



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL  
ESTADO DE MÉXICO**



---

**FACULTAD DE ECONOMÍA**

**“FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN PARA  
LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PLANEACIÓN,  
ORGANIZACIÓN Y COORDINACIÓN DE BODAS EN LA CIUDAD DE  
METEPEC, ESTADO DE MÉXICO 2014”**

# **TESIS**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:**

**LICENCIADO EN ECONOMÍA**

**PRESENTA**

**DANIELA HERRERA LÓPEZ**

**ASESOR: M en EUR DELIA ESPERANZA GARCÍA VENCES**

**REVISORES: Dra. en EA y N LIDIA E. CARVAJAL GUTIÉRREZ**

**M en MA VERÓNICA ÁNGELES MORALES**

**2016**

*A mis padres, por ser el pilar de mi vida, por brindarme siempre su apoyo, por las noches de desvelo y preocupación, por estar siempre presentes en cada uno de los pasos que doy, por no dejarme caer nunca y darme las armas para ser capaz de enfrentarme a todas las adversidades que se me presenten, por darme su amor, comprensión y paciencia, por ser los mejores papás del mundo.*

*A mis hermanas, Tere por darme tu cariño incondicional, por siempre estar preocupada por mi bienestar y mi educación, por enseñarme lo que es ser una luchadora. Ale, por enseñarme a ser una persona fuerte después de tantas peleas, por darme a los seres que iluminan mi vida y se robaron mi corazón, a las dos por estar a mi lado en los momentos difíciles y no dejarme vencer nunca.*

*A cada una de las personas que ha estado en mi vida académica; maestros, compañeros y amigos, porque en mí se queda lo que he aprendido de ustedes.*

*A mis ángeles que desde lejos me cuidan y guían mi camino, porque en los momentos de flaqueo sé que están cerca de mí.*

*Y a Dios por ser uno de los motores de mi vida y darme las fuerzas para continuar día con día.*

# ÍNDICE

<b>ÍNDICE.....</b>	<b>3</b>
<b>Índice de Esquemas.....</b>	<b>5</b>
<b>Índice de tablas .....</b>	<b>6</b>
<b>Índice de mapas .....</b>	<b>7</b>
<b>Índice de imágenes .....</b>	<b>8</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>9</b>
<b>MARCO CONCEPTUAL.....</b>	<b>12</b>
1.1    Introducción.....	13
1.2    Definición de proyecto de inversión.....	13
1.3    Tipos de proyectos de inversión .....	15
1.4    Características de los proyectos de inversión .....	17
1.5    Niveles de proyectos de inversión .....	18
1.6    Prefactibilidad.....	20
<b>ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>23</b>
2.1    Introducción.....	23
2.2    Origen del proyecto de inversión .....	25
2.3    Definición de boda.....	28
2.4    Análisis FODA.....	29
2.5    Densidad económica.....	31
2.6    Análisis del consumidor .....	31
2.7    Segmento de mercado .....	32
2.8    Selección del tipo de muestreo .....	36
2.9    Metodología para la elaboración y aplicación del cuestionario.....	38
2.10   Resultados de la encuesta a consumidores.....	41
2.11   Análisis de la competencia.....	48
2.11.1   Competidores Nacionales .....	49
2.11.2   Competidores Estatales .....	52
2.11.3   Competidores Municipales.....	57

2.12	Barreras de entrada .....	61
2.13	Estrategias.....	62
2.14	Análisis de la oferta.....	62
2.15	Estrategia de introducción al mercado.....	65
2.16	Precios .....	69
<b>ESTUDIO TÉCNICO .....</b>		<b>73</b>
3.1	Introducción.....	74
3.2	Objetivos del estudio técnico.....	75
3.3	Descripción del servicio.....	75
3.3.1	Recursos Humanos.....	76
3.3.2	Etapas del servicio .....	76
3.4	Determinación de la capacidad.....	78
3.5	Localización del proyecto .....	78
3.5.1	Aspectos geográficos.....	78
3.5.2	Macrolocalización .....	79
3.5.3	Microlocalización .....	81
3.6	Diseño y distribución de la infraestructura.....	82
<b>ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....</b>		<b>85</b>
4.1	Introducción.....	86
4.2	La administración de una empresa.....	87
4.2.1	Perfil y descripción de puestos.....	87
4.3	Administración de sueldos y salarios .....	91
4.3.1	Evaluación de cargos.....	91
4.4	Estructura organizacional.....	92
4.4.1	Especialización y división del trabajo.....	93
4.5	Centralización y descentralización .....	93
4.6	Organigrama .....	94
4.7	Marco legal .....	95
4.7.1	Constitución legal y régimen fiscal.....	95
4.7.2	Licencias y permisos para iniciar operaciones .....	96
4.7.3	Protección de Propiedad Intelectual.....	98
4.8	Cronograma de actividades generales .....	98

4.9	Contrato a firmar con los clientes .....	102
<b>ESTUDIO FINANCIERO Y EVALUACIÓN SOCIOECONÓMICA.....</b>		<b>103</b>
5.1	Introducción.....	104
5.1.1	Objetivos generales y estructuración del estudio financiero.....	104
5.1.2	Inversión total inicial: fija y diferida .....	105
5.2	Estructura del financiamiento .....	106
5.2.1	Fuentes de financiamiento .....	107
5.2.2	Estructura del capital.....	107
5.2.3	Programa de amortización del pago de la deuda.....	108
5.3	Presupuestos operativos.....	111
5.3.1	Proyección anual de ingresos y egresos.....	111
5.4	Depreciación .....	118
5.5	Amortización.....	120
5.6	Punto de equilibrio.....	123
5.7	Estados de Resultados Pro Forma.....	126
5.8	Estado de Flujo de Efectivo .....	128
5.9	Evaluación económica.....	129
5.9.1	Flujo neto de efectivo (FNE) .....	130
5.9.2	Costo de capital o tasa de rendimiento mínimo aceptable (TREMA) .....	131
5.9.3	Tasa promedio de rendimiento (TPR).....	131
5.9.4	Valor Actual Neto (VAN).....	133
5.9.5	Tasa interna de retorno (TIR) .....	134
5.9.6	Periodo de recuperación .....	135
5.10	Impacto económico .....	136
5.11	Beneficios sociales.....	137
<b>CONCLUSIONES .....</b>		<b>139</b>
<b>Bibliografía.....</b>		<b>143</b>
<b>ANEXOS.....</b>		<b>147</b>

## Índice de Esquemas

Esquema 2.1. Estructura del Análisis de Mercado.....	28
--	----

Esquema 2.2 Análisis FODA .....	30
Esquema 2.2. Pasos para elaborar la metodología del cuestionario.....	40
Esquema 3.1 Etapas del servicio.....	77
Esquema 4.1 Organigrama.....	95
Esquema 5.1 Estructuración del análisis económico.....	105

## Índice de tablas

Tabla 2.1 Religión profesada por mujeres.....	33
Tabla 2.2 PEA femenina.....	34
Tabla 2.3. Ingreso promedio estatal .....	35
Tabla 2.4 Análisis de la oferta Nacional, Estatal y Municipal .....	62
Tabla 2.5 Análisis de competidores. Análisis de las 4 p's .....	64
Tabla 2.6 Cotización de estrategias de introducción al mercado .....	69
Tabla 2.7 Plan de precios por paquete (Incluyendo IVA).....	70
Tabla 2.8 Determinación de ganancia por organización.....	72
Tabla 4.1 Requisitos y horario por puesto.....	90
Tabla 4.2 Salarios brutos por puesto .....	92
Tabla 4.3 Licencias y permisos para iniciar operaciones.....	96
Tabla 4.4 Cronograma de actividades generales.....	99
Tabla 5.1 Total de inversión de activos fijos .....	106
Tabla 5.2 Total de inversión diferida (anual).....	106
Tabla 5.3 Estructura del capital.....	108
Tabla 5.4 Tabla de Amortización .....	109
Tabla 5.5 Costo de producción .....	113
Tabla 5.6 Costos de administración .....	114
Tabla 5.7 Costo de ventas .....	115
Tabla 5.8 Gastos financieros.....	116
Tabla 5.9 Capital de trabajo.....	117
Tabla 5.10 Depreciación.....	119
Tabla 5.11 Depreciación de los activos fijos .....	120
Tabla 5.12 Amortización.....	120

Tabla 5.13 Proyección a cinco años.....	121
Tabla 5.14 Costos fijos .....	124
Tabla 5.15 Costos variables .....	125
Tabla 5.16 Estado de Resultados Pro Forma.....	127
Tabla 5.17 Flujo de efectivo.....	129
Tabla 5.18 Flujo Neto de Efectivo.....	130
Tabla 5.19 Periodo de recuperación .....	135
Tabla 5.20 Proveedores .....	136

## Índice de gráficas

Gráfica 1 ¿Dónde radicas? .....	41
Gráfica 2 ¿Has pensado contraer matrimonio? .....	42
Gráfica 3. ¿Cómo imaginas tú boda?.....	42
Gráfica 4 ¿Dónde te gustaría casarte?.....	43
Gráfica 5 ¿Cómo te gustaría organizar tu boda? .....	44
Gráfica 6. ¿Has considerado la posibilidad de contratar el servicio de un WEDDING PLANNER (organizador de bodas), para que tu evento sea único y puedas disfrutar sin problema, estrés o falta de tiempo? .....	45
Gráfica 7 ¿Qué forma de cobro por parte de la planeadora prefieres? .....	46
Gráfica 8 ¿Cuál sería el principal motivo por el que contratarías a una organizadora de bodas?.....	46
Gráfica 9 Indica un tiempo aproximado en el cual consideras contraer matrimonio .....	47
Gráfica 10 ¿Te gustaría que ofreciera algún otro servicio?.....	48
Gráfica 5.1 Punto de equilibrio .....	125

## Índice de mapas

Mapa 2.1 Ubicación de “ <i>Wedding an Event ArtHaus</i> ” .....	58
Mapa 2.2 Ubicación de “ <i>Los Alcatraces</i> ”.....	58
Mapa 2.3 Ubicación “ <i>By Concept Eventos</i> ” .....	59
Mapa 2.4 Ubicación “ <i>BZ Banquetes</i> ” .....	60
Mapa 2.5 Ubicación Zona DeeJay .....	61

Mapa 3.1 Ubicación del municipio de Metepec .....	80
Mapa 3.2 Ubicación del municipio de Toluca .....	81
Plano 3.1 Plano de la Plaza Comercial Alteza .....	83

### **Índice de imágenes**

Imagen 3.1 Fachada de la plaza comercial Alteza .....	82
---	----



## INTRODUCCIÓN

Muchos hombres y mujeres dentro de sus planes de vida incluyen su crecimiento profesional, desarrollo personal y en la mayoría de los casos contraer matrimonio y formar una familia para así tener una vida plena. Para poder concretar los demás aspectos, se cuenta con escuelas y oportunidades de trabajo donde pueden fomentar sus relaciones interpersonales; pero a diferencia de estos, existe un número reducido de empresas que brinden el servicio de planeación, organización y coordinación de bodas.

En México, por cultura vivimos en un estilo de vida que se caracteriza por ser matriarcado, y es por costumbre que la mujer se encargue de los preparativos y organización necesaria para el enlace matrimonial; sin embargo la mujer actual, no cuentan con el suficiente tiempo, pero si con los recursos económicos, para ocuparse de todos los aspectos; aunado a esto el estrés que conlleva el organizar una boda.

Por lo anterior, surge la idea de este proyecto, ya que existe una tendencia de que las parejas jóvenes contraigan matrimonio, pero que este evento sea de primera calidad y acorde a sus gustos y preferencias. Se considera que la creación y operación de empresas dedicadas a la planeación, organización y coordinación, es una posibilidad de que la economía de un país se incremente, debido a que permitiría que una considerable cantidad de empresas mexicanas tengan trabajo, ya que serían distribuidores de los productos que se requerirían para los eventos.

La finalidad de este proyecto de inversión, es determinar y dar a conocer la rentabilidad, factibilidad y viabilidad de invertir en una empresa dedicada a la organización de bodas, así como brindar los servicios de despedida de soltera y diseño y decoración del nuevo hogar.

La hipótesis manejada en este proyecto es que el establecimiento de una empresa dedicada a la planeación, organización y coordinación de bodas en la Ciudad de Metepec resulta viable, factible y rentable. Se dice que viable porque puede ser puesto en marcha, factible ya que sería fácil de realizar la operación de la empresa

y rentable debido a que se espera que produzca beneficios que compensen la inversión y el trabajo que se ha realizado.

El objetivo general planteado es formular un proyecto de inversión viable para el establecimiento de una empresa dedicada a la planeación, organización y coordinación de bodas.

Para llevar a cabo la investigación de este proyecto de inversión, se utilizará como metodología, una mezcla entre el enfoque cuantitativo y cualitativo (predominando el enfoque cuantitativo). La metodología mayormente empleada es la expuesta por el profesor del Instituto Politécnico Nacional (IPN) Gabriel Baca Urbina, y con ella se busca tener una base para la consolidación de un proyecto de inversión en el mediano plazo, fundamentado en una investigación y análisis de los estudios de mercado, técnico y la evaluación financiera; con la finalidad de conocer si la creación de una empresa de este giro sea viable, factible y rentable, y que además participe y contribuya en la actividad económica de la localidad donde se situará el establecimiento.

El presente documento se organiza en cinco capítulos.

Capítulo 1: Marco conceptual. Se presentan definiciones y algunas clasificaciones de proyectos de inversión que se consideran necesarias para dar pie al trabajo.

Capítulo 2. Estudio de mercado. Se determinarán las condiciones de mercado a las que se enfrentará el proyecto, considerando la oferta, demanda y algunas previsiones de cada una, siendo éstas complementadas con planes de marketing y comercialización para lograr una penetración eficiente en el mercado meta.

Capítulo 3: Estudio técnico. En este capítulo se considera todo lo referente al proceso productivo, desde la disponibilidad de proveedores, su localización; así como también la localización del lugar de comercialización, el cronograma de actividades generales que se realizarán y el contrato a firmar por los clientes.

Capítulo 4: Estudio organizacional. En este capítulo se agrupan los requerimientos que son necesarios cumplir como es la estructura organizacional que debe tener la

empresa para que tenga un buen funcionamiento, los permisos y licencias que se necesitan para el inicio de operaciones.

Capítulo 5: Estudio financiero y Evaluación económica. Dentro de este capítulo, se consideran: inversiones, financiamiento y resultados económicos que se pretenden tener con el proyecto, ya considerados los costos y los niveles en los que se tiene que operar para que el proyecto resulte rentable. Así mismo, se presentan las proyecciones que permitirán observar un panorama del comportamiento económico de la vida útil de la empresa. Los indicadores utilizados en esta última parte del proyecto son, el Valor Presente Neto, Flujo Neto de Efectivo, Tasa de rendimiento mínimo aceptable y Tasa Interna de Retorno; ya que con éstos es posible determinar la viabilidad y factibilidad de la empresa, además de que se cuenta con elementos suficientes para determinar sí, la hipótesis planteada se cumple o no, y de esta manera sería posible tomar la decisión acerca de realizar el proyecto.

Finalmente, se encuentra el apartado de las conclusiones generales del presente trabajo.

# **MARCO CONCEPTUAL**

## **CAPÍTULO 1**

## **1.1 Introducción**

A lo largo de esta sección se espera poder dar al lector un claro concepto sobre qué se entiende por proyecto de inversión, los estudios que se tienen que realizar y la conceptualización clara sobre el término boda.

El marco conceptual es un intento por caracterizar todos aquellos elementos que intervienen en el proceso de la investigación. A través de la revisión de publicaciones de varios autores y teorías, se busca poder encontrar aquellas definiciones, conceptos y líneas para enmarcar la investigación e interpretar los resultados y las conclusiones que se alcanzan. (Tenorio, 2012)

Al construir un marco conceptual, se puede incluir información disciplinaria o interdisciplinaria sobre el tema a investigar, en estos casos se debe acudir a explicar de lo más general a lo más específico todos aquellos conceptos, teorías, explicaciones existentes sobre el tema que pueden llevar a establecer cómo interpretarlo que se realizará en la metodología y así poder cumplir el objetivo de la investigación. (Tenorio, 2012)

## **1.2 Definición de proyecto de inversión**

Un proyecto es materializar una solución apropiada e inteligente al planteamiento de una problemática que se pretende resolver, como puede ser una necesidad del ser humano.

Todo proyecto de inversión genera efectos o impactos de naturaleza diversa, directos, indirectos, externos e intangibles. Estos últimos rebasan con mucho las posibilidades de su medición monetaria y sin embargo no considerarlos resulta pernicioso por lo que representan en los estados de ánimo y definitiva satisfacción de la población beneficiaria o perjudicada. (Cruz, 2001)

Se puede definir a un proyecto inversión como un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá

producir un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general. (Urbina, 2006)

Un proyecto de inversión es una aplicación de recursos e inversiones fijas que generan ingresos por varios años; es decir, una erogación de insumos materiales, humanos y técnicos que se llevan a cabo en el presente y cuyo objetivo es obtener un rendimiento en un plazo razonable, este se ve reflejado al incrementar la productividad, la calidad, la utilidad, la prestación de servicios, etc. (Cateora, 2006)

La palabra proyecto, que de acuerdo con Hernández (2005) es; una serie de planteamientos encaminados a la producción de un bien o a la presentación de un servicio, con el empleo de una cierta metodología y con miras a obtener determinado resultado, desarrollo económico y beneficio social.

Por otro lado, Huerta (1990), lo define como el conjunto de datos, cálculos y dibujos articulados en forma metodológica que dan los parámetros de cómo ha de ser y cuánto ha de costar una obra o tarea, siendo sometidos a evaluaciones para fundamentar una decisión de aceptación o rechazo.

La evaluación de un proyecto de inversión, tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable. Sólo así es posible asignar los escasos recursos económicos a la mejor alternativa. A toda actividad encaminada a tomar una decisión de inversión sobre un proyecto se le llama evaluación de proyectos. (Urbina, 2006)

Con las definiciones anteriores, es posible determinar que un proyecto de inversión es una vía adecuada para determinar el inicio, proceso y operación de cualquier empresa, sea de cualquier ramo y para el otorgamiento de un servicio o producción de un bien.

### 1.3 Tipos de proyectos de inversión

Jorge Rosillo menciona que los proyectos pueden clasificarse en cuatro grandes rubros, por su naturaleza, con respecto al sector que va dirigido, por el fin buscado y derivado de los resultados a obtener.

De acuerdo a su naturaleza, los proyectos pueden ser; dependientes, independientes y mutuamente excluyentes.

- **Dependientes.** Son los que están relacionados entre sí, es decir, su aprobación se da de manera conjunta y tienen un objetivo en común, o sea que, si uno de ellos no fuera aprobado automáticamente los otros proyectos se anulan.
- **Independientes.** No tiene un fin en común por lo cual la aprobación o desaprobación de alguno de ellos no afectará a otros.
- **Mutuamente excluyentes.** Van encaminados a realizar la misma función dentro de una organización, cada uno compite por ser aceptado y una vez que esto sucede los otros proyectos quedan eliminados.

Con respecto al sector que van dirigidos pueden ser: agropecuario, industriales y de servicios.

- **Agropecuarios.** Son aquellos en los que se busca obtener un beneficio derivado de la crianza de animales y cultivo del campo, éstos se dividen en porcícolas, caprinos y frutícolas, los primeros se refieren a la cría y engorda de los cerdos, los segundos a la cría y engorda de las cabras y los últimos a la explotación de frutales.
- **Industriales.** Como su nombre lo dice, se ubican en el sector industrial y están ligados a transformación de productos, se dividen en tres grupos y son: la industria del cemento, del calzado y farmacéutica.

- **Servicios.** Son los que tienen como fin último una mejora en sectores como educación, salud, vivienda, comunicación, entre otros.

El tercer rubro es a partir del fin buscado, que pueden ser privados, públicos y sociales.

- **Privados.** Son aquellos que pretenden ser remunerados a partir de una inversión, de manera que permita su recuperación y genere una utilidad, para que se reinvierta y haga crecer el negocio.
- **Públicos.** Éstos se caracterizan por invertir sus recursos para lograr el bienestar social, es decir, cuando el gobierno destina fondos para el mejoramiento en la infraestructura de alguna localidad y lleva a cabo la construcción de alguna carretera o puente, éstos no generarán una utilidad palpable, pero si contribuirá a la generación de empleos y de condiciones óptimas para el desarrollo de la sociedad.

El último rubro que menciona Jorge Rosillo es la clasificación que se deriva de los resultados a obtener, que poder ser; no rentables, no medibles, de reemplazo y de expansión.

- **No rentables.** Son todos aquéllos que no buscan obtener utilidades en forma directa, sino que buscan un beneficio del que no sólo ellos gocen, sino la sociedad en general.
- **No medibles.** Son aquéllos cuya finalidad es lograr una utilidad en forma directa. Regularmente, son los proyectos en los que se invierte para el lanzamiento o ampliación del mercado de un producto o servicio. Cabe mencionar que su nombre radica en la dificultad que representa medir la utilidad que se espera de ellos.



- **De reemplazo.** Tienen como objetivo sustituir activos que debido al tiempo han sufrido cierto desgaste, por lo tanto su funcionamiento ya no es el óptimo y termina repercutiendo en la calidad del producto o servicio.
- **De expansión.** En este proyecto se busca aumentar la capacidad de producción o prestación del servicio, ya sea porque la demanda así lo requiere o bien porque la empresa quiere llegar a otro tipo de mercado en el que antes no se había insertado. (Rosillo, 2008)

#### **1.4 Características de los proyectos de inversión**

Los proyectos de inversión deben tener ciertos elementos para probar su viabilidad y rentabilidad; y a partir de éstos se demuestra sí es conveniente o no invertir en él.

Para que los resultados de un proyecto sean confiables y lo más apegados a la realidad, debe cumplir, según lo dicho por Sapag Chain (2007) en su libro *Proyectos de Inversión, formulación y evaluación*, con los siguientes elementos.

Se debe llevar a cabo el estudio de mercado, donde se hace un análisis exhaustivo de las condiciones que tendrá la empresa, en primer lugar se analizará de manera interna, estableciendo los objetivos y el análisis FODA, en segundo lugar de manera externa, esto es; a través de encuestas y cuestionarios donde se identificarán gustos y preferencias de los consumidores, competidores potenciales, los factores que han repercutido en su éxito y los diferentes contrastes entre oferta y demanda. Todo lo anterior con el único fin de tener un amplio panorama del mercado al que se desea dirigir.

Otro elementos del que se compone el proyecto de inversión es el estudio técnico, que con base en los resultados obtenidos del estudio de mercado, toma decisiones acerca del diseño de la infraestructura, así como la localización del proyecto. En este punto también se describen las características del servicio que se brindará.

El siguiente apartado es denominado estudio administrativo y es aquí donde se planean los perfiles y descripciones de cada uno de los puestos que conformarán la

empresa y también donde se asignará el sueldo correspondiente a cada puesto. Asimismo, se llevan a cabo todos los trámites, permisos legales y fiscales que requiere la creación de una nueva empresa para iniciar sus operaciones.

El estudio financiero, que si bien, no es el más importante, sí es el que determina si se pone en marcha el proyecto o se anula. En esta sección se evalúan los costos y gastos, es decir, desde la inversión inicial para sustentar el proyecto, las fuentes de financiamiento que se pudieran necesitar en el transcurso de éste, los gastos de comercialización, hasta los presupuestos de ingresos, programa de pago de deudas y demás egresos que se susciten en la empresa. Esta comparación nos permitirá tomar la decisión más conveniente.

Y por último, se hace la evaluación del proyecto determinando el impacto que tendrá en la sociedad y en el medio ambiente, se hacen algunas recomendaciones donde se destacan los aspectos más relevantes de éste. (Sapag, 2007)

## **1.5 Niveles de proyectos de inversión**

Los niveles de proyectos de inversión se refiere a la profundidad con que la investigación se realiza, así tenemos:

- **Estudio general de gran visión.** Consiste en identificar el objetivo que se quiere alcanzar, con la finalidad de planear en forma acertada cualquier detalle que pueda ayudar a perfecciona dicho proyecto.
- **Proyecto preliminar (estudio previo de factibilidad).** Se lleva a cabo con el objeto de obtener información sobre el proyecto a realizar, sin hacer investigaciones de campo para conocer el ambiente de aplicación del proyecto.
- **Proyecto definitivo (estudio de factibilidad).** En esta etapa se elabora un documento del proyecto, que se integra por los análisis económicos, financieros, etc. Estableciéndolos elementos cuantificables y tomar decisiones acertadas.

- **Proyecto final (definitivo).** Contiene toda la información, tratando los puntos más importantes, algunas veces se presenta una lista de contratos de venta y puede presentar por escrito la cotización de la inversión. (Hernández, 1999)

Baca Urbina (2006) establece una clasificación semejante en los niveles de profundidad que pueden existir en los distintos proyectos de inversión, distingue tres niveles en un estudio de evaluación de proyectos, al más simple le llama perfil, gran visión o identificación de la idea, el cual se elabora a partir de la información existente, el juicio común y la opinión que da la experiencia. En términos monetarios, sólo presenta cálculos globales de las inversiones, los costos y los ingresos, sin entrar a investigaciones de terreno.

El siguiente nivel se denomina estudio de prefactibilidad o anteproyecto. Este estudio profundiza la investigación de fuentes secundarias y primarias en investigación de mercado, detalla la tecnología que se empleará, determina los costos totales y la rentabilidad económica del proyecto, y es la base en que se apoyan los inversionistas para tomar una decisión.

El nivel más profundo y final es conocido como proyecto definitivo. Contiene básicamente toda la información del anteproyecto, pero aquí son tratados los puntos finos. Aquí no sólo deben presentarse los canales de comercialización más adecuados para el producto, sino que deberá presentarse una lista de contratos de ventas ya establecidos; se deben actualizar y preparar por escrito las cotizaciones de la inversión, presentar los planes arquitectónicos de la construcción, etc. La información presentada en el proyecto definitivo no debe alterar la decisión tomada respecto a la inversión, siempre que los cálculos hechos en el anteproyecto sean confiables y hayan sido bien evaluados.

Todo empieza con una idea. Cada una de las etapas siguientes es una profundización de la idea inicial, no sólo en lo que se refiere a conocimiento, sino

también en lo relacionado con investigación y análisis. La última parte del proceso es, por supuesto, la cristalización de la idea. (Urbina, 2006)

## **1.6 Prefactibilidad**

En la prefactibilidad se proyectan los costos y beneficios a lo largo del tiempo y se expresan mediante diagramas de flujo de caja estructurado en función de criterios convencionales previamente establecidos. (Urbina, 2006)

En el estudio y evaluación de un proyecto, la primera parte que deberá desarrollar y presentarse es la introducción, la cual debe contener una breve reseña histórica del desarrollo y los usos del producto, además de precisar cuáles son los factores relevantes que influyen directamente en su consumo. (Urbina, 2006)

Dentro de los objetivos de todo proyecto de inversión están:

Verificar que existe un mercado potencial y que es viable, desde el punto de vista operativo, introducir en ese mercado el producto objeto del estudio.

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.

Demostrar que es económicamente rentable llevar a cabo su realización. (Urbina, 2006)

Las partes que integran un proyecto de inversión en la etapa de prefactibilidad son:

- **Estudio de mercado**

Con este nombre se denomina la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.

