



SEP

SECRETARÍA DE
EDUCACIÓN PÚBLICA



GOBIERNO DEL
ESTADO DE MÉXICO



TECNOLÓGICO
NACIONAL DE MÉXICO

TES

TECNOLÓGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES

IXTAPALUCA

**TECNOLÓGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE IXTAPALUCA
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN**

DIRECCIÓN ESTRÁTEGICA

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA EN LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DEDICADA A LA INNOVACIÓN DE EVENTOS SOCIALES EN IXTAPALUCA,
ESTADO DE MÉXICO**

TESIS

QUE PRESENTA:
MARTÍNEZ GONZÁLEZ MIRIAM LORELY

PARA OBTENER EL GRADO DE:
MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN

DIRECTOR DE TESIS:
DR. LUIS ALFONSO BONILLA CRUZ

IXTAPALUCA, ESTADO DE MÉXICO
AGOSTO, 2022



MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN

2022. "Año del Quincentenario de la Fundación de Toluca de Lerdo, Capital del Estado de México".

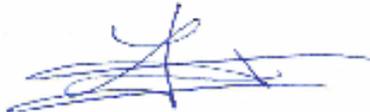
**SUBDIRECCIÓN DE ESTUDIOS
PROFESIONALES**

Ixtapaluca, Estado de México a 28 de julio de 2022.

Los abajo firmantes, Miembros del Jurado para Examen de Grado de Maestría, hacen CONSTAR que, habiendo revisado el trabajo de tesis desarrollado por LCDA. MIRIAM LORELY MARTÍNEZ GONZÁLEZ, bajo el título "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA EN CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA INNOVACIÓN DE EVENTOS SOCIALES EN IXTAPALUCA, ESTADO DE MÉXICO", hemos dictaminado que ha sido aprobada y aceptada por el Comité asesor indicado, como requisito parcial para obtener el grado de Maestría en Administración, por lo que se autoriza su impresión.

ATENTAMENTE

PRESIDENTE



**DR. LUIS ALFONSO BONILLA CRUZ
DOCENTE PTC**

SECRETARIO



**DR. EDGARDO RODRÍGUEZ MORENO
DOCENTE PTC**

VOCAL



**MTRA. MARÍA DEL CARMEN ARRIETA LÓPEZ
DOCENTE PTC**

VOCAL



**DRA. MARÍA EUGENIA ESTRADA CHAVIRA
DOCENTE PTC**

RESUMEN

Se trata de un emprendimiento que brinda servicios y productos personalizados, auténticos y diferenciados a los habitantes de municipio de Ixtapaluca, Estado de México donde no existe una empresa de organización de eventos sociales que contemple todos los servicios, únicamente ofrecen el lugar, sillas y mesas para realizar tu evento además de ofrecer un servicio único al usuario.

Al evaluar un proyecto se estiman las ventajas y desventajas de carácter técnico y financiero, para la puesta en marcha de un proyecto de inversión de manera que se facilite la toma de decisiones y el desarrollo de las empresas.

En el presente se pretende determinar qué tan atractiva y rentable es un salón de eventos personalizados en el municipio de Ixtapaluca, Estado de México, Se define claramente el problema de solucionar y las razones de su realización, los objetivos de este y se desarrollan una serie de estudios y análisis que permiten da solución al problema. Los resultados obtenidos del mismo darán las bases fundamentales para la conformación de una empresa sirviendo como marco de investigación y proporcionando información a las personas interesadas en el tema de forma clara y precisa, aportando propuestas y soluciones aplicables a cualquier otra empresa siendo una guía rápida y completa.

Palabras clave: Emprendimiento, Proyecto de Inversión, Conformación de una Empresa

ABSTRACT

It is an undertaking that provides personalized, authentic and differentiated services and products to the inhabitants of the municipality of Ixtapaluca, State of Mexico, where there is no social event organization company that includes all services, they only offer the place, chairs and tables to hold your event in addition to offering a unique service to the user.

When evaluating a project, the technical and financial advantages and disadvantages are estimated for the implementation of an investment project in a way that facilitates decision-making and business development.

At present, it is intended to determine how attractive and profitable a personalized events room is in the municipality of Ixtapaluca, State of Mexico, the problem to be solved and the reasons for its realization, the objectives of the same, and a series are developed of studies and analysis that allow solving the problem. The results obtained from it will provide the fundamental bases for the formation of a company serving as a research framework and providing information to people interested in the subject in a clear and precise way, providing proposals and solutions applicable to any other company being a quick guide and complete.

Keywords: Entrepreneurship Investment Project, Formation of a Company.

DEDICATORIA

Mi tesis la dedico con todo mi amor y cariño a mis hijos Jorge y Daniel por ser mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día más y ser mejor persona.

AGRADECIMIENTOS

Principalmente agradezco al Tecnológico de Estudios Superiores de Ixtapaluca que me acepto ser nuevamente parte de ella para continuar preparándome para estudiar una maestría. Me brindo oportunidades incomparables en el área laboral.

Agradezco mucho por la ayuda de los Doctores, compañeros, y a la universidad en general por todo el conjunto de conocimientos que me compartieron durante estos dos años.

Contenido

RESUMEN	2
ABSTRACT	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTOS	5
CAPITULO I. INTRODUCCION	11
Planteamiento del problema de investigación	13
Justificación.....	15
Hipótesis.....	16
Objetivos (General y Específicos).....	16
CAPITULO II. MARCO TEÓRICO	17
Marco Histórico Estudios previos (antecedentes).	18
Definición de los proyectos de inversión.	19
Estudio de Mercado.....	20
2.1.1 Estudio de la Situación Actual del Mercado.	21
2.1.2 Estudio del Producto o Servicio.....	21
2.1.3 Estudio de la Demanda.....	22
2.1.4 Estudio de la Oferta.....	22
2.1.5 Mercado Potencial para el Proyecto.	23
2.1.6 Precio	23
2.2 Estudio Técnico	24
2.2.1 Descripción de la Localización.....	24
2.2.2 Tamaño de la Empresa	24
2.2.3 Infraestructura de Servicios.....	25
2.2.4 Disponibilidad de Insumos.....	26
2.2.5 Tecnología Utilizada.....	26
2.2.6 Proceso de Servicio.	27
2.2.7 Control de Calidad.....	27
2.2.8 Estructura Organizacional.....	27
2.3 Estudio Económico. Financiero.....	28
2.3.1 Presupuesto de Inversión y su Financiación.....	28
2.3.2 Inversiones en Activo Fijo.....	28
2.3.3 Inversiones en Activo Circulante (Capital de Trabajo)	29
2.4 Estudio financiero.....	29
2.4.1 Estado de Resultados.	29
2.4.2 Flujo de Caja.....	29
2.4.3 Punto de Equilibrio.....	30
2.4.4 Evaluación financiera.....	31
2.4.5. Valor Presente Neto.	31
2.4.6. Tasa Interna de Retorno	32
2.4.7 Tasa de descuento	33

2.5 Marco Legal	1
2.5.1. Constitución legal y régimen fiscal.....	1
2.5.2. Licencias y permisos para iniciar operaciones	2
CAPITULO III. CONTEXTO.....	4
3.1 El contexto nacional.....	5
3.2 Identificación de los salones de eventos en la economía.....	6
CAPITULO IV. METODOLOGÍA.....	8
4.1 Diseño metodológico	9
4.1.1 Tipo de investigación.....	9
4.1.2. Métodos de investigación.	9
4.1.3. Método teórico	9
4.1.3 Método inductivo-deductivo	10
4.2.2 Enfoque metodológico de la investigación.....	10
4.2.3 Población y Muestra.....	11
4.2.4 Técnica e instrumento de recolección de datos.....	15
4.3 Análisis y presentación de datos.	15
4. 4 Estudio de Mercado	16
4.4.1 Matriz de competencia indirecta.....	16
4.5 Análisis e interpretación de encuestas realizadas.....	18
4.6 Estrategia del Océano Azul	27
4.7 Matriz FODA	28
4.8.0 Matriz PEYEA	28
4.8 Estudio Técnico.....	30
4.8.1 Localización del proyecto.....	30
4.8.2 Análisis del mercado de competencia:.....	30
4.8.3 Diferencias competitivas (Benchmark).....	31
4.8.4 Localización definida para la ubicación de las instalaciones del proyecto.....	32
4.8.5 Distribución de la Planta.....	32
4.9 Estudio Administrativo	33
4.9. 1 Nombre de la empresa	33
4.9.2 Misión.....	33
4.9.3 Visión	34
4.9.10 Valores Corporativos	34
4.9.11 Objetivos.....	34
4.9.12 Colores Institucionales.....	35
4.9.13 Estructura de la Organización	1
4.9.14 Determinación de la Inversión	72
4.9.15 Modelo CANVAS	72
4. 10 Estudio financiero	74
4.10.1 Proyección en Ventas	74
4.10.2 Proyección de ventas anual por cantidad	75
4.10.2 Proyección de ventas por valor	76
4.10.3 Proyección de ventas por año	77
4.10.5 Presupuesto de inversión fija	78
4.10.6. Presupuesto de inversión en muebles y enseres.	79

4.10.7 Presupuesto de inversión en equipo de cómputo y equipo de oficina.	80
4.10.8 Depreciaciones en inversión en equipo de cómputo y equipo de oficina.	81
4.10.9 Presupuesto de inversión en activos intangibles	81
4.10.10 Presupuesto de gastos de ventas	81
4.10.11. Capital de trabajo	81
4.10.12. Presupuesto de costos y gastos	82
4.10.13 Estado de Situación financiera y estado de resultados	83
4.10.14 Estado de pérdidas y ganancias	85
4.10.15. Punto de equilibrio	85
4.10.16 Flujo neto de fondos	86
4.10.17 TIR	87
4.10.18 VAN.....	87
4.10.19 Relación Beneficio Costo	88
4.10.20 Período de Recuperación	89
Marco Legal	90
4.11 Acta constitutiva.....	90
4.12 Autorización para el nombre o denominación social.	93
4.13 Inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes.	95
4.14 Inscripción del Acta Constitutiva	96
4.15 Constancia de actualización en el padrón estatal de contribuyentes	99
4.16 Permiso uso de Suelo Municipio de Ixtapaluca.....	100
4.17 Registro del patrón y los trabajadores.	103
4.18 Inscripción en el SIEM	108
4.19 Establecimiento de la Comisión de Seguridad e Higiene, Comisión de Capacitación y Adiestramiento.....	111
CAPITULO V. RESULTADOS	114
Conclusiones	115
Recomendaciones	117
Referencias.....	118
Bibliográficas	118
Electrónicas.....	119
Anexos	120
Formato de encuesta.....	120
Glosario de Términos.....	122

Índice de Figuras

Figura 1. Actividades de los proyectos de inversión	19
Figura 2. Aspectos del estudio de Mercado.....	20
Figura 3. Agentes del mercado.	21
Figura 4. Aspectos para considerar de la Demanda.....	22
Figura 5. Aspectos del estudio de la demanda.....	23
Figura 6. Requerimientos de un Proceso de Servicio	27
Figura 7. Clasificación de los flujos de liquidez.	30
Figura 8. Representación del punto de equilibrio.....	31
Figura 9. Organización de la actividad económica.....	6
Figura 10. Clasificación INEGI se los Servicios inmobiliarios y de alquiler. Y servicios de alojamiento.....	7
Figura 11. Áreas funcionales de la Administración	10
Figura 12. Localización de Ixtapaluca dentro del Estado de México.....	11
Figura 13. Localización de Ixtapaluca cercana	12
Figura 14. Datos del INEGI de Ixtapaluca	12
Figura 15. Comprobación electrónica	14
Figura 16. Sexo	18
Figura 17. Edad	19
Figura 18. Nivel Escolar.....	20
Figura 19. Ingreso familiar socioeconómico.....	21
Figura 20. Lugar Físico	22
Figura 21. Actividades a realizar	23
Figura 22. Servicios adicionales	24
Figura 23. Disposición a pagar por eventos completos.....	25
Figura 24. Disposición a pagar por fiesta temática	26
Figura 25 . Disposición a pagar un sobreprecio	27
Figura 25. Diagrama.....	29
Figura 26. Localización de Ixtapaluca dentro del Estado de México.....	30
Figura 27. Berchmarck.....	31
Figura 28. Distribución de la Planta.....	32
Figura 29. Logotipo propuesta.....	33
Figura 30. Organigrama	72
Figura 31. CANVAS.....	72

Índice de tablas

Tabla 1. Licencias y permisos para iniciar operaciones	2
Tabla 2. Habitantes del municipio de Ixtapaluca	12
Tabla 3. Unidades Económicas de Ixtapaluca 2022.....	13
Tabla 4. Matriz de Competencia Directa	17
Tabla 5. Sexo	18
Tabla 6. Edad.....	19
Tabla 7. Escolaridad	20
Tabla 8. Ingreso socioeconómico.....	21
Tabla 9. Ingreso socioeconómico.....	22
Tabla 10. Actividades a realizar	23
Tabla 11. Servicios adicionales.....	24
Tabla 12. Disposición a pagar por eventos completos	25
Tabla 13. Disposición a pagar por una fiesta temática.....	26
Tabla 15. Posición estratégica interna y externa.	29
Tabla 16. Disposición a pagar por una fiesta temática.....	31
Tabla 17. Proyección de ventas mensual por cantidad.....	75
Tabla 18. Proyección de ventas anual por cantidad.....	76
Tabla 19. Proyección de ventas anual por cantidad.....	77
Tabla 20. Proyección de ventas anual por un año.....	78
Tabla 21. Presupuesto inversión fija.	79
Tabla 22. Presupuesto de Inversión en Muebles y Enseres. Precios corrientes de 2021 .	79
Tabla 23. Presupuesto de inversión en equipo de cómputo y sistemas. Precios corrientes de 2021.....	80
Tabla 24. Presupuesto de inversión en equipo de cómputo y sistemas. Precios corrientes de 2021.....	80
Tabla 25. Depreciaciones en inversión en equipo de cómputo y equipo de oficina.	81
Tabla 26. Presupuesto de inversión en activos intangibles.....	81
Tabla 27. Presupuesto de gastos de ventas.	81
Tabla 28. Presupuesto de costos y gastos	82
Tabla 29. Presupuesto de Gastos y Costos.	82
Tabla 30. Estado de Resultados.....	83
Tabla 31. Balance General.....	84
Tabla 31. Estado de pérdidas y ganancias.....	85
Tabla 32. Punto de Equilibrio	85
Tabla 33. Punto de Equilibrio	86
Tabla 34. Flujo neto de fondos.....	86
Tabla 35. TIR.....	87
Tabla 36. VAN.....	88
Tabla 37. Relación Beneficio Costo.....	88

CAPITULO I. INTRODUCCION

Introducción

Para que un evento sea todo un éxito requiere de una buena planeación. Su organización es una de las tareas más difíciles y complicadas de realizar, ya que encierra una amplia gama de actividades y detalles que son vitales para que sea un día inolvidable.

Por lo anterior, nace la idea de crear un plan de negocios para una empresa organizadora de todo tipo de eventos sociales, como por ejemplo bodas, quince años, bautizos, cenas de gala, convenciones, seminarios, exposiciones, congresos, entre muchos otros. El objetivo de la empresa es que el cliente participe de manera activa en la organización del evento sin que se preocupe por la organización de este y que se sienta feliz y satisfecho por los resultados obtenidos. El plan de negocios se llevará a cabo un estudio de mercado, técnico y principalmente financiero, en el que se estudiará el financiamiento inicial de la empresa y el crecimiento de esta.

El mercado al que está dirigido este plan de negocios es a todos los sectores socioeconómicos. Innovando en procesos, servicios, productos y ventajas ante sus clientes con respecto a la competencia ubicada en Ixtapaluca, Estado de México, siendo el principal objetivo ofrecer al cliente el desarrollo de la logística adecuada para que su evento sea todo un éxito.

Se pretende facilitar, organizar y llevar a cabo todas las actividades y detalles que se deben realizar en cada evento, eliminar los errores de omisión y ser eficientes y complacientes con los gustos de los clientes.

La calidad en el servicio se lleva a cabo por medio de la personalización de cada evento, porque se pretende brindar a cada cliente varios conceptos con opciones en cuanto a salones de fiestas, jardines, menús, bebidas. Mantelería, sillas, arreglos florales, centros de mesa, diseño de invitaciones, decoración, mesa de dulces, decoración, piñata, animador, sonido, música, repostería etc. de acuerdo con gustos de cada uno.

Es importante contar con varias opciones para acoplarnos a su presupuesto ofreciendo un servicio personalizado. Las ventajas sobre la competencia son grandes, ya que en Ixtapaluca no existe servicio tan completo como el que se quiere ofrecer.

Planteamiento del problema de investigación

Este proyecto surge de la necesidad de brindar un servicio de espacios para la organización de eventos sociales y a domicilio. Diseño de un plan de negocios para la creación de una empresa de logística de eventos familiares, escolares y empresariales en Ixtapaluca, Estado de México dentro y fuera de las instalaciones con decoraciones y productos temáticos de acuerdo con gustos, preferencias y demandas de las personas que contraten los servicios.

Encontrando todo lo que buscan para sus fiestas en un mismo lugar, además de ofrecer precios competitivos en la Zona en donde se encuentra una oportunidad de crear oportunidades de empleo. Generando una nueva experiencia al consumidor de volver sus festejos inolvidables con creatividad, organización e innovación se necesita para ofrecer productos y servicios de calidad, que puedan satisfacer a la colectividad la necesidad de celebrar sus momentos especiales con la comodidad y elegancia que amerita.

Existen varios salones de fiestas en la mayoría solo ofrece servicio en sus propias instalaciones, y a precios excesivos .Existen paquetes para fiestas que incluyen renta del lugar, estacionamiento, alimentos, bebidas, y decoración sencilla de mesas (en algunos) dejando en segundo lugar muchos detalles que resultan determinantes en este tipo de celebraciones como son la decoración y ambientación entre otros aspectos que resultan cruciales para que nuestro evento tenga la trascendencia que se desea, por lo tanto se descuidan muchos detalles que hacen que un evento se destaque de otras celebraciones.

Pero si se pretende organizar una fiesta que no sea dentro de las instalaciones de algún salón, existen alquiladoras que te rentan mesas, sillas, carpa y manteles blancos y se

tiene que contratar los servicios adicionales (comida, decoración, mesa de dulces con otros negocios.) Lo cual involucra gastos adicionales como tiempo, gasolina y dinero).

El crecimiento poblacional ha hecho del Municipio de Ixtapaluca, Estado de México, una región importante para la inversión comercial, ya que se encuentran consumidores potenciales con buena capacidad adquisitiva y necesidades de consumo, que no solo habitan en dicho municipio, sino que se dirigen al mismo, provenientes de áreas vecinas en búsqueda de áreas de esparcimiento.

Para ello se llevará a cabo un estudio de la demanda y de la oferta de los productos que ofrece la empresa para la creación de eventos, para posteriormente conocer la factibilidad de mercado del proyecto.

Una vez conocida la factibilidad de mercado, se quiere determinar la factibilidad técnica, como el tamaño, localización, infraestructura de servicios, capacidad instalada y utilizada, los turnos de trabajo, la disponibilidad de los diferentes proveedores, el control de calidad y el proceso de servicio, entre otros.

Después de la elaboración de los estudios anteriores se da a conocer la factibilidad económica-financiera, para calcular algunos aspectos tales como: la inversión, el capital de trabajo, los costos de operación, para finalmente poder elaborar el balance general, flujos de fondos y el estado de resultados para realizar el cálculo de la Tasa Interna de Retorno, el Valor Presente Neto, el punto de equilibrio y el periodo de recuperación de la inversión en cada uno de los escenarios planteados.

Justificación

Se pretende solucionar la necesidad de los habitantes de Ixtapaluca al ser una zona conurbana en la gran mayoría por Unidades Habitacionales donde por la falta de espacio no se pueden organizar diferentes eventos. Existen salones y algunos jardines que no brindan las comodidades, espacio físico o todos los servicios que se requieren para brindar un servicio de calidad.

Los servicios que podrían ofrecer son alquiler de salón para eventos empresariales, escolares, infantiles, espacio para espectáculos, alquiler de juegos infantiles, mecánicos y de feria, guardería, mesa de dulces, decoración personalizada, fotografías, alimentos y bebidas, iluminación siendo que algunos servicios pueden ser a domicilio. Facilitando la planeación, logística y Operación, ofreciendo asesoría personalizada con calidad a un precio razonable.

Este trabajo surge de la necesidad de buscar un lugar que cubra con todas sus expectativas y requerimientos de acuerdo con el evento esperado. Se desea crear un lugar donde se pueda atender toda clase de eventos familiares, escolares, culturales y empresariales brindando creatividad, organización e innovación al ofrecer productos y servicios de calidad, que puedan satisfacer la necesidad de celebrar sus momentos especiales con la comodidad y elegancia que amerita. Generando el desarrollo socio económico de Ixtapaluca al generar fuentes de empleo a distintas familias del sector.

La temática se justifica porque permitirá crear en base a un análisis de factibilidad un salón de eventos con los requerimientos y necesidades que la ciudadanía demanda, en el cual puedan realizar sus programas de forma cómoda y segura con un servicio de calidad que en la actualidad no existe.

Además, en el presente trabajo se plantea considerando la situación actual de riesgos sanitarios en la que vivimos frente al COVID 19 y variantes, en las que se buscan alternativas para disfrutar los eventos de la mejor manera posible.

Hipótesis

La creación de una innovadora de organización de fiestas y eventos sociales en Ixtapaluca Estado de México que abarque todos los servicios necesarios para cada evento mediante un plan de negocios, es viable financieramente.

Variable independiente: Factibilidad económica y financiera para ofrecer servicios de fiestas. VAN y TIR

Variable dependiente: Inversión en un Salón de fiestas. Utilidad Neta

Objetivos (General y Específicos)

Medir la factibilidad económica- financiera para la creación de una empresa de logística de eventos familiares, escolares, culturales y empresariales en Ixtapaluca, Estado de México.

Objetivos específicos.

- Diagnosticar el ambiente competitivo en el que estamos rodeados para evaluar los indicadores financieros los cuales nos ayudaran a ajustar nuestros costos a un nivel equitativo.
- Identificar los servicios y productos a ofrecer para satisfacer la demanda.
- Reconocer las nuevas tendencias para ofrecer un servicio de calidad e innovador.
- Identificar las diferentes clases sociales existentes dentro de la población para promocionar paquetes de servicios según el presupuesto.
- Evaluar la factibilidad financiera del negocio, estimando los resultados del cálculo de indicadores de rentabilidad de la inversión como el Valor Presente Neto (VPN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el punto de equilibrio.

CAPITULO II.

MARCO TEÓRICO

Marco Histórico Estudios previos (antecedentes).

Los criterios, técnicas y metodologías para formular, preparar y evaluar proyectos de creación de nuevas empresas se formalizaron por primera vez en 1958 en el libro “Manual de proyectos de desarrollo económico” estudio preparado por el Programa CEPAL/AAT de capacitación en materia de desarrollo económico de las Naciones Unidas. En este medio siglo se han producido enormes cambios en la forma de estudiar los proyectos de inversión para medir su factibilidad económica y financiera, el procedimiento general sigue centrándose en la recopilación, creación y sistematización de información que permita identificar ideas de negocio y medir cuantitativamente los costos y beneficios de un eventual emprendimiento comercial. Implementando modelos y técnicas de predicción y análisis para sistematizar la información que requieren los agentes económicos que participan en las decisiones y en los modelos complementarios de simulación y riesgo, que involucran varios sectores: salud, la iglesia, la educación, y principalmente el entretenimiento logrando asignar correctamente los recursos.

A diferencia de los estudios de proyectos de creación de nuevos negocios, las evaluaciones de proyectos que involucran modificar una situación existente, como las inversiones que las empresas realizan para su modernización, requieren consideraciones muy particulares y procedimientos muy específicos. Entre otras cosas, esto se debe a que, en el caso de estudiar un posible cambio de la situación vigente, la evaluación debe comparar el beneficio neto entre la situación base (o actual), la situación actual optimada y la situación con proyecto.

En otras palabras, se analiza la variación en la creación de valor futuro que tendría optar por una inversión (o desinversión) con relación al valor que se podría esperar si se mantiene la situación actual. En un proyecto nuevo todos los costos de operación y de administración vs beneficios deben ser considerados.

Definición de los proyectos de inversión.

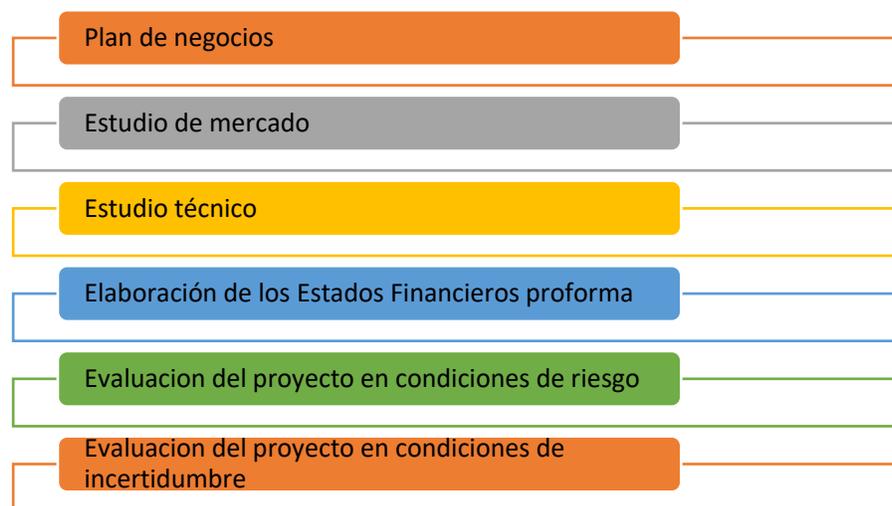
De acuerdo con Rodríguez (2016) la formulación y evaluación de proyectos de inversión tiene su origen en el plan de negocios que crea un ideólogo empresarial con el objetivo de aprovechar una oportunidad de producir bienes y servicios que satisfagan necesidades o solucionen problemas. Este plan toma forma cuando se realiza un estudio de mercado que investiga la viabilidad de la demanda por parte de la sociedad a la que se pretende dirigir el bien o servicio; así como de un estudio técnico que determina la posibilidad de producir dicho bien o servicio y la elaboración de estados financieros proforma que ordenan, numéricamente, los resultados que se obtuvieron del estudio de mercado y del estudio técnico.

Posteriormente, estos estados financieros proforma deben evaluarse para determinar su rentabilidad financiera.

El proyecto de inversión es un proceso que consta de actividades específicas y tareas precisas que permiten obtener un documento estructurado y confiable.

Sus actividades se pueden listar de la forma siguiente:

Figura 1. Actividades de los proyectos de inversión



Nota: El proyecto de inversión es un proceso que consta de actividades específicas y tareas precisas que permiten obtener un documento estructurado y confiable. Elaboración propia 2021

Estudio de Mercado.

Según Rosendo (2016) la investigación de mercados es una herramienta fundamental para la toma de decisiones estratégicas de marketing de toda empresa.

Según Dos Santos (2017) se puede utilizar la investigación de mercados para encontrar lagunas en los mercados, evaluar nuevas oportunidades, desarrollar nuevos productos y servicios, evaluar el potencial y diagnosticar fortalezas y debilidades de las empresas.

El estudio de mercado abarca los siguientes aspectos:

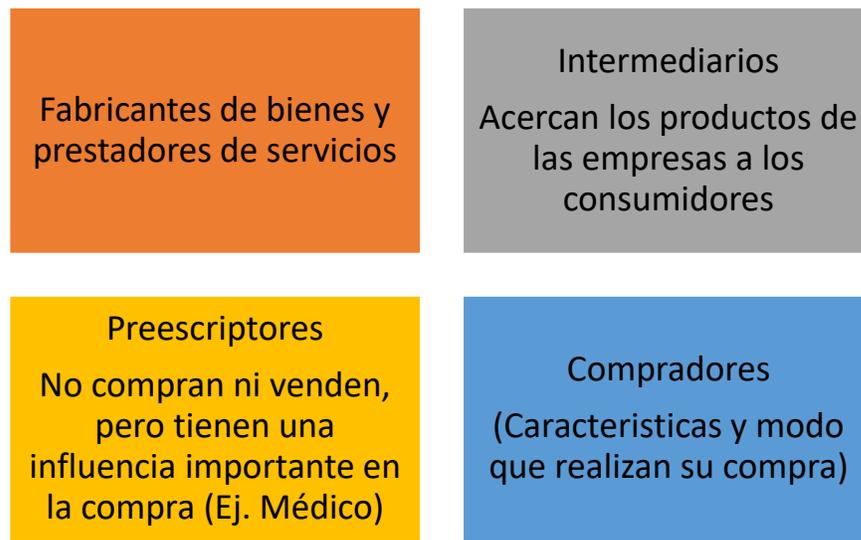
Figura 2. Aspectos del estudio de Mercado.



