



**ITSON**  
Educar para  
Trascender

**INSTITUTO TECNOLÓGICO DE SONORA  
CAMPUS GUAYMAS**

---

---

---

**PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA  
REHABILITACIÓN DE LA HACIENDA ARANJUEZ  
COMO ALTERNATIVA PARA EL TURISMO**

**TITULACIÓN POR TEMA DE SUSTENTACIÓN  
(TESIS)**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE**

**LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN  
DE EMPRESAS TURÍSTICAS**

**PRESENTAN**

**ELIZABETH VELÁZQUEZ AGUILAR  
YANIN ROBLES VEGA**

CD. OBREGÓN, SONORA

JUNIO DE 2008

## *DEDICATORIA*

*A MIS PADRES Y HERMANA*

*Esto va por ustedes las tres personas más importantes en mi vida, por haber confiado en mí y por estar siempre apoyándome, por que gracias a su confianza, apoyo y paciencia hoy estoy dando uno de los pasos más importantes en mi vida.*

*Yanín Robles Vega*

**DEDICATORIA**

*A MIS PADRES*

*Por su apoyo incondicional, por su confianza, por su paciencia y por estar conmigo en todo este proceso, sin ustedes no lo hubiera podido lograr.*

*Elizabeth Velázquez Aguilar*

## *AGRADECIMIENTOS*

### *A DIOS*

*Por estar siempre conmigo guiándome y cuidándome, por quererme por sobre todas las cosas y porque fuiste tu quien puso en mi vida a las tres personas que mas quiero...mis papas y mi hermana*

### *A MIS PADRES Y HERMANA*

*A las dos personas que me dieron la vida y que me han apoyado siempre en cada una de mis decisiones y esforzándose para darme lo mejor y ayudarme a salir adelante. Y a ti hermana, gracias por estar siempre conmigo ayudándome en las buenas y en las malas, por tus consejos y regaños.....LOS AMO*

### *A MI ESCUELA Y MAESTROS*

*A la institución que por cuatro años fue de los lugares donde viví, aprendí y conocí muchas de las cosas por las cuales hoy puedo decir que me siento realizada. Y a mis maestros por haberme apoyado, enseñado y haber sido más que ese concepto de maestro, gracias por formar parte de las personas que me han hecho crecer.*

### *A MIS AMIGOS Y AMIGAS*

*A todas mis amigas con las que eh vivido y compartido tantas cosas (Moka, Marthita, Pinky y Adriana), amigas y amigos que encontré aquí en Guaymas y me han brindado su amistad y confianza (Kary, Karlitos, Víctor, Manja, Javier), a mis vecinos que me ayudaron y me aguantaron y siempre estuvieron ahí en el mas mínimo problema que tuviera (Fabian, Lalo, Fausto ), a mi compañera de tesis (Ely) lo logramos, muchas Gracias por haber compartido esto conmigo y por último a ti amiga por ser mi*

*cómplice, mi hermana postiza, por hacerme reír y por estar siempre conmigo (Shyna). A todos muchas Gracias....Los quiero*

*Yanín Robles Vega*

## *AGRADECIMIENTOS*

### *A MIS PADRES*

*Por ser mi apoyo y mi ejemplo en todo momento, por darme la dicha de estar aquí, por cuidarme y educarme y hacer de mí una persona responsable, por ser 2 de las personas más importantes de mi vida y por estar conmigo en todo momento, LOS AMO.*

### *A DIOS*

*Por ser mi guía, por cuidarme y bendecirme, por darme todo lo que tengo, y poner en mi camino a las personas más importantes de mi vida, mis padres, mis hermanos, mi esposo y mi hija.*

### *A MI ESPOSO*

*Por estar conmigo, por apoyarme, por quererme y por darme lo más hermoso que una mujer puede pedir TE AMO.*

### *A MIS AMIGAS*

*Diana Agüero por ser mi amiga incondicional y estar conmigo en las buenas y en las malas, Reyna Ramírez y Natcheli Rivera por haberme aguantado un año viviendo juntas, las quiero mucho, gracias por estar conmigo, Yanin Robles gracias por ser mi cómplice en este proyecto, sin ti no hubiera podido lograrlo.*