Aunque la cuantificación de la oferta y demanda puede obtenerse fácilmente de fuentes de información secundarias en algunos productos, siempre es

recomendable la investigación de las fuentes primarias, pues proporciona información directa, actualizada y mucho más confiable que cualquier otro tipo de fuente de datos. El objetivo general de esta investigación es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado. La base de una buena decisión siempre serán los datos recabados en la investigación de campo, principalmente en fuentes primarias. (Urbina, 2006)

- **Estudio técnico**

Esta parte del estudio consiste en determinar un tamaño óptimo. Aquí es necesario plantear una serie de alternativas cuando no se conoce y domina a la perfección la tecnología que se empleará. Acerca de la determinación de la localización óptima del proyecto, es necesario tomar en cuenta no sólo factores cuantitativos, como pueden ser los costos de transporte, de materia prima y el producto terminado. Sino también los factores cualitativos, tales como apoyos fiscales, el clima, la actitud de la comunidad y otros. (Urbina, 2006)

Los objetivos del análisis técnico-operativo de un proyecto son los siguientes:

Verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto que se pretende.

Analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción. (Urbina, 2006)

- **Estudio económico**

La antepenúltima etapa del estudio es el análisis macroeconómico. Su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica. (Urbina, 2006)

Comienza con la determinación de los costos totales y de la inversión inicial, cuya base son los estudios de ingeniería, ya que tanto los costos como la inversión inicial dependen de la tecnología seleccionada. Continúa con la determinación de la depreciación y amortización de toda la inversión inicial. Otro de sus puntos

importantes es el cálculo del capital de trabajo, que aunque también es parte de la inversión inicial, no está sujeto a depreciación y amortización, dada su naturaleza líquida. (Urbina, 2006)

Cuando se habla de financiamiento es necesario mostrar cómo funciona y cómo se aplica en el estado de resultados, pues modifica los flujos netos de efectivo. En esta forma se selecciona un plan de financiamiento, el más complicado, y se muestra su cálculo tanto en la forma de pagar interés como en el pago del capital.

Asimismo, es interesante incluir en esta parte del cálculo de la cantidad mínima económica que se producirá, llamado punto de equilibrio, ya que determina el nivel de producción en el que los costos totales igualan a los ingresos totales. (Urbina, 2006)

- **Evaluación económica**

Esta parte se propone describir los métodos actuales de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son la tasa interna de rendimiento y el valor presente neto, se anotan sus limitaciones de aplicación y son comparados con métodos contables de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, pues es la que al final permite decidir la implantación del proyecto. (Urbina, 2006)

Una vez definidos todos aspectos que deben incluirse en un proyecto de inversión, así como también los términos que se emplearán, se dará paso al siguiente apartado del presente trabajo, donde se abordarán los aspectos que corresponden al estudio de mercado, posteriormente el estudio técnico, el estudio organizacional para finalmente presentar el estudio financiero y la evaluación socioeconómica.

# ESTUDIO DE MERCADO

## CAPÍTULO 2

### 2.1 Introducción

El estudio de mercado es la parte inicial para la formulación de un proyecto de inversión o también la parte medular; pues partiendo de este se pueden desquebrajar el estudio técnico y la evaluación económica. En el estudio de mercado, se presentan variables con las cuales se puede medir la factibilidad de un

proyecto. Dentro de las variables que se estudian se pueden encontrar el análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) que presenta el proyecto de inversión; el análisis del consumidor y del competidor, así como la formulación, aplicación y resultados de las encuestas que se requieren aplicar a los consumidores para conocer sus gustos y preferencias y así poder saber si el servicio es atractivo para ellos y si tendría aceptación por su parte, una vez en el mercado.

Naresh Malhora, clasifica al **estudio de mercado** como un tipo de investigación descriptiva (tipo de investigación concluyente que tiene como objetivo principal la descripción de algo, generalmente las características o funciones del mercado) (Malhotra, 2004).

Por otro lado, cabe señalar que los términos estudio de mercado y estudio de marketing suelen ser utilizados de forma indistinta, como plantea el autor Geoffrey Randall en su libro “Principios de Marketing” (2003). Sin embargo, en algunos libros se intenta distinguirlos por separado; según esta teoría, los estudios de mercado estudian propiamente los mercados y son un tipo de estudio de marketing, así como lo son los estudios de publicidad o de consumo.

Sin embargo, e independientemente de la corriente acerca de su clasificación y sinónimos, es importante que se tenga en cuenta lo siguiente: Un **estudio de mercado** es una actividad que tiene la finalidad de ayudar a tomar decisiones en situaciones de mercado específicas.

Para Kotler, Bloom y Hayes (2004), el estudio de mercado “consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización”.

Randall (2003), define el estudio de mercado como “la recopilación, el análisis y presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing”.



Y según Malhotra (2004), los estudios de mercado “describen el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor”.

Teniendo en cuenta las definiciones anteriores, se puede concluir que un **estudio de mercado** es:

“Proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica”.

## **2.2 Origen del proyecto de inversión**

Muchos hombres y mujeres dentro de sus planes de vida incluyen su crecimiento profesional, desarrollo personal y en la mayoría de los casos contraer matrimonio y formar una familia para así tener una vida plena. Para poder concretar los demás aspectos, se cuenta con escuelas y oportunidades de trabajo donde pueden fomentar sus relaciones interpersonales; pero a diferencia de estos, existe un número reducido de empresas que brinden el servicio de organización de bodas.

La mujer actual enfocada en su crecimiento profesional y desarrollando trabajos que le exigen más tiempo y esfuerzo, no cuentan con el suficiente tiempo libre para poder fomentar sus relaciones; pero nunca deja de lado un sueño que se arraiga desde la infancia; un día casarse y formar una familia. Aunado a la falta de tiempo, hoy en día las mujeres que incursionan en el mercado laboral, están ocupado puestos cada vez más altos dentro de las empresas privadas y gobierno; por lo cual su retribución económica es mayor. Contando con los suficientes recursos económicos para poder absorber los gastos que incurre realizar una boda y sin contar con el tiempo suficiente para desarrollar las actividades necesarias que esto

conlleva, es necesario cubrir esta necesidad secundaria de contraer matrimonio y tener un evento vanguardista y único para la pareja.

En México, por cultura vivimos en un estilo de vida que se caracteriza por ser matriarcado, y es por costumbre que la mujer se encargue de los preparativos y organización necesaria para el enlace matrimonial; sin embargo la mujer actual, no cuentan con el suficiente tiempo, pero si con los recursos económicos, para ocuparse de todos los aspectos; aunado a esto el estrés que conlleva el organizar una boda.

El estudio de mercado, tiene como finalidad cuantificar el número de individuos, empresas y otras entidades económicas generadoras de una demanda que justifique la puesta en marcha de un determinado programa de producción de bienes o servicios, sus especificaciones y el precio que los consumidores estarían dispuestos pagar por ellos. Sirve de base para decidir si se lleva o no adelante la idea inicial de inversión; pero además, proporciona información indispensable para investigaciones posteriores del proyecto, como los estudios para determinar su tamaño, localización e integración económica. (Miranda, 1993)

El estudio de mercado también permite identificar los elementos que se deben tomar en cuenta en la evaluación del proyecto de inversión, en la estrategia de construcción y operación de la unidad económica que se analiza.

En el presente análisis, para conocer la viabilidad, factibilidad y rentabilidad de la creación de una empresa encargada de la organización, planeación y coordinación de bodas, se identificaron variables y situaciones que afectan dicho mercado y que se abordarán para tener un buen panorama de este proyecto.

Independientemente de los resultados que arroje el estudio de mercado, una demanda insatisfecha clara y grande no siempre indica que pueda penetrarse con facilidad en se mercado, ya que éste puede estar en manos de un monopolio y oligopolio. Un mercado aparentemente saturado indicará que no es posible vender

una cantidad adicional a la que normalmente se consume, pero con las adecuadas estrategias de mercadotecnia se podría lograr una buena participación en ese mercado. (Urbina, 2006)

Para el análisis de mercado se reconocen cuatro variables fundamentales (la oferta, la demanda, los precios y la comercialización), La investigación que realice debe tener las siguientes características:

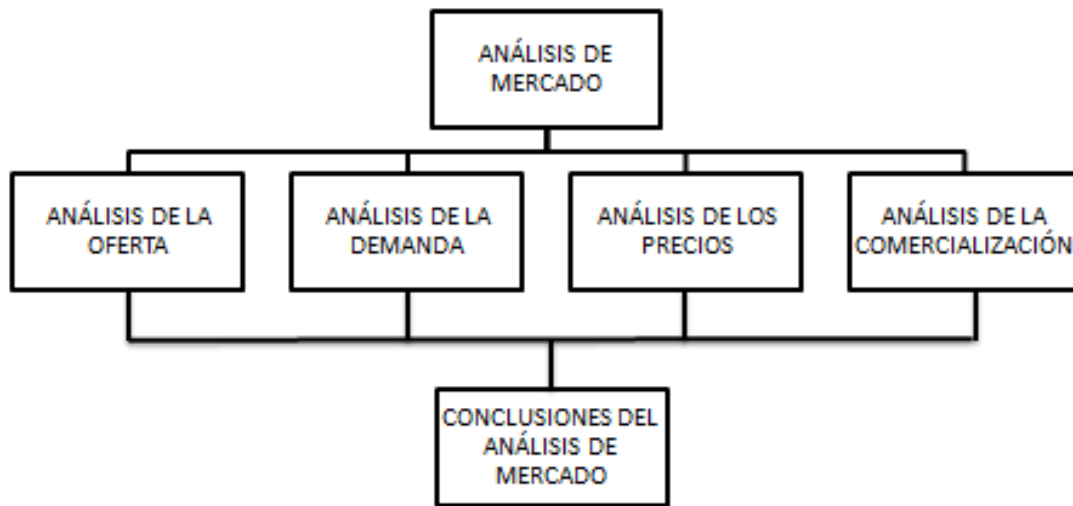
- La recopilación de la información debe ser sistemática.
- El método de recopilación debe ser objetivo y no tendencioso.
- Los datos recopilados siempre deben ser información útil.
- El objetivo de la información siempre debe tener como objetivo final servir como base para la toma de decisiones. (Urbina, 2006)

La investigación de mercado tiene una aplicación muy amplia, y en el caso de los productos nuevos, las investigaciones se realizan sobre productos similares ya existentes, para tomarlos como referencia en las siguientes decisiones aplicables a la evolución del nuevo producto:

- a) ¿Cuál es el medio publicitario más usado en productos similares al que se propone lanzar al mercado?
- b) ¿Cuáles son las características promedio en precio y calidad?
- c) ¿Qué tipo de envase es el preferido por el consumidor?
- d) ¿Qué problemas actuales tienen tanto el intermediario como el consumidor con los proveedores de artículos similares y que características le pedirían a un nuevo productor? (Urbina, 2006)

En el siguiente esquema se muestra la estructura del mercado propuesta por Urbina Baca en su libro "Evaluación de proyectos" misma que se emplea en el desarrollo del trabajo.

## Esquema 2.1. Estructura del Análisis de Mercado



Fuente: (Urbina, 2006, p. 15)

Retomando cada uno de los aspectos que menciona Urbina, se considera que se abarcan todos los aspectos necesarios para realizar un correcto análisis de mercado.

### 2.3 Definición de boda

Una boda o casamiento es una ceremonia religiosa o civil, mediante la cual se celebra el comienzo del matrimonio. Generalmente una boda es un rito que formaliza la unión entre dos personas ante una autoridad externa que regula y reglamenta el procedimiento, el cual genera compromisos contractuales u obligaciones legales; según las legislaciones, entre las partes o contrayentes.

Unión de hombre y mujer concertada mediante determinados ritos o formalidades legales. En el catolicismo, sacramento por el cual el hombre y la mujer se ligan perpetuamente con arreglo a las prescripciones de la Iglesia. (Española, 2001)

En lo que se refiere al matrimonio canónico, el mismo Diccionario expresa que se trata de un sacramento propio de legos por el cual hombre y mujer se ligan perpetuamente con arreglo a las prescripciones de la Iglesia. Como se advierte,

ambas definiciones contienen, entre otros, el elemento común de la perpetuidad o carácter vitalicio del contrato (o sacramento) matrimonial, concepto válido incluso para aquellos países cuyas legislaciones admiten el divorcio vincular, porque la duración ilimitada del enlace está referida al propósito que anima a los contrayentes, y que es también exigencia legal, en el momento de la celebración; lo que no impide admitir la posibilidad de que la unión conyugal quede rota posteriormente. Con disolución del vínculo o sin ella, por circunstancias imprevistas de naturaleza grave. (Española, 2001)

La palabra boda, proviene del latín “votum” que significa promesa. En la boda los contrayentes se prometen, hacen votos de comenzar una vida en común. Entre los antiguos romanos el casamiento, que no era un acto único sino un estado, se denominaba “connubium”, que en general se celebraba con grandes festejos. La palabra boda aparece en el siglo X, para designar el momento en que se contrae el enlace entre los esposos ante Dios. (Conceptos.com, 2015)

En la actualidad se denomina boda al momento de prometerse en matrimonio ya sea ante las autoridades religiosas o civiles, y los ritos que los acompañan. Así decimos, anillo de bodas, torta de bodas, vestido de boda, noche de bodas o viaje de bodas, que es el que se hace a continuación del festejo, iniciándose el período conocido como “Luna de miel”. (Conceptos.com, 2015)

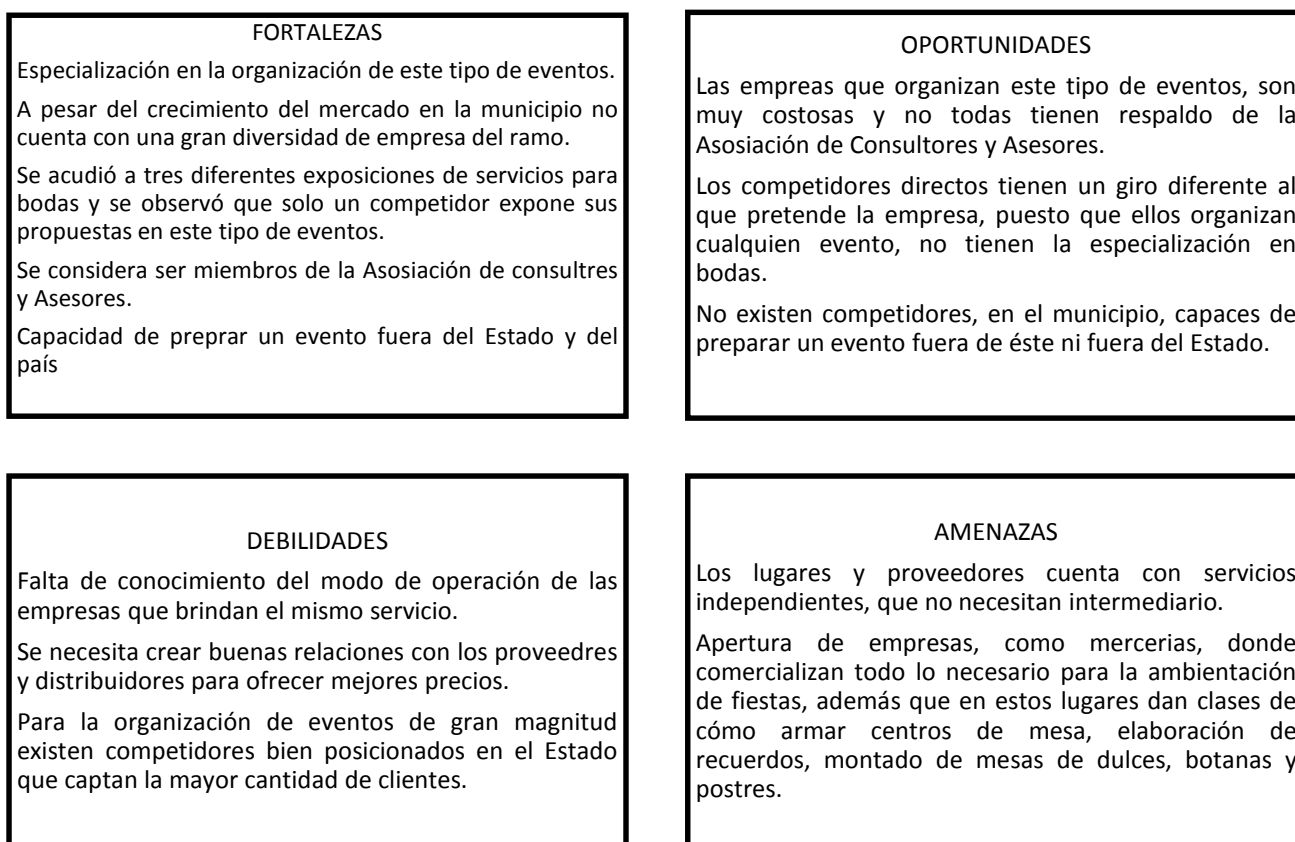
EL MATRIMONIO es una institución de carácter público e interés social, por medio de la cual un hombre y una mujer voluntariamente deciden compartir un estado de vida para la búsqueda de su realización personal y la fundación de una familia. (México, 2007)

## **2.4 Análisis FODA**

La matriz FODA es una herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa, etc., que esté actuando como objeto de estudio en un momento determinado del tiempo.

Es como si se tomará una radiografía de una situación puntual de lo particular que se esté estudiando. Las variables analizadas y lo que ellas representan en la matriz son particulares de ese momento. El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual del objeto de estudio (persona, empresa u organización) permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permite en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados. (FODA, 2011)

## Esquema 2.2 Análisis FODA



Fuente: Elaboración propia

Posterior a realizar el primer análisis FODA, presentado en el esquema 2.1, se aconseja realizar sucesivos análisis de forma periódica teniendo como referencia el primero con el propósito de conocer si se está cumpliendo con los objetivos planteados en la formulación estratégica. Esto es aconsejable dado que las

condiciones externas e internas son dinámicas y algunos factores cambian con el paso del tiempo, mientras que otros sufren modificaciones mínimas.

## **2.5 Densidad económica**

La densidad económica se entiende como la relación que guardan los precios, el peso y la distancia a la que se puede transportar un producto. Cuando el precio es alto y el peso bajo, el producto se puede desplazar a mayor distancia, por lo que se dice que tiene alta densidad económica (Miranda, 1993). Las perlas y los diamantes son representativos de alta densidad económica.

Los productos de alta densidad pueden soportar mayores distancias de desplazamiento o traslado. Esto significa que, en atención a su precio, podrán cubrirse mercados más diferentes (Miranda, 1993). La situación es diferente en productos de baja densidad económica, como la leña, la cal y otros productos cuyo peso restringe los desplazamientos.

En la determinación del área del mercado, la densidad económica del producto tiene importancia relevante, en atención a que el área será más amplia, dependiendo de la distancia a la que el producto puede ser desplazado por su precio, la relación distancia-tiempo de desplazamiento y el grado de perfectibilidad de los productos o eficiencia en los servicios. (Miranda, 1993)

Para el proyecto la densidad económica dependerá de cada producto, como por ejemplo las flores en su mayoría son costosas pero relativamente fáciles de transportar por lo que tienen una densidad alta; al contrario el montaje de sillas y sillas son de bajo costo y difíciles de transportar por lo que tienen una densidad baja.

## **2.6 Análisis del consumidor**

El análisis del consumidor se necesita para entender las necesidades de los futuros clientes, lo que esperan encontrar en el servicio a brindar, sus preferencias, entre otras cosas para así ofrecer un servicio acorde a las necesidades del mercado.

Es importante reconocer por qué y cómo los individuos toman sus decisiones de consumo para así poder emplear mejores decisiones y estrategias, sin duda, si se entiende el comportamiento del consumidor se tiene una gran ventaja competitiva en el mercado. (Shiffman, 1991)

Para el proyecto, se utilizará el conocimiento que se obtendrá acerca del comportamiento del consumidor para diseñar la estrategia de penetración en el mercado. Con el objetivo de conocer las características de los futuros clientes, se desarrolló y aplicó un cuestionario a una muestra de la población que cumpliera con las siguientes características:

- Mujeres de cualquier religión.
- Mujeres en edad de contraer matrimonio.
- Mujeres que actualmente laboran en cualquier actividad económica.
- Mujeres que radican en Metepec o regiones aledañas.

Con lo cual se obtuvieron datos acerca de la demanda del servicio que se ofrecerá y las preferencias de los clientes en cuanto a la oferta del servicio.

## **2.7 Segmento de mercado**

Para la obtención de la muestra se tomó en cuenta datos del Instituto Nacional De Estadística y Geografía consultados en marzo de 2014 y se ubicó una población de 19809 mujeres que pertenecen al segmento de mercado, que es el que cumple las características requeridas. Para este segmento de mercado no considerara la religión que profesen las mujeres, pero INEGI cuenta con información sobre este aspecto; información general, sin clasificación por género; el cual es importante considerar para fines específicos de la empresa, información que se presenta en la tabla 2.1.



**Tabla 2.1 Religión profesada por mujeres.**

Año	Profesan alguna religión						Sin religión	
	Total		Católica		No católica <sup>a</sup>		Absolutos	%
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%		
1950	25791017	100	25329498	98.2	461519	1.8	ND	ND
1960	34508976	100	33692503	97.6	816473	2.4	192963	0.6
1970	47456790	100	46380401	97.7	1076389	2.3	768448	1.6
1980	64758294	100	61916757	95.6	2841537	4.4	2088453	3.1
1990	67811778	100	63285027	93.3	4526751	6.7	2288234	3.2
2000	81078895	100	74612373	92	6466522	8	2982929	3.5
2010	94293194	100	84217138	89.3	10076056	10.7	4660692	4.9

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía. INEGI.

De acuerdo a la información de la tabla anterior el 89.3% de la población total en México profesan la religión católica; por ende la mayoría de las bodas que se podrían organizar serían católicas y en todos estos casos las tradiciones, las festividades y detalles que lleva un enlace matrimonial católico son relativamente fáciles de conocer.

En México, por cultura vivimos en un estilo de vida que se caracteriza por ser matriarcado, y es por costumbre que la mujer se encargue de los preparativos y organización necesaria para el enlace matrimonial; sin embargo la mujer actual, no cuentan con el suficiente tiempo, pero si con los recursos económicos, para ocuparse de todos los aspectos; aunado a esto el estrés que conlleva el organizar una boda.

A nivel nacional; en México los diez estados con mayor PEA (Población Económicamente Activa) femenina, de acuerdo al Censo de Población y Vivienda

2010, son: Estado de México, Distrito Federal, Jalisco, Veracruz, Guanajuato, Nuevo León, Baja California, Michoacán y Chihuahua. En la tabla 2.2 se presentan los datos de las entidades federativas con mayor población económicamente activa femenina de acuerdo a lo presentado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía en su Censo de Población y Vivienda 2010.

**Tabla 2.2 PEA femenina**

Entidad	PEA femenina 2010
Estado de México	1316558
Distrito Federal	1090820
Jalisco	6521562
Veracruz	578814
Puebla	472263
Guanajuato	639928
Nuevo León	350982
Baja California	216971
Michoacán	292074
Chihuahua	266030

Fuente: Censo de población y vivienda 2010. INEGI

Con base a la tabla anterior, podemos observar que el Estado con mayor actividad económica femenina es el Estado de México, razón de mayor importancia por la que se decide que el segmento de mercado se centre en dicho estado.

El principal segmento de mercado al que se pretende impactar con este proyecto es a las mujeres que se conformen la clase media-alta y alta y que además forman

parte de la población económicamente activa registrada hasta 2010, año en que se realizó el último censo población.

Un dato que es importante resaltar es el ingreso promedio que tiene la población a nivel nacional y destacar los estados que tienen los más altos niveles de remuneración salarial; así como su incremento en el último año. Información que se presenta en la tabla 2.3, donde también se observa el promedio de ingreso de marzo 2013 y 2014. Se tomó en cuenta este mes pues para el año 2014 es el dato más reciente que se tiene por parte de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social.

**Tabla 2.3. Ingreso promedio estatal**

Estado	Marzo 2013	Marzo 2014	Incremento <sup>1</sup>
Nacional	279.96	291.64	4.17%
Distrito Federal	368.57	379.50	2.96%
Campeche	335.20	374.06	11.59%
Nuevo León	309.55	321.14	3.74%
Querétaro	309.13	322.52	4.33%
Veracruz	276.65	291.80	3.61%
Jalisco	281.64	294.50	6.45%
Morelos	270.75	282.96	3.97%
Estado de México	272.16	287.05	6.02%
Baja California	266.51	275.79	3.48%
Coahuila	260.31	276.40	6.18%

Fuente: Elaboración propia con información de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social.  
Salario Diario Asociado a Trabajadores Asegurados en el IMSS por Entidad Federativa.

<sup>1</sup> Elaboración propia.

Con respecto al ingreso de los asalariados; el Estado de México, presenta un incremento del 0.41%<sup>2</sup> y se encuentra en el lugar octavo lugar, según información de la Secretaría del trabajo y previsión social, en su apartado de “Salario Diario Asociado a Trabajadores Asegurados en el IMSS por Entidad Federativa”; detrás del Distrito Federal, Campeche, Nuevo León, Querétaro, Veracruz, Jalisco y Morelos.

## **2.8 Selección del tipo de muestreo**

El muestreo es una herramienta de la investigación científica que tiene la función de determinar la parte de una población que se debe examinar para poder hacer inferencias sobre ésta. (Levine, 2006)

Existen diferentes técnicas de muestreo que se dividen en: muestreo probabilístico y no probabilístico.

Las técnicas de muestreo probabilístico seleccionan los elementos con base en el principio de equiprobabilidad donde todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de la muestra.

En este caso se usará el muestreo probabilístico, en el que la selección de la muestra se hace usando el criterio del investigador procurando, en la medida de lo posible, que la muestra sea representativa.

Las ventajas que proporciona este tipo de muestro son: menor costo, la accesibilidad y cooperación de las unidades de muestra, es rápido debido a que no requiere invertir mucho tiempo en su diseño y ejecución, el investigador puede elegir los casos que más le interesan para que le arrojen información más rica, requiere un conocimiento amplio de la población y permite hacer inferencias lógicas. (Lohr, 2000)

---

<sup>2</sup> Elaboración propia con datos de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social. Salario Diario Asociado a Trabajadores Asegurados en el IMSS por Entidad Federativa. Marzo 2014 y Marzo 2013.

Entre las desventajas de este proceso se encuentran que no permite calcular el error de muestreo y el hecho de que el investigador desconoce la representatividad de la muestra.

Dentro de las técnicas de muestreo no probabilístico encontramos: muestreo por cuotas, muestreo intencional o de conveniencia, muestreo bola de nieve y muestreo casual o incidental. (Levin, 2004)

Para el caso que concierne el presente proyecto se aplicó un muestreo aleatorio simple en el que se obtiene la muestra representativa a partir del total de la población a estudiar, con este método se le proporciona a cada individuo la misma probabilidad de ser seleccionado.

La fórmula que se aplicó para obtener la muestra para la aplicación de la encuesta de este proyecto es:

$$n = \frac{Nz^2p(1-p)}{(N-1)e^2 + z^2p(1-p)}$$

Fuente: Levin Richard I. "Estadística para administración y economía" (2004)

Dónde:

N = tamaño de la población

Z = margen de confiabilidad

p = probabilidad de que el evento ocurra

(1-p) = probabilidad de que el evento no ocurra

e = error de estimación

n = tamaño necesario de la muestra

$$n = \frac{(19809)(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(19808)(0.06)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$
$$n = \frac{19024.5636}{71.3088 + 0.9604}$$

$$n = \frac{19024.5636}{72.2692}$$
$$n = 263.2458032$$

Considerando un error de estimación del 6% y el 96% de probabilidad de respuesta. Aplicada la fórmula se obtiene una muestra significativa de 263 mujeres.

## **2.9 Metodología para la elaboración y aplicación del cuestionario**

En este caso se utilizarán las siguientes variables: preferencias, gustos, consumo, limitantes y precios; ya que es indispensable esta información para tomar decisiones sobre el proyecto.