Elaboración: Propia 2021

La estructura del mercado viene determinada, además de por los aspectos del entorno general, por los agentes que actúan en él, que son:

Figura 3. Agentes del mercado.



Elaboración: Propia 2021

2.1.1 Estudio de la Situación Actual del Mercado.

Desde la perspectiva empresarial de Rivas (2014) el consumidor se está convirtiendo en el elemento fundamental en el planteamiento de estrategias, y esto ha hecho que las organizaciones empresariales se preocupen por realizar investigaciones de mercado tendientes a aproximarse al conocimiento y la comprensión de los problemas de consumo de los individuos, a fin de elaborar bienes y servicios muy próximos a sus necesidades, deseos y requerimientos.

2.1.2 Estudio del Producto o Servicio.

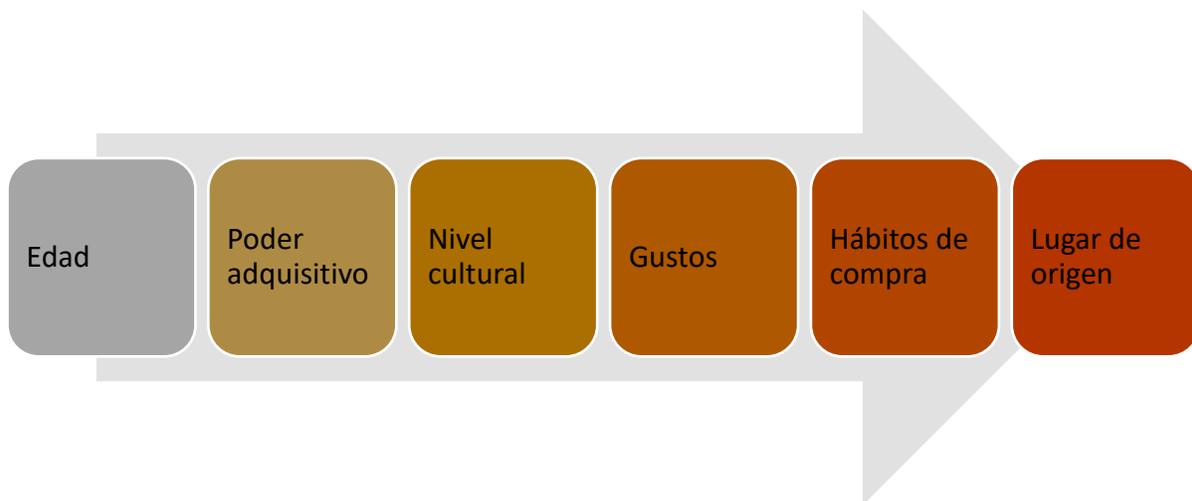
Menciona Izard (2010) que el estudio de marketing lleva al conocimiento de que cualquier director de marketing de cualquier empresa cuya actividad se centra en la venta de productos y servicios dirigidos al consumidor final, se tiene constantemente en cuenta cuáles son las personas y organizaciones que compran sus productos, donde los compran y cuál es la relación que tiene con ellos, tanto por el servicio recibido como por la percepción que sobre el precio pueda tener. Así que para tomar una decisión se contemplan diversos factores en la decisión de compra del consumidor.

Por lo cual consiste en definir todos los aspectos y características que realmente demanden ese producto o servicio, para ver si satisface realmente una necesidad concreta del mercado.

2.1.3 Estudio de la Demanda

Según Toca (2019) la demanda equivale al requerimiento de productos específicos respaldado por la capacidad (económica, física, etc.) y la voluntad de adquirirlos. En este orden de ideas, la demanda se basa en el deseo, el deseo de la necesidad y la necesidad en la sensación. Entonces para poder delimitar el perfil concreto del cliente potencial se deben de tomar en cuenta los siguientes aspectos:

Figura 4. Aspectos para considerar de la Demanda

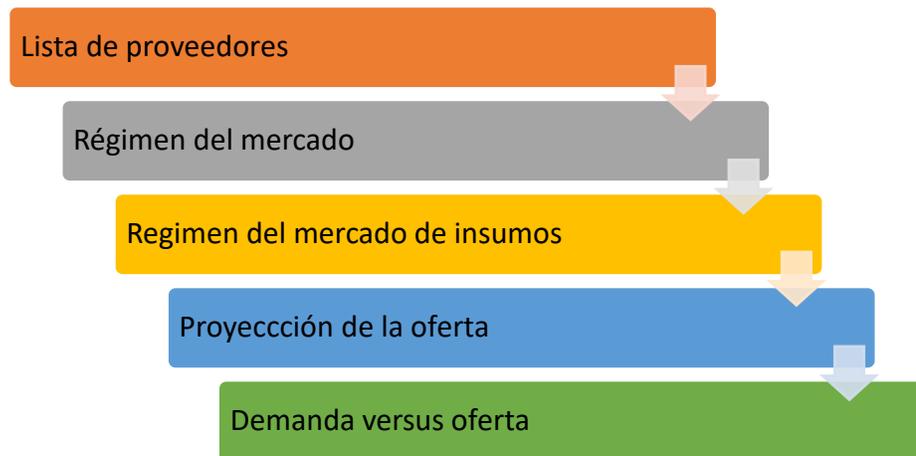


Elaboración: Propia 2021

2.1.4 Estudio de la Oferta.

Según Mesa (2012) al igual que en el análisis de la demanda del producto/servicio en el estudio de la oferta se considera la situación actual y futura de la industria y las condiciones de la competencia existente. Para desarrollar esta actividad se recomienda el análisis histórico. En el que se consideran los siguientes aspectos:

Figura 5. Aspectos del estudio de la demanda.



Elaboración: Propia 2021

2.1.5 Mercado Potencial para el Proyecto.

Según Mesa (2012) el propósito es determinar la demanda insatisfecha del producto, mediante el cruce de datos proyectados entre la demanda y la oferta, que estaría dispuesta a adquirir una población específica para satisfacer una necesidad. Si la demanda es mayor que la oferta significa que existirá demanda insatisfecha y será la base para la oferta de un nuevo producto al mercado; sino existe tal diferencia para justificar el proyecto, se requiere argumentarlo con otras tácticas que permitan captar un mercado ya cubierto con otros productos.

2.1.6 Precio

De acuerdo con Mesa (2012) la fijación de precio del producto es relevante dentro del estudio de mercado, es establecer el precio que el consumidor estaría dispuesto a pagar para adquirir en intercambio el producto y los servicios que lo acompañan. Existen varios métodos para determinar el precio de acuerdo a la demanda estimada del producto, es importante identificar, en el estudio de fijación

de precio del producto, la brecha donde fluctuará el precio de venta unitario del producto. Estableciendo el precio, este deberá ser el que se utilizar para el cálculo de las proyecciones financieras.

2.2 Estudio Técnico

Con la información proporcionada por el estudio de mercado y las variables preestablecidas que existiesen en torno al proyecto se procede a desarrollar el planteamiento técnico del mismo, cuyo objetivo central es definir las características y capacidad física del futuro salón de fiestas, de los productos y servicios que se pondrán en el mercado y la localización de este.

2.2.1 Descripción de la Localización

La elección de la localización vendrá determinada por una serie de circunstancias que permitirán detectar las ventajas de dicha elección, así como solventar los posibles inconvenientes del lugar elegido, (cercanía de clientes y proveedores, ubicación de la competencia, costos de transporte, nivel de precios, pros y contras del arrendamiento o la compra, posibilidad de *leasing*, facilidad de obtención de suministros de luz, agua, teléfono, fácil acceso y comunicaciones, posibilidad de ampliación y necesidades de obras o acondicionamientos.

2.2.2 Tamaño de la Empresa

Para Bacca (1991), los factores que influyen de manera predominante en la selección del tamaño de una planta industrial o empresa comercial.

- Características del mercado de consumo: Revisar los resultados del estudio de mercado con el fin de determinar si la dimensión del mercado potencial para el proyecto permite o no montar la empresa

- Características del mercado de abastecimiento: Los volúmenes y las características de las materias primas, así como la localización de las áreas de producción de estas, son los factores que se toman en cuenta para ajustar el tamaño de la planta.
- Disponibilidad de recursos financieros: Uno de los factores limitantes de la dimensión de una empresa es la disponibilidad de recursos económicos. Estos recursos se requieren para hacer frente tanto a las necesidades de inversión de activo fijo como para satisfacer los requerimientos de Capital de Trabajo.
- Características de la mano de obra: A veces puede resultar más conveniente reducir el tamaño de una empresa que hacer frente a fuertes erogaciones para dotar de ciertos beneficios sociales a los trabajadores de esta. Este factor unido a la falta de mano de obra calificada puede obligar a reconsiderar el tamaño de la empresa.
- Tecnología de producción: Se debe tomar en cuenta las características de los procesos y equipos. Es recomendable la selección de un tamaño inicial de planta mayor que el determinado, cuando se deben realizar fuertes inversiones y largos periodos para la puesta en marcha.

2.2.3 Infraestructura de Servicios

La infraestructura de Servicios está conformada por los servicios públicos requeridos para el funcionamiento y desempeño del proyecto (como energía eléctrica, telefonía y similares, vías de comunicación y su cercanía a puertos, aeropuertos y sistemas de ferrocarril (Blanco 2011)

2.2.4 Disponibilidad de Insumos.

Según Sapag (2014) la disponibilidad de insumos se deduce del estudio de la existencia de capacidad productiva en toda la cadena de abastecimiento y determinará en definitiva el costo al cual podrá adquirirlo el proyecto. Si hay disponibilidad de materias primas, el precio al que se podrá comprar será inferior al que se lograría si no existiese la posibilidad.

Reúne diversos aspectos como:

- Seleccionar a los mejores proveedores, para evitar una paralización de las operaciones por falta de materia prima.
- Encontrar las mejores condiciones de pago: disponibilidad de recursos financieros para la instalación del tamaño óptimo de planta se requiere para alcanzar la inversión y verificar si son suficientes para la instalación de la planta.
- Exigir la materia prima de la más alta calidad.

2.2.5 Tecnología Utilizada

Blanco (2006), explica que “bien sea que se trate de tecnología contratada o propia, deberá especificarse su alcance, los beneficios que aporta y las ventajas que agrega al proceso y al producto, Debe ser contratada deberá indicarse los términos de la contratación y su costo.

La tecnología tiene estrecha relación con el tamaño de planta y con las inversiones de costos de producción, Si la producción es a gran escala, el costo de producción por unidad será menor, debido a esto el costo total de producción disminuye y aumentan las utilidades del proyecto.

2.2.6 Proceso de Servicio.

Perre 2009 dice que un proceso puede definirse como cualquier actividad o grupo de estas mediante las cuales uno o varios insumos sufren una determinada transformación o cambio y además adquiere un valor agregado.

Involucra:

Figura 6. Requerimientos de un Proceso de Servicio



Elaboración: Propia 2021

2.2.7 Control de Calidad.

Pilar 2015, se abordan diferentes conceptos y estudios actuales sobre los conceptos de calidad y excelencia. El concepto de calidad ha ido cambiando en el tiempo, y como veremos, existen diferentes orientaciones e interpretaciones del término en torno a la forma de abordar su control; la calidad de conformidad, el aseguramiento de la calidad y excelencia. La calidad total, es en realidad una filosofía, una cultura y una estrategia permanente, que cambia en función de las diferentes empresas u organizaciones.

El aseguramiento de la calidad coincide en la definición y control de los diferentes procesos, y el cuidado de todos los detalles, todo ello encaminado a conseguir la satisfacción del cliente.

2.2.8 Estructura Organizacional.

Lusthaus 2002 nos dice que es capacidad de estructurarse y reestructurarse para adaptarse a condiciones internas y externas cambia bastante. Se entiende esta

capacidad de una organización de dividir el trabajo y asignar funciones y responsabilidades a personas y grupos de la organización. El cual se divide en dos aspectos. El primero es la estructura de gobernabilidad que representa la propiedad o el sistema legal de orientación de la organización, siendo así la responsabilidad final, legal y social como organización y el segundo es la estructura operativa: como transforma una organización los recursos en bienes y servicios para los fines programados.

2.3 Estudio Económico. Financiero

Concorde a Eslava (2003) el estudio económico financiero conforma la tercera etapa de los proyectos de inversión, en el que figura de manera sistemática y ordenada la información de carácter monetario, en resultado a la investigación, análisis y evaluación de la rentabilidad económica del proyecto.

Este estudio comprende el monto de los recursos económicos necesarios que implica la realización del proyecto a su puesta en marcha, así como los costos totales requeridos durante su operación.

2.3.1 Presupuesto de Inversión y su Financiación.

En acuerdo con Tanaka 2005 el presupuesto de inversión es un documento que da a conocer las inversiones y su financiación, da a conocer los gastos e ingresos que se provocaran, conoce las compras e ingresos de varios periodos. En sí, se puede decir que es un plan esencialmente numérico que se anticipa a las operaciones que se pretenden llevar a cabo. Se puede decir también que el presupuesto de inversión es un sistema que permite a la dirección planear y controlar las actitudes de una empresa de modo que pueden realizar sus objetivos en cuanto a ganancias y servicios.

2.3.2 Inversiones en Activo Fijo

En total acuerdo con Sanchis (2008) nos habla de las inversiones a largo plazo o de activo fijo, las cuales incluyen e inmovilizado material (terrenos,

construcciones, instalaciones, maquinaria, mobiliario y elementos de transporte) y el inmovilizado inmaterial (patentes, marcas, concesiones administrativas y otros).

2.3.3 Inversiones en Activo Circulante (Capital de Trabajo)

Según Díaz (2008) las Inversiones a corto plazo, incluyen las existencias de la empresa (materias primas y auxiliares, productos en curso o en proceso de elaboración y productos terminados), los clientes y efectos a cobrar y el dinero en caja, bancos y otras inversiones a corto plazo.

2.4 Estudio financiero

Para Díaz (2008) el plan financiero incluye el conjunto de recursos necesarios para poder realizar las inversiones previstas. Incluye las necesidades de recursos para asumir los gastos de constitución y de establecimiento de la empresa, las inversiones a largo plazo y las inversiones a corto plazo y los propios recursos a utilizar, tanto propios (capital social, autofinanciación) como ajenos (préstamos y créditos, créditos de proveedores, etc.).

2.4.1 Estado de Resultados.

A consideración de Charles (2014) el balance general suministra a las personas que toman las decisiones de una empresa información sobre la capacidad de la compañía para atender sus necesidades de operación y endeudamiento a corto plazo. No obstante, a los inversionistas en general les interesa más la capacidad de la compañía para producir utilidades y servicios durante mucho tiempo, información que es posible recabar mediante el estado de resultados.

2.4.2 Flujo de Caja.

De acuerdo con Gilbert (1993) En finanzas y en económica se entiende por flujo de caja los “flujos” de entradas y salidas de caja o efectivo, en un periodo dado.

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa. El estudio de los flujos de caja dentro de una empresa puede ser utilizado para determinar problemas de liquidez. El ser rentable no significa necesariamente poseer liquidez.

Una compañía puede tener problemas de efectivo, aun siendo rentable. Por lo tanto, permite anticipar los saldos de dinero.

Para analizar la viabilidad de proyectos de inversión, los flujos de fondos son la base de cálculo del valor actual neto y de la masa interna de retorno.

Para medir la rentabilidad o crecimiento de un negocio cuando se entienda que las normas contables no representan adecuadamente la realidad económica. Los flujos de liquidez se pueden clasificar en:

Figura 7. Clasificación de los flujos de liquidez.

a) Flujos de caja operacionales: efectivo recibido o expedido como resultado de las actividades económicas de base de la compañía.

b) Flujos de caja de inversión: efectivo recibido o expedido considerando los gastos de inversión de capital que beneficiaran el negocio a futuro. (Ej. la compra de maquinaria nueva, inversiones o adquisiciones).

c) Flujos de caja de financiamiento: efectivo recibido o expedido como resultado de actividades financieras, tales como recepción o pago de préstamos, emisiones o recompra de acciones y/o pago de dividendos.

Elaboración: Propia 2021

2.4.3 Punto de Equilibrio

El análisis del punto de equilibrio es un cálculo crítico para el mantenimiento de un negocio. Implica la determinación del volumen de ventas necesario para que la empresa no gane ni pierda. Por encima de ese volumen de ventas el negocio proporciona utilidades por debajo se producen pérdidas.

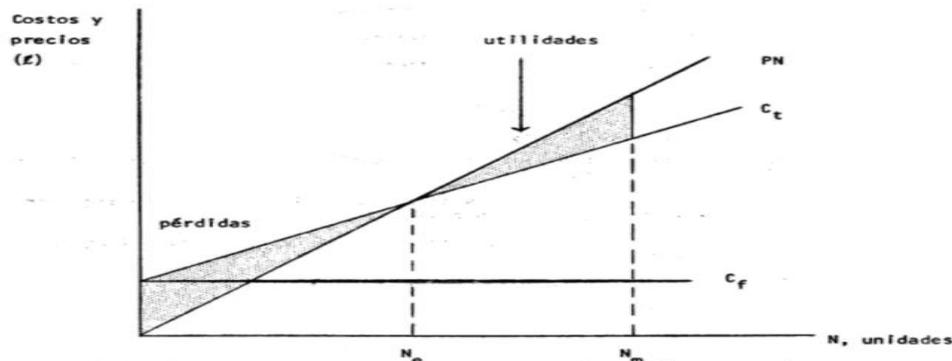
La fórmula es la siguiente:

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo total}}{\text{Precio de venta} - \text{Costo variable}} = \text{Cantidades}$$

Ecuación 1. Fórmula del punto de Equilibrio

Puede ser representado y usado gráfica o matemáticamente:

Figura 8. Representación del punto de equilibrio.



Nota: Se basa en la relación entre los ingresos totales de la empresa y su costo total, según cambia la producción (suponiendo que se vende la totalidad de esta). En el análisis de equilibrio intervienen costos y gastos. Tomado de Url: <https://enciclopediaeconomica.com/punto-de-equilibrio/>

2.4.4 Evaluación financiera

Tomando en cuenta a Gilbert (2007) se efectúa realizando diferentes análisis. Como los que a continuación se mencionan.

2.4.5. Valor Presente Neto.

A efectos de evaluar el rendimiento de una inversión, se considera la proyección del flujo de caja para calcular el Valor Actual Neto. Una vez que se han estimado los flujos de caja de todos los meses se puede realizar el cálculo del VAN de acuerdo con una tasa de descuento anual previamente especificada. LA metodología del VAN consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de

caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual del proyecto.

Un valor positivo del Valor Actual Neto indica que el valor de la inversión en términos de Valor Actual excede el valor original de la inversión. El VAN depende de la tasa de descuento usada para calcular el valor presente del flujo de fondos.

La fórmula que se requiere para calcular el Valor Actual Neto es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \left(\frac{Ft}{(1+k)^t} \right) - l_0$$

Ecuación 2. VAN

Y se requieren las siguientes variables:

Ft= Representa los flujos de caja en cada periodo t.

1°= es el calor del desembolso inicial de la inversión.

N= es el número de períodos considerado.

K= tipo de interés Si el proyecto no tiene riesgo, se tomará como referencia el tipo de renta fija, de tal manera que con el VAN se estimara si la inversión es mejor que invertir en algo seguro, sin riesgo específico.

En otros casos, se utilizará el coste de oportunidad. Cuando el VAN toma un valor igual a 0, k pasa a llamarse TIR (tasa interna de retorno). LA TIR es la rentabilidad que nos está proporcionando el proyecto. Si es el VAN >0 significa que mi proyecto es rentable; en el caso que fuera menor o negativo, el proyecto no sería factible.

2.4.6. Tasa Interna de Retorno

La Tasa Interna de Retorno o Tasa Interna de Rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el Valor Actual Neto o Valor Presente (VAN o VPN) es igual a 0. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.

Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte. El coste de Oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo; el coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad si tiene riesgo). Si la tasa de rendimiento del proyecto expresada por la TIR, supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario se rechaza.

La función de descuento que no permite traer un capital futuro al momento presente se enuncia de la siguiente forma:

$$C_o = \frac{1}{(1 + r)^n} * c^n$$

Ecuación 3. Fórmula Tasa Interna de Retorno

Donde,

C^o = Valor Actual

r = tipo de interés en tanto por uno

C^n = Valor futuro

n = número de periodos (años, meses, días)

Hay que tener cuidado para que el tipo de período elegido coincida con el de referencia del tipo de interés. Es decir, si se usa un tipo de interés anual, habrá que expresar los periodos en años; por ejemplo, un semestre se expresaría como 0.5 años. Si los periodos se expresan en trimestres, el tipo de interés anual tendría que dividirse entre cuatro, etc.). Este índice se le compara con la tasa de descuento, si la Tasa Interna de Retorno es mayor a mi tasa de descuento quiere decir que mi proyecto es rentable.

2.4.7 Tasa de descuento

Es una tasa de interés utilizada para descontar pagos futuros cuando se calcula el valor descontado presente.

La tasa de descuento empleada en la actualización de los flujos de caja de un proyecto es una de las variables que más influyen en el resultado de la evaluación de este, la utilización de una tasa de descuento inapropiada puede llevar a un resultado equivocado de la evaluación.

En este punto se requiere considerar la tasa de rentabilidad mínima requerida que se ha de exigir en las inversiones que debería ser superior al costo de financiación o costo de capital.

2.5 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 4 de agosto de 1934, con la última reforma publicada DOF 14 de junio 2018.

2.5.1. Constitución legal y régimen fiscal

Conforme al artículo 1° reconoce las siguientes especies de sociedades mercantiles:

I.- Sociedad en nombre colectivo;

II.- Sociedad en comandita simple;

III.- Sociedad de responsabilidad limitada;

IV.- Sociedad anónima;

V. Sociedad en comandita por acciones; Fracción reformada DOF 14-03-2016

VI. Sociedad cooperativa, y Fracción reformada DOF 14-03-2016 VII. Sociedad por acciones simplificada.

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 con 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 con la ley vigente.

2.5.2. 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 siguiente tabla se presentan los diferentes permisos y licencias que el gobierno del Estado de México, solicita para la consolidación de una empresa.

Tabla 1. Licencias y permisos para iniciar operaciones

Licencias y permisos para iniciar operaciones		
Secretaría de Relaciones Exteriores	Autorización para el nombre o denominación social.	Gratuito
Notario Publico	Protocolización del acta constitutiva.	\$ 2188 pesos Documento permanente
Servicio de Administración Tributaria	Inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes.	Gratuito
Registro Público de la Propiedad y el Comercio	Inscripción del Acta Constitutiva	Incluido en honorarios en Notario Publico
Tesorería General del Estado	Inscripción de la empresa.	Gratuito
Secretaría de Desarrollo Humano	Permiso de Uso de Suelo.	Para superficie de uso habitacional: Hasta 160 m2 \$3207 mxn. De 161 m2 hasta 500 m2 \$5271.23 mxn. De 501 hasta 1 hectarea \$8150.18 mxn.
Secretaría de Salud	Inscripción de la empresa.	Gratuito
Instituto Mexicano del Seguro Social	Registro del patrón y los trabajadores.	Gratuito
Cámara Empresarial	Inscripción en el SIEM	\$670.00 pesos MXN 6 personas ocupadas
Secretaría del trabajo	Establecimiento de la Comisión de Seguridad e Higiene, Comisión de Capacitación y Adiestramiento.	Gratuito

Nota.: CONASAMI. Comisión Nacional de Salarios Mínimos. www.conasami.org.mx

Gobierno del Estado de México. www.edomex.gob.mx

Secretaría de Economía <http://www.siem.gob.mx/siem/como.asp?sec=4>

Elaboración: Propia 2022

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.

CAPITULO III.

CONTEXTO

En el siguiente capítulo se expone un panorama general del comportamiento en contexto mundial, nacional y del municipio de Ixtapaluca, Estado de México.

La industria de organización de eventos representa 1.5% del PIB del país. Se estima que cada participante gasta una media de 810 dólares en estas actividades según Forbes (2019) .México es de los 10 países del mundo con una industria de organización de eventos más potente que lideran Estados Unidos, China y Alemania, por este orden.

La economía de Ixtapaluca está representada según datos del Censo Económico 2019, por comercio al por menor en un 53.6%, Servicios de Preparación de alimentos y Bebidas en un 11.2% y los servicios de Esparcimiento Culturales y Deportivos y Otros en un 1.26% de los ingresos.

3.1 El contexto nacional

A partir de 1922 se iniciaron los esfuerzos para organizar las actividades económicas en México durante el gobierno del general Álvaro Obregón con la creación del Departamento de Estadística Nacional posteriormente la Creación del Banco de México. En 1994 sucede la Ratificación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) donde los países socios (Estados Unidos de Norte América, Canadá y México acuerdan clasificar las actividades económicas para poder comparar las estadísticas económicas, así como la Clasificación Industrial Internacional (NAICS)

Figura 9. Organización de la actividad económica

11	Agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza
21	Minería
22	Generación, transmisión, distribución y comercialización de energía eléctrica, suministro de agua y de gas natural por ductos al consumidor final
23	Construcción
31-33	Industrias manufactureras
43	Comercio al por mayor
46	Comercio al por menor
48-49	Transportes, correos y almacenamiento
51	Información en medios masivos
52	Servicios financieros y de seguros
53	Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles
54	Servicios profesionales, científicos y técnicos
55	Corporativos
56	Servicios de apoyo a los negocios y manejo de residuos, y servicios de remediación
61	Servicios educativos
62	Servicios de salud y de asistencia social
71	Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos
72	Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas
81	Otros servicios excepto actividades gubernamentales
93	Actividades legislativas, gubernamentales, de impartición de justicia y de organismos internacionales y extraterritoriales

*Fuente: División por 20 sectores, 94 subsectores con 304 ramas, 612 subramas y 1049 clases INEGI (2018)
Elaboración: Propia 2021*

3.2 Identificación de los salones de eventos en la economía.

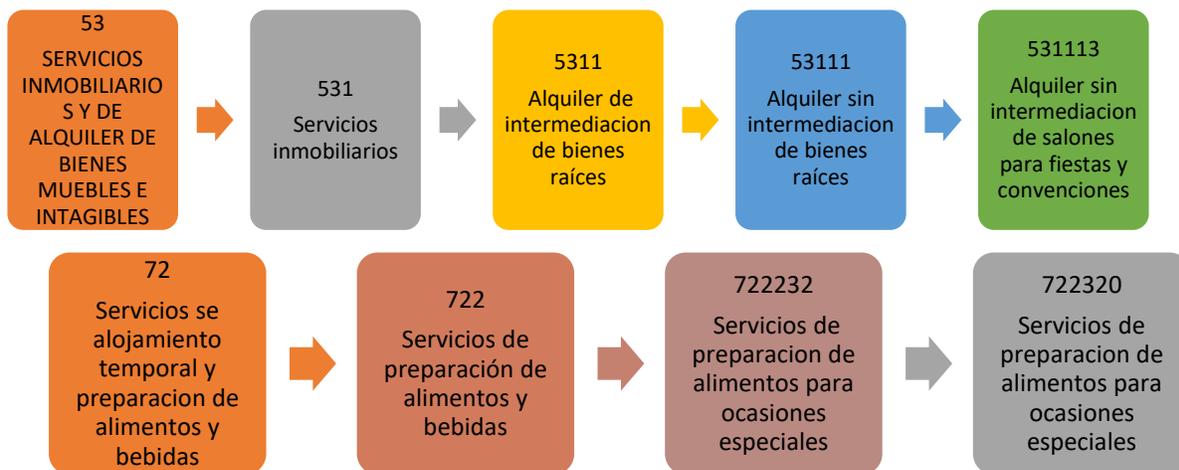
Es importante identificar al sector que pertenece los servicios de eventos para conocer si ha logrado un crecimiento o decremento en la industria y el mercado necesarios para conformar un plan de negocios, la localización se realiza en SCIAN (Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte 2018) que es la base para la generación, presentación y difusión de todas las estadísticas económicas del INEGI. Su adopción por parte de las Unidades del Estado permitirá homologar la información económica que se produce en el país, y con ello contribuir a la de la región de América del Norte.

Es la base para la generación, presentación y difusión de todas las estadísticas económicas del INEGI. Su adopción por parte de las Unidades del Estado permitirá

homologar la información económica que se produce en el país, y con ello contribuir a la de la región de América del Norte.

