



**TECNOLÓGICO UNIVERSITARIO DE MÉXICO**

---

**Escuela de Contaduría**

**INCORPORADA A LA**

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**CLAVE: 3079-08**

**“PROYECTO DE INVERSIÓN  
PARA LA CREACIÓN DE UN NUEVO NEGOCIO.  
ESTACIONAMIENTO”**

**T E S I S  
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN CONTADURÍA**

**P R E S E N T A :  
M I G U E L R Í O S A L M A Z Á N**

**ASESOR:  
C.P. GUSTAVO RAÚL BAUTISTA VILLANUEVA**

**MÉXICO, D.F.**

**DICIEMBRE 2011**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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

## INTRODUCCIÓN.

La situación actual del país ha originado un enorme desempleo, lo que trae como consecuencia un incremento en la oferta de recurso humano y un decremento en la demanda del mismo; en pocas palabras hay mucha gente buscando empleo y pocas vacantes. Lo descrito anteriormente es lo que ha conducido a México por el camino de la inseguridad.

Una prioridad para todos es vivir en un país que se esfuerce por ser mejor cada día, pero la desesperanza que alberga la mayoría de los hogares mexicanos ha obligado a muchas familias a tomar el camino fácil -el delinquir-.

Claro está que este trabajo no intenta salvar México de esta situación, pero si esta dentro de sus objetivos el dar a conocer una muy buena alternativa para abatir el desempleo y poder dar a las familias una mejor calidad de vida para que las siguientes generaciones puedan tener sueños e ilusiones y logren una mejora continua de la sociedad y -consecuentemente- del país.

La propuesta es el autoempleo, pero un autoempleo que esté dentro de la ley, que genere impuestos -que a final de cuentas son los ingresos que obtiene el Gobierno para pagar las obras de mejoramiento-, que ofrezca productos y/o servicios de buena calidad y que pueda competir con otras empresas.

Son las micro, pequeñas y medianas empresas el motor que puede ayudar a que el país salga de ese pequeño “bache” en el que se encuentra “atorado”.

Este trabajo demostrará que es posible crear una empresa con una inversión mínima y valiéndose de todos los apoyos de los que se disponen (Gobierno e Instituciones Privadas). Para fines de esta tesis, se tomará como ejemplo la creación, manejo y desarrollo un estacionamiento; partiendo desde el proceso de elección del producto o servicio a ofrecer, hasta el funcionamiento en sí del negocio.

Obviamente que los negocios tienen momentos buenos y malos, por esta razón -además de lo descrito en el párrafo anterior- se incluye una proyección a diez años, para medir realmente la viabilidad de crear un negocio y así convencernos de que realmente se puede salir adelante con las herramientas con las que se cuenta actualmente en el país.

Todo negocio -indistintamente de su tamaño- requiere de un **Proyecto de Inversión**, y claro está que es de total trascendencia llevar a cabo un proceso de planeación, evaluación e implantación de dicho proyecto, hasta llegar al cometido: **La creación de una empresa**. Lo anterior resalta la importancia que tiene la elaboración de un **Proyecto de Inversión**, el cual será definido y desarrollado a continuación.

## ÍNDICE

TEMA	PÁGINA
<b>INTRODUCCIÓN</b>	
<b>CAPÍTULO I: “GENERALIDADES”.</b>	
1.1 ¿Qué es un Proyecto de Inversión?	8
1.2 Importancia de los Proyectos de Inversión para la realización de un objetivo.	9
1.3 Objetivo del Proyecto de Inversión.	10
1.4 Análisis FODA.	10
1.4.1 Fortalezas.	11
1.4.2 Oportunidades.	11
1.4.3 Debilidades.	11
1.4.4 Amenazas.	12
1.5 Matriz FODA	12
<b>CAPÍTULO II: “DELIMITACIÓN DEL PROYECTO DE INVERSIÓN”.</b>	
2.1 Determinación del producto o servicio sobre el cual se desea trabajar.	15
2.2 Justificación de la existencia de la empresa.	15
2.3 Dale nombre a tu empresa.	15
2.4 Descripción de la empresa.	16
2.5 Elección de la ubicación de la empresa.	16
2.6 Tamaño de la empresa.	17
2.7 Misión de la empresa.	17
2.8 Objetivos de la empresa.	17
2.8.1 Objetivo General.	18
2.8.2 Objetivos Específicos.	18
2.9 Ventajas Competitivas.	19
2.10 Distingos competitivos.	19
2.11 Análisis de la Industria o Sector.	19
2.12 Servicios que presta la empresa.	20
2.13 Calificaciones para entrar al área.	20
2.14 Apoyos.	20
<b>CAPÍTULO III: “ESTUDIO DE MERCADO”.</b>	
3.1. ¿Qué es el estudio de mercado?	23
3.2. Objetivos de la mercadotecnia.	23
3.3. Segmento de mercado.	24
3.4. Características del segmento de mercado	25
3.5. Consumo aparente.	25
3.6. Demanda potencial.	26
3.7. Participación de la competencia en el mercado.	26
3.8. Estudio de mercado.	26
3.8.1 Objetivo del estudio de mercado.	27
3.8.2 Encuesta tipo.	27
3.8.3 Aplicación de la encuesta.	27

3.8.4	Resultados obtenidos.	28
3.9.	Conclusiones del estudio realizado.	28
3.10.	Distribución y puntos de venta.	28
3.11.	Diseño del proceso.	28
3.12.	Promoción del servicio.	29
3.13.	Volante publicitario.	29
3.14.	Sistema de promoción y publicidad.	30
3.15.	Políticas de precio.	30
3.16.	Determinación del precio de venta.	30
3.17.	Plan de introducción al mercado.	31
3.18.	Riesgos y Oportunidades del mercado.	31
<b>CAPÍTULO IV: “ESTUDIO TÉCNICO”</b>		
4.1	¿Qué es el Estudio Técnico?	33
4.2	Objetivos del Área de Operación.	33
4.3	Especificaciones del Servicio.	34
4.4	Descripción del proceso de elaboración del producto o prestación del servicio.	34
4.5	Diagrama de flujo del proceso.	35
4.6	Características de la Tecnología.	35
4.7	Equipo e instalaciones.	35
4.8	Identificación de proveedores y cotizaciones.	36
4.9	Compras.	36
4.10	Capacidad instalada.	36
4.11	Manejo de inventarios.	37
4.12	Procedimientos de mejora continua.	37
4.13	Programa de Operación.	38
<b>CAPÍTULO V: “ESTUDIO ADMINISTRATIVO”.</b>		
5.1	¿Qué es el Estudio Administrativo?	39
5.2	Objetivos del Área Administrativa.	40
5.3	Estructura organizacional.	41
5.4	Capacitación del personal.	42
5.5	Reclutamiento.	42
5.6	Selección	43
5.7	Contratación.	43
5.8	Inducción.	44
5.9	Administración de sueldos y salarios.	44
5.10	Evaluación del desempeño.	45
5.11	Relaciones de trabajo.	45
5.12	Marco legal.	45
<b>CAPÍTULO VI: “ESTUDIO FINANCIERO”.</b>		
6.1	¿Qué es el Estudio Financiero?	48
6.2	Objetivos del Área Financiera.	48
6.3	Sistema contable de la empresa.	48
6.4	Catálogo de cuentas.	49
6.5	Software a utilizar.	50

<b>CAPÍTULO VII: "RESUMEN EJECUTIVO".</b>	
7.1 Concepto	52
7.2 Elaboración	53
<b>CAPÍTULO VIII: "CASO PRÁCTICO".</b>	
8.1 Establecimiento de un estacionamiento.	56
8.2 Resumen Ejecutivo	95
<b>CONCLUSIONES.</b>	115
<b>BIBLIOGRAFÍA.</b>	116

## **CAPÍTULO I: "GENERALIDADES"**



## 1.1 ¿Qué es un Proyecto de Inversión?

Para comenzar, se deben tener muy claros los conceptos “Proyecto” e “Inversión”. El primero se refiere a una idea que se tiene de algo que se piensa hacer y de cómo hacerlo; y el segundo se refiere al empleo de capital para la obtención de un beneficio. Si unimos los dos conceptos quedaría como sigue:

El Proyecto de Inversión es la idea que se tiene sobre el empleo de capital y cómo hacerlo para obtener un beneficio.

Se puede definir también al Proyecto de Inversión como una serie de pasos a seguir que conducen a la recolección organizada de información para lograr una toma de decisiones ágil, correcta y fundamentada en datos cuantitativos.

El concepto anterior contiene varios términos que es muy importante analizar, como son:

- **Serie de pasos a seguir.** El Proyecto de Inversión debe seguir una metodología, por lo que es indispensable y trascendental recabar toda la información posible del negocio y su entorno antes de comenzar el proyecto, esto no solo para la correcta elaboración del mismo, sino también para lograr la viabilidad del proyecto.
- **Recolección organizada de información.** Esto se da al momento de hacer el estudio de mercado, debido a que se deben realizar encuestas que sirvan para conocer la impresión de los clientes potenciales, tanto de la existencia del negocio como del producto o servicio que ofrece.
- **Toma de decisiones ágil, correcta y fundamentada.** El objetivo principal de elaborar un proyecto es una toma de decisiones, que es lo que queremos lograr de forma segura -no es posible eliminar el riesgo en una inversión, pero sí reducirlo al mínimo-; esto se logra

basándose en la información recolectada a lo largo del proceso y sobre todo en el resultado final que arroje el proyecto.

- **Datos cuantitativos.** Aunque claro está que es muy importante la opinión del cliente potencial, es fundamental la elaboración del flujo de efectivo que refleje en números el panorama que dibuja el proyecto a futuro.

Aún después de esta explicación, nos preguntamos...

¿Qué importancia tiene un Proyecto de Inversión?

## **1.2 Importancia de los Proyectos de Inversión para la realización de un objetivo.**

Tratar de predecir el futuro es imposible, pero si podemos tener un panorama de lo que puede suceder en el mismo basándonos en distintas variables que cambian continuamente. Un Proyecto de Inversión elaborado correctamente, indica las acciones a seguir y proporciona una justificación para la inversión realizada.

El decidir ¿qué hacer?, ¿para qué?, ¿cómo?, ¿con qué?, ¿quién? y ¿dónde hacerlo?, es la responsabilidad más grande que puede existir en un negocio, ya que si se toman decisiones incorrectas, el proyecto puede no funcionar como nosotros quisiéramos o simplemente fracasar al instante; esa es la importancia del Proyecto de Inversión.

En conclusión, el análisis de una inversión a través de la elaboración de un proyecto es una actividad que se tiene que realizar en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, con la finalidad de minimizar el riesgo de tomar decisiones de poca o nula viabilidad.

### **1.3 Objetivo del Proyecto de Inversión.**

Si bien, el objetivo primordial de una inversión es destinar recursos para hacer crecer el patrimonio, la finalidad que se persigue con la elaboración de un Proyecto de Inversión puede ser resumida en tres objetivos:

- a) Canalizar eficientemente los recursos disponibles para la concepción y desarrollo de metas determinadas.
- b) Minimizar la incertidumbre natural de un proyecto al reducir la probabilidad de errores.
- c) Facilitar la determinación de la factibilidad mercadológica, técnica y económica del proyecto.

Pero el objetivo principal de un Proyecto de Inversión es elaborar un estudio en el que se plasme la utilización del capital con el que se cuenta en un negocio o inversión, para obtener una ganancia derivada del mismo, misma que deberá ser suficiente para cubrir la inversión inicial, el poder adquisitivo que perdió el dinero con el paso del tiempo y un extra muy considerable que valga la pena para tomar la decisión de llevar a cabo la inversión.

### **1.4 Análisis FODA.**

Es un estudio que permite conocer la competitividad de la empresa tomando en cuenta la situación interna y la situación externa que tiene el negocio.

FODA significa: **F**ortalezas, **O**portunidades, **D**ebilidades y **A**menazas.

La situación interna del negocio se refiere a los factores que pueden ser controlados por la empresa, como son las Fortalezas y las Debilidades; es decir que estos dos factores solamente dependen del trabajo, esfuerzo y dedicación que se le dé al negocio.

La situación externa del negocio se refiere a los factores que no pueden ser controlados por la empresa, como son las Oportunidades y las Amenazas; es decir que independientemente del rumbo que lleve el negocio puede ocurrir una situación (como una crisis por ejemplo) que impida el crecimiento del mismo.

#### **1.4.1 Fortalezas.**

Son elementos internos, positivos, que diferencian el proyecto de otros del mismo tipo. Un ejemplo muy claro es la producción de un artículo -o la prestación de un servicio- que la competencia no tenga.

#### **1.4.2 Oportunidades.**

Son situaciones externas, positivas, que se generan y que al ser identificadas oportunamente, pueden ser utilizadas en beneficio del desarrollo óptimo del proyecto. Un ejemplo muy claro es la rapidez en los avances tecnológicos que acontece en estos tiempos.

#### **1.4.3 Debilidades.**

Son elementos, recursos, habilidades y actitudes que la empresa tiene y que le impiden lograr un desarrollo óptimo. Un ejemplo de esto puede ser que el servicio que prestas al público no es el esperado y por eso opten por ir con la competencia aunque sus precios sean más altos.

#### **1.4.4 Amenazas.**

Son situaciones externas, negativas, que atentan contra el desarrollo del proyecto, esto obliga a crear una estrategia adecuada para poder evitar -en la medida de lo posible- este tipo de situaciones. Un ejemplo muy claro son las reformas fiscales.

El análisis FODA es de suma importancia para todo negocio, ya que “desnuda” por completo los pros y los contras de llevar a cabo el negocio o de continuar con él, lo que obliga a tomar decisiones y establecer estrategias a seguir. Todo esto es más sencillo cuando existe una representación gráfica del análisis FODA, y este se da a través de una matriz.

#### **1.5 Matriz FODA**

Como se mencionó anteriormente, después de haber identificado los cuatro elementos que componen el análisis FODA, es posible plasmarlos de manera gráfica en una matriz, para un mejor manejo de esta información y para identificarlos de forma fácil y rápida, además, la Matriz FODA permite visualizar fácilmente las potencialidades (combinación de fortalezas con oportunidades) y las limitaciones (combinación de debilidades y amenazas) del negocio en una sola representación gráfica, como a continuación se ejemplifica:

	Potencialidades	Limitaciones
	Fortalezas	Debilidades
<b>Análisis Interno</b>	Capacidades distintas Ventajas naturales Recursos superiores	Recursos y capacidades escasas Resistencia al cambio Problemas de motivación del personal
	Oportunidades	Amenazas
<b>Análisis Externo</b>	Nuevas tecnologías Debilitamiento de competidores Posicionamiento estratégico	Altos riesgos - Cambios en el entorno
<b>Estrategias</b>		
Acciones a desempeñar para aprovechar las potencialidades y reducir al mínimo las limitaciones		
1. 2. 3. 4. 5.		

## **CAPÍTULO II: “DELIMITACIÓN DEL PROYECTO DE INVERSIÓN”.**

## **2.1 Determinación del producto o servicio sobre el cual se desea trabajar.**

Esta etapa de la creación de un negocio es un proceso meramente mental, en el que -a través de la observación o experiencias particulares- se identifica un problema, una necesidad de la población que aún no ha sido cubierta. Con base en lo anterior se buscan opciones o alternativas que puedan cubrir la necesidad ya identificada.

Una vez que se han identificado varias alternativas de solución se procede a evaluar las distintas opciones, identificando pros y contras, e incluso tomar en cuenta la zona en donde se desea prestar el servicio o distribuir el producto. Ya que se hizo esta evaluación, se elige la mejor alternativa.

## **2.2 Justificación de la existencia de la empresa.**

Una vez identificada la necesidad de la población y el producto o servicio que puede cubrirla, se comienza a idear el modo en que puede ser distribuido el producto o bien prestado el servicio, es decir, crear un negocio que se encargará de generarlo y hacerlo llegar a la población.

## **2.3 Dale nombre a tu empresa.**

Ya que se ha tomado la decisión de emprender un negocio es fundamental darle un nombre a la empresa, esta parte es muy importante dentro del proceso ya que será el modo en el que el consumidor recordará el negocio, el nombre es tan importante que el solo escucharlo puede provocar que el público se acerque o se aleje de la empresa.

Trascendente que el nombre sea agradable al público, es decir que no contenga frases ofensivas o dobles sentidos; otra cuestión muy importante es que el nombre sea sencillo y fácil de recordar, pero que a la vez al recordarlo cause un impacto positivo en el consumidor, es decir que el solo nombre atraiga al público.



Otro aspecto a considerar es que si la empresa es de servicios, preferentemente su nombre debe describir en forma breve el servicio que se está prestando, para así evitar confusiones y hacerlo fácilmente identificable al consumidor.

Por último, pero no menos importante, el nombre debe tener cierto contenido de originalidad para evitar problemas de confusión con otros negocios, o bien que la empresa se vea relacionada con otras que prestan un mal servicio.

Es recomendable que durante este proceso se extraigan 3 o 5 posibles nombres y se elija el que se considere más adecuado.

#### **2.4 Descripción de la empresa.**

Una vez que ya se cuenta con el nombre de la empresa, se debe tener muy bien identificado el sector al que pertenece (primario, secundario o terciario) y el giro en el que se desenvolverá (comercial, industrial o de servicios), así como la rama específica a la que pertenece.

Otro aspecto que también hay que tomar en cuenta en esta parte del proceso, es identificar y plasmar el producto o productos a elaborar; o bien, la actividad o actividades preponderantes que va a llevar a cabo la empresa.

#### **2.5 Elección de la ubicación de la empresa.**

El lugar en el que será establecida la empresa es tan importante para el éxito del negocio como lo es la calidad de producto o servicio que se ofrece. Cuando un negocio inicia puede recurrir a la publicidad, pero no hay nada mejor que la recomendación de otros usuarios, y esta recomendación comenzará por los consumidores de la localidad; pero si la localidad en la que está ubicado el

negocio no requiere del producto o servicio que se ofrece, será muy complicado el darse a conocer con el resto del público.

## **2.6 Tamaño de la empresa.**

Es muy importante conocer el tamaño de la empresa (tomar en cuenta el espacio necesario para la realización de las actividades inherentes al negocio, la maquinaria a utilizar, el número de personas que desempeñarán sus labores, etc.), para saber si la ubicación elegida es adecuada para poner en marcha el negocio o bien si será necesario hacer algunas adecuaciones al lugar antes de iniciar.

## **2.7 Misión de la empresa.**

La misión de una empresa es una frase que engloba lo que ésta es, lo que hace y para qué lo hace. Esta frase debe hacer mención de la calidad del producto o servicio que brinda la empresa, así como el beneficio que recibe el cliente por consumir el producto o servicio en la empresa que la competencia no ofrece. Otro aspecto que debe contener esta frase es la esencia de mejora continua; por lo que también debe ser motivadora para el personal.

## **2.8 Objetivos de la empresa.**

Es la finalidad hacia la cual se dirigen los recursos y todas las actividades de la empresa. Existe solo un objetivo general, del cual derivarán varios objetivos específicos. Los objetivos son guías que debemos tener presentes durante toda la vida del negocio; otro aspecto importante de los objetivos es definir que se quiere hacer y cómo se logrará.

Es muy importante tomar en cuenta al momento de redactar los objetivos, que estos empiecen con un verbo en infinitivo, ni deben llevar más de un verbo indicando la acción por realizar. Esto es muy

importante para que al momento de leer el objetivo, este sea claro para evitar confusiones o desviaciones del mismo.

Los objetivos que se especifiquen requieren ser congruentes entre sí; por esta razón deben pensarse muy bien antes de ser redactados porque son muy importantes -junto con la misión- para el desarrollo óptimo de un negocio.

Es importante señalar que durante la vida del negocio pueden surgir objetivos adicionales, que modifiquen los objetivos iniciales o incluso los sustituyan, pero esto dependerá de la dirección que tome el negocio.

### **2.8.1 Objetivo General.**

Este abarca todos los aspectos del negocio de manera general, este objetivo debe ser amplio porque de él derivarán los objetivos específicos.

### **2.8.2 Objetivos Específicos.**

Los Objetivos Específicos representan los pasos que se han de realizar para alcanzar el objetivo general. Facilitan el cumplimiento del objetivo general, mediante la determinación de etapas o la precisión y cumplimiento de los aspectos necesarios de este proceso. Señalan propósitos o requerimientos en orden a la naturaleza del negocio. Se derivan del general y, como su palabra lo dice, inciden directamente en los logros a obtener.

Se dividen en dos tipos: Administrativos y Operativos. Los primeros se encargarán de definir acciones concretas para tener una aplicación de recursos planificada que encamine al negocio a una optimización de recursos; los Operativos se encargarán del origen de los recursos, en cómo obtenerlo y cómo incrementarlo.

## **2.9 Ventajas Competitivas.**

Son las características específicas del producto o servicio que se ofrece que los haga únicos en comparación con otros productos o servicios similares que se ofrecen en el mercado. Es muy importante identificar y tener presente las ventajas competitivas del producto o servicio que se ofrece en el negocio porque estas garantizarán su aceptación en el mercado. Estas ventajas deben ser monitoreadas periódicamente durante el desarrollo del negocio, para –de ser necesario– renovarlas o incrementarlas según el movimiento del producto o servicio en el mercado y tomando en cuenta las acciones de los competidores.

## **2.10 Distingos competitivos.**

Son aspectos comunes de la “imagen” del producto o servicio, ya existentes en el mercado, pero se les da una atención especial. Es decir, cualidades que distinguen a la empresa de las demás y estas conducen a la preferencia del consumidor. Es de vital importancia que tanto las ventajas como los distingos competitivos sean identificados porque son fortalezas de la empresa que deben ser conocidas tanto por los empleados (para hacer uso de ellas cuando sea necesario) como por los clientes (para que queden convencidos del por qué deben elegir los productos y/o servicios de la empresa y no los de la competencia).

## **2.11 Análisis de la Industria o Sector.**

Es de vital importancia que se tenga un amplio conocimiento del entorno en el que se desarrollará la empresa, conocer las necesidades de la población local, las vías de acceso, negocios aledaños, opciones de comunicación, problemas de la colonia y demás aspectos relacionados que pueden beneficiar al negocio o bien, perjudicarlo de no conocerlas.

### **2.12 Servicios que presta la empresa.**

En este punto es en el que se establece claramente los productos y/o los servicios que ofrecerá la empresa; aquí solo se enunciarán todos y cada uno, no es necesario detallarlos porque esto se llevará a cabo en la especificaciones del área de producción de la empresa.

### **2.13 Calificaciones para entrar al área.**

Son aquellas características que posee el personal que llevará las riendas del negocio, que facilitan el establecimiento y desarrollo de la empresa; y que ayudarán a la empresa a fabricar un mejor producto o proporcionar un servicio innovador o bien, de mayor calidad en comparación con el de la competencia. Es muy importante identificarlas para así poder tener claras las fortalezas y debilidades que esto produce.

### **2.14 Apoyos.**

Es trascendental para todo negocio establecer redes sociales, con esto se hace referencia a estructuras sociales compuestas de grupos de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como amistad, parentesco, intereses comunes o que comparten conocimientos. Estas redes sociales son importantes para el desarrollo de la empresa, porque todos los conocidos que tenga la empresa pueden servir como “Apoyos”, que son personas que prestarán sus servicios solo en caso de ser necesario, lo importante de tenerlos identificados es que en caso de alguna emergencia, la empresa ya cuenta con una “agenda” de servicios profesionales de toda confianza para la empresa.

En resumen, es de vital importancia para el Proyecto de Inversión el tener presente -primero- el producto o servicio que se va a ofrecer al público y posteriormente el tipo de empresa necesaria para desarrollarlo; lo anterior porque la base del proyecto es “aterrizar una idea” -aún a estas

alturas muy cualitativamente- pero ya es un comienzo, y como tal se debe plantear minuciosamente para que más adelante el proyecto no se “derrumbe”.

