones generales.....	95
5.4 Recomendaciones y aportaciones de la investigación	97
ANEXOS	98
Anexo A Encuesta	99
Anexo B Aviso de inscripción del trabajador	104
Anexo C Detalle de Financiamiento	106
Bibliografía	107

Índice de Figuras

Figura 2.1 Estructura general de la evaluación de proyectos.....	23
Figura 3.1 Proceso cuantitativo.	35
Figura 4.1 Localización física, fuente: Googlemaps.	64
Figura 4.2 Distribución física de la oficina.	65
Figura 4.3 Presentación gráfica del proceso.	68
Figura 4.4 Estructura Organizacional.	73

Índice de Gráficas

Gráfica 4.1 Género de encuestados.	42
Gráfica 4.2 Edades de encuestados.	43
Gráfica 4.3 Nivel de ingresos mensual.....	44
Gráfica 4.4 Personas que pertenecen a un club social.....	45
Gráfica 4.5 Personas que conocen organizadores de eventos.....	46
Gráfica 4.6 Personas que han realizado eventos sociales.....	47
Gráfica 4.7 Quién se encarga de la organización de sus eventos.	48
Gráfica 4.8 Contratación de una empresa que organice todo su evento.	49
Gráfica 4.9 Factores para contratar a una emppresa organizadora de eventos .	50
Gráfica 4.10 Personas que contratarían la organización de todo su eveto	51
Gráfica 4.11 Principal factor que impida realizar eventos.	52
Gráfica 4.12 Monto máximor por la planificación un evento.....	53
Gráfica 4.13 Monto máximo por organización total del evento.	54
Gráfica 4.14 Mes considerado para realizar un evento.....	55
Gráfica 4.15 Día que se considera ideal para asistir a un evento.....	56
Gráfica 4.16 Medios de publicidad para consulta.	57

Índice de Tablas

Tabla 2.1 Estratificación de las Mipymes.	14
Tabla 3.1 Población sujeto de estudio.....	36
Tabla 4.1 Empresas o personas dedicadas a organizar eventos.....	46
Tabla 4.2 Competidores en la zona.....	59
Tabla 4.3 Precio total por paquetes completos de bodas.....	61
Tabla 4.4 Precio total por paquetes completos de xv años.	61
Tabla 4.5 Precio total por paquetes completos pedidas de mano.	61
Tabla 4.6 Precio total por paquetes completos despedidas de soltero(a).	62
Tabla 4.7 Precio total por paquetes completos graduaciones.	62
Tabla 4.8 Precio total por paquetes completos fiestas en general.	62
Tabla 4.9 Precio total por paquetes completos eventos corporativos.	63
Tabla 4.10 Eventos en el año.....	68
Tabla 4.11 Equipo y muebles para oficina.	69
Tabla 4.12 Material para oficina.	70
Tabla 4.13 Lista de proveedores.	71
Tabla 4.14 Activo fijo.	78
Tabla 4.15 Activo diferido.....	79
Tabla 4.16 Inversión inicial.	80
Tabla 4.17 Financiamiento.	81
Tabla 4.18 Proyección de ingresos al 75% de la capacidad instalada.	82
Tabla 4.19 Proyección de ingresos al 85% de la capacidad instalada.	83
Tabla 4.20 Costos fijos mensuales y anuales.	84
Tabla 4.21 Depreciación.	85
Tabla 4.22 Flujo de efectivo proyectado.....	87
Tabla 4.23 Balance general.....	88
Tabla 4.24 Estado de resultados proyectado.	89
Tabla 4.25 Valor presente neto.	91
Tabla 4.26 Tasa interna de rendimiento.....	92

Tabla 4.27 Conclusión de los objetivos específicos. 94

Introducción

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES), tienen particular importancia para las economías nacionales, no solo por sus aportaciones a la producción y distribución de bienes y servicios, sino también por la flexibilidad de adaptarse a los cambios tecnológicos y gran potencial de generación de empleos. Representan un excelente medio para impulsar el desarrollo económico y una mejor distribución de la riqueza (Regalado, 2007).

El sector de la organización es uno de los más importantes dentro del mercado del ocio y el turismo, nos encontramos ante un sector actualmente en crecimiento. Claro ejemplo de esta afirmación es que cualquier empresa a la hora de realizar algún acontecimiento, necesita de la coordinación y organización. Además, cada vez es más habitual invertir una suma importante de dinero, tiempo y esfuerzo para celebrar actos sociales como un símbolo de posición social.

Considerando la importancia que representa la creación de nuevas PYMES y al auge considerado en el país en cuanto a la planificación y organización de actos tanto corporativos como sociales derivado de las costumbres y tradiciones traídas por los migrantes desde el exterior, que consiste en que los anfitriones del suceso se sientan como un invitado más y se despreocupen por los detalles que conlleva la organización del mismo, se presenta el siguiente proyecto de tesis que tiene por objeto determinar la factibilidad de una microempresa dedicada a la planificación y organización de eventos en la ciudad y puerto de Altamira.

Básicamente la idea es incursionar en el mercado a una empresa que cumpla con todas y cada una de las exigencias de sus clientes, por más singular que éstas sean, la finalidad es que cada evento sea único e

irrepetible, logrando con esto satisfacción no solo a nivel personal de quien contrata el servicio, sino también de los participantes del mismo, puesto que será una gran carta de presentación para futuros contratos.

En el capítulo 1, se realiza una descripción general del problema de investigación a resolver, objetivos, justificación y alcance del proyecto.

En el capítulo 2, se encuentra el marco teórico, compuesto por marco terminológico, histórico, normativo o legal y el fundamento teórico.

En el capítulo 3, se lleva a cabo la metodología de la investigación, en donde se presenta el enfoque, alcance y diseño de la investigación, además de la población a estudio, muestra e instrumentos para recuperar la información y su respectivo análisis y tabulación.

En el capítulo 4, se realiza la presentación y análisis de resultados, a través de los diferentes estudios, compuestos por el estudio de mercado, técnico, administrativo, económico y la evaluación económica, para determinar las inversiones, ingresos, egresos, costos, estado de resultados, punto de equilibrio.

Finalmente en el capítulo 5 se presentan las conclusiones del plan de negocios, de sus objetivos y sus recomendaciones.

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Antecedentes del problema

El mundo de la organización de actos ha evolucionado muchísimo en los últimos años, hasta el punto de que las clásicas reglas de protocolo, los conocimientos básicos para llevar a cabo un evento y las normas y tradiciones que se aplicaban hasta hoy ya no son suficientes para culminar con éxito cualquier tipo de celebración. Por ello, es importante aportar nuevas propuestas y actualizar técnicas y teorías obsoletas para meterse de lleno por los medios de la comunicación, el diseño, las nuevas tecnologías, la producción, la arquitectura de los escenarios o la escenografía, las cuales marcan pautas imprescindibles para conseguir los objetivos que en estos tiempos buscan las instituciones, ya sean públicas o privadas, cuando organizan sus actos.

Actualmente la organización de un evento demanda mucho tiempo, requiere de una preparación adecuada y significa gestionar múltiples actividades, las personas deben considerar una serie de factores que satisfagan cada uno de los servicios a la hora de organizar un acto social o empresarial, como lo es la comida, los arreglos, el lugar, entre otros.

En vista de la carencia de empresas que brinde soluciones personalizadas para eventos sociales sin necesidad del desplazamiento de los clientes a los locales comerciales a contratar los servicios, se realiza un estudio para conocer el mercado actual, la factibilidad, administrativa, técnica y económica de una microempresa dedicada a la planificación y organización de eventos en el puerto de Altamira.

Para llevar a cabo este trabajo se requiere contestar las siguientes preguntas:

- ¿Existen empresas dedicadas a la organización de eventos?
- ¿Cuáles son los requerimientos necesarios para su implementación?

- ¿Cuáles son las necesidades técnicas y administrativas para el funcionamiento óptimo de la empresa?
- ¿Cuáles son los recursos económicos para establecer la empresa?
- ¿Es costeable financieramente el establecimiento de este tipo de empresa en la región?

1.2 Declaración del problema de investigación

Tomando en consideración los datos presentados en el apartado anterior, se plantea el siguiente problema de investigación:

Los organizadores de actos sociales y corporativos actualmente existen, la falta de tiempo a la hora de organizar eventos ocasiona que cada vez más, personas y empresas recurran a contratar los servicios de un planificador, pero lamentablemente los que existen no cubren con los requisitos de la calidad total exigente.

Debido a la situación económica y la competencia en este ramo que se presenta actualmente, no se sabe si es factible implementar un negocio dedicado a la planificación y organización de actos corporativos y/o sociales en la ciudad y puerto de Altamira.

Se pretende plantear y determinar la factibilidad de crear una Micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME) que sea la solución a las necesidades, gustos y preferencias deseadas en cuanto a la realización de un evento.

De acuerdo al planteamiento del problema previamente estipulado, se contemplan los siguientes objetivos.

1.3 Objetivo general

Determinar la factibilidad y viabilidad económica de establecer una empresa organizadora de eventos corporativos y sociales en la Ciudad y puerto de Altamira, Tamps., en el año 2019.

1.4 Objetivos específicos

- ✓ Realizar un estudio de mercado para identificar y analizar la oferta y la demanda de la empresa.
- ✓ Elaborar la estructura de operaciones para identificar los procesos y recursos necesarios para que la empresa opere.
- ✓ Determinar la estructura organizacional para la operación eficiente y eficaz.
- ✓ Elaborar un estudio económico que permita evaluar la factibilidad y viabilidad de la puesta en marcha de la empresa.

1.5 Justificación e importancia del trabajo de investigación

Los eventos son únicos e irrepetibles, por lo que se debe pensar en todos los detalles. El trabajo como tal será convertirse en intermediario entre las empresas y los distintos proveedores; es decir, ser el contacto necesario para la realización de sus actos requeridos.

El proyecto trata de llevar a un nivel profesional los requerimientos de los usuarios orientados a planificar, diseñar, resolver y capacitar en todos los detalles que implica llevar a cabo el suceso, mejorando y fortaleciendo a la organización de actos sociales y empresariales que existen en la zona.

Con la puesta en marcha del negocio, se pretende ofrecer mejores y completos servicios en la zona, brindando la oportunidad a las personas llevar a cabo sus actividades planeadas como la logística y organización, que sea confiable y garantice el logro de los objetivos propuestos.

Al determinar la factibilidad y rentabilidad económica y social que brindará el proyecto, se busca cuidar el recurso económico que conlleva invertir en él.

1.6 Limitaciones del trabajo.

- ✓ Tiempo disponible del investigador para recabar la información necesaria.
- ✓ Disponibilidad de tiempo para aplicar las encuestas.
- ✓ Recursos económicos disponibles para la realización del trabajo de investigación.

1.7 Delimitaciones de la investigación

- ✓ Está enfocado únicamente a la Ciudad de Altamira.
- ✓ La investigación considera un tiempo de elaboración de diciembre 2017 a diciembre 2018.
- ✓ Las actividades incluyen sólo el análisis de los requerimientos hasta su etapa de implementación.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

En este capítulo se desarrollará el marco teórico, compuesto por el marco terminológico, histórico, normativo o legal y los fundamentos teóricos, en donde se menciona el desarrollo de su contenido en cada uno.

2.1 Marco terminológico

A continuación se muestran los principales conceptos relacionados con el proyecto para una mejor comprensión del tema a tratar:

Activo diferido: “Lo integran todos los gastos pagados por anticipado por los que la empresa recibe un servicio o beneficio no solo en el año en que se efectúan, sino también en varios años posteriores” (Lazcano, 2011).

Activo fijo: Este grupo lo constituyen los recursos propiedad de la empresa, que tienen cierta permanencia o fijeza, adquiridos con la finalidad de usarlos y no con la intención de venderlos, su principal característica es que permanecen en la entidad durante varios años; naturalmente que cuando se encuentran en malas condiciones o no presten un servicio útil, se pueden vender o reemplazar, incluso darse de baja por obsoletos (Lazcano, 2011).

Análisis de puesto: “Es un procedimiento para determinar los deberes y la naturaleza de los puestos como de las competencias que deben poseer las personas que van a ocuparlos” (Aguilar Pastor & Sastre Castillo , 2003).

Costos fijos: Los costos fijos, se definen como aquellos que no varían, cualquiera sea la cantidad producida (Sapag Chain , Sapag P., & Sapag Chain, 2014).

Descripción de puesto: “Es la enumeración detallada de las funciones o tareas del cargo (qué hace el ocupante), la periodicidad de la ejecución (cuándo lo hace), los métodos aplicados para la ejecución de las funciones o tareas (cómo lo hace) y los objetivos del cargo (por qué lo hace)” (Chiavenato, 2005).

Demanda: “Son las distintas cantidades alternativas de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a comprar a los diferentes precios, manteniendo todos los demás determinantes constantes en un tiempo determinado” (Rosales Obando, 2000).

Depreciación: “Es el desgaste del valor de un bien debido al uso , el paso del tiempo o la obsolescencia, es la recuperación del costo de adquisición de un activo fijo tangible, a través de su vida útil de uso o de servicio” (Romero, 2018).

Empresa: Es una “fuente de ingresos para trabajadores, proveedores, gobierno y empresarios, promueven el desarrollo económico de la sociedad, contribuyen al sostenimiento de servicios públicos, representan un medio para la realización o satisfacción personal, y fomentan la capacitación y el desarrollo de habilidades, así como la inversión y la formación de capital” (Galindo, 2006).

Estudio: Es un “método de investigación cualitativa y empírica orientada a la comprensión en profundidad de un objeto, hecho, proceso o acontecimiento en su contexto natural” (Rovira, Codina, Marcos, & Del Valle Palma, 2004).

Estudio de factibilidad: Es un “análisis comprensivo que sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la decisión y si se procede su estudio, desarrollo o implementación” (Infinitum page, 2012).

Evaluación de resultados: “Es un proceso que tiene por finalidad detectar desviaciones respecto de lo planificado (objetivos y metas), estudiar las casusas que las originan e implementar acciones correctivas y ajustes” (Infinitum page, 2012).

Evento: “Es todo acontecimiento previamente organizado que reúne a un determinado numero de personas en tiempo y lugar preestablecidos, que

desarrollarán y compartirán una serie de actividades afines aun mismo objetivo para estímulo del comercio, industria, el intercambio social y la cultura general” (Jijena Sánchez, 2007).

Eventos corporativos: Es un “acto donde se reúne a un cierto número de personas con intereses afines a una organización” (Facchin, 2018).

Factibilidad: “Se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados” (Alegsa, 2018).

Oferta: “Es una realción que muestra las distintas cantidades de una mercancía que los vendedores estarían dispuestos y serían capaces de poner a la venta a precios alternativos durante un periodo dado de tiempo” (Spencer, 1993).

Organigrama: Es la “representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas, en la que se muestran las relaciones que guardan entre sí los órganos que la componen” (Fincowsky, 1999).

Organización: Es un “proceso encaminado a obtener un fin. Fin que fue previamente definido por medio de la planeación. Organizar consiste en efectuar una serie de actividades humanas, y después coordinarlas de tal forma que el conjunto de las mismas actúe como una sola, para lograr unpropósito en común” (Ceja, 2004).

Organizacion de eventos: “Es una actividad extraordinaria y poco cotidiana, requiere de una gran dedicación y generalmente, cuantiosos gastos” (Londoño, 2007).

Persona física: Para el SAT (Servicio de Administración Tributaria) “es un individuo que puede prestar servicios, realizar actividades comerciales, arrendar bienes inmuebles, trabajar por salarios, entre otras ocupaciones” (Click Balance, 2018).

Plan de negocios: Es el “documento en el que se va a reflejar el contenido del proyecto empresarial que se pretende poner en marcha y que abarcará desde la definición de la idea a desarrollar hasta la forma concreta de llevarla a la práctica” (Arrabal & Cabrerizo Dumont, 2009).

Planificación: Es el “proceso por el cual se obtiene una visión del futuro, en donde es posible determinar y lograr los objetivos, mediante la elección de un curso de acción” (Goodstein, Nolan, & Pfeiffer, 1998).

Precio: “Se denomina precio al pago o recompensa asignado a la obtención de un bien o servicio o más en general, una mercancía cualquiera” (Castro & Rosa Díaz, 2004).

2.2 Marco Histórico

El mundo de la organización de actos ha evolucionado muchísimo en los últimos años, hasta el punto de que las clásicas reglas de protocolo, los conocimientos básicos para llevar a cabo un evento y las normas y tradiciones que se aplicaban hasta hoy ya no son suficientes para culminar con éxito cualquier tipo de celebración. Por ello, es importante aportar nuevas propuestas y actualizar técnicas y teorías obsoletas para meterse de lleno por los medios de la comunicación, el diseño, las nuevas tecnologías, la producción, la arquitectura de los escenarios o la escenografía, las cuales marcan pautas imprescindibles para conseguir los objetivos que en estos tiempos buscan las instituciones, ya sean públicas o privadas, cuando organizan sus actos.

Lo que sí resulta una realidad indiscutible es que la logística de eventos se propone conceptualizar lo que en la actualidad es protocolo, tratando de hacer ver a diversos grupos sociales que este término no tiene nada de desfavorable, demostrando que es una disciplina como tal. La proyección, el desarrollo de los

preparativos y la puesta en marcha de todo tipo de eventos es de suma importancia en la actualidad. La importancia de la imagen, el diseño y la escenografía, en definitiva, de la proyección exterior en la organización y gestión de eventos en cualquier ámbito de la sociedad (empresarial, cultural, político, oficial o social), obligan a plantear la necesidad de crear empresas especializadas de alto nivel en estas disciplinas capaces de gestionar y diseñar de manera multidisciplinar cualquier evento.

La organización de eventos es el proceso de diseño, planificación y producción de congresos, festivales, ceremonias, fiestas, convenciones u otro tipo de reuniones, cada una de las cuales puede tener diferentes finalidades. Algunas de las tareas que incluye la organización de un evento, es la de realizar el presupuesto y el cronograma, la selección y reserva del espacio en el que se desarrollará el encuentro, la tramitación de permisos y autorizaciones, la supervisión de los servicios de transporte, los servicios gastronómicos, la coordinación logística integral, entre otros .

Un negocio, para que exista como tal, realiza cotidianamente actos de comercio, entendiendo estos, no como la simple compra-venta, sino como una gama infinita de posibilidades, las cuales se encuentran establecidas en el código de comercio (Instituto Nacional del Emprendedor, 2018).

Acontinuación se muestra la clasificación de la MIPYMES

Artículo 3.- Código de comercio

III. MIPYMES: Micro, pequeñas y medianas empresas, legalmente constituidas, con base en la estratificación establecida por la Secretaría, de común acuerdo con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y publicada en el Diario Oficial de la Federación, partiendo de la siguiente:

Tabla 2.1 Estratificación de las Mipymes

Estratificación por Número de Trabajadores			
Sector/Tamaño	Industria	Comercio	Servicios
Micro	0-10	0-10	0-10
Pequeña	11-50	11-30	11-50
Mediana	51-250	31-100	51-100

Fuente: Diario oficila de la federación [Párrafo reformado DOF 06-06-2006](#)

Se incluyen productores agrícolas, ganaderos, forestales, pescadores, acuicultores, mineros, artesanos y de bienes culturales, así como prestadores de servicios turísticos y culturales (Cámara de diputados, 2015).

2.3 Marco Organizacional

En este apartado se presenta una explicación acerca de la estructura organizacional de empresa de nueva creación donde se centra la presente investigación.

En una empresa es de gran importancia el organigrama, el cuál define las jerarquías de una organización y esto ayuda a una mejor organización.

Un organigrama sirve para indicar gráficamente la estructura organizativa de una empresa. Es una herramienta muy útil para mostrarle al cliente sus funciones principales y para que los empleados conozcan sus características generales, así mismo como el lugar y función que ocuparán en la misma.

En el estudio hará una proyección del organigrama de la empresa que se establecerá en el presente trabajo de investigación (Meza Orozco, 2016).

2.4 Marco Normativo o Legal

Las leyes suelen interpretarse como un conjunto de restricciones al que hacer de las empresas, en tanto su formulación, desde los planteamientos de los contribuyentes.

El código de comercio, la ley del impuesto sobre la renta, la ley federal del trabajo, al igual que el resto de reglamentos ligados a las empresas prestadoras de servicios, en sus primeros artículos nos presentan un conjunto de preceptos que tienen por objeto ayudar a la creación de un ente activo que es la empresa y, a través de ella constituir las bases del crecimiento económico y social. (Camara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2016)

La empresa es también un motor activo del país que requiere a su vez de varios conjuntos de servicios como el agua, el drenaje, la energía eléctrica, la seguridad, las

vías de comunicación, el transporte, los cuáles deben abstenerse interrumpidamente y tienen un costo por el que deben contribuir los usuarios, ciudadanos y empresas.