*Elizabeth Velázquez Aguilar*

## ÍNDICE

<b>DEDICATORIAS</b>	<i>i</i>
<b>AGRADECIMIENTOS</b>	<i>iii</i>
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	
1.1 Antecedentes	2
1.2 Planteamiento del Problema	3
1.3 Objetivo	4
1.4 Hipótesis	4
1.5 Justificación	4
<b>II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA</b>	
2.1 Proyecto	6
2.2 Proyecto de Inversión	7
2.3 Decisión sobre un Proyecto	8
2.4 Evaluación	9
2.5 Proceso de Preparación y Evaluación de Proyectos	9
2.5.1 Partes Generales	9
2.5.2 La Evaluación del Proyecto como un proceso y sus alcances	10
2.5.3 Introducción y marco de desarrollo	12
2.5.4 Estudio de Mercado	13
2.5.5 Estudio Técnico	13
2.5.6 Estudio Financiero	13
2.5.7 Estudio Administrativo	14
2.6 Estudio de Mercado	14
2.6.1 Objetivo del Estudio de Mercado	14
2.6.2 Investigación de mercado	15
2.6.2.1 Objetivo de la Investigación de Mercado	15
2.6.3 Proceso de Investigación de Mercado	15

2.6.3.1	Identificación del Problema . . . . .	16
2.6.3.2	Objetivo . . . . .	16
2.6.3.3	Justificación . . . . .	17
2.6.3.4	Hipótesis . . . . .	17
2.6.3.5	Fuentes de Investigación . . . . .	17
2.6.3.6	Método de recolección de datos . . . . .	18
2.6.3.7	Determinación de la muestra . . . . .	19
2.6.3.8	Procedimiento para la elaboración del cuestionario . . . . .	21
2.6.3.9	Prueba piloto . . . . .	22
2.6.3.10	Codificación . . . . .	23
2.6.3.11	Tabulación . . . . .	23
2.6.3.12	Gráficas . . . . .	24
2.6.3.13	Análisis e interpretación de resultados . . . . .	24
2.6.4	Servicio . . . . .	24
2.6.4.1	Características del servicio . . . . .	24
2.6.5	Mercado . . . . .	25
2.6.5.1	Características de mercados . . . . .	25
2.6.6	Demanda . . . . .	28
2.6.6.1	Clasificación de la demanda . . . . .	28
2.6.7	Oferta . . . . .	29
2.6.7.1	Clasificación de la oferta . . . . .	29
2.6.8	Comercialización . . . . .	29
 <b>III. ESTUDIO DE MERCADO</b>		
3.1	Objetivo . . . . .	31
3.2	Investigación de Mercado . . . . .	31
3.2.1	Objetivo de la Investigación de Mercado . . . . .	32
3.3.	Proceso de la Investigación de Mercado . . . . .	32
3.3.1	Identificación del problema . . . . .	32
3.3.2	Objetivos . . . . .	32
3.4	Justificación . . . . .	33

3.5 Hipótesis . . . . .	33
3.6 Fuentes de Investigación . . . . .	33
3.7 Método de recopilación de datos . . . . .	33
3.8 Definición de la muestra . . . . .	34
3.9 Diseño del cuestionario . . . . .	34

#### **IV. ESTUDIO TÉCNICO**

4.1 Objetivo . . . . .	35
4.2 Determinación del tamaño de la empresa . . . . .	36
4.3 Requerimiento del Mobiliario y Equipo . . . . .	36
4.3.1 Presupuesto del Mobiliario y Equipo . . . . .	37
4.4 Requerimiento de Equipos Auxiliares . . . . .	38
4.4.1 Presupuesto de Equipos Auxiliares . . . . .	39
4.5 Requerimiento de Equipo de Cómputo . . . . .	39
4.5.1 Presupuesto de Equipo de Cómputo . . . . .	39
4.6 Requerimiento de Materiales . . . . .	40
4.6.1 Presupuesto de Papelería y Útiles . . . . .	40
4.7 Requerimiento de Mano de Obra . . . . .	40
4.7.1 Presupuesto de Mano de Obra . . . . .	41
4.8 Presupuesto de Gastos de Instalación . . . . .	41
4.9 Presupuesto de Gastos de Operación . . . . .	42
4.10 Presupuesto de Gastos de Publicidad . . . . .	42
4.11 Localización de la planta . . . . .	42
4.11.1 Macrolocalización . . . . .	42
4.11.2 Microlocalización . . . . .	43
4.12 Distribución de la planta . . . . .	44