Se puede decir que con este capítulo se completa una primera fase del Proyecto de Inversión, como se comentó anteriormente, esta fase es muy cualitativa pero permite formar una imagen de lo que se desea lograr como empresa, en un aspecto muy general. Las fases posteriores serán enfocadas hacia aspectos muy específicos del negocio, prácticamente se dará forma a cada una de las áreas que formarán parte del negocio deseado (sin importar el tamaño, todo negocio debe tener bien definidas la funciones de cada área, para evitar duplicidad de funciones o –en caso contrario- que no se lleven a cabo actividades fundamentales para la salud del negocio).

### **CAPÍTULO III: “ESTUDIO DE MERCADO”.**

### **3.1. Introducción**

Es de total importancia esta fase del Proyecto de Inversión, ya que el Estudio de Mercado contribuye a disminuir el riesgo que toda decisión lleva consigo. Esta podría identificarse como la segunda fase del Proyecto; a través de ella se determinará el segmento de mercado que corresponde al producto o servicio elegido, el medio a través del cual se les hará llegar la información del producto o servicio al citado segmento y -lo más importante- la opinión que tiene el comprador potencial sobre el producto o servicio que se introducirá en el mercado. Lo anterior con el fin de tomar en cuenta todas las observaciones que se hagan para incluirlas al momento de poner en marcha el negocio.

Se debe tener presente que el estudio de mercado es un trabajo empleado con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de un proyecto de inversión, ya sea para la creación de una empresa o bien para poner en el mercado un nuevo producto o servicio. Como todo estudio, debe tener definidos objetivos, un desarrollo apropiado de los mismos e integrar toda la información obtenida en una sola idea (conclusión) que permita continuar con el Proyecto de Inversión.

### **3.2. Objetivos de la mercadotecnia.**

Hoy en día el término mercadotecnia ya no es muy utilizado, ahora es más común encontrar la palabra “marketing”, pero en cuestión de conceptos es lo mismo. Se refiere a un conjunto de técnicas empleadas con la finalidad de distribuir un producto o servicio entre los consumidores potenciales.

En este punto, lo que se pretende es definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en cuestión de ventas, es muy importante identificar por lo menos un objetivo a corto plazo (objetivos que se pretendan cumplir de 1 a 6 meses), uno a mediano plazo (los que se pretenden cumplir de 7 meses hasta 1 año) y a largo plazo (los que se pretenden cumplir a más de 1 año). A continuación se muestran algunas ejemplos de los tres tipos de objetivos:



- Contratar personal suficiente y apto antes del primer semestre para que el negocio pueda trabajar a un 100% de su capacidad.
- Superar -el año próximo- las ventas de este año en un 25% para poder así ampliar el mercado y hacer remodelaciones necesarias para el negocio.
- Renovar la maquinaria cada 3 años para así mantener o mejorar la calidad del producto que se ofrece.

### 3.3. Segmento de mercado.

Es totalmente imposible satisfacer a todo el mercado con un producto o servicio, por esta razón es muy importante determinar un segmento o sección del mismo, el cual se determina tomando en cuenta aspectos como:

- **Género.** Esto en caso de que el producto o servicio sea exclusivo para hombres o para mujeres. Por ejemplo, ropa interior, cosméticos, lociones, perfumes, etc.
- **Profesión u oficio.** Este aspecto debe tenerse en cuenta cuando el producto o servicio es especializado para un gremio en específico. Por ejemplo, telescopios, químicos, materiales de construcción; que aunque pueden ser utilizados por el público en general, sus ventas mas fuertes son hacia clientes que se especializan en el uso de estos artículos.
- **Lugar de residencia.** En ocasiones, al iniciar una empresa, comienza ofreciendo el producto o servicio en una localidad, debe tenerse ubicado el lugar o región en el que se distribuirá el producto. Por ejemplo, Azcapotzalco, D.F., México, América, etc.
- **Edad.** Existen productos o servicios que van dirigidos a un público delimitado por su edad. Por ejemplo, juguetes, smartphone's, medicamentos, automóviles, etc.

Una vez que se definen todos y cada uno de los aspectos que conformarán el segmento de mercado, es necesario plasmarlo en una sola frase para identificar fácilmente el público al que va dirigido el producto o servicio. Por ejemplo:

El producto o servicio “X” está dirigido para hombres/mujeres entre “X” y “Y” edad, que se dediquen a “X” actividad y que vivan en “X” zona.

### **3.4. Características del segmento de mercado**

En este punto se realizará un análisis detallado del segmento de mercado; es decir, se definirá el por qué de cada aspecto del segmento. Es muy importante en esta etapa delimitar los motivos de cada elección y revisarlos, porque probablemente puedan surgir cambios, ampliaciones o reducciones de la selección original.

Delimitar un segmento de mercado no se refiere a que específicamente vas a ofrecer el producto o servicio a determinadas personas, esto es solo para identificar cual es el público que más fácilmente puede consumir el producto o servicio para procurar que la publicidad y/o propaganda vaya dirigida a este público en particular.

### **3.5. Consumo aparente.**

Una vez definido el segmento de mercado, debe calcularse el número de clientes potenciales. Un cliente potencial es una persona física o moral que puede adquirir el producto o servicio que la empresa ofrece, porque se encuentra ubicado dentro del segmento de mercado; se le llama potencial porque su compra -hasta que no sea efectuada- es solo un pronóstico o una estadística más para la empresa.

Una vez determinado el número de clientes potenciales, se debe determinar el consumo unitario, es decir, establecer el porcentaje de clientes potenciales que ocuparán el producto o servicio a menudo, el que ocupará el producto o servicio regularmente y el que lo ocupará ocasionalmente. Este ejercicio se debe hacer por cada producto o servicio que ofrece la empresa.

### **3.6. Demanda potencial.**

En base con el consumo aparente, se debe determinar la demanda potencial en el corto, mediano y largo plazo. El término demanda en este contexto, se refiere a las cantidades de producto o frecuencia del uso del servicio que los consumidores desean obtener por unidad de tiempo. La demanda potencial es la máxima demanda posible que se podría dar para uno o varios productos o servicio en un mercado determinado.

### **3.7. Participación de la competencia en el mercado.**

Es de suma importancia tener presente la posición y acciones de los competidores, no solamente durante el desarrollo del proyecto de inversión, sino durante la vida del negocio; esto para saber si será necesario hacer alguna adecuación al producto o bien, prestar un servicio adicional para mejorar lo que ofrece la competencia. También es importante que -dependiendo el giro de la empresa- la ubicación sea estratégica con respecto a la de la competencia.

### **3.8. Estudio de mercado.**

Debe entenderse al estudio de mercado como un proceso, en el cual se deberán planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor; esto con la finalidad de servir como herramienta para la toma de decisiones al evaluar la viabilidad comercial de un producto o servicio.

Para la realización de este estudio, primero debemos definir los objetivos del mismo, posteriormente realizar una encuesta tipo y hacer un análisis de los resultados obtenidos.

### **3.8.1 Objetivo del estudio de mercado.**

Este punto se refiere a determinar ¿qué es lo que queremos lograr con la realización de este estudio? y plasmarlo en enunciados utilizando verbos en infinitivo.

### **3.8.2 Encuesta tipo.**

La Encuesta Tipo o Encuesta de Mercado es un conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa, para averiguar la opinión que se tiene sobre un producto o servicio, el cual puede ser nuevo o puede estar ya en el mercado.

Esta encuesta debe contener preguntas claras, concretas y que no impliquen cálculos complicados; estas preguntas deben ser breves y estar planteadas de tal modo que realmente arrojen la información que se busca.

La encuesta será aplicada a una muestra de los clientes potenciales.

### **3.8.3 Aplicación de la encuesta.**

Este punto consiste simple y sencillamente en llevar a cabo la encuesta (Estudio de Mercado), es muy importante abordar al encuestado con una actitud positiva para que la encuesta pueda fluir correctamente y se puedan obtener resultados viables, que no se vean afectados porque el encuestado se sienta incómodo con este proceso.

#### **3.8.4 Resultados obtenidos.**

Es importante que la información obtenida por la encuesta se contabilice y se presente de forma ordenada, puede ser a través de cuadros o gráficas que faciliten el manejo de los resultados.

#### **3.9. Conclusiones del estudio realizado.**

Una vez ordenada la información arrojada por el Estudio de Mercado, es importante que se plasmen conclusiones después del análisis de la misma, para así saber ¿qué es lo que desea el cliente? y ¿cómo poder ofrecerlo?.

#### **3.10. Distribución y puntos de venta.**

Una vez que se conocen las necesidades y deseos del cliente, es necesario determinar ¿cómo se le hará llegar el producto o servicio que ofrece la empresa?, en la mayoría de las ocasiones es tal la demanda que es necesario (en el caso de tratarse de un producto) comercializarlo a través de las grandes cadenas comerciales; cuando se trata de un servicio que tiene mucha demanda, es necesario abrir sucursales en puntos estratégicos para así hacer llegar el servicio a la población que lo requiera.

Si desde el estudio de mercado se detecta alguna de las situaciones anteriores, será necesario **-de ser posible- incluir en el proyecto la creación de sucursales.**

#### **3.11. Diseño del proceso.**

Es importante este punto porque aquí se determinará el proceso que tendrá que seguir el producto o servicio desde que está terminado hasta que llega al cliente.

### 3.12. Promoción del servicio.

Aquí se definirá la publicidad y/o la propaganda que será utilizada para dar a conocer el producto o servicio al público. Se debe entender por publicidad los comerciales que se hagan en los distintos medios de comunicación masiva, y por propaganda todo tipo de folletería que se elabore sobre el producto o servicio.

### 3.13. Volante publicitario.

Independientemente de si el producto cuenta con grandes campañas publicitarias, es muy importante el diseño, elaboración y distribución de volantes publicitarios para dar a conocer el producto o servicio a la población local.

Este volante debe cumplir con las siguientes características:

- **Breve.** Cuanto más extenso sea el volante representa dos problemas:
  1. Genera un costo mayor para la empresa (al momento del fotocopiado)
  2. Probablemente el más importante... EL CLIENTE NO LO LEERÁ, por lo tanto el volante no cumplirá con su objetivo
- **Claro.** Debe especificar a qué producto o servicio se refiere y en dónde puede conseguirse; en la mayoría de las ocasiones es recomendable incluir la dirección y el teléfono -en caso de que se cuente con él- de la empresa.
- **Impactante.** El diseño del volante debe llamar la atención de quien lo lea. Es recomendable incluir dibujos o bien figuras que hagan más agradable a la vista la lectura del volante, de preferencia el volante debe ser tamaño media carta e impreso en hojas de colores.

### **3.14. Sistema de promoción de ventas.**

Otra herramienta a la que se puede recurrir para dar a conocer el producto -además de la publicidad y/o propaganda- es organizar pláticas, o bien exposiciones en empresas, plazas comerciales, escuelas, sitios muy concurridos, etc. (dependiendo el producto o servicio que se ofrezca). En caso de que se trate de un producto se pueden ofrecer muestras del mismo para que la gente se vaya familiarizando con el mismo.

### **3.15. Políticas de pago.**

En este punto se determinará:

- Si el pago del producto o servicio será a crédito y/o de contado.
- ¿Qué medios de pago serán aceptados? (efectivo, cheque, tarjetas de crédito y/o débito, vales, tarjeta exclusiva de la empresa, traveler's checks, etc.).
- La divisa con la que se va a trabajar
- Si existe algún sistema de apartado -en el caso de los productos-.
- En caso de un servicio, si el pago será antes o después del mismo.

### **3.16. Determinación del precio de venta.**

Aquí se tomarán en cuenta todos los costos que en que se incurren para la elaboración del producto o la prestación del servicio, es importante que al momento de determinar el precio de venta del producto o servicio, se tomen en cuenta los resultados arrojados por el estudio de mercado, pero también hay que considerar una ganancia considerable (es recomendable que el precio esté por encima de un 25% del costo determinado)

### **3.17. Plan de introducción al mercado.**

Aquí se determinará el “performance” que se realizará el día de lanzamiento del producto, o bien, el día de inauguración del negocio, para captar la atención del público local y así poder ir “corriendo la voz” de la existencia del producto o servicio.

### **3.18. Riesgos y Oportunidades del mercado.**

En este punto se deben especificar por lo menos tres riesgos y tres oportunidades que se hayan identificado, así como las acciones a realizar para minimizar los riesgos o aprovechar las oportunidades.

A manera de conclusión de este capítulo, se puede observar que lo que en la primera fase comenzó como algo meramente cualitativo, al concluir esta segunda fase se convierte en algo más cuantitativo, porque no es lo mismo decir “quiero vender muchos productos” a “el pronóstico de ventas para el siguiente mes es de X”.

Ahora bien, en el siguiente capítulo se explicará la tercera fase, en la cual se determinará cuantitativamente qué insumos necesito para cubrir mi pronóstico de ventas y el modo en el que se trabajará con esos insumos hasta llegar al producto o servicio final.



## **CAPÍTULO IV: “ESTUDIO TÉCNICO”**

#### **4.1 ¿Qué es el Estudio Técnico?**

Es un estudio que arroja como resultado el diseño de como se generará el producto o servicio que se venderá. Esta etapa del proyecto es de suma importancia, debido a que en ella se definirá donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto, donde obtener los materiales o materia prima, las maquinas y procesos usar, y el personal necesario para llevar a cabo este proyecto. En este estudio se describe que proceso será utilizado y cuál será su costo, que se necesita para producir y vender.

#### **4.2 Objetivos del Área de Operación.**

Por principio, se debe tener presente que la estructura organizacional de un negocio debe ser ajustada a la medida del mismo; por esta razón, cada empresa tendrá tantas áreas como les sea necesario, y les asignará el nombre que mejor describa su actividad.

Lo anterior porque en este punto se estudiará el Área de Operación, enfocada más a una empresa de servicios, que es el tema central de esta investigación (Creación de un Estacionamiento), pero esta área también existe en una empresa de transformación, pero en ocasiones puede denominarse con otros nombres como Área de Producción o bien, Área de Fabricación, pero en esencia es lo mismo, es el área en la cual se generará el producto o servicio que se ofrecerá al público.

Como antes se ha mencionado, los objetivos deben ser claros y escritos en infinitivo, además plantearlos a corto, mediano y largo plazo; pero para esta área se deben tomar en cuenta -primero- optimización y máximo aprovechamiento de los recursos materiales con los que se cuenta -materias primas o insumos-, incluso debe darse un uso productivo a los desperdicios que puedan generarse. Otro de los aspectos a considerar en la elaboración de los objetivos de la citada área, es la optimización y máximo aprovechamiento del recurso humano, este aspecto es muy importante porque la calidad del producto o servicio depende en gran medida de la motivación -no necesariamente económica- que se le dé al personal; recordemos que el producto o servicio se

obtiene de la aplicación de las herramientas adecuadas sobre materiales de calidad, pero se debe tener presente que la aplicación de las herramientas será por parte del personal, por lo tanto se debe tener claro que estos tres elementos -vitales para la salud financiera del negocio- deben ser de la mejor calidad.

#### **4.3 Especificaciones del Producto o Servicio.**

En este punto se debe definir claramente el producto o servicio, en esta ocasión se debe hacer una separación...

- Si se trata de un **Producto**, se debe definir las materias primas a utilizar y la cantidad que se ocupará de cada una, las presentaciones en que se comercializará el producto, el tipo, material y forma del envase o recipiente a utilizar, la tapa que utilizará el envase, el proceso de envasado, la etiqueta o etiquetas que llevará, el contenido de las mismas, la vida que tendrá el producto una vez que sea terminado y las condiciones de almacenamiento del mismo.
- Si se trata de un **Servicio**, se debe definir el tipo de servicio que se ofrecerá, el lugar en donde se prestará, o bien, el área con la que se cuenta para llevarlo a cabo, el personal que lo desempeñará y la herramienta necesaria.

#### **4.4 Descripción del proceso de elaboración del producto o prestación del servicio.**

En este punto se desarrollará un listado de las actividades necesarias para obtener el producto o servicio que se desea, indicando el tiempo que lleva el desarrollo de cada parte del proceso, para así conocer el tiempo total que se toma la elaboración del producto o la prestación del servicio.

Es de suma importancia definir muy bien los tiempos, porque este análisis servirá posteriormente para la determinación de costos del producto o servicio.

#### **4.5 Diagrama de flujo del proceso.**

Se trata de hacer un esquema que permita visualizar de manera gráfica el desarrollo del proceso de elaboración del producto o la prestación del servicio y los tiempos del mismo. Esta es una herramienta muy importante dentro del proyecto de inversión porque permite identificar si existe alguna laguna en el proceso o bien, sobre sea posible simplificarlo.

#### **4.6 Características de la Tecnología.**

En este punto es importante identificar -primero- todas las aplicaciones tecnológicas existentes para la generación del producto o servicio que se desea, posteriormente hacer un análisis breve de costo-beneficio de cada aplicación y finalmente definir que tecnología será utilizada en el negocio.

Una vez que se ha determinado la tecnología a ser aplicada, se debe tener presente la ficha técnica de la maquinaria o el software, así como el soporte técnico con el que se contará en caso de alguna falla del mismo.

#### **4.7 Equipo e instalaciones.**

En este punto se deberá definir los equipos que se utilizarán en el negocio (para cada una de las áreas), especificando cantidades, marcas y precios. Lo anterior es necesario definirlo claramente, porque toda esta información que se genere formará parte del presupuesto final y la proyección del negocio.

De ser necesario, se puede agregar una breve explicación del por qué se eligió determinada marca y no otra de menor precio, para este punto se requiere de una persona especializada en el tema, para lo cual se puede recurrir a esa agenda que se formó al principio con el nombre de "Apoyos".

#### **4.8 Identificación de proveedores y cotizaciones.**

Cuando se inicia en el mercado y no se tiene experiencia en el ramo, muchas cosas se van aprendiendo por prueba y error, esta situación genera mucha incertidumbre, por esta razón se debe reducir el riesgo al mínimo en todas y cada una de las fases del Proyecto de Inversión.

En la cuestión de elección de materias primas e insumos, es recomendable solicitar cotizaciones con por lo menos tres proveedores distintos, además -en la medida de lo posible- es recomendable solicitar muestras. Lo anterior con el fin de comparar calidad y precio. Para esta actividad, es muy útil apoyarse en la información que proporciona la Procuraduría General del Consumidor y en caso de detectar algún abuso, levantar la denuncia correspondiente.

#### **4.9 Compras.**

En este punto se definirá el software a utilizar para llevar un control de las compras que se requieran, además se debe diseñar un formato de requisición de compra que indique las autorizaciones que debe contener para poder realizarse la compra. Este punto es de suma importancia implantarlo desde el principio para que se trate de una medida preventiva y no de una medida correctiva.

#### **4.10 Capacidad instalada.**

Se refiere a determinar la capacidad de la planta -en el caso de la generación de un producto-, o bien del área destinada para la prestación del servicio. Es recomendable elaborar un croquis que represente a escala el área total y el área destinada para cada parte del proceso de generación de un producto o servicio, también identificar la mano de obra necesaria para el funcionamiento del Área Operativa.

Para este punto, también se debe generar un cuadro en el cual se identificará la cantidad de productos generados o bien de servicios prestados que se proyecte se tendrán diariamente y –en caso de tener previsto un crecimiento acelerado- como se verá reflejado dentro del mes y el año inmediatos.

#### **4.11 Manejo de inventarios.**

Esto aplica sobre todo para las empresas que generan un producto, porque incluso deben existir tres tipos de almacén: el de materias primas, el de producción en proceso y el de productos terminados. En el caso de las comercializadoras o de las empresas prestadoras de servicios, solo es necesario un solo almacén y -dependiendo del servicio que se preste- el almacen puede ser muy pequeño.

Algunas recomendaciones para un mejor manejo del almacén son:

- Mantener disponibles solo las existencias requeridas para cumplir con los objetivos de ventas.
- Utilizar camiones propios para recoger las mercancías o materias primas de los proveedores, en lugar de que regresen vacíos después de haber realizado sus entregas. Con esto se reducen costos al eliminar los gastos de envío.
- Instalar estantes o tarimas en los almacenes para sacar el máximo provecho del espacio entre el piso y el techo.
- Mantener orden y limpieza continua en el almacén.

#### **4.12 Procedimientos de mejora continua.**

Esto dependerá estrictamente del giro que tenga la empresa, pero cabe señalar que este punto es muy importante para obtener productos y servicios de calidad, porque mantiene al personal

actualizado y a la vez motivado al sentir que son tomados en cuenta dentro del plan de expansión del negocio.

En este punto también es importante cotizar la capacitación con por lo menos tres proveedores distintos y hacer un análisis de costo-beneficio para determinar la periodicidad de las actualizaciones que se impartan.

#### **4.13 Programa de Operación.**

Consiste en la elaboración de un cronograma que englobará todas las actividades tratadas en este capítulo y los tiempos en los que se llevarán a cabo, esto con el fin de conocer una fecha tentativa para el inicio de operaciones o bien, el lanzamiento del nuevo producto o servicio al público. Es de suma importancia la elaboración de este cronograma porque delimita responsabilidades y establece tiempos, lo que permite visualizar cada actividad no como una obligación, sino como una meta a alcanzar.

En este capítulo se pudo observar cómo se debe desempeñar la tercera fase del Proyecto de Inversión; aunque es prudente señalar, que una vez que se tenga definido el *modus operandi* del negocio, ya se tiene un avance del 50% del proyecto, y lo más importante, ya se cuenta con la base sobre la cual el citado proyecto será desarrollado. Ahora lo que sigue es darle formalidad al desempeño administrativo del negocio para así poder armar -con los datos recabados en cada fase- la proyección que se tendrá del negocio.

**CAPÍTULO V: "ESTUDIO ADMINISTRATIVO".**



## 5.1 ¿Qué es el Estudio Administrativo?

Por principio, se debe definir a la Administración como una ciencia que cumple con cuatro procesos básicos (que a su vez contienen muchos más subprocesos):

- **Planeación.** Es un proceso en el cual se determinan los resultados que se pretenden alcanzar, la elección de los cursos de acción para lograrlos, esto a través de una investigación en la que se toman en cuenta los factores internos y externos pasados, presentes y futuros.
- **Organización.** Es el ordenamiento y coordinación de todos los recursos para así determinar qué medidas utilizar para lograr lo planteado en la planeación.
- **Dirección.** Es la ejecución de los planes de acuerdo a lo planeado, esto a través de la supervisión, la comunicación y la motivación.
- **Control.** Consiste en verificar que los resultados obtenidos vayan de acuerdo con lo que se había planeado; de no ser así, deberán detectarse las variaciones y establecer las medidas correctivas para poder cumplir con el plan original.

Con base en lo anterior, se puede definir al Estudio Administrativo como la planificación, organización, dirección y control de los recursos humanos, financieros, materiales y técnicos de la empresa o negocio.

## 5.2 Objetivos del Área Administrativa.

El principal objetivo del área administrativa es **alcanzar la máxima eficiencia en el logro de los objetivos de la empresa o negocio, mediante una adecuada coordinación de los recursos con los que se cuenta.**

**Los recursos con los que cuenta toda empresa o negocio se clasifican en cuatro grandes grupos, que son:**

- **Materiales.** Son los bienes tangibles con los que cuenta la empresa o negocio.
- **Técnicos.** Son aquellos recursos que funcionan como herramientas o instrumentos auxiliares para la transformación o coordinación de los recursos materiales.
- **Financieros.** Son los recursos monetarios -propios o ajenos- con los que cuenta una empresa o negocio. Dentro de los recursos propios podemos mencionar el efectivo, las utilidades, las aportaciones de los socios, etc.; los recursos financieros ajenos son los créditos obtenidos, ya sea de instituciones financieras, del sector público, o bien, de los proveedores y acreedores.
- **Humanos.** Es el personal con el que cuenta la empresa o negocio. Este es el recurso más importante para el funcionamiento de cualquier empresa y negocio, y es también el más difícil de manejar, porque se debe tener presente que se está trabajando con personas, y como tal, están expuestas a cualquier tipo de situación, por esta razón se debe mantener una motivación constante para que la calidad del trabajo se mantenga e incluso mejore.