Los salones de fiestas pertenecen al sector 53 y 72 (Servicios inmobiliarios y de alquiler muebles e inmuebles intangibles, Unidades económicas dedicadas principalmente al alquiler sin intermediación de bienes raíces, como viviendas amuebladas y no amuebladas, salones para fiestas y convenciones, oficinas y locales comerciales, teatros, estadios, auditorios, terrenos y edificios industriales (bodegas, galerones, plantas y naves industriales). Y Apartado 72 a la preparación de alimentos y bebidas para ocasiones especiales en combinación con el alquiler de salones para fiestas; a la preparación de café para llevar o de autoservicio.

Figura 10. Clasificación INEGI se los Servicios inmobiliarios y de alquiler. Y servicios de alojamiento



Fuente: <https://www.inegi.org.mx/app/scian/>
Elaboraci3n: Propia 2021

CAPITULO IV. METODOLOGÍA

4.1Diseño metodológico

4.1.1 Tipo de investigación

Documental.

Es aquella que se basa en el análisis de fenómenos reales a través del estudio de teorías, eventos históricos y documentación que se relaciona directa o indirectamente con el tema central de la investigación (Rodríguez, 2003). En este caso la investigación documental se utilizará al momento de verificar información existente sobre la actividad comercial relacionada al sector de eventos sociales enfocado a la población de Ixtapaluca, Estado de México con la finalidad de determinar la posible viabilidad financiera y económica para el proyecto.

Investigación de Campo.

Facilita el análisis sistemático de problemas que existen en la realidad, a través de su descripción e interpretación, y el estudio de las variables que intervienen, aplicando métodos investigativos conocidos o en desarrollo, siendo su contacto con las fuentes primarias de información lo que marcan la diferencia (Contreras, 2011). La investigación de campo se aplicará cuando se realicen las encuestas al sector de Ixtapaluca, por la razón de tener acceso a las fuentes primarias de información mediante datos relevantes del estudio.

4.1.2. Métodos de investigación.

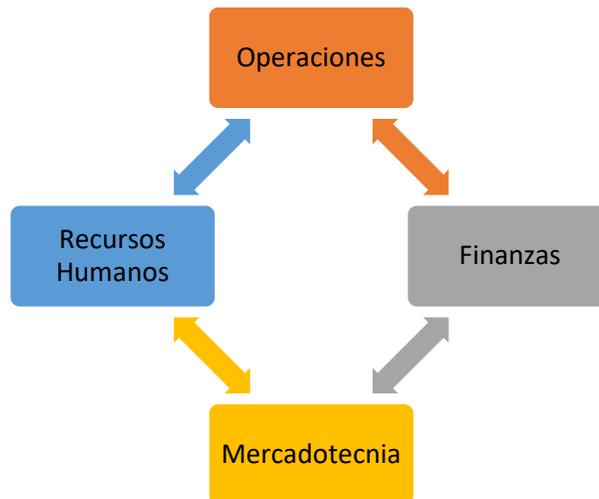
Los métodos que se requieren llevar a cabo son los siguientes:

4.1.3. Método teórico

Explica el problema en el cual se basa la investigación, relacionándola con el conocimiento o las teorías que existen sobre él. Al escoger este tipo de métodos para emplearlos en un trabajo investigativo, se suelen utilizar estudios ya realizados, tesis

comprobadas, teorías planteadas, entre otros (Días, 2010). Este método se generó a partir de fundamentos teóricos que sirvieron como ejes fundamentales para el desarrollo del estudio relacionando las cuatro áreas funcionales de la Administración:

Figura 11. Áreas funcionales de la Administración



Elaboración: Propia 2021

4.1.3 Método inductivo-deductivo

El método inductivo utiliza el análisis de los hechos a través del razonamiento, con la finalidad de obtener conclusiones que van desde lo general hacia lo particular. (Cegarra, 2012). Dentro de la investigación, el método inductivo facilitará la elaboración de conclusiones generales a partir de los hechos particulares recabados en el estudio de campo a través de las encuestas que se realizarán en el municipio de, Ixtapaluca, Estado de México.

4.2.2 Enfoque metodológico de la investigación.

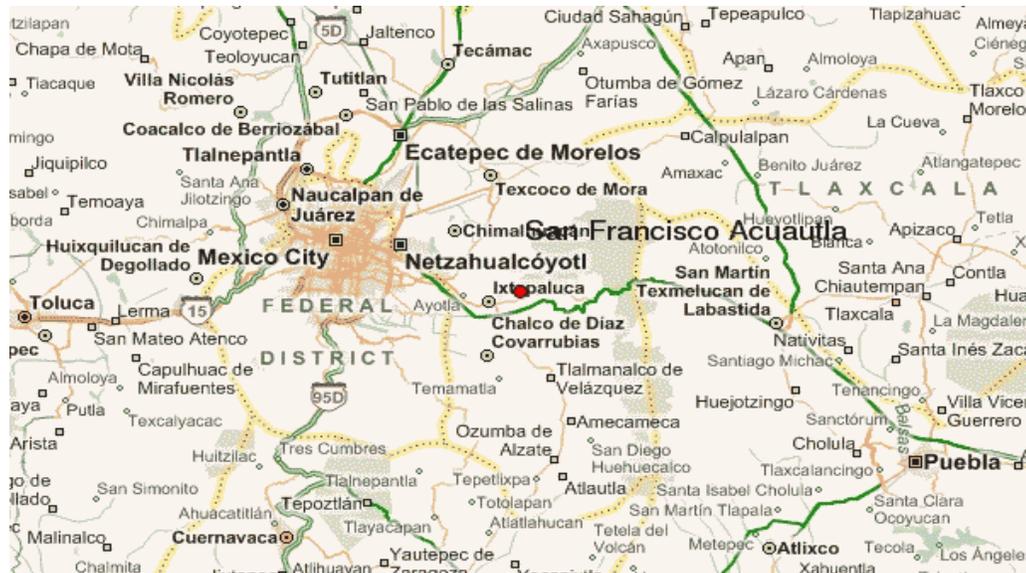
El enfoque cuantitativo implica el uso de técnicas de recolección de datos que se caractericen por su tendencia numérica y estadística, ya que expresan porcentualmente patrones de comportamiento de la población en estudio. (Hernández, 2006). Es el enfoque cuantitativo que se empleará al momento de realizar encuestas, genera

información en cifras y porcentajes, facilitando la toma de análisis e interpretación de la muestra.

4.2.3 Población y Muestra.

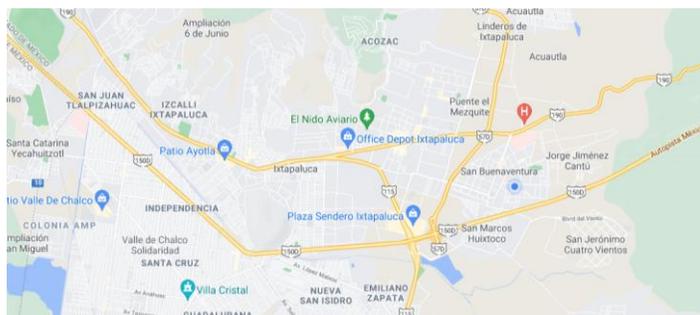
La población en la que se enfocará el estudio de campo será en función de las respuestas obtenidas por la población que se localiza al oriente del Estado de México a 4 kilómetros de la cabecera municipal de Ixtapaluca; colindando al norte con Coatepec. Contando con 27960 habitantes (13,653 hombres y 14,307 mujeres) según el último estudio realizado por el INEGI 2010.

Figura 12. Localización de Ixtapaluca dentro del Estado de México



Fuente: <https://www.google.com.mx/maps/preview>

Figura 13. Localización de Ixtapaluca cercana



Fuente: <https://www.google.com.mx/maps/preview>

El municipio tiene una población total de 495,563 habitantes, de los cuales 242,723 son hombres y 252,840 mujeres.

Tabla 2. Habitantes del municipio de Ixtapaluca

	Edad	%
Población	15 a 29 años	26.6%
Hombres	15 a 29 años	26.7%
Mujeres	15 a 29 años	26.5%
Población	60 y más	4.8%
Hombres	60 y más	4.5%
Mujeres	60 y más	5.1%

Fuente: INEGI (2021) última actualización

Figura 14. Datos del INEGI de Ixtapaluca


Localidades



Sistema de Apoyo para la Planeación del PDZP

Información de localidad

Datos actuales						
Clave INEGI	150390012					
Clave de la entidad	15					
Nombre de la Entidad	México					
Clave del municipio	039					
Nombre del Municipio	Ixtapaluca					
Grado de marginación municipal 2010	Muy bajo					
Clave de la localidad	0012					
Nombre de la localidad	San Francisco Acapulco					
Estatus al mes de Octubre 2015	Activa					
Año	2005			2010		
Datos demográficos	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Total de población en la localidad	10,381	10,839	21,220	13,653	14,307	27,960
Viviendas particulares habitadas	4,810			6,976		
Grado de marginación de la localidad <i>(Ver indicadores)</i>	Bajo			Bajo		
Grado de rezago social localidad <i>(Ver indicadores)</i>	1 muy bajo			Muy bajo		
Indicadores de carencia en vivienda <i>(Ver indicadores)</i>						

Histórico

Clave origen	Clave actual	Nombre loc. actual	Fecha movimiento	Cargo actual	Descripción cargo actual
150390098	150390012	San Francisco Acapulco	30/10/2005	E	Conurbación de localidad

Fuente: INEGI (2021) última actualización

La actividad económica según el INEGI es el conjunto de acciones realizadas por una entidad económica para producir bienes y servicios, En Ixtapaluca, existen 16 mil 773 unidades económicas, según el Censo Económico del Años 2014 del INEGI, agrupadas de la siguiente manera:

Tabla 3. Unidades Económicas de Ixtapaluca 2022

Unidad económica	Total
Minería	50
Generación, transmisión y distribución de energía eléctrica, suministro de agua y de gas por ductos al consumidor final	33
Construcción	24
Industrias Manufactureras	1270
Comercio al por mayor	244
Comercio al por menor	8913
Transportes, correos y almacenamiento	15
Información de medios masivos	27
Servicios financieros y de seguros	74
Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles	205
Servicios profesionales, científicos y técnicos	203
Corporativos	0
Servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación	410
Servicios educativos	634
Servicios de salud y asistencia social	473
Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas	1461
Otros servicios excepto actividades gubernamentales	2316
Actividades legislativas, gubernamentales, de impartición de justicia y de organismos internacionales y extraterritoriales	136

Fuente: <http://gracoixtapaluca.blogspot.com/p/actividades-economicas-importantes.html>

Se planteaba realizar el estudio a la población de Ixtapaluca, pero debido a la pandemia se reduce la población a encuestar a la zona de San Francisco Acuatla donde se encuentra el predio, al tratarse de una población de 27960 habitantes, se utilizará la fórmula para el cálculo de la muestra donde intervienen los siguientes términos:

N: Tamaño de la muestra

z: Calculo utilizando el nivel de confianza (0.95/2= 0.475) valor respectivo a la tabla de distribución estadística z=1.96.

e: Error máximo permisible, para este caso se estableció del 5%.

p: Probabilidad de que el evento ocurra.

q: Probabilidad de que el evento no ocurra (q=1-p).

n: es el tamaño de la muestra a calcular.

CALCULO DE LA MUESTRA:

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

Ecuación 4. Cálculo de la muestra

SUSTITUCIÓN:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50)(0.50)(27690)}{(27690-1)(0.50)^2 + (1.96)^2(0.50)(0.50)}$$

n= 379 encuestas

COMPROBACIÓN ELECTRONICA

Figura 15. Comprobación electrónica

The image shows a web-based calculator titled "Calcula el tamaño de la muestra". It has three input fields: "Tamaño de la población" with the value 27960, "Nivel de confianza (%)" with a dropdown menu set to 95, and "Margen de error (%)" with the value 5. Below these fields, the result "Tamaño de la muestra" is displayed as the large green number 379.

Fuente: <https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>

4.2.4 Técnica e instrumento de recolección de datos

La encuesta, es una de las técnicas de investigación social más difundidas, se basa en las declaraciones orales o escritas de una muestra de la población con el objeto de recabar información. Se puede basar en aspectos objetivos (hechos, hábitos de conducta, características personales) o subjetivos (opiniones o actitudes). (Muñoz, 2012) Por esta situación la encuesta se enfocará como parte principal del estudio, mediante un cuestionario de 10 preguntas objetivas que permitan conocer la viabilidad del salón de eventos, ingresos económicos, gustos y preferencias, que serán de gran utilidad en el proyecto.

4.3 Análisis y presentación de datos.

Los datos para presentar fueron obtenidos mediante una encuesta de 10 preguntas dirigidas a la población en general del municipio de San Francisco Acuautla inicialmente se planteaba realizarlas cara a cara con habitantes de la localidad, pero debido a la pandemia fue aplicada por la plataforma *Survey Monkey Audience* y fue reenviado el enlace vía Facebook en grupos de Compras y Ventas de la localidad de San Francisco Acuautla.

Objetivo general de las Herramientas de medición:

Medir la factibilidad económica- financiera para la creación de una empresa de logística de eventos familiares, escolares, culturales y empresariales en Ixtapaluca, Estado de México.

Objetivos específicos de las herramientas de medición.

- Diagnosticar el ambiente competitivo en el que se rodea para evaluar los indicadores financieros los cuales nos ayudaran a ajustar nuestros costos a un nivel equitativo.

- Identificar los servicios y productos a ofrecer para satisfacer la demanda.
- Reconocer las nuevas tendencias para ofrecer un servicio de calidad e innovador.
- Identificar las diferentes clases sociales existentes dentro de la población para promocionar paquetes de servicios según el presupuesto.
- Evaluar la factibilidad financiera del negocio, estimando los resultados del cálculo de indicadores de rentabilidad de la inversión como el valor presente neto (VPN), la tasa interna de retorno (TIR) y el punto de equilibrio.

4. 4 Estudio de Mercado

4.4.1 Matriz de competencia indirecta

La matriz de competencia se utilizó como comparación de las ventajas entre sus competidores directos e indirectos, mediante la información directa vía telefónica y la observación de campo empleada, se obtienen los factores críticos de éxito que del salón de eventos considerará para determinar su modelo de actuación comercial.

Tabla 4. Matriz de Competencia Directa

#	Producto / cantidades	SALON ANDASADI	SALON DE FIESTAS ZENIT	MUNDO EXTREMO	SALON LA MANSION	SALON LA MARGINATA
1	Eventos Familiares	X	X	X	X	X
2	Eventos Escolares	X	X		X	X
3	Eventos Empresariales	X	X		X	
4	Eventos Culturales	X	X		X	
5	Servicio a domicilio					
6	Diseño y personalización de insumos (invitaciones, vasos y platos, piñata, dulceros, recuerdos, centros de mesa)	X	X	X	X	X
7	Catering					
8	Diseño y decoración de espacios	X	X	X	X	X
9	Diseño e impresión de protocolo					
10	Diseño, distribución y montaje de espacios (mesas, coctel, barra libre, ceremonias, <i>Seating</i>)	X	X	X	X	X
11	Coordinación y protocolo durante el evento (momentos especiales, regalos, música, detalles a invitados, etc)					
12	Servicio de meseros para el evento	X	X	X	X	X
13	Otros servicios (animación para niños, Espectáculos, Fotógrafo y Videos, Desplazamiento para invitados, Coches, limosina, Grupo Musical, Mariachi, Banda, Estaciones temáticas, cabina de fotos y Botargas Temáticas).	X	X	X	X	X
14	Alquiler de juegos infantiles y mecánicos (mini feria)			X		
15	Mesa de dulces personalizada	X	X	X	X	X
16	Servicio de Guardería					
	SERVICIOS ESPECIALES					
17	Suelo interactivo					
18	Empleo de hologramas					
19	<i>Streaming</i>					
20	<i>Fogscreens</i>					
21	<i>Video mapping</i>					
22	Recorrido virtual					
23	Tarjetas de Agradecimiento virtuales					
24	Pantalla en pista de baile					

Fuente: Elaboración propia 2021

4.5 Análisis e interpretación de encuestas realizadas a la población en general de la localidad de San Francisco Acuautla municipio de Ixtapaluca.

Pregunta 1.- ¿Sexo?

Tabla 5. Sexo

Opciones de respuesta	Respuestas	
Hombre	46%	175
Mujer	54%	204
Total	100%	379

Fuente: Elaboración propia 2021

Figura 16. Sexo



Fuente: Elaboración propia 2021

Con base en los resultados obtenidos en el municipio de San Francisco Acuautla, Ixtapaluca, la muestra nos dice que el 46% (175) corresponde a los hombres y el 56% (204) a las mujeres que viven en la localidad.

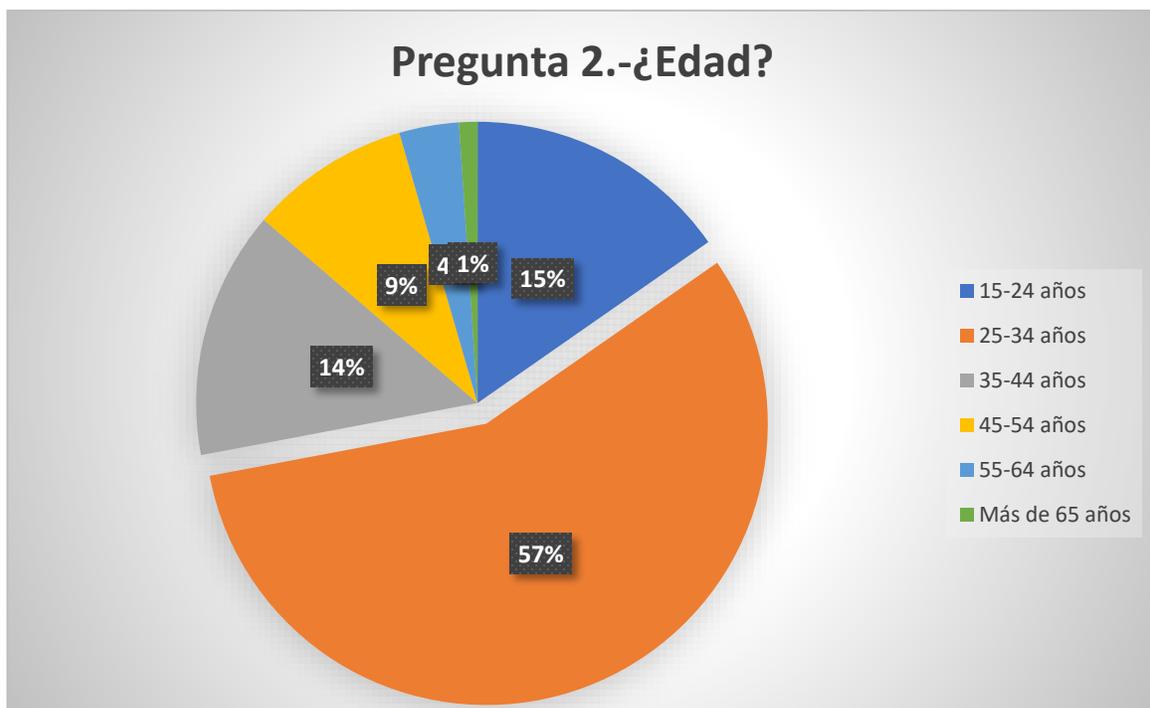
Pregunta 2.- ¿Edad?

Tabla 6. Edad

Opciones de respuesta	Respuestas	
15-24 años	15%	58
25-34 años	57%	215
35-44 años	14%	54
45-54 años	9%	35
55-64 años	3%	13
Más de 65 años	1%	4
Total	100%	379

Fuente: Elaboración propia 2021

Figura 17. Edad



Fuente: Elaboración propia 2021

La muestra de los encuestados el gráfico 2 se menciona que el 15% tiene entre 15 y 24 años, el 57% corresponde a 25 y 34 años, el 14% a 35 y 44 años, el 9% se ubica entre los 45 y 54 años, y el 4% restante corresponde a personas mayores de 55 años. Lo que significa que la población mayormente activa tiene entre 25 y 34 años.

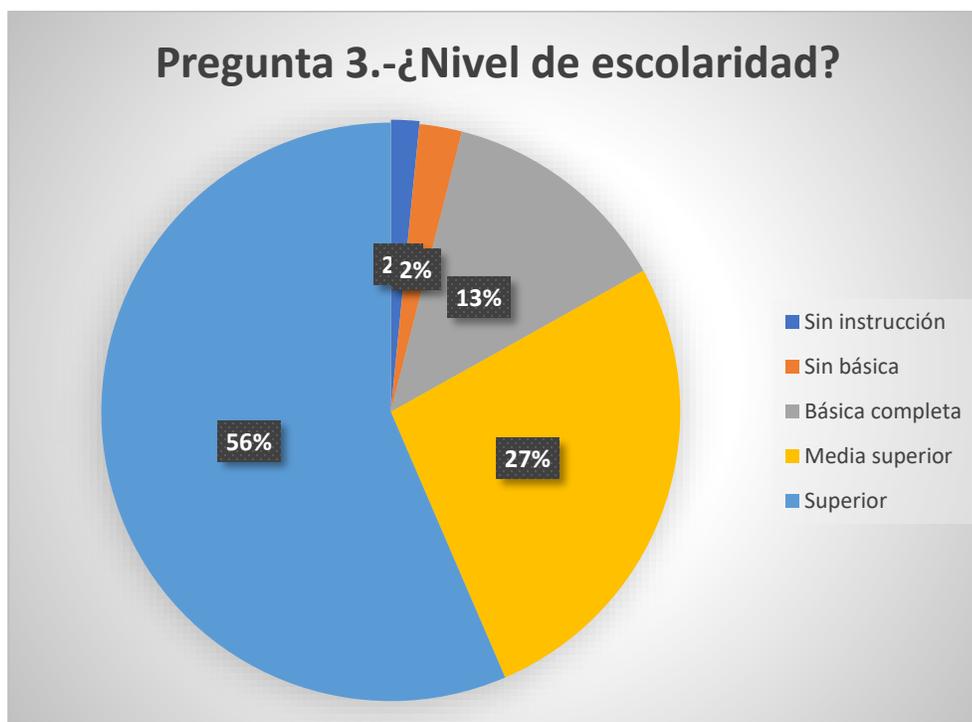
Pregunta 3.- ¿Nivel de escolaridad?

Tabla 7. Escolaridad

Opciones de respuesta	Respuestas	
Sin instrucción	2%	6
Sin básica	2%	9
Básica completa	13%	49
Media superior	27%	101
Superior	56%	214
Total	100%	379

Fuente: Elaboración propia

Figura 18. Nivel Escolar



Fuente: Elaboración propia 2021

El gráfico 3 nos representa que la mayoría de las personas encuestadas, el 56% tiene educación superior, el 27% media superior, el 13% básica completa y el 4% restante pertenece a sin instrucción y sin básica.

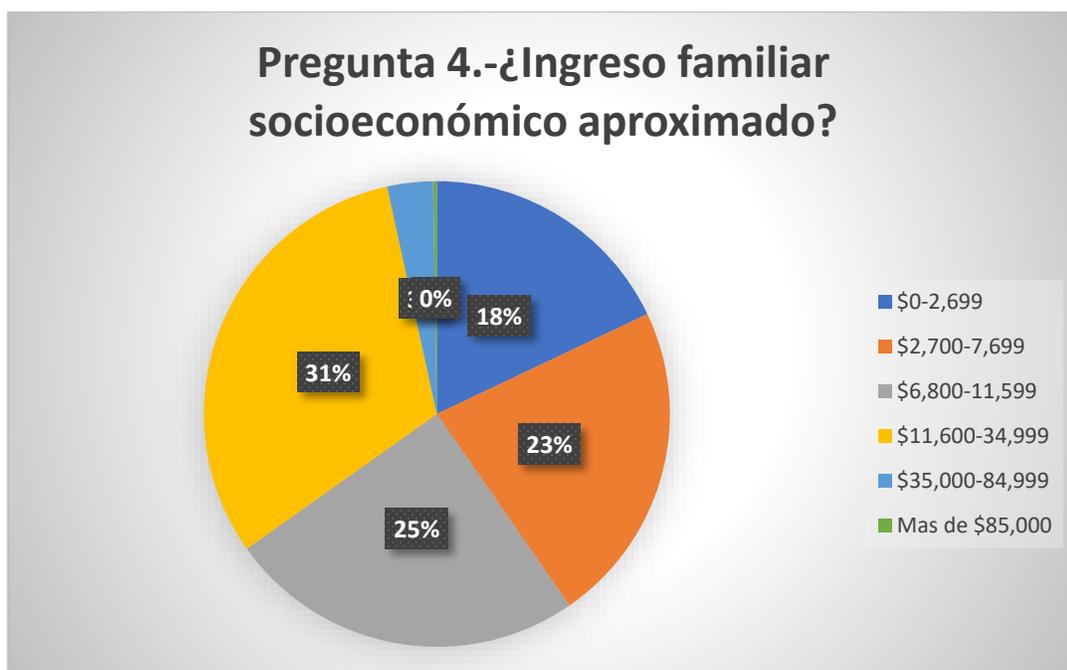
Pregunta 4.- ¿Ingreso familiar socioeconómico mensual aproximado?

Tabla 8. Ingreso socioeconómico

Opciones de respuesta	Respuestas	
\$0-2,699	18%	68
\$2,700-7,699	22%	85
\$6,800-11,599	25%	94
\$11,600-34,999	31%	119
\$35,000-84,999	3%	12
Más de \$85,000	0%	1
Total	100%	379

Fuente: Elaboración propia 2021

Figura 19. Ingreso familiar socioeconómico



Fuente: Elaboración propia 2021

El gráfico 4 existen 5 rangos que están especificados de acuerdo con el ingreso socioeconómico del INEGI, siendo así que el 23% de la población encuestada corresponde a un ingreso entre \$2,700 y \$7,699. El 18% entre \$0 y \$2,699, el 31% pertenece a un ingreso de \$11,600 y \$34,999. El 25% tiene un rango de \$6,800 y \$11,699. Y un 3% de los encuestados tienen un ingreso mayor a \$35,000 mensuales. Lo

que permite determinar que el grupo objetivo más fuerte para el salón de eventos son las personas entre \$6,800 y \$34,999.

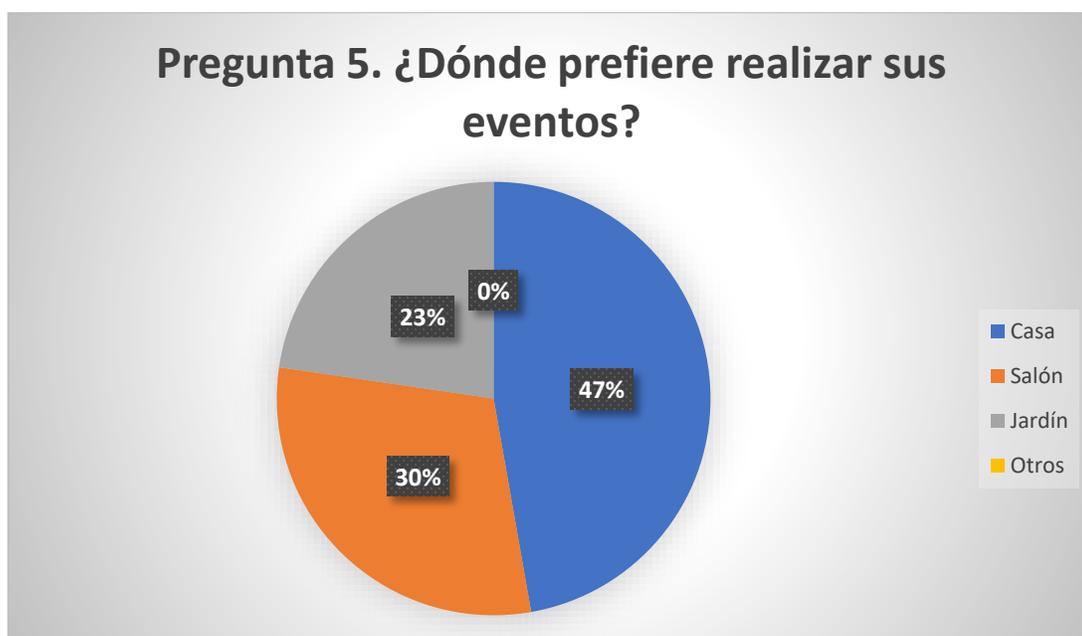
Pregunta 5.- ¿Dónde prefiere realizar sus eventos?

Tabla 9. Ingreso socioeconómico

Opciones de respuesta	Respuestas	
Casa	47%	179
Salón	30%	114
Jardín	23%	86
Otros	0%	0
Total	100%	379

Fuente: Elaboración propia 2021

Figura 20. Lugar Físico



Fuente: Elaboración propia 2021

En el gráfico 5 de las encuestas realizadas el 47% de las personas manifiestan que prefiere realizar sus eventos en casa, el 30% prefiere contratar un salón de fiestas y el 23% se inclina por los jardines de eventos al aire libre.