La fecha de levantamiento se realizó del 5 de junio al 10 de junio de 2014; siendo aplicado de forma aleatoria en la zona de estudio al que va dirigido el servicio, esto es el Municipio de Metepec.

Los lugares específicos del levantamiento fueron Galerías Metepec, centros de negocios y escuelas de todos los niveles; puesto que son lugares donde acuden mujeres que están dentro del rango de edad para poder contraer matrimonio, esto es según lo que determina el Registro Civil del Estado de México<sup>3</sup>.

Cabe mencionar que el cuestionario se aplicó en forma individual y personalizada con la finalidad de obtener información verídica y precisa, además de permitir en ocasiones escuchar comentarios o un tipo de sugerencia que son de gran utilidad para el mejor desenvolvimiento del producto en el mercado. El cuestionario que se aplicó se encuentra en el apartado ANEXO 1 de este trabajo.

Independientemente de que las preguntas sean abiertas o cerradas y de que las respuestas estén precodificadas o no, hay una serie de características que se cubrieron al plantearlas.

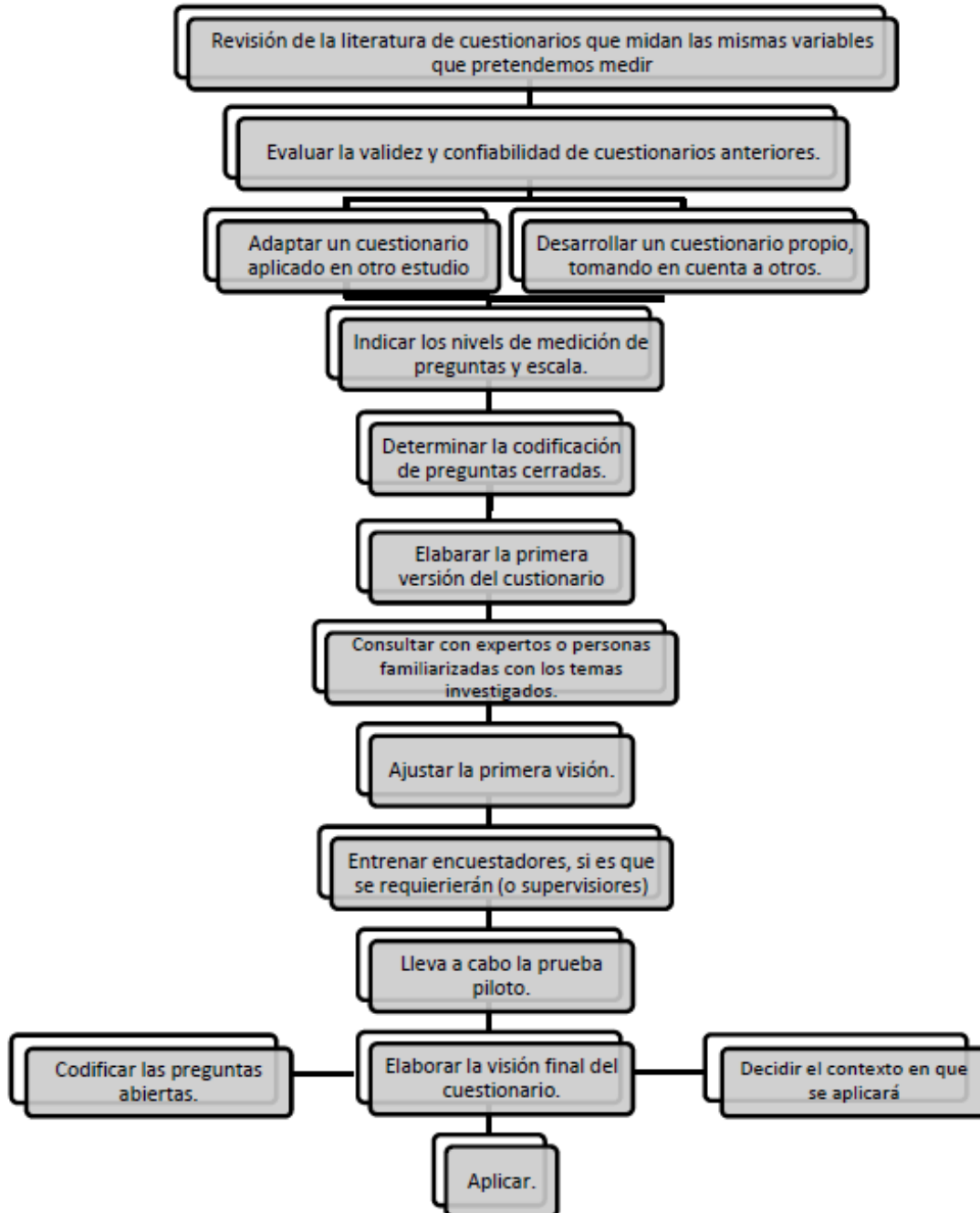
---

<sup>3</sup> En el caso de que el varón sea menor de 16 y la mujer de 14 años deberán presentar la autorización de los padres en la cual otorgan su consentimiento o de la autoridad judicial.

- Preguntas claras y comprensibles para los respondientes. Deben evitarse términos confusos y ambiguos.
- Las preguntas no deben incomodar al respondiente; utilizar preguntas sutiles que indirectamente indiquen sí la persona se siente cómoda. Pueden utilizarse escalas de actitud en lugar de preguntas o aún otras formas de medición.
- Las preguntas deben referirse preferentemente a un solo aspecto o relación lógica.
- Las preguntas no deben inducir las respuestas. Preguntas tendenciosas o que den pie a elegir un tipo de respuesta.
- Las preguntas no pueden apoyarse en Instituciones, ideas respaldadas socialmente ni evidencia comprobada. Es también una manera de inducir respuestas.
- En las preguntas con varias alternativas o características de respuesta y donde el respondiente sólo tiene que elegir una, puede ocurrir que el orden en que se presentan dichas alternativas afecten las respuesta de los sujetos.
- El lenguaje utilizado en las preguntas debe ser adaptado a las características del respondiente (tomando el nivel educativo, socioeconómico, palabras que se manejan, etc.) (Sampieri, 2000)

Tomando en cuenta todos los aspectos anteriores para la correcta formulación de preguntas, se consideró de igual forma la metodología planteada por Sampieri (2000) para la elaboración de cuestionarios, misma que se presenta en el esquema 2.2.

## Esquema 2.2. Pasos para elaborar la metodología del cuestionario.



Fuente: Hernández Sampieri Roberto. *Metodología de la Investigación*. México McGraw Hill. 2000  
p. 294



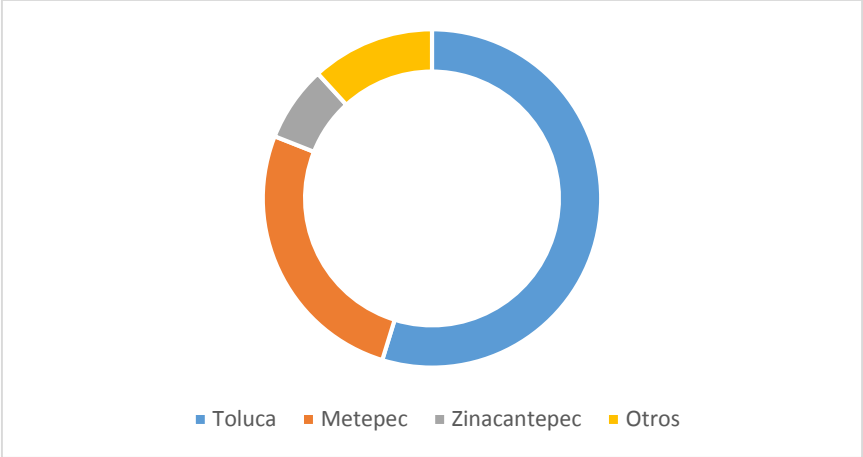
Una vez planteada la metodología para elaborar cuestionarios, establecido el segmento de mercado y determinado el tamaño de la muestra, se desarrolla el cuestionario; que se aplicara a la muestra representativa, mismo que se puede consultar en el anexo 1 de este trabajo.

Los resultados arrojados tras la aplicación del cuestionario a las 263 mujeres que componen la muestra se muestran a continuación.

### 2.10 Resultados de la encuesta a consumidores

#### Pregunta 1.

Gráfica 1 ¿Dónde radicas?

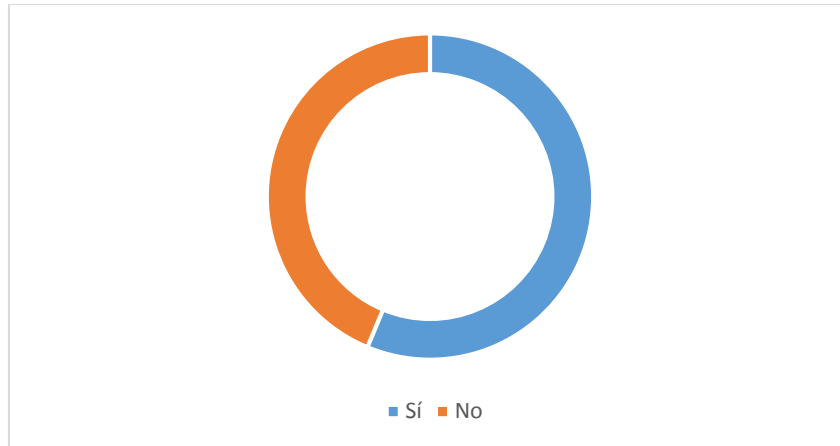


Fuente: Elaboración propia con información recabada por medio de una encuesta.

Como es posible observar la mayor parte de la población encuestada radica en la ciudad de Toluca, puesto a la cercanía con la ciudad de Metepec, es posible considerarlos como el nicho de mercado ya que acuden a las principales plazas comerciales que en Metepec se ubican.

### Pregunta 2.

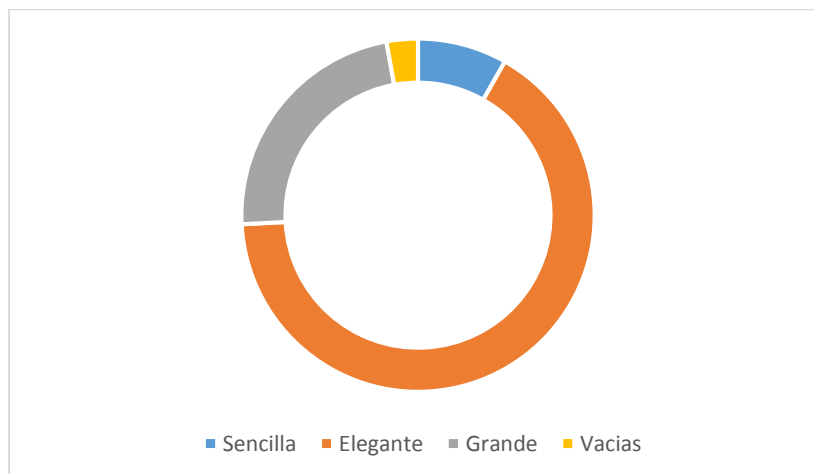
Gráfica 2 ¿Has pensado contraer matrimonio?



Fuente: Elaboración propia con información recabada por medio de una encuesta. La mayoría de las mujeres, el 56% de las mujeres encuestadas han considerado contraer matrimonio o está dentro de sus planes de vida. No es un porcentaje alto pero se debe considerar que la población encuestada es a partir de los 14 años que ya son consideradas parte de la población económicamente activa y que además de acuerdo al Registro Civil del Estado de México pueden contraer matrimonio.

### Pregunta 3.

Gráfica 3. ¿Cómo imaginas tú boda?

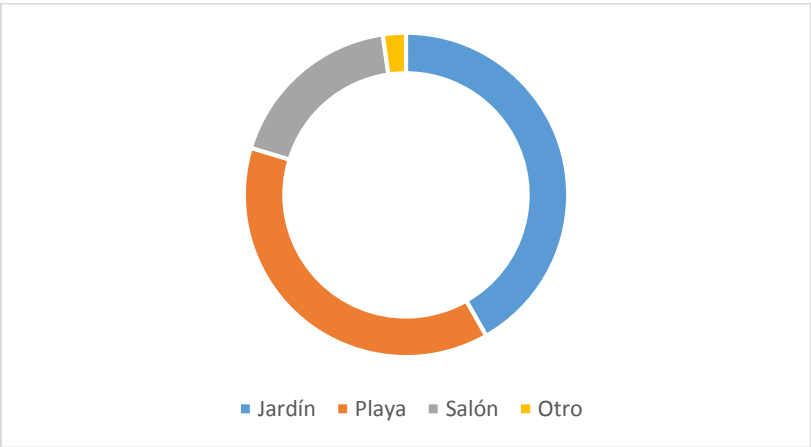


Fuente: Elaboración propia con información recabada por medio de una encuesta.

Con el análisis de esta pregunta se puede determinar que las mujeres de las clases media-alta y alta prefieren una boda elegante, que para comentarios que realizaron durante la aplicación es acorde a su status y estilo de vida. Tipo de boda que refleja buen gusto, clase y posición económica, aspectos que actualmente son de suma importancia.

**Pregunta 4.**

**Gráfica 4 ¿Dónde te gustaría casarte?**

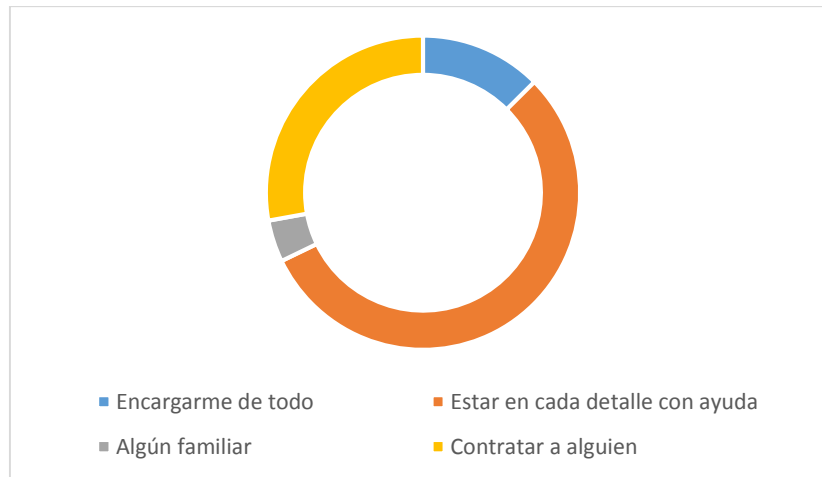


Fuente: Elaboración propia con información recabada por medio de una encuesta.

Conforme pasa el tiempo la incidencia de realizar eventos en las playas se ha venido incrementando y sobre todo en las mujeres o en su defecto en las parejas de las principales urbes del centro del país. La gráfica que corresponde a la pregunta número 4, es posible observar este gusto por parte de las mujeres, seguido de las mujeres que prefieren una boda en un jardín, las cuales ocupan el 42% de la población estudiada.

### Pregunta 5.

Gráfica 5 ¿Cómo te gustaría organizar tu boda?

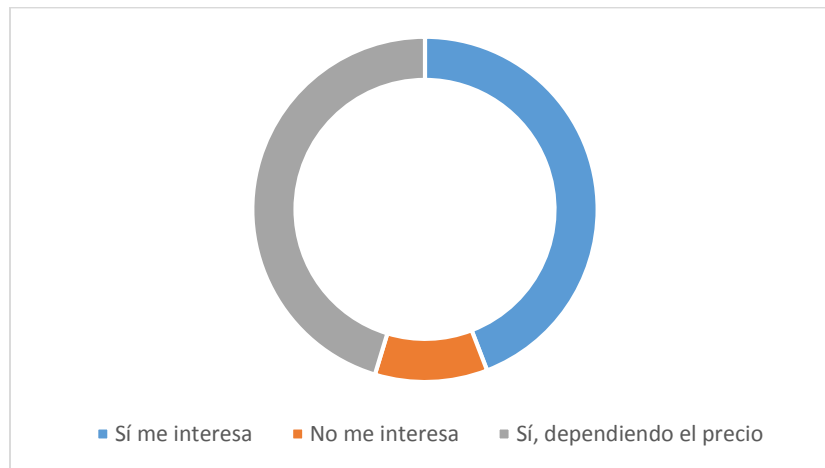


Fuente: Elaboración propia con información recabada por medio de una encuesta.

A pesar de la falta de tiempo, que en la mayoría de los casos las mujeres que trabajan tienen, no deja de existir la inquietud por preparar y cuidar cada detalle de sus vidas y su enlace matrimonial no sería la excepción, actividad que desean concretar pero con ayuda de un experto o alguien que conozca lo que se debe realizar en dicho evento.

## Pregunta 6

**Gráfica 6. ¿Has considerado la posibilidad de contratar el servicio de un WEDDING PLANNER (organizador de bodas), para que tu evento sea único y puedas disfrutar sin problema, estrés o falta de tiempo?**

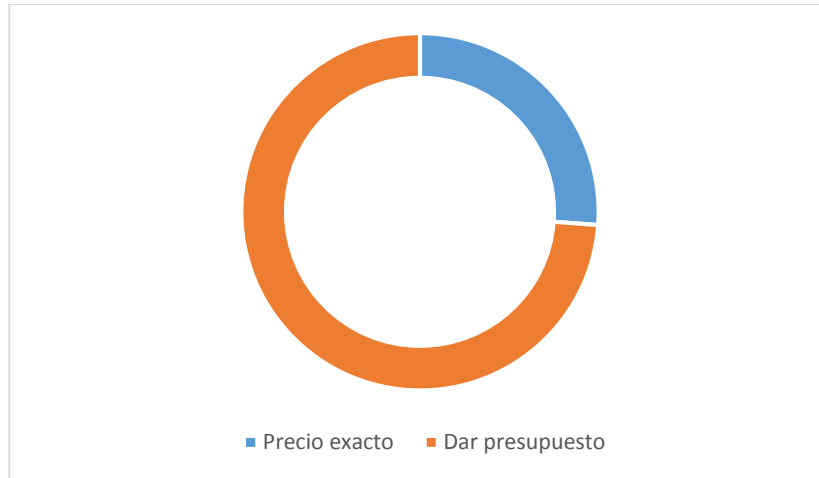


Fuente: Elaboración propia con información recabada por medio de una encuesta.

La oferta de un nuevo servicio o la promoción de uno no tan reconocido, normalmente suele ser atractivo para las personas y este proyecto no es la excepción. A la población encuestada le resulto interesante el contratar el servicio de un Wedding Planner (planeador de bodas) pero en su mayoría lo contratarían dependiendo del precio que se cobre por dicho servicio. En términos generales al 89% de la muestra le interesaría contratar el servicio.

### Pregunta 7.

**Gráfica 7 ¿Qué forma de cobro por parte de la planeadora prefieres?**

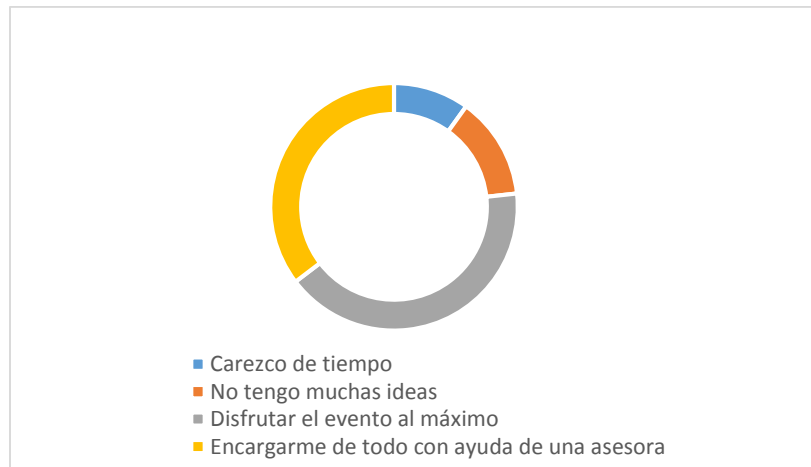


Fuente: Elaboración propia con información recabada por medio de una encuesta.

Para todas las personas la cuestión del dinero es de suma importancia y a pesar de que en muchas ocasiones presentan gastos innecesarios, en el caso de una boda no estarían dispuestas las mujeres a pagar el precio exacto que sus gustos, preferencias y exigencias demanden y prefieren entregar el presupuesto que tiene destinado para el evento incluyendo ahí el pago del planeador.

### Pregunta 8.

**Gráfica 8 ¿Cuál sería el principal motivo por el que contratarías a una organizadora de bodas?**

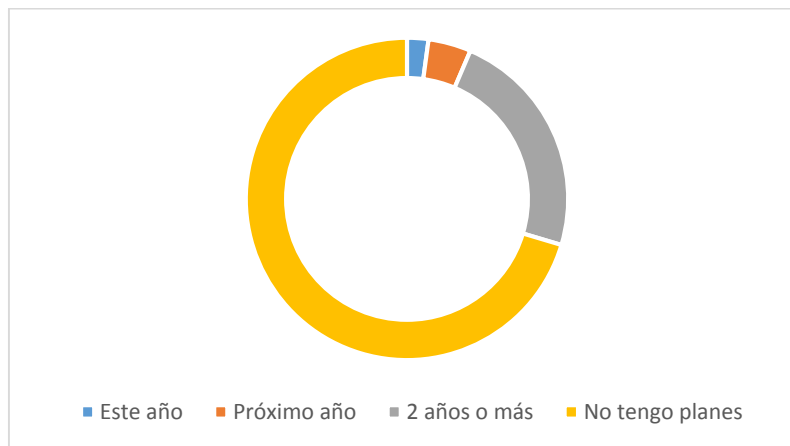


Fuente: Elaboración propia con información recabada por medio de una encuesta.

La principal razón por la que las mujeres contratarían los servicios de un planeador de bodas es porque esperan disfrutar cada instante del evento sin preocuparse por los imprevistos que surjan o mortificarse por la falta de tiempo para cuidar cada detalle no sólo del evento sino también de todos los preparativos que conlleva el enlace.

### Pregunta 9.

#### Gráfica 9 Indica un tiempo aproximado en el cual consideras contraer matrimonio

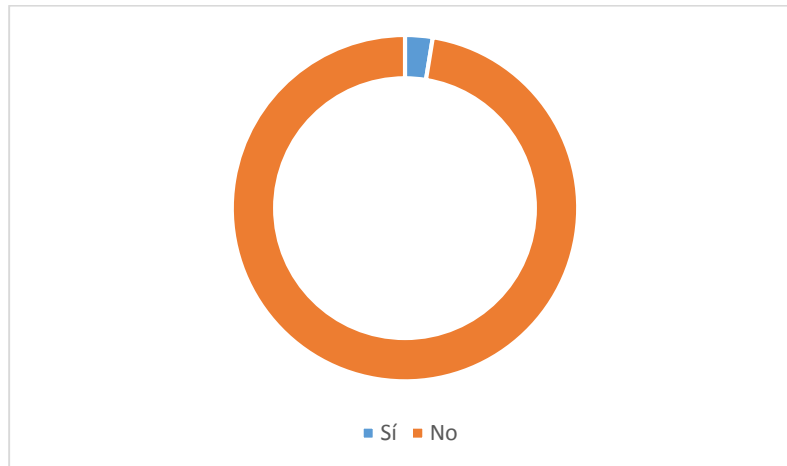


Fuente: Elaboración propia con información recabada por medio de una encuesta.

En esta pregunta cabe resaltar que la mayor parte de la población encuestada son mujeres que se encuentran en un rango de edad entre 19 y 34 años, rango en el que pueden encontrarse siendo estudiantes y trabajar, recién egresados, mujeres que están incursionando por primera vez en el campo laboral y que se encuentran en el auge de su vida profesional. Motivo por el que muy probablemente la respuesta más frecuente es que “aún no tienen planes” de contraer matrimonio o en su defecto pueden no tener el tiempo necesario para ocuparse de los preparativos o no tienen tiempo para llevar una relación sentimental.

### Pregunta 10.

#### Gráfica 10 ¿Te gustaría que ofreciera algún otro servicio?



Fuente: Elaboración propia con información recabada por medio de una encuesta.

Los servicios que la empresa ofrece que van desde ideas para la “Propuesta de matrimonio”, despedida de solteros, contratación de amenidades para el evento hasta asesoría para la elección de destinos turísticos para la luna de miel, resultan ser suficientes y atractivos para los clientes potenciales, aunque algunos preferirían incluir algunos más como son, contratos prematrimoniales, propuestas de escenarios alternativos para el evento, contratación de mesa de regalos y la organización de fiestas al día siguiente de la boda. Propuestas que se consideraran para incluirlas de ser solicitadas por los clientes.

### 2.11 Análisis de la competencia

El análisis de la competencia debe ayudarle a responder preguntas tales como:

- ¿Qué tantos competidores existen y quiénes son?
- ¿Cuál es el tamaño de la empresa competidora y su fortaleza financiera?
- ¿Cuál es el importe de las ventas de los competidores?
- ¿Cuál es la calidad del producto, mercancía o servicios ofrecidos por sus competidores actuales y potenciales? (Industrial, 2000)



### 2.11.1 Competidores Nacionales

De acuerdo con un artículo (Vela y Maccise, 2011) , se hace mención a los mejores Wedding Planner de México; los cuales son considerados decoradores y coordinadores de eventos, imponen las últimas tendencias y se caracterizan por hacer las bodas de los ricos y famosos; para muchos son una garantía y su asesoría asegura una boda espectacular.



Fuente: [www.susanapalazuelos.com/](http://www.susanapalazuelos.com/)

Ha atendido a la reina Isabel de Inglaterra y organizadora con más prestigio en Acapulco. “nuestra forma de trabajar es hacer sets como si fuera de una película de Hollywood”, menciona Susana. Estudió hotelería en Suiza; después de casarse se mudó a Acapulco, donde empezó su negocio.

Trabaja desde hace mucho tiempo en exclusiva con el decorador norteamericano Richard Purdy, con él no solo hace bodas sino que además todo tipo de eventos del jet set, han atendido a presidentes de la República, celebridades y gente de alta sociedad. (Maccise, 2011)



Fuente: [www.quillermogonzalezeventos.com/](http://www.quillermogonzalezeventos.com/)

Él decoró la boda de Carlos Slim Domit y María Elena Torruco, uno de los mayores eventos en 2010. Se especializa en plasmar cuentos de hadas en recintos como haciendas, jardines o salones. No le da miedo jugar con los elementos, le gusta ese toque especial y único de combinar colores, mantelería, formas de mesas y sillas.

“Somos un equipo de personas que hacemos posible el evento. Aunque yo soy el decorador, con Romy Meyer veo las flores, con Norma Aiza la mantelería, con Eduardo Saavedra la iluminación y así con distintos proveedores. Realmente sin ellos no sería posible generar el concepto”, comenta Guillermo.

La idea de Guillermo González es que todo sea muy original y diferente sin perder ese toque de elegancia y distinción que le gusta reflejar en todos los eventos. Hay momentos en los que es muy ecléctico siempre y cuando sea del gusto de los novios, en otras ocasiones puede ser más clásico. (Maccise, 2011)



Fuente: [www.peterdeanda.com](http://www.peterdeanda.com)

Hace cuatro años un amigo suyo le pidió ayuda para organizar su fiesta de cumpleaños. Fue en ese momento que Peter descubrió que le apasionaba y divertía mucho decorar y organizar eventos.

Aunque es relativamente nuevo en la industria, ya es uno de los wedding planners más solicitados en Guadalajara. Para él, la calidad es algo fundamental: en una boda todo tiene que estar diseñado especialmente para generar un ambiente fino y elegante en donde todo encaje perfecto. “Estamos regresando a lo clásico en colores y formas, con todos los elementos en armonía. Los colores claros, aunque nunca se han ido, ahorita están en súper tendencia, pero con la sofisticación del mundo en que vivimos”, platica Peter.