A continuación se describen algunos de los aspectos que se deben tener en cuenta para la administración del personal.

### **5.3 Estructura organizacional.**

Se refiere a identificar claramente las funciones correspondientes a cada área y generar una representación gráfica -llamada organigrama- en la cual se verán reflejadas las interrelaciones, funciones y responsabilidades del personal.

Es importante determinar un organigrama –independientemente del tamaño de la empresa- y darlo a conocer a todo el personal que conforma la empresa o negocio, para así conocer cuáles son las

líneas de mando; esta representación gráfica también permite visualizar si existe duplicidad de funciones o de líneas de mando.

#### **5.4 Capacitación del personal.**

Se debe entender a la capacitación como un proceso por el cual se pretende proporcionar conocimientos sobre aspectos técnicos del trabajo. En ocasiones no es necesaria una capacitación como tal, sino simplemente un adiestramiento, que es una acción cuyo propósito es desarrollar habilidades y destrezas del personal

Es de gran importancia invertir (cuando así se requiera) en el desarrollo de las personas que integran la empresa o negocio, porque el trabajo y el buen desempeño de las mismas, influye directamente en la imagen y reputación de la empresa a través de la calidad de los productos y servicios que ofrece.

#### **5.5 Reclutamiento.**

Se debe entender al reclutamiento como el conjunto de acciones realizadas con la finalidad de atraer candidatos idóneos para cubrir alguna vacante que tenga la empresa. Se debe tener claro que cuando exista una vacante en la empresa se debe tomar en cuenta primero al personal con el que se cuenta para cubrirla, si después de hacer un análisis de los posibles candidatos internos se determina que ninguno cumple con las expectativas, se procede a poner en marcha el reclutamiento.

Para llevar a cabo el reclutamiento, se puede hacer uso de cualquier medio de comunicación, la elección del medio de difusión dependerá del tamaño y de las necesidades de la empresa o negocio. Uno de los medios más utilizados es el periódico aunque hoy en día está siendo

reemplazado por las páginas de Internet en donde se publican anuncios de empleos. Algunos ejemplos de estas páginas son:

- <http://www.computrabajo.com.mx>
- <http://www.occ.com.mx>
- O bien, directamente en las páginas web de los grandes corporativos.

## **5.6 Selección.**

Consiste en elegir al candidato idóneo, de los obtenidos durante el proceso de reclutamiento. Se recomienda que la selección se haga por fases, es decir que del total del personal reclutado se seleccione en una primera etapa un 10% -por mencionar un ejemplo-, en una segunda etapa, la mitad del los “calificados” y en una tercera etapa al definitivo. Esto varía según el puesto a cubrir, el tamaño y políticas de la empresa, por lo que el proceso de selección puede tardar desde un día, hasta el tiempo que considere necesaria la empresa.

## **5.7 Contratación.**

Es propiamente el proceso legal en el que una persona se compromete dentro de un horario determinado, a prestar sus servicios a una institución a cambio de una remuneración económica acordada por ambas partes; esto queda formalizado en un documento llamado contrato. Para la elaboración del contrato, se deberá recurrir a la agenda de “Apoyos” que se sugiere desde el inicio de esta investigación, porque esto es trabajo propiamente de un Licenciado en Derecho. Si la empresa es muy grande, puede contar incluso con un departamento jurídico en el cual se debe apoyar en este tipo de situaciones.

## **5.8 Inducción.**

Es el primer contacto que tiene el trabajador con la empresa una vez que éste es contratado. Es recomendable que la inducción sea realizada en conjunto por el encargado del área de Recursos Humanos y el superior inmediato de la persona contratada -en ocasiones se cuenta con un área especializada para este tipo de eventos, o bien lo puede hacer el empleado que anteriormente estaba ocupando el puesto, como una entrega formal- para que así en una presentación breve se le dé a conocer al nuevo integrante:

- Misión y visión de la empresa.
- Una breve historia de la Institución.
- Estructura organizacional (por lo menos definir quién es el inmediato superior y quien el inmediato inferior si existe).
- Descripción del puesto que se va a desempeñar.
- En pocas palabras hacerle saber al empleado que es lo que se espera de él.
- Presentación breve con sus compañeros de trabajo (por lo menos el círculo cercano)

## **5.9 Administración de sueldos y salarios.**

Esta es una actividad complicada en un principio porque se debe jerarquizar los puestos y determinar un sueldo justo para cada uno, tomando en cuenta la trascendencia de la actividad que se desempeñe. Es muy importante que se evite la rotación constante del personal debido a los bajos sueldos. Se debe determinar un sueldo justo considerando la actividad desempeñada, pero también el tamaño de la empresa, porque el pago de sueldos es un gasto que no se puede ni se debe postergar para evitar problemas legales.

En este punto se debe tomar en cuenta no solo el sueldo, sino también todas las percepciones (aguinaldo, primas, bonos, comisiones, premios) y las deducciones (impuestos, servicio médico,

créditos de vivienda y compra de artículos, fondo de ahorro), porque siempre que se contrate a un nuevo elemento se le deberá manejar el sueldo neto para evitar futuras confusiones.

#### **5.10 Evaluación del desempeño.**

Este proceso es muy sencillo, se deben tener presentes los objetivos de cada área y de cada puesto y compararlo con los resultados obtenidos -considerando el tiempo que lleva laborando la persona- y así determinar un porcentaje de efectividad. Esta actividad es muy importante para toda empresa o negocio, porque así se puede detectar qué empleados están cumpliendo o superando las expectativas y cuáles no; de estos últimos se debe hacer un análisis del por qué no han cumplido las expectativas y si este estudio arroja como resultado incompetencia para desempeñar el puesto, lo más conveniente para la empresa es cambiarlo de puesto o bien despedirlo. En este aspecto es muy importante llevar una bitácora por escrito.

#### **5.11 Relaciones de trabajo.**

Este punto se refiere a crear un ambiente de trabajo agradable para todos, esto se logra fomentando la comunicación y el trabajo de equipo, además vuelve a tomar importancia la motivación del personal y el fomento de una mejor calidad de vida de todos los empleados.

Es muy importante la parte de la conciliación, porque los problemas son inherentes al desempeño del trabajo, y en ocasiones este problema puede extrapolarse al ámbito personal, por esta razón es muy importante que quien sea contratado como jefe de área tenga la capacidad de poder conciliar los conflictos entre sus subordinados para que esta situación no afecte en la calidad del producto o servicio que se ofrecerá, o bien que pueda elevar los costos por algún conflicto.

## **5.12 Marco legal.**

En este punto es muy importante que se tenga un respaldo por escrito de cada trámite que avale la autenticidad del negocio y del producto o servicio que ofrece. Lo anterior se refiere al resguardo de Actas, Poderes, Alta ante el SAT, el IMSS y el Infonavit, la cédula del RFC, copia de la identificación oficial del Representante Legal, Permisos otorgados por la autoridad competente, patentes y/o derechos de autor, etc.; además de un expediente en el que se vayan integrando todos los casos judiciales en los que se haya visto envuelta la empresa o negocio, para tener un antecedente para eventualidades futuras. Todos estos documentos deberán de ser resguardados por el administrador del negocio y contar siempre con copias simples de los mismos para cualquier trámite que las requiera.

## **CAPÍTULO VI: "ESTUDIO FINANCIERO"**



## **6.1 ¿Qué es el Estudio Financiero?**

Es la fase del Proyecto de Inversión, en la que se analizará la viabilidad del proyecto; es decir, si la inversión que se realizará proporcionará una ganancia en un tiempo determinado o si simplemente no conviene realizarla.

En este estudio se recopilarán todos los datos cuantitativos de las fases anteriores y se analizarán las diversas fuentes de financiamiento que pueden utilizarse, para así elegir la que más convenga al proyecto. No se puede decir que una fuente de financiamiento es buena o mala, esto varía según el proyecto, solo se puede especificar si es recomendable o no para el proyecto que se desarrollará.

## **6.2 Objetivos del Área Financiera.**

El objetivo principal del Área Financiera es la optimización de los recursos; es decir, hacer más con menos. Para lograr esta optimización se hace un estudio en el que se analiza la forma en que se obtienen los recursos y la forma en que se invierten, gastan o -en el peor de los casos- pierden.

Es de suma importancia que siempre se cuente con un área financiera -según el tamaño de la empresa- porque permite tener un control estricto de las entradas y salidas de recursos, además prevé situaciones que pueden acontecer a futuro (como una devaluación o una inflación) que pueden afectar severamente a la empresa al grado que puede quebrar de un momento a otro.

## **6.3 Sistema contable de la empresa.**

Por principio, no se puede concebir una empresa o negocio que no cuente con un área contable -ya sea interna o externa-. Lo más recomendable es que el área contable sea parte de la empresa para así evitar pérdidas de datos o uso indebido de la información del negocio. Lo primero que debe definirse es ¿qué es la contabilidad?.

La contabilidad es una técnica que genera estructuradamente información cuantitativa, la cual sirve a la empresa para poder tomar decisiones y tener un mejor control de su negocio. Es tan importante la contabilidad en cualquier negocio, que si no existiera, sería similar dirigir la empresa “a ciegas”.

Propiamente en las empresas se debe definir un sistema contable, el cual se refiere a normas y procedimientos perfectamente definidos para controlar operaciones y generar información financiera.

Como se menciona en este punto, se genera información estructurada, esta estructura se la da el catálogo de cuentas.

#### **6.4 Catálogo de cuentas.**

Es un listado que contiene todas las cuentas necesarias para instaurar un sistema contable. El catálogo de cuentas varía según la empresa, porque este catálogo debe ser como un “traje a la medida”, se puede usar una estructura XXXX-XXXX o XXXX-XX-XX-XX, según el nivel de subcuentas que se requiera.

Aunque varía con cada negocio, debe seguir una estructura básica, como la que a continuación se muestra:

<b>INICIA CON...</b>	<b>CUENTA</b>
10	Activo
11	Activo Circulante
12	Activo Fijo
13	Activo Diferido
20	Pasivo
21	Pasivo a corto plazo
22	Pasivo a largo plazo
30	Capital contable
40	Ingresos
50	Gastos

Este catálogo será diseñado por el propio contador del negocio, éste debe tener un conocimiento previo del proceso operativo y administrativo de la empresa para poder hacer un catálogo adecuado, el catálogo puede ser tan extenso como las necesidades de la empresa.

Ya que se diseñó el catálogo de cuentas, es momento de emplearlo en un software especializado para el registro de la contabilidad.

### **6.5 Software a utilizar.**

Esta es una parte medular, porque el software puede ir desde los cero pesos (si ya se cuenta con un software que sirva como hoja de cálculo) hasta miles de dólares, la decisión para invertir en la compra de un software se debe tomar considerando dos aspectos básicos:

- **El tamaño de la empresa o negocio.** Si se trata de una pequeña empresa, la autoridad fiscal solo exige llevar una contabilidad simplificada, así que solamente bastará con algún control en una hoja de cálculo; en cambio cuando se trata de un gran corporativo, se debe pensar en un solución integral (un software que no solo sirva para el área contable, sino también para otras áreas como nóminas, compras, ventas, almacén, bancos, cuentas por pagar, cuentas por cobrar, etc.)
- **Los requerimientos o necesidades de la misma.** Esto varía dependiendo del tamaño del negocio, porque incluso un pequeño negocio puede tener un control digital de todas sus operaciones; por otro lado, existen empresas grandes que -aún en estos tiempos- muchas de sus operaciones son realizadas bajo un control mínimo e incluso arcaico.

**CAPÍTULO VII: "RESUMEN EJECUTIVO".**

## 7.1 Concepto.

Es un documento que contiene en forma de redacción una explicación del Proyecto de Inversión, incorporando información de cada una de las áreas que lo componen, el Resumen Ejecutivo debe ser:

- **Claro.** Debe evitar el uso excesivo de tecnicismos, su redacción debe ser muy fluida y sencilla a la lectura. Esta es una característica trascendental, debido a que más de la mitad de los proyectos de inversión que se presentan, son rechazados debido a que los inversionistas se confunden en una redacción compleja.
- **Descriptivo.** Debe detallar los datos importantes del Proyecto de Inversión, pero se debe cuidar que su estructura y presentación sean agradables para así despertar el interés del inversionista.
- **Breve.** Este resumen no debe ser extenso, ya que se convierte en algo abrumador a la lectura, así que el inversionista decide no leerlo. Se recomienda que este documento contenga toda la información del proyecto pero que su extensión no exceda de cinco páginas a doble espacio, por lo que es recomendable dedicarle tiempo a la elaboración de este resumen.

Es muy importante tener en cuenta estas tres características porque se debe tener presente que este documento es el que se presenta a los inversionistas para su aprobación, y aún el mejor proyecto de inversión puede ser rechazado debido a un Resumen Ejecutivo incompleto o mal hecho.

Esta parte del Proyecto de Inversión es tan importante como una ficha técnica de un producto que se pretende vender a través de un catálogo, solo que aquí no se está vendiendo un artículo, se está vendiendo una IDEA, un SUEÑO, por eso toma tanta importancia este resumen.

## 7.2 Elaboración.

El Resumen Ejecutivo debe ser presentado en una redacción, la cual debe contener la siguiente información básica:

- Nombre de la empresa o negocio (cuando se trate de Persona Física indicar Apellido Paterno, Apellido Materno y Nombre(s), cuando se trate de Persona Moral indicar Razón o Denominación social de la empresa o negocio), así como el nombre comercial de la misma.
- Misión de la empresa o negocio y justificación del Proyecto de Inversión. Esta sección de la redacción debe ser muy breve pero explicativa a la vez, casi como definir un calificativo para describir ambos.
- Ubicación, ventajas y distingos competitivos. De la misma forma que en el punto anterior, esto debe de quedar en un solo párrafo, puede ser conveniente que para acortar espacio se mencione una ventaja y un distingo, es muy importante elegir los que sean más representativos.
- Descripción del producto o servicio que ofrece la empresa o negocio. Esta sección es un poco más extensa porque debe describirse claramente qué es lo que se va a comercializar y el impacto que tendrá en la población.
- Mercado en el que se desarrollará la empresa o negocio, demanda potencial del producto o servicio, estudio de mercado, plan de ventas. En esta parte debe contener toda la información relacionada con la comercialización y el entorno en donde será distribuido el producto o servicio.
- Proceso de producción, tecnología empleada, recursos humanos y materiales con los que cuenta la empresa o negocio. En esta sección se explicará el funcionamiento general del área operativa de la empresa o negocio.

- Organigrama y marco legal. En esta sección se explicará de forma breve pero muy concisa, la estructura organizacional y los trámites legales que deben llevarse a cabo para el establecimiento y funcionamiento de la empresa o negocio.
- Proceso contable, capital inicial, estados financieros resumidos, resultados de aplicar los indicadores económicos al proyecto, plan financiero de la empresa. Debe explicarse el manejo contable y financiero de la empresa o negocio, tomando en cuenta los principios de importancia relativa y revelación suficiente.
- Plan de trabajo (cronograma de actividades). Esta es la sección más extensa porque en ella se va a describir la serie de actividades a desarrollar para lograr lo establecido en el Proyecto de Inversión.

## **CAPÍTULO VIII: “CASO PRÁCTICO”**



## **8.1 Establecimiento de un estacionamiento.**

**DETERMINACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO SOBRE EL CUAL SE DESEA TRABAJAR.** Actualmente, el Tecnológico Universitario de México Azcapotzalco tiene problemas en cuestión de estacionamiento, porque se encuentra ubicado en una zona que no cuenta con el espacio suficiente para esta cuestión y no cuenta con estacionamiento propio, lo que complica esta actividad tanto para profesores como para alumnos del plantel. Debido a esta cuestión se ha buscado utilizar la Avenida Azcapotzalco como estacionamiento, pero se ocupa muy pronto y deja sin lugar a muchos, los cuales utilizan los callejones aledaños y la misma avenida más adelante para dejar su vehículo; esto podría ser la solución, excepto porque en esa zona existe un alto índice de robos parciales de vehículos, lo que irrumpe la tranquilidad de todos en el colegio.

Por lo anteriormente expuesto, se optó por el establecimiento de un negocio que brindara un servicio de estacionamiento, pensión y autolavado para profesores y alumnos del Tecnológico Universitario de México (TUM), Azcapotzalco; y para el público en general. Este negocio, por obvias razones, debe estar ubicado cerca del citado plantel.

**JUSTIFICACIÓN DE LA EXISTENCIA DE LA EMPRESA.** La empresa (autolavado, estacionamiento y pensión) se crea para proporcionar un servicio de estacionamiento y pensión además de los vehículos de los alumnos y profesores, los de vecinos y personas que visitan a diario la colonia Ángel Zimbrón con motivo de acudir a la sucursal del Nacional Monte de Piedad que se encuentra ubicada en la esquina de Invierno y José F. Gutiérrez (en contraesquina del TUM) y requieren estacionarse, para lo cual cuentan con un muy reducido espacio; ocasionando caos vial e incertidumbre tanto para alumnos como para profesores porque tiene que dejar su vehículo muy lejos de la escuela. También debe considerarse el crecimiento de la zona por la creación de nuevos negocios que obviamente atraerán más gente e incrementa la demanda de lugares de estacionamiento, por ejemplo tenemos la reciente creación del Tok's, que aunque cuenta con lugar de estacionamiento, también puede ocurrir que el espacio designado para ello sea insuficiente y podemos ofrecer una alianza para apoyo de lugar de estacionamiento.

**NOMBRE DE LA EMPRESA.** Tomando en cuenta el objetivo principal del negocio, se consideraron tres nombres para reconocerlo, los cuales son:

- Estacionamiento Seguro.
- Protección Vehicular.
- Resguardo de Vehículos.

Se optó por este último porque aunque el objetivo principal es brindar un lugar para estacionar los vehículos, la finalidad implícita es proporcionar un lugar seguro para los automóviles.

**DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.** *Resguardo de Vehículos* es una empresa dedicada a brindar un lugar de estacionamiento seguro, por lo que se clasifica como una empresa de servicios.

**ELECCIÓN DE LA UBICACIÓN DE LA EMPRESA.** *Resguardo de Vehículos*, para el cumplimiento de su objetivo, se pretende esté ubicado en Avenida Azcapotzalco número 287 esquina con Invierno, Col. Ángel Zimbrón C.P. 02720 Del. Azcapotzalco, México, D.F.

**TAMAÑO DE LA EMPRESA.** *Resguardo de Vehículos* está catalogada como una micro empresa, pues contará con menos de 30 empleados y manejará un nivel de ingresos inferior a los \$900,000.00 anuales.

**MISIÓN DE LA EMPRESA.** La misión de *Resguardo de Vehículos* es: “Ofrecer a los profesores y alumnos del TUM Azcapotzalco, así como al público en general un lugar seguro para dejar sus vehículos a través de vigilancia del personal del estacionamiento”.

**OBJETIVOS DE LA EMPRESA.** El objetivo general de *Resguardo de Vehículos* es: Ofrecer a los profesores y alumnos del TUM Azcapotzalco, así como al público en general un lugar seguro para dejar sus vehículos de día (estacionamiento) o de noche (pensión) y -si así fuera requerido por el cliente- proporcionar un servicio de limpieza interna y/o externa de los mismos, a través de la vigilancia y el trabajo del personal del negocio para lograr que los clientes queden satisfechos con el servicio.

**OBJETIVOS ESPECÍFICOS.** Los objetivos específicos de *Resguardo de Vehículos* son:

**Operativos:**

- ✓ Proporcionar seguridad a los vehículos a través de la vigilancia que da el personal del negocio para proporcionar tranquilidad a los clientes por su vehículo.
- ✓ Mantener limpio el lugar a través del apoyo continuo del personal del negocio para dar una buena imagen a la clientela del lugar.
- ✓ Proporcionar ayuda a los usuarios en caso de algún conflicto con su vehículo para lograr una satisfacción total en el uso del servicio.

**Administrativos:**

- ✓ Optimizar los recursos para lograr tener una mayor liquidez.
- ✓ Vigilar la salvaguarda de los activos de la empresa para lograr así una vida más prolongada de los citados activos.
- ✓ Realizar el pago de impuestos y demás obligaciones ante las autoridades en general para evitar problemas legales.

**VENTAJAS COMPETITIVAS.** Las ventajas competitivas de *Resguardo de Vehículos* son:

- ✓ La zona carece de lugares que proporcionen este servicio.
- ✓ Es un lugar seguro y confiable.

- ✓ Es un servicio necesario para la zona.
- ✓ Es un precio accesible.

**DISTINGOS COMPETITIVOS.** Los distingos competitivos de *Resguardo de Vehículos* son:

- ✓ Servicio de buena calidad.
- ✓ Excelente trato.
- ✓ Seguridad las 24 horas.

**ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA O SECTOR.** A través de la observación y encuestas aplicadas a la población local, se detectó que en la Colonia Ángel Zimbrón existen muy pocos lugares que ofrecen un servicio de estacionamiento público, lo que provoca una gran demanda del mismo; además las calles aledañas son muy pequeñas y ha incrementado en los últimos años el robo parcial de vehículos. Se hace necesario un estacionamiento porque además del TUM Azcapotzalco, existen varios negocios de compra de oro, plata y monedas antiguas, el Nacional Monte de Piedad, papelerías, una tienda de pinturas Comex; y ninguno ofrece un lugar seguro para estacionar sus vehículos.

**SERVICIOS QUE PRESTA LA EMPRESA.** El principal servicio que brinda *Resguardo de Vehículos*, es proporcionar un lugar seguro de estacionamiento para los profesores y alumnos del TUM Azcapotzalco, y para el público en general en la colonia Ángel Zimbrón.

Otros servicios que ofrece la empresa son:

- ✓ Pensión nocturna.
- ✓ Lavado de autos.
- ✓ Apoyo en caso de que se presente algún imprevisto con el automóvil.
- ✓ Seguridad las 24 horas.

**CALIFICACIONES PARA ENTRAR AL ÁREA.** Las calificaciones para entrar en el área de **Resguardo de Vehículos** son:

- ✓ Conocimiento del área de administración.
- ✓ Conocimiento del manejo de la empresa.
- ✓ Conocimientos contables, fiscales, financieros, de costos y de auditoría.

Se cuenta con las anteriores calificaciones debido a la preparación profesional, ya que el Administrador de la empresa es un Pasante de la Licenciatura en Contaduría, en la cual se proporcionan conocimientos en las áreas de: Finanzas, Fiscal, Contabilidad, Auditoría y Costos. Así mismo, se llevan materias relacionadas con el manejo y administración de una empresa.

**APOYOS.** Los apoyos con los que cuenta **Resguardo de Vehículos** son:

- ✓ **Contador.**  
C.P. Pedro Almazán Rodríguez.  
Contador Público.
- ✓ **Abogado.**  
Lic. Viridiana Almazán Durán  
Licenciada en Derecho.
- ✓ **Psicólogo**  
Lic. Carlos Enrique Palacios Leal  
Lic. en Psicología
- ✓ **Agencia de seguros.**  
Diana Soriano  
Ejecutiva Seguros Monterrey.
- ✓ **Técnico.**  
Héctor Salas Niño.  
Mecánico General.

## **OBJETIVOS DE MERCADOTECNIA.**

- ❖ **Corto plazo:** Abarcar el 100% de los vehículos de alumnos y profesores del TUM.
- ❖ **Mediano plazo:** Cubrir en su totalidad el área del estacionamiento designada para la pensión de automóviles y estacionamiento para público en general.
- ❖ **Largo plazo:** Proveer de un servicio de autolavado a la colonia Ángel Zimbrón y zonas aledañas.