Las leyes nos ayudan a normar estos procedimientos, a la vez que nos sugieren el rumbo a seguir para el conjunto de los actores en estos procesos que conforman el mundo de las empresas.

2.4.1 Ley del Impuesto sobre la Renta

Título IV de las personas físicas del capítulo II de los ingresos por actividades empresariales y profesionales, sección I de las personas físicas con actividades empresariales y profesionales comprendiéndose de los artículos 100 al 110 (Camara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2016).

Artículo 100. Están obligadas al pago del impuesto establecido en esta Sección, las personas físicas que perciban ingresos derivados de la realización de actividades empresariales o de la prestación de servicios profesionales.

Artículo 101. Para los efectos de esta Sección, se consideran ingresos acumulables por la realización de actividades empresariales o por la prestación de servicios profesionales, además de los señalados en el artículo anterior y en otros artículos de esta Ley.

Artículo 102. Para los efectos de esta Sección, los ingresos se consideran acumulables en el momento en que sean efectivamente percibidos.

Artículo 103. Las personas físicas que obtengan ingresos por actividades empresariales o servicios profesionales, podrán efectuar las deducciones

Artículo 104. Los contribuyentes a que se refiere esta Sección determinarán la deducción por inversiones aplicando lo dispuesto en la Sección II del Capítulo II del

Título II de esta Ley. Para estos efectos, se consideran inversiones las señaladas en el artículo 32 de esta Ley.

Artículo 105. Las deducciones autorizadas en esta Sección, además de cumplir con los requisitos establecidos en otras disposiciones fiscale.

Artículo 106. Los contribuyentes a que se refiere esta Sección, efectuarán pagos provisionales mensuales a cuenta del impuesto del ejercicio, a más tardar el día 17 del mes inmediato posterior a aquél al que corresponda el pago, mediante declaración que presentarán ante las oficinas autorizadas. El pago provisional se determinará restando de la totalidad de los ingresos a que se refiere esta Sección obtenidos en el periodo comprendido desde el inicio del ejercicio y hasta el último día del mes al que corresponde el pago, las deducciones autorizadas en esta Sección correspondientes al mismo periodo y la participación de los trabajadores en las utilidades de las empresas pagada en el ejercicio, en los términos del artículo 123 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y, en su caso, las pérdidas fiscales ocurridas en ejercicios anteriores que no se hubieran disminuido.

Artículo 107. Quienes en el ejercicio obtengan en forma esporádica ingresos derivados de la prestación de servicios profesionales y no obtengan otros ingresos gravados conforme a este Capítulo, cubrirán, como pago provisional a cuenta del impuesto anual, el monto que resulte de aplicar la tasa del 20% sobre los ingresos percibidos, sin deducción alguna. El pago provisional se hará mediante declaración que presentarán ante las oficinas autorizadas dentro de los 15 días siguientes a la obtención del ingreso. Estos contribuyentes quedarán relevados de la obligación de llevar libros y registros, así como de presentar declaraciones provisionales distintas de las antes señaladas.

Artículo 108. Cuando se realicen actividades empresariales a través de una copropiedad, el representante común designado determinará, en los términos de esta

Sección, la utilidad fiscal o la pérdida fiscal, de dichas actividades y cumplirá por cuenta de la totalidad de los copropietarios las obligaciones señaladas en esta Ley, incluso la de efectuar pagos provisionales. Para los efectos del impuesto del ejercicio, los copropietarios considerarán la utilidad fiscal o la pérdida fiscal que se determine conforme al artículo 109 de esta Ley, en la parte proporcional que de la misma les corresponda y acreditarán, en esa misma proporción, el monto de los pagos provisionales efectuados por dicho representante.

Artículo 109. Los contribuyentes a que se refiere esta Sección, deberán calcular el impuesto del ejercicio a su cargo en los términos del artículo 152 de esta Ley. Para estos efectos, la utilidad fiscal del ejercicio se determinará disminuyendo de la totalidad de los ingresos acumulables obtenidos por las actividades empresariales o por la prestación de servicios profesionales, las deducciones autorizadas en esta Sección, ambos correspondientes al ejercicio de que se trate. A la utilidad fiscal así determinada, se le disminuirá la participación de los trabajadores en las utilidades de las empresas pagada en el ejercicio, en los términos del artículo 123 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y, en su caso, las pérdidas fiscales determinadas conforme a este artículo, pendientes de aplicar de ejercicios anteriores; el resultado será la utilidad gravable.

Artículo 110. Los contribuyentes personas físicas sujetos al régimen establecido en esta Sección, tendrán diversas obligaciones además de las obligaciones establecidas en otros artículos de esta Ley.

2.4.2 Ley del Seguro Social

Publicada en el diario oficial de la federación mediante decreto de fecha 21 de diciembre de 1995 es el marco legislativo bajo el que rige sus operaciones en Instituto Mexicano del Seguro Social.

Tiene el objetivo de normar las situaciones y relaciones jurídicas para la protección de la Seguridad Social de sus beneficiarios en las contingencias de maternidad, vejez, sobrevivencia, enfermedad, accidentes, invalidez, muerte, retiro y cesantía o paro forzoso.

Actualmente la ley señala que la seguridad social tiene como finalidades:

- La asistencia médica
- La protección de los medios de subsistencia.
- Los servicios sociales necesarios para el bienestar individual y colectivo.
- El otorgamiento de una pensión que, en su caso y previo cumplimiento de los requisitos legales, será garantizada por el Estado.

Artículo 1. La presente Ley es de observancia general en toda la República, en la forma y términos que la misma establece, sus disposiciones son de orden público y de interés social (LEY DEL SEGURO SOCIAL, 1995).

Artículo 2. La seguridad social tiene por finalidad garantizar el derecho a la salud, la asistencia médica, la protección de los medios de subsistencia y los servicios sociales necesarios para el bienestar individual y colectivo, así como el otorgamiento de una pensión que, en su caso y previo cumplimiento de los requisitos legales, será garantizada por el Estado.

Artículo 3. La realización de la seguridad social está a cargo de entidades o dependencias públicas, federales o locales y de organismos descentralizados, conforme a lo dispuesto por esta Ley y demás ordenamientos legales sobre la materia.

Artículo 4. El Seguro Social es el instrumento básico de la seguridad social, establecido como un servicio público de carácter nacional en los términos de esta Ley, sin perjuicio de los sistemas instituidos por otros ordenamientos.

Artículo 5. La organización y administración del Seguro Social, en los términos consignados en esta Ley, están a cargo del organismo público descentralizado con personalidad jurídica y patrimonio propios, de integración operativa tripartita, en razón de que a la misma concurren los sectores público, social y privado, denominado Instituto Mexicano del Seguro Social, el cual tiene también el carácter de organismo fiscal autónomo

2.4.3 Ley Federal del Trabajo

Son disposiciones legales que regulan las relaciones obrero-patronales, es decir donde se especifican las obligaciones y derechos de los trabajadores, así mismo también se incluyen dichas secciones para lo que aplica a jefes y superiores. También en esta Ley se protegen las garantías individuales del hombre y se deja muy claro que no se pueden establecer distinciones entre los trabajadores por motivos de raza, sexo, edad, credo religioso, doctrina política o condición social.

- Artículo 3o.- El trabajo es un derecho y un deber sociales. No es artículo de comercio (Cámara de Diputados, 2018).

La seguridad y salud en el trabajo se encuentra regulada por diversos preceptos contenidos en nuestra Constitución Política, la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, la Ley Federal del Trabajo, la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, el Reglamento Federal de Seguridad y Salud en el Trabajo, así como por las normas oficiales mexicanas de la materia, entre otros ordenamientos.

- El artículo 123, Apartado “A”, fracción XV, de la Ley Suprema dispone que el patrono estará obligado a observar, de acuerdo con la naturaleza de su negociación, los preceptos legales sobre higiene y seguridad en las instalaciones de su establecimiento, y a adoptar las medidas adecuadas para prevenir accidentes en el uso de las máquinas, instrumentos y materiales de

trabajo, así como a organizar de tal manera éste, que resulte la mayor garantía para la salud y la vida de los trabajadores.

La Ley Federal del Trabajo, en su artículo 132, fracción XVI, consigna la obligación del patrón de instalar y operar las fábricas, talleres, oficinas, locales y demás lugares en que deban ejecutarse las labores, de acuerdo con las disposiciones establecidas en el reglamento y las normas oficiales mexicanas en materia de seguridad, salud y medio ambiente de trabajo, a efecto de prevenir accidentes y enfermedades laborales, así como de adoptar las medidas preventivas y correctivas que determine la autoridad laboral.

Asimismo, el referido ordenamiento determina, en su fracción XVII, la obligación que tienen los patrones de cumplir el reglamento y las normas oficiales mexicanas en materia de seguridad, salud y medio ambiente de trabajo, así como de disponer en todo tiempo de los medicamentos y materiales de curación indispensables para prestar oportuna y eficazmente los primeros auxilios.

El referido ordenamiento también recoge las siguientes obligaciones a cargo de los trabajadores, en su artículo 134, fracciones II y X: observar las disposiciones contenidas en el reglamento y las normas oficiales mexicanas en materia de seguridad, salud y medio ambiente de trabajo y las que indiquen los patrones para su seguridad y protección personal, y someterse a los reconocimientos médicos previstos en el reglamento interior y demás normas vigentes en la empresa o establecimiento, para comprobar que no padecen alguna incapacidad o enfermedad de trabajo, contagiosa o incurable.

Por otra parte, la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal faculta a la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, en su artículo 40, fracción XI, para estudiar y ordenar las medidas de seguridad e higiene industriales para la protección de los trabajadores.

La Ley Federal del Trabajo dispone en su artículo 512 que en los reglamentos e instructivos que las autoridades laborales expidan se fijarán las medidas necesarias para prevenir los riesgos de trabajo y lograr que el trabajo se preste en condiciones que aseguren la vida y la salud de los trabajadores.

La Ley Federal sobre Metrología y Normalización determina, en sus artículos 38, fracción II, 40, fracción VII, y 43 al 47, la competencia de las dependencias para expedir las normas oficiales mexicanas relacionadas con sus atribuciones; la finalidad que tienen éstas de establecer, entre otras materias, las condiciones de salud, seguridad e higiene que deberán observarse en los centros de trabajo, así como el proceso de elaboración, modificación y publicación de las mismas.

El Reglamento Federal de Seguridad y Salud en el Trabajo establece en su artículo 10 la facultad de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social para expedir Normas con fundamento en la Ley Federal sobre Metrología y Normalización y su reglamento, la Ley Federal del Trabajo y el presente Reglamento, con el propósito de establecer disposiciones en materia de seguridad y salud en el trabajo que eviten riesgos que pongan en peligro la vida, integridad física o salud de los trabajadores, y cambios adversos y sustanciales en el ambiente laboral, que afecten o puedan afectar la seguridad o salud de los trabajadores o provocar daños a las instalaciones, maquinaria, equipos y materiales del centro de trabajo.

Las normas oficiales mexicanas que emite la Secretaría del Trabajo y Previsión Social determinan las condiciones mínimas necesarias para la prevención de riesgos de trabajo y se caracterizan por que se destinan a la atención de factores de riesgo, a los que pueden estar expuestos los trabajadores.

2.5 Fundamento Teórico

La evaluación de un proyecto de inversión, tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que se logre resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable.

La evaluación de los proyectos de inversión es un instrumento que crea metodologías que reducen o prevén posibles pérdidas durante el ejercicio, viéndolo desde un enfoque general. Es muy importante para iniciar el análisis del proyecto de inversión, tener el conjunto de datos, cálculos y documentos explicativos que lo integran en forma metodológica que dan los parámetros de como ha de ser, como se va a realizar, cuánto va a costar y los beneficios que habrá de obtenerse de la obra, que serán sometidos a un análisis y evaluación para fundamentar la decisión de aceptación o rechazo (Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 1998).

La estructura general de la metodología de evaluación de proyectos puede ser representada como se muestra en la figura 2.1

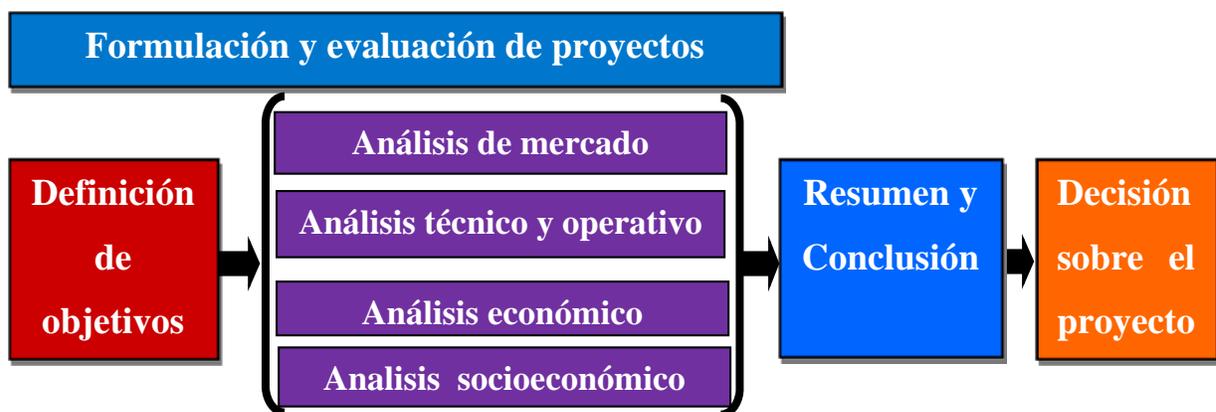


Figura 2.1 Estructura general de la evaluación de proyectos
Fuente: (Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 1998)

2.5.1. Introducción y marco de desarrollo

Toda persona que pretenda realizar el estudio y la evaluación de un proyecto, la primera parte que deberá desarrollar y presentar en el estudio es la introducción, la cual debe contener una breve reseña histórica del desarrollo y los usos del servicio, además de precisar cuáles son los factores relevantes que incluyen directamente en su consumo (Baca Urbina, 2013)

La siguiente parte que se desarrollará debe ser el marco de desarrollo, marco de referencia o antecedentes del estudio, donde el estudio debe ser situado en las condiciones económicas y sociales, y se debe aclarar básicamente por qué se pensó en emprenderlo; a que persona o entidades beneficiará; que problema específico resolverá.

Los objetivos del estudio y proyecto deberán ser básicamente los siguientes:

- a. Verificar que existe un mercado potencial insatisfecho y que es viable, desde el punto de vista operativo, introducir en ese mercado el producto objeto del estudio.
- b. Demostrar que tecnológicamente es posible producirlo, una vez que se verificó que no existe impedimento alguno en el abasto de todos los insumos necesarios para su producción.
- c. Demostrar que es económicamente rentable llevar a cabo el proyecto.

2.5.2. Estudio de mercado

Con el nombre de estudio de mercado se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización (Baca Urbina, 2013).

Es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados, puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprara un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos.

Tiene como finalidad determinar si existe o no un mercado potencial para la puesta en marcha de una empresa dedicada a la planificación y organización de eventos.

En este estudio se analizan diferentes aspectos que van a ayudar a identificar el mercado.

Este proyecto será la base con el cuál se pretende implantar en el mercado local una empresa intermediaria ofreciendo un amplio portafolio de servicios; es decir se operará como un nexo o vínculo entre los distintos proveedores que ofertan todo lo relacionado con la organización de actos sociales; contratando sus servicios para a su vez poner a disposición de quienes así lo soliciten. De esta manera se busca que el bienestar logrado en las personas sea de plena satisfacción para la empresa, puesto que se ha dado una alternativa de conseguir en un solo lugar la variedad de servicios que en el mercado se ofertan por separado.

Al ser una empresa intermediaria, la actividad del negocio no demandará una cuantiosa inversión inicial, al contrario el rédito económico estará dado en el porcentaje de comisión por la prestación de servicios de los proveedores.

Se llevará acabo un estudio primario que implica pruebas como focus groups, encuestas, investigaciones en terreno, entrevistas u observaciones llevadas a cabo o adaptadas específicamente al servicio.

Consta básicamente de determinar y cuantificar la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.

La oferta en un estudio de mercado es la cantidad de bienes o servicios que se ponen a la disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para que en función de estos, aquellos adquieran.

La demanda en un estudio de mercado es la respuesta al conjunto de mercancías o servicios ofrecidos a un cierto precio, en una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir, en estas circunstancias (Baca Urbina, 2013).

2.5.3. Estudio técnico

Permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita (Baca Urbina, 2013).

Los aspectos que se relacionan con la ingeniería del proyecto son probablemente los que tienen mayor incidencia sobre la magnitud de los costos y las inversiones que deberán efectuarse a la hora de implementar un proyecto. En el análisis de la viabilidad financiera de un proyecto, el estudio técnico cumple la función de proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes.

Una de las conclusiones más importantes derivada en este estudio, es que se deberá definir la función de producción que optimice el empleo de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto. De aquí podrá obtenerse la

información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.

El objetivo del estudio técnico es llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado.

2.5.4 Estudio administrativo

El estudio administrativo proporciona, en un proyecto de inversión las herramientas clave para los que deben administrar dicho proyecto. Muestra los elementos administrativos como la planeación de estrategia que defina rumbo y acciones a seguir para alcanzar las metas empresariales.

Consiste en determinar la organización, legalidad, fiscalidad, aspectos laborales, fuentes y métodos de reclutamiento.

Tiene como objetivo realizar un análisis para la obtención de información pertinente para determinar los aspectos organizacionales del proyecto, procedimiento administrativo, laboral, aspectos legales, ecológicos.

2.5.5. Estudio económico

El objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan los estudios de mercado y técnico, para elaborar los cuadros analíticos, que sirven de base para la evaluación económica-financiera.

El propósito es de ayudar a valorar si es rentable, o no, emprender el nuevo proyecto. Se trata, pues, de conocer:

- La inversión económica necesaria y cómo se va a financiar.

- Estimar los costos y gastos que va a suponer la puesta en marcha del proyecto.
- Valorar los posibles ingresos para realizar un cálculo aproximado de los beneficios que puede dar el proyecto.

Es importante que al iniciar cualquier idea de proyecto o negocio se tome en cuenta las variables que intervienen en el desarrollo e implementación, en términos financieros, el costo de capital de trabajo, adquisiciones de activo fijo y gastos pre-operativos hasta obtener los indicadores financieros.

Por lo tanto, para realizar este estudio económico, es preciso estructurarlo atendiendo a estos cuatro elementos: las inversiones, los gastos totales, los costos e ingresos.

Por otro lado, en el estudio económico, además de los gastos, hay que realizar una valoración del dinero que se estima se puede recaudar gracias a la venta del producto o servicio realizado y de otros tipos de ingresos que puedan beneficiar la rentabilidad del proyecto.

2.5.6. Evaluación económica

Constituye la parte final de toda una secuencia de análisis de factibilidad en los proyectos de inversión, en la cual, una vez concentrada toda la información generada en los estudios anteriores, se aplican métodos de evaluación económica que contemplan el valor del dinero a través del tiempo, con la finalidad de medir la eficiencia de la inversión total involucrada y su probable rendimiento durante su vida útil.

La evaluación económica es la parte final de toda secuencia de análisis de factibilidad de un proyecto. Si no han existido contratiempos, se sabrá hasta este punto que existe un mercado potencial atractivo: se habrá determinado un lugar

óptimo para la localización del proyecto y el tamaño más adecuado para este último. Se habrá calculado la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto.

Los objetivos de este estudio son los siguientes:

- Emplear técnicas de medición de rentabilidad económica (que contemplen el valor del dinero en el tiempo) en el proyecto en estudio.
- Demostrar si el proyecto es económicamente rentable para considerarlo como alternativa viable de inversión.
- Conocer el porcentaje de utilidad que se obtendrá con el monto invertido.
- Determinar en qué tiempo, la inversión generará los recursos suficientes para igualar el monto de la inversión inicial.

Valor presente Neto

Consiste en determinar la equivalencia en el tiempo cero de los flujos de efectivo que genera un proyecto y comparar esa equivalencia con el desembolso inicial.