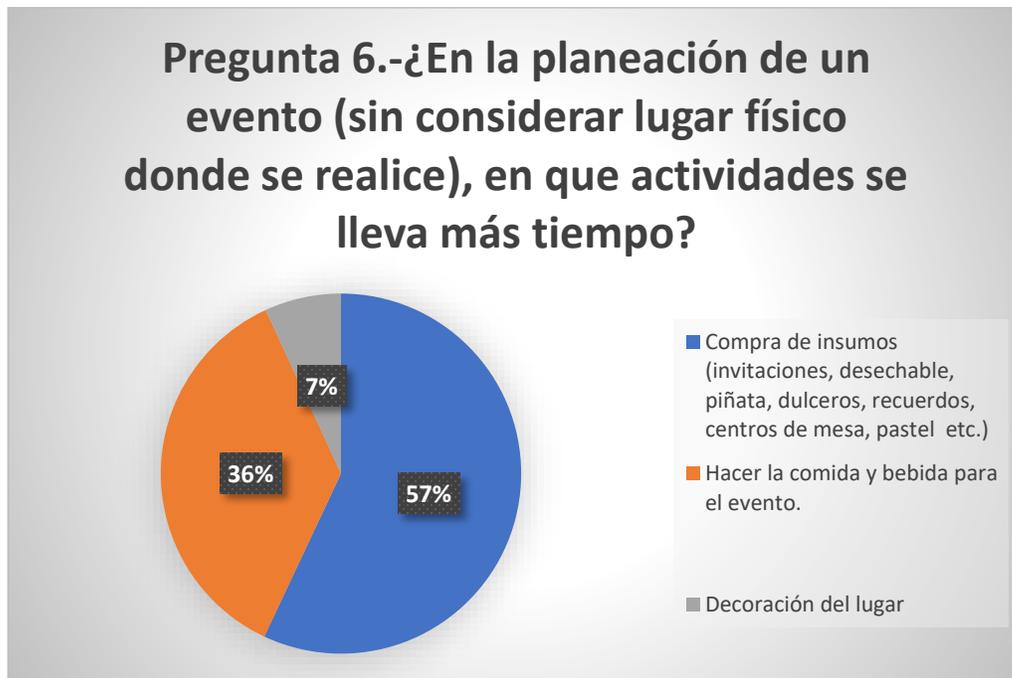
Pregunta 6.- ¿En la planeación de un evento (sin considerar lugar físico donde se realice), en que actividades se lleva más tiempo?

Tabla 10. Actividades a realizar

Opciones de respuesta	Respuestas	
Compra de insumos (invitaciones, desechable, piñata, dulceros, recuerdos, centros de mesa, pastel etc.)	57%	216
Hacer la comida y bebida para el evento.	36%	137
Decoración del lugar	7%	26
Total	100%	379

Fuente: Elaboración propia 2021

Figura 21. Actividades a realizar



Fuente: Elaboración propia 2021

Con base a las respuestas de las personas encuestadas se determina que el 57% ocupa más tiempo realizando compra de insumos considerando invitaciones, desechable, piñata, dulceros, recuerdos, centros de mesa, pastel, etc. Mientras que el 36% piensa que necesita más tiempo en hacer la comida y bebida para el evento. Y solo el 7% necesita más tiempo para realizar la decoración del lugar donde se realiza el evento.

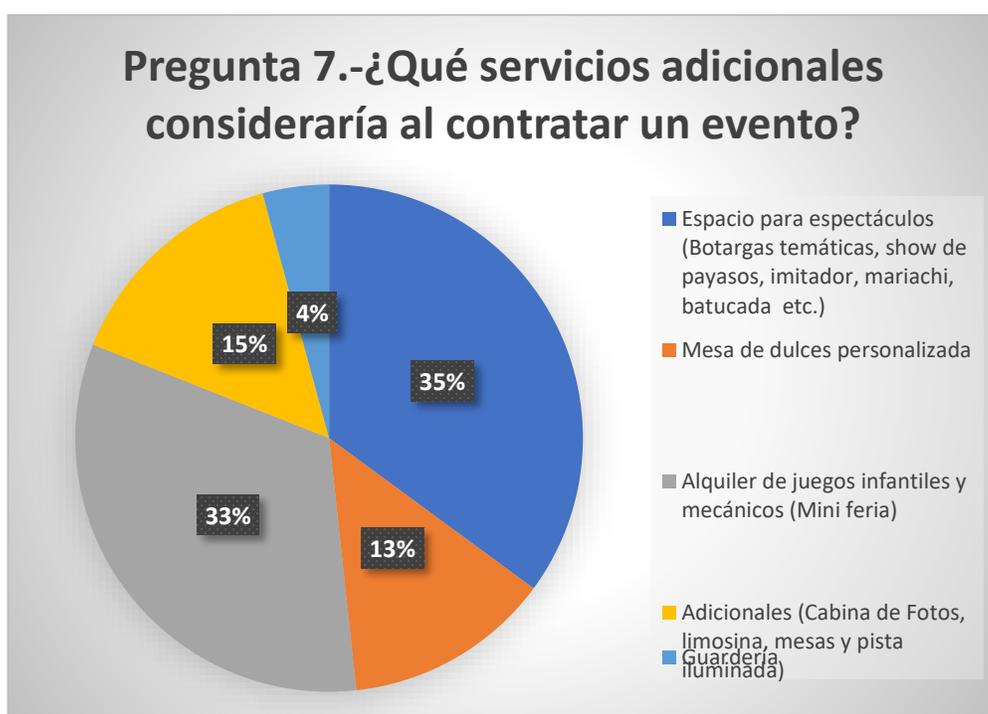
Pregunta 7.- ¿Qué servicios adicionales consideraría al contratar un evento?

Tabla 11. Servicios adicionales

Opciones de respuesta	Respuestas	
Espacio para espectáculos (Botargas temáticas, espectáculo de payasos, imitador, mariachi, batucada etc.)	35%	133
Mesa de dulces personalizada	13%	50
Alquiler de juegos infantiles y mecánicos (Miniferia)	33%	124
Adicionales (Cabina de Fotos, limosina, mesas y pista iluminada)	15%	56
Guardería	4%	16
Total	100%	379

Fuente: Elaboración propia

Figura 22. Servicios adicionales



Fuente: Elaboración propia 2021

En el gráfico 7 muestra que el 35% de los encuestados consideran al contratar un evento el espacio para espectáculos (botargas temáticas, espectáculo de payasos, imitador, mariachi, batucada, entre otros), El 33% piensan que es importante el alquiler de juegos infantiles y mecánicos o miniferia. El 15% tienen en cuenta los servicios adicionales (cabina de fotos, Coches, limosinas, mesas y pista iluminada) y el 4% consideraría la guardería.

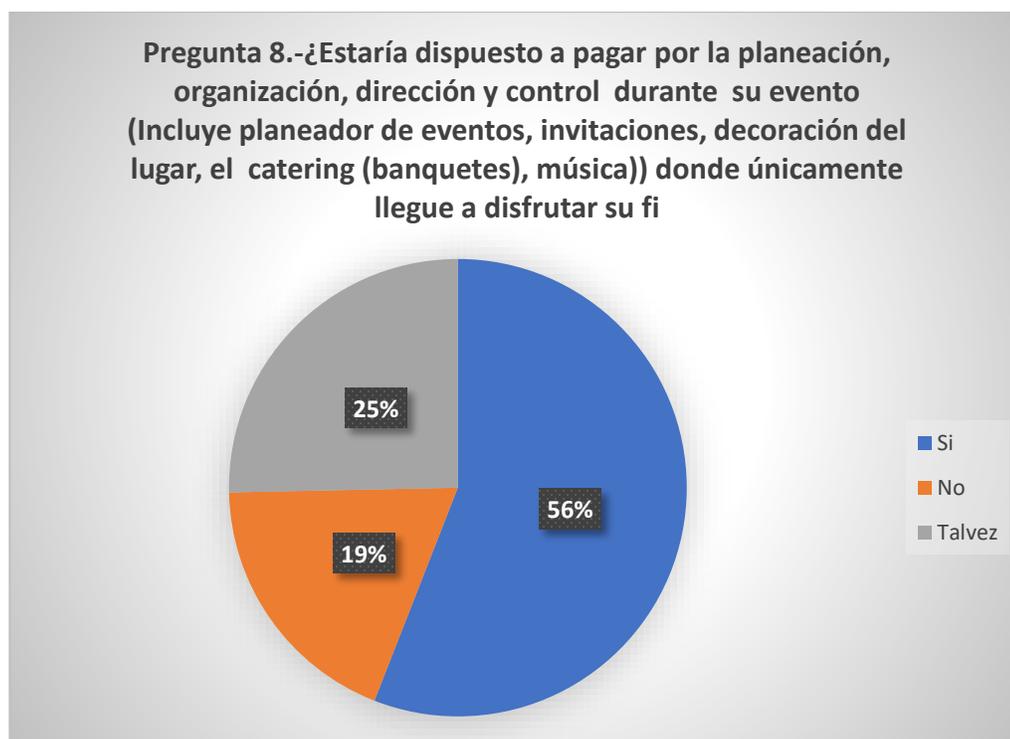
Pregunta 8.- ¿Estaría dispuesto a pagar por la planeación, organización, dirección y control durante su evento (Incluye planeador de eventos, invitaciones, decoración del lugar, el catering (banquetes), música)) donde únicamente llegue a disfrutar su fiesta?

Tabla 12. Disposición a pagar por eventos completos

Opciones de respuesta	Respuestas	
Si	56%	212
No	19%	71
Tal vez	25%	96
Total	100%	379

Fuente: Elaboración propia 2021

Figura 23. Disposición a pagar por eventos completos



Fuente: Elaboración propia 2021

Con base a las respuestas del gráfico 8 el 56% de las personas encuestadas estarían dispuestos a pagar por la planeación, organización, dirección y control de su evento (incluido el planeador de eventos, invitaciones, decoración del lugar, el catering (banquetes) y la música. El 19% no estaría inclinado por pagar y el 25% lo consideraría.

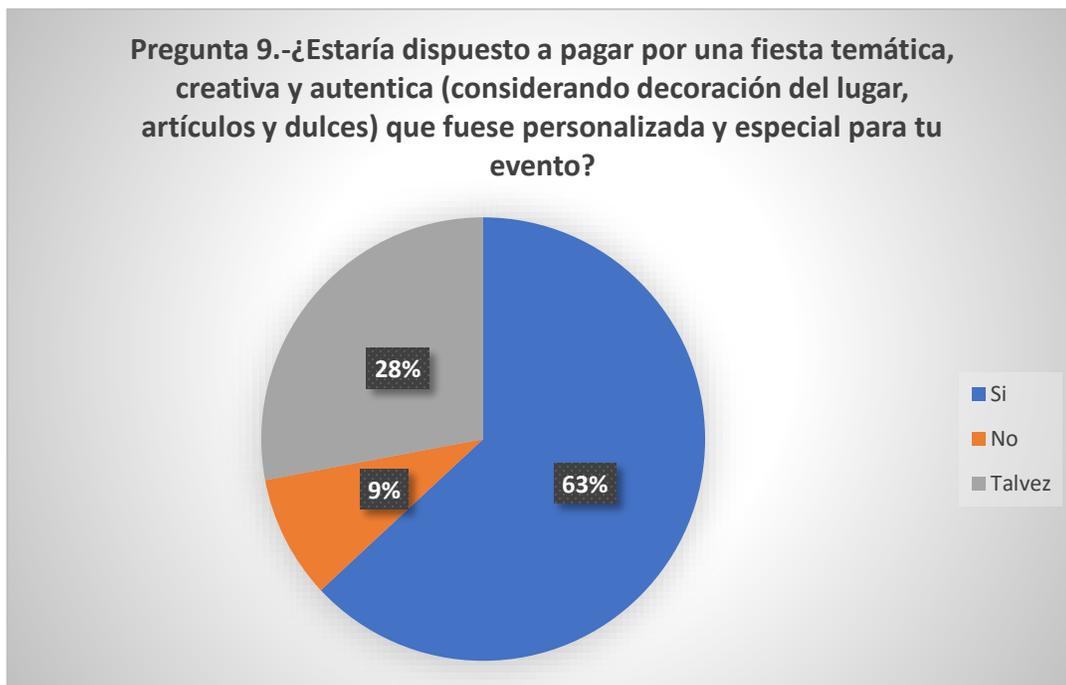
Pregunta 9.- ¿Estaría dispuesto a pagar por una fiesta temática, creativa y autentica (considerando decoración del lugar, artículos y dulces) que fuese personalizada y especial para tu evento?

Tabla 13. Disposición a pagar por una fiesta temática

Opciones de respuesta	Respuestas	
Si	63%	239
No	9%	34
Tal vez	28%	106
Total	100%	379

Fuente: Elaboración propia 2021

Figura 24. Disposición a pagar por fiesta temática



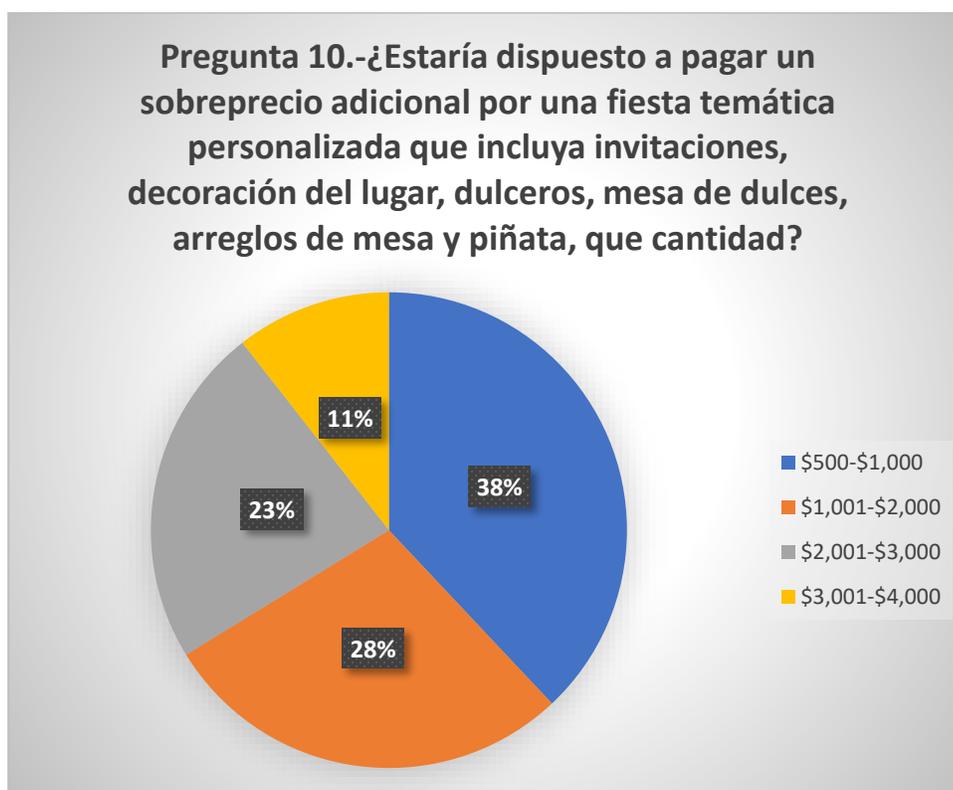
Fuente: Elaboración propia 2021

La pregunta 9 está orientada a si estarían dispuestos a pagar por una fiesta temática, creativa y autentica (considerando decoración del lugar, artículos y dulces) que fuese

personalizada y especial para tu evento, el 63% está de acuerdo, el 28% probablemente y el 9% no le interesa una fiesta temática.

Pregunta 10.- ¿Estaría dispuesto a pagar un sobrepago adicional por una fiesta temática personalizada que incluya invitaciones, decoración del lugar, dulceros, mesa de dulces, arreglos de mesa y piñata, que cantidad?

Figura 25 . Disposición a pagar un sobrepago



Fuente: Elaboración propia 2021

El 38% de los encuestados señala que estaría dispuesto a pagar un sobrepago adicional por una fiesta temática de entre \$0 y \$1,000, el 28% entre \$1001 y \$2,000. , El 23% considera un precio de \$2,001 y \$3,000 y el resto más de \$3,001.

4.6 Estrategia del Océano Azul

Los océanos azules son espacios que contienen industrias que no existen hoy en día, mercados desconocidos, no contaminados por la competencia. Además, en el mismo, la

demanda se crea en vez de luchar por ella. Quien apuesta por crear ideas innovadoras en el marco de la estrategia de océanos azules encontrará una gran oportunidad para un crecimiento rápido y rentable.

Considero que el proyecto del Salón de fiestas se encuentra en un océano Rojo ya que actúa en mercados existentes, puede vencer a la competencia, se puede Explotar la demanda actual que existe en la Zona de Ixtapaluca logrando una mejor relación del precio Vs Calidad, buscando la reducción de costos. Para poder ingresar al océano azul se busca crear nuevos mercados, poder a la competencia fuera del juego, crear y capturar una nueva demanda, romper el círculo calidad vs precio y crear una diferenciación y precios altos. Una vez posicionado el Salón utilizar las redes sociales para adquirir descuentos en instalaciones, así como ocupar fechas clave donde se puede ofrecer productos y servicios a las escuelas y organizaciones. Dentro del salón de fiestas ofrecer fiestas temáticas, así como también los productos y servicios a clientes diversos y servicios a domicilio.

4.7 Matriz FODA

<p>OPORTUNIDADES 01: Clientes potenciales 02: Factibilidad económica</p>	<p>FORTALEZAS F1: Productos inexistentes en la Zona de Ixtapaluca F2: Unidades habitacionales cercanas</p>
<p>AMENAZAS A1: Economía del País A2: Competencias A3: Fenómenos Naturales</p>	<p>DEBILIDADES D1: Ser una empresa nueva.</p>

4.8.0 Matriz PEYEA

Para que un evento social tenga éxito se requiere de una empresa que facilite toda la planeación, logística y operación. Ofreciendo asesoría personalizada en cuanto a las fiestas temáticas con calidad a un precio bajo.

Se pretende realizar una investigación aplicada sobre un estudio de mercado para un proyecto de eventos sociales en Ixtapaluca en donde se encuentra una oportunidad de crear empleo.

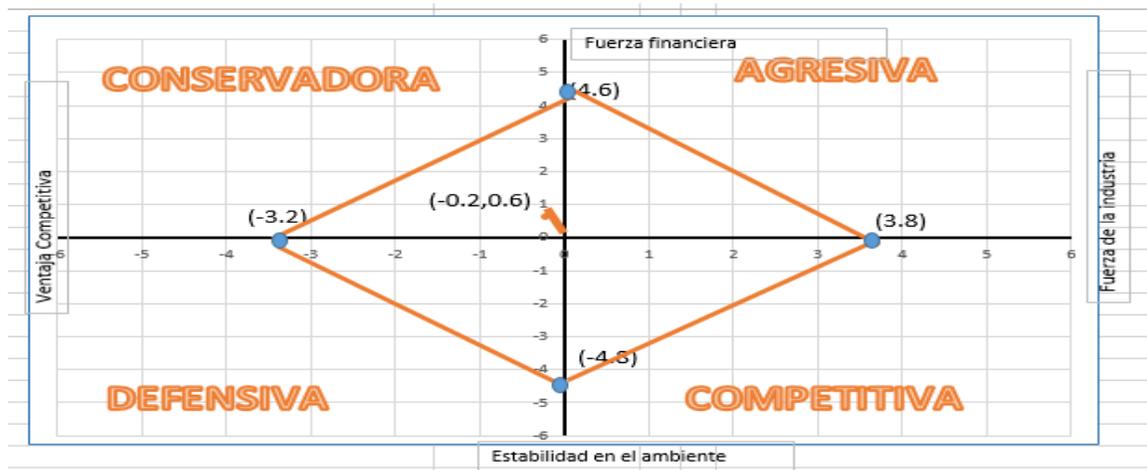
Tabla 15. Posición estratégica interna y externa.

POSICION ESTRATEGICA INTERNA		POSICION ESTRATEGICA EXTERNA	
FUERZA FINANCIERA (FF) (1 peor 6 mayor)		ESTABILIDAD EN EL AMBIENTE (EA) (-1 mejor -6 lo peor)	
1	Capital de Trabajo	5	
2	Proporción Precio/Utilidad	4	
3	Rotación de inventarios	6	
4	Utilidad	3	
5	Tasa de Retorno de la Inversión	5	
TOTAL		4.6	
VENTAJA COMPETITIVA (vc) (-1 mejor -6 lo peor)		FUERZA DE LA INDUSTRIA (1 peor 6 mayor)	
1	Participación en el Mercado	-4	
2	Calidad del Producto	-3	
3	Conocimientos tecnológicos	-3	
4	Control sobre proveedores y distribuidores	-4	
5	Negocio competitivo	-2	
TOTAL		-3.2	
		ESTABILIDAD EN EL AMBIENTE (EA) (-1 mejor -6 lo peor)	
1	Cambios Tecnológicos	-6	
2	Variabilidad de la demanda	-5	
3	Rango de precios de los productos de la competencia	-4	
4	Presión competitiva	-5	
5	Precios de los productos	-4	
TOTAL		-4.8	
		FUERZA DE LA INDUSTRIA (1 peor 6 mayor)	
1	Oportunidad de Crecimiento	2	
2	Tecnología disponible	5	
3	Acceso a nuevas tecnologías	6	
4	Oportunidad de expansión	3	
5	Utilización de los recursos	3	
TOTAL		3.8	

x	y
-0.2	0.6

Fuente: Propia 2021

Figura 25. Diagrama



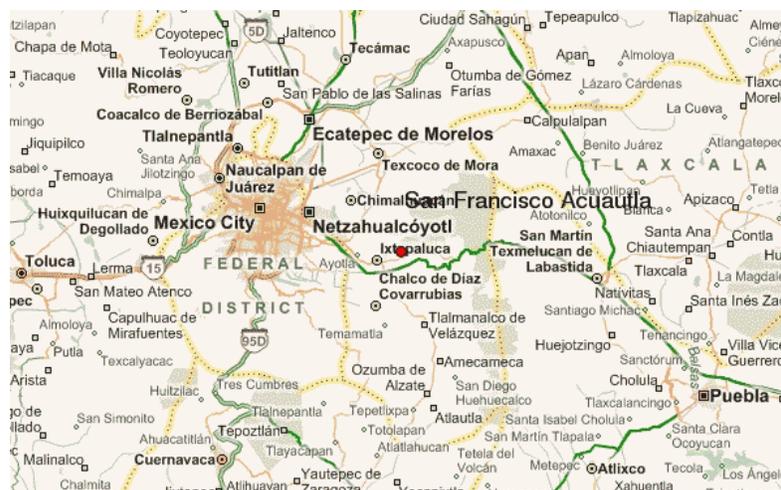
Fuente: Propia 2021

En la gráfica obtuvimos un 0.2, 0.6 lo cual indica que la empresa tiene una estrategia conservadora. Después se graficaron los 4 puntos, en Fuerza financiera nos dio como resultado promedio(4,6), Fuerza de la Industria (3.8), Estabilidad en el ambiente (-4,8) y Ventaja competitiva (-3.2).

4.8 Estudio Técnico

4.8.1 Localización del proyecto

Figura 26. Localización de Ixtapaluca dentro del Estado de México



Fuente: <https://www.google.com.mx/maps/preview>

4.8.2 Análisis del mercado de competencia:

De acuerdo con el análisis de la competencia realizada en el estudio de mercado del proyecto se pudo evidenciar que existen tres empresas de eventos (Salón Eventos Masha, Villa Cristal y Salón Victoria) que representan competencia para el salón Versátil, donde se puede demostrar que a pesar de que sus servicios sean similares, el tiempo, calidad y servicios todo incluido son las fortalezas que se tiene el Salón Versátil , el acompañamiento personalizado de un profesional en la duración del evento hacen más atractivos los servicios que se prestan, además de brindar originalidad , diferencia y momentos especiales a tu evento.

A continuación, se describen los servicios que ofrece la competencia

Tabla 16. Disposición a pagar por una fiesta temática

#	Producto / cantidades	1	2	3	4	5	6
1	Eventos Familiares	X	X	X	X	X	X
2	Eventos Escolares	X	X	X		X	X
3	Eventos Empresariales	X	X	X		X	
4	Eventos Culturales	X	X	X		X	
5	Servicio a domicilio	X					
6	Diseño y personalización de insumos (invitaciones, vasos y platos, piñata, dulceros, recuerdos, centros de mesa)	X	X	X	X	X	X
7	Catering	X					
8	Diseño y decoración de espacios	X	X	X	X	X	X
9	Diseño e impresión de protocolo	X					
10	Diseño, distribución y montaje de espacios (mesas, coctel, barra libre, ceremonias, <i>Seating</i>)	X	X	X	X	X	X
11	Coordinación y protocolo durante el evento (momentos especiales, regalos, música, detalles a invitados, etc)	X					
12	Servicio de meseros para el evento	X	X	X	X	X	X
13	Otros servicios (animación para niños, Espectáculos, Fotógrafo y Videos, Desplazamiento para invitados, Coches, limosina, Grupo Musical, Mariachi, Banda, Estaciones temáticas, cabina de fotos y Botargas Temáticas).	X	X	X	X	X	X
14	Alquiler de juegos infantiles y mecánicos (mini feria)	X			X		
15	Mesa de dulces personalizada	X	X	X	X	X	X
16	Servicio de Guardería	X					
	SERVICIOS ESPECIALES	X					
17	Suelo interactivo	X					
18	Empleo de hologramas	X					
19	<i>Streaming</i>	X					
20	<i>Fogscreen</i>	X					
21	<i>Video mapping</i>	X					
22	Recorrido virtual	X					
23	Tarjetas de Agradecimiento virtuales	X					
24	Pantalla en pista de baile	X					

Nota: 1.-Salón Versátil. 2.-Salón SANDASADI. 3.-Salón de fiestas ZENIT, 4.-Mundo Extremo. 5.-Salón La Mansión 6.-Salón Marginata
Fuente: Elaboración propia 2021

4.8.3 Diferencias competitivas (Benchmark)

Figura 27. Berchmarck

	Suelo interactivo	Hologramas	Streaming	Fogscreen	Video mapping	Recorrido Virtual	Planeador de tiempo	Invitaciones	Tarjetas de agradecimiento	Pantalla gigante
SALON ANDASADI										
SALON DE FIESTAS ZENIT										
MUNDO EXTREMO								X		
SALON LA MANSION										
SALON LA MARGINATA										

Fuente; Elaboración propia 2021

Como se puede apreciar en la imagen anterior, no existen Salones de Fiestas por la Zona que cuente con los servicios que se van a ofrecer. El salón de fiestas se va a diferenciar de la competencia por los servicios que no suministran como son un suelo interactivo, cámara de hologramas, Streaming (fiesta en línea a través de una aplicación) Fogscreen, Video mapping, Recorrido virtual por el salón de fiestas, Planeador de tiempo, Invitaciones digitales, Tarjetas de agradecimiento al terminar el evento junto con fotografías y una pantalla gigante.

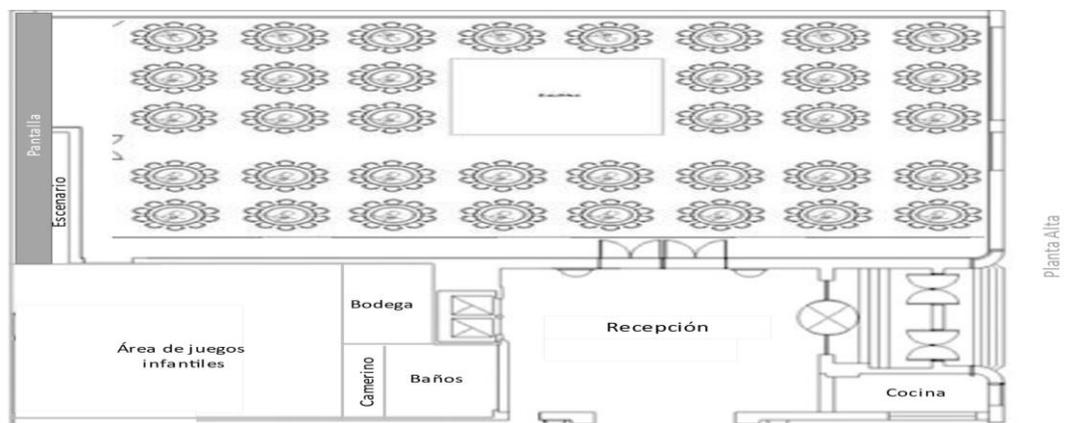
4.8.4 Localización definida para la ubicación de las instalaciones del proyecto.