#### **V. ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

5.1 Objetivo del estudio . . . . .	45
5.2 Planeación estratégica . . . . .	45
5.2.1 Visión . . . . .	45

5.2.2 Misión . . . . .	46
5.2.3 Objetivo . . . . .	46
5.2.4 Políticas internas . . . . .	46
5.2.5 Estrategias . . . . .	47
5.2.6 Organigrama . . . . .	47
5.3 Análisis de Puestos . . . . .	48
5.3.1 Descripción de Puestos . . . . .	48
<b>VI. ESTUDIO FINANCIERO</b>	
Introducción . . . . .	64
Nóminas de empleados . . . . .	65
Estado de Resultados . . . . .	66
Balance General . . . . .	67
<b>CASO PRÁCTICO . . . . .</b>	<b>68</b>
<b>CONCLUSIONES . . . . .</b>	<b>77</b>
<b>PROPUESTAS . . . . .</b>	<b>79</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA . . . . .</b>	<b>80</b>
<b>ANEXOS</b>	

# **CAPÍTULO I**

## **INTRODUCCIÓN**

El presente proyecto refleja la factibilidad para la rehabilitación de la Hacienda Aranjuez como alternativa para el turismo, el cual proporciona grandes beneficios para su adaptación en los nuevos tiempos y el alcance de objetivos para el turista.

El proyecto se realizará en San José de Guaymas, Sonora; prestando servicios de alimentación, recreación y hospedaje, basados en resultados reflejados dentro del estudio de mercado.

Este proyecto comprenderá cuatro estudios que son: el estudio de mercado, técnico, administrativo y financiero. En el estudio de mercado se menciona el servicio, la demanda, la oferta, el balance oferta-demanda; el estudio técnico refleja cuál será la ubicación del negocio en su macro y microlocalización, así como el tamaño del negocio, su mano de obra, equipo de trabajo y la adecuada distribución de la planta. En el estudio administrativo se muestra la estructura organizacional de la empresa, su misión, visión, objetivo, organigrama y la descripción de puestos, en el estudio financiero se concentran los ingresos y egresos del proyecto y los métodos de evaluación de proyectos para conocer la factibilidad del mismo. El objetivo de este proyecto es determinar la factibilidad de la implantación de un lugar como lo es “La Hacienda Aranjuez” en la región de San José de Guaymas, Sonora, México, que preste un servicio especializado a los turistas.

De este trabajo se llevará acabo también una conclusión al finalizar todo el proyecto de la factibilidad de los cuatro estudios sobre el establecimiento del lugar.

## 1.1 Antecedentes

Guaymas es el apelativo con el que se designo a la bahía que habitaban los miembros de la tribu guaima, situada en la costa del Estado de Sonora sobre el Golfo de California.

Los Guaimas era una banda de la tribu seri como también lo eran los tepocas o salineros, los seris o tiburones y upanguaymas, y ocupaban el territorio llamado “Costa central de Sonora”.

Hoy solo perduran los Seris y, aunque ellos aceptaban el nombre que es ajeno a su lengua, se llamaban a si mismo “Comcaac”, que significa “La gente”. Emparentados lingüísticamente con los Yumanos del Rio Colorado y se piensa, de acuerdo con las aportaciones de la antropología, que proceden de baja California y llegaron a Sonora navegando en balsas de carrizo a través del golfo.