Para su cálculo es preciso contar con una tasa de descuento o bien, con un factor de actualización al cual se le descuenta el valor del dinero en el futuro a su equivalente en el presente. Y una vez aplicado la tasa de descuento, los flujos resultantes que se traen al tiempo cero (presente) se llaman flujos descontados.

De tal modo que, el valor actual neto es precisamente el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial, lo que significa comparar todas las ganancias esperadas contra los desembolsos necesarios para producir esas ganancias en el tiempo cero (presente).

Con este método se define la aceptación o rechazo de un proyecto de acuerdo con los siguientes criterios de evaluación:

- Si el VAN es < 0 , se rechaza el proyecto.
- Si el VAN es $= 0$, el proyecto es indiferente.
- Si el VAN es > 0 , se acepta el proyecto.

Tasa Interna de Rendimiento

También conocida como tasa interna de retorno (TIR), es un indicador financiero que mide el rendimiento de los fondos que se pretenden invertir en un proyecto. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial; en la cual se supone que el dinero que se gana año con año, se reinvierte en su totalidad. De tal manera que se trata de la tasa de rendimiento generada en el interior de la empresa por medio de la inversión.

Por lo cual, la tasa interna de rendimiento permite conocer el rendimiento real de una inversión.

Se determina por medio de tanteos (prueba y error) hasta que la tasa de interés haga igual la suma de los flujos descontados, a la inversión inicial.

Los criterios para decidir la aceptación o rechazo de un proyecto por este método se muestran a continuación:

- Si la $TIR <$ a la tasa mínima aceptable de rendimiento del proyecto (TMAR), se rechaza, ya que el proyecto genera menos beneficios que el interés pagado por la banca; ante lo cual sería más atractivo depositar el monto de los recursos disponibles en el banco o bien, optar por una alternativa de inversión rentable.
- Si la $TIR =$ a la tasa mínima aceptable de rendimiento del proyecto, el proyecto es indiferente. En este caso, los beneficios del proyecto sólo pagarán los costos.
- Si la $TIR >$ a la tasa mínima aceptable de rendimiento del proyecto, el proyecto se acepta. Lo que significa que el beneficio real que se obtiene con el proyecto es mayor a la tasa de interés que pagan los bancos.

2.5.7. Análisis y administración de riesgo

Es un procedimiento mediante el cual se puede determinar cuánto se afecta (qué tan sensible es) la TIR ante cambios en ciertas variables del proyecto e incorpora elementos de incertidumbre que actúan como factores de riesgo para precisar en qué medida el rendimiento de un proyecto se vuelve sensible a consecuencia de circunstancias (cambios o comportamientos de fenómenos económicos) que estén fuera del control del empresario, lo que permite conocer qué variables y en qué medida modifican el rendimiento de un proyecto en particular.

Por lo tanto, este análisis de sensibilidad es de gran utilidad en la búsqueda de alternativas que conduzcan a una mejor toma de decisiones para lograr que la rentabilidad de un proyecto sea menos vulnerable a posibles cambios en sus variables.

Algunos supuestos de este análisis son:

- 1) Incremento en la inversión inicial.
- 2) Decremento en los ingresos.
- 3) Incremento en los costos.

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En este capítulo se presenta de forma general la metodología en la que se fundamenta este proyecto.

3.1 Enfoque y alcance de la investigación

El enfoque cuantitativo es esencial y probatorio. Cada etapa procede a la siguiente y no se puede brincar o eludir pasos. El orden es riguroso, aunque desde luego, podemos redefinir alguna fase. Parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o perspectiva teórica (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2006).

Los resultados de este tipo de estudio no intentan generalizarse a poblaciones más amplias, sino que se dirigen a la comprensión de vivencias en un entorno específico, cuyos datos emergentes contribuyen a entender el fenómeno.

Teniendo esto en cuenta, la investigación se adapta a este tipo de investigación, pues se requiere identificar la percepción específica de los clientes potenciales, en donde se realiza el levantamiento de información a través de encuestas, las mismas que fueron aplicadas en la Ciudad y puerto de Altamira.

3.2 Diseño de la investigación

La realización de esta investigación es cuantitativa de tipo descriptiva, puesto que se parte de una necesidad-problema, y unos objetivos que son claramente definidos por el investigador con el propósito de obtener información directa de los potenciales clientes, se realizó el levantamiento de información a través de encuestas, las mismas que fueron aplicadas en la Ciudad y puerto de Altamira.

El diseño se refiere al abordaje general que se utilizó en el proceso de investigación, al igual que la muestra, la recolección de los datos y el análisis, va surgiendo desde

el planteamiento del problema hasta la inmersión inicial y el trabajo de campo y, desde luego, sufre modificaciones, aún cuando es más bien una forma de enfocar el fenómeno de interés, en la figura 3.1 se muestra el proceso cuantitativo:

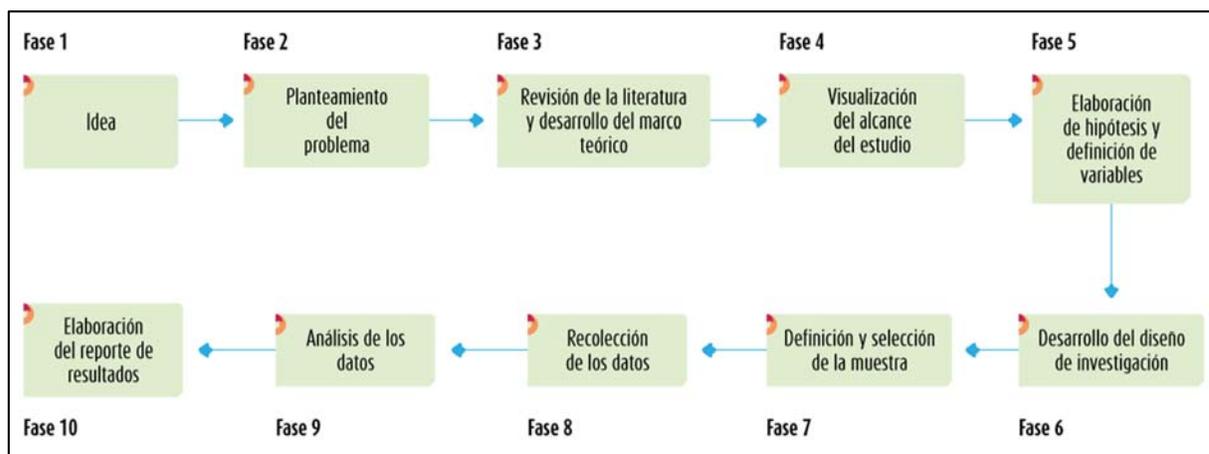


Figura 3.1 Proceso cuantitativo

Se utilizaron técnicas estadísticas debidamente estructuradas para la recolección y el análisis de la información (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2006).

Los datos que se obtuvieron se relacionaron con el estado actual de la población en estudio. La estructura del presente estudio de investigación se desarrolló de la siguiente manera:

- Se desarrolló una descripción del problema de investigación.
- Se consultaron libros, tesis e investigaciones para recolectar toda la información posible y se construye un marco teórico.
- Con la información obtenida y una vez procesada, se desarrollaron los estudios requeridos en el análisis de factibilidad para instalar la micro-empresa, dichas mediciones se representaron con números y se analizaron con métodos estadísticos.

- Por último con los resultados obtenidos en dichos estudios se determinó si es factible o no el proyecto.

Con la aplicación de este tipo de investigación se obtuvo información a detalle de las características del mercado. La indagación consistió en aplicar encuestas estructuradas con anterioridad a una muestra representativa de la población, con la finalidad de analizar minuciosamente los resultados y tomar decisiones.

3.3 La población o sujeto de estudio

El investigador propone que la población objeto de estudio está determinada por las personas que radican en la Ciudad de Altamira, de 25 a 64 años; la tabla 3.2 es un ejemplo de ello.

Tabla 3.2 Población sujeto a estudio

POBLACION Entre 25-64 Años	
HOMBRES	56,483
MUJERES	59,831
TOTAL	116,314

Fuente: Encuesta Intercensal 2015 (INEGI, 2016)

3.4 Selección de la muestra

Aunque diversos autores recomienden ciertos tamaños mínimos de muestras (número de unidades o casos) para diversos estudios cualitativos, no hay parámetros definidos ni precisos. La decisión del número de casos que conformen la muestra es del investigador, así como de la capacidad operativa de recolección y análisis, el entendimiento del fenómeno y la naturaleza del fenómeno en análisis (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2006).

Considerando el dato de población del apartado anterior, se determina la muestra utilizando el programa STAT's con los siguientes parámetros:

Población: 116,314

Intervalo de confianza: 12

Nivel de confianza 95%

Tamaño de la muestra 67

Se determinó que la muestra es de 67 personas, sin que este ajuste afecte el margen de confianza de las personas encuestadas, esto del resultado del cálculo efectuado.

Tipo de muestreo

El muestreo probabilístico es una técnica en la cual las muestras son recogidas mediante un proceso que brinda a todos los individuos de la población la misma oportunidad de ser seleccionados. Muchos consideran que este es metodológicamente el enfoque más riguroso para el muestreo, ya que elimina los sesgos sociales que podrían moldear la muestra de investigación. Sin embargo, en última instancia la técnica de muestreo que elijas debe ser la que te permita responder mejor a tu pregunta de investigación.

Se realizó un muestreo estratificado, puesto que la población total se dividió en grupos y subgrupos con el fin de dar representatividad a los distintos factores que integran el universo de estudio. Para la selección de los elementos o unidades representantes, se utilizó el método de muestreo aleatorio. En síntesis, se requiere separar a la población según grupos llamados estratos, para posteriormente elegir una muestra aleatoria simple de cada estrato para constituir una muestra global.

La manera de selección de los encuestados se llevo acabo en visitas a plazas comerciales para de esta manera mantener una platica con cada uno de ellos explicándole la finalidad de la encuesta para posteriorente hacérselas llegar a través de un medio electrónico o red social ya que la encuesta se llevó acabo por medio de formularios electrónicos para su mayor facilidad en la clasificación de resultados.

3.5 Instrumentos para recopilar la información

Con el objeto de reunir sistemáticamente la información de la zona, el investigador elabora una encuesta como instrumento de medición la técnica de encuestas, utilizando como instrumento, el cuestionario aplicado a una muestra de 68 personas mostrado en el anexo "A".

Se utilizarón preguntas de opción múltiple ya que suponen menos elaboración, son más fáciles de responder, de menos esfuerzo por parte de quien responde y más fáciles de codificar.

Así mismo se utilizaron preguntas dicotómicas ya que se pretende que con sólo 2 respuestas poder obtener la información deseada.

Algunos de los aspectos que se pretende cubrir son los siguientes:

- Nivel promedio de ingresos
- Factores que influyen en la contratación de un servicio.

- Cuánto están dispuestos a pagar por el servicio de planificación y por el de organización total de un evento.
- Medios por los cuales es mas fácil dar a conocer el servicio
- Tiempo (día y mes) que consideran más factible para realizar un evento.

Para obtener la información deseada se utilizó la herramienta para la creación de formularios de Google, ya que permite recopilar información de forma fácil y eficiente evitando el método de campo, además de ser una herramienta gratuita.

Una vez recabada la información, el mismo formulario resume la información en gráficas y permite exportar la base de datos de cada una de las respuestas, se obtuvo respuesta favorable por cada uno de los encuestados ya que ninguno tuvo inconveniente al responder dicha encuesta.

3.6 Técnicas de análisis y tabulación de la información

Se organizó la información incorporándola en tablas diseñadas en el programa Excel para su concentración y para poder gestionarla de una manera rápida y ordenada. Este sistema es ampliamente utilizado en la gestión de datos, además es un sistema amigable que facilita la presentación de resultados de manera gráfica, también se utilizó la herramienta de formularios google, en donde al recabar las encuestas deseadas la misma herramienta te arroja gráficas y resultados.

Se agrupó la información, para obtener las frecuencias y generar la parte estadística para el análisis respectivo, y los resultados se concentraron directamente en tablas marcando las frecuencias de cada pregunta para obtener la parte estadística y el análisis de la información obtenida.

CAPÍTULO 4

PRESENTACIÓN Y

ANÁLISIS DE

RESULTADOS

Los componentes de este estudio de investigación se llevará acabo mediante cuatro análisis: estudio de mercado, técnico, administrativo y económico, los cuales son esenciales para la toma de decisiones.

4.1 Estudio de mercado

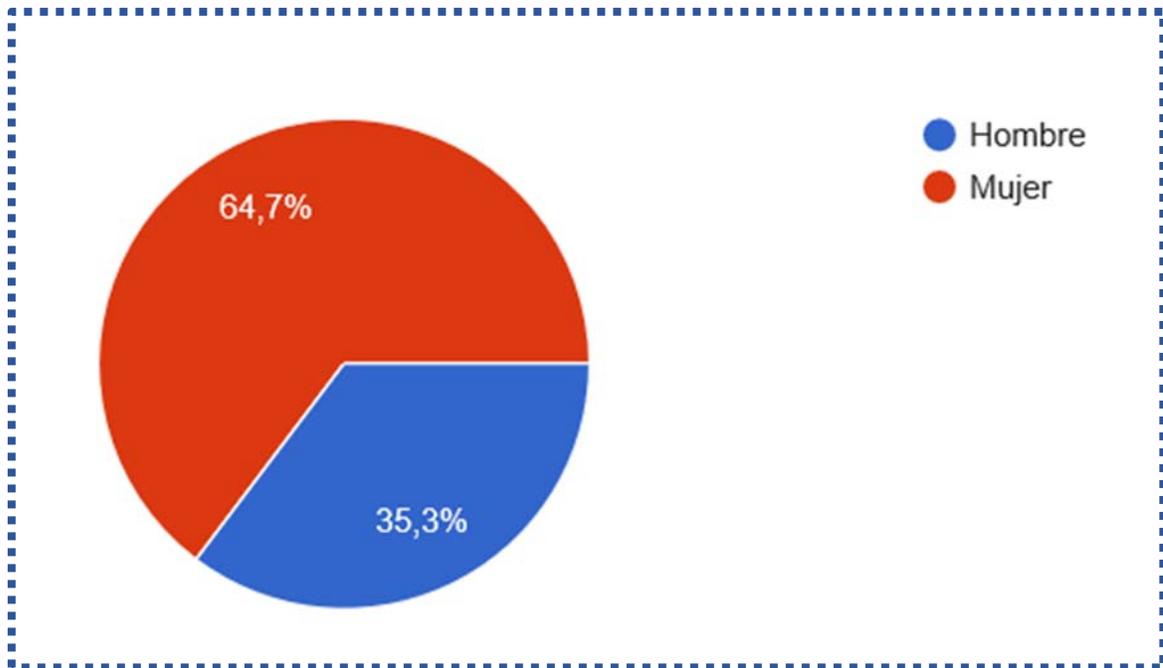
Tiene como finalidad determinar si existe o no una demanda que justifique la implementación de una mipyme dedicada a la planificación de eventos.

En este estudio se analizó la existencia de una necesidad en el mercado, o la posibilidad de poder brindar un mejor servicio que el que ofrecen las empresas o personas que ofertan ya este servicio, se analizó la demanda, la oferta, los competidores en la zona y la determinación del costo del servicio. Propone dar una idea al inversionista del riesgo que su servicio corre de ser o no aceptado en el mercado.

4.1.1 Análisis y presentación de resultados de la encuesta

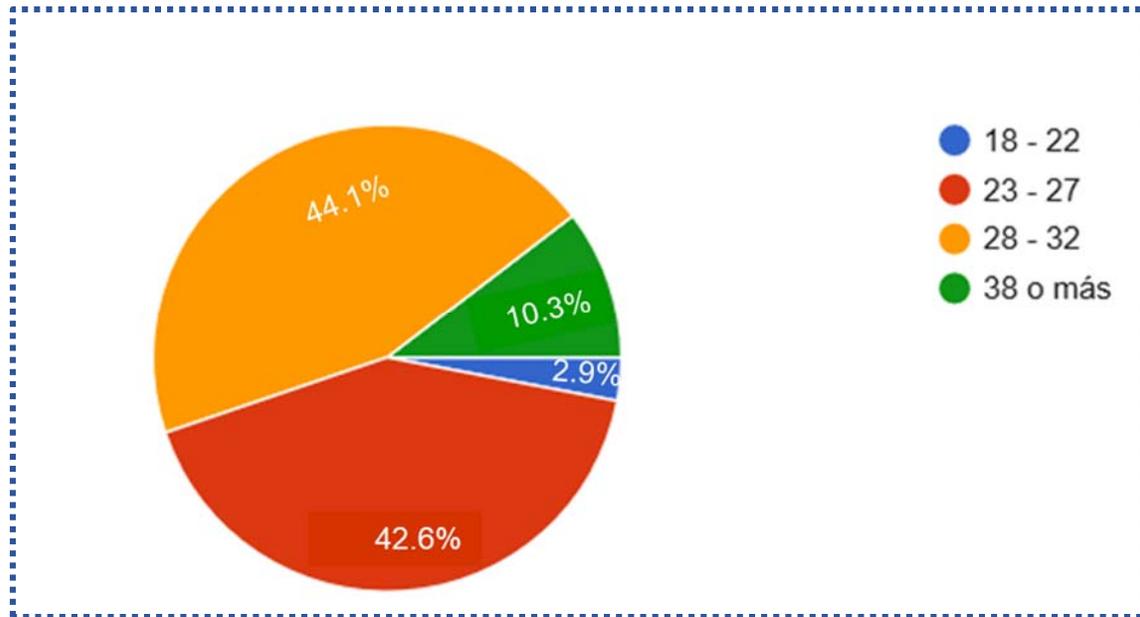
Para este proyecto se elaboró una encuesta para conocer el grado de aceptación del servicio en el mercado. A continuación se muestra el análisis de cada una de las respuestas obtenidas en la aplicación de la encuesta.

Para llevar acabo la presente encuesta se realizaron 3 preguntas de introducción para conocer el sexo, la edad, así como el ingreso promedio mensual de cada uno de los encuestados, quedando de la siguiente manera:



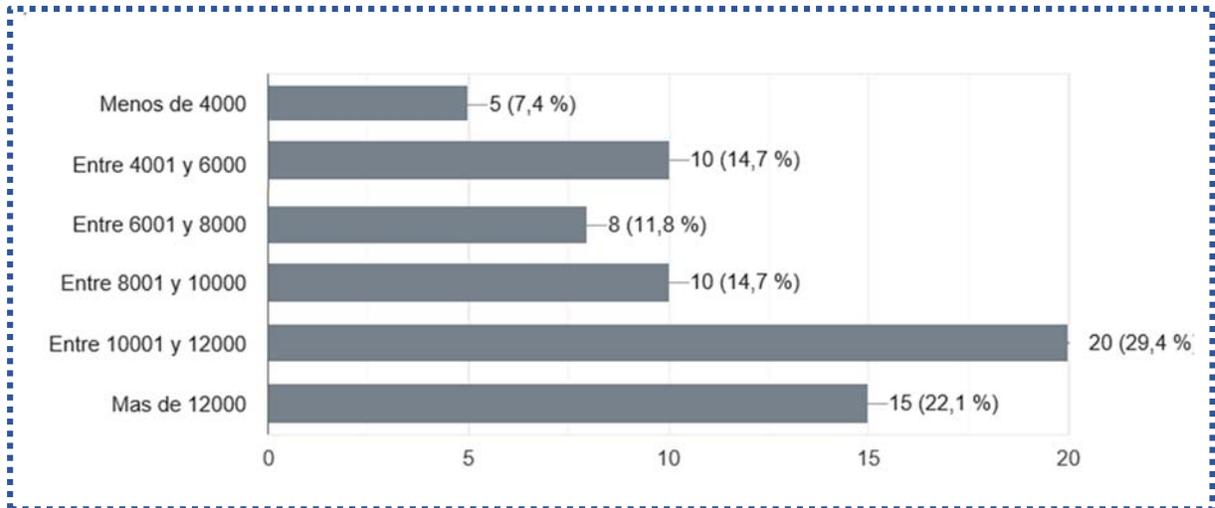
Gráfica 4.1 Género.

Se puede observar en la gráfica 4.1 que dentro de la población objeto del estudio, a la cuál se aplicó la encuesta, se presenta un porcentaje mas alto de mujeres con un 64.7%, lo que nos es de beneficio ya que la mayoría las mujeres son las que se dedican a la logística de un evento, esta pregunta es fundamental ya que se pueden identificar y diferenciar las necesidades tanto de hombres como de mujeres.