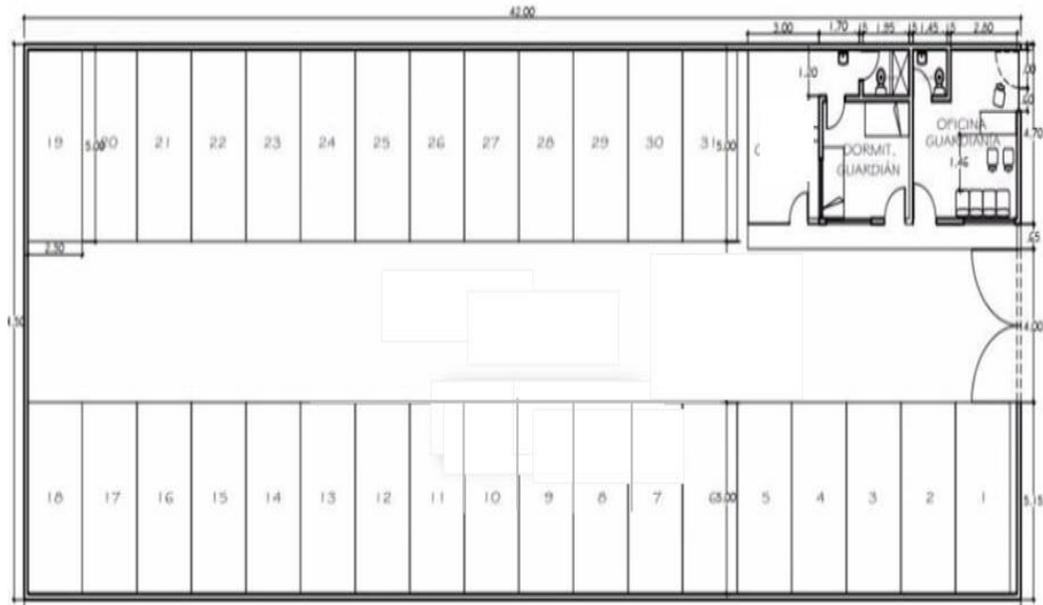
Se determina que el lugar indicado para ubicar las instalaciones de la planta en San Francisco, Ixtapaluca, Estado de México.

4.8.5 Distribución de la Planta

El Salón de Eventos contará con una bodega ampliamente dotada con todos los utensilios requeridos para llevar a cabo la prestación del servicio con la mejor calidad y con el acompañamiento continuo a los clientes. Además del área administrativa, zona de juegos, baños, cocina y estacionamiento. Se presenta un plano diseñado con el fin de mantener una óptima organización de los espacios y adicionalmente permite mostrar a los clientes el buen estado de los implementos que se tienen para la prestación del servicio todo con el fin de que el evento sea confiable.

Figura 28. Distribución de la Planta





Fuente; Elaboración propia 2021

4.9 Estudio Administrativo

4.9. 1 Nombre de la empresa

Figura 29. Logotipo propuesta



Fuente; Elaboración propia 2021

4.9.2 Misión

Hacer realidad los eventos de personalización que garanticen la completa satisfacción de nuestros clientes buscando permanentemente crear momentos inolvidables y

significativos generando un referente de efectividad, diversificación, autenticidad, y originalidad. Encontrando todo lo que necesitas en un solo lugar.

4.9.3 Visión

Ser la mejor opción en servicios de excelencia para la realización de eventos con un permanente enfoque hacia la innovación y el crecimiento.

4.9.10 Valores Corporativos

Servicio Personalizado: Prestar un servicio 100% personalizado en donde este acompañamiento este desde el momento de la cotización hasta el momento de la culminación del evento, es decir cada momento es importante para nosotros.

Resolución: Dar respuesta a todas las necesidades de nuestros clientes de manera rápida y efectiva.

Innovación: Anticiparnos al cambio y estar al día de las tendencias de nuestro sector para implementarlas en los servicios que ofrecemos.

Superación: Mejorar día a día en el desarrollo de nuestro trabajo y nuestros servicios.

Confianza: Establecer relaciones de confianza con nuestras clientes basadas en un servicio comprometido y transparente.

Ilusión: Hacer de nuestro trabajo nuestra pasión

4.9.11 Objetivos

Generales:

- Posición competitiva en el mercado (participación de mercado)

- Innovación y creatividad en los productos y servicios.
- Aplicación rentable de recursos físicos y financieros.

Objetivos a corto plazo: A un año de servicio.

- Colocarnos como un servicio dentro del mercado.
- Difundir nuestro servicio con publicidad y promociones.
- Compra todo el equipo de trabajo necesario para nuestro salón y eventos.

Objetivos a mediano plazo: A tres años de servicio.

- Ser distintos en el mercado
- Ser una empresa estable con un considerable número de eventos para cada mes

Objetivos a largo plazo: A seis años de servicio

- Ser líderes en el mercado en la presentación de un servicio.
- Contar con nuevas aperturas fuera del municipio.

4.9.12 Colores Institucionales

Negro: El color negro suele transmitir sensaciones negativas ya que está relacionado con la muerte, algo que no hace mucha gracia. Es un color que, a pesar de connotación ambigua, es y puede ser utilizado para marcas que quieren transmitir:

- | | |
|-------------|--------------|
| ▪ Autoridad | ▪ Elegancia |
| ▪ Fortaleza | ▪ Formalidad |

Gris: El color gris transmite:

- | | |
|-------------|-----------|
| ▪ Autoridad | ▪ Respeto |
|-------------|-----------|

- Estabilidad
- Sobriedad
- Tenacidad
- Tranquilidad

Dorado: El color dorado es un juego de luces. Es símbolo de prestigio, honor, valor, como emblema de lo que es profano y del exceso en el abandono a los valores terrenales.

Desde siempre, el significado está asociado al lujo, a la riqueza y al gusto estético, pero también a la luz y a la luminosidad, en particular a la del sol. No es necesario subrayar lo bien que se asocia con el buen humor y la alegría.

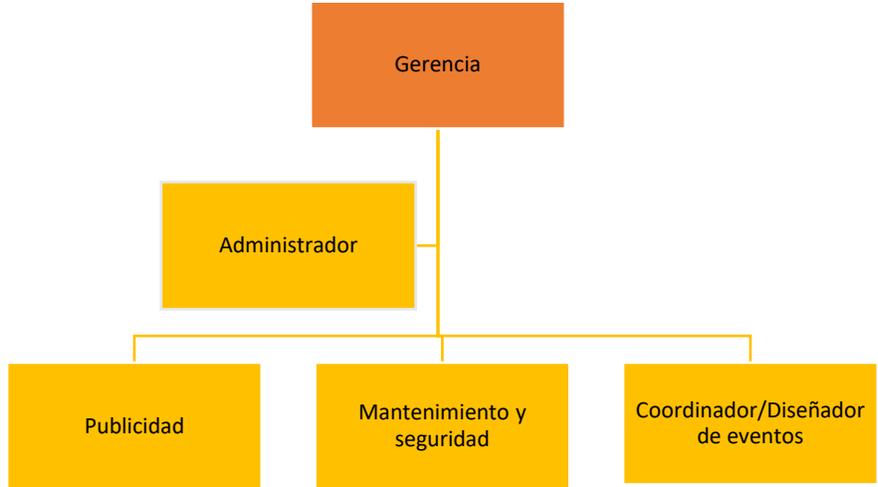
Además, el simbolismo del oro se asocia con los siguientes valores y sentimientos

- Apertura
- Liberación
- Desbloqueo
- Expansión
- Orgullo
- Fama
- Mérito: los mayores premios, reconocimientos o emblemas se hacen con el oro.
- Permanencia
- Fidelidad: el oro es un metal que no se oxida ni pierde sus propiedades químicas.

4.9.13 Estructura de la Organización

El organigrama presentado está conformado por el área administrativa, publicidad, Mantenimiento y Seguridad y Coordinador/ Diseñador de eventos, este no es tan extenso ya que el servicio que se presenta solo posee áreas básicas de acuerdo con la cadena de valor y conforme al objetivo del proyecto gira alrededor de las mismas.

Figura 30. Organigrama



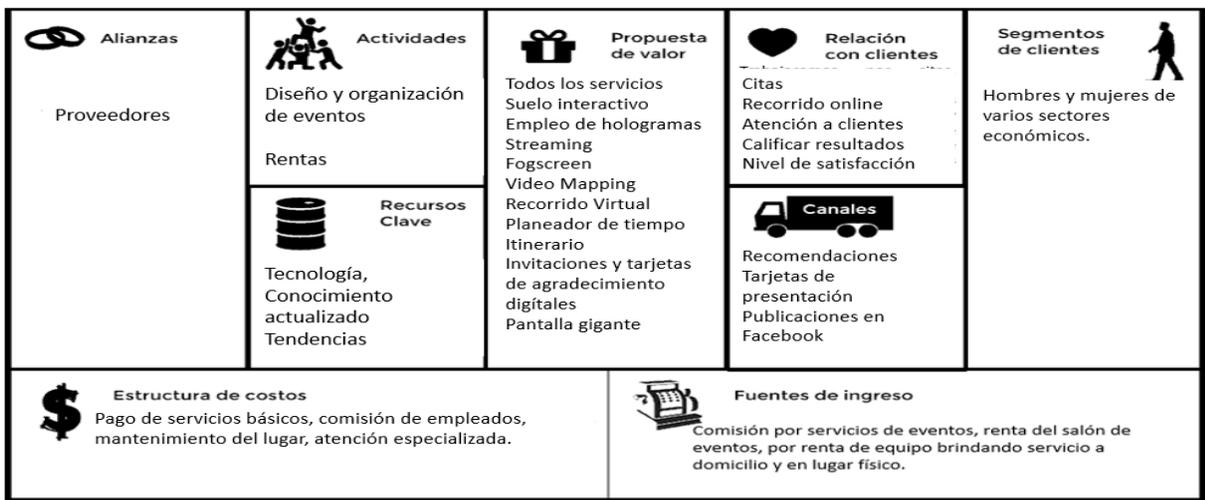
Fuente; Elaboración propia 2021

4.9.14 Determinación de la Inversión

Las inversiones necesarias para la realización del presente proyecto serán acordes a los elementos e insumos a utilizar dentro de la ejecución de un evento, como parte fundamental para su desarrollo, a continuación, se describen los elementos para el inicio y el valor de inversión proyectada, para lo cual se tomará como base un evento para 100 personas.

4.9.15 Modelo CANVAS

Figura 31. CANVAS



Fuente; Elaboración propia 2022

Esta herramienta permite tener una visión global del negocio e innovar para adaptarse a los cambios del mercado. De una forma visual, a un bajo costo y colaborativo. Se pueden identificar un lenguaje común para describir los datos números, herramientas financieras, contables que requerimos para desarrollar el Salón de Eventos.

Alianzas: Se prevén alianzas con proveedores para mantener precios fijos.

Actividades: Diseño y organización de eventos sociales.

Recursos clave: Tecnología, conocimiento actualizado y alineados con las nuevas tendencias, un blog y página de internet con servidores.

Propuesta de valor: La creación de una empresa de eventos sociales que abarque todos los servicios necesarios a cada evento y servicios a domicilio que ayudarían en mayor parte a satisfacer la demanda y el aporte socio-económico de Ixtapaluca. Brindando nuevas tecnologías como son Suelo interactivo, empleo de hologramas, Streaming, Fogsreen, Video Mapping, Recorrido virtual, Planeador de tiempo, Itinerario, Invitaciones Digitales, y tarjetas de agradecimiento con fotografías de los mejores momentos del evento, y una pantalla gigante para mejorar la visión.

Se plantea una relación con los clientes, trabajando por medio de citas con los clientes, enviando información de valor, escuchando resultados de nuestro trabajo y calificando el nivel de satisfacción de los eventos.

Nuestros canales serán recomendación de nuestros consumidores de otros negocios, folletos, publicaciones en internet.

Segmentos de clientes: Hombres y mujeres que busquen realizar un evento de diferentes sectores económicos.

La estructura de costos estará conformada por pago de servicios básicos, pago por comisión, mantenimiento del lugar y brindar una atención especializada.

Fuentes de ingresos: Comisión por renta del lugar, renta de equipo en el salón y eventos a domicilio.

Estudio financiero

El análisis financiero hace una evaluación del desempeño financiero y operativo del proyecto, en conjunto con el análisis de los estados financieros. Este es un instrumento de gran utilidad para los administradores de las empresas, inversionistas, bancos, acreedores en general, la bolsa de valores y entidades gubernamentales de vigilancia como las superintendencias y la administración de impuestos (SAT), entre otros. Sirve para la toma de decisiones.

Los estados esenciales incluyen el estado del capital contable del propietario, el desglose de las inversiones, el estado de operación y gastos, y los flujos de caja proyectados.

Estos registros ofrecen un historial del negocio y los datos que se necesita para efectuar el cálculo las medidas de desempeño financiero, es decir los índices de factibilidad.

Es importante mencionar que es una empresa que no se encuentra en operación y se realizan presupuestos al cálculo anticipado de los ingresos durante los 5 años después de su apertura permitiendo establecer prioridades y evaluar la consecución de sus objetivos.

4.10.1 Proyección en Ventas

El presupuesto de ingresos de la empresa está compuesto por el total de ventas locales que se realicen mensualmente. El salón de Eventos tendría los siguientes ingresos esperados. Los ingresos principales se derivan de la renta del lugar, la prestación del servicio personalizado antes, durante y después del evento representa un ingreso complementario para la empresa.

Tabla 17. Proyección de ventas mensual por cantidad.

#	Producto / cantidades	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Asesoría Especializada y personal	3	2	2	4	3	4	5	2	3	4	5	2
2	Eventos Familiares	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0
3	Eventos Escolares	1	0	0	1	1	1	2	0	1	1	2	0
4	Eventos Empresariales	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2
5	Eventos Culturales	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0
6	Servicio a domicilio	1	2	2	4	3	1	0	0	3	0	0	1
7	Diseño y personalización de insumos (invitaciones, vasos y platos, piñata, dulceros, recuerdos, centros de mesa)	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1
8	Catering	0	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	1
9	Diseño y decoración de espacios	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1
20	Diseño e impresión de protocolo	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
11	Diseño, distribución y montaje de espacios (mesas, coctel, barra libre, ceremonias, Seating)	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	1
12	Coordinación y protocolo durante el evento (momentos especiales, regalos, música, detalles a invitados, etc)	0	0	0	0	1	0	1	2	1	0	1	2
13	Servicio de meseros para el evento	1	1	1	2	0	1	0	0	0	1	0	2
14	Otros servicios (animación para niños, Espectáculos, Fotógrafo y Videos, Desplazamiento para invitados, Coches, limosina, Grupo Musical, Mariachi, Banda, Estaciones temáticas, cabina de fotos y Botargas Temáticas).	1	0	1	2	1	1	1	0	1	1	1	1
15	Alquiler de juegos infantiles y mecánicos (mini feria)	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1
16	Mesa de dulces personalizada	1	1	1	2	2	1	1	0	2	1	1	2
17	Servicio de Guardería	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Totales	10	11	12	23	14	12	14	10	15	11	13	16

Nota: 1.- Enero, 2.- Febrero, 3.- Marzo, 4.- Abril, 5.-Mayo, 6.-Junio, 7.- Julio, 8.- Agosto, 9.-Septiembre, 10.-Octubre, 11.-Noviembre y 12.- Diciembre. Elaboración: Propia 2021.

4.10.2 Proyección de ventas anual por cantidad

En promedio se proyectan 11 servicios mensuales para el año 2021 que pueden ser sociales, familiares o empresariales con un crecimiento según el Índice de Precios al Consumidor (IPC) previsto para los siguientes años y de acuerdo con la fijación de precios para la venta se realizó la proyección de ventas para el año base y para los 5 años siguientes teniendo en cuenta el crecimiento previsto del IPC.

Tabla 18. Proyección de ventas anual por cantidad

			1.03%	1.03%	0.97%	1.03%
#	Producto / cantidades	2022	2023	2024	2025	2026
1	Eventos Familiares	4	4	4	4	4
2	Eventos Escolares	10	10	10	10	10
3	Eventos Empresariales	3	3	3	3	3
4	Eventos Culturales	2	2	2	2	2
5	Servicio a domicilio	17	17	17	18	18
6	Diseño y personalización de insumos (invitaciones, vasos y platos, piñata, dulceros, recuerdos, centros de mesa)	15	15	15	15	16
7	Catering	10	10	10	10	10
8	Diseño y decoración de espacios	8	8	8	8	8
9	Diseño e impresión de protocolo	1	1	1	1	1
10	Diseño, distribución y montaje de espacios (mesas, coctel, barra libre, ceremonias, Seating)	7	7	7	7	7
11	Coordinación y protocolo durante el evento (momentos especiales, regalos, música, detalles a invitados, etc)	8	8	8	8	8
12	Servicio de meseros para el evento	9	9	9	9	9
13	Otros servicios (animación para niños, Espectáculos, Fotógrafo y Videos, Desplazamiento para invitados, Coches, limosina, Grupo Musical, Mariachi, Banda, Estaciones temáticas, cabina de fotos y Botargas Temáticas).	11	11	11	11	11
14	Alquiler de juegos infantiles y mecánicos (mini feria)	3	3	0	1	0
15	Mesa de dulces personalizada	15	15	15	15	16
16	Servicio de Guardería	2	2	2	2	2
	Totales	122	123	125	125	125
	Total mensual	10.17	10.271	10.38	10.377	10.377

Fuente: Elaboración propia 2021

4.10.2 Proyección de ventas por valor

Se contempla realizar eventos para 100 personas, independientemente de que el cliente ingrese menor cantidad de gente al salón de eventos. Considerando por separado el costo de la renta y servicios adicionales que se pudieran contratar.

Tabla 19. Proyección de ventas anual por cantidad

#	Producto / cantidades	2022	1.03%	1.03%	0.97%	1.03%
			2023	2024	2025	2026
1	Eventos Familiares	\$28,000.00	\$28,288.33	\$28,579.64	\$28,857.17	\$29,154.31
2	Eventos Escolares	\$70,000.00	\$70,720.83	\$71,449.09	\$72,142.93	\$72,885.78
3	Eventos Empresariales	\$21,000.00	\$21,216.25	\$21,434.73	\$21,642.88	\$21,865.74
4	Eventos Culturales	\$14,000.00	\$14,144.17	\$14,289.82	\$14,428.59	\$14,577.16
5	Servicio a domicilio	\$76,500.00	\$77,287.76	\$78,083.65	\$78,841.91	\$79,653.75
6	Diseño y personalización de insumos (invitaciones, vasos y platos, piñata, dulceros, recuerdos, centros de mesa)	\$30,000.00	\$30,308.93	\$30,621.04	\$30,918.40	\$31,236.76
7	Catering	\$80,000.00	\$80,823.81	\$81,656.11	\$82,449.06	\$83,298.04
8	Diseño y decoración de espacios	\$8,000.00	\$8,082.38	\$8,165.61	\$8,244.91	\$8,329.80
9	Diseño e impresión de protocolo	\$1,000.00	\$1,010.30	\$1,020.70	\$1,030.61	\$1,041.23
10	Diseño, distribución y montaje de espacios (mesas, coctel, barra libre, ceremonias, Seating)	\$17,500.00	\$17,680.21	\$17,862.27	\$18,035.73	\$18,221.45
11	Coordinación y protocolo durante el evento (momentos especiales, regalos, música, detalles a invitados, etc)	\$14,400.00	\$14,548.28	\$14,698.10	\$14,840.83	\$14,993.65
12	Servicio de meseros para el evento	\$9,000.00	\$9,092.68	\$9,186.31	\$9,275.52	\$9,371.03
13	Otros servicios (animación para niños, Espectáculos, Fotógrafo y Videos, Desplazamiento para invitados, Coches, limosina, Grupo Musical, Mariachi, Banda, Estaciones temáticas, cabina de fotos y Botargas Temáticas).	\$19,800.00	\$20,003.89	\$20,209.89	\$20,406.14	\$20,616.26
14	Alquiler de juegos infantiles y mecánicos (mini feria)	\$4,500.00	\$4,546.34	\$4,593.16	\$4,637.76	\$4,685.51
15	Mesa de dulces personalizada	\$15,000.00	\$15,154.46	\$15,310.52	\$15,459.20	\$15,618.38
16	Servicio de Guardería	\$2,000.00	\$2,020.60	\$2,041.40	\$2,061.23	\$2,082.45
	Totales	\$410,700.00	\$414,929.21	\$419,202.04	\$423,272.86	\$427,631.31

Fuente: Elaboración propia 2021

4.10.3 Proyección de ventas por año

Para la proyección de ventas anual se tiene en cuenta el precio de venta por servicio por el número de eventos proyectados anualmente y la proyección de los años siguientes de acuerdo con el crecimiento previsto del IPC.

Tabla 20. Proyección de ventas anual por un año.

#	Producto / cantidades	2022	2023	2024	2025	2026
1	Eventos Familiares	4	4	4	4	4
2	Eventos Escolares	10	10	10	10	10
3	Eventos Empresariales	3	3	3	3	3
4	Eventos Culturales	2	2	2	2	2
5	Servicio a domicilio	17	17	17	18	18
6	Diseño y personalización de insumos (invitaciones, vasos y platos, piñata, dulceros, recuerdos, centros de mesa)	15	15	15	15	16
7	Catering	10	10	10	10	10
8	Diseño y decoración de espacios	8	8	8	8	8
9	Diseño e impresión de protocolo	1	1	1	1	1
10	Diseño, distribución y montaje de espacios (mesas, coctel, barra libre, ceremonias, Seating)	7	7	7	7	7
11	Coordinación y protocolo durante el evento (momentos especiales, regalos, música, detalles a invitados, etc)	8	8	8	8	8
12	Servicio de meseros para el evento	9	9	9	9	9
13	Otros servicios (animación para niños, Espectáculos, Fotógrafo y Videos, Desplazamiento para invitados, Coches, limosina, Grupo Musical, Mariachi, Banda, Estaciones temáticas, cabina de fotos y Botargas Temáticas).	11	11	11	11	11
14	Alquiler de juegos infantiles y mecánicos (mini feria)	3	3	0	1	0
15	Mesa de dulces personalizada	15	15	15	15	16
16	Servicio de Guardería	2	2	2	2	2
Totales		122	123	125	125	125
Total mensual		10.17	10.271	10.38	10.377	10.377

Fuente: Elaboración propia 2021

4.10.5 Presupuesto de inversión fija

El presente proyecto está enmarcado en un terreno que se adquiere después de la constitución de la empresa con construcción que permitirá la renta del lugar y la atención al cliente para brindar un servicio basado en una personalización, originalidad y autenticidad del mismo que requiere de las siguientes inversiones:

Tabla 21. Presupuesto inversión fija.

B. ACTIVOS FIJOS	1,557,175.52
Tangible (inversión fija)	1,552,175.52
1. Bienes Inmobiliarios	1,400,000.00
2. Adecuación Infraestructura	1,786.00
3. Mobiliario y equipo	135,563.00
4. Equipo de Oficina	8,850.00
5. Imprevistos 4%	5,976.52

Fuente: Elaboración propia

4.10.6. Presupuesto de inversión en muebles y enseres.

Tabla 22. Presupuesto de Inversión en Muebles y Enseres. Precios corrientes de 2021

Detalle de Inversión	Cantidad	Costo Unitario	Costo total	Vida útil
Mesa para 10 personas	10	\$ 700.00	\$ 7,000.00	5 años
Teléfono	1	\$ 250.00	\$ 250.00	5 años
Extintores	4	\$ 1,786.00	\$ 7,144.00	5 años
Vajilla	5	\$ 2,000.00	\$ 10,000.00	5 años
Vasos de vidrio 8 oz	100	\$ 10.00	\$ 1,000.00	5 años
Cucharas de sopa	100	\$ 3.00	\$ 300.00	5 años
Bandejas para ensaladas	20	\$ 20.00	\$ 400.00	5 años
Salseras	20	\$ 5.00	\$ 100.00	5 años
Floreros	20	\$ 23.00	\$ 460.00	5 años
Cuchara de te	100	\$ 2.50	\$ 250.00	5 años
Cuchara coctel de helado	100	\$ 2.50	\$ 250.00	5 años
Tenedor de postre	100	\$ 4.00	\$ 400.00	5 años
Tenedor entrada	100	\$ 4.50	\$ 450.00	5 años
Copa de vino tinto	100	\$ 15.00	\$ 1,500.00	5 años
Copa de vino blanco	100	\$ 15.00	\$ 1,500.00	5 años
Jarra de vidrio	20	\$ 30.00	\$ 600.00	5 años
Mantel rectangular mesa 10 personas	10	\$ 130.00	\$ 1,300.00	5 años
Servilletas de tela	100	\$ 20.00	\$ 2,000.00	5 años
Tenedor de postre	100	\$ 4.50	\$ 450.00	5 años
Fundas para sillas	100	\$ 70.00	\$ 7,000.00	5 años
Cuchillo para carne	100	\$ 5.00	\$ 500.00	5 años

Cucharon grande	5	\$ 40.00	\$ 200.00	5 años
Cuchara para arroz	5	\$ 40.00	\$ 200.00	5 años
Sartén de aluminio	3	\$ 80.00	\$ 240.00	5 años
Espátula	4	\$ 30.00	\$ 120.00	5 años
Pinzas	4	\$ 12.00	\$ 48.00	5 años
Pela papas	3	\$ 15.00	\$ 45.00	5 años
Licuada	1	\$ 800.00	\$ 800.00	5 años
Parrillas	4	\$ 4,000.00	\$ 16,000.00	5 años
Olla de 20 lt	1	\$ 200.00	\$ 200.00	5 años
Cazuela de 10 lt	2	\$ 200.00	\$ 400.00	5 años
Batidora	1	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	5 años
ENSERES (Consumible menor a un año).			\$ 62,607.00	5 años

Fuente: Cotizaciones realizadas por autora Abril 2021

4.10.7 Presupuesto de inversión en equipo de cómputo y equipo de oficina.

Tabla 23. Presupuesto de inversión en equipo de cómputo y sistemas. Precios corrientes de 2021

Detalle de Inversión	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo total	Vida útil (años)
Computadora PC Desktop	Unidad	1	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	3
Impresora	Unidad	1	\$ 850.00	\$ 850.00	3
Total				\$ 4,850.00	

Fuente: Cotizaciones realizadas por autora Abril 2021

Tabla 24. Presupuesto de inversión en equipo de cómputo y sistemas. Precios corrientes de 2021

Detalle de Inversión	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo total	Vida útil (años)
Escritorios	Unidad	1	\$ 500.00	\$500.00	10
Archivador	Unidad	1	\$ 1,000.00	\$1,000.00	10
Sillas de oficina	Unidad	3	\$ 750.00	\$2,250.00	10
Total				\$3,750.00	

Fuente: Cotizaciones realizadas por autora Abril 2021

4.10.8 Depreciaciones en inversión en equipo de cómputo y equipo de oficina.

Tabla 25. Depreciaciones en inversión en equipo de cómputo y equipo de oficina.

2. Adecuación Infraestructura	5%	1,786	89	89	89	89	89	1,340
3. Mobiliario y equipo	35%	135,563	47,447	47,447	47,447	47,447	47,447	40,669
4. Equipo de oficina	10%	8,850	885	885	885	885	885	4,425

Fuente: Propia

4.10.9 Presupuesto de inversión en activos intangibles

Se realiza una inversión en activos intangibles importantes para el desarrollo de la actividad empresarial formal.

Tabla 26. Presupuesto de inversión en activos intangibles

Item de Inversiones iniciales	Costo total
Registros, licencias, trámites	\$5,000
Total	\$5,000

Fuente: Permisos municipales de Ixtapaluca

4.10.10 Presupuesto de gastos de ventas

Tabla 27. Presupuesto de gastos de ventas.

Volantes y tarjetas de presentación	300	309	318	319	329
Difusión directa Facebook y Google Ads	0	0	0	0	0

Fuente: Propia

4.10.11. Capital de trabajo

Representado por el capital adicional con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa: hay que financiar la primera producción antes de recibir los ingresos; entonces, debe pagar mano de obra, contratar proveedores y contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa (activo circulante), así

también se puede obtener crédito a corto plazo en impuestos y algunos servicios y proveedores (pasivo circulante).