**SEGMENTO DE MERCADO.** En el corto plazo el segmento de mercado elegido es el de profesores y alumnos del TUM, Campus Azcapotzalco, cuya edad fluctúa entre los 18 y 60 años; 33.33% son mujeres y 66.67% son hombres.

## **CARACTERÍSTICAS DEL SEGMENTO DE MERCADO.**

- ❖ Profesores y alumnos que llegan a la escuela en automóvil y que buscan un lugar para estacionarse y en donde su vehículo esté seguro.
- ❖ Acostumbran a llevar su vehículo por lo menos 4 veces por semana.
- ❖ Prefieren pagar por un estacionamiento que dejar su automóvil en la calle.
- ❖ Muestran preferencia por precios bajos.

**CONSUMO APARENTE.** El número de clientes potenciales es de 1,200 usuarios mensuales. El consumo unitario aparente por cliente es de:

- ❖ 750 personas lo utilizarán 5 veces por semana.
- ❖ 350 personas lo utilizarán entre 2 y 4 veces por semana.
- ❖ 100 personas lo utilizarán ocasionalmente.

El consumo mensual aparente es de 2,010 servicios.

**DEMANDA POTENCIAL.** Con base en las investigaciones llevadas a cabo en relación con el incremento en el número de personas que adquieran un vehículo se establecerá en él:

- **Corto plazo:** ocupar la totalidad del espacio en la tarde.
- **Mediano plazo:** ocupara la totalidad del espacio en el día y la tarde.
- **Largo plazo:** ocupar el 100% del espacio para pensión de automóviles.

**PARTICIPACIÓN DE LA COMPETENCIA EN EL MERCADO.** En la zona no existen estacionamientos públicos, exceptuando el que posee Wall Mart o el Tok's, los cuales son exclusivos para clientes de esos establecimientos, y el estacionamiento más cercano se encuentra cerca del mercado de Azcapotzalco; por lo que se deduce que no existe competencia alguna en varios kilómetros a la redonda.

**ESTUDIO DE MERCADO.**

❖ **Objetivo del estudio de mercado.**

- **Satisfacción de una necesidad:** La seguridad de los vehículos.
- **Satisfacción de un deseo:** Existencia de un estacionamiento publico en esa zona.
- **Solución a un problema:** Proporcionar el servicio de estacionamiento en esta zona y para la comunidad del TUM.

❖ **¿Qué es lo que se desea obtener a través del estudio de mercado?**

- ¿Quiénes son los clientes reales?
- Conocer la aceptación del servicio.
- ¿Qué problemas tienen los clientes y que les gustaría cambiar o agregar?
- Investigar con qué frecuencia lo utilizaría la clientela.
- Conocer el precio que estarían dispuestos a pagar por el servicio.

❖ **Encuesta tipo.** En la siguiente página se muestra el formato utilizado para realizar la encuesta en nuestro estudio de mercado



<b>ENCUESTA</b>		
<p>HOLA, SOMOS ALUMNOS DEL TUM Y ESTAMOS APLICANDO UNA ENCUESTA SOBRE LA CREACION DE UN ESTACIONAMIENTO PARA LA ESCUELA.</p>		
<p>1) ¿TRAES AUTOMOVIL A LA ESCUELA?</p>		
SI _____	NO _____	
<p>2) ¿TE PREOCUPA DEJARLO ESTACIONADO EN LA CALLE?</p>		
SI _____	NO _____	
<p>3) ¿TE GUSTARIA QUE EL TUM TUVIERA UN ESTACIONAMIENTO PARA ALUMNOS?</p>		
SI _____	NO _____	
<p>4) ¿QUE PRECIO ESTARIAS DISPUESTO A PAGAR DIARIAMENTE POR EL SERVICIO?</p>		
MENOS DE \$10 _____	DE \$10 A \$20 _____	
MAS DE \$20 _____		
<p>5) ¿CUANTOS DIAS A LA SEMANA UTILIZARIAS ESTE SERVICIO?</p>		
1 _____	2 _____	3 _____
4 _____	5 _____	6 _____
<p>6) ¿CUANTAS HORAS AL DIA UTILIZARAS EL SERVICIO?</p>		
0 A 2 _____	2 A 4 _____	
4 O MAS _____		
<p>7) ¿QUE OTROS SERVICIOS TE GUSTARIA QUE PRESTARA EL ESTACIONAMIENTO?</p>		
LAVADO DE AUTOS _____	\$ _____	
PENSION _____	\$ _____	
<p>OTROS:</p>		

❖ **Aplicación de la encuesta.** La información se obtendrá mediante entrevistas personales en el TUM, Campus Azcapotzalco, y a las personas que viven en la colonia Ángel Zimbrón y zonas aledañas; entre el 10 y el 15 de marzo del 2011. El número de encuestas será de 72, considerando el 6% del número de clientes potenciales (1,200); los cuestionarios se aplicarán de forma aleatoria.

❖ **Resultados obtenidos.**

<b>ENTREVISTADO</b>	ESTUDIANTES Y PROFESORES	23
	PERSONAS QU ACUDEN CON SU AUTO A ESTA ZONA	48
1) ¿TRAES AUTOMOVIL A LA ESCUELA?	SI	20
	NO	3
2) ¿TE PREOCUPA DEJAR TU AUTO ESTACIONADO EN LA CALLE?	SI	55
	NO	17
3) ¿TE GUSTARÍA QUE EL TUM TUVIERA UN ESTACIONAMIENTO PARA ALUMNOS, PROFESORES Y P{UBLICO EN GENERAL?	SI	72
	NO	0
4) ¿QUÉ PRECIO ESTARÍAS DISPUESTO A PAGAR DIARIAMENTE POR EL SERVICIO?	MENOS DE \$10	27
	DE \$10 A \$20	40
	MAS DE \$20	5
5) ¿CUÁNTOS DÍAS A LA SEMANA UTILIZARÍAS ESTE SERVICIO?	1	1
	2	8
	3	9
	4	15
	5	39
6) ¿CUANTAS HORAS AL DIA UTILIZARAS EL SERVICIO?	0 A 2	2
	2 A 4	15
	4 O MAS	55
7) ¿QUE OTROS SERVICIOS TE GUSTARIA QUE PRESTARA EL ESTACIONAMIENTO?	NINGUNO	14
	LAVADO DE AUTOS	58

Precio Promedio propuesto para el lavado de autos: \$20.00

**CONCLUSIONES DEL ESTUDIO REALIZADO.** Con base a los resultados obtenidos hemos visto que la mayoría de la gente utiliza el automóvil particular como medio de transporte, que les preocupa dejarlo estacionado en la calle y que les gustaría que existiera un estacionamiento, el consumo

predominante es de 5 días a la semana y de 4 horas o más al día. Estarían dispuestos a pagar entre \$10 y \$20 por el servicio. Con base a la encuesta se tiene un consumo mensual aparente de \$33,000.

**DISTRIBUCIÓN Y PUNTOS DE VENTA.** Sistema de distribución y porque el sistema de distribución que se seleccionó es la venta directa del productor al consumidor final. Se escogió este sistema debido a que Resguardo de Vehículos, como una empresa prestadora de servicios, está consciente de que el trato personal ayuda a mejorar la comunicación con el cliente así como el conocimiento de sus necesidades y expectativas particulares.

#### **DISEÑO DEL PROCESO.**

Prestador de servicio  Consumidor final.

Responsable  Directamente el encargado según cada caso.

**PROMOCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.** Palabras de mensaje atractivo:

CONFIE EN RESGUARDO DE AUTOMOVILES  
"Porque la seguridad es primero"

**VOLANTE PUBLICITARIO.** Si no encuentra donde estacionar su automóvil y la preocupación no lo deja dormir, acuda a resguardo de automóviles, el estacionamiento lavado y pensión de su preferencia.

Slogan: CONFIE EN RESGUARDO DE AUTOMOVILES  
"Porque la seguridad es primero"

**SISTEMA DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.** El objetivo es dar a conocer el estacionamiento a nuestros posibles clientes. Dicha promoción la realizaremos a través de la repartición de volantes en el TUM Campus Azcapotzalco así como en la colonia Ángel Zimbron y Aledañas; y la utilización de carteles llamativos que hagan alusión a la calidad del servicio. Los costos calculados son: \$200 para la impresión de 200 volantes en hojas de colores fosforescentes y tinta negra, y \$100 para la elaboración de 15 carteles con 3 tintas.

### **FIJACIÓN Y POLÍTICAS DE PRECIO.**

Para llevar a cabo la fijación del precio se tomaron en cuenta los resultados de la encuesta y el precio de otros estacionamientos, también se considera la zona en la que se encuentra el estacionamiento y los gastos inherentes a la prestación del servicio. Por estas razones se considerará como precio inicial del estacionamiento \$3.00 por hora, de la pensión una mensualidad de \$500.00 y el lavado del auto en \$20.00

### **POLÍTICAS DE PRECIO.**

- ❖ El pago es de contado.
- ❖ Para estacionamiento el pago será posterior a la prestación del Servicio.
- ❖ Para el lavado de autos y pensión se manejará el Sistema de pago anticipado al Servicio.

**PLAN DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO.** Como acciones para introducir este negocio al mercado, se piensa acudir al TUM, Campus Azcapotzalco, para dar a conocer el servicio y para que el público en general lo conozca; además, se va a pintar en las paredes un mensaje que indique que el establecimiento es un estacionamiento público, pensión y lavado de autos.

Otra estrategia es la distribución de volantes en la zona y en las colonias aledañas, para dar a conocer a las personas que viven cerca de **Resguardo de Vehículos** los servicios con los que cuenta el negocio.

## RIESGOS Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO.

No.	Riesgos.	Acciones a realizar.
1	Que las encuestas no hayan sido representativas.	Aplicar un segundo cuestionario.
2	Que la información manejada no sea 100% confiable y verídica debido a que no se haya respondido a conciencia.	Diseñar de forma adecuada el cuestionario, de una manera que las preguntas sean directas y no requieran mucho tiempo.
No.	Oportunidades.	Acciones a realizar.
1	Es innovador (no existen competidores).	Dar a conocer esta ventaja al público.
2	Tiene precio accesible.	Dar a conocer esta ventaja al público.

## OBJETIVOS DEL ÁREA OPERATIVA:

- Objetivos a Corto Plazo. Prestar un servicio suficiente para captar 25 autos diarios en el estacionamiento. Incrementar las ventajas competitivas. Implantar un programa de mejoramiento continuo.
- Objetivo a Mediano Plazo. Mantener la cuota de 25 autos diarios en el Estacionamiento y mejorar la captación de autos para Pensión y Lavado.
- Objetivo a Largo Plazo. Mantener y superar los objetivos anteriores Estacionamiento, Lavado y Pensión.

**ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO:** Resguardo de Vehículos es una empresa que se preocupa por la seguridad y cuidado de los automóviles que están a su cargo: Por esta razón ofrece los servicios que a continuación se explica:

1. Estacionamiento. Se ofrece un área de 189 m<sup>2</sup> con un espacio individual por lugar de 6 m<sup>2</sup> (compuesto de 2m de ancho y 3m de largo) con opción a Lavado de Auto (se explica en el siguiente punto) para alumnos y profesores del TUM y público en general. Este contará con el personal capacitado para el acomodo, cuidado y asistencia de los vehículos.
2. Lavado de Autos. Para este servicio se preguntará al propietario si desea el servicio, y si así lo desea, el mismo personal llevará a cabo este proceso.
3. Pensión. Se contará con el mismo espacio que el estacionamiento y se contratará con personal de seguridad nocturno.

**DESCRIPCIÓN DEL PROCESO OPERATIVO O PRESTACIÓN DEL SERVICIO:**

➤ Estacionamiento y Pensión

- |    |                         |         |
|----|-------------------------|---------|
| 1. | Recepción del vehículo  | 30 seg. |
| 2. | Emisión del comprobante | 30 seg. |
| 3. | Acomodo del vehículo    | 30 seg. |
| 4. | Retiro del vehículo     | 1 min.  |
| 5. | Cobro del servicio      | 30 seg. |

➤ Lavado de Autos

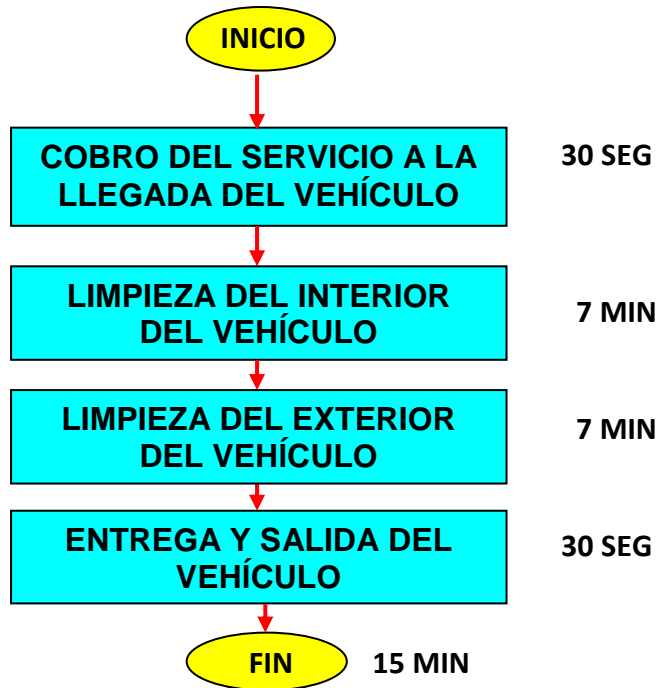
- |    |  |         |
|----|--|---------|
| 1. | Cobro del servicio a la llegada del vehículo | 30 seg. |
| 2. | Limpieza del interior del vehículo           | 3 min.  |
| 3. | Limpieza del exterior del vehículo           | 3 min.  |
| 4. | Entrega y salida del vehículo                | 30 seg. |

➤ Pensión (El cobro del servicio se realiza dentro del horario hábil del estacionamiento)

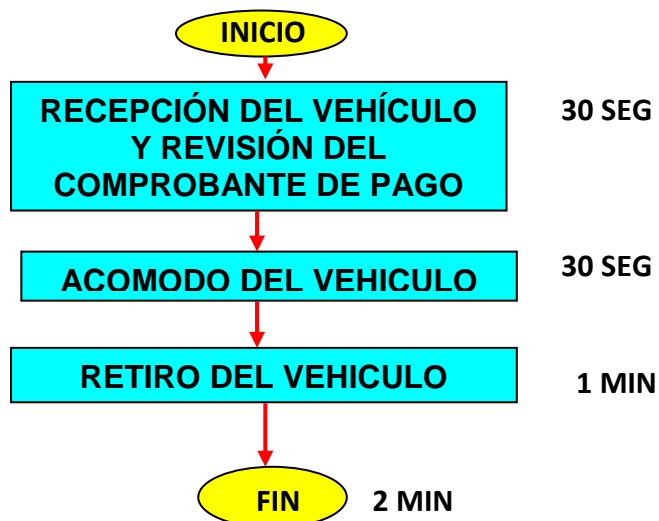
1. Recepción del vehículo y revisión del comprobante de pago. 30 seg.
2. Acomodo del vehículo 30 seg.
3. Retiro del vehículo 1 min.

**DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO:** A continuación se muestra el diagrama.

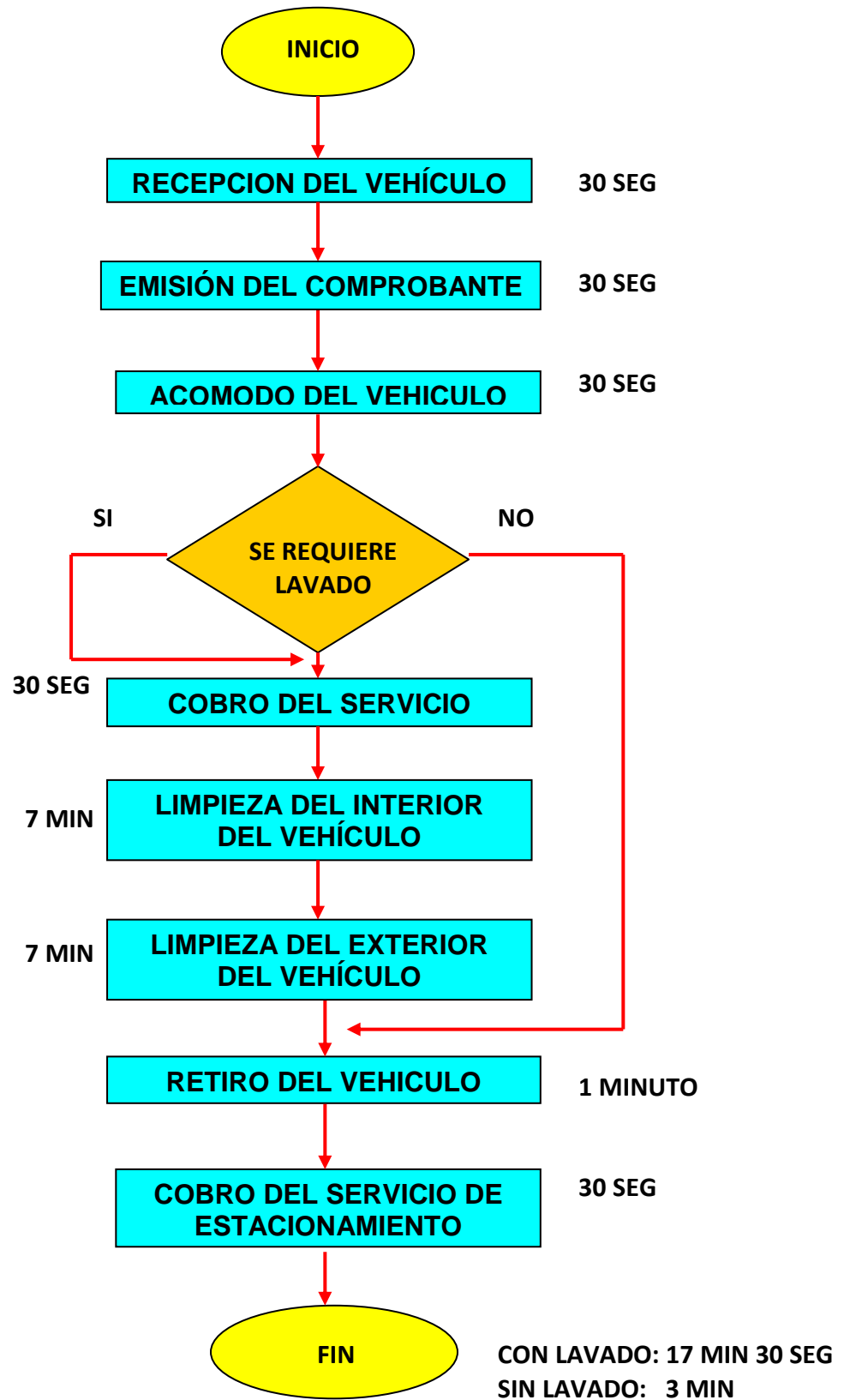
**PROCEDIMIENTO PARA EL SERVICIO DE LAVADO.**



**PROCEDIMIENTO PARA EL SERVICIO DE PENSION.**



PROCEDIMIENTO PARA EL SERVICIO DE ESTACIONAMIENTO.





**CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA:** La tecnología necesaria para el servicio de estacionamiento, lavado y pensión de vehículos es sencilla solo se requiere de una alarma silenciosa conectada con el departamento de seguridad pública de la delegación y los reflectores para los momentos en que esté oscuro. Para cuestiones administrativas se adquirirá una mini laptop para llevar un control de toda la información del negocio, un checador para el control de asistencia del personal, una máquina registradora para el control de los cobros y una caja fuerte para el resguardo de valores.

**EQUIPO E INSTALACIONES:**

EQUIPO	CANTIDAD	MARCA
Mini Laptop y accesorios	1	Hewlett-Packard
Reflectores	4	Mist Electronics
Checador	1	EClock
Alarma	1	GSM
Caja registradora	1	ROYAL
Caja fuerte	1	SEGUREX
Sanitario empleados incluye toma de agua para el lavado)	1	Helvex
Sanitario clientes	1	Helvex

**IDENTIFICACIÓN DE PROVEEDORES Y COTIZACIONES:** A continuación se muestra la cotización hecha a Tiendas Soriana, S.A de C.V.

**COTIZACION (por internet)**

40 KG	22.00	JABON ROMA	880.00
4 UDS	1,500.00	SERVICIO PIPA	6,000.00
1 PQ (32)	106.00	PAPEL HIGIENICO	104.00
2 PZAS	7.67	JABON TOCADOR	15.34
10 PZAS	12.00	ESPONJA	120.00
16 MTS	40.00	FRANELA	640.00
115 MTS	20.00	TOALLA	2,300.00
10 PARES	15.00	GUANTES	150.00
20 PZAS	25.00	CUBETAS	500.00
5 GALON	10.36	PINTURA	51.80
5 PARES	199.00	BOTAS	995.00
4 PZAS	35.00	ESCOBAS	140.00
2 PZAS	799.00	CARTCHER	1,598.00
10 PZAS	199.00	UNIFORMES	1,990.00
			<b>15,484.14</b>



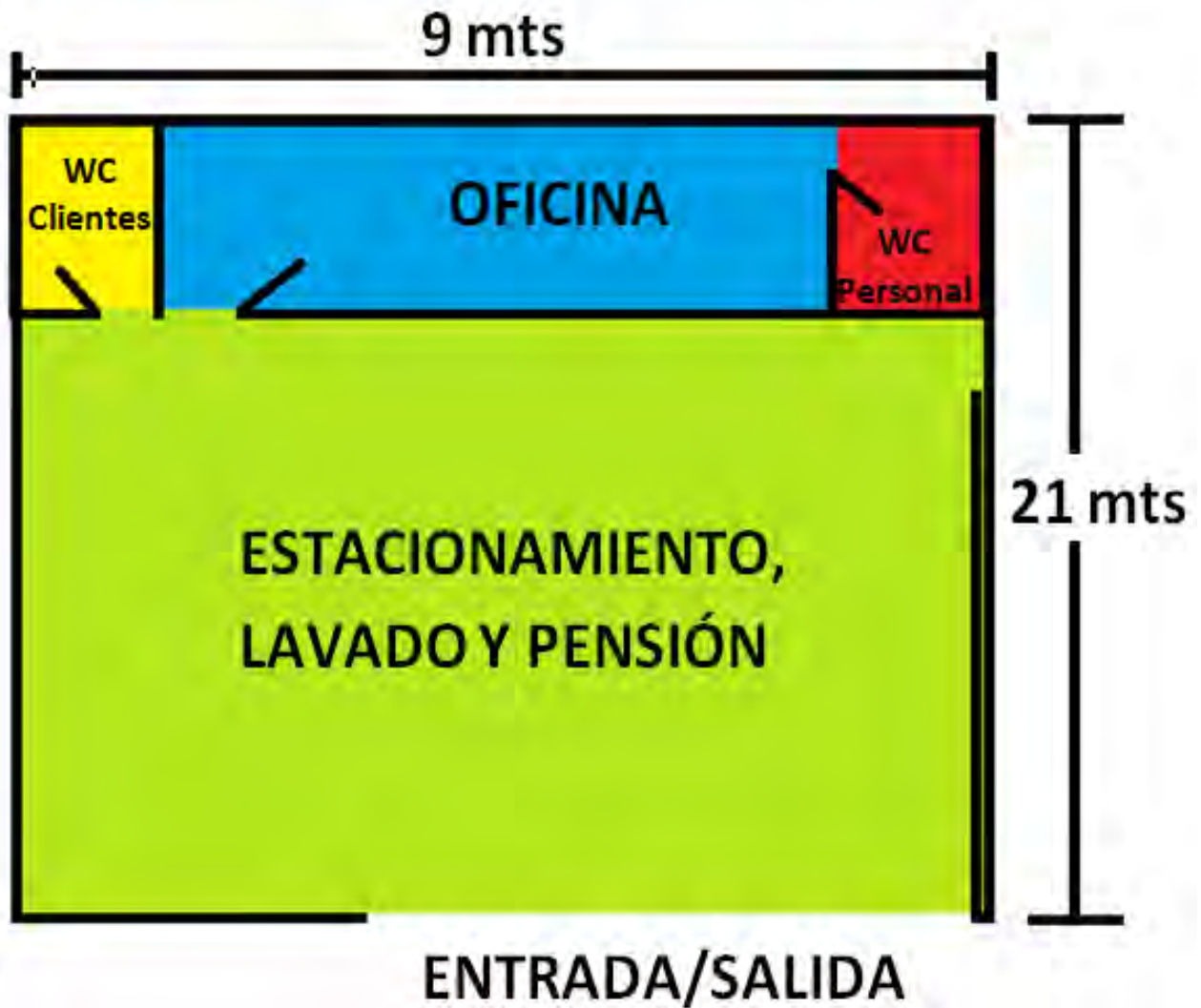
**CAPACIDAD INSTALADA:** En el caso de *Resguardo de Vehículos*, su capacidad instalada y su capacidad actual de Producción son equivalentes. La capacidad actual de Producción corresponde a la demanda potencial del servicio.