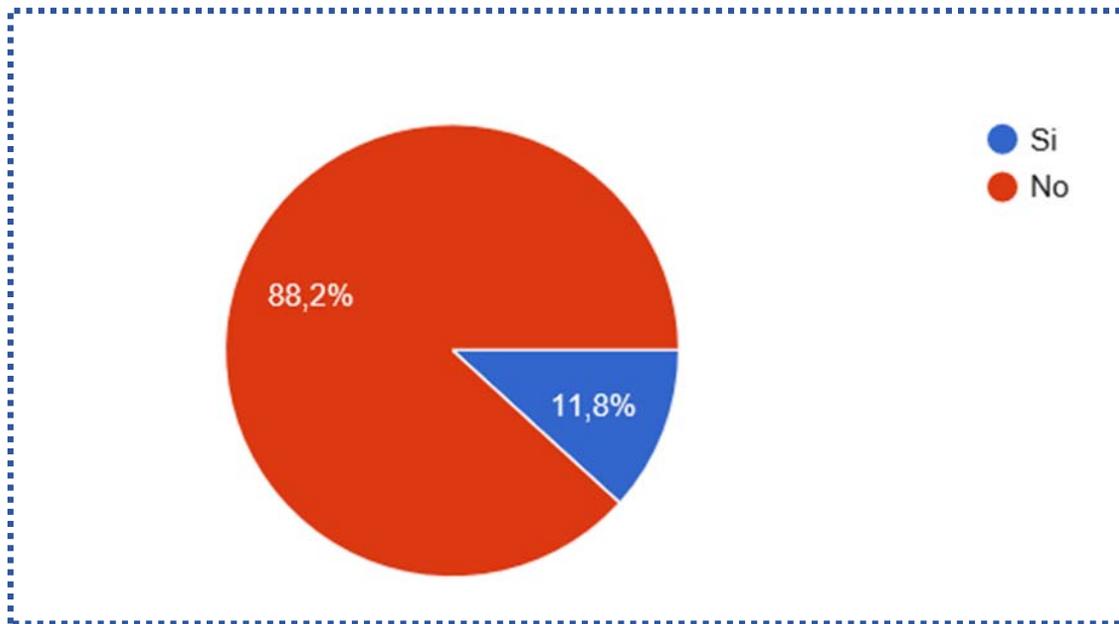
Gráfica 4.2 Edades.

La mayoría de las personas encuestadas tiene una edad entre 23 y 32 años podemos tener mas seguridad de la veracidad de la información ya que es gente que por su edad sabe si es favorable utilizar parte de sus ingresos para adquirir este servicio (ver gráfica 4.2).



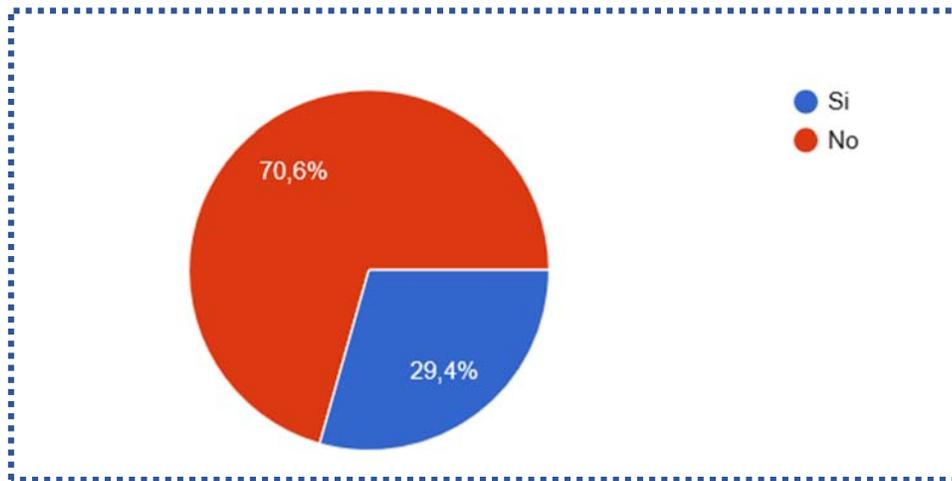
Gráfica 4.3 Nivel de ingresos mensual

En la gráfica 4.3 podemos apreciar que el nivel de ingresos mensual de los encuestados es \$10,000 o más, con un 29.4% y 22.1 %, por lo que se considera que tienen un nivel de ingresos adecuado como para poder contratar los servicios tanto de planificación como de organización total de un evento.



Gráfica 4.4 Personas que pertenecen a un club social

En la gráfica 4.4 derivado de que se les preguntó si alguno pertenecía a un club social podemos observar que la mayor parte de los encuestados no pertenecemaun club social, ésto era útil para ver la posibilidad de tener un área de oportunidad al entrar a ese segmento de gente perteneciente a un club social.



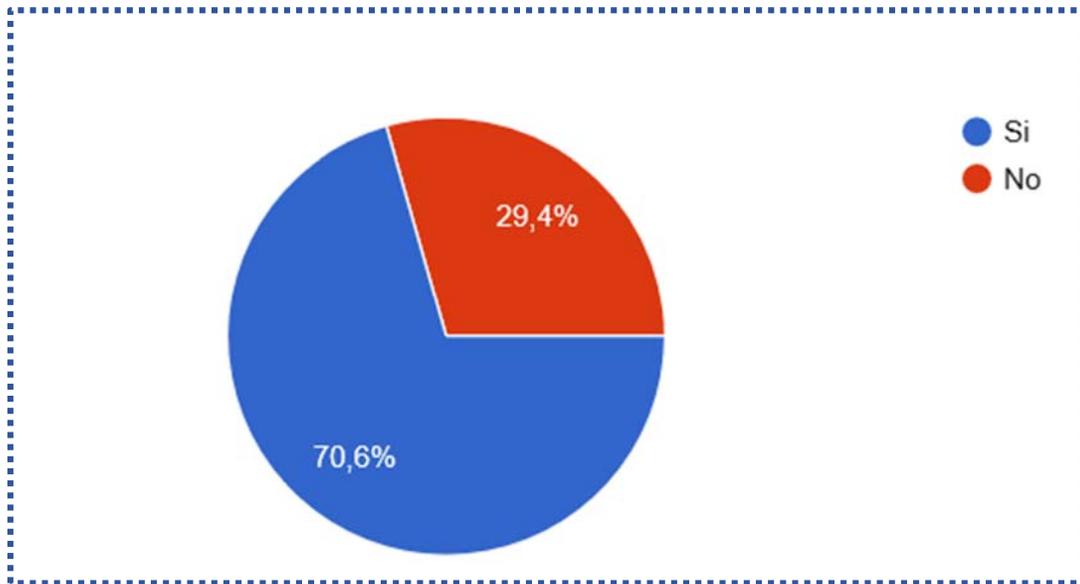
Gráfica 4.5 Personas que conocen organizadores de eventos

En la gráfica 4.5 se observa que la mayor parte de los encuestados no conocen empresas o personas que se dediquen a la planificación y organización de eventos, por lo que sería un área de oportunidad para ofrecerles algo nuevo.

Tabla 4.1 Empresas o personas dedicadas a organizar Eventos

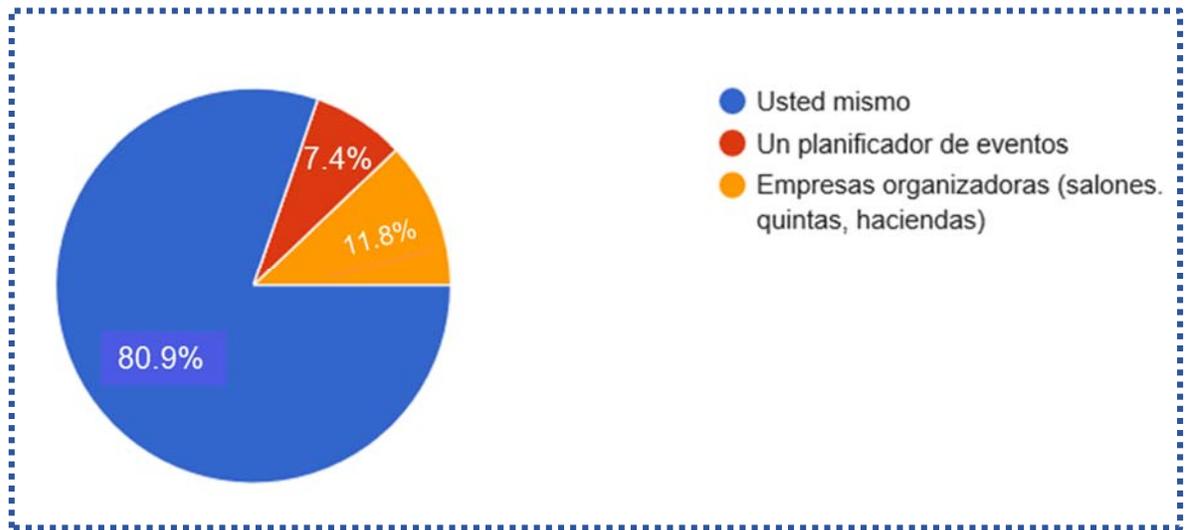
✓ Aremy eventos	✓ Muñoz
✓ Chelito rico	✓ Pagina web Bodas.com
✓ Dagar Eventos	✓ Salon de eventos Roma y Gloria
✓ En punto eventos	✓ Salones, quintas, haciendas
✓ Grupo escena	✓ Wending planner
✓ Maritza martinez	✓

En la tabla 4.1 se observan los nombres de los algunos de los competidores, mismos que nos servirán para revisar parte de su trabajo y de esta manera ver áreas detectar áreas de oportunidad.



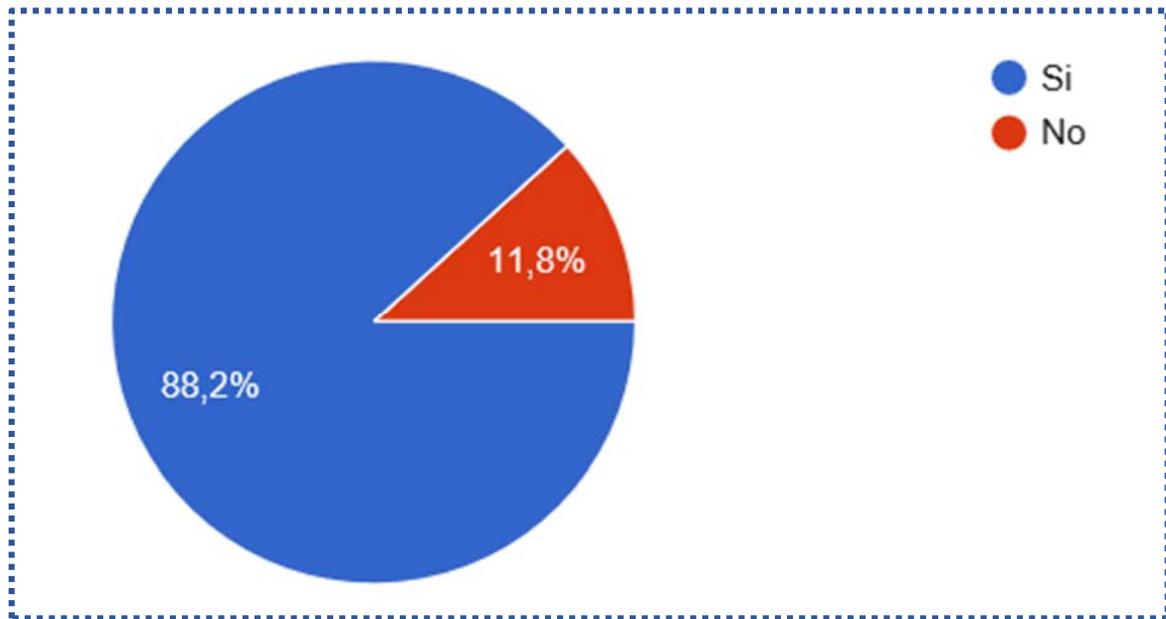
Gráfica 4.6 Personas que han realizado eventos sociales

Se puede ver en la gráfica 4.6 que la mayor parte de la población encuestada para ser exactos un 70.6% indicó que alguna vez ha realizado eventos sociales, por lo que dicho porcentaje representa la probabilidad de poder ofrecer el servicio y que pueda ser contratado.



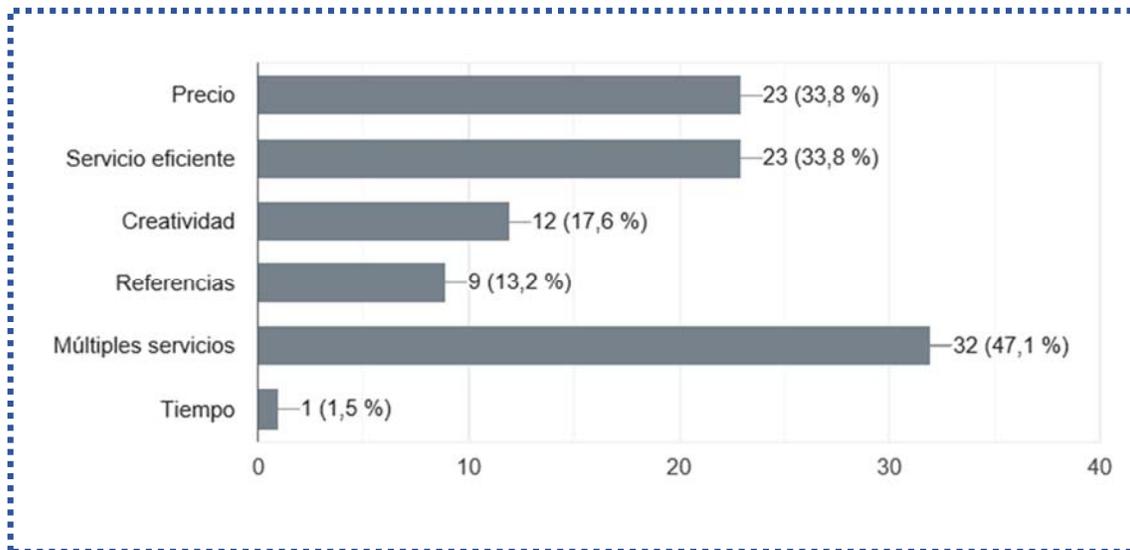
Gráfica 4.7 Quién se encarga de la organización de sus eventos.

En la gráfica 4.7 se puede apreciar que el 80.8% de los encuestados indican que ellos mismos se han encargado de la organización de sus eventos, en donde tenemos la probabilidad de que dicho porcentaje esté interesado en contratar el servicio.



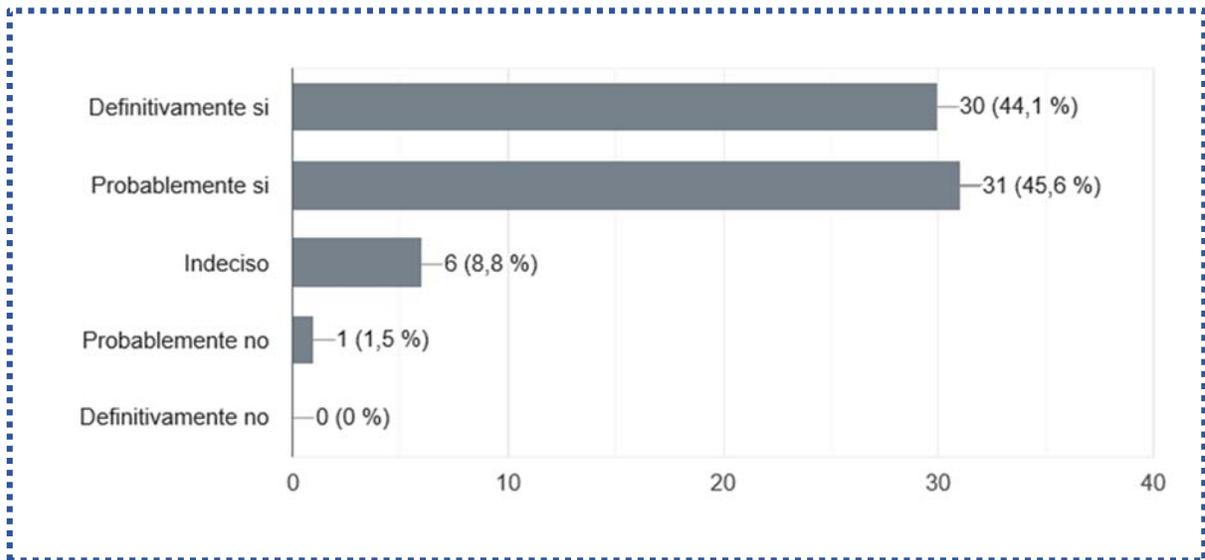
Gráfica 4.8 Contrataría los servicios de una empresa que organice todo su evento

Al analizar el resultado de la gráfica 4.8 podemos apreciar que el 88.2% indicó que efectivamente contratarían los servicios de una empresa que organice todo su evento, por lo que con esta respuesta podemos dar por hecho la probabilidad de éxito que puede tener la empresa ya que la mayor parte esta dispuesto a contratar un servicio como tal.



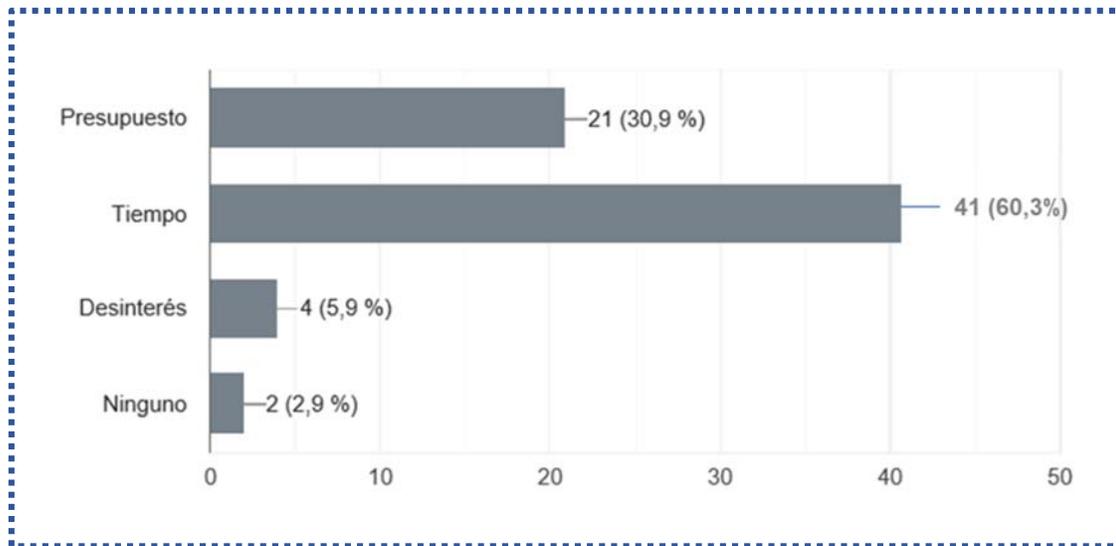
Gráfica 4.9 Factores para contratar a una empresa organizadora de eventos

La gráfica 4.9 nos muestra que de los factores que más influyen para contratar el servicio de una empresa organizadora de eventos son los múltiples servicios, el precio y que sea un servicio eficiente, donde se puede validar que el servicio que se pretende ofrecer incluye los múltiples servicios que los encuestados indican es de su interés.