El gran apogeo de Aranjuez como Sitio Real, llegó en el siglo XVII bajo la monarquía de los Borbones. Fue entonces, con aquella Corte viajera a fecha fija, que recorría los Sitios Reales año tras año con una puntualidad inusitada y una fidelidad inquebrantable, cuando Aranjuez vio transformar poco a poco su fisonomía hasta convertirse en algo bien distinto de lo que había proyectado en su día el fundador, Felipe II, a quién se debieron los primeros desmontes, trazado de avenidas y plazas ajardinadas y, sobre todo, las canalizaciones para el regadío que convirtieron el lugar en el vergel en que es hoy el Sitio de Aranjuez.

Aranjuez es una Real Villa de la zona sur de Madrid. Está situado a la ribera del Río Tajo, y se caracteriza por ser un lugar donde existen muchos puntos de interés turísticos, ya que era el sitio de descanso de los Reyes en los veranos del Siglo XVIII.

Famoso también por su fenomenal huerta, Aranjuez fue de los primeros lugares de España donde se cultivan los espárragos y sobre todo la fresa y el fresón, muy típicos de este lugar.

En 1539, los barcos exploradores Santa Agueda y el Trinidad, enviados por Hernán Cortés, al mando del capitán Francisco de Ulloa, llegaron a la bahía de Guaymas (hoy es el ejido de San José de Guaymas la anterior bahía que se encuentra en San José de Guaymas está muy cerca de la ciudad de Empalme y el bosque de cactus cercano; es un lugar de poco calado por las corrientes de agua que han dejado durante los 300 años ya transcurridos, hay que hacer mención también de la hacienda que esta ubicada en San José: la hacienda Aranjuez, es una importante hacienda antigua en donde las personas del actual puerto de Guaymas iban el fin de semana con sus familias); el capitán decidió darle el nombre de “Puerto de Puertos”, debido a la grata impresión que dio a los conquistadores el lugar.

## **1.2 Planteamiento del problema**

Una de la problemática en que se centra esta investigación, es en la incertidumbre de conocer en que tiempo resultara factible para la investigación la explotación turística de la hacienda Aranjuez.

Debido a las diferentes necesidades que se tendrán con el apoyo al turismo rural en nuestra región, y considerando la falta de opciones que se ofrezcan al turismo, surge la idea de realizar este proyecto de inversión que de cómo resultado un resurgimiento de esta área como una opción más que permita atraer el turismo principalmente extranjero.

Por lo consiguiente, surge la interrogante: ¿Cómo lograr obtener la información y el apoyo necesario para poder llevar a cabo un plan de negocios para la reconstrucción de la Hacienda Aranjuez?

### **1.3 Objetivo**

Elaborar un plan de negocios para la hacienda Aranjuez que permita retomar su lugar en el tiempo y espacio.

### **1.4 Hipótesis**

La hacienda Aranjuez, es un proyecto factible en la región turística Guaymas, Empalme y San Carlos en el Estado de Sonora:

Si se confirma el arribo de Cruceros Turísticos al puerto de Guaymas, mismos que atraerían con cada barco unos 3 mil turistas que generaría una derrama económica de considerable cuantía por parte de los que visiten este atractivo turístico.

Por otra parte, una hipótesis negativa resultara si las promociones y arribos de cruceros no se llevan a cabo como se tiene previsto.

### **1.5 Justificación**

Según sus antecedentes el hecho de que alguna vez esta hacienda figuró como la principal exportadora de productos cítricos del estado de Sonora, así como la antigüedad con la que cuenta, no solo por su belleza podemos considerarlo como un producto turísticamente aprovechable en nuestra región, tomando en cuenta principalmente la variable “historia”, que es el punto medular para lograr llamar la atención del visitante de otras regiones de México y el extranjero.

Con este proyecto se pretende rescatar lo histórico de la hacienda Aranjuez, y generar más empleos para la misma gente de la comunidad y llevar con ello una derrama económica que con esto se generaría, así como también la diversificación del turismo y las bellezas naturales que conserva esta hacienda.

## **CAPÍTULO II**

### **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

En años pasados, la situación económica que se ha estado presentando en el país ha dado como resultado que gran parte de las empresas busquen apoyo en planes y proyectos mejor estructurados, ya que así se encontrarán preparados para hacer frente a los cambios que pudieran afectar, en un momento dado, el desarrollo de las actividades propias de la empresa.