PERIODO	CANTIDAD	SERVICIO (PROMEDIO)
1 día	140	Horas/estacionamiento
	0	Pensión
	26	Lavado
1 semana	982	Horas/estacionamiento
	2	Pensión
	184	Lavado
1 mes	4,266	Horas/estacionamiento
	10	Pensión
	800	Lavado

**MANEJO DE INVENTARIOS:** Se llevará un control muy sencillo pero eficaz para el manejo de las compras e insumos necesarios para el lavado de vehículos. La valuación del inventario será por el método de Costo Promedio.

**UBICACIÓN DE LA EMPRESA:** Av. Azcapotzalco No. 287 esquina con Invierno, Col. Ángel Zimbrón C.P. 02720 Del.: Azcapotzalco, México, D. F.

**DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTAS Y OFICINAS:**



➤ Mano de obra requerida

ACTIVIDAD	No. PERSONAS	TIPO DE HABILIDAD
Estacionamiento y lavado	2	Cuidado de vehículos / lavado
Cobro Servicios	2	Manejo de caja
Pensión	2	Cuidado y vigilancia de vehículos

Mano de obra: 8 personas con turnos de 8 hrs.

**PROCEDIMIENTO DE MEJORA CONTINUA:** Se realizarán encuestas cada tres meses para conocer la opinión de los clientes acerca de nuestros servicios y de sus requerimientos o necesidades, así como las formas en que se puede mejorar, para ofrecer un servicio que cumpla con las necesidades y expectativas de nuestros clientes.

Otro aspecto a considerar es el proceso de la realización de nuestro servicio, el cual será evaluado según su eficiencia, de manera que esta pueda mantenerse o mejorarse según el caso.

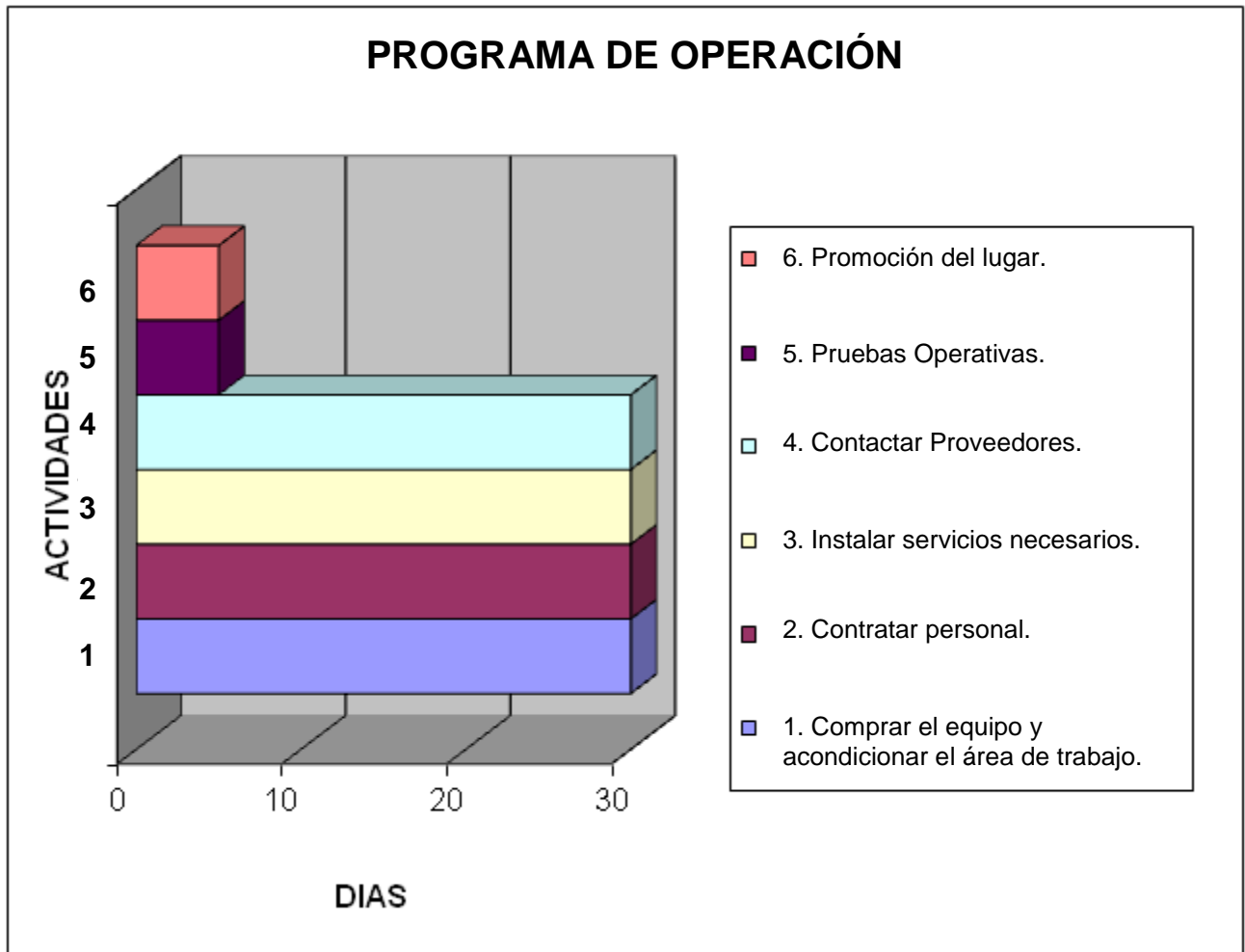
Se pondrá especial atención en lo que concierne a las diferentes áreas de la empresa: Producción, Mercadotecnia y Recursos Humanos, con el fin de mejorar con el tiempo, las funciones respectivas.

**PROGRAMA OPERATIVO:**

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>PERIODO</b>
1. Comprar equipo y acondicionar el área de trabajo	1 al 30 de abril
2. Contratar personal	1 al 30 de abril
3. Instalar servicios necesarios	1 al 30 de abril
4. Contactar Proveedores	1 al 30 de abril
5. Pruebas de Producción	1 al 5 de mayo
6. Promoción del lugar	5 al 10 de mayo

Número Total de días anteriores a la fecha de arranque 39 días. Fecha de arranque enero de 2013.

## Gráfica de Gantt



**OBJETIVOS DEL ÁREA DE ORGANIZACIÓN:** El área organizacional, la empresa busca establecer una adecuada distribución de responsabilidades y actividades, de modo tal que se facilite el trabajo en equipo y el cumplimiento de los objetivos de las áreas restantes de la empresa.

**ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL:**

<b>FUNCION</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>REQUISITOS</b>	<b>TIEMPO</b>
GERENCIAL	Supervisión Administración Finanzas Mercadotecnia Toma de Decisiones	Contar con una licenciatura Tener visión amplia y a futuro Objetivo	Período de vida de la empresa
OPERACIÓN	Cuidado de Vehículos Cobro	Tener experiencia en el ramo Responsables Puntuales Honestos	Según su desempeño
APOYO	Asesorar áreas	Especialidad en su área	Según se requiera

<b>PUESTO</b>	<b>REQUISITOS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>ESCALA</b>
Administrador	Contar con una licenciatura Tener visión amplia. Objetivo	Supervisión Administración Finanzas Mercadotecnia Toma de Decisiones	Administrativo
Cajeros	Tener experiencia en el ramo Responsables Puntuales Honestos	Cobro Expedición de comprobantes	Operativo
Empleados operativos	Tener experiencia en el ramo Responsables Puntuales Honestos	Lavado y cuidado de vehículos	Operativo
Profesionistas de apoyo	Especialidad en su área	Asesoría	Staff

## **CAPTACIÓN DEL PERSONAL:**

Reclutamiento. Se eligió el periódico y el internet por ser los medios de comunicación de más bajo costo. El mensaje será el siguiente: “Estacionamiento, solicita personal con experiencia en el ramo. Interesados llamar al 4173-0850 con Miguel Ríos”. El costo total será de \$ 50.00 diarios y aparecerá durante 5 días. Presupuesto total \$ 250.00

Otro medio es la elaboración de una manta con el mismo mensaje del periódico solicitando empleados. El costo será de \$ 300.00 por una manta de 90 cms x 90 cms por tiempo indefinido

<b>MEDIO DE RECLUTAMIENTO</b>	<b>COSTO</b>
PERODICO	\$ 250.00
MANTA	\$ 300.00
<b>PRESUPUESTO TOTAL:</b>	<b>\$ 550.00</b>

**SELECCIÓN:** Se realizará por medio de la solicitud de empleo. Se realizará una entrevista para comprobar lo escrito en esta. Se verificará la variedad de los certificados presentados. Después, se seleccionará al personal requerido.

Miguel Ríos será quien aplique los exámenes y lleve a cabo la entrevista. No hay ningún costo asociado al examen o entrevista.

**CONTRATACIÓN:** Se establecerán contratos laborales con los trabajadores por un período de tres meses, incluidas las cláusulas en donde se comprometan a seguir las políticas de trabajo exigidas,

Confidencialidad tanto del producto como del proceso así como las formas de pago, la cantidad a remunerar y el tipo de prestaciones que de acuerdo con la ley serán otorgados. El tipo de contrato será individual.



Los directivos de la empresa recibirán un sueldo y entregarán un recibo de honorarios. Sus contratos serán renovados por año.

- ❖ Aspectos laborales a considerar:
- ❖ Contar con equipo que evite accidentes durante el trabajo
- ❖ Que tengan acceso a instalaciones adecuadas de aseo y limpieza
- ❖ Mantener estrecha relación laboral con el resto de los departamentos de la empresa
- ❖ Promover la interacción para mejorar procesos y producción, así como trato laboral.
- ❖ Promover la asociación de la empresa a la Federación Nacional de Sindicatos Independientes.

**INDUCCIÓN:** Personas que realizarán la inducción: Miguel Ríos, que es el Administrador Único. Será apoyado por los empleados con más experiencia.

Proceso de inducción:

1. Presentación de la misión y los valores de la empresa.
2. Presentación del equipo de trabajo y los demás empleados.
3. El tipo de puesto que desempeñará la persona.
4. Políticas y reglas de comportamiento dentro de la compañía.
5. Capacitación en el uso de las herramientas y recorrido por las instalaciones.

Material que se utilizará en el proceso de inducción: Se mencionará la información necesaria para conocer a fondo la empresa. Habrá mucha interacción entre el nuevo empleado y los socios del negocio.

**ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS:**

<b>PUESTO</b>	<b>SUELDO</b>	<b>PRESTACIÓN</b>	<b>TOTAL</b>
Administrador Único	\$ 10,000.00 **	Ninguna	\$ 10,000.00
Operativos	\$ 1,819.50	\$ 82.25 *	\$ 1,901.78

\*Las prestaciones son acuerdo a lo que marca la ley.

\*\*El Administrador Único es la persona encargada de Recursos Humanos, Finanzas y Mercadotecnia.

**EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO:** Formato de evaluación del desempeño por trabajador.

Puesto: \_\_\_\_\_

Actividad 1: \_\_\_\_\_ Indicador: \_\_\_\_\_

Objetivo semana 1: \_\_\_\_\_ Resultado semana 1: \_\_\_\_\_

Objetivo semana 2: \_\_\_\_\_ Resultado semana 2: \_\_\_\_\_

Objetivo semana 3: \_\_\_\_\_ Resultado semana 3: \_\_\_\_\_

Objetivo semana 4: \_\_\_\_\_ Resultado semana 4: \_\_\_\_\_

Objetivo del mes 1: \_\_\_\_\_ Resultado del mes 1: \_\_\_\_\_

Semestre 1 (2018) \_\_\_\_\_ Resultado del semestre: \_\_\_\_\_

**RELACIONES DE TRABAJO:** Para que las relaciones de trabajo se logren de manera efectiva dentro de la empresa, es preciso tener una buena comunicación, es decir que se entiendan las instrucciones y la manera de realizar las actividades asignadas, lo cual ayudará a que exista buena interrelación entre los integrantes. La empresa utilizará principalmente las circulares y los avisos, y para cuestiones informales (no de trabajo) se utilizará una comunicación verbal.

Es importante que dentro de la empresa la comunicación sea en orden ascendente y lateral, para lograr entre todos la armonía necesaria para que el negocio se encamine al éxito. Para motivar al personal que laborará dentro de la empresa se evaluará cada mes su desempeño, donde el empleado que haya realizado mejor sus actividades será recompensado con una compensación.

**MARCO LEGAL:** Resguardo de Vehículos se constituirá como una persona física con actividad empresarial, debiendo cumplir con las siguientes obligaciones fiscales:

- Declaración Informativa de Operaciones con Terceros (mensual).
- Listado de conceptos de IETU (anual).
- Pagos provisionales o aviso en ceros (según sea el caso) de ISR, IVA e IETU (mensual).
- Declaración anual.
- Declaración Informativa de Clientes y Proveedores (anual).
- Declaración Informativa Múltiple (anual).
- Tramitar y renovar cada cuatro años la Clave de Identificación Electrónica Confidencial Fortalecida (CIECF) y de la Firma Electrónica Avanzada (FIEL).

**SAR, IMSS, INFONAVIT:** Dentro de los aspectos laborales, es necesario tomar en cuenta los que la legislación obliga. Otros aspectos a considerar son: prima vacacional, aguinaldo y reparto de utilidades. En cuanto al contrato de trabajo, se recibirá asesoría por parte de un abogado. Deberán especificarse: tiempo de duración del mismo, horas a trabajar/semana, sueldo y días de descanso, entre otros aspectos.

**TRÁMITES A DESARROLLAR:** La Secretaría de Gobernación, a través del Sistema Nacional de Protección Civil, solicita a todo negocio que esté debidamente señalado en caso de cualquier contingencia que se presente, entre los señalamientos más comunes señalados en la Norma Oficial Mexicana NOM-003-SEGOB/2002, Señales y avisos para protección civil.- Colores, formas y símbolos a utilizar (publicada en el DOF 17 de septiembre 2003) se encuentran:

SÍMBOLO	SIGNIFICADO
	Dirección de una ruta de evacuación en el sentido requerido.
	Zona de Seguridad.
	Ubicación del Punto de Reunión o Zona de Conteo.
	Ubicación de la salida de emergencia.
	Ubicación de un extintor.
	Piso resbaloso.

SÍMBOLO	SIGNIFICADO
	<p>Prohibido fumar.</p>
	<p>No encender fuego.</p>

Para poder iniciar con la actividad empresarial, Resguardo de Vehículos, de acuerdo a lo establecido por el Gobierno del Distrito Federal, deberá realizar los siguientes trámites:

- Solicitud de la tarifa autorizada para estacionamiento público.
- Aviso de declaración de apertura de estacionamiento público.

A continuación se presentan las características de cada trámite y los formatos necesarios para la realización de los mismos.

## Características de la Solicitud de la tarifa autorizada para estacionamiento público.



### MANUAL DE TRÁMITES Y SERVICIOS AL PÚBLICO

FECHA DE ACTUALIZACIÓN		ESTACIONAMIENTOS	
MES	AÑO	No.	Página
Mayo	2003	EST 07	23

NOMBRE DEL TRÁMITE		TIEMPO DE RESPUESTA	
Solicitud de la tarifa actualizada para estacionamiento público		10 días hábiles	
USUARIOS	DOCUMENTO A OBTENER	FORMATO	
Propietarios y administradores de estacionamientos públicos	Cartulina con tarifa autorizada	NE-04	
DESCRIPCIÓN			
Trámite que realizan los propietarios o administradores para la obtención de la cartulina con tarifas autorizadas de estacionamientos públicos de acuerdo a su tipo y ubicación.			
REQUISITOS			
Solicitud debidamente requisitada. Declaración de apertura o licencia de funcionamiento, según sea el caso (original y copia simple).			
VIGENCIA	ANTE EL SILENCIO DE LA AUTORIDAD PROCEDERÁ:		
Indefinida	AFIRMATIVA FICTA	NEGATIVA FICTA	
	No procede	No procede	
ÁREA DONDE SE GESTIONA			
Ventanillas Únicas Delegacionales			
Consulte el directorio incluido en este Manual			

COSTO	ÁREA DE PAGO
Gratuito	No aplicable

**FUNDAMENTO JURÍDICO-ADMINISTRATIVO DEL TRÁMITE**

Ley Orgánica de la Administración Pública del Distrito Federal.- Artículos 15 fracción IX, 31 fracción V, 37 y 39 fracciones XXIX y XXX  
Ley para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles del Distrito Federal.- Artículos 5 fracción XII, 6 fracción VI, 7, 8, 56 y 58  
Ley de Transporte del Distrito Federal.- Artículo 79  
Ley de Procedimiento Administrativo del Distrito Federal.- Artículos 35 y 44  
Reglamento Interior de la Administración Pública del Distrito Federal.- Artículo 94 fracciones XII y 124 Fracción XV  
Reglamento de Estacionamientos Públicos del Distrito Federal.- Artículos 13, 14 y 15  
Acuerdo por el que se crea en las dieciséis Delegaciones del Departamento del Distrito Federal, Ventanillas Únicas Delegacionales para la recepción y entrega de documentos.- Acuerdo Primero  
Acuerdo por el que se modifican y precisan las atribuciones de la Ventanillas Únicas Delegacionales.- Acuerdos Primero y Segundo fracción VII inciso b)  
Acuerdo por el que se crean en las 16 Delegaciones del Distrito Federal, Unidades de Atención Ciudadana como un espacio físico de uso común  
Manual Específico de Operación de Ventanillas Únicas Delegacionales

**OBSERVACIONES**

El Trámite deberá realizarse inmediatamente después de la autorización y publicación de la nueva tarifa.  
Procede juicio ante el Tribunal de lo Contencioso Administrativo del Distrito Federal en contra del silencio administrativo de la autoridad en términos del artículo 23 fracción IV de la ley de dicho Tribunal.

**NOTA IMPORTANTE**

Ningún servidor público del Gobierno del Distrito Federal está facultado para solicitar documentos adicionales a los requisitos establecidos en esta cédula, ni para requerir pagos por la realización del trámite, distintos a los establecidos en los ordenamientos legales aplicables. Para reportar cualquier anomalía favor de dirigirse a la Contraloría Interna del área en que se realizó el trámite, a la Contraloría General del Distrito Federal ubicada en Av. Juárez número 92, planta baja, Col. Centro, teléfono 5627-9700 extensiones 2153 y 2154; o bien al servicio QUEJATEL con número telefónico 5658-11-11.

Formato para la Solicitud de la tarifa autorizada para estacionamiento público.

NE-04



GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL  
Secretaría de Transportes y Vialidad

Solicitud de la tarifa autorizada para estacionamiento público

México D.F. a \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20 \_\_\_\_\_

FOLIO \_\_\_\_\_

La información contenida en la presente solicitud, se formula bajo protesta de decir verdad por lo tanto, si los informes o declaraciones proporcionadas por el particular resultan falsos, se aplicarán las sanciones administrativas correspondientes, sin perjuicio de las penas en que incurran aquellos que se conduzcan con falsedad de acuerdo con los ordenamientos jurídicos aplicables. La actuación administrativa de la autoridad y la de los interesados se sujetará al principio de buena fe (Ley de Procedimiento Administrativo del Distrito Federal.- Art.32)

**DATOS DEL INTERESADO**

Nombre o razón social \_\_\_\_\_

Domicilio para oír o recibir notificaciones Calle \_\_\_\_\_ Núm. Ext \_\_\_\_\_ Núm. Int. \_\_\_\_\_

Colonia \_\_\_\_\_ Delegación o Municipio \_\_\_\_\_ C.P. \_\_\_\_\_

CURP o R.F.C. con homoclave \_\_\_\_\_ Teléfono \_\_\_\_\_ Nacionalidad \_\_\_\_\_

Personas autorizadas para oír y recibir notificaciones en términos de la Ley de Procedimiento Administrativo del Distrito Federal.- Artículo 42 \_\_\_\_\_

**ÚNICAMENTE PERSONAS MORALES**

Escritura constitutiva Núm. \_\_\_\_\_ Notario Núm. \_\_\_\_\_ Entidad federativa \_\_\_\_\_

Datos del representante legal

Nombre \_\_\_\_\_ Poder notarial Núm. \_\_\_\_\_

Notario Núm. \_\_\_\_\_ Entidad federativa \_\_\_\_\_ R.F.C. \_\_\_\_\_

**DATOS DEL ESTACIONAMIENTO PÚBLICO**

Nombre, denominación o razón social \_\_\_\_\_

Domicilio Calle \_\_\_\_\_ Núm. \_\_\_\_\_ Tipo de estacionamiento \_\_\_\_\_

Colonia \_\_\_\_\_ Delegación \_\_\_\_\_ C.P. \_\_\_\_\_

Registro de declaración de apertura o licencia de funcionamiento del estacionamiento público Fecha \_\_\_\_\_


Folio \_\_\_\_\_ Fecha de registro \_\_\_\_\_ Cajones \_\_\_\_\_ Tipo de servicio \_\_\_\_\_

**RAZONES EN LAS QUE SE FUNDA SU PETICIÓN**

**FUNDAMENTO JURÍCO**

- 1.- Ley de Procedimiento Administrativo del Distrito Federal.- Artículo 44
- 2.- Ley para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles en el Distrito Federal.- Artículos 5 fracción XII, 6 fracción VI, 7, 8, 56 y 58
- 3.- Reglamento de Estacionamientos Públicos del Distrito Federal.- Artículos 13, 14 y 15

Presentar en original y copia  
Llenar a máquina o letra de molde, con tinta negra

 PARA USO OFICIAL  
Este formato es gratuito.




**REQUISITOS**

Deberán presentarse en original y copia simple

1.- Declaración de apertura o licencia de funcionamiento según sea el caso (original y copia simple)

**UBICACIÓN DEL ESTACIONAMIENTO PÚBLICO**

Cite el nombre de todas las calles que limitan la manzana, distancias en metros a las dos esquinas desde los linderos de predio, medida de frente, medidas de los linderos interiores y orientación (elaborar croquis con tinta negra y regla)

  
NORTE

**VIGENCIA**

Indefinida

La vigencia será indefinida en tanto no se autorice una nueva tarifa

Nota: De conformidad con el Artículo 14 del Reglamento de Estacionamientos Públicos del Distrito Federal el propietario o administrador queda notificado que deberá colocar la cartulina autorizada en la caseta de cobro a la vista del público.