A él le inspiran las cosas clásicas con un tema sofisticado. Trata de darle a cada quien lo que quiere y que vaya acorde con la personalidad de cada cliente. Prefiere las bodas en jardín porque le gusta transformar: “Puedes adecuar el espacio a los metros que necesites y se pueden hacer los niveles que tú quieras”. Para que una boda sea espectacular es fundamental que funcionen los cinco sentidos: debe oler

y verse bien, sentir confort al tocar las cosas, saborear cada platillo y la música debe estar modulada. “Lo que yo es calidad, las cosas deben estar puestas donde se debe”. (Maccise, 2011)



Fuente: [www.gkeventos.com](http://www.gkeventos.com)

Estudió historia del arte y se dedicó a decorar bodas realmente por pura casualidad. Su familia tenía un negocio en donde hacían mantelería, entre otras cosas, y en algún momento les pidieron realizar unos manteles muy elaborados. Gastón recuerda que en esa época todo era muy sencillo; no se usaban las grandes producciones de ahora, de hecho no había ni sillas Tiffany ni nada de eso: “Eran las típicas sillas de plástico con funda, por lo que empezamos a hacer fundas que le dieran un toque diferente a las sillas y combinaran con el mantel”, platica Gastón.

A raíz de eso trabajó un tiempo con Roberto Redo y Gonzalo Altamira -decoradores de interiores- haciendo eventos y poco a poco se independizó. Hoy se caracteriza por conceptualizar cada una de sus fiestas, le gusta combinar ideas, nunca hace nada repetido. Dice que sus eventos son trajes hechos a la medida. Se considera antimoda y le encanta hacer bodas chicas para llegar a la cúspide de la perfección. También se involucra mucho en la logística, trabaja de la mano con una coordinadora que se llama Fabiola Montiel, quien lo apoya con el sitting y el ritmo del evento. Pero para Gastón, lo suyo es la decoración: “Me gusta mucho que todo vaya con la personalidad de la novia que sea mucho de su gusto, que la boda refleje la esencia de la novia, que la boda refleje su esencia, la asesoro en la elección del banquete, la música, el pastel... hasta el más mínimo detalle” dice Gastón. (Maccise, 2011)

Dentro de las bodas más publicitadas organizadas por Gastón figuran la de los actores Eugenio Derbez y Alessandra Rosaldo y la de la conductora y escritora Martha de Debayle. (Kerriou, 2014)

Cabe mencionar que los competidores, antes mencionados, no son los únicos que se encuentran en el país, pero se eligieron por ser los más reconocidos y porque su giro es el de las bodas únicas, espectaculares y llenas de detalles.

### **2.11.2 Competidores Estatales**



Fuente: <http://www.todobodavalledebravo.com/>

Esta empresa cuenta con una amplia experiencia dentro del sector, brindando sus servicios a toda clase de eventos. En estos últimos años han especializado sus servicios para adecuarlos a los gustos y modas que se requieren actualmente. (bodas.com.mx, 2014)

Los servicios que brinda Todo Boda para la celebración de una boda son: localización del espacio adecuado para la boda, diseño de los conceptos de la ceremonia, trámites y asesorías para la boda civil, negociación con proveedores, renta de infraestructura y mobiliario, banquetes, florería, animación, música e iluminación. Los servicios se pueden ofrecer a partir de 100 invitados hasta 500. Se ubican en el municipio de Valle de Bravo y cuentan con una oficina de información en la Ciudad de México.



Fuente: [www.facebook.com/monicajimenezeventos](http://www.facebook.com/monicajimenezeventos)

Mónica Jiménez Eventos ofrece sus servicios de organizadoras en Naucalpan, Estado de México, cuenta con un equipo de profesionales que se encarga de escenificar el día de la boda. Está al tanto de cada una de las necesidades, porque sabe que es un evento único. Algunos de los servicios que ofrece son: banquetes, decoración, ambientación, fotografía y video, música y animación, sonido e iluminación y coordinación de bodas. (bodas.com.mx, 2014)



Fuente: <http://www.divertere.com.mx/>

Si buscan una empresa que se encargue del desarrollo y organización de todos los detalles de ese día tan esperado, Divertere será la solución ideal ya que cuenta con mucha experiencia en el mercado ofreciendo la coordinación de proveedores de alta calidad que en conjunto ustedes sean el centro de atención y puedan disfrutar al máximo de cada minuto de este maravilloso día. (bodas.com.mx, 2014)

Los servicios que ofrece Divertere son: servicio de meseros, chefs nacionales e internacionales, salones o jardines para eventos de ensueño, montajes profesionales, renta de limousinas, inflables, fiestas temáticas, performance, renta de periqueras, mesas y la coordinación del evento.



Fuente: <http://jardinespiritusanto.com/>

Ubicados a la entrada de Tepotzotlán, Estado de México, primer “Pueblo mágico” conservando su sencillez, pero haciendo gala de un lugar confortable. Su misión es garantizar a sus clientes el servicio más eficiente para que hagan de su evento una ocasión memorable así como para los familiares y amigos.

Su visión es; “Convertirnos y mantenernos como la empresa de fiestas y banquetes más reconocida por su eficiencia y calidad en el servicio”. (Santo, 2013)

Proporcionan jardines para eventos especiales y así conjuntar un mejor servicio, hacen uso de técnicas, materiales y tendencias más actuales en equipo para eventos, logrando estar siempre en el estricto gusto de sus clientes. (Santo, 2013)



Fuente: <http://www.eventosmaryan.com/>

En la localidad de Atizapán de Zaragoza se encuentra Eventos Maryan, una empresa dedicada al diseño y la planeación de bodas entre otros eventos sociales de gran exigencia. El equipo de esta empresa tiene una alta capacitación; además una de las marcas de esta compañía es el buen gusto y delicadeza, dos características muy necesarias en toda boda para que sea fantástica. (bodas.com.mx, 2014)

Excelencia en Eventos Maryan es una empresa dedicada a la organización y coordinación de eventos para convertir esos días importantes en inolvidables.

Son una empresa que se preocupa por absolutamente todos los detalles que intervienen en un evento social o empresarial. Cuenta con una gama muy amplia de productos y servicios de alta calidad para dar una solución integral al evento. (Maryan, 2015)

Algunos de los servicios que ofertan son:

- Banquetes a domicilio
- Florería: Decoración, centros de mesa y ramos
- Mantelería
- Fuentes de chocolate y de bebidas
- Haciendas, salones, jardines, museos, etc.
- Grupos musicales
- Mobiliario
- Despedidas de soltera

### **Carlotta. Organizadores de eventos**

Empresa experta en organización y ambientación de eventos sociales, que inspirada en las últimas tendencias de su ámbito y tomando en cuenta ideas y sugerencias, ayudará a sus clientes a crear un evento mágico e inolvidable.

Carlotta está conformada por un gran equipo de profesionales que se enfocarán en materializar los sueños de una boda, tomando en cuenta la personalidad, estilo y preferencias. Su objetivo será lograr una boda con la que se sientan totalmente identificados y que puedan disfrutar de un gran día. Algunos de sus servicios son; organización, coordinación, decoración, ambientación, mesas de postres y barras de quesos. (bodas.com.mx, 2014)

Para Carlota y su equipo de trabajo será un honor poder acompañarlos en Valle de Bravo en el Estado de México y formar parte del día más importante de sus vidas, siendo testigos del inicio de esa nueva etapa. (bodas.com.mx, 2014)

### **BERACA EVENTOS**

Beraca eventos es una empresa mexicana especializada en ofrecer servicios completos para la planificación de eventos sociales, así como lo es una boda. Donde se asegura que podrán tener un evento espectacular. (bodas.com.mx, 2014)

Beraca se pone a disposición de las parejas de novios, para que pueda ayudarlos con la planificación de su boda, haciendo que queden completamente satisfechos con los resultados, ya que es su objetivo principal. Los servicios que trabaja son de excelente calidad y algunos de ellos son: ceremonia, localización, banquetes, decoración, ambientación, tarjetería, mesa de regalos, material técnico y servicio de meseros.<sup>4</sup>

Para el personal de la empresa lo más importante es que los enamorados puedan disfrutar de su enlace matrimonial, por lo que cuidarán cada detalle por mínimo que sea. Beraca Eventos se encuentra ofreciendo sus servicios en Naucalpan, Estado de México. (bodas.com.mx, 2014)

### **Talco Producciones**

Con más de diez años de experiencia, Talco Producciones se pone a su disposición para organizar la boda con la que siempre han soñado. Esta empresa está conformada por expertos profesionales, que se encargarán de llevar a cabo la planificación y ejecución de los puntos más importantes de su enlace. Creatividad,

---

<sup>4</sup> La información de los servicios que ofrece Beraca Eventos se obtuvo por medio de una llamada telefónica a la empresa, puesto que no cuentan con un sitio web.



un equipo de primera y experiencia son los valores que esta compañía aportará a su boda. (bodas.com.mx, 2014)

Todas las expectativas que tenían para su boda se pueden cumplir gracias a las prestaciones especializadas de Talco Producciones. Esta empresa se hará cargo de los puntos más conflictivos de la organización de los enlaces, para así garantizar una excelente celebración. Entre sus principales servicios se podrán encontrar:

- Organización de todo el enlace
- Decoración
- Mobiliario
- Música e iluminación
- Mesa de postres
- Fotografía y video

Talco Producciones, se encuentra ubicado en el municipio de Huixquilucan, en el Estado de México.

Los competidores que se encuentran en el Estado de México y que se mencionan anteriormente, no son los únicos pero se decidió mencionar únicamente ocho por la relevancia que tienen para el mercado, siendo los más importantes competidores en el ramo.

### **2.11.3 Competidores Municipales**

Un competidor muy importante en el municipio de Metepec es ***Wedding and Event ArtHaus***, ya que es una empresa dedicada a la producción, diseño, consultoría y coordinación de bodas; además la fundadora es miembro de la asociación más reconocida de consultores de bodas y eventos Association of Bridal Consultants. Actualmente se ubica en Paseo de la Asunción, número 532, Col. Bellavista, Metepec, Estado de México.

## Mapa 2.1 Ubicación de “Wedding an Event ArtHaus”



Fuente: Google Earth. Búsqueda propia.

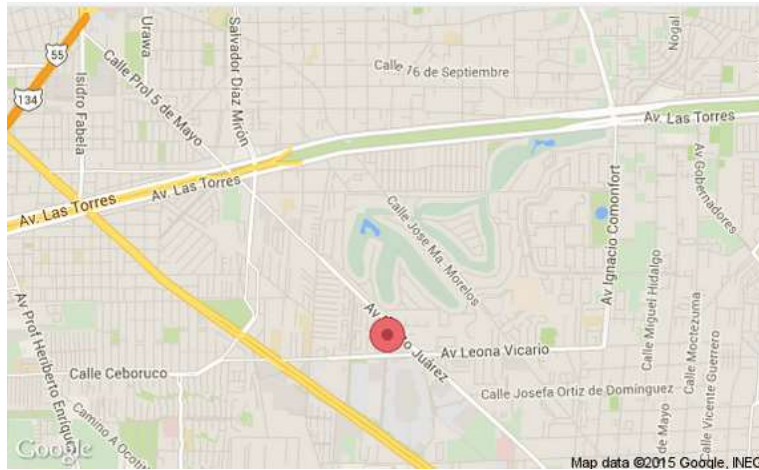
Por otro lado encontramos a empresas como “Los alcatraces”; ubicado en Av. Estado de México, 314, Col. Barrio de Santiaguito, Metepec, y “By Concept Eventos”; ubicado en Leona Vicario, 623, Col. Real de Arcos, que de igual forma son competidores pero menos reconocidos o con menos años de experiencia, y su participación está limitada a las dimensiones del evento, ya que una boda con gran número de asistentes sería complicado coordinarla para estas empresas. En los siguientes mapas se muestra la ubicación de estos dos competidores.

## Mapa 2.2 Ubicación de “Los Alcatraces”



Fuente: Google Maps

### Mapa 2.3 Ubicación “By Concept Eventos”



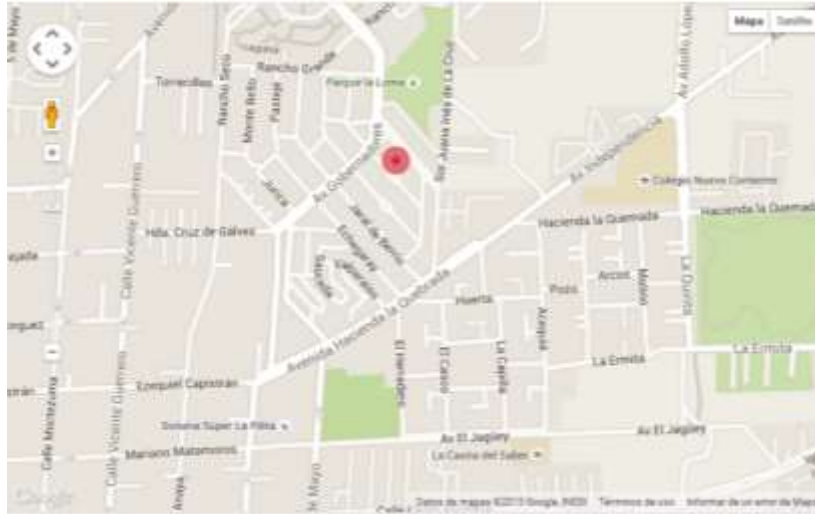
Fuente: Google Maps

Otro competidor que se encuentra en el municipio de Metepec es BZ Banquetes; es una empresa dedicada a la organización y a todo lo relacionado con una gran boda. La compañía sabe que los clientes están lo suficientemente ocupados como para encima preocuparse de los detalles de los platillos, para ello, nada mejor que confiar en profesionales. (bodas.com.mx, 2014)

BZ Banquetes cuenta con un amplio portafolio pensado para que no falte, ni sobre nada durante la celebración. Los servicios que ofrece son; organización, coordinadores de fiestas, mesa de dulces, decoración y arreglos florales. (bodas.com.mx, 2014)

Se localiza en la calle T. Cañas SN, municipio de Metepec, Estado de México. (bodas.com.mx, 2014) En el mapa 2.4 se muestra la localización satelital de la empresa.

## Mapa 2.4 Ubicación “BZ Banquetes”



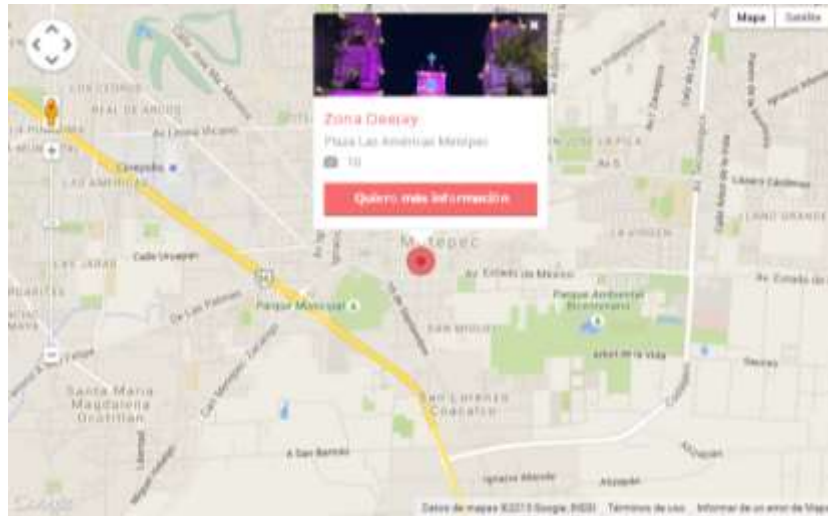
Fuente: Google Maps

Un competidor de alto rango en la ciudad de Metepec es Zona DeeJay, con 20 años de experiencia, en Zona DeeJay podrán celebrar una gran boda, puesto que la empresa pondrá a su disposición todo lo necesario para que todo salga al gusto de los anfitriones. La empresa se caracteriza por su calidad y por brindar siempre excelencia en cada uno de los eventos que organiza. De este modo, gracias a sus variados servicios y a su buena disposición obtendrán todo lo necesario para que todo salga perfecto en un día tan especial. (bodas.com.mx, 2014)

Zona DeeJay destaca por su profesionalidad y por ofrecer siempre una atención personalizada en un día tan especial. De este modo, esta empresa pone a su disposición las siguientes prestaciones: Decoraciones, iluminaciones, sonidos y organizadores. (DeeJay, 2015)

En el mapa 2.5, que se muestra enseguida, se puede observar la ubicación de Zona DeeJay, que es en Plaza las Américas, Metepec, Estado de México.

## Mapa 2.5 Ubicación Zona DeeJay



Fuente: Google Maps

### 2.12 Barreras de entrada

Las principales barreras de entrada al mercado para una empresa dedicada a la organización, planeación y coordinación de bodas en Metepec incluyen:

- a) Un requerimiento de capital para invertir en todo lo que tiene que ver con la operación de la empresa, infraestructura que ocupará, la publicidad con que se dará a conocer.
- b) Inscripción en el Registro Público de Comercio y permisos ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), Secretaría de Administración Tributaria (SAT).
- c) Barreras de prestigio, ya que al ser una empresa nueva no es conocida por los clientes y por lo tanto no cuenta con su confianza.

### 2.13 Estrategias

La empresa tiene una gran y difícil tarea que es dar a conocer sus servicios en el municipio, con el último fin de atraer clientes. Su estrategia estará basada en el plan de medios, que se diseñará en términos de cobertura, frecuencia, rentabilidad, con el fin de lo gran el adecuado recuerdo del mensaje publicitario.

Alguna de la información que se debe conocer para elaborar este plan de medios es conocer el servicio, ventaja y posicionamiento en la mente del público objetivo, asimismo se debe definir al público según criterios demográficos y cualitativos, también se debe conocer el mercado y los objetivos que se quieren lograr con la publicidad. (Garcia-Uceda, 2008)

### 2.14 Análisis de la oferta

La oferta que existe de este servicio en el municipio de Metepec en cuanto a eventos de gran tamaño se refiere, no es lo suficientemente grande para cubrir las necesidades de los clientes, es decir, si bien **Wedding and Event ArtHaus** representa la mayor competencia para la empresa organizadora de bodas, ésta no sólo se dedica a la organización de bodas, sino también otros eventos como son bautizos, 15 años y eventos corporativos; por lo cual no cuenta con la capacidad suficiente para cubrir la demanda existente.

A continuación se presenta la oferta de los competidores anteriormente mencionados; esto según datos de la página en web bodas.com.mx

**Tabla 2.4 Análisis de la oferta Nacional, Estatal y Municipal**

Nivel/Empresa	Capacidad	Experiencia
Nacional		

<b>Susana Palazuelos</b>	Más de 500	18 años
<b>Guillermo González</b>	Más de 500	15 años
<b>Peter de Anda</b>	Más de 500	8 años
<b>Gastón Kerriou</b>	Más de 500	12 años
<b>Estatat</b>		
<b>Toda Boda</b>	Hasta 500	10 años
<b>Mónica Jiménez</b>	Hasta 300	10 años
<b>Divertere</b>	Hasta 200	5 años
<b>Eventos Espiritu Santo</b>	Más de 250	15 años
<b>Eventos Maryan</b>	Más de 200	7 años
<b>Carlotta</b>	Hasta 300	10 años
<b>Beraca Eventos</b>	Hasta 500	10 años
<b>Talco Producciones</b>	Hasta 500	6 años
<b>Municipal</b>		
<b>Wedding and Event ArtHaus</b>	Más de 500	10 años
<b>Los Alcatraces</b>	Menos de 250	10 años
<b>Celebra Eventos</b>	Menos de 100	7 años
<b>BZ Banquetes</b>	Más de 300	13 años
<b>Zona DeeJay</b>	Hasta 300	20 años

Fuente: Elaboración propia con datos de la página web bodas.com.mx

Las empresas competidoras en el sector cuentan con alrededor de 10 o 15 años de experiencia en el sector; teniendo capacidad de cubrir eventos de gran magnitud.

Probablemente por el éxito o por la falta de demanda en cuanto a bodas se refiere, las cinco empresas competidoras, a nivel municipal, ya no sólo cuentan con el servicio de planeación de bodas, sino que actualmente ofrecen sus servicios para cualquier tipo de evento; dejando de lado la misión principal de sus negocios.

En la tabla 2.5, se muestra un análisis de los competidores a partir de ciertas características, para así discernir y saber cuál es el mejor competidor que tendría la empresa *Essenza dell' Amore*, incluidos aspectos del Marketing Mix, o análisis de las 4 p's (producto, precio, plaza Promoción)

**Tabla 2.5 Análisis de competidores. Análisis de las 4 p's**

	Susana Palazuelos	Guillermo González	Peter de Anda	Gastón Kerriou	Toda Boda	Mónica Jiménez	Divertere	Eventos Esplifitu.Santo	Eventos Marvan	Carlotta	Beraca Eventos	Talco	Producciones Wedding and Event_ArtHaus	Los Alcatraces	Celebra Eventos	BZ Banquetes	Zona DeeJay
Compromiso	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3
Puntualidad	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Despedida de soltero/a	1	3	2	3	1	2	3	3	1	1	3	3	3	2	2	1	3
Banquetes	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3



Música	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Espacios	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3
Recintos religiosos	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Diversidad de creencias	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2
Vestidos	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Trajes	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Mesas temáticas	3	3	3	3	3	3	3	1	3	2	3	1	3	3	2	2	2	3
Florería	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2
Pastelería	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2
Precio	1	1	1	1	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Promoción	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1
<b>TOTAL</b>	39	41	40	41	33	35	35	31	33	32	36	29	34	32	33	29	34	34

Fuente: Elaboración propia con datos de la página web bodas.com.mx

Como es posible observar, en el total de cada uno de los competidores, todos cumplen con características muy específicas e importantes en el mercado, tal vez es por esto que han permanecido bastante tiempo en el mercado. Los mejores competidores que se conocen tienen son; Guillermo González y Gastón Kerriou, a nivel nacional, en lo que se refiere a estatal y municipal los valores son más cercanos por lo que se considera que de ambos rubros los mejores competidores son, Mónica Jiménez, Beraca Eventos y Divertete; cabe resaltar que estos dos últimos no solo se dedican eventos relacionados con enlaces matrimoniales, sino que también organizan cualquier fiesta.

## 2.15 Estrategia de introducción al mercado

Primeramente, se debe de reconocer el nombre, logo y slogan de la empresa; para así poder posicionarse en el mercado y ser reconocida con facilidad.

- **Nombre**

Se escogió *Essenza dell' Amore* como nombre de la marca porque significa “Esencia del amor” en italiano, lo que relaciona el pensamiento de las

personas con algo romántico y lleno de amor; en este caso representa lo que todas las parejas desean tener en cada instante de su vida como matrimonio y sobre todo en el momento de su boda.

- **Logo**

Se utilizó un logo mixto, ya que cuenta con texto y un dibujo. La tipografía que se utiliza en cursiva, la cual con sus detalles, curvas y algunos gariboleos, muestran un estilo romántico y elegante.

Los colores que se deciden utilizar son azul aqua y café chocolate; pues son colores que están en tendencia todo el año; en cualquier estación del año, además de que como tradición en las bodas siempre debe de haber algo azul, algo nuevo, algo viejo y algo prestado; para el caso los colores utilizados en el logo se cubren dos aspectos; algo azul y algo viejo pues el color café pertenece a los colores tierra que simbolizan madurez.

Se presentan dos diseños de logo uno con base azul aqua y el otro en café chocolate; el uso de uno o de otro dependerá del color del papel que se utilice. De igual forma se muestran los monogramas<sup>5</sup> en ambas combinaciones de colores.

---

<sup>5</sup> Símbolo formado generalmente por cifras y letras entrelazadas en conjunto, que con abreviatura se emplea en sellos, marcas, monedas o logotipos de empresas. (Lex15)



Elaboró: Lic. En Diseño Textil Sarah Isabel Flores López



Elaboró: Lic. En Diseño Textil Sarah Isabel Flores López



Elaboró: Lic. En Diseño Textil Sarah Isabel Flores López

- **Slogan**

*¡Más de lo que sueñas!* Es el slogan de *Essenza dell' Amore*, se eligió por la importancia que tiene para la empresa volver realidad los sueños de las parejas, en lo que se refiere a su enlace matrimonial, y proporcionarles un poco más de lo que han soñado para ese día tan especial.

Ya que el proyecto es relativamente nuevo en la zona, se proponen las siguientes actividades para impulsar su promoción, ya que es necesario comunicar a los clientes potenciales las características de nuestros servicios a fin de que estos hagan uso del servicio a ofrecer.

- Publicaciones en guías de búsqueda: guías telefónicas, revistas dirigidas al segmento de mercado y buscadores en línea.
- Se considera que el marketing de boca en boca es una gran herramienta (ya que brindando un servicio de calidad, los clientes podrán hacer recomendaciones a terceros).
- Diseño de una página web de la empresa con información acerca de los servicios que se ofrecen y medios de contacto.
- Tarjetas de presentación.
- Anuncios periódicos en medios impresos de interés para el sector de mercado.
- Creación de una página de facebook y twitter de la empresa para facilitar el reconocimiento de la empresa en redes sociales.

En la tabla 2.6 se encuentra la información referente a las cotizaciones realizadas para poner en marcha las estrategias para introducirse en el mercado.

**Tabla 2.6 Cotización de estrategias de introducción al mercado**

Estrategia	Precio
Anuncio en Sección Amarilla	\$3500
Anuncio en revista EVENTO	\$750 <sup>6</sup>
Diseño de página web	\$8000 <sup>7</sup>
Tarjetas de presentación	\$2500
Facebook y Twitter	Elaboración propia
Volantes (trípticos y volantes) <sup>8</sup>	\$950 <sup>9</sup>

Fuente: elaboración propia con datos obtenidos de diferentes proveedores

## 2.16 Precios

El precio que se ofrecerá estará determinado por varios factores, entre ellos, la magnitud del evento, ubicación del evento, menú, número de animadores (en caso de ser solicitados), costo de logística y otros servicios que se requieran de acuerdo a las necesidades del cliente.

Para la definición del precio de venta se ha considerado la situación de precios de la competencia y los resultados obtenidos a partir de la encuesta aplicada a la población muestra.

En la tabla 2.7, que se muestra a continuación, se presentan seis paquetes base con los servicios con los que cuenta.

<sup>6</sup> Publicación quincenal. El anuncio aparecería en todos los ejemplares de una quincena.

<sup>7</sup> El diseño de la página web, las tarjetas de presentación así como su impresión y la impresión de los volantes son cotizadas en la imprenta IMPRINO "Diseño & Impresión".

<sup>8</sup> En anexo 4 del presente trabajo se muestran los diseños de los volantes que servirán como publicidad.

<sup>9</sup> El precio incluye 5000 volantes.