Debido a lo anterior, se deduce la importancia de analizar detalladamente los aspectos que engloban el establecer una empresa, antes de decidirse si se arriesga capital en su implantación.

En el presente capítulo se analizará lo que significa e implica un proyecto de inversión.

#### **2.1 Proyecto**

Al iniciar un proyecto de inversión es conveniente conocer los puntos básicos a utilizar para su desarrollo, aquí mencionaremos paso a paso dichos puntos basándose en lo que los autores nos mencionan en sus libros así como las opiniones necesarias para la mejor comprensión del tema.

Baca (2001) menciona que un proyecto es “La búsqueda de una solución independiente al planteamiento de un problema tendente a resolver entre muchas una necesidad humana”.

Ocampo (2002) afirma que proyecto es “El conjunto único de ideas, escritos, gráficas, etc., que contribuyen a la búsqueda de soluciones razonadas ante la presencia de un problema específico y complejo que el ser humano debe resolver para obtener la satisfacción de una necesidad o conjunto de necesidades”.

Por lo tanto, un proyecto es buscar las soluciones a través de datos que ayuden a enfrentar problemas que la humanidad vive constantemente.

## **2.2 Proyecto de Inversión**

Baca (2001) en su libro presenta a un proyecto de inversión como “Un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general”.

Por otra parte con conceptos muy similares Ocampo (2002) menciona que un proyecto de inversión es “La unidad estratégica de la planeación a la que se asigna parte de los recursos financieros del capital de una organización y se invierten insumos de varias clases que se consideren en las condiciones de mercado, los aspectos técnicos, los financieros y los económicos, así como los ecológicos con el propósito de generar productos o servicios útiles a la sociedad o a los individuos que los compran”.

De acuerdo a estas definiciones se puede decir que un proyecto de inversión es una idea a la que si se le asignan recursos económicos así como proveer de insumos diferentes para producir bienes u ofrecer un servicio que beneficien a la sociedad o al individuo que lo requiera.

Cabe mencionar que siempre que se presente una necesidad para el ser humano con respecto a un bien o un servicio se requerirá de una inversión, ya que realizarla es la única manera de elaborar o hacer un bien o dar un servicio. Es evidente que una inversión no se realiza solo por deseo de crear un producto o servicio o por creer que producirlo o bien ofrecerlo le generará ingresos. Hoy se puede decir que una inversión planeada y bien organizada requiere de bases que la fundamenten que la fundamenten, y que mejor que un proyecto de inversión bien estructurado y evaluado que dirija el modelo que debe seguirse. Para llegar al éxito en la empresa, y es por eso que surge la necesidad de crear nuevos proyectos.

### **2.3 Decisión sobre un Proyecto**

Baca (2001) menciona en su libro de evaluación de proyectos que “para tomar decisión sobre un proyecto es necesario que este sea sometido al estudio de diferentes especialistas”.

También Baca (2001) marca como punto importante que “una decisión para un proyecto no puede ser tomada por una sola persona con un enfoque limitado, o ser analizado solo desde un punto de vista”.

Es por ello que para tomar una decisión sobre un proyecto es muy recomendable que dicha decisión se fundamente con una diversidad de estudios y opiniones, las cuales se logren a través de métodos especializados para que tomen en cuenta los factores que participan, y afectan al proyecto.

Queda claro que el llevar a cabo un estudio que se considere el más completo no implica que, al invertir, el capital estará libre de riesgos.

## **2.4 Evaluación**

Baca (2001) para el autor evaluación es “La parte fundamental de estudio, dado que es la base para decidir sobre el proyecto, depende en gran medida del criterio adoptado de acuerdo con el objeto general del proyecto”.

Es decir que la evaluación es el apoyo principal para tomar una decisión sobre el proyecto, tomando en cuenta que esta se encuentra sujeta a las opiniones basadas en los objetivos generales del proyecto.

Considerando que los aspectos políticos, culturales, económicos y sociales del lugar donde se piense invertir marcaran los pasos que deben seguirse para llevar a cabo la evaluación apropiada.