Interesado	Representante Legal (en su caso)
_____	_____
Firma	Firma

Recibió	
Nombre _____	
Cargo _____	Firma _____

  
**Sello de recepción**

## Características del Aviso de declaración de apertura de estacionamiento público.



### MANUAL DE TRÁMITES Y SERVICIOS AL PÚBLICO

FECHA DE ACTUALIZACIÓN		ESTACIONAMIENTOS	
MES	AÑO	No.	Página
Mayo	2003	EST 02	5

NOMBRE DEL TRÁMITE		TIEMPO DE RESPUESTA	
Aviso de declaración de apertura de estacionamiento público		Inmediata	
USUARIOS	DOCUMENTO A OBTENER	FORMATO	
Propietario o administrador de estacionamiento público	Acuse de recibo del aviso de declaración de apertura de estacionamiento público	VU-26	
DESCRIPCIÓN			
Trámite mediante el cual, el propietario o administrador del estacionamiento público, notifica que iniciará actividades una vez cumplidos los requisitos establecidos en las normas, para que la delegación lo registre para estar en posibilidad de operar el establecimiento			
REQUISITOS			
<p>Nombre y/o razón social del solicitante, domicilio, registro federal de contribuyentes y nacionalidad;                      En caso de ser extranjero, la documentación que acredite su legal estancia en el país, así como la Autorización por la Secretaría de Gobernación;                      Si es persona moral, su representante legal acompañará el documento con el que acredite su personalidad, copia de una identificación oficial vigente con fotografía y copia certificada de la escritura constitutiva debidamente registrada o con registro en trámite;                      Ubicación y superficie del Establecimiento Mercantil del que se avisa la Declaración de Apertura;                      Giro mercantil del Establecimiento Mercantil;                      Los datos del documento por el que se ostenta la calidad jurídica del propietario o poseedor del inmueble;                      Denominación o nombre comercial de Establecimiento Mercantil;                      Aquellos establecimientos cuya superficie sea mayor a 400 metros cuadrados, deberán contar con Visto Bueno de Seguridad y Operación expedido por un Director Responsable de Obra, en los casos de edificaciones construidas con anterioridad a agosto de 1993; o la Autorización de operación otorgada por la Delegación correspondiente, en los demás casos; y                      Documento que acredite que el establecimiento cuenta con los cajones de estacionamiento que instruyen para cada uso de los programas Delegacionales o parciales de desarrollo urbano y el Reglamento de Construcciones;                      Número y/o rango de cajones de estacionamiento público;                      Clasificación del estacionamiento público;                      Recibo en el que conste el pago por concepto de apertura (copia simple);                      Fecha en que iniciará la operación;                      Horario en el que prestará el servicio;                      Forma y términos en que se responderá por los daños que sufren los vehículos estacionados, y                      Libro de visitas</p>			
VIGENCIA		ANTE EL SILENCIO DE LA AUTORIDAD PROCEDERÁ:	
1 año		AFIRMATIVA FICTA	NEGATIVA FICTA
		No procede	No procede
ÁREA DONDE SE GESTIONA			
Ventanillas Únicas Delegacionales			
Consulte el directorio incluido en este Manual			

COSTO	ÁREA DE PAGO
<p>Estipulado en el Código Financiero del Distrito Federal Para su consulta solicítelo en el área donde gestione su trámite</p>	<p>Administraciones Tributarias Locales y Cajas Recaudadoras de la Tesorería del Distrito Federal Consulte el directorio incluido en este Manual</p>
FUNDAMENTO JURÍDICO-ADMINISTRATIVO DEL TRÁMITE	
<p>Ley Orgánica de la Administración Pública del Distrito Federal.- Artículo 37 y 39 fracción XII Ley para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles del Distrito Federal.- Artículos 5 fracciones I,II, 19, 38, 43, 44 y 45 Código Financiero del Distrito Federal Reglamento Interior de la Administración Pública del Distrito Federal.- Artículo 51 fracción V y 81 fracción VII Reglamento de Estacionamientos Públicos del Distrito Federal.- Artículos 5 y 6 Acuerdo por el que se crea en las dieciséis Delegaciones del Departamento del Distrito Federal, Ventanillas Únicas Delegacionales para la recepción y entrega de documentos.- Acuerdo Primero y Segundo numeral 9 Acuerdo por el que se crean en las 16 Delegaciones del Distrito Federal, Unidades de Atención Ciudadana como un espacio físico de uso común Manual Específico de Operación de Ventanillas Únicas Delegacionales</p>	
OBSERVACIONES	
<p>En el acto de presentación de declaración de apertura, la Delegación verificará el cumplimiento de los requisitos, aprobará el número o rango de cajones, así como el horario de funcionamiento y sellará el escrito respectivo y el libro de visitas, foliando cada una de sus hojas</p>	
NOTA IMPORTANTE	
<p>Ningún servidor público del Gobierno del Distrito Federal está facultado para solicitar documentos adicionales a los requisitos establecidos en esta cédula, ni para requerir pagos por la realización del trámite, distintos a los establecidos en los ordenamientos legales aplicables. Para reportar cualquier anomalía favor de dirigirse a la Contraloría Interna del área en que se realizó el trámite, a la Contraloría General del Distrito Federal ubicada en Av. Juárez número 92, planta baja, Col. Centro, teléfono 5627-9700 extensiones 2153 y 2154; o bien al servicio QUEJATEL con número telefónico 5658-11-11.</p>	

**Formato del Aviso de declaración de apertura de estacionamiento público.**



**GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL**  
**Secretaría de Transportes y Vialidad**

**Aviso de declaración de apertura de estacionamiento público**

México D.F. a \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20 \_\_\_\_\_

**FOLIO** \_\_\_\_\_

La información contenida en la presente solicitud, se formula bajo protesta de decir verdad por lo tanto, si los informes o declaraciones proporcionadas por el particular resultan falsos, se aplicarán las sanciones administrativas correspondientes, sin perjuicio de las penas en que incurran aquellos que se conduzcan con falsedad de acuerdo con los ordenamientos jurídicos aplicables. La actuación administrativa de la autoridad y la de los interesados se sujetará al principio de buena fe (Ley de Procedimiento Administrativo del Distrito Federal.- Art.32)

**DATOS DEL INTERESADO**

Nombre o razón social \_\_\_\_\_

Domicilio para oír o recibir notificaciones Calle \_\_\_\_\_ Núm. Ext \_\_\_\_\_ Núm. Int. \_\_\_\_\_

Colonia \_\_\_\_\_ Delegación o Municipio \_\_\_\_\_ C.P. \_\_\_\_\_

CURP o R.F.C. con homoclave \_\_\_\_\_ Teléfono \_\_\_\_\_ Nacionalidad \_\_\_\_\_

Personas autorizadas para oír y recibir notificaciones en términos de la Ley de Procedimiento Administrativo del Distrito Federal.- Artículo 42 \_\_\_\_\_

**ÚNICAMENTE PERSONAS MORALES**

Escritura constitutiva Núm. \_\_\_\_\_ Notario Núm. \_\_\_\_\_ Entidad federativa \_\_\_\_\_

Datos del representante legal

Nombre \_\_\_\_\_ Poder notarial Núm. \_\_\_\_\_

Notario Núm. \_\_\_\_\_ Entidad federativa \_\_\_\_\_ R.F.C. \_\_\_\_\_

**DATOS DEL ESTACIONAMIENTO PÚBLICO**

Domicilio Calle \_\_\_\_\_ Núm. \_\_\_\_\_ Tipo de estacionamiento \_\_\_\_\_

Colonia \_\_\_\_\_ Delegación \_\_\_\_\_ C.P. \_\_\_\_\_

Número y rango de cajones del estacionamiento \_\_\_\_\_ Clasificación del estacionamiento \_\_\_\_\_

Fecha de inicio de operaciones \_\_\_\_\_ Forma en que se responderá por daños a los vehículos \_\_\_\_\_

Horario en que prestará sus servicios \_\_\_\_\_

Tipo de operación: Autoservicio  Acomodadores

Presentar en original y copia  
Llenar a máquina o letra de molde, con tinta negra

**PARA USO OFICIAL**  
Este formato es gratuito

**FUNDAMENTO JURÍCO**

- 1.- Ley para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles del Distrito Federal.-- Artículos 38, 43, 44 y 45
- 2.- Reglamento de Estacionamientos Públicos del Distrito Federal.- Artículos 5 y 6

**REQUISITOS**

- 1.- Testimonio notarial de la escritura pública del inmueble a contrato de arrendamiento
- 2.- Constancia de zonificación de la licencia de construcción y de la autorización de uso y ocupación (copia simple)
- 3.- Recibo en el que conste el pago de los derechos por concepto de apertura (copia simple)
- 4.- Solicitud hecha a la autoridad competente del Gobierno del Distrito Federa para el señalamiento de la tarifa autorizada (copia simple)
- 5.- Registro federal de contribuyentes (copia simple)

En su caso  
Documento en que se acredite la personalidad del representante legal

**VIGENCIA**

Indefinida

Interesado	Representante Legal (en su caso)
_____	_____
Firma	Firma

Recibió	
Nombre _____	
Cargo _____	_____
	Firma


Sello de recepción

## **OBJETIVOS DEL ÁREA CONTABLE:**

- Objetivos generales: Llevar ordenadamente las cuentas de la empresa. Estar informados de cuál es su situación y buscar opciones atractivas que permitan ahorrar en costos y/o gastos para aumentar las expectativas de rendimiento.
- Objetivos a corto plazo: Determinar el flujo de efectivo para iniciar operaciones de producción. Determinar costos y gastos variables y fijos, así como el capital necesario a aportar, así como los créditos requeridos. Establecer las entradas y salidas de efectivo, evaluar el proyecto con los indicadores financieros propuestos, además de establecer sistemas de financiamiento. Se espera que al finalizar los primeros seis meses de operación las utilidades retenidas sean mayores a \$ 177 000.00
- Objetivos a mediano plazo: Realizar proyecciones de flujo de efectivo, así como estados financieros (estado de resultados, flujo de efectivo y balance general). Evaluar la operación con los mismos indicadores. Al finalizar el primer año se espera contar con más de \$ 494 294.00
- Objetivos a largo plazo: Dar continuidad a los sistemas financieros y elaborar proyecciones de flujo de efectivo y estados financieros y elaborar proyecciones de flujo de efectivo y estados financieros. Continuar la evaluación de los indicadores. Altas utilidades.

## **SISTEMA CONTABLE DE LA EMPRESA**

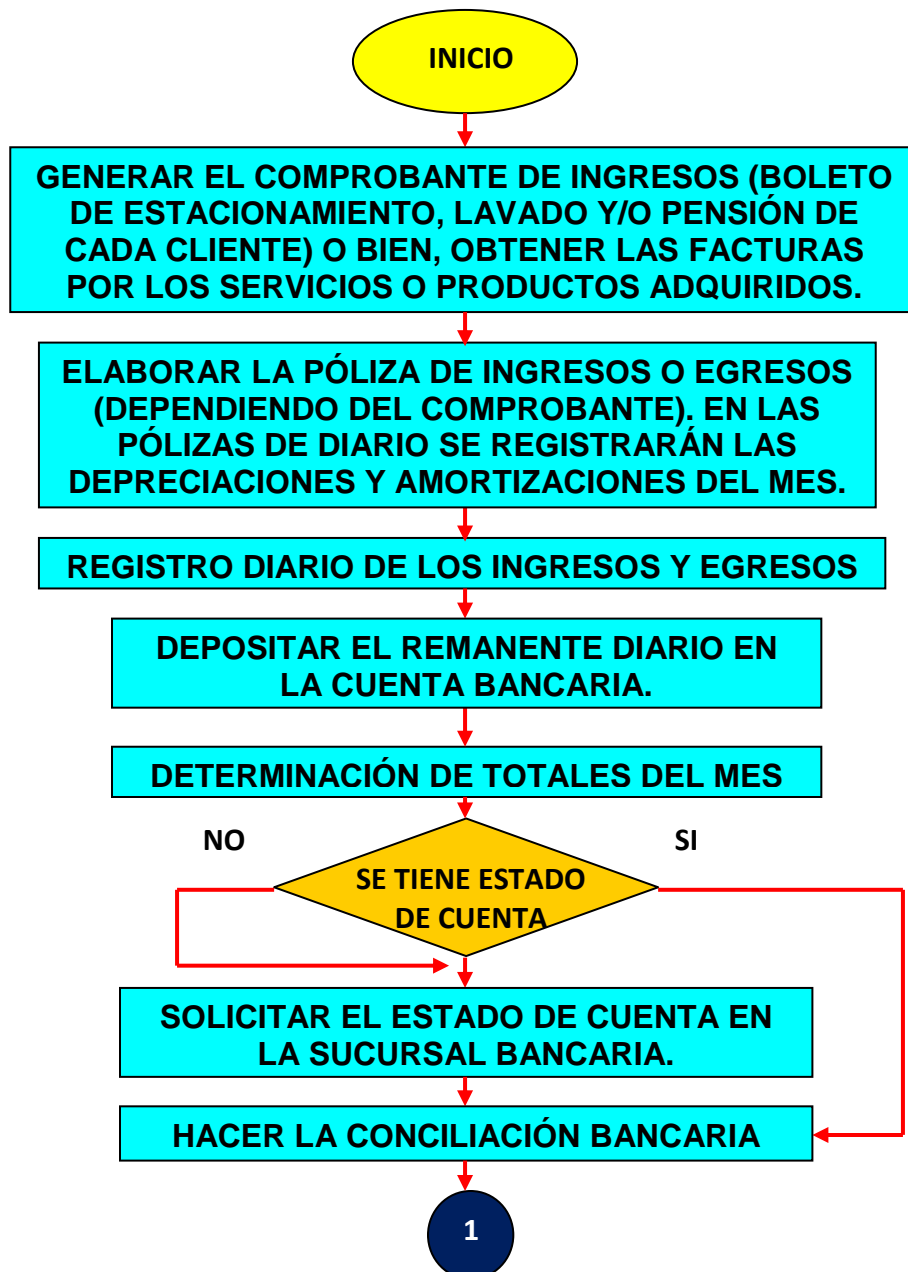
Contabilidad de la empresa: La llevará a cabo el Administrador Único, es decir, Miguel Ríos. Su sueldo mensual es de \$10,000.00.

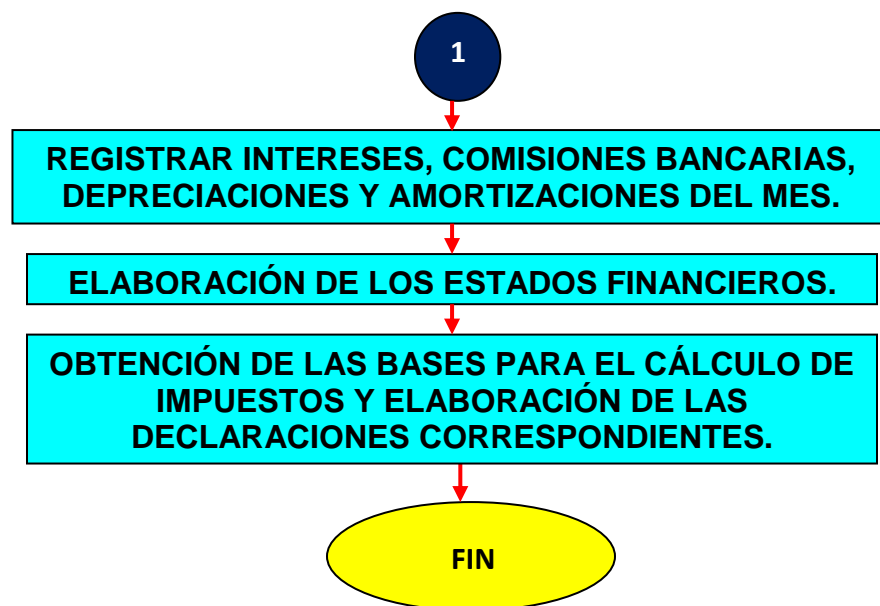
Para el manejo contable y fiscal, se llevará el control de los ingresos, egresos, amortizaciones y depreciaciones, debido a que al funcionar como una persona física con actividad empresarial se deben hacer los pagos provisionales mensuales de ISR, IVA, IETU y los impuestos locales como el

Impuesto sobre nómina, la base para el cálculo de todos estos impuestos se toma de lo registrado en la contabilidad del negocio.

Solamente existirá una cuenta bancaria en la que se depositará el efectivo ganado diariamente, y la cual no requerirá llevar un gran control, solamente considerar las comisiones, intereses y situaciones bancarias. Otro control que se llevará será el de las depreciaciones y amortizaciones.

#### PROCEDIMIENTO PARA EL MANEJO CONTABLE DEL NEGOCIO.





**SOFTWARE A UTILIZAR:** Como la contabilidad de la empresa es muy pequeña se llevara solamente en el programa de Microsoft Office Excel 2007.

## 8.2 Resumen ejecutivo.

Resguardo de Vehículos constituye una propuesta factible para proporcionar el servicio de estacionamiento, pensión y lavado de vehículos.

La empresa se crea para proporcionar un servicio de estacionamiento y pensión debido al incremento en el robo parcial o total de vehículos, específicamente en Av. Azcapotzalco, además del gran número de vehículos que requieren estacionarse y el reducido espacio con que cuentan para ello; ocasionando caos vial.

La misión de Resguardo de Vehículos es ofrecer a los profesores y alumnos del TUM, y al público en general un lugar seguro para estacionar sus vehículos a través de vigilancia del personal del estacionamiento.



A través de esta empresa se busca proporcionar el servicio de estacionamiento, resguardo de vehículos y lavado de automóviles a los profesores y alumnos del TUM, y al público en general. El servicio principal es el de brindar un lugar de estacionamiento a los profesores y alumnos del TUM, y al público en general, otros servicios que ofrece la empresa son: pensión nocturna, lavado de autos, apoyo en caso de que se presente algún imprevisto con el automóvil.

Con base a los resultados obtenidos en el estudio de mercado, hemos visto que la mayoría de la gente utiliza el automóvil particular como medio de transporte, que les preocupa dejarlo estacionado en la calle y que les gustaría que existiera un estacionamiento, el consumo predominante es de 5 días a la semana y de 4 horas o más al día. Estarían dispuestos a pagar entre \$10 y \$20 por el servicio.

El uso de este servicio en el corto plazo se estima que sea del 100% de la comunidad TUM. En el mediano plazo se estima utilizar el 100% de la capacidad asignada para estacionamiento. En el largo plazo se estima utilizar el 100% del área asignada a pensión de vehículos y proporcionar un servicio de autolavado eficiente.

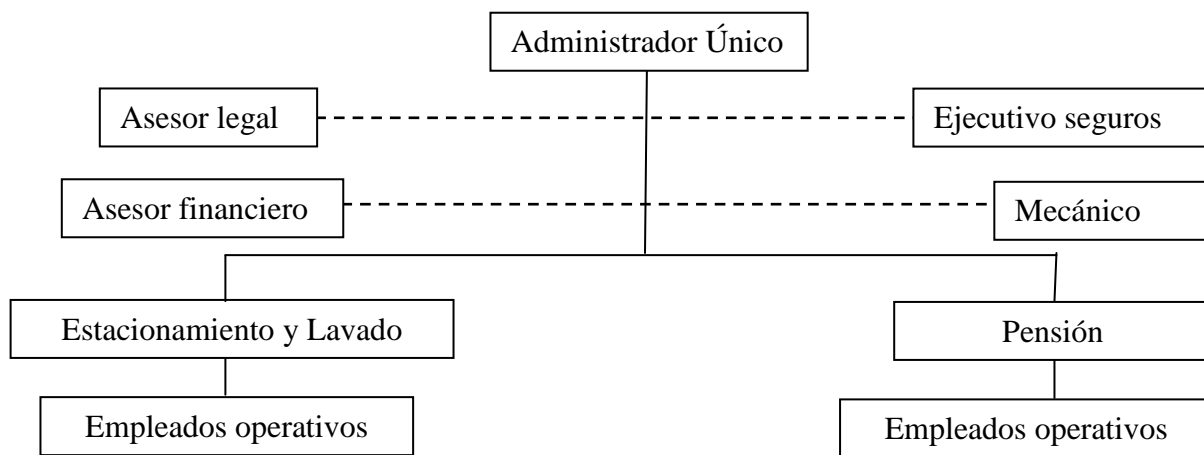
La empresa se ubicará en Avenida Azcapotzalco número 287 esquina con Invierno, Col. Ángel Zimbrón C.P. 02720 Del. Azcapotzalco, México, D.F.

El proceso para prestar el servicio de estacionamiento consiste en la recepción del vehículo, emisión del comprobante de estacionamiento, acomodo del vehículo, lavado del mismo (si es que así lo requiere el cliente –este servicio tiene un costo adicional y se cobra por anticipado-), retiro del vehículo y cobro del servicio de estacionamiento; cuando solo se requiera del servicio de lavado, se recibirá el vehículo, se cobrará el servicio, se hará el lavado del interior y el exterior del vehículo y se entregará el vehículo; y cuando se requiera del servicio de pensión, se recibirá el vehículo, será acomodado y se retirará al siguiente día.

El local medirá 21 X 9 mts. y se planea la compra de activo fijo como una mini laptop, cuatro reflectores, 1 checador, 1 alarma, 1 caja registradora, 1 caja fuerte, un kit para el sanitario de los empleados y uno para el de los clientes.

Se llevará un control muy sencillo pero eficaz para el manejo de las compras e insumos necesarios para el lavado de vehículos. La valuación del inventario será por el método de Costo Promedio.

La empresa se constituirá como persona física con actividad empresarial, contando con el organigrama que se presenta a continuación:



En este esquema básicamente todas las funciones administrativas y logísticas las lleven a cabo Miguel Ríos Almazán. Para iniciar la operación, la empresa requerirá de una inversión inicial de \$350,000.00, de los cuales \$300,000.00 serán conseguidos a través del crédito PyME que otorga el Gobierno Federal y \$50,000.00 se conseguirán por préstamo bancario.

Acorde a las proyecciones financieras, al término del proyecto se estima tener una utilidad de \$609,839.00, con un Costo Ponderado de Capital del 19.71% y una Tasa Interna de Retorno del 64.42%, por lo que se concluye que es un proyecto completamente viable.

A continuación se presentan los estados financieros y flujos proyectados que respaldan este análisis, así como reportes auxiliares de los mismos.



## RESGUARDO DE VEHÍCULOS

### DETERMINACIÓN DE COSTOS MENSUALES FIJOS Y VARIABLES

CANT	UNIDAD	C.U.	CONCEPTO	IMPORTE	PROPORCIÓN	IMPORTE MENSUAL
<b>COSTOS VARIABLES MENSUALES</b>						
6	KG	22,00	JABÓN ROMA	132,00	1	132,00
0,5	PQ (32)	106,00	PAPEL HIGIÉNICO	53,00	1	53,00
1	PZAS	7,67	JABÓN TOCADOR	7,67	1	7,67
2	PZAS	12,00	ESPONJA	24,00	1	24,00
				216,67		
<b>COSTOS VARIABLES TRIMESTRALES</b>						
2	MTS	40,00	FRANELA	80,00	3	26,67
2	MTS	20,00	TOALLA	40,00	3	13,33
				120,00		
<b>COSTOS VARIABLES ANUALES</b>						
3	PZAS	25,00	CUBETAS	75,00	12	6,25
5	GALON	10,36	PINTURA	51,80	12	4,32
1	PZAS	35,00	ESCOBAS	35,00	12	2,92
				161,80		
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES AL MES</b>						<b>270,15</b>
<b>COSTOS FIJOS MENSUALES</b>						
			PRÉSTAMO BANCARIO	2.040,47	1	2.040,47
			PAGO PYME	4.981,30	1	4.981,30
			LUZ	300,00	1	300,00
			AGUA	300,00	1	300,00
			SALARIOS	12.968,77	1	12.968,77
			PAGO DUEÑO	10.000,00	1	10.000,00
			IMPUESTOS	4.897,54	1	4.897,54
			IMSS	2.986,87	1	2.986,87
			INFONAVIT, AFORE	1.286,55	1	1.286,55
				39.761,50		
<b>TOTAL COSTOS FIJOS MENSUALES</b>						<b>39.761,50</b>
<b>COSTOS TOTALES MENSUALES</b>						<b>40.031,66</b>

**NOTAS:**

1. En el presente reporte se presentan los gastos fijos y variables que se proyectan para el manejo del negocio.
2. Algunos gastos no se realizan de manera mensual, por esta razón se hace una proporción correspondiente para contar con un panorama del gasto mensual en el que se incurrirá por la operación del negocio.