4.10.12. Presupuesto de costos y gastos

Tabla 28. Presupuesto de costos y gastos

Gastos generales	Consumo mensual	Costo unitario	Costo anual en pesos
Guantes látex (paquete de 10 pz)	3	\$ 15.00	\$ 45.00
Escobas	2	\$ 30.00	\$ 60.00
Jaladores	2	\$ 30.00	\$ 60.00
Guantes de cocina	3	\$ 10.00	\$ 30.00
Mandiles	4	\$ 30.00	\$ 120.00
Detergente jumbo	15	\$ 1,000.00	\$ 15,000.00
Energía eléctrica	3000 kw	2.87 kw	\$ 8,610.00
Agua		1,500.00	\$ 1,500.00
Predio		10,000.00	\$ 10,000.00
Gas	2000 lt	13.00	\$ 26,000.00
Teléfono e internet		389.00	\$ 4,668.00
Tinta impresora	5	\$250	\$1,250
Decoración y otros	1	\$1,500	\$1,500
Papelería y artículos de oficina	1	800	\$800
TOTAL:			\$ 69,643.00
	TOTAL DE GASTOS		\$ 69,643.00
	ENSERES		\$ 62,607.00
	TOTAL DE GASTOS NETOS		\$ 132,250.00

Fuente: Elaboración propia 2021

A continuación, se describen los 16 servicios que se ofrecerán y el costo que tendrá cada uno.

Tabla 29. Presupuesto de Gastos y Costos.

#	Producto / cantidades	2022	2023	2024	2025	2026
1	Eventos Familiares	\$28,000.00	\$28,288.33	\$28,579.64	\$28,857.17	\$29,154.31
2	Eventos Escolares	\$70,000.00	\$70,720.83	\$71,449.09	\$72,142.93	\$72,885.78
3	Eventos Empresariales	\$21,000.00	\$21,216.25	\$21,434.73	\$21,642.88	\$21,865.74
4	Eventos Culturales	\$14,000.00	\$14,144.17	\$14,289.82	\$14,428.59	\$14,577.16
5	Servicio a domicilio	\$76,500.00	\$77,287.76	\$78,083.65	\$78,841.91	\$79,653.75
6	Diseño y personalización de insumos (invitaciones, vasos y platos, piñata, dulceros, recuerdos, centros de mesa)	\$30,000.00	\$30,308.93	\$30,621.04	\$30,918.40	\$31,236.76
7	Catering	\$80,000.00	\$80,823.81	\$81,656.11	\$82,449.06	\$83,298.04
8	Diseño y decoración de espacios	\$8,000.00	\$8,082.38	\$8,165.61	\$8,244.91	\$8,329.80
9	Diseño e impresión de protocolo	\$1,000.00	\$1,010.30	\$1,020.70	\$1,030.61	\$1,041.23
10	Diseño, distribución y montaje de espacios (mesas, coctel, barra libre, ceremonias, Seating)	\$17,500.00	\$17,680.21	\$17,862.27	\$18,035.73	\$18,221.45

11	Coordinación y protocolo durante el evento (momentos especiales, regalos, música, detalles a invitados, etc)	\$14,400.00	\$14,548.28	\$14,698.10	\$14,840.83	\$14,993.65
12	Servicio de meseros para el evento	\$9,000.00	\$9,092.68	\$9,186.31	\$9,275.52	\$9,371.03
13	Otros servicios (animación para niños, Espectáculos, Fotógrafo y Videos, Desplazamiento para invitados, Coches, limosina, Grupo Musical, Mariachi, Banda, Estaciones temáticas, cabina de fotos y Botargas Temáticas).	\$19,800.00	\$20,003.89	\$20,209.89	\$20,406.14	\$20,616.26
14	Alquiler de juegos infantiles y mecánicos (mini feria)	\$4,500.00	\$4,546.34	\$4,593.16	\$4,637.76	\$4,685.51
15	Mesa de dulces personalizada	\$15,000.00	\$15,154.46	\$15,310.52	\$15,459.20	\$15,618.38
16	Servicio de Guardería	\$2,000.00	\$2,020.60	\$2,041.40	\$2,061.23	\$2,082.45
	Totales	\$410,700.00	\$414,929.21	\$419,202.04	\$423,272.86	\$427,631.31

Fuente: Propia 2021

4.10.13 Estado de Situación financiera y estado de resultados

Considerar el 30 % para el I.S.R. y el 10 % para la Participación de los Trabajadores en las Utilidades. Sin embargo se consideran 1 año sin el pago de estas prestaciones de acuerdo Ley Federal del Trabajo Federal Artículo 126.

Tabla 30. Estado de Resultados

	<u>2022</u>
INGRESOS	\$ 410,700.00
DESCUENTOS SOBRE VENTAS	-
COSTO DE VENTAS	-
UTILIDAD (PERDIDA) BRUTA	410,700.00
GASTOS GENERALES	292,640.00
UTILIDAD (PERDIDA) DE OPERACIÓN	118,060.00
GASTOS FINANCIEROS	-
PRODUCTOS FINANCIEROS	-
RESULTADO INTEGRAL DE FINANCIAMIENTO	-
OTROS GASTOS	-
OTROS PRODUCTOS	20.75
I.S.R.	-
P.T.U.	-
UTILIDAD (PERDIDA) NETA	\$ 118,080.75

Fuente: Propia 2021

Tabla 31. Balance General

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA AL 31 DE DICIEMBRE 2022

ACTIVO			PASIVO		
ACTIVO CIRCULANTE		2022	PASIVO A CORTO PLAZO		2022
CAJA CHICA	\$	-	PROVEEDORES	\$	-
BANCOS		338,886.63	ACREEDORES		-
CLIENTES		-	IVA POR TRASLADAR		-
DEUDORES DIVERSOS		-	IMPUESTOS POR PAGAR		6,864.00
CONTRIBUCIONES A FAVOR		38,765.37			
INVENTARIOS		-			
IMPUESTOS POR ACREDITAR		-			
PAGOS ANTICIPADOS		-			
TOTAL DE ACTIVO CIRCULANTE		377,652.00	TOTAL DE PASIVO A CORTO PLAZO		6,864.00
ACTIVO NO CIRCULANTE			CAPITAL CONTABLE		
EDIFICIOS		1,400,000.00	CAPITAL SOCIAL FIJO		1,588,350.00
DEPRECIACION ACUMULADA		70,000.00	CAPITAL VARIABLE		-
EQUIPO DE COMPUTO		4,850.00	APORTACIONES PARA FUTUROS AUMENTOS DE CAP		
DEPRECIACION ACUMULADA		1,455.00			
MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA		2,250.00	RESULTADO DE EJERCICIOS ANTERIORES		-
DEPRECIACION ACUMULADA		2.25			
			RESULTADO INTEGRAL DEL EJERCICIO		118,080.75
TOTAL DE ACTIVO NO CIRCULANTE		1,335,642.75	TOTAL DE CAPITAL CONTABLE		1,706,430.75
TOTAL DEL ACTIVO	\$	1,713,294.75	TOTAL DE PASIVO Y CAPITAL	\$	1,713,294.75

Fuente: Propia 2021

4.10.14 Estado de pérdidas y ganancias

Tabla 31. Estado de pérdidas y ganancias.

Concepto / Detalle	PRIMER AÑO												TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Ventas netas	\$ 19,800.00	\$ 25,500.00	\$ 27,300.00	\$ 61,600.00	\$ 43,100.00	\$ 20,800.00	\$ 36,600.00	\$ 32,600.00	\$ 44,100.00	\$ 20,800.00	\$ 35,600.00	\$ 42,900.00	\$ 410,700.00
Costo de ventas	\$ 7,455.00	\$ 13,335.00	\$ 14,835.00	\$ 31,025.00	\$ 14,505.00	\$ 7,535.00	\$ 12,535.00	\$ 9,605.00	\$ 14,785.00	\$ 5,135.00	\$ 13,055.00	\$ 16,885.00	\$ 160,690.00
Utilidad bruta	\$ 12,345.00	\$ 12,165.00	\$ 12,465.00	\$ 30,575.00	\$ 28,595.00	\$ 13,265.00	\$ 24,065.00	\$ 22,995.00	\$ 29,315.00	\$ 15,665.00	\$ 22,545.00	\$ 26,015.00	\$ 250,010.00
Gastos de administración	\$ 76,049.00	\$ 5,824.00	\$ 1,389.00	\$ 9,731.50	\$ 3,175.00	\$ 4,399.00	\$ 8,119.00	\$ 4,797.50	\$ 664.00	\$ 11,424.00	\$ 929.00	\$ 5,749.00	\$ 132,250.00
DEPRECIACIONES ACUMULADAS	\$ 5,985.83	\$ 5,985.83	\$ 5,985.83	\$ 5,985.83	\$ 5,985.83	\$ 5,985.83	\$ 5,985.83	\$ 5,985.83	\$ 5,985.83	\$ 5,985.83	\$ 5,985.83	\$ 5,985.83	\$ 71,830.00
Utilidad operacional	-\$ 69,689.83	\$ 355.17	\$ 5,090.17	\$ 14,857.67	\$ 19,434.17	\$ 2,880.17	\$ 9,960.17	\$ 12,211.67	\$ 22,665.17	-\$ 1,744.83	\$ 15,630.17	\$ 14,280.17	\$ 45,930.00
Otros gastos	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Otros productos	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Gastos financieros	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Productos financieros	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Utilidad antes impuestos	-\$ 69,689.83	\$ 355.17	\$ 5,090.17	\$ 14,857.67	\$ 19,434.17	\$ 2,880.17	\$ 9,960.17	\$ 12,211.67	\$ 22,665.17	-\$ 1,744.83	\$ 15,630.17	\$ 14,280.17	\$ 45,930.00
Utilidad Neta	-\$ 69,689.83	\$ 355.17	\$ 5,090.17	\$ 14,857.67	\$ 19,434.17	\$ 2,880.17	\$ 9,960.17	\$ 12,211.67	\$ 22,665.17	-\$ 1,744.83	\$ 15,630.17	\$ 14,280.17	\$ 45,930.00

Fuente: Propia 2021

4.10.15. Punto de equilibrio

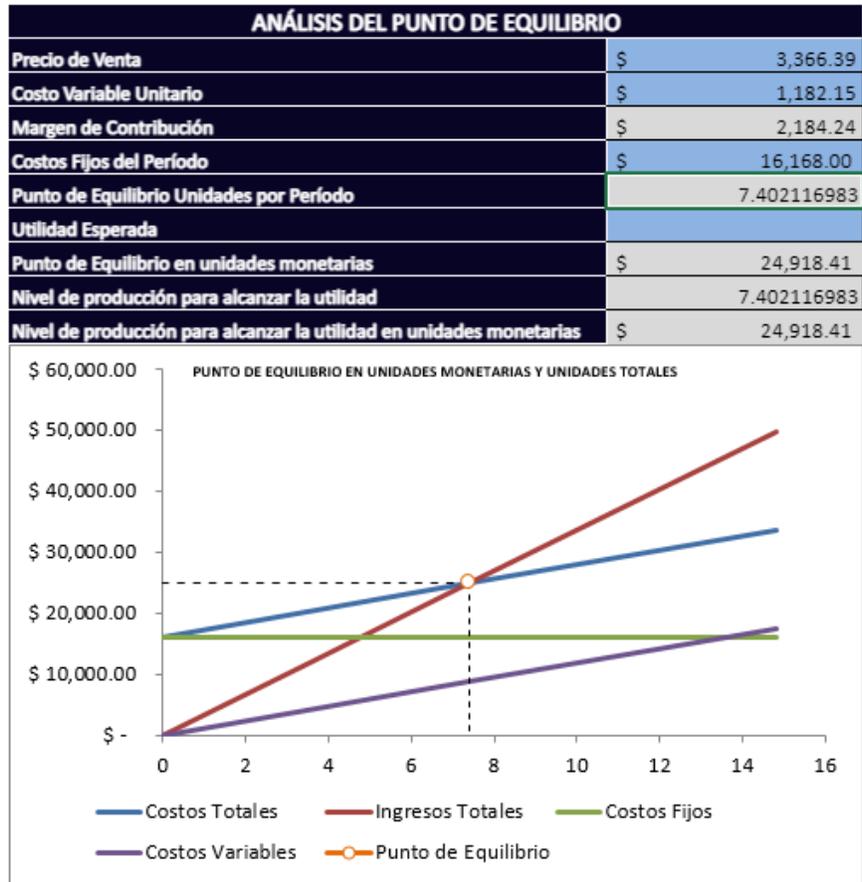
El análisis del punto de equilibrio es un cálculo crítico para el mantenimiento del salón de Eventos, se requiere la determinación del volumen de ventas (ingresos proyectados que se debe conseguir la empresa dentro de un periodo) necesarios para que la empresa no gane ni pierda considerando sus costos fijos y variables. Establece el número de servicios que debe la empresa vender para alcanzar una equidad entre sus costos y gastos.

Tabla 32. Punto de Equilibrio

Total de costos fijos	\$ 71,962.52
Total de costos variables	\$ 144,222.00
Costo variable unitario	\$ 1,182.15
Ventas unitarias	\$ 3,366.39
PE	24,918.41

Fuente: Propia 2021

Tabla 33. Punto de Equilibrio



El punto de Equilibrio económico del proyecto para el primer año es de 25 servicios.
Fuente: Propia 2021

4.10.16 Flujo neto de fondos

Tabla 34. Flujo neto de fondos

DETALLE	PERIODO								
	0	1	2	3	4	5	6	7	8
FLUJO NETO EFECTIVO PROYECTADO	- 600,000.00	157,636.63	179,715.06	183,414.18	170,625.97	179,916.79	179,916.79	179,916.79	179,916.79

Fuente: Propia 2021

4.10.17 TIR

La TIR representa la tasa de interés máxima que un inversionista podría pagar sin perder dinero.

La TIR mide en porcentaje la rentabilidad del proyecto durante su vida útil y bajo ciertos criterios de razonamiento ayuda a decidir si invertir o no en un proyecto.

Tabla 35. TIR

Tasa Interna de Retorno	
Tasa de Descuento	VAN
0%	811,059.00
5%	536,815.91
10%	335,703.27
15%	184,805.43
20%	69,206.01
25%	-21,041.05
30%	-92,716.08
35%	-150,536.60
40%	-197,847.33
45%	-237,061.49
50%	-269,948.62
55%	-297,826.01
60%	-321,688.09
TIR	23.72%

Fuente: Propia 2021

En este análisis, se puede observar que la TIR disminuye, pero el proyecto sigue siendo rentable.

4.10.18 VAN

Este método consiste en traer todos los valores proyectados del flujo de fondos de un proyecto, mediante una tasa de descuento y compararlos con la inversión inicial.

Para determinar si es un buen proyecto, el VAN de este tiene que ser mayor o igual a cero.

Factor de actualización: 0.0103%

Tabla 36. VAN

DATOS	VALORES
Número de Periodos	8
Tipo de Periodo	Anual
Tasa de Descuento	21%

Nro.	FNE	(1+i)^	FNE/(1+i)^
0	-600,000.00	1.00	-600,000.00
1	157,636.63	1.21	130,278.21
2	179,715.06	1.46	122,747.80
3	183,414.18	1.77	103,532.52
4	170,625.97	2.14	79,598.27
5	179,916.79	2.59	69,365.71
6	179,916.79	3.14	57,327.03
7	179,916.79	3.80	47,377.71
8	179,916.79	4.59	39,155.14
TOTAL			49,382.40
		VAN	49,382.40

Fuente: Propia

El VAN del proyecto es igual a \$49,382.40, lo que significa que a más del porcentaje del TIR que el proyecto generará durante su vida útil, habrá un ingreso extra.

4.10.19 Relación Beneficio Costo

La razón B/C indica la ganancia que produzca el proyecto por cada unidad monetaria invertida.

Para el siguiente proyecto, se desglosa así:

Tabla 37. Relación Beneficio Costo

Proyección de ventas	183,700	194,903	206,788	270,452	286,938
Costos Totales 2022	18,860	19,426	20,009	20,018	20,619

Fuente: Propia

Esto nos indica que por cada peso invertido en la generación del servicio que la empresa brindara, se recuperarán \$2.56.

4.10.20 Período de Recuperación

Es el tiempo estimado en el que el Salón de Eventos recuperará su inversión inicial.

El periodo de repago del proyecto es de 5 años.

1. Administrador único, Nombre completo:

2. Consejo de administración,

Nombre del presidente:

Nombre del secretario:

Nombre del tesorero:

Otro:

En caso de consejo de administración, deberá señalarse si algún o algunos de los miembros del consejo de administración tendrá facultades individuales, ya sea el Presidente el Secretario o el Tesorero. Deberá indicar que facultades individuales tendrá: (Pleitos y cobranzas, Poder laboral, Actos de administración, Actos de dominio, Suscribir títulos de crédito, Otorgar a su vez poderes).

Nombre de los consejeros que deberán ejercer sus facultades en forma mancomunada:

¿Qué facultades deberán ejercer en forma mancomunada? (Pleitos y cobranzas, Poder laboral, Actos de administración, Actos de dominio, Suscribir títulos de crédito, Otorgar a su vez poderes).

VIII. COMISARIO Nombre completo:

IX. CLAUSULA DE EXTRANJERIA.

La sociedad mercantil admitirá extranjeros como accionistas?

X. APODERADOS.

En caso de que la sociedad tenga apoderados se deberán indicar el nombre o nombres completos del o de los apoderados: _____

Indicar las facultades que tendrán los apoderados: (Pleitos y cobranzas, poder laboral, actos de administración, actos de dominio, suscribir títulos de crédito, otorgar a su vez poderes).

XI. ACCIONISTAS.

Nombre completo de los accionistas y porcentaje accionario:

XII. GENERALES DE LOS ACCIONISTAS.

1. Accionista:

Lugar de nacimiento: _____
Fecha de nacimiento: _____
Estado Civil: _____ Ocupación: _____
Domicilio: _____
Tel. Casa: _____ Oficina: _____ Fax: _____
Correo electrónico: _____
Registro federal de contribuyentes : _____

2. Accionista:

Lugar de nacimiento: _____
Fecha de nacimiento: _____
Estado Civil: _____ Ocupación: _____
Domicilio: _____
Tel. Casa: _____ Oficina: _____ Fax: _____
Correo electrónico: _____
Registro federal de contribuyentes : _____

3. Accionista:

Lugar de nacimiento: _____
Fecha de nacimiento: _____
Estado Civil: _____ Ocupación: _____
Domicilio: _____
Tel. Casa: _____ Oficina: _____ Fax: _____
Correo electrónico: _____
Registro federal de contribuyentes : _____

4.12 Autorización para el nombre o denominación social.

DIRECCIÓN GENERAL DE NORMATIVIDAD MERCANTIL

SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN PARA EL USO O CAMBIO DE LAS
DENOMINACIONES O RAZONES SOCIALES DE LAS ASOCIACIONES O
SOCIEDADES MEXICANAS, CIVILES O MERCANTILES Y TODAS AQUELLAS
QUE CONFORME A LA LEY ASÍ LO REQUIERAN



USO EXCLUSIVO DE LA SE

Folio:

Lugar y Fecha de recepción:

Uso de denominación Cambio de denominación

Antes de llenar esta forma lea las consideraciones generales al reverso

I DATOS DEL PROMOVENTE	
1) Nombre del promovente:	<input type="text"/>
2) Domicilio para oír y recibir notificaciones:	<input type="text"/>
	Calle
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Número interior y exterior	Colonia
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Ciudad y Municipio o Delegación	Entidad Federativa
3) Teléfono :	<input type="text"/>
4) Fax:	<input type="text"/>
5) Correo electrónico:	<input type="text"/>
6) Sitio de internet:	<input type="text"/>
7) Personas autorizadas para recibir la Resolución:	<input type="text"/>
	<input type="text"/>
	<input type="text"/>
II DATOS PARA EL USO DE LA DENOMINACION O RAZÓN SOCIAL CON LA QUE SE PRETENDE CONSTITUIR LA SOCIEDAD	
Denominaciones Solicitadas en orden de Preferencia	
8) Primera Denominación:	<input type="text"/>
9) Segunda Denominación:	<input type="text"/>
10) Tercera Denominación:	<input type="text"/>
11) Régimen Jurídico:	<input type="text"/>
III DATOS PARA CAMBIO DE DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL	
12) Denominación Actual:	<input type="text"/>

Nuevas Denominaciones en Orden de Preferencia:	
13) Primera Denominación:	
14) Segunda Denominación:	
15) Tercera Denominación:	
16) Régimen Jurídico:	
<p>Manifiesto bajo protesta de decir verdad, que los datos asentados en la presente solicitud y los documentos que al mismo lo acompañan, son ciertos y verificables en cualquier momento por las autoridades competentes.</p>	
Lugar y fecha	Firma Autógrafa del Promovente
<p>Consideraciones generales para su llenado:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Esta forma es de libre reproducción debiendo ser dicha reproducción en hojas blancas de papel bond. - Debe llenarse a máquina o a computadora - Se deben respetar las áreas destinadas para uso exclusivo de la SE. - La firma del promovente debe ser autógrafa. - Los documentos oficiales que se presenten con alteraciones, raspaduras o enmendaduras no tendrán validez alguna. <p>Protección de Datos Personales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los datos personales recabados serán protegidos y serán incorporados y tratados en forma confidencial y para uso exclusivo de la autorización para el uso o cambio de las denominaciones o razones sociales de las asociaciones o sociedades mexicanas, civiles o mercantiles y todas aquellas que conforme a la ley así lo requieran, con fundamento en los artículos 20 y 21 de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental (DOF 06/06/2006); 15-A de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo (DOF 04/08/1994 y sus modificaciones) y cuya finalidad es identificar al solicitante y vincularlo con el número de solicitud que corresponda, el cual fue registrado en el listado de sistemas de datos personales ante el Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos (www.ifai.org.mx), y podrán transmitirse conforme a lo previsto en la Ley. La Unidad Administrativa responsable del Sistema de datos personales es la Dirección General Normatividad Mercantil y, en su caso, las Delegaciones y Subdelegaciones de la Secretaría de Economía que resuelvan el trámite y la dirección donde el interesado podrá ejercer los derechos de acceso y corrección ante la misma es la Unidad de Enlace de la Secretaría de Economía, con domicilio en Alfonso Reyes No. 30, planta baja, Colonia Hipódromo Condesa, C.P. 1030, México, D.F., teléfono: 57299100 extensión 11327, correo electrónico contacto@economia.gob.mx. Lo anterior se informa en cumplimiento del punto decimoséptimo de los Lineamientos de Protección de Datos Personales (DOF 30/09/2005). 	
<p>Trámite al que corresponde el formato: Solicitud para la autorización para el uso o cambio de las denominaciones o razones sociales de las asociaciones o sociedades mexicanas, civiles o mercantiles y todas aquellas que conforme a la ley así lo requieran Número de Registro Federal de Trámites y Servicios: SE-09-039 y SE-09-040 Fecha de autorización de la forma por parte de la Oficialía Mayor: 11-06-2012 Fecha de autorización de la forma por parte de la Comisión Federal de Mejora Regulatoria:</p>	
<p>Fundamento jurídico-administrativo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Artículos 15 y 16 de la Ley de Inversión Extranjera publicada en el DOF el día 27 de diciembre de 1993 (última reforma 09/04/2012) 	
<p>Documentos anexos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Para Solicitud de autorización para el uso o cambio de las denominaciones o razones sociales de las asociaciones o sociedades mexicanas, civiles o mercantiles y todas aquellas que conforme a la ley así lo requieran: <i>El trámite no requiere la presentación de documentos anexos.</i> - Para Cambio de denominación o razón social: <i>Copia del Acta de Asamblea donde se propone y acepta la modificación o en su defecto poder con facultades para actos de administración del promovente.</i> 	
<p>Tiempo de respuesta: 2 días hábiles inmediatos al de su presentación</p>	
<p>Número telefónico del responsable del trámite para consultas:</p>	
<p>Número telefónico para quejas: Órgano Interno de Control en la SE 5629-95-52 (directo) 5629-95-00 (conmutador) Extensiones: 21200, 21210, 21218 y 21219.</p>	<p>Para cualquier aclaración, duda y/o comentario con respecto a este trámite, sírvase llamar al Centro de Contacto Ciudadano a los teléfonos: 5729-9100 y 52296100 en el D.F. y área metropolitana; del interior de la república sin costo para el usuario al 01 (800) 08 ECONOMIA (32-666).</p>

4.14 Inscripción del Acta Constitutiva

gob.mx

Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano
Registro Agrario Nacional

Sociedades

Homoclave del formato	Fecha de publicación del formato en el DOF
FF - RAN - 02	15 02 2017
1. Lugar de la solicitud	2. Fecha de la solicitud
	DD MM AAAA

I. Datos generales de la solicitud

3. Descripción del trámite a realizar

II. Datos de la sociedad

RFC:		Lada:	
Razón Social:		Teléfono fijo:	
		Correo electrónico:	
Código postal:		Calle: <small>(Ejemplo: Avenida Insurgentes Sur, Boulevard Ávila Camacho, Calzada, Corredor, Eje vial, etc.)</small>	
Número exterior:	Número interior:	Colonia: <small>(Ejemplo: Ampliación Juárez, Residencia Hidalgo, Fraccionamiento, Sección, etc.)</small>	
Localidad:		Municipio o Alcaldía:	
Estado:		Entre qué calles (Opcional):	
Calle posterior (Opcional):		Descripción de la ubicación (Opcional):	

4. Tipo de Sociedad

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Asociación Rural de Interés Colectivo | <input type="checkbox"/> Federación de Sociedades de Solidaridad Social | <input type="checkbox"/> Sociedad de Producción Rural |
| <input type="checkbox"/> Sociedad de Solidaridad Social | <input type="checkbox"/> Sociedad Civil o Mercantil | <input type="checkbox"/> Unión de Ejidos o Comunidades |
| <input type="checkbox"/> Unión de Sociedades de Producción Rural | | |

**Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano
Registro Agrario Nacional**

III. Datos del solicitante

Denominación social:		
Nombre(s):	Lada:	Teléfono fijo:
Primer apellido:	Teléfono móvil:	
Segundo apellido:	Correo electrónico:	
5. Tipo de solicitante		
<input type="checkbox"/> Órganos de vigilancia	<input type="checkbox"/> Consejo de Administración	<input type="checkbox"/> Administrador Único
<input type="checkbox"/> Representante legal	<input type="checkbox"/> Procuraduría Agraria (Representante)	<input type="checkbox"/> Gestor

IV. Medios de contacto para notificaciones

6. Acepto oír y recibir notificaciones por medio de:		
<input type="radio"/> Correo electrónico	<input type="radio"/> Procuraduría Agraria	<input type="radio"/> Domicilio
7. Domicilio para recibir notificaciones en caso de ser distinto al señalado		
Código postal:	Calle: <small>(Ejemplo: Avenida Insurgentes Sur, Boulevard Ávila Camacho, Calzada, Corredor, Eje vial, etc.)</small>	
Número exterior:	Número interior:	Colonia: <small>(Ejemplo: Ampliación Juárez, Residencia Hidalgo, Fraccionamiento, Sección, etc.)</small>
Localidad:	Municipio o Alcaldía:	
Estado:	Entre qué calles (Opcional):	
Calle posterior (Opcional):	Descripción de la ubicación (Opcional):	

Nombre y firma del solicitante o de la persona que firma a su ruego (en este último caso deberá obrar también la huella digital del solicitante).
Los datos personales proporcionados constituyen información confidencial, por lo que sólo podrán tener acceso a ella los titulares de la misma, sus representantes y los servidores públicos facultados para ello. El RAN no podrá difundir, distribuir o comercializar los datos personales proporcionados, salvo que haya mediado el consentimiento expreso de sus titulares.

Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano
Registro Agrario Nacional

Instructivo para el llenado del formato FF-RAN-02 Sociedades

Esta solicitud deberá ser llenada a máquina o letra de molde, clara y legible, utilizando tinta negra o azul. Cuando se cometa un error en el llenado deberá de elaborar uno nuevo. En caso de que el campo de llenado sea insuficiente, generar un anexo en donde se incluya la información.