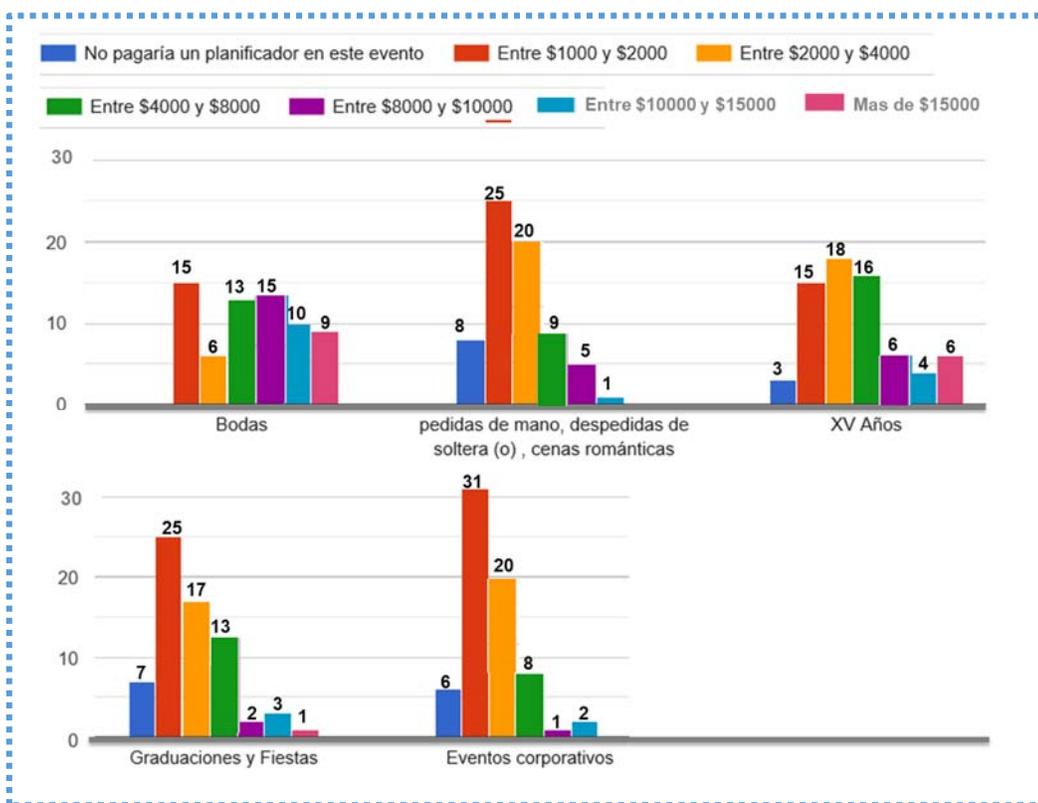
Gráfica 4.10 Personas que pagarían por la organización total.

Se puede apreciar en la gráfica 4.10 que al preguntar si contratarían el servicio ofertado, un 44.1% de los encuestados indicó que definitivamente sí, mientras que el 45.6% indicó que probablemente sí, por lo que se considera que sí sería aceptado el servicio, ya que si juntamos a quienes probablemente lo adquirirían y quienes sólo contratarían nos da un total de un 89.7% siendo este porcentaje la mayor parte de la población encuestada.



Gráfica 4.11 Principal factor que impide realizar eventos.

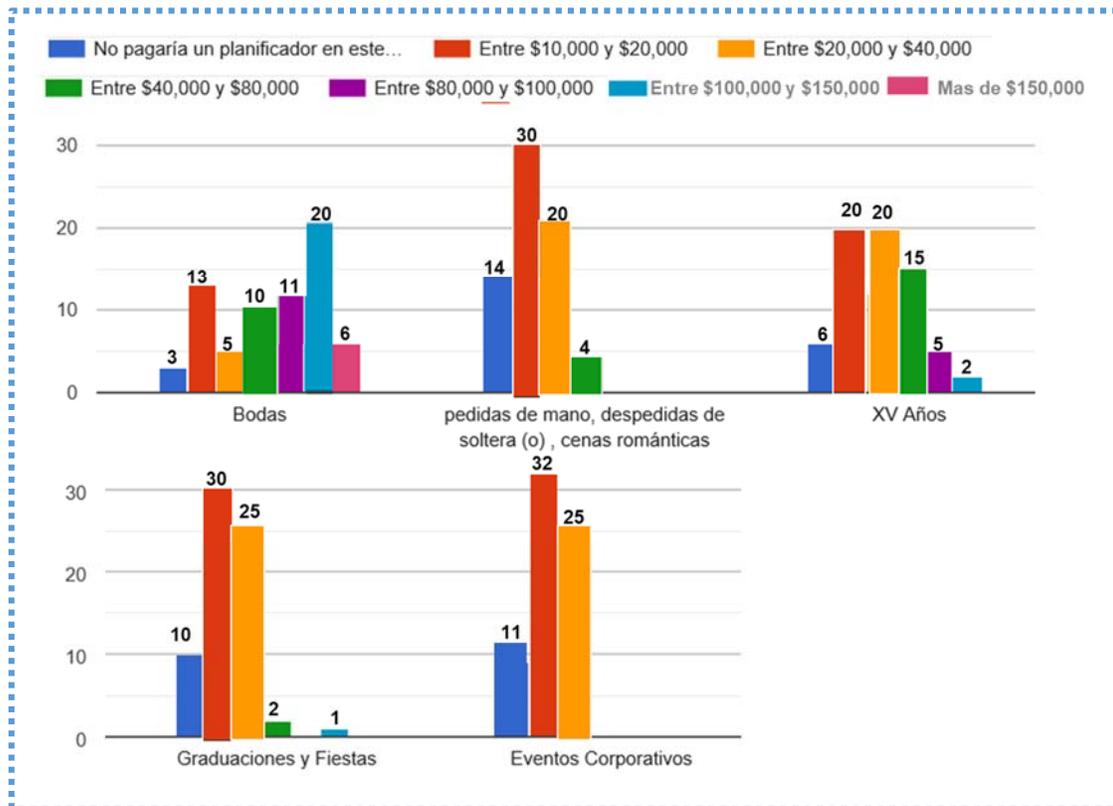
De la gráfica 4.11 podemos apreciar que de los factores que más influyen a los encuestados a la hora de realizar algún evento, es el tiempo y el presupuesto, de ahí la importancia de la implementación del negocio sin necesidad de invertir tiempo.



Gráfica 4.12 Monto máximo por la planificación un evento.

En la gráfica 4.12 se aprecian los diferentes servicios ofertados, así como los rangos de precio en cada una de ellos, quedando de la siguiente manera, en la que podemos apreciar el precio que los encuestados están dispuestos a pagar únicamente por el servicio de la planificación de su evento.

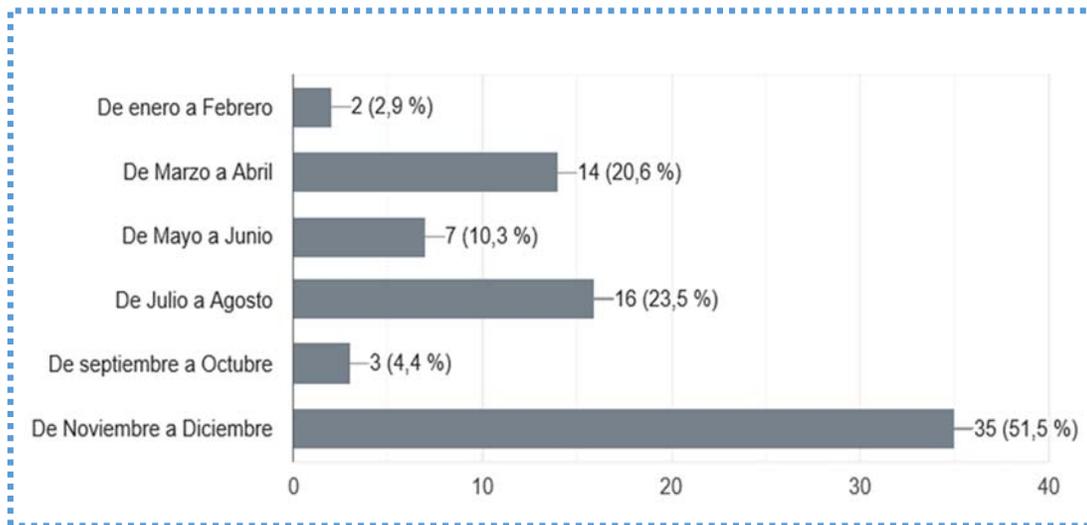
Se consideraron 5 servicios, bodas, pedidas de mano con despedida de soltero(a) y cenas románticas, xv años, graduaciones-fiestas y por último eventos corporativos, para saber cuánto estaría dispuestos a pagar únicamente por la planificación, en donde podemos ver que la mayoría está dispuesto a pagar entre \$2,000 y \$8,000 y en los eventos en donde están dispuestos a pagar más es en bodas y xv años.



Gráfica 4.13 Monto máximo por la organización total de un evento.

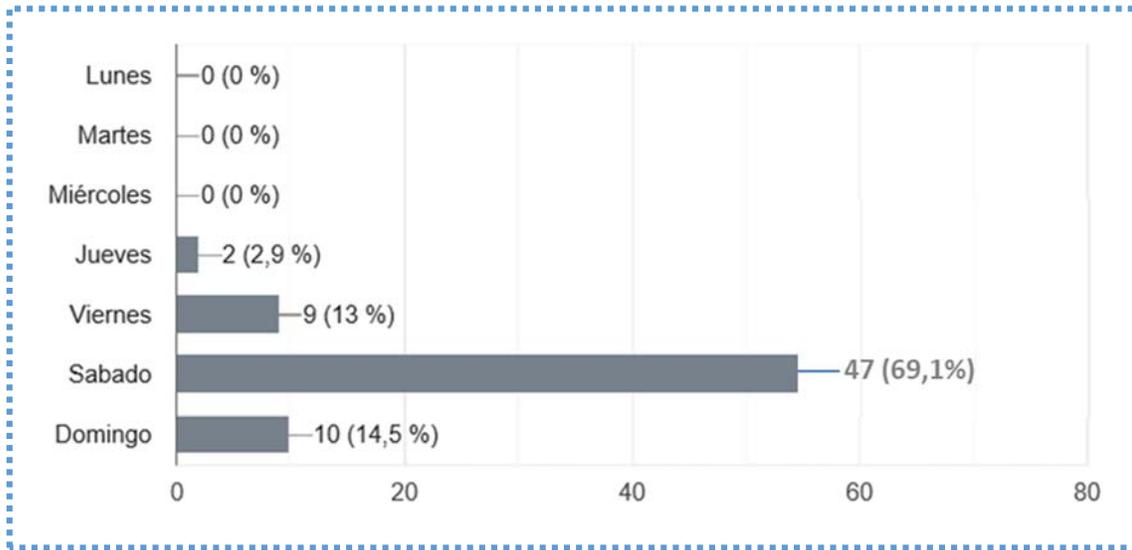
En la gráfica 4.13 podemos apreciar los diferentes servicios ofertados, así como los rangos de precio en cada una de ellos, quedando de la siguiente manera, en la que podemos apreciar el precio que los encuestados están dispuestos a pagar por la organización total del servicio planificación y organización de su evento.

Se tomaron en cuenta 5 servicios, bodas, pedidas de mano con despedida de soltero(a) y cenas románticas, xv años, graduaciones-fiestas y por último eventos corporativos, para saber cuánto estarían dispuestos a pagar únicamente por la planificación, en donde podemos ver que la mayoría está dispuesta a pagar entre \$10,000 y \$80,000 y en los eventos en donde están dispuestos a pagar más es en bodas y xv años.



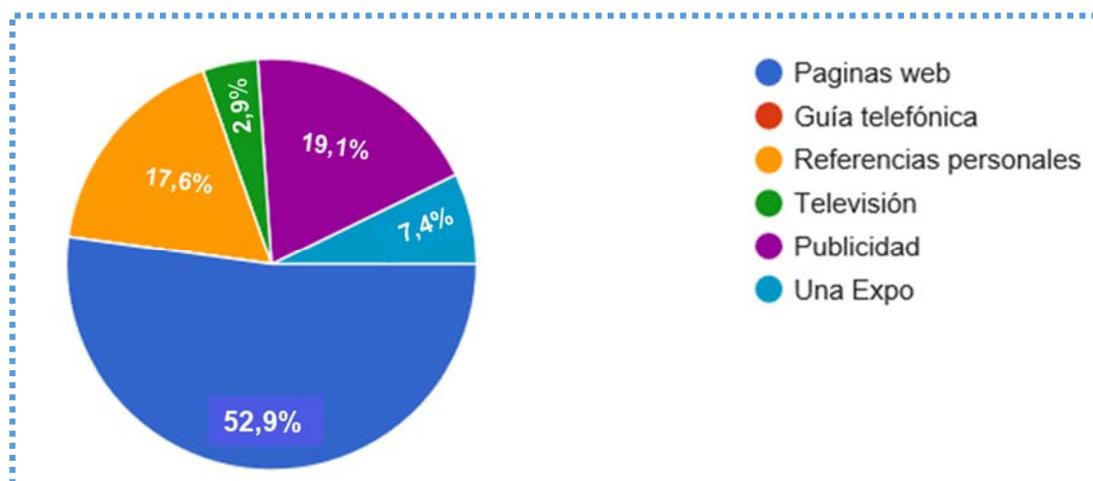
Gráfica 4.14 Mes considerado para realizar un evento.

En la gráfica 4.14 podemos apreciar los meses que consideran más adecuados para realizar un evento, sobresaliendo los meses de Marzo- Abril, Julio-Agosto y Noviembre-Diciembre, se considera que podría ser que son las temporadas vacacionales, por lo que efectivamente la mayoría elige periodos vacacionales debido a que los invitados tienen mayor probabilidad de asistir al evento.



Gráfica 4.15 Día que se considera ideal para realizar a un evento

En la gráfica 4.15 podemos apreciar los días de la semana que mas consideran adecuados para realizar un evento, en donde a simple vista se puede apreciar que el día que indican mas adecuado es el sábado, siguiéndole domingo y viernes, en donde también podemos comentar que efectivamente la mayoría elige los fines de semana por la disponibilidad de tiempo tanto como el anfitrión como de los invitados.



Gráfica 4.16 Medios de publicidad para consulta.

Se puede mostrar gráfica 4.16 los medios que más utilizan para investigar sobre los servicios que ofertan las empresas, en donde sobresalió páginas web, en este caso sabemos que en la actualidad las redes sociales han venido a ganar ventaja al ofrecer algún servicio ya que la sociedad utiliza más este medio.

4.1.2 Análisis de la demanda

El principal objetivo del análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las características cuantitativas y cualitativas de los factores que afecten los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de participación del proyecto en el mercado. La demanda es en función a una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población y otros.

Este servicio está enfocado a aquellas personas de clase media, media alta y alta, así como a empresas, cuyo mercado se encuentra en la ciudad de Altamira, como se pudo apreciar en los resultado de las encuestas el promedio de ingreso mensual de

los encuestados va de los \$10,000 a \$12,000 por lo que consideramos que la muestra es representativa de las personas que pueden adquirir el servicio.

También se pudo apreciar que un 70.6 % de la población encuestada no conoce de empresas o personas dedicadas a este servicio por lo que es un área de oportunidad que podemos aprovechar para que este servicio sea reconocido y contratado por más personas y de esta manera cubrir este segmento.

Se entiende que el número de eventos que se realizan va en aumento, por lo que se puede decir que la demanda es un punto a favor, ya que este mercado no ha llegado a su punto máximo de exigencia en esta zona, donde se puede aprovechar esta oportunidad mejorando el servicio ya existente y llegar al punto de especializarse para cada uno de los tipos de eventos que se pretenden ofrecer.

Lo anterior tomando en cuenta que el 88.2% indicó que efectivamente contrataría los servicios de un planificador de eventos, aunado a que el 80.9% indica que ellos mismos realizan sus eventos, al ofrecerles un servicio completo y venderles la idea de que alguien más puede hacer su evento un éxito, sin necesidad de tener que preocuparse por la logística del mismo.

Estos son algunos factores que se tomarán en cuenta para el crecimiento de la demanda:

- La buena calidad del servicio prestado por la empresa, cumpliendo al 100% las necesidades de los clientes.
- Precios más económicos que la competencia en igualdad de condiciones en el servicio.
- Crecimiento en las ventas de las empresas contratadas para la prestación del servicio de logística y organización de eventos.

4.1.3 Análisis de la oferta

Las empresa que están actualmente en el mercado ofrecen variedad de servicios en cuanto a la celebración de eventos, pero en su mayoría quienes ofertan un servicio son salones y Hoteles que cuentan con amplios espacios donde se puede llevar a cabo un evento, la mayoría ofrece como servicio la instalación y los demás servicios los contratan por separado, es donde vemos el área de oportunidad para ofrecer un servicio completo en donde para que sea posible se trabajará de la mano con otras empresas.

En relación con el número de oferentes se reconocen tres tipos: oferta competitiva o de mercado libre, oferta oligopólica y oferta monopólica, en donde el servicio que se esta ofreciendo entra en la clasificación de oferta competitiva, ya que existen personas o empresas que se dedican a la organización de eventos, en la tabla 4.2 se muestran los principales competidores de la zona, ubicación y ventaja competitiva.

Tabla 4.2 Competidores en la zona

Nombre del competidor	Ubicación	Servicio	Ventaja competitiva
Salón campanita	Altamira	Instalaciones y servicios varios	Ofrece varios servicios
Salón la quinta	Altamira	Solo instalación	Amplias instalacione
Dulcería de Candy mitotes	Altamira	Fiestas	Dirigido únicamente a fiestas infantiles
La hacienda recreativo	Altamira	Instalaciones y servicios varios	Ofrece diversidad de servicios
Salón choco´s party	Altamira	Fiestas Infantiles	Eventos Varios
Emi, salón de eventos	Altamira	Instalaciones y servicios varios	Ofrece diversidad de servicios

4.1.4 Determinación del precio

La determinación del precio será de acuerdo al estatus socio-económico, en el que se tomará en cuenta los siguientes aspectos:

- Poder adquisitivo
- Tipo de evento
- Clasificación del servicio
- Magnitud del evento

Todos estos aspectos servirán para poder determinar el costo por servicio, es decir el precio dependerá del servicio que elijan, así como de la magnitud del evento, se están tomando en cuenta 3 paquetes por cada servicio, esto con la finalidad de que los costos sean accesibles y de esta manera mas personas puedan adquirir el servicio y poder realizar el evento anhelado sin preocuparse por la logística.

Los 3 paquetes a ofertar estarán clasificados como: Alto, intermedio y básico, dependiendo del evento, además de que los clientes pueden optar por solo contratar los servicios de planificación.

A continuación se muestran los distintos paquetes que se ofrecen, eventos sociales, bodas, XV años, pedidas de mano, despedidas de soltero(a), cenas románticas, graduaciones y fiestas, y eventos corporativos.

Tabla 4.3 Precio total por paquetes completos de bodas

BODAS	PAQUETES		
	ALTO	MEDIO	BÁSICO
Costo de los proveedores	\$ 200,500	\$ 161,000	\$ 82,000
Pago a proveedores con Iva	232,580	186,760	95,120
Costo por planificación	15,000	12,000	5,000
Planificación mas Iva	17,400	13,920	5,800
Precio Total del Evento	\$ 249,980	\$ 200,680	\$ 100,920

Tabla 4.4 Precio total por paquetes completos XV años

XV AÑOS	PAQUETES		
	ALTO	MEDIO	BÁSICO
Costo de los proveedores	\$ 100,000	\$ 75,000	\$ 50,000
Pago a proveedores con Iva	116,000	87,000	58,000
Costo por planificación	10,000	7,500	5,000
Planificación mas Iva	11,600	8,700	5,800
Precio Total del Evento	\$ 127,600	\$ 95,700	\$ 63,800

Tabla 4.5 Precio total por paquetes completos pedidas de mano

PEDIDAS DE MANO	PAQUETES		
	ALTO	MEDIO	BÁSICO
Costo de los proveedores	\$ 40,000	\$ 25,000	\$ 10,000
Pago a proveedores con Iva	46,400	29,000	11,600
Costo por planificación	10,000	7,500	2,500
Planificación mas Iva	11,600	8,700	2,900
Precio Total del Evento	\$ 58,000	\$ 37,700	\$ 14,500

Tabla 4.6 Precio total por paquetes completos despedidas de soltero(a)

DESPEDIDAS DE SOLTERO (a)	PAQUETES		
	ALTO	MEDIO	BÁSICO
Costo de los proveedores	\$ 40,000	\$ 20,000	\$ 10,000
Pago a proveedores con Iva	46,400	23,200	11,600
Costo por planificación	7,500	5,000	2,500
Planificación mas Iva	8,700	5,800	2,900
Precio Total del Evento	\$ 55,100	\$ 29,000	\$ 14,500

Tabla 4.7 Precio total por paquetes completos graduaciones

GRADUACIONES	PAQUETES		
	ALTO	MEDIO	BÁSICO
Costo de los proveedores	\$ 50,000	\$ 30,000	\$ 25,000
Pago a proveedores con Iva	58,000	34,800	29,000
Costo por planificación	4,000	3,000	2,500
Planificación mas Iva	4,640	3,480	2,900
Precio Total del Evento	\$ 62,640	\$ 38,280	\$ 31,900

Tabla 4.8 Precio total por paquetes completos fiestas en general

FIESTAS	PAQUETES		
	ALTO	MEDIO	BÁSICO
Costo de los proveedores	\$ 25,000	\$ 12,000	\$ 10,000
Pago a proveedores con Iva	29,000	13,920	11,600
Costo por planificación	3,000	1,500	1,000
Planificación mas Iva	3,480	1,740	1,160
Precio Total del Evento	\$ 32,480	\$ 15,660	\$ 12,760

Tabla 4.9 Precio total por eventos corporativos

CORPORATIVOS	PAQUETES		
	ALTO	MEDIO	BÁSICO
Costo de los proveedores	\$ 40,000	\$ 25,000	\$ 15,000
Pago a proveedores con Iva	46,400	29,920	17,400
Costo por planificación	4,000	2,500	1,500
Planificación mas Iva	4,480	2,900	1,740
Precio Total del Evento	\$ 51,040	\$ 31,900	\$ 19,140

4.2 Estudio técnico

Para el desarrollo del plan de negocio es necesario realizar el estudio técnico correspondiente, con el que se pretende identificar la capacidad instalada, localización, tamaño del proyecto y proceso de producción.