## **2.5 Proceso de Preparación y Evaluación de Proyectos**

### **2.5.1 Partes Generales.**

Baca (2001), menciona que “Cada uno de los estudios de inversión son únicos y distintos a los demás y que la metodología que se aplica tiene la característica de poder adaptarse a cualquier proyecto”.

Es decir que si un proyecto es totalmente innovador desde la instalación hasta el producto o servicio, la metodología para evaluarla se adapta, así como el proyecto, se tratara de introducir un nuevo producto o servicio en una planta o establecimiento ya existente o bien la ampliación de una empresa, o la creación de sucursales o por otra parte la sustitución de maquinaria obsoleta de igual manera la metodología de evaluación se adapta por diferentes que estos sean.

La estructura general de la metodología de la evaluación de proyectos se representa de la siguiente manera:

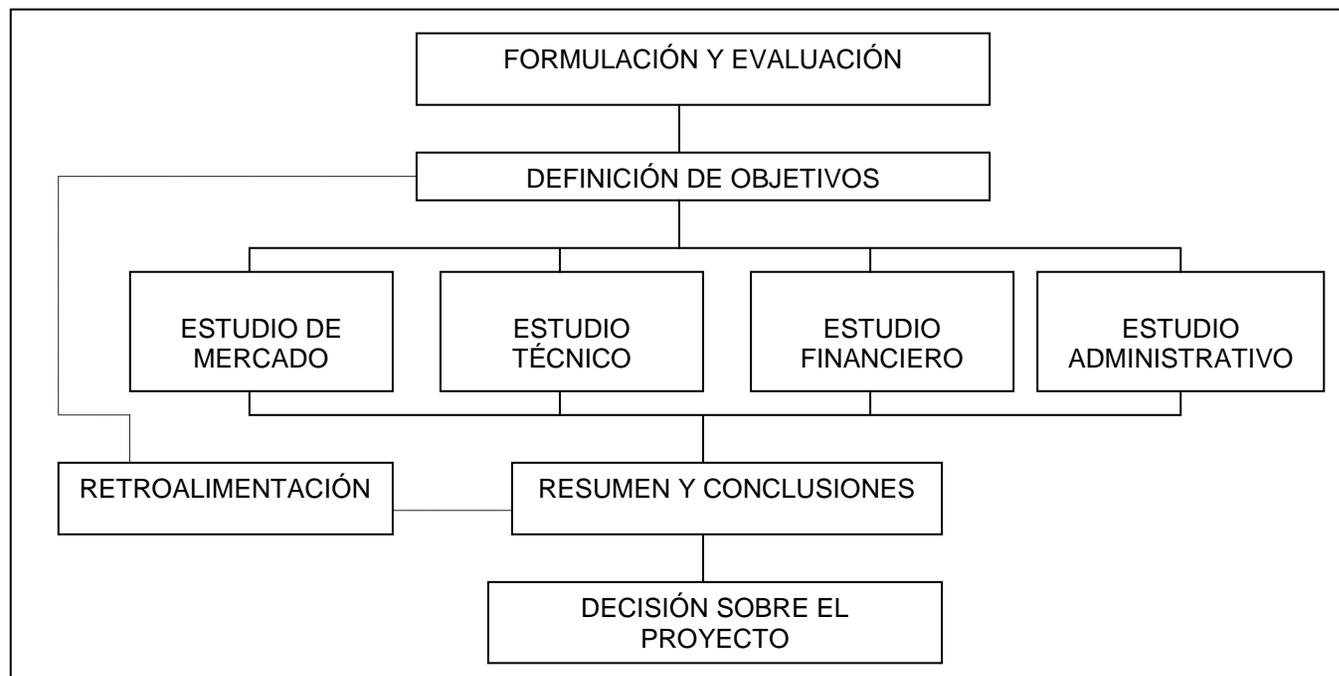


Figura 2.1 Estructura General de la Evaluación de Proyectos.

Fuente: Baca (2001).