**Tabla 2.7 Plan de precios por paquete (Incluyendo IVA)**

<b>Paquete 1 (200 comensales)</b>	<b>Paquete 2 (200 comensales)</b>
<b>\$32,000.00</b>	<b>\$49,000.00</b>
<b>Banquete (tres tiempos)</b>	<b>Banquete (tres tiempos)</b>
<b>Música (Dj y mariachi)</b>	<b>Música (Dj y mariachi)</b>
<b>Florería</b>	<b>Florería</b>
<b>Salón</b>	<b>Salón</b>
<b>Organización</b>	<b>Recuerdos</b>
	<b>Organización</b>
<b>Paquete 3 (300 comensales)</b>	<b>Paquete 4 (300 comensales)</b>
<b>\$108,000.00</b>	<b>\$104,000.00</b>
<b>Banquete (tres tiempos)</b>	<b>Banquete (tres tiempos)</b>
<b>Música (Dj y mariachi)</b>	<b>Música (Dj y mariachi)</b>
<b>Iluminación</b>	<b>Iluminación</b>
<b>Florería</b>	<b>Florería</b>
<b>Fotografía y video</b>	<b>Mantelería y losa</b>
<b>Mesa de postres</b>	<b>Fotografía y video</b>
<b>Recuerdos</b>	<b>Tarjetería</b>
<b>Pastel (fondat artístico)</b>	<b>Organización</b>

Organización	
<b>Paquete 5 (500 comensales)</b> <b>\$280,000.00</b>	<b>Paquete 6 (500 comensales)</b> <b>\$485,000.00</b>
Banquete (cinco tiempos)	Banquete (cinco tiempos)
Hacienda	Despedida de solteros (novio y novia)
Música (Dj y mariachi)	Música (Dj y mariachi)
Iluminación	Iluminación
Florería	Florería
Fotografía y video	Mantelería y losa
Pastel (fondant artístico)	Fotografía y video
Tarjetería	Tarjetería
	Mesa de postres
	Recuerdos
	Hacienda

Fuente: Elaboración propia con información de proveedores

Los paquetes anteriormente mencionados no son los únicos que existirán dentro de la empresa, pues cada pareja podrá armar su propio paquete a partir de sus gustos, preferencias y necesidades para que su evento sea único e inolvidable.

Los precios que se manejan en cada uno de los paquetes son a partir de los precios que manejan los proveedores, mismos que se encuentran enlistados en el anexo tres del presente trabajo.

Para la determinación de la ganancia por organización se decidió que fuera a partir del número de comensales o invitados que asistirán al evento; información que se encuentra en la tabla 2.8.

**Tabla 2.8 Determinación de ganancia por organización**

Número de invitados	Ganancia por organización
Menos de 100	25%
De 101 a 300	37%
De 301 a 500	45%
Más de 500	52%
Evento foráneo	Número de invitados más viáticos

Fuente: Elaboración propia

El precio de un paquete puede llegar a variar si es que los clientes desean incluir algún servicio adicional, quitar alguno o modificar; pero la ganancia por organización siempre dependerá del número de invitados que tengan. En cuanto a un evento foráneo, es decir, fuera de Metepec o Toluca, al costo por organización se le incluirán los viáticos del organizador y equipo que se requiera.

Una vez realizado el estudio de mercado; conocer los gustos y preferencias de los clientes potenciales, las características de los competidores así como los servicios que ofertan y la forma en que se planea publicitar la empresa; damos paso al estudio técnico para con este, entre otras cosas, determinar la viabilidad de localizar la empresa en la Ciudad de Metepec, así como la ubicación más idónea para posicionar el local y la distribución que este deberá tener.



# **ESTUDIO TÉCNICO**

## **CAPÍTULO 3**

### **3.1 Introducción**

El estudio técnico de un proyecto de inversión, permite la determinación de una manera más específica la forma en que se organizarán las etapas del servicio, la localización idónea del negocio a partir de la ubicación de los distintos proveedores y los principales clientes.

Un 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 (Rosales, 2008).

El estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal (Urbina, 2006).

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 (Sapag, 2007)

Una vez definido el estudio técnico, es necesario conocer cuáles son los objetivos del estudio, cuál será la finalidad de realizarlo dentro de la formulación de un proyecto de inversión. En el siguiente apartado se presenta el objetivo general de un estudio de mercado y los objetivos particulares para el caso específico de este proyecto.

### **3.2 Objetivos del estudio técnico**

Todo estudio técnico tiene como principal objetivo el demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa técnica que mejor se adapte a los criterios de optimización.

En particular, los objetivos del estudio técnico para el presente proyecto son los siguientes:

- Determinar la localización más adecuada en base a factores que condicionen la mejor ubicación.
- Enunciar las características con que cuenta la zona de influencia donde se ubicará el proyecto.
- Mostrar la distribución y diseño de las instalaciones.

Puntualizando los objetivos del estudio técnico, se da paso a conceptualizar y desarrollar el estudio, partiendo de la descripción del servicio (punto 3.2) hasta llegar a conocer la localización idónea del negocio.

### **3.3 Descripción del servicio**

El servicio que ofrecerá la empresa, se centrará en la planeación, organización y coordinación de bodas. En otras palabras, se pretende realizar todas las actividades antes, durante y después del evento.

El servicio de organización de bodas, incluirá los siguientes aspectos:

- Diseño del evento.
- Realización de presupuesto.
- Cronograma de actividades.
- Selección y reserva del espacio en el que se desarrollará el evento.
- Tramitación de permisos y/o autorizaciones si el evento lo requiere.
- Supervisión de los servicios entregados por los proveedores.

- Asegurar el cumplimiento de los requerimientos y especificaciones de los clientes.

### **3.3.1 Recursos Humanos**

La importancia de los recursos humanos radica en que las organizaciones están conformados por personas, de las cuales dependen para conseguir sus objetivos y cumplir sus misiones. (Chiavenato, 2001)

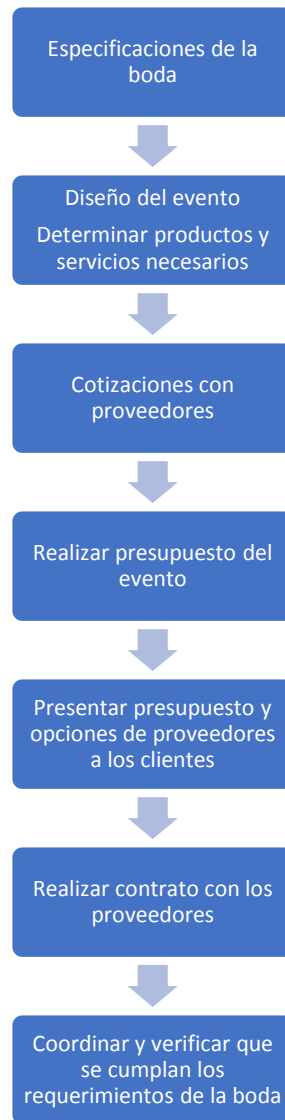
Al ser objetivo de este proyecto de inversión la creación de una empresa de servicios, la selección del recurso humano es de carácter crucial para el éxito o fracaso de ésta, ya que los empleados estarán en constante contacto con los clientes y uno de los objetivos es satisfacer al cien por ciento sus requerimientos.

La gerencia general estará encargada de la selección y reclutamiento del recurso humano (Véase apartado **4.1.1 Perfil y descripción de puestos**) basado en las especificaciones que se hagan para cada puesto, considerando este proceso de vital importancia para la organización.

### **3.3.2 Etapas del servicio**

El servicio que la empresa ***Essenza dell' Amore*** consta de siete etapas en las cuales se ve, de manera general, en lo que consiste el servicio y las actividades que se deben de realizar previo, durante y después del evento. Dichas actividades se pueden observar de manera cronológica en el siguiente esquema (Figura 3.1)

### Esquema 3.1 Etapas del servicio



Fuente: Elaboración propia.

Cabe mencionar que cada una de las etapas de las que consta el servicio de organización de bodas, tiene una serie de actividades en específico a realizar; mismas que se abordarán de manera detallada en los siguientes capítulos del presente trabajo.

### **3.4 Determinación de la capacidad**

La capacidad de la empresa para la planeación y realización de los eventos depende de varios factores como son la magnitud del evento, los servicios extra que requiere el cliente y el tipo de evento que se necesite ya sea nacional o local.

Otro factor a considerar es el tiempo de anticipación con el que se planeará el evento, ya que planear un evento con menos tiempo para llevarlo a cabo requiere de más recurso humano y la inversión de más tiempo y dinero para su realización, por lo que la empresa tendrá que evaluar cada propuesta de evento y determinar la capacidad para realizar varios eventos a la vez dependiendo de los factores antes mencionados.

### **3.5 Localización del proyecto**

El aspecto de la localización es una variable muy importante dentro del estudio técnico para así definir el espacio geográfico donde se ubicará el negocio. No es sólo importante encontrar un buen lugar sino que también se deben considerar otros factores para que dicho lugar sea el idóneo para ubicarse. En los siguientes apartados se presentan los aspectos geográficos que se estudiaron para encontrar la mejor localización del proyecto.

#### **3.5.1 Aspectos geográficos**

La decisión sobre la localización de un proyecto es un factor muy importante dentro del proyecto ya que influye sobre el éxito económico de éste, debido a su influencia sobre la demanda y también sobre la definición de los costos e ingresos.

La localización elige entre una serie de alternativas factibles, por lo tanto, debe ser la que más se adecúe al proyecto basado en la rentabilidad y éxito que este pueda tener.

La localización se realiza considerando dos aspectos; la macrolocalización y la microlocalización

### **3.5.2 Macrolocalización**

En la macrolocalización se determina la región o zona en la que el proyecto tendrá influencia, se describen las características, ventajas y desventajas de las alternativas para la ubicación de la empresa.

La zona de influencia se ha determinado como Metepec, debido a que la mayor parte de las zonas comerciales que se ubican en el Valle de Toluca; que comprende Toluca, Metepec, Zinacantepec, San Mateo Atenco y Lerma, se encuentran en Metepec se elige esta como la ciudad para la localización de la empresa; ya que los demás municipios y/o ciudades no cuentan con la infraestructura y ubicación ideal para atender al mercado meta.

Lo anterior se justifica ya que el recurso humano, la infraestructura y proveedores se concentran en dicha ciudad, así como un gran número de clientes se localizan en esta área, además de que se concentran negocios, zonas comerciales y centros de negocios donde se recurre para buscar nuevas oportunidades.

#### **METEPEC**

El municipio de Metepec colinda con la capital del Estado de México, por su localización y tamaño de la población es de más fácil acceso. Es un municipio en constante crecimiento, cada vez se invierte más en este municipio, su principal actividad es la industria y el turismo, cuenta con la infraestructura y servicios necesarios para la empresa.

### Mapa 3.1 Ubicación del municipio de Metepec



Fuente: <https://www.google.com.mx/maps/place/Metepec,+MEX/@19.261077,-99.5987506,14z/data=!3m1!4b1!4m2!3m1!1s0x85cd8bae683c2073:0x94983f4fa1cfaa56>

### TOLUCA

En esta ciudad se concentra la mayor parte de las industrias y centros de negocios de la región, así como la población dedicada a actividades terciarias como el comercio y los servicios, es un importante centro industrial, cuenta con todos los servicios e infraestructura necesaria.



### Mapa 3.2 Ubicación del municipio de Toluca



Fuente:

[https://www.google.com.mx/search?q=toluca+estado+de+mexico+mapa&spell=1&tbm=isch&ei=4\\_PHU7SzLsPf8gGapYGoDg#facrc=\\_&imgdii=\\_&imgrc=Y1O-GsT48rnqCM%253A%3BHwYolh](https://www.google.com.mx/search?q=toluca+estado+de+mexico+mapa&spell=1&tbm=isch&ei=4_PHU7SzLsPf8gGapYGoDg#facrc=_&imgdii=_&imgrc=Y1O-GsT48rnqCM%253A%3BHwYolh)

#### 3.5.3 Microlocalización

La opción es elegida por representar más ventajas para la instalación de la empresa será la ciudad de Metepec, en la que se encuentran varias alternativas para la instalación de las oficinas de la empresa y una mayor facilidad de acceso a los proveedores y servicios anexos que se requieran.

A partir de esta ubicación se obtiene un mejor impacto a todo el mercado meta del proyecto y una ideal ubicación para atender a los clientes.

Opción 1.

Plaza Alteza se encuentra ubicada en Calle Alteza, número 198, Municipio de Metepec, Estado de México. Véase imagen 3.1

Renta mensual: \$4,500.00

### Imagen 3.1 Fachada de la plaza comercial Alteza



Fuente: Captura propia

De los múltiples locales comerciales con los que cuenta “Plaza Alteza” se eligió el local número tres, esto en base a las dimensiones ( $39.3m^2$ ), ubicación dentro de la plaza y facilidades de acceso al mismo.

### 3.6 Diseño y distribución de la infraestructura

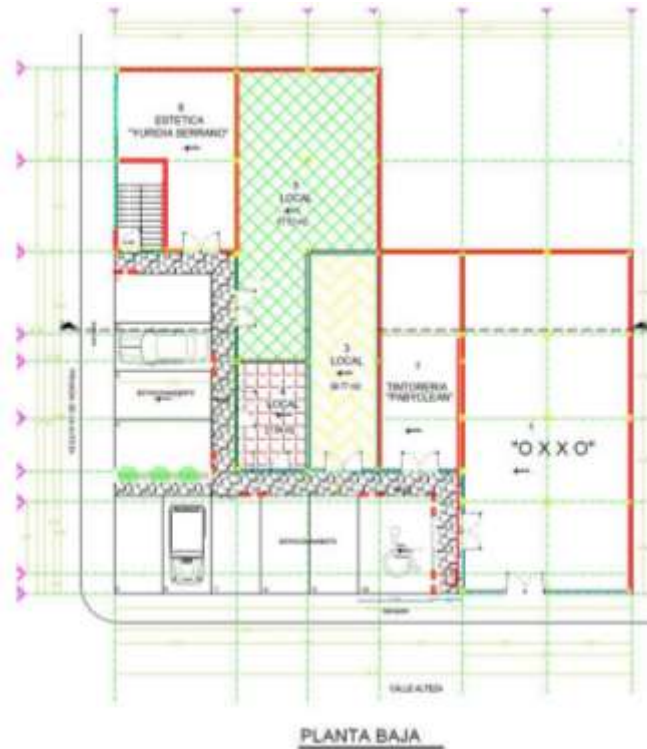
En esta parte, se analizan los recursos que se necesitarán y se lleguen a requerir, para poner en marcha el proyecto; los elementos principales para el establecimiento del negocio son la provisión de los servicios públicos:

- Agua potable
- Instalación eléctrica
- Teléfono
- Internet

En el plano 3.1, que se muestra enseguida, se puede observar la distribución de la plaza comercial “Alteza”. Con información brindada por parte de la empresa “Grupo Shimrit Inmobiliaria”, se sabe que el local comercial a alquilar, cuenta con suministro de luz eléctrica, agua potable y drenaje; servicios que deberán ser solventados por

el arrendador. Cuenta con instalación de cableado para servicio telefónico y de televisión; pero no brindan ninguna línea telefónica ni servicio de televisión.

### Plano 3.1 Plano de la Plaza Comercial Alteza



Fuente: Grupo Shimrit Inmobiliaria

El local que se alquilará cuenta con las amenidades necesarias para dar inicio o poner en marcha el negocio. La ubicación dentro de la plaza de igual forma es buena pues permite el acceso fácil al local además de que por estar en la planta baja de la plaza es más sencillo que los clientes potenciales puedan identificar el negocio.

Una vez planteado el estudio técnico de cualquier proyecto, se da paso al estudio organizacional. Y este no será la excepción. Ya que se reconocieron, puntualizaron y analizaron los aspectos que se incluyen dentro de la ingeniería del proyecto, la localización del negocio y las etapas en las que consistirá el servicio; se analizará el estudio organizacional del proyecto.



# **ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

## **CAPÍTULO 4**

## 4.1 Introducción

Todas las actividades que se realicen en una empresa, deben ser coordinadas y dirigidas por un organismo administrativo; quién hará y procurará que se cumplan los objetivos de la empresa. Dicha organización, debe estar formada por niveles, con objetivos claros y bien definidos.

En el estudio organizacional, se define el marco legal: el sistema de comunicación y niveles de responsabilidad y autoridad de la organización, necesaria para la puesta en marcha y ejecución de un proyecto. Incluye organigramas, descripción de cargos y funciones y los gastos administrativos necesarios para el posterior estudio económico y financiero. (Estudios Organizacional y Legal, 2010)

La imagen de la empresa es un aspecto que hará que la misma tenga cierto prestigio y así la gente pueda identificar a la misma. La imagen no sólo significa la figura que llevará el producto sino que también incluye el nombre y el slogan que se estará manejando.

Por otro lado, la empresa ***Essenza dell' Amore***, adquiere este nombre por su significado, Esencia del amor, puesto que lo que se espera dejar en cada detalle que se imprima en los enlaces matrimoniales es la esencia del amor puro que existe entre los contrayentes y así puedan recordar y revivir los instantes que han pasado como pareja a partir de su enlace.

*Essenza dell' Amore* es una empresa que se define en los siguientes puntos:

- *Essenza dell' Amore* proviene del idioma italiano, que significa “Esencia del amor”.
- Es una empresa de servicios de organización de bodas.
- Ofrecerá un servicio nuevo en la región.

- Ofrecerá una gran variedad de servicios que van desde despedidas de solteros hasta el gran evento, su enlace nupcial.

## **4.2 La administración de una empresa**

La administración es la responsable de la organización en general, es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de los miembros de la organización y todos los recursos organizacionales, con el propósito de alcanzar las metas establecidas por la organización. (James Stoner, 1996)

Las tareas principales que tiene la administración son:

- Tener una distribución de responsabilidades y actividades adecuada, con el objetivo de facilitar y hacer más eficaz el trabajo que se realiza en equipo.
- Generar los lineamientos necesarios para el logro de los objetivos que maneja de manera general la empresa. (Bonocore García, 2000)

### **4.2.1 Perfil y descripción de puestos**

La descripción de los puestos de trabajo es de suma importancia para la organización ya que permite conocer las labores y responsabilidades de cada cargo y este es el primer paso del proceso de reclutamiento y así poder preparar las especificaciones de contratación para el mismo. Por tanto el perfil se define en función de las características físicas, experiencia laboral, capacidades, habilidades técnicas y preparación académica.

En cuanto a la retribución económica que cada cargo tendrá dentro de la empresa; se abordará el tema en el apartado 4.2 “Administración de sueldos y salarios” del presente trabajo.

#### **Gerente General**

Es la persona que encargada de las siguientes actividades:

- Representante legal de la empresa.
- Controlar el desarrollo de los planes de cada uno de los departamentos de la empresa para lograr los objetivos propuestos.
- Atender a los clientes de la empresa.
- Autorizar pagos de personal y proveedores.
- Acudir a eventos importantes relacionados con las relaciones públicas.
- Aprobar el presupuesto anual de la empresa.
- Toma de decisiones administrativas.
- Buscar alianzas estratégicas con proveedores.
- Orientar la elaboración de políticas, objetivos corporativos, manuales de proceso, procedimientos reglamentos necesarios para la empresa.
- Realizar actividades de integración y motivación con el equipo de trabajo.
- Seleccionar el talento humano dentro de la empresa.
- Definir y supervisar los procesos de selección de personal para la realización del evento.
- Atender las quejas del personal y de los clientes.

### **Secretaria ejecutiva**

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 contratos de clientes.
- Archivar y clasificar correspondencia recibida y enviada.
- Revisar diariamente el correo electrónico de la empresa para dar respuesta oportuna a las solicitudes de los clientes.
- Atención de llamadas telefónicas y faxes.
- Informar al Gerente General y planeadores de bodas acerca de los requerimientos que solicite el cliente.



- Participar en la elaboración y ejecución de planes de acción.
- Asistir al Gerente General en todos los trámites documentales a que hubiere durante en el desarrollo de los programas y proyectos de la organización.

### **Planeadores de bodas**

Encargado de planear, organizar y coordinar el proceso completo de prestación del servicio, a partir del momento de recibir la información por parte del cliente hasta la realización del evento. Tiene la responsabilidad de promocionar la variedad de diseños, decoraciones y demás servicios que ofrece la empresa, y crear un evento que se ajuste a los requerimientos del cliente.

- Supervisar cotizaciones con los proveedores.
- Organizar y programar las actividades que se deben de realizar previo al evento.
- Dar posibles soluciones a inconvenientes que se presenten con los clientes.
- Ofrecer y promocionar el portafolio de servicios.
- Diseño e implementación permanente de estrategias de promoción y comercialización del servicio.
- Participar activamente en la realización de planes de acción, de mercado y de mejoramiento continuo.
- Gestionar papelería oficial requerida por el Registro Civil de la entidad.

En la tabla 4.1 que se presenta enseguida, se muestra el detalle de todos los puestos que tendrá la empresa, incluyendo los requisitos de contratación y horarios de trabajo.

**Tabla 4.1 Requisitos y horario por puesto**

<b>Puesto de trabajo</b>	<b>Vacantes</b>	<b>Horario</b>	<b>Requisitos</b>
<b>Gerente General</b>	1	Lunes a Viernes de 9:00 a 18:00 (Disponibilidad de tiempo según eventos)	Maestro en Administración o carrera afín con 3 años mínimos de experiencia en puesto similar.
<b>Planeador de bodas</b>	1	Lunes a Viernes de 9:00 a 18:00 (Disponibilidad de tiempo según eventos)	Planeador avalado por la Asociación de Consultores de Bodas y Eventos ó 2 años de experiencia comprobables trabajando en el puesto.
<b>Secretaria ejecutiva</b>	1	Lunes a Viernes de 9:00 a 18:00 y Sábados de 9:00 a 14:00	Secretaria ejecutiva con excelente dominio de sistemas informáticos, dominio del idioma Inglés, facilidad de palabra y de relaciones públicas.

Fuente: Elaboración propia

La administración de sueldos y salarios que se estarán manejando en la empresa **Essenza dell' Amore** irán de acuerdo al puesto que se desempeñe.

El medio más objetivo y eficaz para cumplir el principio de equidad es la valuación del puesto, así como también es el soporte para el sistema de promoción y contribución al mejoramiento del ambiente laboral, dando un beneficio tanto al personal como a la empresa **Essenza dell' Amore**.

### **4.3 Administración de sueldos y salarios**

Los sueldos y salarios son la remuneración que se le da al trabajador por las actividades que se encuentre realizando dentro de la empresa, así como el tiempo, esfuerzo y habilidades, aunque también se relaciona con el mercado laboral; es decir, el sector económico, la oferta de mano de obra y los niveles salariales que se estén manejando.

#### **4.3.1 Evaluación de cargos**

El medio más objetivo y eficaz para cumplir el principio de equidad<sup>10</sup>, es la valuación del puesto; así como también es el soporte para el sistema de promoción y contribución al mejoramiento del ambiente laboral, dando un beneficio tanto personal como a la empresa **Essenza dell' Amore**.

El número de puestos de trabajo a ofertar son tres, inicialmente, como ya se mencionó y se definieron en el apartado anterior de este capítulo. En la tabla 4.2, se hace una descripción de los salarios brutos en relación a cada puesto de trabajo, el salario aquí presentado es mensual.

---

<sup>10</sup> Aplicación idéntica de la ley a todos los sujetos contribuyentes, sin introducir diferencias debidas a su situación personal o a las relaciones que existan entre ellos, en sentido negativo, es la eliminación de discriminación en una situación semejante. (Solano, 2011)

**Tabla 4.2 Salarios brutos por puesto**

Puesto de trabajo	Salario Mensual
Gerente General	\$12,000
Planeador de bodas	\$6,000 + comisión por evento <sup>11</sup>
Secretaría ejecutiva	\$4,000

Fuente: Elaboración propia con información de Servicios de Administración Tributaria (SAT). Zona A de Salarios mínimos.

#### **4.4 Estructura organizacional**

Esta estructura es un mecanismo que se maneja para proyectar las metas de la empresa; es decir, por pequeña que sea ésta, los objetivos deben encontrarse bien definidos debido a que sus recursos pueden ser limitados y deben utilizarse de una manera eficiente, si es que se pretende que la empresa prospere. Por ello se necesita plantear objetivos específicos y asignar responsabilidades, cada persona que se encuentre laborando en la empresa realizará algunas actividades en específico que conduzca al cumplimiento de estos objetivos.

La estructura organizacional es la forma de dividir, organizar y coordinar las actividades de la empresa.

El diseño para la organización es el conocimiento actual de la empresa porque debe basarse en lo que está ocurriendo al instante en la empresa, la situación que vive en ese momento, ya que así se podrá tener un mejor conocimiento y comprensión de las necesidades que se tienen para crear un sistema futuro, y así crear la posibilidad de que el sistema propuesto sea considerado.

---

<sup>11</sup> La comisión por evento para el planeador de bodas será de 7%.

#### **4.4.1. Especialización y división del trabajo**

La división de la carga de trabajo tiene el propósito de crear tareas simplificadas que puedan ser ejecutadas en forma lógica y cómoda por el grupo de personas, y dado que cada persona o grupo se convierte en experta en cierto trabajo esto da lugar a la especialización.

La división de funciones de cada uno de los empleados es el método más sencillo y eficaz a realizar, ya que una función podría definirse como una sola actividad. Aunque en las organizaciones modernas se tiene que, no solo se efectúa una actividad, sino que se tienen varias actividades a cargo de una persona, relacionadas en cuanto a lo que se hace en cada puesto.

Es importante mencionar que una forma sencilla de realizar una supervisión adecuada es agrupando las actividades, ya que esto disminuye la cantidad de conocimientos que el jefe de un departamento debe dominar a fin de supervisar eficientemente.

La división de trabajo propuesta para el proyecto está basada en la descripción del perfil, puesto y el proceso de servicio por etapas antes mencionadas.

#### **4.5 Centralización y descentralización**

La centralización es el sistema consciente de concentración o reservación de autoridad a un nivel jerárquico y particular, su finalidad es unir de una manera personal la toma de decisiones además de obtener la coordinación de las labores dentro de su mismo ámbito de acción. (Amoros, 2007)

La centralización es un término indicativo que facilita la dirección personal cuando la empresa es pequeña, debido a que se prepara para su integración y uniformidad de acción. Para tomar decisiones, y que éstas sean aprobadas se debe tener una centralización, mientras que al momento de tomar decisiones de una manera

emergente que afecten todas las unidades de la empresa se debe tener una descentralización.

Debido al tamaño de la empresa se pretende formar, se sugiere mayor centralización ya que en este caso el Gerente General conocerá y se involucrará con todas las personas, situaciones y técnicas aplicables.

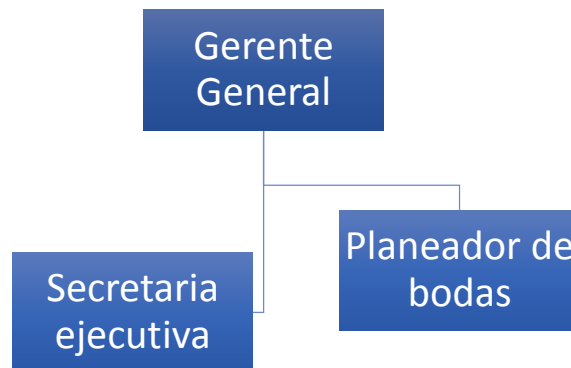
El significado de descentralización consiste en el traspaso del poder y toma de decisiones hacia núcleos periféricos de la empresa; es decir, refiere el esfuerzo sistemático de delegar a niveles menores toda la autoridad, exceptuando solo así las actividades que pueden ser ejercidas por autoridades centrales. (Universidad Nacional de Colombia, 2004)

La decisión y responsabilidad de decidir la cantidad de descentralización conveniente para la empresa, recaerá en el Gerente General, porque se deben considerar factores tales como la influencia del medio ambiente, las características del mercado, las presiones por parte de la competencia y el ritmo de crecimiento de la compañía, mismos que se presentarán y evaluarán a lo largo del tiempo.

#### **4.6 Organigrama**

Se define organigrama como la representación gráfica de la organización de una entidad o empresa. Se considera un instrumento imprescindible para conocer una organización. Mediante el organigrama se muestra gráficamente su estructura formal, se define la jerarquía de los puestos y se identifica el funcionamiento de la gestión desde la cima hasta la base de la organización. Por ello es utilizado como documento clave y requisito previo para realizar la evaluación de la calidad en cualquiera de sus estándares o para cualquier metodología de análisis organizacional. (Marsá, 2006)

## Esquema 4.1 Organigrama



Fuente: Elaboración propia

## 4.7 Marco legal

Se conocen los lineamientos básicos para constituir una empresa legalmente, con relación al giro y actividad a la que se dedica. Como empresario debe tomarse en cuenta el tipo de sociedad que formará, bajo qué régimen fiscal operará, así como los permisos y las licencias necesarios para la apertura de la empresa.