4.2.1. Localización

El estudio de la localización se dirige a encontrar el lugar más adecuado para el proyecto, procurando obtener el máximo beneficio, mediante el análisis de variables o fuerzas de macro y microlocalización.

Se requiere que la oficina se encuentre en un sitio cercano al segmento objetivo y que tenga un área mínima de 50 mts cuadrados para que el personal pueda realizar sus funciones diarias y cuente con sus respectivos departamentos, se alquilará una oficina en la ciudad de Altamira, en un sector estratégico que está a pocos minutos de la zona centro de la ciudad y puerto Industrial de Altamira, la oficina cuenta con el área de recepción, sala de espera, un baño, una oficina privada y otra oficina para el área de juntas y de archivo.

Además habrá un área para espera que contará con un mueble en L, así como un televisor que estará proyectando imágenes y videos de los eventos a ofertar, también se instalará un minisplit para que el cliente se sienta en un lugar agusto, se adquirirá una lap top, que nos permita tener la información lo más cerca posible para poder mover la información de los servicios de un lado a otro según se necesite.

La figura 4.1 muestra un plano de vista superior de las instalaciones que incluye las áreas de trabajo dentro de la oficina, se muestra un amplia área de recepción y sala de espera, un sanitario, una sala de juntas para reuniones, y la oficina del dueño, para trabajar se ocuparán 2 computadoras portátiles.



Figura 4.2 Distribución física de la oficina.

4.2.3. Proceso del servicio.

El éxito de un evento depende de una adecuada planificación y organización de las actividades, de ahí que el presente diagrama de flujo tiene como objetivo detallar los pasos a seguir en la prestación del servicio ofertado.

Este inicia cuando el cliente llega a la empresa y se entrevista con el coordinador de eventos. La finalidad es conocer el por qué y el para qué se desea realizar el evento, precisar el motivo, que puede ser: homenajear, conmemorar, capacitar, celebrar o atraer.

El siguiente paso es el diseño del evento y presupuesto. En esta etapa el coordinador define la logística del acontecimiento (fecha, lugar, agenda, materiales), los contenidos a desarrollar, los posibles proveedores a contratar. En tanto que, el área comercial elabora el formato de requerimiento de los servicios a brindar y sus costos, todo esto tiene que estar acorde a las especificaciones del cliente.

Luego el coordinador tiene que revisar y aprobar el requerimiento. Para posteriormente ponerla a consideración del cliente.

En el caso de que exista inconformidad por parte del demandante del servicio, el coordinador de eventos perfeccionará los detalles sugeridos, y nuevamente presentará el presupuesto con las correspondientes correcciones.

Consecuentemente el cliente dará su aprobación o rechazo.

a) Se puede dar el rechazo del servicio por dos circunstancias:

1. El cliente no está en la capacidad de contratarnos y descarta por completo la prestación del servicio.

2. La propuesta presentada no cumple del todo con sus expectativas, por lo que se regresa a la etapa de reestructura del presupuesto.

b) En el caso de ser aprobada la propuesta el área comercial procederá a firmar el contrato con el cliente, considerando formas de pago y plazos.

Siendo la política de cobro la siguiente, el cliente debe cubrir anticipadamente el 80% del costo total del evento 3 meses antes de llevarse a cabo, y la diferencia una semana antes evento.

A partir de ello, el coordinador procederá con la organización en sí de las actividades, y el análisis de imprevistos que pueden suscitarse. Además de contratar a los proveedores de productos y servicios requeridos, así como al personal de apoyo.

Hay que recalcar que cada acontecimiento tiene características propias, ciertos pasos o formalidades básicas que se deben cumplir, días antes del evento el coordinador debe ultimar detalles referentes a instalaciones, personal involucrado, confirmación de asistentes y proveedores.

Finalmente, llega el día de ejecutar el plan, es el momento de coordinar y supervisar las actividades desde su inicio hasta su terminación, de verificar que los proveedores cumplan con lo pactado. El área comercial será la encargada de estar en contacto con los clientes para brindar el servicio postventa, con el fin de conocer sus nuevas necesidades o propuestas, lograr su fidelidad y recomendación con terceros.

A continuación se muestra el diagrama de proceso (Figura 4.3):

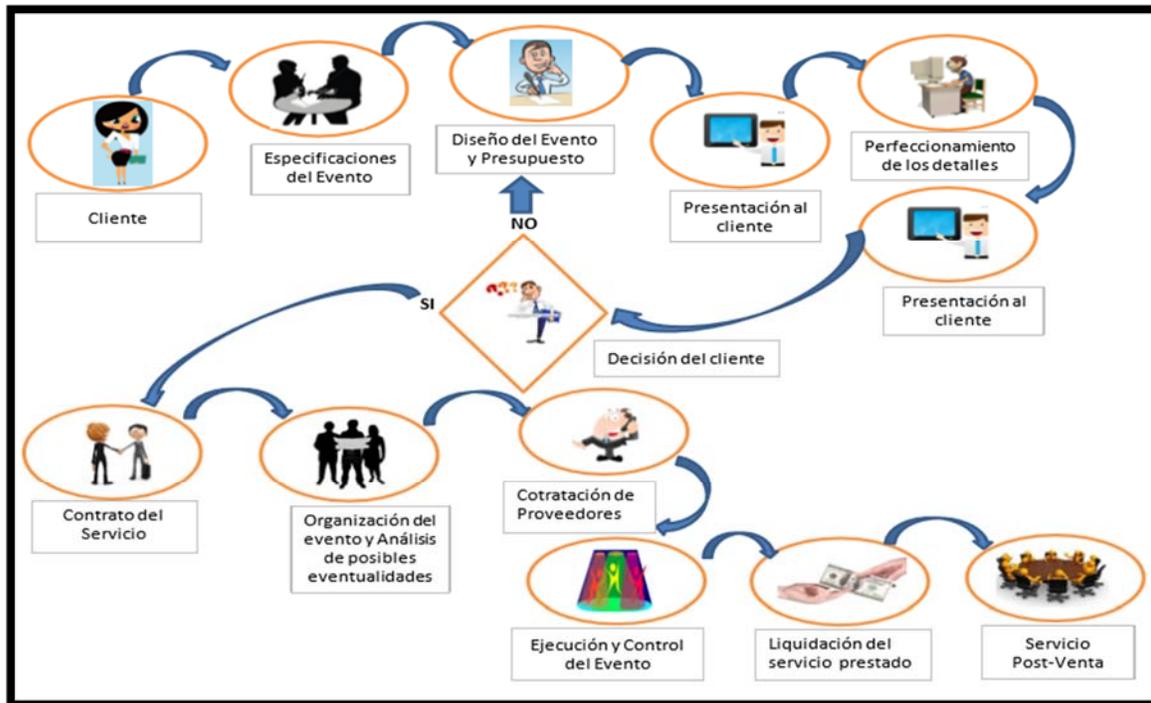


Figura 4.3 Presentación gráfica del proceso.

4.2.4. Capacidad Instalada

De acuerdo al estudio técnico se ha identificado la capacidad máxima de atender 4 eventos en promedio al mes, con relación al número de eventos esperados al año, lo anterior considerando que se cuenta con poco personal y como es de nueva creación los tiempos pueden variar debido a alguna contingencia que se pudiera presentar.

Tabla 4.10 Eventos en el año

PERIODO	Nº Eventos
Eventos a la semana	1
Eventos al mes	4
Eventos al año	48

4.2.5. Equipo e instalación

La mayoría del equipo lo proporcionan los proveedores, ya que en su mayoría los eventos son sub contratados por lo que los equipos específicos para la realización de los eventos son mínimos.

Equipo de Oficina

Tabla 4.11 Equipo y muebles para oficina

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	IMPORTE
Escritorio en L Office Depot cristal	2	\$ 1,599.00	\$ 3,198.00
Silla p/escritorio	2	399.00	798.00
Silla p/ cliente	2	290.00	580.00
Sofa para clientes en espera	1	4,000.00	4,000.00
Archivero 2 gavetas	2	900.00	1,800.00
Television OS320BDE SPECTRA 32 LED office	1	1,999.00	1,999.00
Minisplit mirage blanco 1 TON	1	3,000.00	3,000.00
Laptop	2	4,000.00	8,000.00
		TOTAL	\$ 23,375.00

Material para oficina

Para el buen desempeño de cada uno de los miembros, se requiere de todos los suministros necesarios como se mencionan a continuación.

Tabla 4.12 Material de oficina para el funcionamiento.

MATERIAL PARA OFICINA			
Cantidad	Descripción	Precio unitario	Importe
1	Folder carta crema C100 SIG Caja c/100	\$ 115.00	\$ 115.00
2	Papel office tamaño carta resma c/500	66.50	133.00
1	Boligrafo barril paquete 10 pzas	19.90	19.90
1	Borrador mediano maped c/6 pzas	19.50	19.50
1	Clip ACCO #2 paquete 10 cajas	82.50	82.50
2	Set engrapadora, grapas y quitagrapas	99.00	198.00
1	Perforadora de 2 orificios Maped	45.00	45.00
1	Cinta adhesiva c/despachador paq/6	89.90	89.90
2	Tijera mango de plastico office depot	29.90	59.80
1	POST-IT recicladas 3x3 65 hojas	67.13	67.13
1	Protector de hojas mate c/200 Office Depot	123.50	123.50
2	Marca textos 2pzs	21.50	43.00
1	Sacapuntas electrico office depot	299.00	299.00
1	Lapiz de grafito #2 mirado paq/4	18.90	18.90
2	calculadora LS-100TS CANON	99.00	198.00
1	Marcador p/pizarrón blanco BEROL C/4PZS	43.90	43.90
2	Bote basura Chico	59.90	119.80
		TOTAL	\$ 1,675.83

Materia prima y proveedores

Para llevar a cabo los servicios ofertados, se necesitan de los servicios subcontratados de algunos proveedores, a continuación se enlistan algunos de ellos, ver tabla 4.13.

Tabla 4.13 Listado de proveedores

BANQUETE	MOBILIARIO, MONTAJE, AMBIENTACIÓN
Banquetes Camino Real	Be Lounge
Margaritas Cocktails & Frozen Drinks	Naviza Eventos
Mya delicias	
Tentazione cocktails & drinks	FOTOGRAFÍA Y VIDEO
Conchis García catering	Nicolás
	Cecilia Fotografía
SALONES	Indie photo
Hotel impala	Fotohoto
Montecarlo Hotel	Imagen creativa
Hotel Miramar Inn	Música y animación
Hotel San Antonio	
Hotel Camino Real	MÚSICA Y SONIDO
Salon Liberty	Sonido Black system
Grand Royal Hotel	Soundset
Salon de Eventos campestre	Digital Sound
Rio Vista Inn	Sentidos la banda
Hotel Fiesta Inn	Negritos Band
Posada de Tampico	Liveroh Music Band
Salón Jaspe	Party Box
Ganesh	Tempus Quarter
Salón Real	
Club Maeva	
Hotel Real del Mar	
Quinta el arrayan	

Se puede evaluar la incidencia de los proveedores en función a su precio, servicio, calidad, satisfacción del cliente, capacidad de respuesta, entre otros.

4.3 Estudio administrativo

El negocio iniciará como persona física, por lo cuál se registrará bajo el régimen de incorporación fiscal.

Los contribuyentes que ejerzan la opción durante el periodo que permanezcan en el régimen previsto deberán calcular el impuesto al valor agregado de forma bimestral por los periodos comprendidos de enero y febrero ; marzo y abril ; mayo y junio ; julio y agosto ; septiembre y octubre, y noviembre y diciembre de cada año y efectuar el pago del impuesto a mas tardar el día 17 del mes siguiente al bimestre que corresponda, mediante declaración que presentará através de los sistemas que disponga el Servicio de Administración Tributaria en su página de internet.

El pago bimestral será la diferencia entre el impuesto que corresponda al total de las actividades realizadas en el bimestre por el que se efectua el pago, a excepción de las importaciones de bienes tangibles.

Entre otros detalles, los contribuyentes de este régimen no están obligados a presentar las declaraciones informativas siempre que presenten la información de las operaciones con sus proveedores en el bimestre inmediato anterior.

4.3.1. Organigrama

La estructura organizacional se refiere a la forma en que se dividen, agrupan y cordinan las actividades de la organización.

Este proyecto busca crear una empresa y conformarla por un equipo multidisciplinario de profesionales que velarán por el cumplimiento de los compromisos adquiridos tanto internos como externos en una organización funcional.

Al ser una empresa pequeña, se considera que no se requiere de un excesivo personal como se describe en el organigrama divisional que se muestra en la figura 4.4.

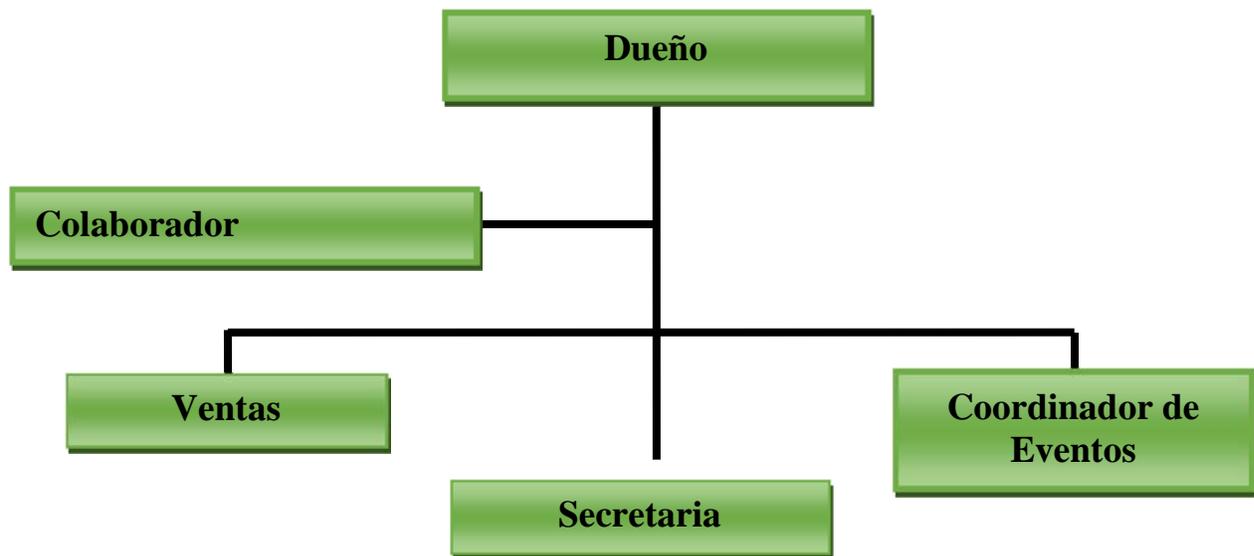


Figura 4.4 Estructura organizacional.

4.3.2. Descripción de puestos

Dueño.

Encargado de organizar y verificar la calidad y puntualidad en la prestación del servicio; generar ideas nuevas e innovadoras para la promoción y comercialización del servicio; mantener contacto permanente con clientes actuales y potenciales.

- Definir la dirección estratégica de la compañía y sus políticas.
- Representante legal de la compañía.
- Controlar el desarrollo de los planes para lograr los objetivos propuestos.
- Atender los clientes importantes.
- Autorizar pagos de personal y proveedores.
- Acudir a eventos importantes.
- Toma de decisiones administrativas, de financiamiento.
- Seleccionar el talento humano dentro de la empresa.
- Definir y supervisar los procesos de selección de personal para la realización del evento.
- Realizar planes de marketing.
- Evaluar la competitividad de la empresa y analizar la competencia.
- Apoyo al proceso de definición de precios.
- Lograr el mejor precio, con el fin de reducir costos.

Colaborador.

- Contratar personal de apoyo en el evento, sólo si está estipulado en el contrato, ya que hay proveedores como catering que cuenta con su propio personal, solicitando autorización del encargado del proyecto.
- Supervisar cotizaciones.
- Actualización del archivo de proveedores.
- Organizar y programar los eventos de acuerdo a los requerimientos y necesidades del cliente.
- Dar soluciones a inconvenientes que se presenten con los clientes.
- Diseño e implementación permanente de estrategias de promoción y comercialización del servicio.

Vendedor

- Buscar alianzas estratégicas con proveedores.
- Búsqueda constante de nuevos clientes.
- Programar y realizar visitas a empresas, asociaciones, escuelas, etc.
- Prestar el servicio post - venta y su respectiva evaluación.

Coordinador

- Dirigir la realización del evento y al personal de apoyo encargado de la correcta coordinación.
- Asegurar de que todas las órdenes y contratos de eventos se cumplan a cabalidad. Debe tener conocimiento de muchas cosas y estar atento a todo lo que el personal a su cargo realice.
- Supervisar cada evento por lo cual debe estar muy bien capacitado para poder controlar, manejar y aportar en el desarrollo del mismo.
- Encargado de enviar las invitaciones al evento y confirmar la asistencia de los invitados.
- En caso de ser necesario y según el contrato el personal de apoyo realizará las distintas actividades desde servicio al cliente, transportación de equipos, montaje de escenarios, recepción del evento, técnicos de audio y video, entre otras cosas y deben estar en capacidad de cubrir cualquier falta de alguno de ellos.

Secretaria

Encargada de recibir y transmitir la información de los servicios que requiere el cliente; así mismo brindar apoyo durante el desarrollo del esquema completo de la prestación del servicio:

- Llevar debidamente actualizado el formulario de contactos de clientes.
- Archivar y clasificar correspondencia recibida y enviada.

- Revisar diariamente el correo electrónico para dar respuesta oportuna a las solicitudes de los clientes.
- Atención de llamadas telefónicas, correos electrónicos, etc.
- Informar al Director de proyecto acerca de los servicios que requiere el cliente.
- Participar en la elaboración y ejecución de planes de acción.
- Mantener informado al director del proyecto sobre las actividades programadas semanalmente.

4.3.3 Obligaciones

Dentro de los aspectos legales es importante conocer las diferentes obligaciones que se tienen como empresa, para cumplir adecuadamente con ella y evitar posibles inconvenientes.

Alta en la Secretaría de Administración Tributaria. El régimen incorporación fiscal se convierte en el nuevo esquema de tributación al que pueden acceder personas físicas con actividad empresarial con ingresos menores de dos millones de pesos anuales.

Régimen de incorporación fiscal. Los contribuyentes que opten tributar bajo el RIF, tendrán las siguientes obligaciones:

- ✓ Expedir comprobantes fiscales mediante el servicio de generación gratuita de factura electrónica que se encuentra en la pagina del SAT y entregarlos a sus clientes, solo conservarlos cuando no se haya emitido un comprobante fiscal por la operación.
- ✓ Registrar en los medios o sistemas electrónicos los ingresos, egresos, inversiones y deducciones del ejercicio correspondiente; lo cuál constituye una forma simplificada de llevar contabilidad.

- ✓ Efectuar el pago de las erogaciones relativas a sus compras e inversiones cuyo importe sea superior a \$2,000.00 (Dos mil pesos 00/100 MN), mediante cheque, tarjeta de crédito, débito o de servicios. Los contribuyentes se librarán de esta obligación, cuando las erogaciones se efectúen en poblaciones o en zonas rurales que no cuenten con servicios financieros.
- ✓ Alta en el IMSS: Instituto Mexicano del Seguro Social, cuando inscribes a tu empresa y a tus empleados en el IMSS, simultáneamente estos se vuelven derechohabientes de infonavit sin que tengas que hacerlo. Ingresa a la dirección <http://www.imss.gob.mx/patrones>, y seguir los pasos para registro de empresa y dar de alta a los trabajadores, existen varios formatos para el trámite de alta patronal, se puede consultar en el anexo B el formato para persona física.