## RESGUARDO DE VEHÍCULOS

### CÁLCULO DE LA NÓMINA QUINCENAL, IMPUESTOS Y CARGA SOCIAL.

NÓMINA QUINCENAL										
EMPLEADO	SUELDO	DIAS	SUELDO	P. VAC	AGUINALDO	PERCEPCIONES	ISPT	IMSS	DEDUCCIONES	NETO A PAGAR
1	59,82	15,21	909,76	3,74	37,39	950,89	-153,49	23,65	-	129,84
2	59,82	15,21	909,76	3,74	37,39	950,89	-153,49	23,65	-	129,84
3	59,82	15,21	909,76	3,74	37,39	950,89	-153,49	23,65	-	129,84
4	59,82	15,21	909,76	3,74	37,39	950,89	-153,49	23,65	-	129,84
5	59,82	15,21	909,76	3,74	37,39	950,89	-153,49	23,65	-	129,84
6	59,82	15,21	909,76	3,74	37,39	950,89	-153,49	23,65	-	129,84
			<b>5.458,58</b>	<b>22,43</b>	<b>224,33</b>	<b>5.705,33</b>	<b>-920,96</b>	<b>141,91</b>	<b>-</b>	<b>779,05</b>
										<b>6.484,38</b>

CÁLCULO ISPT	
BASE	909,76
LI	244,81
EXCENENTE	664,95
%	6,40%
I.M.	42,56
C.F.	4,65
ISPT RESULTANTE	47,21
SUBSIDIO	200,70
<b>ISPT A CARGO</b>	<b>-153,49</b>

CÁLCULO SDI				
CONCEPTO	DIAS	IMPORTE	PERIODICIDAD	TOTAL
SALARIO	1	59,82	1	59,82
AGUINALDO	15	897,30	365	2,46
P.VAC.	1,5	89,73	365	0,25
<b>SDI:</b>				<b>62,52</b>

CÁLCULO IMSS				
CONCEPTO	%	BASE	PATRON	OBRERO
<b>ESPECIE:</b>				
CUOTA FIJA	20,400%	1.819,53	371,18	
PATRONAL	1,100%	1.722,32	18,95	
OBRERA	0,400%	1.722,32		6,89
<b>DINERO:</b>				
PATRONAL	0,700%	1.901,78	13,31	
OBRERA	0,250%	1.901,78		4,75
<b>PENSIONES:</b>				
PATRONAL	1,050%	1.901,78	19,97	
OBRERA	0,375%	1.901,78		7,13
<b>INVALIDEZ Y VIDA:</b>				
PATRONAL	1,050%	1.901,78	19,97	
OBRERA	0,375%	1.901,78		7,13
<b>GUARDERIAS:</b>				
R.T.	0,500%	1.901,78	9,51	
<b>TOTAL MENSUAL:</b>			<b>471,91</b>	<b>25,91</b>
				<b>497,81</b>

CÁLCULO INFONAVIT (BIMESTRAL)				
C y V:				
PATRONAL	3,150%	3.803,56	119,81	
OBRERA	1,125%	3.803,56		42,79
RETIRO:	2,000%	3.803,56	76,07	
INFONAVIT:	5,000%	3.803,56	190,18	
<b>TOTAL BIMESTRAL:</b>			<b>386,06</b>	<b>42,79</b>
				<b>428,85</b>

NOTAS:
1. El Salario Mínimo General Vigente en el Distrito Federal durante el año 2011 es de \$59.82 diarios.
2. Los días de la quincena son 15.21, debido a que se trata de un presupuesto y se consideran todos los meses iguales para evitar variaciones o errores de cálculo.
3. Para el cálculo de la Prima Vacacional se considera el mínimo establecido en la Ley Federal del Trabajo (LFT), el cual es el 25% del total días tomados.
4. Para el cálculo del Aguinaldo se considera el mínimo establecido en la LFT, el cual corresponde a 15 días de salario por año.
5. El ISPT es el Impuesto que se retiene a los empleados y que debe ser pagado al Gobierno Federal cada mes, y su cálculo implica el uso de tabuladores autorizados por el SAT para el 2011.
6. El IMSS, el Ahorro para el Retiro y el Infonavit fueron calculados de acuerdo a la legislación del 2011 emitida por el Instituto.
7. El Salario Diario Integrado (SDI) es un importe que sirve como base para realizar los cálculos correspondientes al IMSS e Infonavit y se conforma por la proporción diaria de todas las percepciones que obtiene el trabajador durante un año.



**RESGUARDO DE VEHÍCULOS**  
DETERMINACIÓN DE IMPUESTOS FEDERALES

CANT	UNIDAD	C.U.	CONCEPTO	IMPORTE	PROPORCIÓN	IMPORTE MENSUAL	BASE DE IMPUESTO	IVA	ISR	IETU
<b>COSTOS VARIABLES MENSUALES</b>										
6	KG	22,00	JABON ROMA	132,00	1	132,00	113,79	18,21	113,79	113,79
0,5	PQ (32)	106,00	PAPEL HIGIENICO	104,00	1	104,00	89,66	14,34	89,66	89,66
1	PZAS	7,67	JABON TOCADOR	7,67	1	7,67	6,61	1,06	6,61	6,61
2	PZAS	12,00	ESPONJA	24,00	1	24,00	20,69	3,31	20,69	20,69
				<u>267,67</u>						
<b>COSTOS VARIABLES TRIMESTRALES</b>										
2	MTS	40,00	FRANELA	80,00	3	26,67	22,99	3,68	22,99	22,99
2	MTS	20,00	TOALLA	40,00	3	13,33	11,49	1,84	11,49	11,49
				<u>120,00</u>						
<b>COSTOS VARIABLES ANUALES</b>										
3	PZAS	25,00	CUBETAS	75,00	12	6,25	5,39	0,86	5,39	5,39
5	GALON	10,36	PINTURA	51,80	12	4,32	3,72	0,60	3,72	3,72
1	PZAS	35,00	ESCOBAS	35,00	12	2,92	2,51	0,40	2,51	2,51
				<u>161,80</u>						
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES AL MES</b>						<b>321,15</b>				
<b>COSTOS FIJOS MENSUALES</b>										
			PRESTAMO BANCARIO	2.040,47	1	2.040,47	2.040,47	-	2.040,47	2.040,47
			PAGO PYME	4.981,30	1	4.981,30	4.981,30	-	4.981,30	4.981,30
			LUZ	300,00	1	300,00	258,62	41,38	258,62	258,62
			AGUA	300,00	1	300,00	258,62	41,38	258,62	258,62
			SALARIOS	12.968,77	1	12.968,77	11.410,67	-	11.410,67	1.996,87
			PAGO DUEÑO (FACTURA)	10.000,00	1	10.000,00	8.620,69	1.379,31	8.620,69	8.620,69
			IMSS	2.986,87	1	2.986,87	2.986,87	-	2.986,87	522,70
			INFONAVIT, AFORE	1.286,55	1	1.286,55	1.286,55	-	1.286,55	225,15
				<u>34.863,96</u>						
<b>TOTAL COSTOS FIJOS AL MES</b>						<b>34.863,96</b>				
<b>COSTOS TOTALES MENSUALES</b>						<b>35.185,12</b>	<b>32.120,65</b>	<b>1.506,37</b>	<b>32.120,65</b>	<b>19.181,27</b>
			<b>INGRESOS</b>	33.798,00	1	33.798,00	29.136,21	4.661,79	29.136,21	29.136,21
			<b>EGRESOS</b>					1.506,37	32.120,65	19.181,27
			<b>BASE</b>					3.155,43	- 2.984,44	9.954,93
			<b>IMPUESTO</b>					<b>3.155,43</b>	<b>-</b>	<b>1.742,11</b>
										<b>4.897,54</b>

CALCULO ISR		CALCULO IETU	
BASE	- 2.984,44	BASE	9.954,93
L.I.	-	TASA	17,5%
EXCEDENTE	- 2.984,44	IMPUESTO	1.742,11
%	0,00%	ISR	-
I.M.	-	<b>IETU A CARGO</b>	<b>1.742,11</b>
C.F.	-		
<b>ISR</b>	<b>-</b>		

NOTAS:
1. Las bases y tarifas de impuestos son los autorizados por el SAT durante 2011.
2. El Impuesto al Valor Agregado (IVA) se obtiene de restar el IVA obtenido por los ingresos ganados al IVA pagado por los gastos incurridos.
3. El Impuesto Sobre la Renta (ISR) se obtiene de aplicar las tablas autorizadas para el 2011 a la diferencia entre los ingresos obtenidos y los gastos autorizados por la legislación vigente. Cuando la base resulta negativa (como es el caso), no se paga impuesto alguno.
4. El Impuesto Empresarial a Tasa Única (IETU) se obtiene de aplicar la tasa del 17.5% a la diferencia entre los ingresos obtenidos y los gastos autorizados por la legislación vigente.



## RESGUARDO DE VEHÍCULOS DETERMINACIÓN DEL COSTO DE VENTAS

### VENTAS

PRODUCCIÓN DIARIA	PRODUCCIÓN MENSUAL	SERVICIO	PRECIO DE VENTA	TOTAL DE LO VENDIDO
140	4.266	ESTACIONAMIENTO	\$ 3,00	\$ 12.798,00
0	10	PENSION	\$ 500,00	\$ 5.000,00
6	800	LAVADO	\$ 20,00	\$ 16.000,00
				<b>\$ 33.798,00</b>

PRODUCCIÓN MENSUAL	SERVICIO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
4.266	ESTACIONAMIENTO	\$ 0,89	\$ 3.803,56
10	PENSION	\$ 380,36	\$ 3.803,56
800	LAVADO	\$ 5,09	\$ 4.073,71
			<b>\$ 11.680,82</b>

<b>COSTO DE VENTA</b>	<b>34,56%</b>
-----------------------	---------------

	ESTACIONAMIENTO	PENSION	LAVADO
SMGDF	\$ 59,82	\$ 59,82	\$ 59,82
DIAS DEL MES	30,42	30,42	30,42
SUELDO MENSUAL	1.819,5	1.819,5	1.819,5
AGUINALDO (MENSUAL)	74,8	74,8	74,8
PRIMA VACACIONAL (MENSUAL)	7,5	7,5	7,5
SAL MENSUAL	\$ 1.901,78	\$ 1.901,78	\$ 1.901,78
TRABAJADORES	2	2	2
TOTAL SALARIOS	\$ 3.803,56	\$ 3.803,56	\$ 3.803,56
MATERIAL DE LAVADO			\$ 270,15
SUBTOTAL	\$ 3.803,56	\$ 3.803,56	\$ 4.073,71
DIAS DEL MES	30,42	30,42	30,42
COSTO DIARIO	\$ 125,05	\$ 125,05	\$ 133,93
CANTIDAD	140,25	0,33	26,30
<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$ 0,89</b>	<b>\$ 380,36</b>	<b>\$ 5,09</b>

#### NOTAS:

1. La producción mensual fue determinada en base a las encuestas aplicadas en el estudio de mercado.
2. El precio de venta fue determinado en base del estudio de mercado.
3. El costo de venta se obtiene de dividir el costo total por el total de lo vendido.



## RESGUARDO DE VEHÍCULOS

### DETERMINACIÓN DEL COSTO PONDERADO DE CAPITAL

METODO	IMPORTE	TASA INTERÉS	% PARTICIPACIÓN	TASA PONDERADA
PRESTAMO BANCARIO (INBURSA)	50.000,00	48,00%	14,29%	6,86%
PRESTAMO PYME	300.000,00	15,00%	85,71%	12,86%
	<u>350.000,00</u>		<b>100,00%</b>	<b>19,71%</b>

**Costo Ponderado de Capital**

**19,71%**

**NOTA:**

1. En este reporte se presentan las fuentes de financiamiento que utilizará el proyecto.
2. La tasa de interés es anualizada.
3. El porcentaje de participación representa la parte del proyecto que cubre cada fuente de financiamiento.
4. La tasa ponderada se obtiene de multiplicar la tasa de interés por el porcentaje de participación.
5. El costo ponderado de capital representa el costo del financiamiento para el desarrollo del proyecto.



## RESGUARDO DE VEHÍCULOS

### ACTIVOS FIJOS Y DEPRECIACIONES

CONCEPTO	IMPORTE	CANTIDAD	TOTAL	TASA	DEP ANUAL	MESES	DEP MENSUAL
MINI LAPTOP Y ACCESORIOS	5.000,00	2	10.000,00	30%	3.000,00	12	250,00
ALARMA	810,00	1	810,00	10%	81,00	12	6,75
REFLECTORES	99,00	4	396,00	10%	39,60	12	3,30
CAJA REGISTRADORA	1.400,00	1	1.400,00	10%	140,00	12	11,67
CHECADOR	1.385,00	1	1.385,00	10%	138,50	12	11,54
CAJA FUERTE	3.800,00	1	3.800,00	10%	380,00	12	31,67
			<b>17.791,00</b>		<b>3.779,10</b>		<b>314,93</b>

#### NOTAS:

1. En el presente reporte aparece el activo fijo que será adquirido para el desarrollo del proyecto.
2. La tasa de depreciación es la autorizada por la Ley del Impuesto Sobre la Renta vigente durante el 2011.
3. Se determina una depreciación mensual para los fines de las proyecciones que seán elaboradas.
4. No se incluye ningún equipo de lavado porque no se consideró viable la utilización de hidrolavadoras por el espacio que existe entre un auto y otro.





## RESGUARDO DE VEHÍCULOS CARGOS DIFERIDOS Y AMORTIZACIONES

CONCEPTO	IMPORTE	CANTIDAD	TOTAL	TASA	AMORT. ANUAL	MESES	AMORT. MENSUAL
<b>GTOS INSTALACIÓN</b>							
PINTURA	10,36	5	51,80	5%	2,59	12	0,22
MEJORAS	15.000,00	1	15.000,00	5%	750,00	12	62,50
			<b>15.051,80</b>		<b>752,59</b>		<b>62,72</b>
<b>GTOS ORGANIZACIÓN</b>							
PERMISOS	25.000,00	1	25.000,00	5%	1.250,00	12	104,17
			<b>25.000,00</b>		<b>1.250,00</b>		<b>104,17</b>
<b>PUBLICIDAD</b>							
INAUGURACION	1.000,00	1	1.000,00	5%	50,00	12	4,17
MANTA	200,00	2	400,00	5%	20,00	12	1,67
PERIODICO	50,00	5	250,00	5%	12,50	12	1,04
CARTELES	7,00	15	105,00	5%	5,25	12	0,44
VOLANTES	1,00	200	200,00	5%	10,00	12	0,83
			<b>1.955,00</b>		<b>97,75</b>		<b>8,15</b>
<b>TOTAL CARGOS DIFERIDOS</b>			42.006,80		<b>2.100,34</b>		<b>175,03</b>
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>			17.791,00				
<b>SUMA</b>			<u>59.797,80</u>				
<b>IPI CORRESPONDIENTE</b>			100.000,00				
<b>SOBRANTE IPI</b>			<u><b>40.202,20</b></u>				

### NOTAS:

1. En el presente reporte muestra los activos que adquirirá el negocio y para su correcta cuantificación, se aplicará mensualmente al gasto una proporción.
2. La tasa de amortización es la autorizada por la Ley del Impuesto Sobre la Renta vigente para el 2011.
3. El Importe del Proyecto de Inversión (IPI) es de \$350,000.00, de los cuales \$250,000.00 son para el terreno y \$100,000.00 son para el activo fijo y cargos diferidos, quedando disponibles \$40,202.20 para hacer frente a cualquier contingencia.



## RESGUARDO DE VEHÍCULOS CRÉDITOS SOLICITADOS

<b>PRÉSTAMO BANCARIO (INBURSA)</b>									
<b>ANO</b>	<b>IMPORTE</b>	<b>TASA INTERES</b>	<b>INTERES</b>	<b>SALDO C/INTERESES</b>	<b>PAGO ANUAL</b>	<b>CAPITAL ANUAL</b>	<b>INTERES ANUAL</b>	<b>CAPITAL MENSUAL</b>	<b>INTERES MENSUAL</b>
1	50.000,00	48,00%	24.000,00	74.000,00	24.485,62	485,62	24.000,00	40,47	2.000,00
2	49.514,38	48,00%	23.766,90	73.281,29	24.485,62	718,71	23.766,90	59,89	1.980,58
3	48.795,67	48,00%	23.421,92	72.217,59	24.485,62	1.063,70	23.421,92	88,64	1.951,83
4	47.731,97	48,00%	22.911,35	70.643,32	24.485,62	1.574,27	22.911,35	131,19	1.909,28
5	46.157,71	48,00%	22.155,70	68.313,40	24.485,62	2.329,92	22.155,70	194,16	1.846,31
6	43.827,79	48,00%	21.037,34	64.865,12	24.485,62	3.448,28	21.037,34	287,36	1.753,11
7	40.379,51	48,00%	19.382,16	59.761,67	24.485,62	5.103,45	19.382,16	425,29	1.615,18
8	35.276,05	48,00%	16.932,51	52.208,56	24.485,62	7.553,11	16.932,51	629,43	1.411,04
9	27.722,94	48,00%	13.307,01	41.029,95	24.485,62	11.178,60	13.307,01	931,55	1.108,92
10	16.544,34	48,00%	7.941,28	24.485,62	24.485,62	16.544,34	7.941,28	1.378,69	661,77
						<b>50.000,00</b>	<b>194.856,17</b>		

<b>CRÉDITO PYME</b>									
<b>ANO</b>	<b>IMPORTE</b>	<b>TASA INTERES</b>	<b>INTERES</b>	<b>SALDO C/INTERESES</b>	<b>PAGO ANUAL</b>	<b>CAPITAL ANUAL</b>	<b>INTERES ANUAL</b>	<b>CAPITAL MENSUAL</b>	<b>INTERES MENSUAL</b>
1	300.000,00	15,00%	45.000,00	345.000,00	59.775,62	14.775,62	45.000,00	1.231,30	3.750,00
2	285.224,38	15,00%	42.783,66	328.008,04	59.775,62	16.991,96	42.783,66	1.416,00	3.565,30
3	268.232,42	15,00%	40.234,86	308.467,28	59.775,62	19.540,76	40.234,86	1.628,40	3.352,91
4	248.691,66	15,00%	37.303,75	285.995,41	59.775,62	22.471,87	37.303,75	1.872,66	3.108,65
5	226.219,79	15,00%	33.932,97	260.152,76	59.775,62	25.842,65	33.932,97	2.153,55	2.827,75
6	200.377,14	15,00%	30.056,57	230.433,72	59.775,62	29.719,05	30.056,57	2.476,59	2.504,71
7	170.658,10	15,00%	25.598,71	196.256,81	59.775,62	34.176,90	25.598,71	2.848,08	2.133,23
8	136.481,19	15,00%	20.472,18	156.953,37	59.775,62	39.303,44	20.472,18	3.275,29	1.706,01
9	97.177,75	15,00%	14.576,66	111.754,42	59.775,62	45.198,96	14.576,66	3.766,58	1.214,72
10	51.978,80	15,00%	7.796,82	59.775,62	59.775,62	51.978,80	7.796,82	4.331,57	649,73
						<b>300.000,00</b>	<b>297.756,19</b>		

**NOTAS:**

1. En este reporte aparece la Tabla de Amortización de los dos créditos que serán solicitados para desarrollar el Proyecto de Inversión.
2. En cada tabla aparece el pago (tanto anual como mensual) de capital e intereses que será cubierto durante los diez años del proyecto hasta terminar el pago de los mismos.



**RESGUARDO DE VEHÍCULOS**  
**Miguel Ríos Almazán**  
**BALANCE INICIAL AL 1 DE ENERO DE 2013**  
**(CIFRAS EN PESOS)**

<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
<b><u>CIRCULANTE</u></b>			
BANCOS	40.202	ACREEDORES A LARGO PLAZO	350.000
<b>SUMA ACTIVO CIRCULANTE</b>	<b>40.202</b>	<b>SUMA PASIVO</b>	<b>350.000</b>
<b><u>FIJO</u></b>			
TERRENO	250.000		
EQ. DE CÓMPUTO	10.000		
ALARMA	810		
REFLECTORES	396,00		
CAJA REGISTRADORA	1.400,00		
CHECADOR	1.385		
CAJA FUERTE	3.800		
<b>SUMA ACTIVO FIJO</b>	<b>267.791</b>		
<b><u>DIFERIDO</u></b>			
GTOS INSTALACIÓN	15.052		
GTOS ORGANIZACIÓN	25.000		
PUBLICIDAD	1.955		
<b>SUMA ACTIVO DIFERIDO</b>	<b>42.007</b>		
<b>SUMA ACTIVO TOTAL</b>	<b>350.000</b>	<b>SUMA PASIVO</b>	<b>350.000</b>

**NOTAS:**

1. El saldo en bacos representa el dinero restante del préstamo.
2. Dentro del Activo Fijo se ve reflejado el mobiliario que será adquirido.
3. El Activo Diferido se integra de los gastos necesarios para llevar a cabo el Proyecto de Inversión.
4. Los Acreedores a Largo Plazo se integran de los \$300,000.00 que serán conseguidos del Préstamo PyME y los \$50,000.00 del préstamo bancario que será adquirido con el Banco INBURSA.



## RESGUARDO DE VEHÍCULOS Miguel Ríos Almazán

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO POR EL PERIODO DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013

(CIFRAS EN PESOS)

CONCEPTO	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO	
	\$	CANT	\$	CANT	\$	CANT	\$	CANT	\$	CANT	\$	CANT
% VENTAS												
1% EST	3	4.266	12.798	3	4.309	12.926	3	4.352	13.055	3	4.395	13.186
1% PEN	500	10	5.000	500	10	5.050	500	10	5.101	500	10	5.152
1% LAV	20	800	16.000	20	808	16.160	20	816	16.322	20	824	16.485
<b>TOT VTAS</b>		<b>33.798</b>		<b>34.136</b>		<b>34.477</b>		<b>34.822</b>		<b>35.170</b>		<b>35.522</b>
35% COSTO VTAS		11.671		11.788		11.905		12.024		12.145		12.266
<b>UTL BRUTA</b>		<b>22.127</b>		<b>22.348</b>		<b>22.572</b>		<b>22.798</b>		<b>23.026</b>		<b>23.256</b>
<b>GTOS OPER</b>												
IMSS		2.489		2.489		2.489		2.489		2.489		2.489
INFONAVIT / SAR		-		2.144		-		2.144		-		2.144
ASESORÍA (DUEÑO)		10.000		10.000		10.000		10.000		10.000		10.000
DIVERSOS		150		150		150		150		150		150
PAPELERÍA		500		500		500		500		500		500
DEPREC		315		315		315		315		315		315
AMORT		175		175		175		175		175		175
<b>UTIL OPER</b>		<b>8.498</b>		<b>6.575</b>		<b>8.943</b>		<b>7.024</b>		<b>9.397</b>		<b>7.483</b>
<b>GTOS FIN</b>												
INT BANC		2.000		2.000		2.000		2.000		2.000		2.000
INT PYME		3.750		3.750		3.750		3.750		3.750		3.750
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>2.748</b>		<b>825</b>		<b>3.193</b>		<b>1.274</b>		<b>3.647</b>		<b>1.733</b>

**NOTAS:**

1. Los porcentajes de los servicios representan el incremento que tendrá el número de usuarios mes con mes.
2. El Costo de Ventas representa un 35% del total de ventas obtenido cada mes.
3. Los Gastos de Operación están de acuerdo a lo determinado en las cédulas de gastos fijos y variables y con la de depreciaciones y amortizaciones.
4. Los Gastos Financieros se conforman de los intereses pagados en los créditos solicitados.