El marco legal en el que se sustenta la creación de esta empresa es la Ley General de Sociedades Mercantiles; misma que se encuentra vigente a partir de la última reforma, en materia mercantil, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 13 de junio de 2014.

### 4.7.1 Constitución legal y régimen fiscal

Según el artículo 58 de la Ley General de Sociedades Mercantiles “La sociedad de responsabilidad limitada es la que se constituye entre socios que solamente están obligados al pago de sus aportaciones, sin que las partes sociales puedan estar representadas por títulos negociables, a la orden o al portador, pues sólo serán cedibles en los casos y con los requisitos que establece la presente Ley”.

De acuerdo a lo antes mencionado la empresa a constituir por este proyecto de inversión será de una Sociedad de Responsabilidad Limitada (S. de R.L.). En el siguiente apartado se detallan los aspectos más relevantes que comprende esta clase de empresa de acuerdo a la ley vigente.

#### **4.7.2 Licencias y permisos para iniciar operaciones**

La apertura de una empresa, no sólo incluye la compra de mobiliario o conocer las diferentes vías de financiamiento, también es necesario cumplir con ciertos requisitos que gobierno solicita para que se pueda constituir la empresa y sea reconocida como tal, para así garantizar derechos de autor, evitar duplicidad o plagio y adquiriendo obligaciones. En la tabla 4.3 se presentan los diferentes permisos y licencias que el gobierno del Estado de México, solicita para la consolidación de una empresa.

**Tabla 4.3 Licencias y permisos para iniciar operaciones**

<b>Licencias y permisos para iniciar operaciones</b>		
<b>Secretaría de Relaciones Exteriores</b>	Autorización para el nombre o denominación social	\$965.00
<b>Notario Público</b>	Protocolización del acta constitutiva	\$12,000.00
<b>Servicio de Administración Tributaria</b>	Inscripción en el registro Federal de Contribuyentes	Gratuito



<b>Registro Público de la Propiedad y el Comercio</b>	Inscripción del acta constitutiva	Incluido en honorarios de Notario Público
<b>Tesorería General del Estado</b>	Inscripción de la empresa	Gratuito
<b>Secretaría de Desarrollo Humano</b>	Permiso de uso de suelo	10 salarios mínimos (\$67.29) \$672.90
<b>Secretaría de Salud</b>	Inscripción de la empresa	Gratuito
<b>Instituto Mexicano del Seguro Social</b>	Registro del patrón y los trabajadores	Gratuito
<b>Cámara Empresarial</b>	Inscripción en el SIEM	\$300
<b>Secretaría del Trabajo</b>	Establecimiento de la comisión de seguridad, higiene, comisión de capacitación y adiestramiento	Gratuito

Fuente: CONASAMI. Comisión Nacional de Salarios Mínimos. [www.conasami.org.mx](http://www.conasami.org.mx)  
Gobierno del Estado de México. [www.edomex.gob.mx](http://www.edomex.gob.mx)  
Secretaría de Economía <http://www.siem.gob.mx/siem/como.asp?sec=4>

Como es expuesto en la tabla anterior, en su mayoría, los trámites a realizar son de manera gratuita, por lo que la inversión en este rubro no es elevada. Es de suma

importancia solicitar estos permisos y licencias antes de abrir el negocio, pues de otra manera se estaría expuesto a la suplantación o duplicidad el mismo, por lo cual se debe cuidar la propiedad intelectual.

#### **4.7.3 Protección de Propiedad Intelectual**

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (1992), define la Propiedad Intelectual como aquello que tiene que ver con las creaciones de la mente, y la divide en dos categorías: propiedad industrial y derechos de autor.

La propiedad intelectual es importante para una empresa ya que es muy probable que las empresas utilicen y creen habitualmente una gran cantidad de activos de propiedad intelectual tales como información comercial de carácter confidencial, listas de clientes, tácticas de venta, mejora de algún producto o servicio, etc.

Se recomienda hacer uso de la protección intelectual para el nombre comercial y las marcas que se usen para el proyecto ya que es un beneficio de la propia empresa.

#### **4.8 Cronograma de actividades generales**

Es imperativo que para cualquier evento, de cualquier índole, se tenga una agenda de actividades, donde se especifique, qué se tiene que organizar; cada actividad y su duración para así no omitir ningún detalle y prestarle el mismo interés a todo lo necesario para tener al final un evento de calidad que cumpla con todas las necesidades y requerimientos de los clientes. En la tabla 4.4 se presenta el cronograma de actividades que se tiene planeado realizar en cada evento.

**Tabla 4.4 Cronograma de actividades generales**

Actividad/Tiempo (meses)	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1						
												1	2	3	4			
Pedida de mano																		
Fijar hora y fecha de la boda																		
Decidir tipo de evento (formal, semiformal, etiqueta, etiqueta rigurosa, etc.)																		
Apartar el lugar para la ceremonia																		
Seleccionar y apartar la locación de la recepción																		
Planear menú																		
Seleccionar y notificar a las personas que serán parte del cortejo																		
Buscar modelos de vestidos de novia																		
Elaborar lista preliminar de invitados																		
Seleccionar y apartar música para la ceremonia y recepción																		
Definir melodías																		
Elegir y contratar servicios fotográficos y video																		
Planear la decoración floral																		
Contratar servicios de iluminación																		
Iniciar trámites de la iglesia y el civil																		
Confirmar testigos																		
Preparar lista de invitados (nombre, dirección y teléfonos)																		
Seleccionar tela, color y modelos para las damas																		
Elegir imprenta y mandar a hacer las invitaciones																		
Rotular invitaciones																		







# **ESTUDIO FINANCIERO Y EVALUACIÓN SOCIOECONÓMICA**

## **CAPÍTULO 5**

## **5.1 Introducción**

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. Es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo.

El estudio financiero se realiza ya que se determinaron los parámetros del proyecto y su objetivo principal es analizar la información emanada de las etapas anteriores y determinar la conveniencia de emprender o no un proyecto de inversión (Tovar, 2006).

A continuación, se presentan los cálculos necesarios para medir la rentabilidad y viabilidad del proyecto.

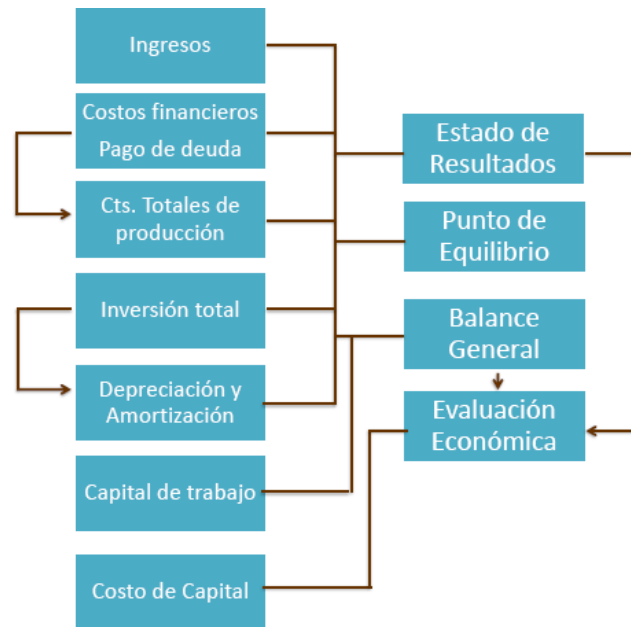
### **5.1.1 Objetivos generales y estructuración del estudio financiero**

La parte de análisis económico, pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto; que es la evaluación.

En este estudio económico, se verán los gastos e ingresos que se tendrán en la operación del negocio, desde su inicio hasta cinco años después de la puesta en marcha, para determinar de esta manera la viabilidad económica de este proyecto de inversión. En la figura 5.1, se muestra la estructuración del análisis económico planteada por Baca (2006) en su libro *Evaluación de Proyectos*.



## Esquema 5.1 Estructuración del análisis económico



Fuente: Urbina Baca, Gabriel. (2006). *Evaluación de Proyectos*.

De acuerdo a lo planteado por Urbina Baca; los aspectos medulares del análisis económico son; el estado de resultados, punto de equilibrio, el balance general y por último, involucrando cada uno de los factores (ingresos, costos, inversiones, depreciaciones, capital de trabajo y costo de capital) que analiza cada aspecto, se concluye con la evaluación económica.

En cuanto a cada uno de los factores se analizarán en los siguientes incisos del presente capítulo, iniciando con la inversión que se hará para la puesta en marcha de la empresa.

### 5.1.2 Inversión total inicial: fija y diferida

La inversión proyectada en activos fijos es aquella que corresponde a la adquisición de bienes necesarios para la operación de una empresa, el total para esta clasificación es de \$82,192.55, que incluye equipos de cómputo y muebles de oficina. La descripción detallada de la inversión en activos fijos se encuentra en el ANEXO 3 del presente trabajo. En la tabla 5.1, se muestra el total que se invertirá en este rubro.

**Tabla 5.1 Total de inversión de activos fijos**

<b>Total de inversión en activos fijos</b>	<b>\$82,192.55</b>
Equipo de cómputo	\$49,994.96
Muebles de oficina	\$32,196.59

Fuente: Elaboración propia con información de IShop, Idea Interior, Sam's Club y Mueblerías Dico.

El saldo de las cuentas por activos diferidos, está constituido por gastos pagados por anticipado. En este tipo de inversión se considerarán los gastos que se presentan en la tabla 5.2.

**Tabla 5.2 Total de inversión diferida (anual)**

<b>Total de inversión diferida</b>	<b>\$49,537.29</b>
Gastos de constitución	\$13,637.29
Depósito de renta	\$4,500.00
Publicidad	\$31,400.00

Fuente: Elaboración propia

El total de la inversión en activos fijos y diferidos, que se hará para este proyecto es de \$131,728.84; con los cuales se considera poder poner en marcha la empresa.

## **5.2 Estructura del financiamiento**

La estructura financiera de una empresa, es la forma en que está integrado el capital o los recursos financieros que la empresa ha captado o bien que ha originado. Dichos recursos son los que en el Balance General se encuentran como Pasivos, como son; las deudas y obligaciones de la empresa, que se tienen que clasificar según su procedencia y plazo.

La estructura del financiamiento es la combinación de todas las fuentes de las que hace uso una empresa no importando su plazo o vencimiento. (Stoner, 1996)

A toda estrategia productiva le corresponde una estrategia financiera, la cual se traduce en el empleo de fuentes de financiación concretas. En este sentido, Sábada (1992) define la estructura de financiación como: “la consecución del dinero necesario para el financiamiento de la empresa y quien ha de facilitarla; o dicho de otro modo, es la obtención de recursos o medios de pago, que se destinan a la adquisición de los bienes de capital que la empresa necesita para el cumplimiento de sus fines” (Domínguez, n.d)

### **5.2.1 Fuentes de financiamiento**

En México existen varias fuentes de financiamiento disponibles, entre las cuales se encuentran las de fondos gubernamentales como es Nacional Financiera (NAFIN) y el Consejo Nacional de Ciencias y Tecnologías (CONACYT), el capital de riesgo, el Private Equity y los financiamientos por parte de las Instituciones bancarias. Lo importante es conocer las diferentes vías de financiamiento y encontrar una a la medida de las necesidades y objetivos de la empresa.

### **5.2.2 Estructura del capital**

Se ha decidido realizar el financiamiento del proyecto vía banca comercial, específicamente a través del Crédito simple PyME de Banamex, ya que el tipo de tasa de fija es la más baja en el mercado, es de 11.30% sobre saldos insolutos. El monto total a solicitar es de **\$245,420.35**, dónde se considera la inversión total, los costos de administración, para los primeros seis meses de operación, y el pago del seguro para la empresa contratado con la misma entidad financiera. Estos rubros se desglosan en la tabla 5.3 del presente trabajo.

**Tabla 5.3 Estructura del capital**

<b>Monto Total a solicitar</b>	<b>\$245,420.35</b>
<b>Inversión Total</b>	<b>\$82,191.55</b>
<b>Costos de Administración</b>	<b>\$157,800.00</b>
<b>Seguro de la empresa</b>	<b>\$5,428.80</b>

Fuente: Elaboración Propia

### **5.2.3 Programa de amortización del pago de la deuda**

Con el fin de mostrar el comportamiento de una deuda que se está amortizando, es decir disminuyendo, periodo a periodo, es conveniente la elaboración de una tabla de amortización, la cual se puede entender como un cuadro o tabla donde se muestra tanto la cantidad pagada o a pagar de intereses como la cantidad de capital.

El costo financiero de una deuda, correspondiente al pago de intereses sobre aquella parte de la inversión financiada con préstamo, como cualquier costo, es deducible de impuestos y, en consecuencia, tiene un efecto tributario positivo que debe incluirse en el flujo de caja cuando se busca medir la rentabilidad de los recursos propios invertidos en un proyecto. (Chaín, 2007)

Para calcular el impacto tributario de una deuda, se debe descomponer el monto total del servicio de la deuda en dos partes: la amortización y los intereses. Mientras la amortización corresponde a una devolución del préstamo, por lo que no constituye un costo ni afecta a impuestos, los intereses son un gasto financiero de similar comportamiento al costo del alquiler de cualquier activo y, por lo tanto, no están afectos por impuestos. (Chaín, 2007)

En la tabla 5.4 que se muestra enseguida, se pueden observar los pagos, que se realizaran de forma mensual, a la entidad financiera encargada del crédito que se solicite, así como el plazo estipulado con la misma para que se concluya el pago de la deuda.

**Tabla 5.4 Tabla de Amortización**

Mes	Saldo de capital	Pago Interés	Pago Capital	Monto de Pago	Saldo de Capital
1	\$245,420.35	\$2,311.04	\$5,758.62	\$8,069.66	\$239,661.73
2	\$239,661.73	\$2,256.81	\$5,812.84	\$8,069.66	\$233,848.89
3	\$233,848.89	\$2,202.08	\$5,867.58	\$8,069.66	\$227,981.31
4	\$227,981.31	\$2,146.82	\$5,922.83	\$8,069.66	\$222,058.47
5	\$222,058.47	\$2,091.05	\$5,978.61	\$8,069.66	\$216,079.86
6	\$216,079.86	\$2,034.75	\$6,034.91	\$8,069.66	\$210,044.96
7	\$210,044.96	\$1,977.92	\$6,091.74	\$8,069.66	\$203,953.22
8	\$203,953.22	\$1,920.56	\$6,149.10	\$8,069.66	\$197,804.12
9	\$197,804.12	\$1,862.66	\$6,207.00	\$8,069.66	\$191,597.12
10	\$191,597.12	\$1,804.21	\$6,265.45	\$8,069.66	\$185,331.67
11	\$185,331.67	\$1,745.21	\$6,324.45	\$8,069.66	\$179,007.21
12	\$179,007.21	\$1,685.65	\$6,384.01	\$8,069.66	\$172,623.21
13	\$172,623.21	\$1,625.54	\$6,444.12	\$8,069.66	\$166,179.08
14	\$166,179.08	\$1,564.85	\$6,504.81	\$8,069.66	\$159,674.28
15	\$159,674.28	\$1,503.60	\$6,566.06	\$8,069.66	\$153,108.22
16	\$153,108.22	\$1,441.77	\$6,627.89	\$8,069.66	\$146,480.33
17	\$146,480.33	\$1,379.36	\$6,690.30	\$8,069.66	\$139,790.02
18	\$139,790.02	\$1,316.36	\$6,753.30	\$8,069.66	\$133,036.72
19	\$133,036.72	\$1,252.76	\$6,816.90	\$8,069.66	\$126,219.82

20	\$126,219.82	\$1,188.57	\$6,881.09	\$8,069.66	\$119,338.74
21	\$119,338.74	\$1,123.77	\$6,945.89	\$8,069.66	\$112,392.85
22	\$112,392.85	\$1,058.37	\$7,011.29	\$8,069.66	\$105,381.56
23	\$105,381.56	\$992.34	\$7,077.32	\$8,069.66	\$98,304.24
24	\$98,304.24	\$925.70	\$7,143.96	\$8,069.66	\$91,160.28
25	\$91,160.28	\$858.43	\$7,211.23	\$8,069.66	\$83,949.05
26	\$83,949.05	\$790.52	\$7,279.14	\$8,069.66	\$76,669.91
27	\$76,669.91	\$721.97	\$7,347.68	\$8,069.66	\$69,322.22
28	\$69,322.22	\$652.78	\$7,416.87	\$8,069.66	\$61,905.35
29	\$61,905.35	\$582.94	\$7,486.72	\$8,069.66	\$54,418.63
30	\$54,418.63	\$512.44	\$7,557.22	\$8,069.66	\$46,861.42
31	\$46,861.42	\$441.28	\$7,628.38	\$8,069.66	\$39,233.04
32	\$39,233.04	\$369.44	\$7,700.21	\$8,069.66	\$31,532.82
33	\$31,532.82	\$296.93	\$7,772.72	\$8,069.66	\$23,760.10
34	\$23,760.10	\$223.74	\$7,845.92	\$8,069.66	\$15,914.18
35	\$15,914.18	\$149.86	\$7,919.80	\$8,069.66	\$7,994.38
36	\$7,994.38	\$75.28	\$7,994.38	\$8,069.66	\$0.00

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la tabla anterior, el plazo acordado con la entidad financiera para liquidar la deuda es de 36 meses, considerando un pago mensual fijo de \$8,069.66.

### **5.3 Presupuestos operativos**

El presupuesto operativo proporciona una apreciación general de los gastos e ingresos de una empresa en un periodo de tiempo determinado, permitiendo así calcular una ganancia estimada para el tiempo estimado.

Los presupuestos operativos señalan los bienes y servicios que la organización espera consumir durante el plazo del presupuesto. Dentro de los presupuestos operativos encontramos los de ingresos y egresos. (Stoner, 1996)

#### **5.3.1 Proyección anual de ingresos y egresos.**

Las proyecciones anuales de ingresos, costos y gastos son utilizadas en la valuación de proyectos o en la valoración de negocios nuevos, se elaboran con la finalidad de definir los futuros flujos que generará el negocio en un tiempo determinado.

Los ingresos son la cantidad monetaria que se percibe tras la venta de los productos elaborados o comercializados, mientras que los gastos son montos erogados para la adquisición de materia prima, la elaboración del producto, el pago de mano de obra y de aquellos factores que inciden en la fabricación o venta del producto o servicio (Miranda, 1993).

El costo es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro o en forma virtual. Los costos pasados, que no tienen efecto para propósitos de evaluación, se llaman costos hundidos, a los costos o desembolsos hechos en el presente (tiempo cero) en una evaluación económica se les llama inversión, en un estado de resultados proforma o proyectado en un evaluación, se utilizarían los costos futuros, y el llamado costo de oportunidad sería un buen ejemplo de costo virtual, así como también lo es el hecho de asentar cargos por depreciación en un estado de resultados , sin que en realidad se haga el desembolso (Baca, 2006).

La determinación de los ingresos se basa en el estudio de mercado realizado con anterioridad, resultado de las encuestas ya expuestas.

En las encuestas aplicadas a los clientes potenciales en el municipio de Metepec, que cuenta con más de 19,000 mujeres que realizan alguna actividad económica remunerada, y se encontró que el porcentaje de aceptación es del 44%.

“Esta parte es muy importante dentro de toda formulación y evaluación de un proyecto de inversión, ya que una buena determinación de los costos a sufragar tanto en el tiempo presente como en el futuro, permite vislumbrar el panorama de egresos, y sabiendo el monto a desembolsar, es como podrá determinarse si los ingresos presentes y futuros nos dan un margen de ganancia considerable, volviendo redituable o no la inversión en el proyecto de inversión” (Urbina, 2006).

### **Costos de producción**

Estos costos, según Chaín (2007), corresponden a los gastos en remuneraciones, arriendo, comunicaciones, uniformes, publicidad, insumos varios, contabilidad, sistemas de información, seguros, mantenimiento de oficinas y maquinarias, materiales de oficina y energía.

El método de costeo absorbente es el que se utiliza en la evaluación de proyectos. Esto quiere decir que, por ejemplo, en caso del cálculo del costo de la mano de obra, se agrega al menos 35% de prestaciones sociales al costo total anual, lo que significa que no es necesario desglosar el importe específico de cada uno, sino que en una sola cifra (35%) se absorben todos los conceptos que esas prestaciones implican (Baca, 2006). Los costos comprendidos en este concepto se encuentran en la tabla 5.5.



**Tabla 5.5 Costo de producción**

<b>Costo de Producción</b>	<b>Monto Anual</b>
Trapeador	\$50.00
Escoba	\$30.00
Recogedor	\$45.00
Mantenimiento del local	\$4,889.00
Limpiador de superficies	\$280.00
Equipo de cómputo	\$49,994.96
Mobiliario de oficina	\$32,196.59
<b>Total</b>	<b>\$87,485.55</b>

Fuente: Elaboración propia.

### **Costos de administración**

Los gastos de administración son los que provienen para realizar la función de administración de la empresa. No sólo significan los sueldos del gerente o director general, sino también de los contadores, auxiliares, secretarías, así como los gastos de oficina en general. (Urbina, 2006)

Fuera de las otras grandes áreas de una empresa, que son producción y ventas, los gastos de todos los demás departamentos o áreas (como los mencionados) que pudieran existir en una empresa se contabilizarán en costos de administración y costos generales. También deben incluirse los correspondientes cargos por depreciación y amortización. (Urbina, 2006)

Básicamente en los gastos de administración, se consideró el pago que se le hará al personal administrativo, ya que ellos son los administradores del negocio, y por ende deben recibir un pago. En este caso, no hay gastos de depreciación y amortización a considerar. En la tabla 5.6 que se presenta a continuación, se puede

observar con detalle cuál es el monto correspondiente a cada cargo de administración.

**Tabla 5.6 Costos de administración**

<b>Costos de Administración</b>	<b>Monto Anual</b>
Salarios directivos <sup>12</sup>	\$192,000.00
Renta del local	\$54,000.00
Contador	\$69,600.00
<b>Total</b>	<b>\$315,600.00</b>

Fuente: Elaboración propia.

### **Costos de ventas**

En ocasiones también es llamado de mercadotecnia. En ese sentido, vender no significa sólo hacer llegar el producto al intermediario o consumidor, sino que implica una actividad mucho más amplia. Mercadotecnia abarca, la investigación y el desarrollo de nuevos mercados o de nuevos productos adaptados a los gustos y necesidades de los consumidores; el estudio de la estratificación del mercado; las cuotas y el porcentaje de participación de la competencia en el mercado, la adecuación de la publicidad que realiza la empresa, la tendencia de las ventas etc.

La magnitud del gasto de venta dependerá tanto del tamaño de la empresa, como de, tipo de actividades que los promotores del proyecto quieran que desarrolle ese departamento. Sí se realiza un análisis del costo marginal por departamento, se debe incluir depreciación y amortización. (Urbina, 2006)

En la tabla 5.7 se presentan los cargos correspondientes a todo el personal y equipos necesarios para la comercialización del servicio.

---

<sup>12</sup> Se considera únicamente el salario anual del gerente y la secretaria de la empresa, pues son los que tienen cargo administrativo.

**Tabla 5.7 Costo de ventas**

<b>Costos de Ventas</b>	<b>Monto Anual</b>
Salario de empleados	\$72,000.00
Facturas y notas de remisión	\$3,000.00
Papelería	\$2,300.00
Internet y servicio telefónico	\$4,620.00
Publicidad	\$31,400.00
Servicio de luz	\$3,000.00
Servicio de agua potable	\$2,220.00
<b>Total</b>	<b>\$118,540.00</b>

Fuente: Elaboración propia

En el aspecto de salario de empleados se considera el del planeador de bodas, para la publicidad se pretende hacer la impresión de esta dos veces en el año para los tres grandes eventos<sup>13</sup> que se realizan en la región.

### **Costos Financieros**

Los costos financieros son las retribuciones que se pagan por la necesidad de contar con un fondo para mantener activa y en operación una empresa en el tiempo. Estos activos requieren de un financiamiento por medio de acreedores o bien de los propietarios, quienes aportarán dinero, el cual deberá generarles una compensación por otorgarlo debido a que el dinero tiene un valor en el tiempo.

---

<sup>13</sup> Los eventos de mayor impacto, que se realizan en la región, y se pretende asistir son; *"Más que una boda"* (Toluca), *"Quiero mi boda"* (Toluca) y *"Cásate en Valle"* (Valle de Bravo).

Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo. La ley permite cargar estos intereses como gastos deducibles de impuestos. (Urbina, 2006)

En el caso de este proyecto, se consideran los pagos de intereses a realizar en los siguientes dos años por un préstamo otorgado por la entidad financiera Banamex. En la tabla 5.8, se especifica el monto correspondiente a gastos financieros anuales.

**Tabla 5.8 Gastos financieros**

Gastos Financieros	Monto Anual
Pago de deuda	\$45,087.37

Fuente: Elaboración propia.

### **Capital de trabajo**

Las inversiones en capital de trabajo constituyen el conjunto de recursos necesarios para la operación normal del proyecto, hasta que los ingresos generados por el propio proyecto cubran los gastos de operación.

Desde el punto de vista contable, este capítulo se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que contar para que empiece a funcionar una empresa. (Urbina, 2006)

Aunque el capital de trabajo es también una inversión inicial, tiene una diferencia fundamental con respecto a la inversión en activo fijo y diferido, y tal diferencia radica en su naturaleza circundante. Esto implica que mientras la inversión fija y la diferida pueden recuperarse por la vía fiscal, mediante la depreciación y la amortización, la inversión en capital de trabajo no puede recuperarse por este medio, ya que se supone que, dada su naturaleza, la empresa se resarcirá de él a corto plazo. (Urbina, 2006)

La definición más básica de capital de trabajo lo considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos como el activo corriente.

La empresa para poder operar, requiere de recursos para cubrir necesidades de insumos, materias primas, mano de obra, reposición de activos fijos, etc. Estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a cierto tiempo.

Para el caso de este proyecto de inversión, el capital de trabajo se determinará mediante la suma de los gastos de producción (se considera únicamente el mantenimiento del local), de administración (salario del gerente) y ventas (salario de los empleados), montos que al ser cubiertos permitirán la operación de la empresa; mismos que se muestran en la siguiente tabla 5.9.

**Tabla 5.9 Capital de trabajo**

<b>Capital de Trabajo</b>	<b>Monto</b>
<b>Mantenimiento</b>	\$ 4,889.00
<b>Costo de Administración</b>	\$315,600.00
<b>Costo de Ventas</b>	\$118,540.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$439,029.00</b>

Fuente: Elaboración propia

El total considerado en el rubro de capital de trabajo es de \$439,029.00, con el cual se cubrirá el costo por mantenimiento que requiere el local que se pretende renta y los salarios de los trabajadores; estos especificados en el capítulo 4 del presente trabajo.

## 5.4 Depreciación

La depreciación es la disminución del valor o del precio de algo. Se puede reconocer la caída el precio de las cosas comparándose con el valor inicial que tuvo, o bien en relación a otras cosas de la misma clase.

Por definición la depreciación es la disminución del valor o precio de algo, ya con relación al que antes tenía, y comparándolo con otras cosas de sus clases (Española, 2001).