4.4 Estudio económico

El estudio económico es otro de los elementos básicos incluidos la evaluación de un negocio. Su objetivo es evaluar el potencial económico del proyecto empresarial y el presentar alternativas viables de financiación para el mismo.

En este paso se analiza de igual manera el estudio financiero mediante un proceso de selección, relación y evaluación de la información financiera compuesta por diversas técnicas y herramientas contables cuyo objetivo es proporcionar sólidas bases de conocimiento para tomar decisiones en el mundo de los negocios.

Una de las herramientas fundamentales es la proyección de los estados financieros. Para llegar a tener esto, se debe elaborar y proyectar en base de una información clara y real toda la inversión, costos, ventas, flujos de efectivo, etc.

4.4.1 Determinación de la inversión inicial

La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, se refiere a las erogaciones o

flujos negativos que ocurren al comienzo de la vida económica de un proyecto y que representan desembolsos de efectivo para la adquisición de activos, tales como terrenos, edificios, maquinaria y equipos.

Activo fijo

Los activos fijos, los cuáles están representados por las propiedades de la empresa físicamente tangibles que han de usarse durante más de un año y que por lo general no se convierten fácilmente en efectivo. Por lo tanto se han considerado como inversiones fijas a todos los bienes muebles, equipos de oficina y equipo de cómputo; las cuáles se encuentran detallados en el siguiente cuadro y los precios tomados son los establecidos en el mercado.

Tabla 4.14 Activo Fijo

	Cto. Unitario	Cantidad	Cto. Total
Mobiliario y Equipo de Oficina			
Escritorio en L Office Depot cristal	\$ 1,599.00	2	\$ 3,198.00
Silla p/escritorio	399.00	2	798.00
Silla pc/lientes	399.00	2	580.00
Sofa para clientes	4,000.00	1	4,000.00
Archivero 2 gavetas	909.00	2	1,818.00
Television OS320BDE SPECTRA 32 LED	1,999.00	1	1,999.00
Minisplit mirage blanco 1 TON	3,500.00	1	3,000.00
Equipo de computo			
Laptop	4,000.00	2	8,000.00
TOTAL ACTIVO FIJO			\$ 23,375.00

Capital de trabajo

Para determinar el capital se consideraron los gastos fijos de dos meses, cantidad que corresponde a \$ 26,600.00, mismos que estarán para su disponibilidad en la cuenta de bancos.

Activo diferido

Los activos diferidos son todos aquellos activos cuyo valor reside en los derechos que su posesión confiere al propietario y se adquiere con el propósito de ser usado durante la vida útil económica en las operaciones normales del negocio.

La tabla 4.16 muestra el total del activo diferido el cual considera los gastos para acondicionar el local,

Para el plan de negocio estos activos estan integradospor los costos erogados en la constitución de la misma, pagos de servicios, los cuáles se encuentran en la siguiente lista:

Tabla 4.15 Activo diferido

ACTIVO DIFERIDO	
Concepto	Monto
Papeleria	\$ 1,674.80
Rentas pagadas X anticipado	1,800.00
Gastos preoperativos	3,000.00
Publicidad (Folletos)	1,500.00
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	\$ 7,974.80

El plan de inversión del negocio esta compuesto por activos, pasivos y de capital de trabajo.

El la tabla 4.14 se muestra el monto de la inversión inicial para iniciar el funcionamiento de empresa de planificación y organización de eventos.

Tabla 4.16 Inversión inicial

INVERSIÓN INICIAL	
Concepto	Monto
Activo fijo	\$ 24,376.00
Capital de trabajo	26,600.00
Activo diferido	7,974.80
(-) Patrimonio	15,825.00
TOTAL	\$ 58,951.00

El monto de la inversión inicial es de \$74,776.00 (ver tabla 4.14), sin embargo se le resta el patrimonio por la cantidad de \$15,825.00, resultando únicamente \$58,951.00 cuyo financiamiento se realizará por medio de una financiera, para liquidar la inversión inicial mencionada de \$74,776.00.

Financiamiento de la inversión

El la tabla 4.17 se presenta el pago a capital y el pago de intereses ordinario para pagar en tres años con un interés anual del 23.79% del préstamo obtenido de una financiera, ver anexo C detalle del financiamiento a tres años:

Tabla 4.17 Financiamiento

	1er Año	2do Año	3er Año	total
CAPITAL	\$19,650.33	\$19,650.33	\$19,650.33	\$58,951.00
INTERÉS	\$12,306.59	\$7,203.59	\$2,507.21	\$22,017.39

4.4.2 Determinación de ingresos

Un presupuesto es un documento que se desarrolla a partir de las previsiones de ingresos y egresos monetarios para un cierto periodo. Es necesario conocer lo servicios aofrecer y el costo de dichos servicios.

Para la proyección de la la venta del servicio se estan tomando en cuenta en los dos primeros años el 75% de la capacidad máxima, dando un total de 36 servicios, cabe mencionar que los ingresos varian en los 2 años debido a que, aunque son el mismo numero de eventos, no son los mismos tipos de eventos en ambos.

En la tabla 4.18 de muestra la proyección de ingresos tomando en cuenta el 75% de la capacidad máxima instalada.

Tabla 4.18 Proyección de ingresos al 75% de la capacidad instalada

INGRESOS	1° año	2° año
Servicios por año bodas	3	4
Ingreso x comision a prov. (10%)	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00
Ingreso promedio por servicio	10,000.00	10,000.00
<i>Ingreso anual bodas</i>	\$ 90,000.00	\$ 120,000.00
Servicios por año XV años	2	2
Ingreso x comision a prov. (10%)	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00
Ingreso promedio por servicio	4,000.00	4,000.00
<i>Ingreso anual XV años</i>	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00
Servicios por año pedidas y despedidas de soltero	4	4
Ingreso x comision a prov. (10%)	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00
Ingreso promedio por servicio	3,500.00	3,500.00
<i>Ingreso anual pedidas mano y Despedidas soltero</i>	\$ 30,000.00	\$ 30,000.00
Servicios por año Graduaciones y fiestas	6	5
Ingreso x comision a prov. (10%)	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00
Ingreso promedio por servicio	3,000.00	3,000.00
<i>Ingreso anual Graduaciones y fiestas</i>	\$ 42,000.00	\$ 35,000.00
Servicios por año eventos corporativos	21	21
Ingreso x comision a prov. (10%)	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00
Ingreso promedio por servicio	2,500.00	2,500.00
<i>Ingreso anual Eventos Corporativos</i>	\$ 36,500.00	\$ 136,500.00
TOTAL INGRESOS	\$ 323,500.00	\$ 346,500.00

CAPÍTULO 4 PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Para esta estimación de los siguientes tres años se tomará en cuenta el 85% de la capacidad instalada correspondiente a 41 eventos, cálculo que se muestra en la tabla 4.19

Tabla 4.19 Proyección de ingresos al 85% de la capacidad instalada

INGRESOS	3° año	4° año	5° año
Servicios por año bodas	4	4	5
Ingreso x comision a prov. (10%)	\$25,000.00	\$ 5,000.00	\$25,000.00
Ingreso promedio por servicio	12,500.00	12,500.00	12,500.00
<i>Ingreso anual bodas</i>	\$150,000.00	\$150,000.00	\$187,500.00
Servicios por año XV años	4	4	3
Ingreso x comision a prov. (10%)	\$ 9,500.00	\$ 9,500.00	\$ 9,500.00
Ingreso promedio por servicio	4,000.00	6,000.00	6,000.00
<i>Ingreso anual XV años</i>	\$ 4,000.00	\$ 62,000.00	\$ 46,500.00
Servicios por año pedidas y despedidas de soltero	6	6	5
Ingreso x comision a prov. (10%)	\$ 4,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Ingreso promedio por servicio	3,500.00	4,000.00	4,000.00
<i>Ingreso anual pedidas mano y Despedidas soltero</i>	\$45,000.00	\$ 54,000.00	\$ 45,000.00
Servicios por año Graduaciones y fiestas	7	7	7
Ingreso x comision a prov. (10%)	\$ 4,000.00	\$ 5,000.00	\$ 6,000.00
Ingreso promedio por servicio	3,000.00	4,000.00	5,000.00
<i>Ingreso anual Graduaciones y fiestas</i>	\$ 49,000.00	\$ 63,000.00	\$ 77,000.00
Servicios por año eventos corporativos	20	20	21
Ingreso x comision a prov. (10%)	\$ 4,000.00	\$ 5,000.00	\$ 6,000.00
Ingreso promedio por servicio	3,000.00	3,000.00	4,000.00
<i>Ingreso anual Eventos Corporativos</i>	\$40,000.00	\$160,000.00	\$210,000.00
TOTAL INGRESOS	\$438,000.00	\$ 489,000.00	\$566,000.00

4.4.3 Determinación de costos

La estimación de los costos futuros constituye uno de los aspectos centrales del trabajo del evaluador, con ella podemos determinar la rentabilidad del proyecto, conocer si el precio al que vendemos el servicio que ofrecemos, nos permite lograr la obtención de beneficios, luego de cubrir todos los costos de funcionamiento de la empresa.

Son considerados costos fijos los que permanecen como una salida constante de dinero durante un periodo determinado, estos son independientes del volumen de venta.

En la tabla 4.20 se muestran el desglose del total de los costos fijos, que son los gastos de administración mensual y anual de la empresa.

Tabla 4.20 Costos fijos mensuales y anuales

Puesto	Sueldo mensual	Sueldo anual
Sueldo	\$ 10,000.00	\$120,000.00
Renta del local	1,800.00	21,600.00
Luz	500.00	6,000.00
Agua	300.00	3,600.00
Gasolina	1,000.00	12,000.00
Renta Telefono	700.00	8,400.00
TOTAL	\$ 14,300.00	\$ 171,600.00

Depreciación

La depreciación contable tiene lugar en el estudio del valor de los activos. Todos los bienes tienen una vida útil estimada como resultado de la utilización o desgaste. Es una reducción periódica del valor de un bien material o inmaterial.

Según la Ley de Impuesto sobre la renta, los activos en la categoría de mobiliario y equipo de oficina se deprecian a un porcentaje anual de 10%, mientras que los que están en la categoría de equipo de cómputo se deprecian anualmente 30%, en la tabla 4.21 se muestra cuanto se depreciarán los activos en un periodo de 5 años.

Tabla 4.21 Depreciación

Concepto	Monto	% De depreciación	1° año	2° año	3° año	4° año	5° año
Mobiliario y Equipo de Oficina	\$ 16,376.00	10%	\$ 1,637.60	\$ 1,637.60	\$ 1,637.60	\$ 1,637.60	\$ 1,637.60
Equipo de Computo	8,000.00	30%	2,400.00	2,400.00	2,400.00	-	-
TOTAL	\$ 24,376.00	40%	\$ 4,037.60	\$ 4,037.60	\$ 4,037.60	\$ 1,637.60	\$ 1,637.60

4.5 Evaluación económica

La evaluación económica es la sección del análisis de factibilidad del proyecto donde se determina, partiendo de los valores obtenidos del estudio económico. Tiene la capacidad de mostrar de forma numérica las ventajas y desventajas de invertir, así como su capacidad rentable. De igual manera, muestra los análisis de sensibilidad con proyecciones tanto pesimistas como optimistas para contar con información financiera útil y que ayude a tomar decisiones económicas convenientes.

El estudio de evaluación económica es la parte final de toda la secuencia de análisis de factibilidad de un proyecto. A pesar de conocer las utilidades probables del proyecto durante los primeros cinco años de operación, aún no se habrá demostrado que la inversión propuesta será económicamente rentable.

4.5.1 Flujo neto de efectivo proyectado

El flujo de efectivo nos muestra los movimientos entrantes de efectivo (movimientos de entradas o salidas de efectivo). El flujo de efectivo tomará en cuenta los ingresos y egresos, esto ayuda en la planeación y generación de presupuestos, sin dejar a un lado la medición que se puede hacer para cumplir con los propósitos adquiridos.

Para el cálculo de dicho flujo se restaron los ingresos contra los egresos para dar como resultado el flujo de efectivo proyectado para cada uno de los 5 años.

$$\text{Ingresos (entradas)} - \text{Gastos (salidas)} = \text{Saldo disponible}$$

CAPÍTULO 4 PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

En la tabla 4.23 se muestra el flujo de efectivo proyectado, el cual presenta tanto los ingresos como los egresos, de manera que permite hacer cambios en base a decisiones económicas y reflejar sus consecuencias de rentabilidad en la evaluación económica del proyecto.

Tabla 4.22 Flujo de efectivo proyectado

FLUJO DE EFECTIVO					
Concepto	1° año	2° año	3° año	4° año	5° año
Ingresos	\$323,500.00	\$346,500.00	\$438,000.00	\$489,000.00	\$566,000.00
(-) Costos fijos	171,600.00	171,600.00	171,600.00	171,600.00	171,600.00
(-) Gastos financieros	12,306.59	7,203.59	2,507.21	-	-
(-) Depreciación	4,037.60	4,037.60	4,037.60	1,637.60	1,637.60
Ut. antes de impts	135,555.81	163,658.81	259,855.19	315,762.40	392,762.40
Impuesto del 35%	47,444.53	57,280.58	90,949.32	110,516.84	137,466.84
Utilidad Neta	88,111.28	106,378.23	168,905.87	205,245.56	255,295.56
(-) Pago a capital	19,650.33	19,650.33	19,650.33	-	-
(+) Depreciación	4,037.60	4,037.60	4,037.60	1,637.60	1,637.60
Flujo neto de efectivo	\$72,498.54	\$90,765.49	\$153,293.14	\$206,883.16	\$256,933.16

4.5.2 Balance general

Tabla 4.23 Balance general

ESTADO DE RESULTADOS Del 1° de Enero al 31 de Diciembre de 2019				
ACTIVO			PASIVO	
Activo Circulante			A largo plazo	
Bancos		\$26,600.00	Prestamos Bancario	\$ 58,951.00
Activo Fijo			Total pasivo circulante	
Mobiliario y Equipo	\$16,376.00		58,951.00	
Equipo de computo	8,000.00	24,376.00	CAPITAL	
Total Activo			Patrimonio	\$ 15,825.00
Activo Diferido				
Papeleria	1,675.00			
Rent. pag. x ant.	1,800.00			
Gastos preperativos	3,000.00			
Publicidad	1,500.00	7,975.00		
TOTAL ACTIVO		\$58,951.00	TOTAL P+C	\$ 74,776.00

4.5.3 Estado de resultados proyectado

El estado de resultados obtenido muestra en la tabla 4.24 las pérdidas y ganancias a la vez que se plasma la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto. A continuación se muestra el estado de resultados proyectado a cinco años comprobando que el proyecto es factible.

Tabla 4.24 Estado de resultados proyectado

ESTADO DE RESULTADOS Del 1° de Enero al 31 de Diciembre 2019					
Concepto	1° año	2° año	3° año	4° año	5° año
Ingresos	\$323,500.00	\$346,500.00	\$438,000.00	\$489,000.00	\$566,000.00
(-) Costos fijos	171,600.00	171,600.00	171,600.00	171,600.00	171,600.00
(-) Gastos financieros	12,306.59	7,203.59	2,507.21	-	-
(-) Depreciación	4,037.60	4,037.60	4,037.60	1,637.60	1,637.60
Utilidad antes de impuestos	135,555.81	163,658.81	259,855.19	315,762.40	392,762.40
Impuesto del 35%	47,444.53	57,280.58	90,949.32	110,516.84	137,466.84
Utilidad Neta	\$88,111.28	\$106,378.23	\$168,905.87	\$205,245.56	\$255,295.56

4.5.4 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los costos variables. Para este proyecto debido a que no cuenta con costos variables, de esta manera cuando los ingresos alcancen el valor de los costos fijos, se obtendrá el punto de equilibrio.

4.5.5 Determinación de la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR).

La tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) o costo de capital sin inflación es la tasa de ganancia anual que solicita ganar el inversionista para llevar a cabo la instalación y operación de la empresa. La TMAR es la tasa de crecimiento real de la empresa por arriba de la inflación o también conocida como premio al riesgo, de forma que en su valor debe reflejar el riesgo que corre el inversionista de no obtener las ganancias pronosticadas y que eventualmente vaya a la bancarrota (Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2013).

Considerando el porcentaje de financiamiento anual que es de 11% y un premio al rango de 9% se obtiene que:

$$\text{TMAR} = 11\% + 9\% = \mathbf{20\%}$$

4.5.6 Valor presente neto

Una vez que se han determinado los valores financiero, se calcula el valor presente neto y la tasa de retorno. En la tabla 4.25 se muestra el cálculo de la tasa interna de retorno considerando la inversión inicial de \$74,776 y una TMAR de 20% usando los flujos de efectivo calculados anteriormente y la herramienta Microsoft Excel para calcular el valor presente

El valor presente neto (VPN) es el método más conocido a la hora de evaluar proyectos de inversión a largo plazo. El valor presente neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: maximizar la inversión. Es el valor monetario que resulta de los flujos descontados a la inversión inicial

Inversión: \$ 74,776.00, Vida del proyecto: 5 Años, Costo de capital: 25%

Tabla 4.25 Valos presente neto

Inv. Inicial	TMAR	Flujo de Efectivo	VPN
0	25%	-74,776	-\$74,776
1		323,500	\$258,800
2		346,500	\$221,760
3		438,000	\$224,256
4		489,000	\$200,294
5		566,000	\$185,467
Valor presente neto			\$1,015,801.48
Tasa interna de retorno			443%

Utilizando Excel se obtiene que

$$\text{VPN} = \$1,015,801.48$$

Se observa que la inversión inicial de \$74,776.00 se recupera, proporcional el 25% de costo de capital y además genera \$1,015,801.48de beneficio adicional actual.

4.5.7 Tasa interna de rendimiento

La tasa que iguala el valor presente neto a cero. Es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje. También es conocida como tasa crítica de rentabilidad cuando se compara con la tasa mínima de rendimiento requerida (tasa de descuento) para un proyecto de inversión específico.

Inversión: \$ 74,776.83

Vida del proyecto: 5 Años

Costo de capital: 25%

Tabla 4.26 Tasa Interna de Rendimiento

Inv. Inicial	TMAR	Flujo de Efectivo	VPN
0	25%	-74,776	-\$74,776
1		323,500	\$258,800
2		346,500	\$221,760
3		438,000	\$224,256
4		489,000	\$200,294
5		566,000	\$185,467
Valor presente neto			\$1,015,801.48
Tasa interna de retorno			443%

Utilizando Excel se obtiene que:

TIR= 443%

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este capítulo se exponen las conclusiones a los objetivos planteados, así también se dan a conocer las recomendaciones pertinentes para la operación de la empresa.

5.1 Conclusión del objetivo general de la investigación

Se concluye que el objetivo general: “Determinar la factibilidad y viabilidad económica de establecer una empresa organizadora de eventos corporativos y sociales en la Ciudad y puerto de Altamira, Tamps., en el año 2019”, fue alcanzado al obtener resultados satisfactorios en cada uno de los objetivos específicos como se muestra en la siguiente tabla:

5.2 Conclusión de los objetivos específicos

Tabla 4.27 Objetivos específicos

Objetivos específicos	Conclusiones
Realizar un estudio de mercado para identificar y analizar la oferta y la demanda de la empresa.	En base al estudio de mercado, se observa que existe mercado potencial para la creación de la empresa, con la aplicación de la encuesta, se aprecia el área de oportunidad ya que un gran porcentaje indica que contratarían el servicio.
Elaborar la estructura de operaciones para identificar los procesos y recursos necesarios para que la empresa opere.	Se tomó en cuenta el diagrama de flujo de procesos para ejemplificar el seguimiento desde la contratación hasta la culminación del servicio para que de esta manera sea más fácil llevar a cabo la puesta en marcha
Determinar la estructura organizacional para la operación eficiente y eficaz.	Se realizó la estructura de acuerdo a las necesidades del negocio ya que por ser una MIPYME no necesita de mucho personal para operar.
Elaborar un estudio financiero que permita evaluar la factibilidad y viabilidad de la puesta en marcha de la empresa.	Se determinó la inversión inicial considerando financiamiento externo, se obtuvieron los flujos de efectivo arrojando un VPN y TIR mayor que la TMAR determinando que es factible económicamente.