## RESGUARDO DE VEHÍCULOS

Miguel Ríos Almazán

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO POR EL PERIODO DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013

(CIFRAS EN PESOS)

CONCEPTO	JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE	TOTAL					
	\$	CANT	\$	CANT	\$	CANT	\$	CANT	\$	CANT	\$	CANT					
% VENTAS																	
1% EST	3	4.528	13.585	3	4.574	13.721	3	4.619	13.858	3	4.712	14.137	3	4.759	14.278	162.311	
1% PEN	500	11	5.308	500	11	5.361	500	11	5.414	500	11	5.468	500	11	5.523	500	63.413
1% LAV	20	849	16.984	20	858	17.154	20	866	17.326	20	875	17.499	20	884	17.674	20	202.920
<b>TOT VTAS</b>		<b>35.877</b>	<b>36.236</b>		<b>36.598</b>	<b>36.964</b>		<b>37.334</b>	<b>37.707</b>		<b>428.643</b>						
35% COSTO VTAS		12.389	12.513		12.638	12.764		12.892	13.021		148.015						
<b>UTL BRUTA</b>		<b>23.488</b>	<b>23.723</b>		<b>23.961</b>	<b>24.200</b>		<b>24.442</b>	<b>24.687</b>		<b>280.628</b>						
<b>GTOS OPER</b>																	
IMSS		2.489	2.489		2.489	2.489		2.489	2.489		2.489	29.869					
INFONAVIT / SAR		-	2.144		-	2.144		-	2.144		-	2.144	12.866				
ASESORÍA (DUEÑO)		10.000	10.000		10.000	10.000		10.000	10.000		10.000	120.000					
DIVERSOS		150	150		150	150		150	150		150	1.800					
PAPELERÍA		500	500		500	500		500	500		500	6.000					
DEPREC		315	315		315	315		315	315		315	3.779					
AMORT		175	175		175	175		175	175		175	2.100					
<b>UTIL OPER</b>		<b>9.859</b>	<b>7.950</b>		<b>10.332</b>	<b>8.427</b>		<b>10.813</b>	<b>8.913</b>		<b>104.214</b>						
<b>GTOS FIN</b>																	
INT BANC		2.000	2.000		2.000	2.000		2.000	2.000		2.000	24.000					
INT PYME		3.750	3.750		3.750	3.750		3.750	3.750		3.750	45.000					
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>4.109</b>	<b>2.200</b>		<b>4.582</b>	<b>2.677</b>		<b>5.063</b>	<b>3.163</b>		<b>35.214</b>						



## RESGUARDO DE VEHÍCULOS

**Miguel Ríos Almazán**

**FLUJO DE CAJA PROYECTADO POR EL PERIODO DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013**

(CIFRAS EN PESOS)

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>2.748</b>	<b>825</b>	<b>3.193</b>	<b>1.274</b>	<b>3.647</b>	<b>1.733</b>	<b>4.109</b>	<b>2.200</b>	<b>4.582</b>	<b>2.677</b>	<b>5.063</b>	<b>3.163</b>	<b>35.214</b>
DEPREC	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	3.779
AMORT	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	2.100
<b>SALDO</b>	<b>3.238</b>	<b>1.315</b>	<b>3.683</b>	<b>1.764</b>	<b>4.137</b>	<b>2.223</b>	<b>4.599</b>	<b>2.690</b>	<b>5.072</b>	<b>3.167</b>	<b>5.553</b>	<b>3.653</b>	<b>41.094</b>
SALDO MES ANT	-	287.963	283.802	282.008	278.295	276.955	273.700	272.823	270.036	269.631	267.321	267.397	-
<b>SALDO</b>	<b>3.238</b>	<b>289.279</b>	<b>287.485</b>	<b>283.772</b>	<b>282.432</b>	<b>279.177</b>	<b>278.300</b>	<b>275.513</b>	<b>275.108</b>	<b>272.798</b>	<b>272.874</b>	<b>271.050</b>	<b>41.094</b>
<b>INGRESOS REAL</b>													
PREST BANC	50.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50.000
PREST PYME	300.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	300.000
<b>TOT INGRESOS</b>	<b>350.000</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>350.000</b>
<b>EG REALES</b>													
GTOS ORG	25.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25.000
GTOS INST	15.052	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15.052
PUBLICIDAD	1.955	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.955
ACTIVO FIJO	17.791	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	17.791
ISR	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
IVA	3.047	3.047	3.047	3.047	3.047	3.047	3.047	3.047	3.047	3.047	3.047	3.047	36.561
IETU	1.158	1.158	1.158	1.158	1.158	1.158	1.158	1.158	1.158	1.158	1.158	1.158	13.901
PAGO BANC	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	486
PAGO PYME	1.231	1.231	1.231	1.231	1.231	1.231	1.231	1.231	1.231	1.231	1.231	1.231	14.776
<b>TOT EGRESOS</b>	<b>65.275</b>	<b>5.477</b>	<b>5.477</b>	<b>5.477</b>	<b>5.477</b>	<b>5.477</b>	<b>5.477</b>	<b>5.477</b>	<b>5.477</b>	<b>5.477</b>	<b>5.477</b>	<b>5.477</b>	<b>125.520</b>
<b>SALDO FIN TES</b>	<b>287.963</b>	<b>283.802</b>	<b>282.008</b>	<b>278.295</b>	<b>276.955</b>	<b>273.700</b>	<b>272.823</b>	<b>270.036</b>	<b>269.631</b>	<b>267.321</b>	<b>267.397</b>	<b>265.573</b>	<b>265.573</b>

**NOTAS:**

1. El saldo inicial de tesorería de cada mes se obtiene de restar al resultado del ejercicio los Gastos Virtuales (Depreciación y Amortización) y de sumar el saldo del mes anterior.
2. Dentro de los ingresos reales solo se consideran los obtenidos por los créditos adquiridos, porque los ingresos por ventas están incluidos en el Estado de Resultados.
3. Dentro de los Egresos Reales se considera solamente el pago del capital del préstamo PyME y bancario, debido a que los intereses ya fueron incluidos en el Estado de Resultados.



## RESGUARDO DE VEHÍCULOS Miguel Ríos Almazán

**ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO POR EL PERIODO DEL 1 DE ENERO DE 2013 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2022**

(CIFRAS EN PESOS)

CONCEPTO	2013		2014		2015		2016		2017						
VENTAS															
1% EST	3	54.104	162.311	3	54.104	163.934	3	54.104	165.573	3	54.104	167.229	3	54.104	168.901
1% PEN	500	127	63.413	505	127	64.047	510	127	64.687	515	127	65.334	520	127	65.987
1% LAV	20	10.146	202.920	20	10.146	204.949	20	10.146	206.999	21	10.146	209.069	21	10.146	211.159
<b>TOT VTAS</b>			<b>428.643</b>			<b>432.930</b>			<b>437.259</b>			<b>441.632</b>			<b>446.048</b>
35% COSTO VTAS			148.015			149.495			150.990			152.500			154.025
<b>UTL BRUTA</b>			<b>280.628</b>			<b>283.434</b>			<b>286.269</b>			<b>289.131</b>			<b>292.023</b>
<b>GTOS OPER</b>															
1% IMSS			29.869			30.167			30.469			30.774			31.082
1% INFONAVIT / SAR			12.866			12.994			13.124			13.255			13.388
1% HONORARIOS			120.000			121.200			122.412			123.636			124.872
1% DIVERSOS			1.800			1.818			1.836			1.855			1.873
1% PAPELERIA			6.000			6.060			6.121			6.182			6.244
DEPREC			3.779			3.779			3.779			1.779			779
AMORT			2.100			2.100			2.100			2.100			2.100
<b>UTIL OPER</b>			<b>104.214</b>			<b>105.315</b>			<b>106.427</b>			<b>109.550</b>			<b>111.685</b>
<b>GTOS FIN</b>															
INT BANC			24.000	1		23.767	1		23.422	1		22.911	1		22.156
INT PYME			45.000	1		43.156	1		40.967	1		38.367	1		35.279
<b>UTIL NETA</b>			<b>35.214</b>			<b>38.392</b>			<b>42.039</b>			<b>48.272</b>			<b>54.250</b>

**NOTAS:**

1. Los porcentajes de los servicios representan el incremento que tendrá el precio de cada servicio año con año.
2. El Costo de Ventas representa un 35% del total de ventas obtenido cada mes.
3. Los Gastos de Operación están de acuerdo a lo determinado en las cédulas de gastos fijos y variables y con la de depreciaciones y amortizaciones. Estos reflejan un incremento del 1% anual previendo los incrementos que pueda haber en las tarifas fiscales y los incrementos del Salario Mínimo General.
4. Los Gastos Financieros se conforman de los intereses pagados en los créditos solicitados.



## RESGUARDO DE VEHÍCULOS Miguel Ríos Almazán

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO POR EL PERIODO DEL 1 DE ENERO DE 2012 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021

(CIFRAS EN PESOS)

CONCEPTO	2018		2019		2020		2021		2022		TOTAL					
VENTAS																
1% EST	3	54.104	170.590	3	54.104	172.296	3	54.104	174.019	3	54.104	175.759	3	54.104	177.517	1.698.129
1% PEN	526	127	66.647	531	127	67.314	536	127	67.987	541	127	68.667	547	127	69.353	663.435
1% LAV	21	10.146	213.271	21	10.146	215.404	21	10.146	217.558	22	10.146	219.733	22	10.146	221.931	2.122.993
<b>TOT VTAS</b>			<b>450.508</b>			<b>455.013</b>			<b>459.564</b>			<b>464.159</b>			<b>468.801</b>	<b>4.484.557</b>
35% COSTO VTAS			155.565			157.121			158.692			160.279			161.882	1.548.566
<b>UTL BRUTA</b>			<b>294.943</b>			<b>297.892</b>			<b>300.871</b>			<b>303.880</b>			<b>306.919</b>	<b>2.935.990</b>
<b>GTOS OPER</b>																
1% IMSS			31.392			31.706			32.023			32.344			32.667	312.493
1% INFONAVIT / SAR			13.522			13.657			13.794			13.932			14.071	134.602
1% HONORARIOS			126.121			127.382			128.656			129.943			131.242	1.255.466
1% DIVERSOS			1.892			1.911			1.930			1.949			1.969	18.832
1% PAPELERIA			6.306			6.369			6.433			6.497			6.562	62.773
DEPREC			779			779			779			779			779	17.791
AMORT			2.100			2.100			2.100			2.100			2.100	21.003
<b>UTIL OPER</b>			<b>112.830</b>			<b>113.987</b>			<b>115.156</b>			<b>116.336</b>			<b>117.529</b>	<b>1.113.030</b>
<b>GTOS FIN</b>																
INT BANC	1	21.037		1	19.382		1	16.933		1	13.307		1	7.941		194.856
INT PYME	1	31.613		1	27.259		1	22.089		1	15.949		1	8.658		308.335
<b>UTIL NETA</b>			<b>60.180</b>			<b>67.346</b>			<b>76.135</b>			<b>87.081</b>			<b>100.929</b>	<b>609.839</b>





## RESGUARDO DE VEHÍCULOS

### Miguel Ríos Almazán

**FLUJO DE CAJA PROYECTADO POR EL PERIODO DEL 1 DE ENERO DE 2013 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2022**

(CIFRAS EN PESOS)

CONCEPTO	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	TOTAL
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>35.214</b>	<b>38.392</b>	<b>42.039</b>	<b>48.272</b>	<b>54.250</b>	<b>60.180</b>	<b>67.346</b>	<b>76.135</b>	<b>87.081</b>	<b>100.929</b>	<b>609.839</b>
DEPREC	3.779	3.779	3.779	1.779	779	779	779	779	779	779	17.791
AMORT	2.100	2.100	2.100	2.100	2.100	2.100	2.100	2.100	2.100	2.100	21.003
<b>SALDO</b>	<b>41.094</b>	<b>44.272</b>	<b>47.918</b>	<b>52.152</b>	<b>57.129</b>	<b>63.060</b>	<b>70.226</b>	<b>79.014</b>	<b>89.960</b>	<b>103.809</b>	<b>648.633</b>
SALDO AÑO ANT	-	265.573	240.614	215.157	189.001	161.908	133.593	103.716	71.874	37.586	-
<b>SALDO INI TES</b>	<b>41.094</b>	<b>309.845</b>	<b>288.532</b>	<b>267.309</b>	<b>246.130</b>	<b>224.968</b>	<b>203.819</b>	<b>182.731</b>	<b>161.834</b>	<b>141.395</b>	<b>648.633</b>
<b>INGRESOS REAL</b>											
PREST BANC	50.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50.000
PREST PYME	300.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	300.000
<b>TOT INGRESOS</b>	<b>350.000</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>350.000</b>
<b>EG REALES</b>											
GTOS ORG	25.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25.000
GTOS INST	15.052	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15.052
PUBLICIDAD	1.955	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.955
ACTIVO FIJO	17.791	-	-	-	-	-	-	-	-	-	17.791
1% ISR	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1% IVA	36.561	36.926	37.296	37.669	38.045	38.426	38.810	39.198	39.590	39.986	382.507
1% IETU	13.901	14.040	14.180	14.322	14.465	14.610	14.756	14.903	15.052	15.203	145.431
1,48 PAGO BANC	486	719	1.064	1.574	2.330	3.448	5.103	7.553	11.179	16.544	50.000
1,19 PAGO PYME	14.776	17.546	20.836	24.743	29.382	34.891	41.433	49.202	58.427	69.382	360.617
<b>TOT EGRESOS</b>	<b>125.520</b>	<b>69.231</b>	<b>73.375</b>	<b>78.307</b>	<b>84.222</b>	<b>91.375</b>	<b>100.102</b>	<b>110.856</b>	<b>124.248</b>	<b>141.116</b>	<b>998.354</b>
<b>SALDO FIN TES</b>	<b>265.573</b>	<b>240.614</b>	<b>215.157</b>	<b>189.001</b>	<b>161.908</b>	<b>133.593</b>	<b>103.716</b>	<b>71.874</b>	<b>37.586</b>	<b>279</b>	<b>279</b>

**NOTAS:**

1. El saldo inicial de tesorería de cada mes se obtiene de restar al resultado del ejercicio los Gastos Virtuales (Depreciación y Amortización) y de sumar el saldo del mes anterior.
2. Dentro de los ingresos reales solo se consideran los obtenidos por los créditos adquiridos, porque los ingresos por ventas están incluidos en el Estado de Resultados.
3. Dentro de los Egresos Reales se considera solamente el pago del capital del préstamo PyME y bancario, debido a que los intereses ya fueron incluidos en el Estado de Resultados.



## RESGUARDO DE VEHÍCULOS

### Miguel Ríos Almazán

#### ANÁLISIS DE LA TASA INTERNA DE RETORNO DEL PROYECTO

(CIFRAS EN PESOS)

<b>INVERSION INICIAL</b>
350.000,00

CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SUMA	VPN
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022		
SALDO FINAL DE TESORERÍA	265.573	240.614	215.157	189.001	161.908	133.593	103.716	71.874	37.586	279	1.419.303	
VPN 60.00% 60,00%	165.983	93.990	52.529	28.839	15.441	7.963	3.864	1.673	547	3	370.831	20.831
VPN 64.00% 64,00%	161.935	89.461	48.778	26.127	13.647	6.866	3.250	1.373	438	2	351.878	1.878
VPN 64.42% 64,42%	161.522	89.005	48.406	25.862	13.474	6.762	3.193	1.346	428	2	350.000	-
VPN 65.00% 65,00%	160.954	88.380	47.896	25.499	13.239	6.620	3.115	1.308	415	2	347.428	- 2.572

TIR	
ANO	IMPORTE
0	- 350.000
1	265.573
2	240.614
3	215.157
4	189.001
5	161.908
6	133.593
7	103.716
8	71.874
9	37.586
10	279
<b>TIR</b>	<b>64,42%</b>

DATOS:	i(+)	0,64	<b>TIR</b>	<b>64,42%</b>
	i(-)	0,65		
	VPN (+)	1.878,32	<b>CPC</b>	<b>19,71%</b>
	VPN (-)	- 2.571,90		

FÓRMULA: 
$$\left[ 0,64 - \frac{1878,32 \cdot (0,64 - 0,65)}{1878,32 - (-2571,9)} \right] \cdot 100$$

**TIR 64,42%**

NOTAS:
1. El saldo final de tesorería se obtiene del flujo de efectivo anual.
2. El Valor Presente Neto (VPN) se obtiene de restar del importe del proyecto la suma de la actualización de los valores a la fecha en que termina el proyecto de inversión.
3. En este reporte presenta cuatro escenarios: el primero representa una posible inflación de 60%, el segundo una del 64%, el tercero una de 64.42% y el cuarto una de 65%.
4. El Costo Ponderado de Capital (CPC) se toma de la cédula de determinación del mismo.
5. En este reporte se presenta el cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR), la cual representa la rentabilidad del proyecto, al proyectar el saldo final de tesorería a un valor presente en distintos escenarios.
6. La Tasa Interna de Retorno es de 64.42% porque con esta inflación, la ganancia sería cero. Esto quiere decir que aunque hubiera una crisis que generara una inflación del 64.42% (lo cual es totalmente improbable) el proyecto sería viable porque a pesar de que no existieron ganancias, tampoco hubo pérdidas.



**RESGUARDO DE VEHÍCULOS**  
**Miguel Ríos Almazán**  
**BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2022**

(CIFRAS EN PESOS)

<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
<b><u>CIRCULANTE</u></b>		<b><u>A CORTO PLAZO</u></b>	
BANCOS	338.835		
<b>SUMA ACTIVO CIRCULANTE</b>	<b>338.835</b>		
 <b><u>FIJO</u></b>			
TERRENO	250.000		
EQ. DE CÓMPUTO	10.000		
MÁQUINA (PLUMA)	810		
CASETA	396		
ALARMA	1.400		
CHECADOR	1.385		
CAJA FUERTE	3.800		
DEPRECIACIÓN	- 17.791		
<b>SUMA ACTIVO FIJO</b>	<b>250.000</b>		
 <b><u>DIFERIDO</u></b>			
GTOS INSTALACIÓN	15.052		
GTOS ORGANIZACIÓN	25.000		
PUBLICIDAD	1.955		
AMORTIZACION	- 21.003		
<b>SUMA ACTIVO DIFERIDO</b>	<b>21.003</b>		
 <b>SUMA ACTIVO TOTAL</b>	<b>609.839</b>		
		<b>REMANENTE</b>	
		RESULTADO 2012	35.214
		RESULTADO 2013	38.392
		RESULTADO 2014	42.039
		RESULTADO 2015	48.272
		RESULTADO 2016	54.250
		RESULTADO 2017	60.180
		RESULTADO 2018	67.346
		RESULTADO 2019	76.135
		RESULTADO 2020	87.081
		RESULTADO 2021	100.929
		<b>UTILIDAD DEL PROYECTO</b>	<b>609.839</b>
		<b>SUMA PASIVO Y RESULTADOS</b>	<b>609.839</b>

**NOTA:**

1. El saldo en Bancos refleja el efectivo que se proyecta que se tendrá al finalizar el proyecto.
2. Al finalizar el proyecto, el Activo Fijo estará depreciado en su totalidad, el saldo del Activo fijo se integra del importe del terreno, que es el único Activo Fijo que no pierde su valor.
3. El Activo Diferido queda amortizado a un 50%, debido a que la legislación vigente determina que los Activos Diferidos serán amortizados en 20 años, o bien a un 5% anual.
4. Al finalizar el proyecto se termina con la deuda contraída para poner en marcha el negocio, por esta razón no existe saldo alguno en el rubro del pasivo.
5. El resultado de cada año es obtenido del estado de resultados proyectado por año.
6. La Utilidad del Proyecto es la suma de los resultados de los diez años.

## **CONCLUSIONES.**

Al término de este trabajo se puede llegar a varias conclusiones, para comenzar que es de suma importancia y trascendencia la planeación adecuada antes de iniciar cualquier negocio; esta planeación debe estar basada en datos (tanto cuantitativos como cualitativos) reales, obtenidos de un estudio de campo y no utilizar ningún tipo de información que sea supuesta, porque este dato, por pequeño que sea, puede desplomar el Proyecto de Inversión al ponerlo en marcha, porque son variables que no fueron consideradas.

Otra conclusión importante es más fácil establecer una empresa de servicios que una de producción, porque la inversión es menor, tanto en material, como en personal y activo fijo. También se llega a la conclusión de que no importa el giro de la empresa que se desea establecer, lo más importante es tener conocimiento previo del negocio, para así proyectar de manera correcta todas y cada una de las variables que puedan presentarse durante el desarrollo del proyecto de inversión.

Es de suma trascendencia conjuntar todos los datos y proyectarlos, esto se cubre al elaborar el balance Inicial, el estado de resultados y el flujo de efectivo mensual (por el primer año) y anual y el balance final, lo anterior para conocer el comportamiento que tendrá el negocio, para así identificar desde el papel qué aspectos se deben modificar para lograr la viabilidad del Proyecto de Inversión.

Otro reporte trascendental es la determinación del Costo Ponderado de Capital para conocer el costo que representa el solicitar un financiamiento y gracias a este reporte identificar si es necesario buscar otra fuente de financiamiento o no.

Pero el que es el reporte más importante es la determinación de la Tasa Interna de Retorno, debido a que dependiendo del resultado de este reporte, se determina si el proyecto es viable o no, el porcentaje resultante representa la tolerancia que tiene el proyecto ante la inflación para que se recupere la inversión inicial.

## BIBLIOGRAFÍA.

- Aguilar Díaz, Inmaculada  
“Finanzas Corporativas en la Práctica.”  
Delta Publicaciones, 2006, España.
- Alcaraz, Rafael  
“El emprendedor de éxito”  
Mc Graw Hill, 2007, México.
- Baca Urbina, Gabriel  
“Evaluación de Proyectos”  
Mc Graw Hill, 2009, México.
- Coss Bu, Raúl  
“Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión”  
Limusa, 2005, México.
- De la Torre, Joaquín / Zamarrón, Berenice  
“Evaluación de Proyectos de Inversión”  
Prentice Hall, 2008, México.
- Eliseo Ocampo, José  
“Costos y Evaluación de Proyectos”  
CECSA, 2002, México.
- Flórez Uribe, Juan Antonio  
“Proyecto de Inversión para las PYME: Creación de Empresas.”  
Ecoe Ediciones, 2006, Colombia.
- Hernández Sampieri, Roberto / Fernández-Collado, Carlos /  
Baptista Lucio, Pilar  
“Metodología de la Investigación”  
Mc Graw Hill, 2006, México
- Icant Isern, M. Teresa / Fuentelsaz Gallego, Carmen / Pulpón Segura, Anna M.  
“Elaboración y presentación de un Proyecto de Investigación y una Tesina”  
UBe Sault Pública, 2006, España.

- Loring, Jaime  
 “La Gestión Financiera”  
 Deusto, 2004, España.
- Morales Castro, José Antonio / Morales Castro, Arturo  
 “Proyectos de Inversión”  
 Gasca Sicco, 2004, México.
- Santandreu, Eliseu  
 “Finanzas para Directivos de Marketing.”  
 Ediciones Gestión 2000, 2003, España.
- Sapag Chain, Nassir  
 “Proyectos de Inversión. Formulación y Evaluación.”  
 Pearson Educación México, 2007, México
- Sepúlveda Gutiérrez, Pedro Hernán  
 “Qué debo saber de finanzas para crear mi propia empresa?”  
 Marcombo, 1992, España.
- Zorrilla Arena, Santiago / Torres Xammar, Miguel  
 “Guía para elaborar la Tesis”  
 Mc Graw Hill, 2001, Méxio