No	Título/Subtítulo	Descripción de llenado
I	Datos generales de la solicitud	
1	Lugar de la solicitud	Escribir municipio, ciudad o localidad y estado.
2	Fecha de la solicitud	Escribir la fecha de presentación de la solicitud ante la delegación utilizando números arábigos, iniciando con dos dígitos para el día, dos dígitos para el mes y cuatro dígitos para el año.
3	Descripción del trámite a realizar	Detallar de manera clara el trámite que solicita.
II	Datos de la sociedad	Escribir el nombre de la sociedad, RFC, contacto y domicilio.
4	Tipo de sociedad	Elegir el tipo de sociedad.
III	Datos del solicitante	Escribir el nombre y apellidos del solicitante, así como los datos de contacto. En caso de tratarse de una persona moral, favor de anotar también la denominación o razón social de la misma.
5	Tipo de solicitante	<p>Seleccionar tipo de solicitante de acuerdo a las siguientes definiciones:</p> <p>a. Órganos de vigilancia: Es el órgano encargado de llevar la vigilancia de la de la sociedad rural o de la unión de sociedades.</p> <p>b. Consejo de Administración: Órgano de dirección de este tipo de sociedades, nombrado por la asamblea de la persona moral; se constituye por un presidente, un secretario, un tesorero y los vocales previstos en los estatutos, propietarios y sus respectivos suplentes, que permanecen en sus funciones tres años.</p> <p>c. Administrador Único: La Ley establece que toda sociedad mercantil constituida bien sea limitada, unipersonal o anónima tiene que contar con un órgano de administración responsable de la gestión de la misma. Éste órgano puede ser un administrador único, varios administradores solidarios/ mancomunados o un consejo de administración.</p> <p>d. Representante legal: Persona que actúa a nombre de otra autorizado por ésta o por disposición de Ley.</p> <p>e. Procuraduría Agraria (Representante): Cuando la Procuraduría Agraria promueve asuntos particulares o de sociedades.</p> <p>f. Gestor: Persona que se dedica profesionalmente a promover y activar en las oficinas públicas asuntos particulares o de sociedades.</p> <p><i>Nota: En caso de seleccionar Gestor o PA (Representante), se deberá anexar carta poder simple firmada ante dos testigos.</i></p>
IV	Medios de contacto para notificaciones	Llenar los datos solicitados. A través de esta información, de acuerdo al medio elegido, se notificará la resolución de la solicitud.
8	Acepto oír y recibir notificaciones	Medios por los cuales se autoriza al RAN para notificar oficialmente resoluciones del trámite. Favor de seleccionar por lo menos uno de ellos.
9	Domicilio para recibir notificaciones	Si el domicilio para recibir notificaciones es distinto al señalado previamente en los datos del beneficiario, favor de llenar estos campos, de lo contrario, dejarlos en blanco.

Contacto:

José Antonio Torres número 661,
Col. Ampliación Asturias, Del. Cuauhtémoc
Ciudad de México, C.P. 06890
RANTel 01-800-800-726-835

4.15 Constancia de actualización en el padrón estatal de contribuyentes



GOBIERNO DEL
ESTADO DE MÉXICO

REGISTRO ESTATAL DE TRÁMITES EMPRESARIALES

INSCRIPCIÓN Y CAMBIOS EN EL PADRÓN DE CONTRIBUYENTES DEL IMPUESTO SOBRE EROGACIONES POR REMUNERACIONES AL TRABAJO PERSONAL

PERSONA FÍSICA <input type="checkbox"/>		PERSONA JURÍDICA COLECTIVA <input type="checkbox"/>	
APELLIDO PATERNO, MATERNO, NOMBRE(S), DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL:			
(1) DATOS GENERALES: (LLENAR EN CASO DE ALTA, CAMBIO DE: NOMBRE, DENOMINACIÓN, RAZÓN SOCIAL O DE ACTIVIDAD)			
RFC: <input type="text"/>		CURP: <input type="text"/>	
ACTIVIDAD PREPONDERANTE DESCRIBA: <input type="text"/>		FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES: <input type="text"/>	
REGISTRO PATRONAL DEL IMSS DEL CENTRO DE TRABAJO EN EL ESTADO, SÓLO AQUELLOS CONTRIBUYENTES OBLIGADOS EN TÉRMINOS DE LA LEY DEL SEGURO SOCIAL.		REGISTRO ESTATAL DE CONTRIBUYENTES (EN CASO DE CONTAR CON ÉL)	
1.1 DOMICILIO (LLENAR EN LOS CASOS DE ALTA, CAMBIO DE DOMICILIO O REANUDACIÓN DE ACTIVIDADES)			
CALLE: <input type="text"/>	No. EXTERIOR: <input type="text"/>	No. INTERIOR: <input type="text"/>	C.P. <input type="text"/>
COL. /FRACC. <input type="text"/>	LOCALIDAD: <input type="text"/>	MUNICIPIO: <input type="text"/>	
CLAVE CATASTRAL: <input type="text"/>	CORREO ELECTRÓNICO: <input type="text"/>		
TELÉFONO(S) CLAVE LADA: <input type="text"/>			
INMUEBLE: PROPIO: <input type="checkbox"/>	RENTADO: <input type="checkbox"/>	COMODATO: <input type="checkbox"/>	OTRO DESCRIBA: <input type="text"/>
(2) TRÁMITE QUE REALIZA:			
	FECHA	CAMBIO DE	TRATÁNDOSE DE
ALTA <input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	NOMBRE, DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL <input type="checkbox"/>	SUCURSAL <input type="checkbox"/>
SUSPENSIÓN <input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	DOMICILIO <input type="checkbox"/>	ESTABLECIMIENTO <input type="checkbox"/>
REANUDACIÓN <input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	ACTIVIDAD <input type="checkbox"/>	OFICINA <input type="checkbox"/>
APERTURA <input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	REPRESENTANTE LEGAL <input type="checkbox"/>	LOCAL <input type="checkbox"/>
BAJA <input type="checkbox"/>	<input type="text"/>		
Nº DE EMPLEADOS A LA FECHA DE BAJA <input type="text"/>			
(3) DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL (LLENAR EN LOS CASOS DE ALTA O CAMBIO DE REPRESENTANTE LEGAL)			
APELLIDO PATERNO, MATERNO, NOMBRE(S):			
RFC: <input type="text"/>		CURP: <input type="text"/>	
CALLE: <input type="text"/>	No. EXTERIOR: <input type="text"/>	No. INTERIOR: <input type="text"/>	C.P. <input type="text"/>
COL. /FRACC. <input type="text"/>	LOCALIDAD: <input type="text"/>	MUNICIPIO: <input type="text"/>	
TELÉFONO(S) CLAVE LADA: <input type="text"/>	CORREO ELECTRÓNICO: <input type="text"/>		
REQUISITAR DE MANERA OBLIGATORIA ESTE APARTADO DESCRIBIENDO CON UN CROQUIS LA LOCALIZACIÓN DEL LUGAR DONDE SE REALIZA LA ACTIVIDAD QUE GENERA LA OBLIGACIÓN FISCAL, EN LOS CASOS DE ALTA, SUSPENSIÓN, REANUDACIÓN, APERTURA, BAJA O CAMBIO DE DOMICILIO			
FUNDAMENTO LEGAL: ARTÍCULOS 1 NUMERAL 1, 1.1 DE LA LEY DE INGRESOS DEL ESTADO DE MÉXICO PARA EL EJERCICIO FISCAL VIGENTE; 20, 22, 47 FRACC. I, II, IV, Y XII, 56, 56 BIS, 57 Y 58 DEL CÓDIGO FINANCIERO DEL ESTADO DE MÉXICO Y MUNICIPIOS EN VIGOR.			
DECLARO, BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, QUE LOS DATOS ASENTADOS SON CIERTOS Y APEGADOS A LAS DISPOSICIONES FISCALES VIGENTES.			
FIRMA DEL INTERESADO		FIRMA Y SELLO DE LA AUTORIDAD FISCAL	
NOMBRE DEL INTERESADO <input type="text"/>		NOMBRE Y CARGO <input type="text"/>	

ESTA FORMA DEBERÁ SER LLENADA A MÁQUINA O CON LETRA DE MOLDE Y PRESENTARSE POR DUPLICADO CON FIRMA AUTÓGRAFA, VER REQUISITOS AL REVERSO.

4.16 Permiso uso de Suelo Municipio de Ixtapaluca

Descripción: Consiste en autorizar el uso del suelo y señalar las disposiciones normativas para el aprovechamiento de los inmuebles ubicados en el territorio estatal.

NOTA IMPORTANTE:

Se emite por los Ayuntamientos de Huixquilucan, Tlalnepantla, Zinacantepec, **Ixtapaluca**, Ixtlahuaca, Almoloya de Juárez, Metepec, Ecatepec, Toluca, Tultitlán, Cuautitlán, Cuautitlán Izcalli, San Mateo Atenco, Teotihuacán, Atizapán de Zaragoza, Huehuetoca, Naucalpan, Valle de Chalco Solidaridad y Texcaltitlán. Para los demás municipios la emite el Estado, hasta en tanto se formalice la transferencia de funciones.

Requisitos:

1. Solicitud firmada por el propietario (Formato único de solicitud).
 - a. El croquis de localización o inmueble objeto de trámite.
 - b. Uso actual del suelo y el pretendido y en su caso.
 - c. La superficie construida o por construir.
 - d. Clave catastral.
2. Documento que acredite la propiedad o posesión del predio o inmueble, inscrito en el registro público de la propiedad (copia simple y original para cotejo).
3. Tratándose de usos que generan impacto regional, será necesario presentar dictamen favorable de impacto regional que emite la secretaria de desarrollo urbano y vivienda.
4. Acta constitutiva de la sociedad en caso de ser persona moral.
5. Poder notarial del representante legal.

Horario de Atención:

De 9:00 hrs. a 18:00 hrs. de Lunes a Viernes

Costo

- 10 veces el salario mínimo vigente del área geográfica que corresponda.
- 25 veces el salario mínimo, cuota adicional si requiere inspección de campo.
- 50 veces el salario mínimo, en caso de que se requiera realizar estudios técnicos.

El salario mínimo corresponde según el área geográfica

Grupo A .- Atizapán de Zaragoza, Coacalco de Berriozábal, Cuautitlán, Cuautitlán Izcalli, Chalco, Chiconcuac, Chimalhuacán, Ecatepec de Morelos, Huixquilucan,

Ixtapaluca, La Paz, Lerma, Melchor Ocampo, Metepec, Naucalpan de Juárez, Nezahualcóyotl, Nicolás Romero, Ocoyoacac, San Mateo Atenco, Toluca, Tepetzotlán, Texcoco, Tlalnepantla de Baz, Tultitlán y Valle de Chalco Solidaridad.

Grupo B.- Comprenderá los municipios no incluidos en el grupo A.

Tiempo:

10 días hábiles (a partir de la entrega total de los documentos validados.)

Tiempo de vigencia del trámite:

Las autorizaciones y dictámenes tendrán vigencia de un año, contado a partir del día hábil siguiente a la fecha de su emisión, salvo disposición expresa de este Reglamento. (Artículo 8º fracción V del Reglamento del Libro Quinto del Código Administrativo).



FORMATO ÚNICO DE SOLICITUD

FO-DGOU-26

_____, Méx., a ____ de _____ de _____

DIRECTOR GENERAL DE OPERACIÓN URBANA PRESENTE

Folio No.: _____

Fecha de Ingreso: _____ Fecha de Entrega: _____

- Subdivisión de Predios
- Fusión de Predios
- Lotificación para Condominio
- Relotificación de Predios
- Dictamen de Impacto Regional
- Perito Responsable de Obra
- *Licencia de Uso de Suelo
- *Cédula Informativa de Zonificación
- *Cambio de: Uso de Suelo Densidad Intensidad Altura

Especificar: _____

*Nota: Trámites en proceso de transferencia por parte del Gobierno del Estado como atribuciones de los Ayuntamientos correspondientes:

El que suscribe _____
 Representante legal de _____
 Propietario (a) de _____ predio(s) con la(s) siguiente(s) superficie(s) en m². _____
 Ubicado(s) en _____ No. (s) _____
 Colonia ó Fraccionamiento _____
 Municipio _____ Código Postal _____
 Clave(s) Catastral(s) _____
 Uso Actual _____ Superficie construida en m². _____
 Número de lotes previstos _____ Uso de suelo que se pretende _____
 Superficie prevista a construir en m². _____

Manifiesto mi domicilio para recibir notificaciones en el Estado de México
 Ubicado en _____
 Colonia ó Fraccionamiento _____ Localidad _____
 Municipio _____ Código Postal _____ Teléfono (clave): _____
 Correo Electrónico: _____

CROQUIS DE LOCALIZACIÓN



FORMATO GRATUITO

Exclusivo para solicitud de Credencial de Peritos Responsables de Obra:

Nombre _____ Teléfono _____
 Domicilio _____ Municipio _____
 Profesión _____ Cédula Profesional _____ Correo electrónico _____
 En caso de revalidación.
 No. de perito _____ Libro _____ Foja _____ Fecha _____

FIRMA DEL PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL

NOMBRE Y FIRMA DE QUIEN RECIBE

Bajo protesta de decir la verdad, manifiesto que los datos y documentos que presento son los verdaderos y por lo tanto me hago sabedor de las penas en que incurra por falsedad en términos del artículo 157, fracción I del Código Penal para el Estado Libre y Soberano de México, independientemente de la cancelación del trámite solicitado.

TRAMITES Y REQUISITOS

SUBDIVISIÓN DE PREDIOS

Requisitos

- Solicitud firmada por el propietario.
- Documento que acredite la propiedad inscrito en el Registro Público de la Propiedad.
- Licencia de uso de suelo, así como autorización de alineamiento y número oficial.
- Plano del proyecto de subdivisión.
- Resolución de apeo y deslinde catastral o judicial inscrita en el Registro Público de la Propiedad, según corresponda.
- Certificado de libertad de gravámenes
- Documento emitido por autoridad competente que acredite que el predio materia de subdivisiones cuenta al menos con los servicios de agua y drenaje para el total de viviendas o lotes resultantes o, en su caso, convenio para la realización de éstos, celebrado con la autoridad correspondiente.
- Acta constitutiva de la sociedad en caso de ser persona moral.
- Poder notarial del representante legal.
- Dictamen de Impacto Regional (en su caso).
- Identificación
- Carta Poder (en su caso)

Tiempo de Respuesta

15 días hábiles (a partir de la entrega total de los documentos validados).

FUSIÓN DE PREDIOS

Requisitos

- Solicitud firmada por el propietario.
- Documento que acredite la propiedad inscrito en el Registro Público de la Propiedad.
- Poder notarial del representante legal.
- Acta constitutiva de la sociedad en caso de ser persona moral.
- Licencia de uso de suelo.
- Alineamiento y número oficial.
- Certificado de libertad de gravámenes.
- Resolución de apeo y deslinde catastral o judicial inscrita en el Registro Público de la Propiedad según corresponda.
- Plano del proyecto de fusión.
- Identificación
- Carta Poder (en su caso)

Tiempo de Respuesta

15 días hábiles a partir de la entrega total de los documentos validados).

LOTIFICACIÓN EN CONDOMINIO

Requisitos

- Solicitud firmada por el propietario
- Documento que acredite la propiedad inscrito en el Registro Público de la Propiedad
- Acta constitutiva de la sociedad en caso de ser persona moral
- Poder notarial del representante legal.
- Licencia de uso de suelo
- Alineamiento y número oficial.
- Plano del proyecto
- Resolución de apeo y deslinde catastral o judicial inscrita en el Registro Público de la Propiedad según corresponda.
- Certificado de libertad de gravámenes
- Documento emitido por autoridad competente que acredite que el predio a lotificar cuenta al menos con los servicios de agua y drenaje para el total de viviendas o lotes resultantes o, en su caso, convenio para la realización de éstos, celebrado con la autoridad correspondiente.
- Identificación
- Carta Poder (en su caso)

Tiempo de Respuesta

15 días hábiles (a partir de la entrega total de los documentos validados).

RELOTIFICACIÓN DE PREDIOS

Requisitos

- Solicitud firmada por el propietario
- Plano del proyecto
- Certificado de libertad de gravámenes
- Identificación
- Carta Poder (en su caso)

Tiempo de Respuesta

15 días hábiles (a partir de la entrega total de los documentos validados).

DIRECCIÓN GENERAL DE OPERACIÓN URBANA

Av. Miguel Hidalgo pte. No. 203 Col. Col. Centro, C.P. 5000 Toluca, Estado de México

Teléfono: 01 (722) 2 14 20 27

<http://seduv.edomexico.gob.mx>
gemdgu@mail.edomex.gob.mx

DICTAMEN DE IMPACTO REGIONAL

Requisitos (Reglamento del Libro Quinto del Código Administrativo del Estado de México Art. 130 fracciones I a la X)

- Solicitud firmada por el propietario.
- Documento que acredite la propiedad inscrito en el Registro Público de la Propiedad.
- Acta Constitutiva de la Sociedad en caso de ser persona moral.
- Poder notarial del representante legal.
- Croquis del predio o inmueble con sus mediadas y colindancias.
- Ortofoto, Guía Roji u otro elemento de representación gráfica para la localización del predio.
- Anteproyecto del desarrollo y su memoria descriptiva.
- Cédula Informativa de Zonificación.
- Dictamen de existencia y dotación de agua potable para el desarrollo que se pretenda, así como de incorporación a los sistemas de agua potable y alcantarillado, en el que se definan los puntos de conexión de agua potable y los de descarga de aguas residuales, tratadas o no, según sea el caso, el cual será emitido por la Comisión de Agua del Estado de México, o cuando corresponda, por el organismo municipal correspondiente.
- Dictamen de protección civil.
- Evaluación de impacto ambiental
- Dictamen de incorporación e Impacto vial.
- Dictamen en su caso, de Petróleos Mexicanos (PEMEX), Comisión Federal de Electricidad (CFE), Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), Comisión Nacional del Agua (CNA) u otra dependencias u organismos federales, estatales o municipales, cuando las características de la zona donde se ubique el predio a desarrollar así lo requiera.
- Identificación
- Carta Poder (en su caso)

Tiempo de Respuesta

15 días hábiles (a partir de la entrega total de los documentos validados).

LICENCIA DE USO DE SUELO

Requisitos

- Solicitud firmada por el propietario.
- Documento que acredite la propiedad inscrito en el Registro Público de la Propiedad o posesión.
- Acta Constitutiva de la Sociedad en caso de ser persona moral.
- Poder notarial del representante legal.
- Croquis de localización del predio o inmueble.
- Dictamen de impacto regional (en su caso).
- Identificación
- Carta Poder (en su caso)

Tiempo de Respuesta

10 días hábiles (a partir de la entrega total de los documentos validados).

CAMBIO DE USO DE SUELO, DENSIDAD, INTENSIDAD Y/O ALTURA

Requisitos

- Solicitud firmada por el propietario.
- Documento que acredite la propiedad inscrito en el Registro Público de la Propiedad.
- Acta constitutiva de la sociedad en caso de ser persona moral.
- Poder notarial del representante legal.
- Croquis de localización del predio con medidas y colindancias.
- Plano descriptivo del anteproyecto arquitectónico.
- Memoria descriptiva del anteproyecto arquitectónico.
- Dictamen de Impacto Regional, en su caso.
- Opinión favorable emitida por la dependencia municipal encargada del desarrollo urbano, quien escuchará a su Comisión de Planeación para el Desarrollo Municipal.
- Factibilidad de agua potable y drenaje.
- Dictamen de Impacto Ambiental, en su caso.
- Identificación
- Carta Poder (en su caso)

Tiempo de Respuesta

30 días hábiles (a partir de la entrega total de los documentos validados).

CEDULA INFORMATIVA DE ZONIFICACIÓN

Requisitos

- Solicitud firmada por el propietario.
- Croquis de localización del predio

Tiempo de Respuesta

5 días hábiles (a partir de la entrega total de los documentos validados).

PERITO RESPONSABLE DE OBRA

Requisitos Inscripción

- Título Profesional (Original y 2 copias)
- Cédula Profesional (Original y 2 copias)
- Currículum Vitae
- 2 Fotografías tamaño pasaporte
- 2 Fotografías a color tamaño infantil

Requisitos Revalidación

- 2 Fotografías a color tamaño infantil

Tiempo de Respuesta

5 días hábiles (a partir de la entrega total de los documentos validados).

DIRECCIÓN REGIONAL VALLE DE TOLUCA

Independencia Pte. No. 106 3er piso; Edificio Eros, Colonia Centro, C.P. 50000, Toluca, Méx.

Tels: 01 (722) 1 67 31 77

DIRECCIÓN REGIONAL VALLE DE MEXICO ZONA NORORIENTE

Av. Hidalgo esq. Calle Atenco No. 1, Colonia Romana, Centro Regional de Servicios

Administrativos CROSA, Tlalnepanita

Tels: 01 (55) 55 65 03 04

DIRECCIÓN REGIONAL ZONA ORIENTE

Sor Juana Inés de la Cruz No. 100, Desp. 103 y 104, Colonia Metropolitana 2a. Secc., Centro

Regional de Servicios Administrativos CROSA, Nezahualcóyotl

Tels: 01 (55) 57 65 28 65

4.17 Registro del patrón y los trabajadores.

1. Fecha de presentación de este aviso		DD	MM	AAAA	2. Fecha a partir de la cual surte efectos este movimiento		DD	MM	AAAA	
I. Datos generales del patrón o sujeto obligado										
3. Denominación o razón social:										
4. Nombre comercial:										
5. Tipo de sociedad:					6. RFC					
I.1. Domicilio fiscal <small>Si el patrón ya tiene uno o varios registros patronales vigentes, marque <input type="checkbox"/> y pase a la sección II</small>										
7. Calle:					8. Número y/o letra exterior:			9. Número y/o letra interior:		
10. Entre la calle:					11. y la calle:					
12. Colonia:					13. Localidad:			18. Código postal		
14. Municipio o delegación:					15. Entidad federativa:					
17. Teléfono fijo:					18. Teléfono fijo (*):					
19. Dirección de correo electrónico (*):										
I.2. Escritura constitutiva										
20. Número de escritura:		21. No. de notaría o correduría:			22. Lugar y fecha de expedición:		DD	MM	AAAA	23. Folio mercantil:
I.3. Registro de sindicato										
24. Número de referencia del documento de registro:				25. Fecha del documento de registro:		DD	MM	AAAA	26. Autoridad laboral que otorgó el registro	
I.4. Representante legal										
27. Poder para: <input type="checkbox"/> Actos de administración <input type="checkbox"/>										
28. Apellido paterno:			29. Apellido materno:			30. Nombre (s):				
31. RFC		32. CURP								
33. Teléfono fijo:				Ext. (*)	34. Teléfono móvil (*):					
35. Dirección de correo electrónico (*):										
I.5. Socios (hasta 4)										
Socio 1										
36. Apellido paterno:			37. Apellido materno:			38. Nombre (s) y/o denominación o razón social:				
39. RFC		40. CURP								
41. Teléfono fijo:				Ext. (*)	42. Teléfono móvil (*):					
43. Dirección de correo electrónico (*):										
44. Calle:					45. Número y/o letra exterior:			46. Número y/o letra interior:		
47. Colonia:					48. Localidad:					
49. Municipio o delegación:					50. Entidad federativa:			51. Código postal		



Socio 2											
36. Apellido paterno:				37. Apellido materno:				38. Nombre (s) y/o denominación o razón social:			
39. RFC		-		-		40. CURP					
41. Teléfono fijo:				Ext. (*)		42. Teléfono móvil(*)					
43. Dirección de correo electrónico (*):											
44. Calle:						45. Número y/o letra exterior:			46. Número y/o letra interior:		
47. Colonia:						48. Localidad:					
49. Municipio o delegación:						50. Entidad federativa:			51. Código postal		
Socio 3											
36. Apellido paterno:				37. Apellido materno:				38. Nombre (s) y/o denominación o razón social:			
39. RFC		-		-		40. CURP					
41. Teléfono fijo:				Ext. (*)		42. Teléfono móvil(*)					
43. Dirección de correo electrónico (*):											
44. Calle:						45. Número y/o letra exterior:			46. Número y/o letra interior:		
47. Colonia:						48. Localidad:					
49. Municipio o delegación:						50. Entidad federativa:			51. Código postal		
Socio 4											
36. Apellido paterno:				37. Apellido materno:				38. Nombre (s) y/o denominación o razón social:			
39. RFC		-		-		40. CURP					
41. Teléfono fijo:				Ext. (*)		42. Teléfono móvil(*)					
43. Dirección de correo electrónico (*):											
44. Calle:						45. Número y/o letra exterior:			46. Número y/o letra interior:		
47. Colonia:						48. Localidad:					
49. Municipio o delegación:						50. Entidad federativa:			51. Código postal		
II. Datos del centro de trabajo por el que solicita el registro patronal											
II.1. Domicilio						Si es el mismo que el domicilio fiscal, marque <input type="checkbox"/> y pase a la sección II.2					
52. Calle:						53. Número y/o letra exterior:			54. Número y/o letra interior:		
55. Entre la calle:						56. y la calle:					
57. Colonia:						58. Localidad:					
59. Municipio o delegación:						60. Entidad federativa:			61. Código postal		
62. Teléfono fijo:						63. Teléfono fijo (*)					
64. Dirección de correo electrónico (*):											



II.2. Datos de las personas autorizadas para presentar avisos de afiliación (hasta 3)

Persona autorizada 1

65. Apellido paterno:										66. Apellido materno:										66. Nombre (s):									
68 RFC										69. CURP																			
70. Teléfono fijo:										Ext. (*)										71. Teléfono móvil(*)									
72. Dirección de correo electrónico (*):																													

Persona autorizada 2

65. Apellido paterno:										66. Apellido materno:										67. Nombre (s):									
68 RFC										69. CURP																			
70. Teléfono fijo:										Ext. (*)										71. Teléfono móvil(*)									
72. Dirección de correo electrónico (*):																													

Persona autorizada 3

65. Apellido paterno:										66. Apellido materno:										67. Nombre (s):									
68 RFC										69. CURP																			
70. Teléfono fijo:										Ext. (*)										71. Teléfono móvil(*)									
72. Dirección de correo electrónico (*):																													

III. Clasificación de la actividad económica para el registro en el Seguro de Riesgos de Trabajo, manifestada por el patrón

73. Especificar su giro:

74. Presta servicios de personal No Sí 75. Indique el número de centros de trabajo: 76. Solicita Registro Patronal por Clase:

III.1. Clasificación conforme al Reglamento de la Ley del Seguro Social en Materia de Afiliación, Clasificación de Empresas, Recaudación y Fiscalización

De conformidad con la información que se declara y con fundamento en los artículos 72, 73 y 75 de la Ley del Seguro Social y los artículos 1 fracción IV, 3, 18, 19, 20, 22, 23, 24, 26, 29, 30 y 196 del Reglamento de la Ley del Seguro Social en Materia de Afiliación, Clasificación de Empresas, Recaudación y Fiscalización, manifiesto que este registro patronal tiene la siguiente clasificación:

Clasificación	Clave	Descripción
77. División		
78. Grupo		
79. Fracción		
80. Clase de riesgo		81. Prima media del SRT

IV. Datos de la actividad económica que declaró

IV.1. Principales productos elaborados o servicios prestados

IV.2. Principales materias primas y materiales utilizados

IV ACTIVIDAD ECONOMICA	
¿Cuál es la actividad principal del establecimiento según los ingresos obtenidos? _____	
Indique los tres productos o servicios principales respecto de los ingresos, incluyendo el porcentaje de participación	
1 _____ %	2 _____ %
3 _____ %	
Código de actividad <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	

V * PERSONAL OCUPADO		
¿Cuántas personas trabajaron para este establecimiento?	Total <input type="text"/>	Mujeres <input type="text"/>
¿Cuántos trabajadores fueron propietarios sin sueldo base o salario fijo?	<input type="text"/>	<input type="text"/>
¿Cuántas personas fueron trabajadores sin sueldo base o salario fijo (familiares, becarios, voluntarios)?	<input type="text"/>	<input type="text"/>
¿Cuántos trabajadores asalariados estaban ligados directamente a la producción, ventas o a prestar servicios?	<input type="text"/>	<input type="text"/>
¿Cuántos trabajadores con sueldo fijo fueron empleados administrativos, contables y de dirección?	<input type="text"/>	<input type="text"/>
¿Cuántas personas que trabajaron en este establecimiento fueron contratadas y proporcionadas por otra razón social?	<input type="text"/>	<input type="text"/>
¿Cuántos trabajadores recibieron un pago exclusivamente por honorarios o comisiones sin sueldo base?	<input type="text"/>	<input type="text"/>

VI OFERTA Y DEMANDA			
Principales productos o servicios que ofrece		Principales insumos que demanda	
	Destino		Origen
_____	<input type="checkbox"/> Nal. <input type="checkbox"/> Ext.	_____	<input type="checkbox"/> Nal. <input type="checkbox"/> Ext.
_____	<input type="checkbox"/> Nal. <input type="checkbox"/> Ext.	_____	<input type="checkbox"/> Nal. <input type="checkbox"/> Ext.
_____	<input type="checkbox"/> Nal. <input type="checkbox"/> Ext.	_____	<input type="checkbox"/> Nal. <input type="checkbox"/> Ext.