La utilidad o pérdida en la venta de un activo se determina por la diferencia entre el precio de venta y el costo contable del activo al momento de efectuarse la venta. Para fines tributarios, el costo contable es definido sobre una base general que promedia situaciones a nivel país y que considera una estimación de la pérdida anual del valor de un activo por su uso. (Chaín, 2007)

Esta pérdida anual se define como depreciación y corresponde a la pérdida contable a valor promedio.

La depreciación acumulada corresponde a la suma de las depreciaciones anuales registradas hasta ese momento. La depreciación anual, cuando se evalúan proyectos a niveles de perfil y prefactibilidad, se calcula generalmente por un método lineal, sin considerar valores residuales para el activo al final del periodo de depreciación, independientemente de su vida útil real, y se usa contablemente para determinar, por diferencia, la pérdida de valor durante la vida útil contable del activo. Por la casi nula incidencia en la configuración de los flujos de caja, se le considera con valor cero para el cálculo de la depreciación. (Chaín, 2007)

Para el caso de México, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, el miércoles 15 de Agosto de 2012, publicó en el Diario Oficial de Federación los “Parámetros de Estimación de Vida Útil.

Con la finalidad de apoyar en la transición para la aplicación de la Ley General de Contabilidad Gubernamental se emite a manera de recomendación la “Guía de vida útil estimada y porcentajes de depreciación”, considerando el uso normal y

adecuado a las características del bien. (SHCP, 2012) En la tabla 5.10 se muestran los aspectos sobre depreciación que se requieren para el presente trabajo.

**Tabla 5.10 Depreciación**

<b>Cuenta</b>	<b>Concepto</b>		
<b>1.2.4</b>	<b>BIENES MUEBLES</b>		
<b>1.2.4.1</b>	<b>Mobiliario y Equipo de Administración</b>	<b>Años de vida útil</b>	<b>% de depreciación anual</b>
1.2.4.1.1	Muebles de oficina y estantería	10	10%
1.2.4.1.3	Equipo de cómputo y de tecnologías de la Información	3	33.3%

Fuente: “Guía de Vida Útil Estimada y Porcentajes de Depreciación”. SHCP

Los aspectos de los cuales se considera su depreciación, son únicamente los bienes muebles, específicamente el mobiliario y equipo de administración, donde se incluyen los muebles de oficina y el equipo de cómputo; los cuales se deprecian en diez y tres años respectivamente.

A continuación, en la tabla 5.11 se va a hacer el cálculo de depreciación del activo fijo de la empresa, en este caso serían los equipos de cómputo y muebles de oficina los que estarían perdiendo valor anualmente y se comportarían de la siguiente manera:

Con base en el artículo 34 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta, se determina la depreciación anual para computadoras personales de escritorio y portátiles, servidores, impresoras, lectores ópticos, graficadores, lectores de código de barras,

digitalizadores, unidades de almacenamiento externo, y concentradores de redes de cómputo es de 30% y del 10% para mobiliario y equipo de oficina.

**Tabla 5.11 Depreciación de los activos fijos**

	Valor Original	Ta	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor Residual
		sa %						
<b>Equipo de cómputo</b>	\$49,994.96	33 %	\$16,498.34	\$16,498.34	\$16,498.34	\$499.94	0	0
<b>Muebles de oficina</b>	\$32,196.59	10 %	\$1,590.00	\$1,590.00	\$1,590.00	\$1,590.00	\$1,590.00	\$7,951.80
<b>Total</b>	<b>\$82,191.55</b>		<b>\$18,088.34</b>	<b>\$18,088.34</b>	<b>\$18,088.34</b>	<b>\$2,089.94</b>	<b>\$1,590.00</b>	<b>\$7,951.80</b>

Fuente: Elaboración propia

Con lo estipulado en la Ley de Impuesto Sobre la Renta, se estima que el equipo de cómputo para el quinto año de operaciones ya se encuentre totalmente depreciado, caso contrario de los muebles de oficina, dónde al quinto año de operación aun presentarán un valor residual igual a \$7,951.80.

## 5.5 Amortización

La amortización es un término económico que se refiere a la distribución en el tiempo de un valor duradero.

Para efectos de los activos diferidos, se ha determinado la amortización anual correspondiente a 10% de acuerdo a los artículos 34 y 35 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta; quedando de la manera en que se muestra en la tabla 5.12.

**Tabla 5.12 Amortización**

CONCEPTO	Valor Original	Ta s	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor Residual
----------	----------------	---------	-------	-------	-------	-------	-------	----------------



a								
%								
Gastos de construcción	\$13,637.29	10%	\$1,363.73	\$1,363.73	\$1,363.73	\$1,363.73	\$1,363.73	\$6,818.65
Depósito por renta	\$4,500.00	10%	\$450.00	\$450.00	\$450.00	\$450.00	\$450.00	\$2,250.00
Diseño página web	\$15,700.00	10%	\$1,570.00	\$1,570.00	\$1,570.00	\$1,570.00	\$1,570.00	\$7,850.00
<b>Total</b>	<b>\$33,837.29</b>		<b>\$3,383.73</b>	<b>\$3,383.73</b>	<b>\$3,383.73</b>	<b>\$3,383.73</b>	<b>\$3,383.73</b>	<b>\$16,918.65</b>

Fuente: Elaboración propia

En el caso de la amortización para activos diferidos, los tres aspectos que se incluyen en este apartado reflejan que para término del quinto año de operación, presentarán un valor residual.

Teniendo claro los aspectos que cubren cada concepto de costos y gastos, la proyección de ingresos y gastos para los siguientes cinco años se presenta en la tabla 5.13.

**Tabla 5.13 Proyección a cinco años**

Concepto/Año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos Totales</b>	<b>\$474,880.35</b>	<b>\$404,720.00</b>	<b>\$421,640.00</b>	<b>\$569,790.00</b>	<b>\$736,340.00</b>
Crédito bancario	\$245,420.35				
Ingresos por ventas	\$229,460.00	\$404,720.00	\$421,640.00	\$569,790.00	\$736,340.00
<b>Costos de producción</b>	<b>\$87,485.55</b>	<b>\$5,219.00</b>	<b>\$5,249.00</b>	<b>\$5,219.00</b>	<b>\$5,249.00</b>
Trapeador	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00

Escoba	\$30.00		\$30.00		\$30.00
Recogedor	\$45.00				
Mantenimiento del local	\$4,889.00	\$4,889.00	\$4,889.00	\$4,889.00	\$4,889.00
Limpiador de superficies	\$280.00	\$280.00	\$280.00	\$280.00	\$280.00
Equipo de cómputo	\$49,994.96				
Mobiliario de oficina	\$32,196.59				
<b>Costos de Administración</b>	<b>\$315,600.00</b>	<b>\$321,918.00</b>	<b>\$328,356.36</b>	<b>\$334,923.49</b>	<b>\$341,621.96</b>
Salarios directivos	\$192,000.00	\$195,840.00	\$199,756.80	\$203,751.94	\$207,826.98
Renta del local	\$54,000.00	\$55,080.00	\$56,181.60	\$57,305.23	\$58,451.33
Contador	\$69,600.00	<b>\$70,998.00</b>	<b>\$72,417.96</b>	<b>\$73,866.32</b>	<b>\$75,343.65</b>
<b>Costo de ventas</b>	<b>\$118,540.00</b>	<b>\$119,980.00</b>	<b>\$121,448.80</b>	<b>\$122,946.98</b>	<b>\$124,475.12</b>
Salario de empleados	\$72,000.00	\$73,440.00	\$74,908.80	\$76,406.98	\$77,935.12
Facturas y notas de remisión	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00
Papelería	\$2,300.00	\$2,300.00	\$2,300.00	\$2,300.00	\$2,300.00
Internet y servicio telefónico	\$4,620.00	\$4,620.00	\$4,620.00	\$4,620.00	\$4,620.00
Publicidad	\$31,400.00	\$31,400.00	\$31,400.00	\$31,400.00	\$31,400.00
Servicio de luz	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00
Servicio de agua potable	\$2,220.00	\$2,220.00	\$2,220.00	\$2,220.00	\$2,220.00
<b>Costos Financieros</b>	<b>\$45,087.37</b>	<b>\$45,087.37</b>			

<b>Pago de deuda</b>	\$45,087.37	\$45,087.37			
<b>Saldo</b>	<b>-\$91,832.57</b>	<b>-\$87,484.37</b>	<b>-\$33,414.16</b>	\$106,700.53	\$264,993.92

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a las proyecciones realizadas, se estima que a partir del cuarto año de trabajo de la empresa, se comience a trabajar en números negros, además de que se concluye con el pago de la deuda en el segundo año, cumpliendo con lo acordado con la entidad financiera.

## 5.6 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 variables. Ésta no es una técnica para evaluar la rentabilidad de una inversión, sino que sólo es una importante referencia a tomar en cuenta; además Baca (2006), en su libro “Evaluación de Proyectos”, menciona que tiene las siguientes desventajas:

- Para su cálculo no se considera la inversión inicial que da origen a los beneficios proyectados, por lo que no es una herramienta de evaluación económica.
- Es difícil con exactitud si ciertos costos se clasifican como fijos o como variables, y esto es muy importante, pues mientras que los costos fijos sean menores, se alcanzará más rápido el punto de equilibrio. Por lo general, se entiende que los costos fijos son aquellos que son independientes del volumen de producción, y los costos directos o variables son los que varían directamente con el volumen de producción aunque algunos costos como salarios y gastos de oficina, pueden asignarse ambas categorías.
- Es inflexible en el tiempo, esto es, el equilibrio se calcula con unos costos dados, pero sí éstos cambian, también lo hace el punto de equilibrio, por lo que esta herramienta se vuelve poco práctica para fines de evaluación.

El mismo autor dice que el punto de equilibrio se puede calcular en forma matemática, como se describe a continuación. Los ingresos están calculados como el producto del volumen vendido por su precio,  $\text{ingresos} = PQ$ . Se designa por

costos fijos a CF, y los costos variables se designan por CV. En el punto equilibrio, los ingresos se igualan a los costos totales:

$$PQ = CF + CV$$

Pero como los costos variables siempre son un porcentaje constante de las ventas, entonces el punto de equilibrio se define matemáticamente como:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\left(\frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Volumen Total de Ventas}}\right)}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{PQ}}$$

Fuente: Urbina Baca, Gabriel "Evaluación de Proyectos"

Para determinar el punto de equilibrio de la empresa dedicada a la planeación, organización y coordinación de bodas, primero se determinarán los costos fijos y variables totales, así como el volumen de ventas y así llegar al punto de equilibrio de la empresa; rubros que se muestran en las tablas 5.14 y 5.15. Posteriormente se expresa el punto de equilibrio gráficamente, Gráfica 5.1.

**Tabla 5.14 Costos fijos**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Salario de directivos</b>	\$192,000.00	\$195,840.00	\$199,756.80	\$203,751.94	\$207,826.98
<b>Salario de empleados</b>	\$72,000.00	\$73,440.00	\$74,908.80	\$76,406.98	\$77,935.12
<b>Internet y servicio telefónico</b>	\$4,620.00	\$4,620.00	\$4,620.00	\$4,620.00	\$4,620.00
<b>Retan del local</b>	\$5,400.00	\$55,080.00	\$56,181.60	\$57,305.23	\$58,451.33
<b>Servicio de luz</b>	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00
<b>Servicio de agua</b>	\$2,220.00	\$2,220.00	\$2,220.00	\$2,220.00	\$2,220.00
<b>Pago de deuda</b>	\$45,087.37	\$45,087.37			
<b>Mantenimiento del local</b>	\$4,889.00	\$4,889.00	\$4,889.00	\$4,889.00	\$4,889.00
<b>Total</b>	<b>\$329,216.37</b>	<b>\$384,176.37</b>	<b>\$345,576.20</b>	<b>\$352,193.15</b>	<b>\$358,942.43</b>

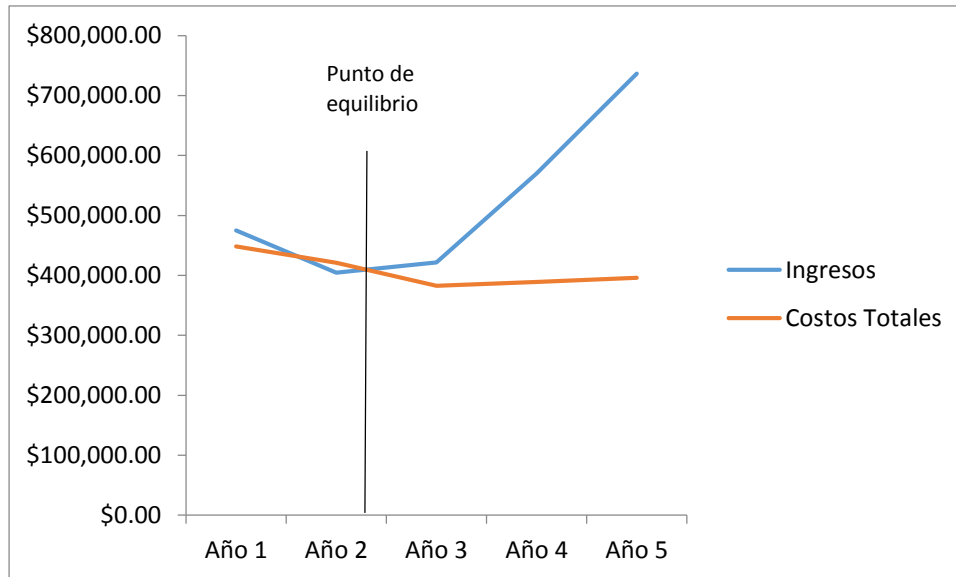
Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 5.15 Costos variables**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Trapeador</b>	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00
<b>Escoba</b>	\$30.00		\$30.00		\$30.00
<b>Recogedor</b>	\$45.00				
<b>Limpia superficies</b>	\$280.00	\$280.00	\$280.00	\$280.00	\$280.00
<b>Equipo de computo</b>	\$49,994.96				
<b>Mobiliario de oficina</b>	\$32,196.59				
<b>Facturas y notas de remisión</b>	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00
<b>Papelería</b>	\$2,300.00	\$2,300.00	\$2,300.00	\$2,300.00	\$2,300.00
<b>Publicidad</b>	\$31,400.00	\$31,400.0	\$31,400.0	\$31,400.0	\$31,400.0
		0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>\$119,296.5</b>	<b>\$37,030.0</b>	<b>\$37,060.0</b>	<b>\$37,030.0</b>	<b>\$37,060.0</b>
	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfica 5.1 Punto de equilibrio**



Fuente: Elaboración propia

Tomando en cuenta la evolución de los costos fijos y variables por cada año, así como la proyección de ventas, podemos ver de manera gráfica el momento en que nuestra empresa llega al punto de equilibrio.

Adicional a la gráfica; matemáticamente, apoyándose de la fórmula anteriormente mencionada, el punto de equilibrio para el año dos sería;

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \left(\frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Volumen Total de Ventas}}\right)} = \frac{\$384,176.37}{1 - \left(\frac{\$37,030.00}{\$404,720.00}\right)}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \$422,866.71$$

La empresa dedicada a la planeación, organización y coordinación de bodas, alcanzará su punto de equilibrio en el tercer año cuando venda \$422,866.71.

## 5.7 Estados de Resultados Pro Forma

El Estado de resultados es aquél que refleja si existe una pérdida o ganancia en la situación financiera de la entidad, que sirve para la toma de decisiones durante un ejercicio fiscal determinado.

La finalidad del análisis es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta, y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos en que incurra la planta y los impuestos que deba pagar (Urbina, 2006).

Para realizar un estado de resultado adecuado, el evaluador deberá basarse en la ley tributaria en las secciones referentes a la determinación de ingresos y costos deducibles de impuestos. Se le llama pro-forma porque esto significa proyectado, que es lo que precisamente hace el evaluador al pronosticar los resultados económicos que supone tendrá la empresa.

La importancia de calcular el estado de resultados radica en la posibilidad de determinar los flujos netos de efectivo, que son las cantidades que se usan en la

evaluación económica. Mientras mayores sean los flujos netos de efectivo, mejor será la rentabilidad económica de la empresa o del proyecto que se trate.

Otros rubros que aparecen en el estado de resultados son los impuestos que deberán pagarse. Los porcentajes pagados, así como los conceptos por los cuales se pagan los impuestos pueden variar de un año a otro. Esto depende de la política fiscalista que apliquen los gobiernos para controlar la economía de un país (Urbina, 2006).

En la tabla 5.16, se presenta el estado de resultados Pro Forma para los primeros cinco años de vida de la empresa.

**Tabla 5.16 Estado de Resultados Pro Forma**

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos</b>	<b>\$474,880.35</b>	<b>\$404,720.00</b>	<b>\$421,640.00</b>	<b>\$569,790.00</b>	<b>\$736,340.00</b>
<b>Costo de Producción</b>	\$87,485.55	\$5,219.00	\$5,249.00	\$5,219.00	\$5,249.00
<b>Utilidad Marginal</b>	<b>\$387,394.80</b>	<b>\$399,501.00</b>	<b>\$416,391.00</b>	<b>\$564,571.00</b>	<b>\$731,091.00</b>
<b>Costos de Administración</b>	\$315,600.00	\$321,918.00	\$328,356.36	\$334,923.49	\$341,621.96
<b>Costos de Ventas</b>	\$118,540.00	\$119,980.00	\$121,448.80	\$122,946.98	\$124,475.12
<b>Costos Financieros</b>	\$45,087.37	\$45,087.37			
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>-\$91,832.57</b>	<b>-\$87,484.37</b>	<b>-\$33,414.16</b>	<b>\$106,700.53</b>	<b>\$264,993.92</b>
<b>ISR</b>	\$8,192.91	\$6,438.90	\$6,861.90	\$10,565.65	\$14,729.40
<b>RUT</b>	\$3,957.33	\$3,372.67	\$3,515.67	\$4,748.25	\$6,136.17
<b>Utilidad Neta</b>	<b>-\$103,982.81</b>	<b>-\$97,295.94</b>	<b>-\$43,791.73</b>	<b>\$91,386.63</b>	<b>\$244,128.35</b>

Haciendo el análisis de los Estados de Resultados Pro Forma, se puede observar que para el cuarto año de operaciones de la empresa, se comienzan a tener utilidades, de los ingresos, ya no se destina nada al rubro de costos financieros, reduciendo así los egresos que presenta la empresa.

## 5.8 Estado de Flujo de Efectivo

El flujo de efectivo es un estado financiero donde se proyecta la entrada y salida del dinero, o bien, el monto de efectivo que se mantiene contemplando los gastos. Es importante su realización porque revela la capacidad de pago de la empresa y el monto de dividendos que pueden ganar los accionistas. Los conceptos que integran este estado son:

- **Entradas:** Es el dinero que entra a la empresa, compuesto por créditos, ventas y aportaciones de capital. Para calcular este estado, se toma la caja inicial (caja final del periodo anterior) y se suma al afectivo ingresado, integrando el total disponible o entradas.
- **Salidas:** El dinero que sale está compuesto por los gastos de inversión fija y diferida, tomados del programa de inversiones, por los inventarios de materias primas, insumos, productos terminados y en proceso, además del cálculo y comportamiento del capital de trabajo, los costos y gastos de operación, excluyendo depreciaciones y amortizaciones.

Los flujos de efectivo de la presente empresa se muestran en la tabla 5.17, proyectados los primeros cinco años de vida.



**Tabla 5.17 Flujo de efectivo**

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Utilidad Neta</b>	- <b>\$103,982.81</b>	<b>-\$97,295.94</b>	<b>-\$43,791.73</b>	\$91,386.63	\$244,128.35
<b>Depreciación y amortización</b>	\$21,472.07	\$21,472.07	\$21,472.07	\$5,473.67	\$4,973.73
<b>Pago a principal</b>	\$24,038.76	\$15,372.98	\$5,675.63		
<b>Flujo de efectivo</b>	- <b>\$106,549.50</b>	<b>-\$91,196.85</b>	<b>-\$27,995.29</b>	<b>\$96,860.30</b>	<b>\$249,102.08</b>

Fuente: Elaboración propia

Analizando la tabla 5.13, se observa que el monto de efectivo que mantiene la empresa considerando los gastos de la misma, al tercer año disminuye considerablemente; pero aún para ese año el flujo de efectivo sigue siendo en números rojos, siendo hasta el cuarto año dónde ya es un valor positivo.

## **5.9 Evaluación económica**

La evaluación económica, en un proyecto de inversión nuevo, se basa en proyecciones arrojadas por la formulación del proyecto, es importante realizarlo porque ayudará a conocer el probable rendimiento que el proyecto dará durante su vida útil. Los resultados de esta evaluación se expresan en un conjunto de indicadores que miden los beneficios esperados, y las ventajas de llevar a cabo la inversión, esto nos sirve para decidir si los recursos se arriesgan, se destinan a otra actividad o se dejan dónde están (Ortegón, 2005).

Este estudio es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Esto sirve para ver si la inversión propuesta será económicamente rentable.

A continuación se presentan los indicadores económicos más usados para evaluar los proyectos de inversión.

### 5.9.1 Flujo neto de efectivo (FNE)

El flujo neto de efectivo es la diferencia entre los ingresos netos y los desembolsos netos, descontados a la fecha de aprobación de un proyecto, la tabla 5.18 contiene la proyección de flujos netos del proyecto a cinco años.

**Tabla 5.18 Flujo Neto de Efectivo**

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos</b>		\$474,880.35	\$404,720.00	\$421,640.00	\$569,790.00	\$736,340.00
<b>Costos totales</b>		\$448,512.92	\$421,206.37	\$382,636.20	\$389,223.15	\$396,002.43
<b>ISR y RTU</b>		\$12,150.24	\$9,811.57	\$10,377.57	\$15,313.90	\$20,865.57
<b>Inversión (fija y diferida)</b>	\$131,728.84					
<b>Capital de trabajo</b>	\$439,029.00					
<b>Valores residuales</b>		\$94,556.77	\$73,084.70	\$51,612.63	\$46,138.96	\$41,165.23
<b>Flujo Neto</b>	<b>-\$570,757.84</b>	<b>-\$80,339.58</b>	<b>-\$99,382.64</b>	<b>-\$22,986.40</b>	<b>\$119,113.99</b>	<b>\$278,306.77</b>

Fuente: Elaboración propia

En el flujo neto de efectivo del año cero, año en el que se aprueba el proyecto, no se presentarán ingresos, únicamente salidas de capital como son la inversión y el capital de trabajo. Es hasta el cuarto año proyectado en el que los ingresos comienzan a ser superiores a los egresos que tendrá la empresa.

### 5.9.2 Costo de capital o tasa de rendimiento mínimo aceptable (TREMA)

Es aquella que representará lo mínimo que se le exigirá al proyecto para que sea rentable, contemplando que debe cubrir como mínimo la inversión inicial, los egresos, impuestos y la rentabilidad mínima requerida por los tenedores de capital.

La tasa de rendimiento mínima aceptable es la suma de la tasa de inflación ( $b$ ) y la prima de riesgo ( $r$ ), es importante recalcar que se utilizará una tasa estándar de 10%; ya que es recomendado por los expertos, como la tasa de rendimiento requerida, también es conocida como: Costo de Capital de la empresa (Coss, 2010).

$$TREMA = b + r$$

$$TREMA = \text{Tasa de inflación} + \text{prima de riesgo}$$

Fuente: Raúl Coss Bu, Análisis y evaluación de proyectos de inversión

$$TREMA = 3.06^{14} + 10$$

$$TREMA = 13.06\%$$

Como bien se sabe, la TREMA es la tasa que representa una medida de rentabilidad, la mínima que se le exigirá al proyecto de tal manera que permita cubrir la totalidad de la inversión inicial, los egresos de operación, los intereses que deberán pagarse por aquella parte de la inversión financiada con capital ajeno a los inversionistas del proyecto, así como también la rentabilidad que el inversionista exige a su propio capital invertido.

### 5.9.3 Tasa promedio de rendimiento (TPR)

La tasa promedio de rendimiento, mide la relación que existe entre el flujo neto y la inversión inicial promedio. El cálculo de esta, se realiza sobre la inversión promedio debido a que la inversión en activos no será la misma durante toda la vida del proyecto, ya que debe de disminuir a medida que se agotan los activos utilizados.

---

<sup>14</sup> Inflación calculada con el INPC a partir de la información de Banxico.

A esta tasa también se le conoce como Tasa de Utilidad Contable; porque representa la razón de la utilidad promedio anual después de impuestos contra la inversión promedio del proyecto (Nacional Financiera, 2010).

La tasa promedio de rendimiento es una forma de expresar la utilidad que se obtiene de la inversión promedio en base anual (Emery, 2000).

$$TPR = \frac{UNP}{\left(\frac{A + S}{2}\right)}$$

Fuente: Nacional Financiera

$$TPR = \frac{\text{Utilidad Promedio anual Neta}}{\left(\frac{\text{Desembolso} + \text{Valor residual}}{2}\right)}$$

$$TPR = \frac{18088.90}{\left(\frac{82191.55 + 7951.80}{2}\right)}$$

$$TPR = 0.401336316$$

El criterio de decisión para la aceptación o rechazo del proyecto señala que la Tasa Promedio de Rendimiento debe ser mayor que la Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable; es decir:

$$TPR > TREMA$$

$$40.1336316 > 13.06$$

Por lo tanto, de acuerdo al criterio que se toma para poder aceptar o rechazar un proyecto, tenemos que *Essenza dell' Amore* es un proyecto definitivamente aceptable.

#### 5.9.4 Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto, es un método para valorar inversiones; que bien puede decirse que es la diferencia entre el valor actualizado de los ingresos y de los costos generados por una inversión; es decir que expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas.

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología, consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos netos de efectivo futuros del proyecto; a este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el resultado obtenido es el valor actual neto del proyecto (Nacional Financiera, 2010)

Es el valor de los flujos de efectivo en el año cero. Permite corroborar que el proyecto llegue a su objetivo, que es maximizar la utilidad. La obtención de este valor es muy importante debido a que si el beneficio neto calculado sobre la base de un valor presente es positivo, el proyecto se considera como una inversión aceptable (Coss, 2010).

Se calcula a partir de la siguiente fórmula:

$$VAN = S_o + \sum_n^N \frac{Q_n}{(1+i)^n}$$

Fuente: Nacional Financiera

$$VAN = Inversión\ inicial + \sum_n^N \frac{Flujo\ Neto\ de\ Efectivo}{(1 + TREMA)^n}$$

$$VAN = 131,728.84 + \frac{-80,339.58}{(1.1306)^1} + \frac{-99,382.64}{(1.1306)^2} + \frac{-22,986.40}{(1.1306)^3} + \frac{119,113.99}{(1.1306)^4} + \frac{278,306.77}{(1.1306)^5}$$

$$VAN = \$182,324.2525$$

Para poder interpretar el valor del VAN se debe apegar a los siguientes criterios:

- **VAN > 0**; significa que la inversión producirá ganancias, por lo que el proyecto puede aceptarse
- **VAN = 0**; la inversión a realizar no producirá ni ganancias ni pérdidas, así que dado que el proyecto no agregara valor monetario, la decisión debería basarse en otros criterios, como la obtención de un mejor posicionamiento en el mercado u otros factores
- **VAN < 0**; En este caso, la inversión producirá pérdidas, entonces el proyecto debería rechazarse.

$$\text{VAN} > 0$$

$$\$182,324.2525 > 0$$

Siguiendo los criterios que se manejaron arriba, se tiene que el valor del VAN es mayor a cero por lo que el proyecto es rentable.

### **5.9.5 Tasa interna de retorno (TIR)**

La Tasa Interna de Retorno es una tasa de rendimiento utilizada para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones en el presupuesto. En términos más específicos, es la tasa de interés a la que el Valor Actual Neto (VAN) de la inversión es igual al Valor Presente Neto (VPN).