5.3 Conclusiones generales

- ✓ Existen diversas empresas varias empresas y personas en la ciudad de Altamira, lo que da la oportunidad a la empresa de nueva creación de entrar de manera participativa en el mercado de la ciudad. Más del 80% de la población encuestada están interesadas en adquirir los servicios de planificación y organización de eventos, lo que brinda seguridad al momento de puesta en marcha del negocio.
- ✓ De acuerdo a las encuestas realizadas se puede ver que la mayoría de los encuestados tanto hombre como mujeres se encuentran en un rango de edad de entre 23 y 32 años, la mayoría presenta un salario entre \$10,000 y \$12,000, y la gran mayoría no pertenece a algún club social, y sólo una pequeña parte conoce empresas o personas dedicadas a este servicio, por lo que sería una tarea importante para poder llegar más a los clientes en donde nos podemos apoyarnos de las redes sociales ya que la mayoría de los encuestados indicó que utilizan páginas web para buscar alguna empresa de su interés.
- ✓ Así mismo las encuestas nos arrojaron información sobre algunos competidores que se dedican a este servicio, aunque cabe mencionar que existe un área de oportunidad un servicio que incluya todo lo que conlleva un evento incluyendo los distintos servicios para su realización, en donde podemos aprovechar que la mayoría indicó que efectivamente contrataría el servicio, ya que de los factores que más influyen para la contratación es la falta de tiempo y el presupuesto por lo que se manejarán precios accesibles para que el cliente no tenga inconveniente por adquirir el servicio, también se mostraron diferentes costos por los servicios a ofrecer mismos que fueron de gran ayuda para el estudio.

- ✓ Es importante considerar los meses que indican más accesible para realizar su evento, la mayoría indicó entre Marzo- Abril, Julio-Agosto Y Noviembre-Diciembre, se entiende que son las fechas de periodos vacacionales y los fines de semana.
- ✓ El estudio técnico demostró que es factible la instalación de la empresa, ya que la inversión inicial es mínima.
- ✓ Se realizó el estudio financiero y con base en ellos se concluyó que el proyecto es viable ya que muestran claramente el mejoramiento de los resultados en cuanto representa utilidad durante su vida útil de 5 años.
- ✓ Al analizar la evaluación económica del proyecto se determinó que es factible el establecimiento del mismo al observar que con el método de periodo de recuperación la inversión inicial de \$74,776.00 se recupera en el segundo año, al obtener un VPN mayor a 0 con una tasa TMAR del 25%.
- ✓ De acuerdo a las cifras obtenidas en los estudios mencionados se determina que es factible el establecimiento de una empresa que se dedique a la planificación y organización total de eventos.
- ✓ El proyecto es factible y rentable para los inversionistas.

5.4 Recomendaciones y aportaciones de la investigación

- ✓ Se recomienda iniciar dando a conocer el servicio por medio de redes sociales y en medida de que se vaya dando a conocer abarcar mas personas de los municipios aledaños, así como empresas.
- ✓ Se recomienda crear un organigrama que se ajuste a las necesidades creadas con las nuevas actividades que se vayan dando. Un mayor número de asesores especializados, al igual que personal administrativo.
- ✓ Crear nuevas estrategias de mercado que permitan una mayor participación de la empresa en el campo de la logística. Dar a conocer los servicios de organización de eventos a un mayor número de clientes, permitirá comprometernos más con el servicio.
- ✓ Financieramente con los resultados del VPN y TIR podemos ver un horizonte favorable para la empresa de nueva creación.
- ✓ Se obtendrá el cometido, al presentar propuestas creativas y novedosas, basadas en los gustos y preferencias de los anfitriones, así como en las últimas tendencias de moda y ambientación. El éxito del proyecto dependerá del trabajo en equipo, que es la base fundamental para así lograr rapidez en solucionar problemas que se presenten en el transcurso de las actividades a desarrollarse en las cuales deben mostrarse responsabilidad y compromiso, sumado todo esto se alcanzará el prestigio y reconocimiento en el medio, siendo esto la cúspide hacia donde quieren llegar la mayoría de los empresarios.

ANEXOS

Anexo A

Encuesta

ENCUESTA: PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

La presente encuesta tiene por objeto determinar el nivel de aceptación que puede tener una empresa dedicada a la organización de eventos en la Ciudad y puerto de Altamira, que brinde un servicio completo y personalizado en la planificación y organización de todo tipo de eventos, tanto sociales como corporativos.

Sexo	Edad	Nivel de ingresos mensuales
<input type="radio"/> Hombre	<input type="radio"/> 18-22	<input type="radio"/> Menos de \$4,000
<input type="radio"/> Mujer	<input type="radio"/> 23-27	<input type="radio"/> Entre \$4,001 y \$6,000
	<input type="radio"/> 28-32	<input type="radio"/> Entre \$6,001 y \$8,000
	<input type="radio"/> 33-37	<input type="radio"/> Entre \$8,001 y \$10,000
	<input type="radio"/> Mas	<input type="radio"/> Entre \$10,001 y \$12,000
		<input type="radio"/> Mas de \$12,000

1. ¿Pertenece a algún club social?

- Si
- No

2. Conoce de empresas o personas que organicen eventos

- Si
- No

3. ¿Si tu respuesta fue SI, menciona algunas empresas o personas que organicen eventos?

4. ¿Alguna vez usted ha realizado eventos sociales?

- Si
- No

5. ¿Quién se ha encargado de la organización de sus eventos?

- Usted mismo
- Un planificador de eventos
- Empresas organizadoras (salones, quintas, haciendas)

6. Contratarías los servicios de una empresa que organizara todo tiempo de eventos, en el que no invierta tu tiempo en lo absoluto

- Si
- No

7. ¿Cuál de los siguientes factores sería un buen motivo para contratar a una empresa organizadora de eventos?

- Precio
- Servicio eficiente
- Creatividad

- Referencias
- Múltiples servicios

8. Si se creara en la zona conurbada una empresa que organice y planifique todo su evento, facilitándole a usted la gestión y con paquetes accesibles a su presupuesto ¿cuál de las siguientes expresiones responden mejor a su intención de contratar el servicio?

- Definitivamente SI
- Probablemente SI
- Indeciso
- Probablemente NO
- Definitivamente NO

9. ¿Cuál es el principal factor que le impide realizar eventos?

- Presupuesto
- Tiempo
- Desinterés
- Ninguno

10. ¿Cuanto estas dispuesto a pagar en promedio para la organización total de tu evento?

	Entre \$1,000 y \$2,000	Entre \$2000 y \$4000	Entre \$4000 y \$8000	Entre \$8,000 y \$10,000	Entre \$10,000 y \$15,000	Más de \$15000
Bodas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pedidas de mano, despedidas de soltera (o), cenas romanticas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
XVAños	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Graduaciones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fiestas de cumpleaños	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eventos deportivos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11.¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete que incluya la planificacion y organización total de un evento que incluya todo lo que conlleva el evento?

	Entre 10,000 y 15,000	Entre 15,000 y 25000	Entre 25,000 y 50,000	Entre 50,000 y 100,000	Entre 100,000 y 150,000	Entre 150,000 y 200,000	Másde 200,000
Bodas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pedidas de mano, despedidas de soltera (o), cenas romanticas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
XVAños	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Graduaciones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Fiestas de cumpleaños	<input type="radio"/>						
Eventos deportivos	<input type="radio"/>						

12. Qué medios utilizas para averiguar sobre empresas que brindan servicios para organizar eventos?

- Páginas Web
- Guía Telefónica
- Referencias Personales
- Televisión
- Publicidad
- Una Expo

Anexo B Aviso de inscripción del trabajador

gob.mx

Instituto Mexicano del Seguro Social – Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores

Aviso de Inscripción del Trabajador (AFIL-02)

Fecha de publicación del formato en el DOF

31 / 07 / 2015

DD / MM / AAAA

UMF Fecha de solicitud del trámite

DD / MM / AAAA

(*) Datos Opcionales

Datos generales del trabajador

Número de Seguridad Social: _____

CURP: _____

*RFC: _____

Nombre(s): _____
Sin abreviaturas

Primer apellido: _____
Sin abreviaturas

Segundo apellido: _____
Sin abreviaturas

Sexo: 1 Hombre 2 Mujer

Fecha de nacimiento: DD / MM / AAAA

Lugar de nacimiento: (estado) Ocupación del trabajador: _____

En caso de jornada o semana reducida anotar los días que labora o el horario.

Salario base de cotización: \$ _____

Tipo de contratación:

1 Permanente 2 Eventual 3 Eventual Construcción

Tipo de Salario:

0 Fijo 1 Variable 2 Mixto

Fecha de ingreso al trabajo: DD / MM / AAAA

Nombre del padre (aún finado): _____

Nombre de la madre (aún finada): _____

Domicilio del trabajador

Código postal: _____

Calle: _____
Por ejemplo: Avenida Insurgentes Sur, Boulevard Avila Camacho, Calzada, Corredor, etc.

Número exterior: Número Interior: _____

Colonia: _____
Por ejemplo: Ampliación Juárez, Residencial Hidalgo, Fraccionamiento, Sección, etc.

*Localidad: _____

Municipio o Delegación: _____

Estado o Distrito Federal: _____

Datos del patrón

Número de Registro Patronal: _____

CURP (Sólo en caso de Patrón Persona Física): _____

RFC: _____

Nombre, denominación, razón social del patrón o sujeto obligado:

En caso de persona física (sin abreviaturas): Nombre(s) Primer Apellido Segundo Apellido

Ubicación del centro de trabajo

Código postal: _____

Calle: _____
Por ejemplo: Avenida Insurgentes Sur, Boulevard Avila Camacho, Calzada, Corredor, etc.

Número exterior: Número Interior: _____

Colonia: _____
Por ejemplo: Ampliación Juárez, Residencial Hidalgo, Fraccionamiento, Sección, etc.

*Localidad: _____

Municipio o Delegación: _____

Estado o Distrito Federal: _____

Firma del patrón, sujeto obligado o su representante legal
(anotar cargo)

Firma o huella del trabajador

Exclusivo del IMSS

Fecha y hora de recepción de este aviso en el IMSS:

Extemporáneo: 1 Clave de argumento:

Los movimientos que ampara este formato surten efecto tanto para el IMSS como para el INFONAVIT conforme a sus respectivas leyes. Conserve este documento para cualquier aclaración.

"De conformidad con los artículos 4 y 69-A fracción V de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, los formatos para solicitar trámites y servicios deberán publicarse en el Diario Oficial de la Federación (DOF)"

Contacto:
 Paseo de la Reforma 476, P.B.
 Col. Juárez, Delegación
 Cuauhtémoc, C.P. 06600 D.F.
 Tel. 01 800 623 23 23
<http://atencion.contactoimss.com.mx>

Página 1 de 2

Importante para el patrón

- Para la integración del salario considere los artículos 27, 28, 29, 30 y 32 de la Ley del Seguro Social y 29 de la Ley del INFONAVIT.

Importante para el trabajador

A partir de esta fecha, ha quedado usted inscrito con derecho a recibir las prestaciones de las Leyes del Seguro Social e INFONAVIT, una vez reunidas las condiciones establecidas en ellas.

Recuerde que el Número de Seguridad Social que se le ha asignado es único e intransferible y deberá proporcionarlo cada vez que solicite algún trámite ante los Institutos o ante la AFÖRE de su elección.

Para la obtención del servicio médico, deberá usted acudir a la Unidad de Medicina Familiar que aparece anotada en este aviso para que le sea entregada su Cartilla Nacional de Salud.

Para el registro de sus beneficiarios legales deberá cumplir con los requisitos que establece la Ley del Seguro Social, además de presentar los siguientes documentos:

- Esposa(o):
 - Concubiniaria(rio): (con hijos procreados)
(sin hijos procreados)
 - Hijos: (hasta los 16 años)
(de 16 a 25 años)
 - Padres:
- Copia certificada del acta de matrimonio civil.
 - Copia certificada del acta de nacimiento de cada uno de los hijos.
 - Comprobación de convivencia y dependencia económica del asegurado, mínimo 5 años.
 - Copia certificada del acta de nacimiento
 - Copia certificada del acta de nacimiento y comprobante de la escuela del sistema educativo nacional, donde realiza estudios, que indique inicio y término del ciclo escolar.
 - Copia certificada del acta de nacimiento del asegurado y comprobación de convivencia y dependencia económica con el asegurado.

Para todo trámite y solicitud de prestaciones debe presentar la Cartilla Nacional de Salud.

Importante:

Cualquier cambio de domicilio comuníquelo al IMSS a través de la unidad de medicina familiar de su adscripción o a través del portal www.imss.gob.mx

Revise que su salario este correctamente anotado, ya que es la base para otorgarle los beneficios que establecen las Leyes del Seguro Social y del INFONAVIT.

Homoclave en el Registro Federal de Trámites y Servicios:

- IMSS-02-001-A
- IMSS-02-001-B
- IMSS-02-001-C
- IMSS-02-001-D
- IMSS-02-001-E
- IMSS-02-001-F
- IMSS-02-001-G
- IMSS-02-009
- IMSS-02-038-A
- IMSS-02-007

Homoclave del formato

AFIL-02

Se presenta por triplicado

Anexo C

Plan de financiamiento

DETALLE PLAN DE PAGO			58,951.00		23.79 % ANUAL	
N° DE PAGO	AMORTIZACIÓ N DE CAPITAL	INTERES DE PERIODO	PAGO TOTAL SIN IVA	IVA	PAGO TOTAL CON IVA	SALDO DE PRESTAMO
1	1,637.53	1,387.75	3,025.28	222.04	3,247.32	57,313.47
2	1,637.53	995.84	2,633.37	159.33	2792.70	55,675.94
3	1,637.53	936.18	2,573.71	149.79	2723.50	54,038.42
4	1,637.53	938.93	2,576.46	150.23	2726.69	52,400.89
5	1,637.53	910.48	2,548.01	145.68	2693.68	50,763.36
6	1,637.53	796.67	2,434.20	127.47	2561.66	49,125.83
7	1,637.53	853.58	2,491.11	136.57	2627.68	47,488.31
8	1,637.53	798.51	2,436.04	127.76	2563.80	45,850.78
9	1,637.53	796.67	2,434.20	127.47	2561.66	44,213.25
10	1,637.53	743.44	2,380.97	118.95	2499.92	42,575.72
11	1,637.53	739.77	2,377.30	118.36	2495.66	40,938.19
12	1,637.53	711.31	2,348.84	113.81	2462.65	39,300.67
13	1,637.53	660.83	2,298.36	105.73	2404.09	37,663.14
14	1,637.53	654.41	2,291.94	104.71	2396.64	36,025.61
15	1,637.53	605.76	2,243.29	96.92	2340.21	34,388.08
16	1,637.53	597.50	2,235.03	95.60	2330.63	32,750.56
17	1,637.53	569.05	2,206.58	91.05	2297.63	31,113.03
18	1,637.53	505.72	2,143.25	80.92	2224.16	29,475.50
19	1,637.53	512.15	2,149.68	81.94	2231.62	27,837.97
20	1,637.53	468.09	2,105.62	74.89	2180.51	26,200.44
21	1,637.53	455.24	2,092.77	72.84	2165.61	24,562.92
22	1,637.53	413.02	2,050.55	66.08	2116.63	22,925.39
23	1,637.53	398.34	2,035.87	63.73	2099.60	21,287.86
24	1,637.53	369.88	2,007.41	59.18	2066.59	19,650.33
25	1,637.53	330.42	1,967.95	52.87	2020.81	18,012.81
26	1,637.53	312.98	1,950.51	50.08	2000.58	16,375.28
27	1,637.53	275.35	1,912.88	44.06	1956.93	14,737.75
28	1,637.53	256.07	1,893.60	40.97	1934.57	13,100.22
29	1,637.53	227.62	1,865.15	36.42	1901.57	11,462.69
30	1,637.53	179.8	1,817.33	28.77	1846.10	9,825.17
31	1,637.53	170.72	1,808.25	27.32	1835.56	8,187.64
32	1,637.53	137.67	1,775.20	22.03	1797.22	6,550.11
33	1,637.53	113.81	1,751.34	18.21	1769.55	4,912.58
34	1,637.53	82.6	1,720.13	13.22	1733.34	3,275.06
35	1,637.53	56.91	1,694.44	9.11	1703.54	1,637.53
36	1,637.53	17.44	1,654.97	2.79	1657.76	0.00

Bibliografía

- Aguilar Pastor, E., & Sastre Castillo, M. (2003). *Dirección de Recursos Humanos. Enfoque estratégico. Ediciones*. Madrid España: McGraw-Hill.
- Arrabal, J. A., & Cabrerizo Dumont, M. (2009). *Plan de Negocios*. España: VÉRTICE.
- Baca Urbina, G. (1998). *Evaluación de Proyectos* (3ra Edición ed.).
- Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de Proyectos* (Septima edición ed.). México: Mc Graw Hill.
- Bonilla, J. M., & Lopez, B. L. (2015). *Manual de Investigación de Mercados Turísticos*. Madrid: PIRAMIDE.
- Cámara de diputados. (21 de Enero de 2015). *LEY PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETITIVIDAD DE LA MIPYMES*. Recuperado el 02 de Diciembre de 2015, de http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/247_210115.pdf
- Cámara de Diputados. (01 de enero de 2018). *Gob.mx*. Obtenido de Gob.mx: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/156203/1044_Ley_Federal_del_Trabajo.pdf
- Camara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2016). *LEY DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA*.
- Castro, E. C., & Rosa Díaz, I. M. (2004). *Gestión de precios* (4ta ed.). España: ESIC.
- Ceja, G. G. (2004). *Planeacion y Organización de Empresas*. México: McGRAW-HILL.
- Chiavenato, I. (2005). *Introducción a la teoría general de la administración (7ª ED.)*. México: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA DE MEXICO,.

- Covey, Stephen R. (2003). *Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva*. Buenos Aires: Paidós Plural.
- Facchin, J. (2018). *El blog de Jose Facchin*. Recuperado el Diciembre de 2018, de <https://josefacchin.com/blog/>
- Fincowsky, E. B. (1999). *Organización de empresas: análisis, diseño y estructura*. México: McGraw-Hill/ Interamericana de México.
- Galindo, L. M. (2006). *FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN*. Mexico: Trillas. Obtenido de <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/17604/6/Fundamentos%20Administracion%20EGallardo.pdf>
- Goodstein, L., Nolan, T., & Pfeiffer, J. (1998). *Planeación estratégica aplicada*. MC Graw Hill Interamericana.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: McGRAW-HILL.
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Pilar Baptista, L. (s.f.). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). Mc Graw Hill Education.
- IMSS. (22 de Junio de 2018). Obtenido de IMSS: <http://www.imss.gob.mx/sites/all/statics/pdf/leyes/LSS.pdf>
- INEGI. (24 de Octubre de 2016). *ENCUESTAS INTERCENSAL*. Obtenido de <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/tabuladosbasicos/default.aspx?c=33725&s=est>
- Instituto Nacional del Emprendedor. (2018). *Guías Empresariales*. Recuperado el Diciembre de 2018, de <http://www.contactopyme.gob.mx>
- Jijena Sánchez, R. (2007). *EVENTOS Como Organizarlos con Éxito*. Argentina: Nobuko.

LEY DEL SEGURO SOCIAL. (1995). *Camara de Diputados del H. Congreso de la Unión*.

LEY PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETITIVIDAD DE LA MIPYMES. (21 de Enero de 2015). <http://www.diputados.gob.mx>. Recuperado el 02 de Diciembre de 2015, de http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/247_210115.pdf

Londoño, M. C. (2007). *Organización, planificación, habilidades y protocolo* (2da ed.). Madrid: FC EDITORIAL.

Meza Orozco, J. (2016). *Evaluación Financiera de Proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

monografias plus +. (s.f.). Recuperado el Diciembre de 2018, de <https://www.monografias.com/docs/Administracion-problemas-en-el-proceso-administrativo-FKZPXTFJ8U2Y>

Pedrotti, L. G. (15 de Agosto de 2011). Recuperado el 02 de Diciembre de 2015

Real Academia Española. (2003). *Diccionario de la Lengua Española*. Madrid: ESPASA-CALPE.

Regalado, R. (2007). *Las MIPYMES en Latinoamerica*. Ghandi.

Rosales Obando, J. (2000). *Elementos de Microeconomía*. Universidad Estatal a Distancia.

Rovira, C., Codina, L., Marcos, M., & Del Valle Palma, M. (2004). *Información y documentación digital*. Barcelona.

Sánchez, R. J. (2007). *EVENTOS Como Organizarlos con Éxito*. Argentina: Nobuko.

Spencer, M. H. (1993). *Economía Contemporanea* (3ra ed.). Barcelona: REVERTE S.A.