VII * INFORMACION ADICIONAL	
Áreas de atención (Áreas que considera importantes para el desarrollo de su empresa)	
<input type="checkbox"/> Financiamiento	<input type="checkbox"/> Comercialización <input type="checkbox"/> Gestión empresarial <input type="checkbox"/> Capacitación y consultoría <input type="checkbox"/> Innovación y desarrollo tecnológico
¿Obtuvo créditos, préstamos o financiamiento para la operación del establecimiento?	
<input type="checkbox"/> Antes de abrir	<input type="checkbox"/> Después de abrir <input type="checkbox"/> Ambas <input type="checkbox"/> Ninguna (Si la respuesta es Ninguna no conteste la siguiente pregunta)
¿De qué sector provinieron los créditos, préstamos o financiamiento?	
<input type="checkbox"/> Gobierno	<input type="checkbox"/> Privado <input type="checkbox"/> Ambos
¿Cuenta con equipo de tecnología digital para las actividades del establecimiento?	
<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
¿Cuenta con servicio de internet?	
<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
¿Ha utilizado publicidad para su negocio?	
<input type="checkbox"/> Antes de abrir	<input type="checkbox"/> Después de abrir <input type="checkbox"/> Ambas <input type="checkbox"/> Ninguna
¿Recibió capacitación para la operación de su establecimiento?	
<input type="checkbox"/> Antes de abrir	<input type="checkbox"/> Después de abrir <input type="checkbox"/> Ambos <input type="checkbox"/> Ninguna (Si la respuesta es Ninguna no conteste la siguiente pregunta)
¿Qué sector le proporcionó la capacitación?	
<input type="checkbox"/> Gobierno	<input type="checkbox"/> Privado <input type="checkbox"/> Ambos

VIII ** INFORMACION COMERCIAL	
Escriba la url de los sitios de internet correspondientes. Por ejemplo: https://es-es.facebook.com/miempresa_mx	
Facebook	<input type="text"/>
Twitter	<input type="text"/>
Grupo empresarial	<input type="text"/>
Puede incluir el nombre del grupo empresarial al que pertenece o la url del sitio de internet	
Cámara y/o asociación	<input type="text"/>
Clúster	<input type="text"/>
Cadena productiva	<input type="text"/>
Cuenta con distintivo	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No ¿Cuál? <input type="text"/>
<p>Los campos marcados con * no serán publicados en el portal del sistema</p> <p>Está de acuerdo con publicar en el sistema la información de los campos marcados con ** <input type="checkbox"/> Sí Firma _____ <input type="checkbox"/> No</p>	

(Reverso)

TIPO DE VIALIDAD

(Seleccione el tipo de ubicación que corresponde al establecimiento)

U01 Ampliación
U02 Andador
U03 Avenida
U04 Boulevard
U05 Calle
U06 Callejón
U07 Calzada
U08 Cerrada
U09 Circuito
U10 Circunvalación
U11 Continuación
U12 Corredor
U13 Diagonal
U14 Eje vial
U15 Pasaje
U16 Peatonal
U17 Periférico
U18 Privada
U19 Prolongación
U20 Retorno
U21 Viaducto
U22 Carretera
U23 Camino

TIPO DEL ASENTAMIENTO HUMANO

(Seleccione el tipo del asentamiento humano que corresponde al establecimiento)

A01 Aeropuerto
A02 Ampliación
A03 Barrio
A04 Cantón
A05 Ciudad
A06 Ciudad industrial
A07 Colonia
A08 Condominio
A09 Conjunto habitacional
A10 Corredor industrial
A11 Coto
A12 Cuartel
A13 Ejido
A14 Ex hacienda
A15 Fracción
A16 Fraccionamiento
A17 Granja
A18 Hacienda
A19 Ingenio
A20 Manzana
A21 Paraje
A22 Parque industrial
A23 Privada
A24 Prolongación
A25 Pueblo
A26 Puerto
A27 Ranchería
A28 Rancho
A29 Región
A30 Residencial
A31 Rinconada
A32 Sección
A33 Sector
A34 Súper manzana
A35 Unidad
A36 Unidad habitacional
A37 Villa
A38 Zona federal
A39 Zona industrial
A40 Zona militar
A41 Zona naval

SECTOR ECONOMICO

(Seleccione el sector que corresponde al establecimiento conforme al SCIAN y anote el número en el punto 3.1 del cuestionario)

11 Agricultura, ganadería, aprovechamiento forestal, pesca y caza
21 Minería
22 Electricidad, agua y suministro de gas por ductos al consumidor final
23 Construcción
33
43 Comercio al por mayor
46 Comercio al por menor
48 Transportes, correos y almacenamiento
51 Información en medios masivos
52 Servicios financieros y de seguros
53 Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles y de intangibles
54 Servicios profesionales, científicos y técnicos
55 Dirección de corporativos y empresas
56 Servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación
61 Servicios educativos
62 Servicios de salud y de asistencia social
71 Servicios de esparcimiento, culturales y deportivos, y otros servicios recreativos
72 Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas
81 Otros servicios excepto actividades de gobierno
93 Actividades del gobierno y de organismos internacionales y extraterritoriales

Nota: La información contenida en el presente formato se sujetará a lo dispuesto en la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental y demás disposiciones legales en la materia

PARA USO EXCLUSIVO DEL PROMOTOR

CONTACTO _____

CARGO _____

OBSERVACIONES _____

FECHA DE LA ENTREVISTA _____ NUM. DE RECIBO _____

Tarifas Autorizadas para el ejercicio

Tarifas para industria (cuotas máximas)

6 o más empleados \$ 670
3 a 5 empleados \$ 350
hasta 2 empleados \$ 150

Tarifas para comercio y servicios (cuotas máximas)

4 o más empleados \$ 640
3 o menos empleados \$ 300
Hasta 2 empleados (solamente comercio al por menor) \$ 100

En caso de que la empresa desee mantener como confidencial alguna parte de la información contenida en este cuestionario, deberá indicarlo al momento de su presentación, a efecto de dar cumplimiento a lo dispuesto por los artículos 18 y 19 de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental

Fuente: <http://www.cmicedomex.com.mx/transitorio/assets/formato-siem-blanco-2018.pdf>

4.19 Establecimiento de la Comisión de Seguridad e Higiene, Comisión de Capacitación y Adiestramiento.

ACTA CONSTITUTIVA DE LA COMISIÓN DE SEGURIDAD E HIGIENE

Siendo las _____ hrs., del día _____ de _____ de _____ y estando reunidos los CC. _____ y _____ en el Centro de Trabajo Denominado _____ con Registro Federal de Contribuyentes _____ y Registro Patronal del IMSS _____; con domicilio en la calle _____ número _____ en la Colonia _____, C.P. _____, Municipio de _____, en el Estado de Jalisco, teléfono _____ No de Fax _____ y correo electrónico _____ cuya actividad principal es: _____, y que inició sus labores el día _____ de _____ del _____ y que cuenta en la actualidad con _____ trabajadores, los cuales se encuentran distribuidos en _____ turnos.

(LLENAR SOLO SI SE TRATA DE PERSONAL SUBCONTRATADO) los cuales prestan sus servicios en el Centro de Trabajo Denominado _____ con domicilio en la calle _____ número _____ en la Colonia _____, C.P. _____, Municipio de _____, en el Estado de Jalisco,

de conformidad con lo dispuesto en los artículos 123 párrafo XV de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 12, 13, 14, 509 y 510 de la Ley Federal del Trabajo; 7, fracción IV; 45, fracciones I a IV y VI a VIII, y 47 del Reglamento Federal de Seguridad y Salud en el Trabajo; y en los artículos 7.1, 7.2, 7.3 y 7.4 de la NOM-019-STPS-2011, y el artículo 15-A de la Ley del IMSS, se procedió a integrar la COMISIÓN DE SEGURIDAD E HIGIENE de éste Centro de Trabajo.

Después de hacer del conocimiento de los presentes el sustento legal de la reunión y de que se leyeron los puntos 8.2, 8.3, 8.4 de la norma mencionada a fin de estar enterados de las funciones que desempeñarán cada uno de los integrantes, se decidió por votación que el (la) C. _____, funja como **COORDINADOR DE LA COMISIÓN**, y el (la) C. _____ como **SECRETARIO** de la misma. De igual manera se designan **VOCALES** por parte del Patrón al C. _____ y por parte de los Trabajadores al C. _____. Una vez definido lo anterior, se elabora el programa de capacitación mencionado en el punto 10 de la Norma, así como el Programa Anual de verificaciones a que hace alusión el punto 9.3, los cuales quedarán en manos del Patrón así como del Secretario de la Comisión para su cumplimiento.

Siendo las _____ hrs., se da por concluida la reunión, firmando al calce los integrantes de la Comisión para validar lo asentado en la presente.

Cargo	Nombre	Firma
Coordinador (Representante del Patrón)		
Secretario (Representante de los Trabajadores)		
Vocal (Representante del Patrón)		
Vocal (Representante de los Trabajadores)		

Formato DC-2
Elaboración del plan y programas de capacitación, adiestramiento y productividad

Fecha de publicación del formato en el DOF
DD / MM / AAAA

Homoclave del formato
DC-2

Datos de la empresa

Denominación o razón social		Registro federal de contribuyentes con homoclave (SHCP)	
Registro patronal del IMSS		Clave Única de Registro de Población CURP (En caso de persona física)	
Calle	Número exterior	Número interior	Colonia
Municipio / Delegación	Entidad Federativa		Código Postal
Teléfono(s)		Correo electrónico*	Fax*
Actividad o giro principal			
Número de trabajadores considerados en el plan	Total	Mujeres*	Hombres*

Información sobre el plan y programas de capacitación, adiestramiento y productividad

Objetivos del plan de capacitación Señalar del 1 al 5 en donde 1 es el más importante		Modalidad de la capacitación Marcar con una X la modalidad correspondiente	
Actualizar y perfeccionar conocimientos y habilidades y proporcionar información de nuevas tecnologías	<input type="radio"/>	Plan y programas específicos de la empresa	<input type="radio"/>
Prevenir riesgos de trabajo	<input type="radio"/>	Plan y programas comunes de un grupo de empresas	<input type="radio"/>
Incrementar la productividad	<input type="radio"/>	Sistema general de una rama de actividad económica	<input type="radio"/>
Mejorar el nivel educativo	<input type="radio"/>		
Preparar para ocupar vacantes o puestos de nueva creación	<input type="radio"/>		
Número de establecimientos en los que rige el plan contando el señalado anteriormente ¹	Periodo de vigencia del plan (No deberá exceder de dos años)		
Número de etapas del plan	DD / MM / AAAA	al	DD / MM / AAAA
Los datos y anexos se proporcionan bajo protesta de decir verdad, apercibidos de la responsabilidad en que incurre todo aquel que no se conduce con verdad.			
_____ Nombre y firma del patrón o representante legal de la empresa			
_____ DD / MM / AAAA			

*De conformidad con los artículos 4 y 69-M fracción V, los formatos para solicitar trámites y servicios deberán publicarse en el Diario Oficial de la Federación (DOF).

Notas e Instrucciones

- 1- Asentar en el reverso de este formato el domicilio completo, R.F.C. y registro del I.M.S.S. de los establecimientos adicionales en los que rigen el plan y los programas. Si el reverso del formato no es suficiente para relacionar los establecimientos, puede reproducirlo cuantas veces sea necesario.
- Llenar el formato y conservarlo en los registros internos de la empresa, junto con el nombre y objetivos de los programas o cursos de capacitación, los contenidos de estos, los puestos de trabajo a los que están dirigidos; así como el procedimiento de selección utilizado para capacitar a los trabajadores de un mismo puesto y categoría. Asimismo, las acciones a realizar con respecto a los temas de productividad.
- Llenar a máquina o con letra de molde.

* Datos no obligatorios

Establecimientos en los que rige el plan y programas de capacitación, adiestramiento y productividad

Número consecutivo	Domicilio (Anotar el domicilio conforme a los datos solicitados en el anverso de este formato p/cada establecimiento adicional)	Registro federal de contribuyentes con homoclave (SHCP)	Registro patronal del IMSS

Consultas sobre el trámite llamar a la Dirección General de Capacitación, Adiestramiento y Productividad Laboral al Teléfono 2000-5126 o realizar consulta al correo electrónico: registro@stps.gob.mx



Contacto:
 Av. Anillo de Periferico Sur 4271,
 Col. Fuentes del Pedregal; Deleg. Tlalpan
 Distrito Federal CP. 14140,
 Tel. (55) 3000-2100

CAPITULO V. RESULTADOS

Conclusiones

Con este proyecto se beneficia toda la comunidad del área de influencia dado que el servicio que se prestarán es de buena calidad a precios accesibles. Dada la diversidad de productos que se necesitan en la preparación de eventos de todo tipo, se generarán muchos trabajos directos e indirectos los cuales benefician al municipio de Ixtapaluca en general.

Después del análisis de mercado, con los resultados obtenidos se infiere que la implementación del proyecto de la empresa dedicada a la innovación de eventos sociales en Ixtapaluca, Estado de México Si se estudia a fondo se puede observar que es factible por los beneficios tanto económicos como sociales que este genera.

Determinando que el análisis de las variables de un estudio financiero, investigaciones y métodos se puede visualizar si un proyecto es viable, rentable y atractivo al consumidor dirigido antes de ser puesto en marcha, proporcionando una solución a una necesidad de nuestro mercado objetivo aplicable en cualquier tipo de evento requerido que podrá ser acomodado de acuerdo con el cliente o empresa que necesite la realización de un evento social, familiar o empresarial.

La demanda de servicio de organización de eventos seguirá existiendo porque las familias tendrán la necesidad de acudir a diferentes sitios para celebrar sus festividades en un sitio o servicio a domicilio además de encontrar todos sus insumos en un mismo lugar evitara gastos adicionales como transporte y tiempo. Ofreciendo servicios de calidad con innovación como son Suelo interactivo, empleo de hologramas, Streaming, Fogscreen, Video Mapping, Recorrido virtual, Planeador de tiempo, Itinerario, Invitaciones Digitales, y tarjetas de agradecimiento con fotografías de los mejores momentos del evento, y una pantalla gigante para mejorar la visión.

En los últimos 10 años las empresas prestadoras de servicios para eventos han aumentado de manera notoria, sin embargo, todavía no se puede considerar esta suficiente para absorber gran parte de la demanda potencial, porque las empresas han dejado gran porción del mercado insatisfecha debido a los altos costos y a lo excluyentes que pueden llegar a ser para todas las familias y empresas. La posición competitiva de una empresa viene definida por su poder de mercado respecto a sus clientes, proveedores o canales de distribución, así como por las barreras de entrada y de salida en su sector.

Por medio de la aplicación de encuestas se identificó el nivel de ingresos promedio mensuales de los clientes potenciales con una proporción del 78% de los encuestados con ingresos de \$2,700 a \$34,99 de la Zona de San Francisco. Pertenecientes a las clases sociales baja, media, intermedia y alta.

En el desarrollo del Estudio Financiero se identificó, estableció y cuantificó proveedores, insumos, activos fijos, gastos administrativos, gastos de ventas y demás recursos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

Después de desarrollada la Evaluación Financiera del presente proyecto se demostró que, la TIR y el VAN del Inversionista tiene rentabilidad en el proyecto de inversión.

Recomendaciones

La empresa deberá concentrarse en la renta de eventos sociales en donde se encuentra la mayor rentabilidad del negocio.

Crear compromisos y convenios con los proveedores a través de contratos para mantener los precios de sus productos en el largo plazo y de esta manera proteger la rentabilidad del proyecto en cuanto a las variaciones de precios.

Se pretende promover la realización de estudios de factibilidad para los negocios y empresas de la ciudad, convirtiéndolos en oportunidades de negocio, generando así beneficios económicos para el proyecto y nuevas fuentes de empleo.

Se buscará la forma de dar oportunidades en las formas de pago anticipadamente. Y a clientes frecuentes.

No todas las familias celebran sus fiestas en salones particulares, muchas tienen sus propios espacios como salones sociales en unidades cerradas y fincas, las cuales son una oportunidad para decorar y pueden generar otra fuente de ingresos para el proyecto. Se debe de contar con un catálogo de productos y servicios muy actualizado en los eventos sociales para estar a la vanguardia en la organización de eventos.

Se realiza este plan de negocios para obtener una mejor visión con respecto al potencial del mercado que existe con respecto a la naturaleza del servicio. Permite ver nuestro mercado meta, y que existe un interés del servicio por parte de los habitantes de San Francisco, Acuatla, utilizando el método cuantitativo mediante 379 encuestas según el cálculo de la muestra que fue aplicado a 27960 habitantes (Último estudio registrado del INEGI 2010) mediante la plataforma Survey Monkey realizando una encuesta de 10 preguntas, que fue aplicado a la población en general.

Referencias

Bibliográficas

Pinzón, L. (2011). *Anatomía de un plan de negocios* (4.^a ed., Vol. 1). Small PressUnited, 2011.

Rodríguez, F. (2018). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión* (1.^a ed., Vol. 1). Instituto Mexicano de Contadores Públicos.

Rivas & Grande, J. A. I. (2004). *Comportamiento del consumidor* (5.^a ed., Vol. 1). ESIC.

Cabascango, J.L (2011). *Plan de negocios* (1.^a ed., Vol. 3). ARTE-SANO. Quito, 2009.

Morales, A. J. (2009). *Proyectos de inversión*. (1.^a ed., Vol. 1). Mc Graw Hill.

Toca, C. E. (2010). *Fundamentos de marketing* (1.^a ed., Vol. 1). Editorial Universidad del Rosario.

Izard, G. (2010). *Gestión de la distribución* (1.^a ed., Vol. 1). Servei de Publicacins.

Mesa, M. (2012). *Fundamentos de Marketing* (1.^a ed., Vol. 1). Ecoe ediciones.

Eslava, J. J. (2010). *Las claves del análisis económico- financiero de la empresa* (2.^a ed., Vol. 1). ESIC.

Electrónicas

E. (2018, 15 octubre). *¿Cómo medir la factibilidad financiera de un proyecto?* Mefinancia.

<https://ccmexico.com.mx/blog/noticias/como-crear-una-empresa-en-mexico.html>

E. (2018, 7 mayo). *¿Cómo crear una empresa en México?*. Cámara de Comercio de la Ciudad de

México. <https://www.ccmexico.com.mx/blog/noticias/como-crear-una-empresa-en-mexico.html>

Ayuntamiento de Ixtapaluca. *REGLAMENTO DE COMPETITIVIDAD Y ORDENAMIENTO*

COMERCIAL DEL MUNICIPIO DE IXTAPALUCA. (2016, 1 enero). Recuperado de

Url.https://www.ipomex.org.mx/recursos/ipo/files_ipo/2017/1/8/4706021b21385322b9d07eb2551b06cf.pdf

Malváis & Bobadilla, F. A. (2014). Viabilidad económica y financiera de una microempresa.

Revista Mexicana de Agro negocios, 1(7), 957–968. <https://doi.org/10.23880/jobd-16000139>

T.M. (2021b, enero 1). *Requisitos básicos para crear una empresa*. Tracer. Url.

<https://www.tracer.mx/blog-legal/requisitos-basicos-para-crear-una-empresa-mexico>

Anexos

Formato de encuesta

La obtención de estas encuestas será analizada y permitirá desarrollar efectiva y exitosamente el presente proyecto.

1. ¿Sexo?

- a) Hombre
- b) Mujer

2. ¿Edad?

- a) 15-24 años
- b) 25-34 años
- c) 35-44 años
- d) 45-54 años
- e) 55-64 años
- f) Más de 65 años

3. ¿Nivel de escolaridad?

- a) Sin instrucción
- b) Sin básica
- c) Básica Completa
- d) Media superior
- e) Superior

4. ¿Ingreso familiar Socioeconómico aproximado?

- a) \$0 - \$2,699
- b) \$2,700 - \$6,799
- c) \$6,800 - \$11,599
- d) \$11,600 - \$34,999
- e) \$35,000 - \$84,999
- f) Más de \$85,000

5. ¿Dónde prefiere realizar sus eventos?

- a) Casa
- b) En salón de eventos
- c) Jardín
- d) Otros

6. ¿En la planeación de un evento (sin considerar lugar físico donde se realice), en que actividades se lleva más tiempo?

- a) Compra de insumos (invitaciones, desechable, piñata, dulceros, recuerdos, centros de mesa, pastel etc.)
- b) Hacer la comida y bebida para el evento.
- c) Decoración del lugar

7. ¿Qué servicios adicionales consideraría al contratar un evento?

- a) Espacio para espectáculos (Botargas temáticas, show de payasos, imitador, mariachi, batucada etc.)
- b) Mesa de dulces personalizada
- c) Alquiler de juegos infantiles y mecánicos (Miniferia)
- d) Adicionales (Cabina de Fotos, limosina, mesas y pista iluminada)
- e) Guardería

8. ¿Estaría dispuesto a pagar por la planeación, organización, dirección y control durante su evento (Incluye planeador de eventos, invitaciones, decoración del lugar, el catering (banquetes), música)) donde únicamente llegue a disfrutar su fiesta?

- a) Si
- b) No
- c) Tal vez

9. ¿Estaría dispuesto a pagar por una fiesta temática, creativa y autentica (considerando decoración del lugar, artículos y dulces) que fuese personalizada y especial para tu evento?

- a) Si
- b) No
- c) Tal vez

10. ¿Estaría dispuesto a pagar un sobreprecio adicional por una fiesta temática personalizada que incluya invitaciones, decoración del lugar, dulceros, mesa de dulces, arreglos de mesa y piñata,) que cantidad?

- a) \$500-\$1000
- b) \$1001-\$2000
- c) \$2001-\$3000
- d) No estaría dispuest@ a pagar

Glosario de Términos

Actividad/tarea: Términos sinónimos, aunque se acostumbra tratar a la tarea como una acción componente de la actividad. En general son acciones humanas que consumen tiempo y recursos, y conducen a lograr un resultado concreto en un plazo determinado. Son finitas aunque pueden ser repetitivas.

Activo: son aquellos bienes, derechos u otros recursos susceptibles de convertirse en beneficios o aportar algún rendimiento económico a nuestra compañía. Así, dentro de una empresa podemos encontrar varios activos como por ejemplo, el local, el equipo informático o la maquinaria.

Activo no corriente o activo fijo: de una empresa está formado por todos los activos de la sociedad que no se hacen efectivos en un periodo superior a un año.

Análisis: Acción de dividir una cosa o problema en tantas partes como sea posible, para reconocer la naturaleza de las partes, las relaciones entre éstas y obtener conclusiones objetivas del todo.

Factor de Actualización:

Fondos: Una inversión utiliza tus ahorros para generar ganancias. Un fondo de inversión te permite acceder a un portafolio de valores como acciones o bonos en el mercado nacional e internacional.

Calidad: El grado perceptible de uniformidad y fiabilidad a bajo costo y adecuado a las necesidades del cliente.

Catering: Consiste en el servicio de alimentación ya sea institucional o colectiva, que implica proveer de comida y bebida a organizaciones, empresa, eventos o fiestas. Es una forma eficaz que emplean las diversas empresas u organizadores de eventos para

proporcionar un servicio de alimentación a los empleados o invitados, dependiendo del caso del que se trate.

Controlar: Acto de medir y registrar los resultados alcanzados por un agente del sistema organizacional en un tiempo y espacio determinados.

Control de calidad: se ocupa de garantizar el logro de los objetivos de calidad del trabajo respecto a la realización del nivel de calidad previsto para la producción y sobre la reducción de los costos de la calidad.

Coordinar: Acto de intercambiar información entre las partes de un todo. Opera vertical y horizontalmente para asegurar el rumbo armónico y sincronizado de todos los elementos que participan en el trabajo.

Costo de oportunidad: de utilizar un recurso en una determinada actividad es el valor/beneficio/retorno/compensación al cual se debe renunciar debido a que el recurso no está disponible para ser utilizado en otro escenario.

Demanda: se puede definir como la cantidad de bienes y servicios requeridos por un grupo de personas en un mercado determinado, en el cual influyen los intereses, las necesidades y las tendencias.

Diagnóstico: Identificación y explicación de las variables directas e indirectas inmersas en un problema, más sus antecedentes, medición y los efectos que se producen en su medio ambiente.

Estudio de mercado: es una investigación utilizada por diversos ramos de la industria para garantizar la toma de decisiones y entender mejor el panorama comercial al que se enfrentan al momento de realizar sus operaciones.

Estudio técnico: conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos

disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos.

Estudio financiero: Es el proceso a través del que se analiza la viabilidad de un proyecto. Tomando como base los recursos económicos que tenemos disponibles y el coste total del proceso de producción. Su finalidad es permitirnos ver si el proyecto que nos interesa es viable en términos de rentabilidad económica.

Liquidez: capacidad que tiene una entidad para obtener dinero en efectivo y así hacer frente a sus obligaciones a corto plazo. En otras palabras, es la facilidad con la que un activo puede convertirse en dinero en efectivo.

Interés: es el precio que se paga por el uso del préstamo de dinero.

Marketing: es el término utilizado para referirse al conjunto de técnicas o estrategias utilizadas para estudiar el comportamiento de los mercados, la gestión comercial de las empresas y de las necesidades de los consumidores. Dicho término, aunque podemos encontrarlo ya incluido en las últimas ediciones del Diccionario de la lengua española, se nos muestra de forma cursiva al considerarse un anglicismo o término extranjero, cuya traducción o equivalente es la palabra mercadotecnia, aunque también es utilizado de forma frecuente como tal, el término mercadeo.

Manual: Documento que contiene información válida y clasificada sobre una determinada materia de la organización. Es un compendio, una colección de textos seleccionados y fácilmente localizables.

Método: Sucesión lógica de pasos o etapas que conducen a lograr un objetivo predeterminado.

Objetivo específico: Es la especificación de una parte del objetivo general. El conjunto de objetivos específicos logra el objetivo general.

Objetivo general: Se define como "un deseo a lograr".

Organizar: Acto de acopiar e integrar dinámicamente y racionalmente los recursos de una organización o plan, para alcanzar resultados previstos mediante la operación.

Pasivo: hace referencia a las deudas y obligaciones con las que una empresa financia su actividad y utiliza para pagar su activo. Además, son deudas a las que tenemos que hacer frente en el presente pero que hemos obtenido en el pasado, como por ejemplo un préstamo bancario.

Pérdida: La pérdida contable es una disminución del activo de la empresa, es decir es una minoración de los bienes y derechos.

Planificación: Proceso racional y sistémico de proveer, organizar y utilizar los recursos escasos para lograr objetivos y metas en un tiempo y espacio predeterminados.

Planificación administrativa: Proceso racional de previsión, estructuración, diseño y asignación óptima de recursos de las organizaciones, para que alcancen resultados en un tiempo y espacio dados.

Presupuesto: Plan financiero de ingresos y egresos de corto plazo conformado por programas, proyectos y actividades a realizar por una organización, presentándose en determinadas clasificaciones.

Prima de riesgo: La prima de riesgo es la diferencia que existe entre la rentabilidad que paga un país por su deuda respecto a lo que paga otro país más seguro y fiable. Por ejemplo, en el caso de España, la prima de riesgo se mide con respecto a Alemania. Así, este término financiero es un indicador que mide el riesgo de un país. Es decir, si la prima de riesgo es elevada, indica que ese país tiene dificultades económicas.

Procedimiento: Ciclo de operaciones que afectan a varios empleados que trabajan en sectores distintos y que se establece para asegurar el tratamiento uniforme de todas las operaciones respectivas para producir un determinado bien o servicio.

Producto: Es el resultado parcial o total (bienes y servicios), tangible o intangible, a que conduce una actividad realizada.

Proyecto: Conjunto armónico de objetivos, políticas, metas y actividades a realizar en un tiempo y espacio dados, con determinados recursos. Sus resultados son "bienes de capital".

Puesto: Conjunto de deberes y responsabilidades a ejecutar por una persona que posee determinados requisitos y a cambio de remuneración.

Recursos: Son los medios que se emplean para realizar las actividades. Por lo general son seis: humanos, financieros, materiales, mobiliario y equipo, planta física y tiempo.

Rentabilidad: Relación existente entre los beneficios que proporciona una determinada operación o cosa y la inversión o el esfuerzo que se ha hecho; cuando se trata del rendimiento financiero; se suele expresar en porcentajes.

Riesgo: El riesgo es la incertidumbre generada por la evolución y resultado de un suceso en concreto. Este suceso puede abarcar cualquier ámbito.

Seating: es un esquema o plano de las mesas que se utiliza para conocer la distribución de las mismas, pero sobre todo, para designar el lugar que ocupará durante el banquete cada persona que recibió su invitación de boda elegante y confirmó su asistencia.

Utilidades: La utilidad es la medida de satisfacción por la cual los individuos valoran la elección de determinados bienes o servicios.

Volumen de ventas: es el conjunto de ventas de productos o servicios prestados que se ha realizado en una empresa en un periodo determinado.