La Tasa Interna de Retorno, es el indicador que refleja el rendimiento de los fondos invertidos, y es definida por Nacional Financiera (2010) como la máxima tasa de interés que puede pagarse o que gana el capital no amortizado en un periodo, y que conlleva la recuperación o consumo del capital.

Se considera que los métodos de los flujos de efectivo descontados, son una base más objetiva para evaluar y seleccionar proyecto de inversión, estos permiten captar las diferencias en el ritmo de los flujos de efectivo de los distintos proyectos a través del proceso de descuento. Para conocer el valor de la TIR, se usará la siguiente ecuación:

$$P = -\frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

Fuente: Baca, G. U. (2006) *Evaluación de Proyectos*. McGraw Hill, México

Se deja como incógnita la variable  $i$ , y se determina por medio de tanteos (prueba y error), hasta que la  $i$  iguale la suma de los flujos descontados, a la inversión inicial  $P$ . Tal denominación permitirá conocer el rendimiento real de esa inversión (Baca, 2006).

$$131,728.84 = -\frac{-80,339.58}{(1 + 0.24366212)^1} + \frac{-99,382.64}{(1 + 0.24366212)^2} + \frac{-22,986.40}{(1 + 0.24366212)^3} + \frac{119,113.99}{(1 + 0.24366212)^4} + \frac{278,306.77}{(1 + 0.24366212)^5}$$

$$131,728.84 \cong 131,728.85$$

Una vez aplicada la fórmula, se obtuvo que la Tasa Interna de Retorno es de 24.366212%.

### 5.9.6 Periodo de recuperación

El periodo de recuperación se entiende como el número de años esperado que se requiere para que se recupere la inversión inicial de una empresa. Entre más pequeño sea el periodo de recuperación, mejores resultados tendrá la empresa pues tenderá a tener ganancias en el corto plazo. En la tabla 5.19 se presenta el periodo de recuperación de la inversión del presente proyecto.

**Tabla 5.19 Periodo de recuperación**

AÑO	VPN	VPN Acumulado
0	- \$570,757.84	
1	-\$64,599.20	- \$635,357.04
2	-\$64,254.82	- \$128,854.02

<b>3</b>	<b>-\$11,949.89</b>	<b>-\$76,204.71</b>
<b>4</b>	\$49,791.26	\$37,841.38
<b>5</b>	\$93,543.10	\$43,751.83

Fuente: Elaboración propia

Con lo observado en la tabla anterior, es posible determinar que en el cuarto año de la puesta en marcha de la empresa, se recuperará la inversión inicial y se comenzará a tener ganancias.

## 5.10 Impacto económico

Este proyecto causará un impacto positivo a la economía del Estado de México, particularmente al municipio de Metepec, haciendo que los enlaces matrimoniales puedan tener lugar en este municipio y así sean una fuente de ingreso, además de que es un servicio que hasta el momento no ha sido explotado.

Además, será creador de empleos directa e indirectamente; es decir, no sólo contribuirá a la creación de cinco nuevos empleos que reportarán directamente a la empresa, sino que también ayudará subcontratando a proveedores que cuenten con los recursos necesarios para la elaboración de los eventos. En la presente tabla 5.20, se especifican los principales proveedores para la empresa *Essenza dell' Amore*.

**Tabla 5.20 Proveedores**

<b>Concepto</b>	<b>Proveedores</b>
Publicidad	<b>Imprino</b>
Fotografía y video	<b>Record Arte films</b> <b>Ast Shot foto y video</b>
Pastelería	<b>Panqué Fashion Cake</b>
Luz y sonido	<b>WOW</b> <b>Allegro</b> <b>Djboda</b>
Accesorios para novia	<b>Lorelai creaciones</b>



Fotocabina	<b>INrolls</b>
Mesa de dulces y botanas	<b>Festón</b>
Mesa de postres	<b>Philomena</b>
Floristería	<b>Zahro</b> <b>Arte y diseño floral</b>
Impresión de invitaciones	<b>Pikutí</b>
Vestidos de novia y damas	<b>Picchelina</b> <b>Pronupcia</b> <b>Bodissima</b>
Barra de café	<b>Oromo</b>
Recuerdos	<b>Concepto en letras</b> <b>Historias en papel</b>
Ropa de etiqueta	<b>Casa Marcelo</b> <b>D´Paul</b> <b>Novio de protocolo</b>
Banquete	<b>ABBONDANZA</b> <b>Arte a la mesa</b> <b>Banquetes Mayita</b>
Belleza	<b>Stilisimo</b> <b>Jossclaude</b> <b>Roberto y Puppy</b>

Fuente: Elaboración propia

Aunado a esto, otro factor importante, es la derrama económica que dejarán los asistentes de los eventos en cada uno de los negocios comerciales y turísticos de la región.

### **5.11 Beneficios sociales**

Los beneficios sociales de este proyecto, se verán reflejados principalmente en que las o parejas ya no deberán trasladarse a la Ciudad de México para contratar el servicio de Organización de Bodas para que este sea de primera calidad, con los

mejores lugares de la región así como los proveedores de cualquiera de las amenidades que deseen tener en su evento; lo que además dará una proyección mayor al municipio de Metepec y a la Ciudad de Toluca; siendo reconocidos por los servicios de primer nivel que se ofrecen.

Además, se estaría contribuyendo notoriamente a la creación de nuevos empleos directos y otros más indirectos. Por el lado de las personas que empleará la empresa; puede no ser un número grande en comparación con la población del Estado de México; pero del lado de los empleos indirectos será mucho mayor; ya que se estará trabajando de la mano de proveedores locales quienes proporcionarán los servicios de renta de mobiliario, salones, jardines, sonido, banquetes y también se pueden incluir las iglesias.

# CONCLUSIONES

A lo largo del desarrollo del proyecto de inversión de la empresa dedicada a la organización, planeación y coordinación de bodas, es posible conocer ciertos aspectos muy importantes, que permiten, a través de los estudios realizados en cada uno de los capítulos presentados, poder comprobar la hipótesis que se planteó en el inicio del trabajo de investigación.

Cabe resaltar, que sí existe un mercado potencial para los servicios que “*Essenza dell’ Amore*” oferta, además de que, ya existen otras empresas que ofrecen servicios similares, la demanda no se encuentra cubierta al 100%; ya que los competidores de la empresa tienen ciertas limitantes como la capacidad de coordinar eventos de gran tamaño o bien que no cuentan con estilos vanguardistas que tanto buscan hoy en día los consumidores. Éste, entre otros resultados nos indica que el negocio una vez que ya se encuentre funcionando será exitoso.

De acuerdo a la información obtenida en el análisis del consumidor, se obtuvo que del 56.27% de las personas encuestadas afirman que desean contraer matrimonio. A su vez, el 62% del número total de las mujeres encuestas planean tener una boda elegante y un 41% le gustaría casarse en un jardín y el 27% planean hacerlo en los próximos dos años. Un punto importante es que la mayoría de las encuestadas consideran que el municipio de Mepetec es un buen lugar para realizar su boda.

Otro punto a resaltar, es que se tiene el 87% de aceptación por parte de las encuestadas para la organización de sus bodas, ya que las encuestas arrojaron que le confiarían la organización de este tipo de eventos a una empresa especializada en el ramo.

Se descubrió que dentro de las fortalezas de la empresa estará la especialización en la organización de este tipo de eventos, tomando en cuenta que es un campo de trabajo que aún no ha sido explotado, ya que según los datos obtenidos, en la Ciudad de Mepetec sólo existen tres empresas que ofrecen los servicios de organización de bodas en sus salones de eventos y jardines. Como debilidad se reconoce que no se conoce el modo de operación de las empresas que brindan el

mismo servicio; además de que se necesita crear buenas relaciones con los proveedores y distribuidores para ofrecer mejores costos.

Se definió cuáles serían las etapas del servicio, se hizo una descripción detallada del mismo dónde se especificó que la primera etapa es conocer las especificaciones de la como planean que sea su boda, posteriormente se hace el diseño del evento además de la selección de los proveedores para así poder generar un presupuesto del evento. Una vez aceptada la propuesta por parte de los clientes se procede a realizar la firma de contrato con los proveedores, después coordinará y verificará que se cumplan todas las especificaciones planteadas por los clientes. Por último se realizará el seguimiento “post-venta” con el cliente.

Con el análisis de los consumidores y las estrategias planteadas para la inserción en el mercado, se pudo concluir que uno de los aspectos más importantes para la aceptación en el mercado, es la adecuada publicidad que se haga de la empresa, misma que de la mano de un buen servicio a los clientes y cumplimiento de lo plasmado en la misión y visión, permitirá que la empresa *“Essenza dell’ Amore”* se pueda posicionar como una de las mejores empresas dedicadas a la organización, planeación y coordinación de bodas en la ciudad de Metepec y Toluca, Estado de México.

Por otro lado, se tiene que la inversión inicial es de \$138,142.09, de los cuales la mayor participación será por crédito bancario, otorgado por la entidad financiera Banamex. Tomando en cuenta la participación que se tendrá en el mercado y basándose en el cálculo de recuperación de inversión, se puede decir que la inversión se recuperará en el tercer año a partir de la puesta en marcha, dónde se estima tener un excedente de \$41,062.85.

A su vez, considerados los aspectos necesarios para la evaluación económica del proyecto, tales como la Tasa de rendimiento mínimo aceptable, la cual arrojó un valor de 13.06%, por otro lado, la Tasa promedio de rendimiento presenta un valor de 277.21, el cual comparándolo con el valor de la TREMA es superior y se concluye el proyecto es aceptable. Valor actual neto que presenta el proyecto es de

\$15.340.95, siendo este superior a cero, se determina que el proyecto es rentable. Analizando la Tasa interna de retorno presenta un valor de 15%, el periodo de recuperación es de tres años y el Punto de Equilibrio se localiza en 3,728,149.31 unidades, con ingresos de \$421,640.00. Se observa que las razones financieras también reflejan la situación futura, expresada en números, de la empresa.

Con lo anterior, es posible constatar que una empresa como “*Essenza dell’ Amore*”, que cumple con todos los requisitos legales solicitados, puede ponerse en marcha y obtener resultados económicos favorables en el corto y mediano plazo.

La presente investigación sirvió para conocer si el proyecto de crear una empresa que se dedique a la organización de bodas en la ciudad de Mepetec; es viable, factible y rentable. A través de todos los estudios realizados a lo largo del trabajo de investigación, se comprueba la hipótesis de que “El establecimiento de una empresa dedicada a la planeación, organización y coordinación de bodas en la Ciudad de Metepec resulta viable, factible y rentable”; en otras palabras, este proyecto es rentable, ya que se obtienen rendimientos adecuados en el corto y largo plazo, permitiendo solventar los costos y los gastos que se tengan.

## Bibliografía

Aguirre, A. (1992) *Fundamentos de Economía y Administración de empresas*. Madrid. Editorial Pirámide

Amorós, E (2007) “Comportamiento Organizacional. En busca del desarrollo de ventajas competitivas” *Universidad Católica. Escuela de Economía*. [En línea] Santo Toribio de Mogrovejo, disponible en: <http://es.slideshare.net/adrysilvav/comportamiento-organizacional-en-busca-del-desarrollo-de-ventajas-competitivas>\_ [Consultado: julio 2014]

Baca, G. (2006) *Evaluación de proyectos*. 4ª ed. Distrito Federal. Editorial McGraw Hill

bodas.com.mx (2013) “Organizadores de bodas” [Página web] disponible en: <http://bodas.com.mx/organizadores-de-bodas>

Bonocore R. (2000) *¿Cómo hacer un plan de negocios?* Enplenitud.com

Cateora P., M. Gilly y J. Graham (2006) *Marketing Internacional*. 2ª ed. en español. México DF. Mc Graw Hill

Chiavetano I. (2001) *Administración*. México. Mc Graw Hill

Coss, R. (2010) *Análisis y evaluación de proyectos de inversión*. 2ª ed. México. Ed Limusa

Deconconceptos.com “Boda” [Página web] disponible en: <http://deconconceptos.com/ciencias-sociales/boda> [Consultado: agosto 2015]

Domínguez, I. (n.d) “Fundamentos teóricos y conceptuales sobre estructura de financiamiento” *Monografías* [En línea] disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos69/fundamentos-teoricos-conceptuales-estructura-financiamiento/fundamentos-teoricos-conceptuales-estructura-financiamiento.shtml> [Consultado: mayo 2016]

Emery, D., J. Finnerty y J. Stowe (2000) *Fundamentos de la administración financiera*. México. Editorial Pearson Education

Estudios Organizacional y lega (2010) *Estudio Organizacional* [En línea] disponible en: <http://estudiosorganizacionalylegal.webnode.es/products/estudio-organizacional/> [Consultado: septiembre 2015]

Eventos Espíritu Santo (2013) *Jardín de Eventos Espíritu Santo* [Página web] disponible en: <http://jardinesespiritusanto.com/> [Consultado: mayo 2015]

Eventos Maryan (2015) *Excelencia en eventos Maryan*. [Página web] disponible en: [www.eventosmaryan.com/somos/htm](http://www.eventosmaryan.com/somos/htm) [Consultado: mayo 2015]

García-Uceda, M. (2008) *Las claves de la publicidad*. 6ª ed. México. Editorial ESIC

Gastón Kerriou (2014) *Gastón Kerriou Wedding & Events Designer*. [Página web] disponible en: [www.gkeventos.com](http://www.gkeventos.com) [Consultado: mayo 2015]

Gobierno del Estado de México (2007). *Dirección General del Registro Civil* [En línea] disponible en: [http://dregistro\\_civil.edomex.gob.mx/matrimonio](http://dregistro_civil.edomex.gob.mx/matrimonio) [Consultado: abril 2015]

Hernández, A. (2005) *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. 3ª ed. Mexico. Editorial Mac Graw Hill

Hernández, R. (2000) *Metodología de la investigación*. México. Editorial Mc Graw Hill

Huerta, E. y C. Siu (1990) *Análisis y evaluación de proyectos de inversión para bienes de capital*. Ciudad de México. Editorial Instituto Mexicano de contadores Públicos AC.

Jiménez, B. (2006) "Planificación Estratégica" *Universidad Nacional a Distancia* [En línea] disponible en: [http://portal.uned.es/pls/portal/docs/PAGE/UNED\\_MAIN/LAUNIVERSIDAD/VICERRECTO RADOS/PLANIFICACION/PLANIFICACION%20ESTRATEGICA/UTDP/UTDPPORTLET/INTROORGANIGRAMA.PDF](http://portal.uned.es/pls/portal/docs/PAGE/UNED_MAIN/LAUNIVERSIDAD/VICERRECTO RADOS/PLANIFICACION/PLANIFICACION%20ESTRATEGICA/UTDP/UTDPPORTLET/INTROORGANIGRAMA.PDF) [Consultado: agosto 2014]

Koch, J. (2006) "Manual de empresario exitoso". *Centro Argentino de Estudios Internacionales*. [En línea] disponible en: [www.caei.com.ar/sites/default/files/working\\_paper\\_ndeg\\_14.pdf](http://www.caei.com.ar/sites/default/files/working_paper_ndeg_14.pdf)

Kotler, P., P. Bloom y T. Hayes (2004) *El marketing de servicios profesionales*. México. Editorial Paidós Ibérica SA

Levin, R. y R. Bohan (2004) *Estadística para administración y economía*. 2ª ed. México. Editorial Pearson

Levine D., T. Krehbiel y M. Berenson (2006) *Estadística para administración*. México. Editorial Pearson



- Lohr, S. (2000) *Muestreo: diseño y análisis*. México. Editorial International Thomson Editores
- Malhotra, N. (2004) *Investigación de mercado. Un enfoque práctico*. México. Editorial Pearson
- Matriz Foda (2011) *¿Qué es la matriz FODA?* [En línea] disponible en: [www.matrizfoda.com/dafo](http://www.matrizfoda.com/dafo) [Consultado: febrero 2014]
- Mattos, C. (1990) "La descentralización, ¿una nueva panacea para impulsar el desarrollo local? *Cuaderno de Economía No. 14, Universidad Nacional de Colombia*. Bogotá, Colombia. Disponible en: [www.revistas.unal.edu.co/index.php/ceconomia/article/view/19268/20214](http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/ceconomia/article/view/19268/20214)
- Miranda, J. (1993) *Estudio de Mercado*. Ciudad de México. Editorial Secretaría de Economía
- Nacional Financiera diplomados (2010) *Diplomado en el Ciclo de Vida de los Proyectos de Inversión*. México. Editorial Nacional Financiera
- Ortegón, E. (2005) *Metodología general de identificación, preparación y evaluación de proyectos de inversión*. Editorial Latin American and Caribbean Institute for Economic and social Planning, United Nation Publications.
- Randall, G. (2003) *Principios de Marketing*. México. Editorial Thomson Editores
- Real Academia Española (2001) *Diccionario Español*. España, editorial Océano
- Reyes, j. (2001) "Proyectos de Inversión". *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*. [En línea] disponible en: [www.uaeh.edu.mx/docencia7P\\_Presentaciones/tepeji/administración/documentos/tema/Proyectos\\_de\\_Inversion.pdf](http://www.uaeh.edu.mx/docencia7P_Presentaciones/tepeji/administración/documentos/tema/Proyectos_de_Inversion.pdf). [Consultado: febrero 2014]
- Rosales, F. (2012) "El diseño de la investigación. *Prezi* [En línea] disponible en: <https://prezi.com/tmaakcaq7aht/unidad-iv/> [Consultado: enero 2015]
- Rosales, R. (2008) *La formulación y evaluación de proyectos con énfasis en el sector agrícola*. San José, Costa Rica. Editorial EUNED

Rosillo, J. (2008) *Formulación y evaluación de proyectos de inversión. Una visión integral para empresas manufactureras y de servicio*. Ciudad de México. Editorial CENGAGE

Sapag, N. (2007) *Proyectos de inversión, formulación y evaluación*. México. Editorial Pearson

Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (2000). “Análisis de la competencia” *Programa de capacitación y modernización empresarial* [En línea] disponible en: <http://www.contactopyme.gob.mx/promode/compe.asp> [Consultado: junio 2014]

Secretaría de Hacienda y Crédito Público (2012) “Parámetros de estimación de vida útil”. *Diario Oficial de la Federación* [En línea] disponible en: [www.normateca.gob.mx/Archivos/66\\_D\\_3214\\_27-08-2012.pdf](http://www.normateca.gob.mx/Archivos/66_D_3214_27-08-2012.pdf) [Consultado: julio 2015]

Shiffman, L. (1991) *Comportamiento del consumidor*. México. Editorial Prentice Hall

Solano, V. (2011) *El principio de no discriminación en materia tributaria y su producción multinivel en el escenario europeo y en el costarricense*. Revista Judicial

Stoner, J., E. Freeman y D. Gilbert (1996) *Administración*. 6ª ed. México. Editorial Pearson Education

Vela, T. y R. Maccise, (2011) “Los mejores wedding planner de México” en *Revista Quién*. [En línea] octubre 2011, México, disponible en: [www.quien.com/novias/2011/10/12/los-mejores-wedding-planner-de-mexico](http://www.quien.com/novias/2011/10/12/los-mejores-wedding-planner-de-mexico) [Consultado: mayo 2014]

Zona DeeJay [Página web] <http://zonadeejay.com.mx/servicios/> [Consultado: agosto 2015]

# ANEXOS



## ANEXO 1

Universidad Autónoma del Estado de México  
Facultad de Economía



El objetivo de esta encuesta es recabar información, para saber los gustos y preferencias de los consumidores en cuanto al servicio que se pretende ofrecer, la información que se recabe no tiene fines de lucro.

Instrucciones: Marca con una **X** la respuesta según tu preferencia.

Edad: \_\_\_\_ años

Ocupación: \_\_\_\_\_

1. ¿Dónde radicas?

Toluca

Metepec

Zinacantepec

Otro: \_\_\_\_\_

2. ¿Has pensado contraer matrimonio?

Sí

No (aquí termina la encuesta)

3. ¿Cómo imaginas tu boda?

Sencilla, sin muchos detalles

Una fiesta elegante, pocos invitados pero única

Grande y muy original. Muchos invitados y cuidando cada detalle

4. ¿Dónde te gustaría casarte?

Jardín

Playa

Salón

Otro: \_\_\_\_\_

5. ¿Cómo te gustaría organizar tu boda?

Encargarme de todo

Estar en cada detalle pero con asesoría y ayuda de alguien

Que algún familiar se encargue de organizarla

Me gustaría contratar a alguien que se encargue de la organización y diseño de la boda

6. ¿Has considerado la posibilidad de contratar el servicio de un WEDDING PLANNER (organizador de bodas), para que tu evento sea único y puedas disfrutar sin problemas, estrés o falta de tiempo?
- Sí me interesa
  - No me interesa (aquí termina la encuesta)
  - Sí me gustaría, pero depende del costo del servicio
7. ¿Qué forma de pago prefieres para este servicio?
- Pagar el precio exacto que imponga la planeadora de bodas por su servicio, aparte del costo de los gastos de la boda.
  - Dar a la planeadora el presupuesto total que deseo gastar en mi boda y que dentro de él cobre su comisión.
8. ¿Cuál sería el principal motivo por el que contratarías a una organizadora de bodas?
- Porque carezco de tiempo como para dedicarlo a la organización de una boda
  - Porque no tengo muchas ideas y quiero que quede muy linda y especial
  - Porque quiero disfrutar mi boda al máximo sin tener que preocuparme yo o mi familia por los detalles que surjan
  - Quiero encargarme de todos los detalles pero con asesoría y ayuda de alguien que conozca más sobre bodas que yo
9. Para finalizar. Indica un tiempo aproximado en el cual consideras contraer matrimonio
- Este año
  - El próximo año
  - Dentro de 2 o más años
  - Aún no tengo planes

Las actividades que realiza la empresa para la cual se hace el presente análisis son las siguientes:

Organización de despedida de soltera

Diseño y decoración de iglesia y recepción

Contratación de música, salón, fotógrafo y banquete

Asesoría en proveeduría de vestidos de novia, trajes, zapatos, etc.

Gestión de papelería, documentos, requisitos para boda civil

Gestión de proveeduría y diseño de invitaciones y arreglos de mesa

Propuestas e ideas originales para una boda única

Contacto y llamadas a los invitados para corroborar asistencia

Organización de damas de honor (incluido vestuario)

Ideas y organización para "Propuesta de matrimonio" (servicio especial para el novio)

Asesoría y contratación de paquetes con destinos turísticos para la luna de miel

Organización del entretenimiento durante la recepción de la boda

10. ¿Te gustaría que ofreciera algún otro servicio?

Sí ¿Cuál? \_\_\_\_\_

No

GRACIAS

## ANEXO 2

### Contrato de arrendamiento de servicios

En Metepec, Estado de México; a \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

REUNIDOS:

De una parte, la C. \_\_\_\_\_ mayor de edad, soltera/casada, con domicilio en \_\_\_\_\_ y con Número de Identificación Oficial \_\_\_\_\_; y de otra parte la C. \_\_\_\_\_ asimismo mayor de edad, soltera/casada con NIO \_\_\_\_\_.

Se reconocen los reunidos con la capacidad civil necesaria para contratar y obligarse y, en especial, para otorgar el presente documento; y a tal efecto, actuando el contratante bajo en su propio nombre y derecho, y para el caso del contratado actuará bajo el nombre, derechos y obligaciones de la empresa **Essanza dell' Amore**, de su concorde voluntad, dicen y pactan cuanto a continuación se relaciona:

1. Que la C. \_\_\_\_\_ está interesada en la contratación de los servicios profesionales de Organizador de Bodas, a fin de ser asesorada en la planeación, organización y coordinación de bodas.
2. Que la empresa **Essanza dell' Amore**, está interesado en llevar a cabo las correspondientes gestiones, y a tal efecto ambas partes formalizan el presente Contrato de Arrendamiento de Servicios, en base a las siguientes cláusulas:

Primera:

La empresa **Essanza dell' Amore** prestará sus servicios a la C. \_\_\_\_\_, consistentes en gestionar, organizar, planear y coordinar su boda; en tal sentido, se obliga a desarrollar dichas labores con diligencia y atención propia de su condición profesional.

Segunda:

Los honorarios correspondientes a los servicios objeto del presente contrato serán satisfechos con arreglo a los siguientes criterios, tiempo a celebrar el evento, lugar, número de invitados, amenidades requeridas y/o presupuesto que se pretenda destinar al evento.

Tercera:

La parte arrendataria se obliga desde este momento a facilitar a la C. \_\_\_\_\_ cuanta documentación, antecedentes e información se solicite, a fin de facilitar la tramitación de las gestiones encomendadas.

Cuarta:

Se fija como plazo de duración a la relación, a partir de la firma del presente documento hasta la culminación del evento, o en su defecto la renuncia de cualquiera de las partes, comunicada de forma fehaciente con una antelación mínima de treinta días.

Quinta:

Cualquier desacuerdo que surja durante la vigencia del presente contrato, serán resueltas por los Juzgados y Tribunales de esta Ciudad.

Y para que así conste, se extiende el presente documento por duplicado ejemplar, que es firmado por los comparecientes en prueba de conformidad y señal de cumplimiento.

---

Nombre y firma del contratante

---

Nombre y firma del contratado

---

Sello de la empresa y firma de conformidad

### **ANEXO 3**



## Inversión en activos fijos

<b>Mobiliario y Equipo de computo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total</b>
<b>Equipo de Cómputo</b>			
Computadoras	3	\$5.999,00	\$17.997,00
Ipad	2	\$9.999,00	\$19.998,00
Impresora	1	\$1.599,99	\$1.599,99
Pantalla	2	\$1.349,99	\$2.699,98
Cámara fotográfica	1	\$7.699,99	\$7.699,99
<b>Total</b>	<b>9</b>		<b>\$49.994,96</b>
<b>Mobiliario de Oficina</b>			
Escritorio	1	\$3.016,80	\$3.016,80
Centro de cómputo	2	\$2.370,40	\$4.740,80
Caja organizadora	1	\$155,00	\$155,00
Caja organizadora 1	2	\$266,00	\$532,00
Archivero metálico	2	\$1.295,00	\$2.590,00
Silla con rodajas	1	\$1.893,00	\$1.893,00
Sillas visitantes	2	\$729,60	\$1.459,20
Sillas visitantes 1	4	\$1.567,20	\$6.268,80
Panel lateral	1	\$168,00	\$168,00
Tapete	1	\$1.995,00	\$1.995,00
Librero de pared	2	\$1.268,00	\$2.536,00
Lámpara de techo	4	\$301,00	\$1.204,00
Juego de canastas	1	\$288,00	\$288,00
Love seat	1	\$1.880,00	\$1.880,00
Teléfono	1	\$2.072,00	\$2.072,00
Trituradora de papel	1	\$999,99	\$999,99

Bote de basura	3	\$45,00	\$135,00
Bote de basura	1	\$263,00	\$263,00
<b>Total</b>	<b>30</b>		<b>\$32.196,59</b>
<b>Total</b>	<b>39</b>		<b>\$82.191,55</b>

Fuente: Elaboración propia

## ANEXO 4



ELABORÓ: Lic. en Diseño Textil Sarah Isabel Flores López



ELABORÓ: Lic. en Diseño Textil Sarah Isabel Flores López

**Essenza dell'Amore**  
Organizadora de Bodas

Como siempre lo soñaste!!!

**Garantía de calidad:**

- Confianza
- Servicio
- Calidad
- Satisfacción

**Innovación:**

- Tendencia
- Creatividad
- Ambientación

**Integridad**

- Complicidad con el cliente
- Honestidad
- Respeto

www.essenzadellamore.com.mx  
essenzadellamore@gmail.com  
Tel: 722 2585 6291 y 722 198 0849

ELABORÓ: Lic. en Diseño Textil Sarah Isabel Flores López