### 2.5.2 La Evaluación de Proyectos como un Proceso y sus Alcances.

En un estudio de evaluación de proyectos se conocen tres niveles de proyectos donde el más sencillo se conoce como perfil, visión, o identificación de la idea, el cual este inicia a partir de los datos obtenidos. Y en cuestión de moneda solo se presentan cálculos generales de las inversiones, de los costos y los ingresos sin profundizar a estudios del terreno.

Al nivel medio se le llama estudio de prefactibilidad o ante proyecto donde este estudio analiza la investigación en diversas instituciones que proporcionan servicios de información, con el objeto de otorgar datos reales así como a través de encuestas donde recolectan datos por medio de entrevistas, a través de la observación, donde tomas datos observando las acciones del consumido.

El tercer nivel es conocido como proyecto definitivo el cual contiene fundamentalmente toda la información del anteproyecto pero en este nivel los

puntos son más detallados ya que la información dada en el proyecto no debe alterar la toma de decisiones para la inversión siempre y cuando los cálculos presentados en el ante proyecto sean seguros y confiables.

Enseguida se presenta gráficamente el proceso de evaluación de proyectos, según Baca (2001):

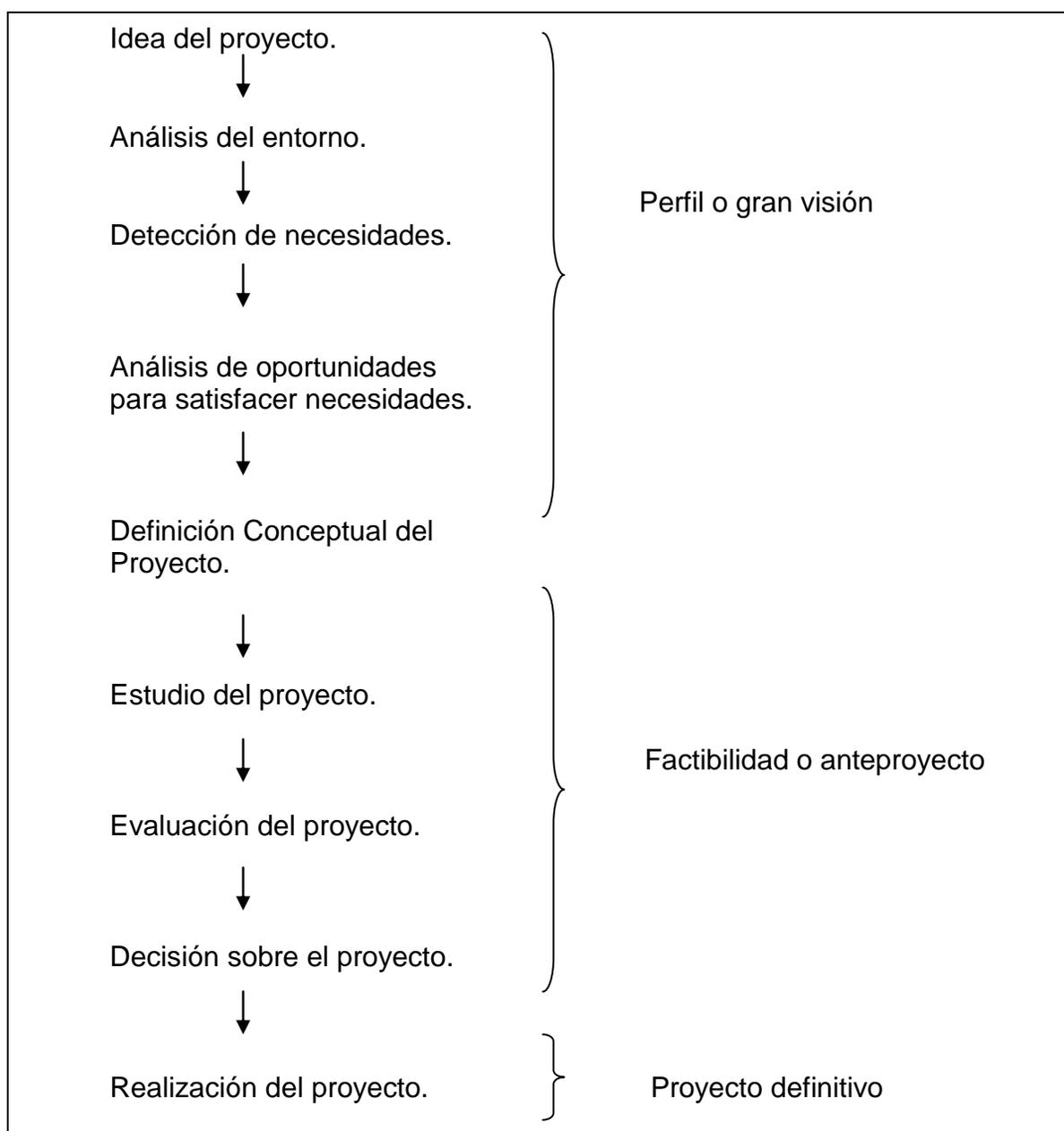


Figura 2.2 Proceso de la Evaluación de Proyectos.

### **2.5.3 Introducción y Marco de Desarrollo.**

Con respecto a la introducción y al marco de desarrollo de un proyecto se debe tener en cuenta que estos puntos, es necesario realizarlo primero que nada a un cuando el estudio sea hecho por un estudiante o un gran inversionista.

Para iniciar el proyecto se debe presentar la introducción donde la información debe ser breve señalando de que se trata el proyecto, así como señalar que factores influyen directamente en el, ya que la introducción solo servirá para dar la idea de que se trata la investigación.

Después de una breve introducción se debe presentar los antecedentes del proyecto en el cual se menciona por que sé pensó realizar dicho proyecto, así como dar a conocer a que persona va dirigido, a quien beneficiará, que problemas solucionará, en fin, aclarar el porque de este proyecto, aquí mismo en los antecedentes se presentarán los objetivos tanto del estudio como los del proyecto.

Para el autor Baca (2001), existen tres objetivos básicos que se deben saber:

\*Verificar que existe un mercado potencial insatisfecho y que es viable, desde el punto de vista operativo introducir en ese mercado el producto o servicio objeto de estudio.

\*Demostrar que tecnológicamente es posible producirlo o bien ofrecerlo una vez que se verificó que no existe impedimento alguno en el abasto de todos los insumos necesarios para su producción o atención.

\*Demostrar que es económicamente rentable llevar a cabo su realización.]

En si se puede decir, que los objetivos del proyecto se basan en los tres antes mencionados pero el tercero se considera importante, ya que en base a el se puede lograr una inversión.

#### **2.5.4 Estudio de Mercado**

El estudio de mercado es el primero que se realiza en la investigación este estudio se compone principalmente de la determinación y la cuantificación de la oferta y la demanda a través de fuentes primarias y secundarias, ya que la información obtenida por estas fuentes son seguras, por otra parte aquí mismo, se realiza un análisis de los precios y la comercialización.

#### **2.5.5 Estudio Técnico**

En el estudio técnico se trata de investigar cual sería el tamaño ideal de la planta dependiendo del equipo que se pretende instalar, así como la gente que laborará, por otra parte se determina la localización, es decir se busca el lugar más idóneo de la planta tomando en cuenta el acceso tanto de la materia prima, mano de obra y consumidores, considerando también el clima y otros factores.

En este estudio también se deben considerar, analizar y seleccionar solo el equipo necesario a utilizar, así como considerar la mejor distribución de dichos equipos.

#### **2.5.6 Estudio Financiero**

Con respecto al estudio financiero según Baca (2001), se tiene un objetivo que es “Ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica”.

Es decir en este estudio se deben determinar los costos totales y la inversión inicial basándose en la información dada en el estudio técnico ya que dichos costos e inversión dependerán del equipo que se requiere, tomando en cuenta que estos se irán depreciando con el paso del tiempo, de la misma manera se calcula

el capital de trabajo, así como la tasa de rendimiento que dará el proyecto y los flujos que el mismo tendrá.

Aquí mismo en este estudio se deben presentar estados de resultados proyectados, así como mostrar que tanto producir para vender y para conocer el punto exacto de equilibrio.

### **2.5.7 Estudio Administrativo.**

Por último en este estudio se pretende determinar los elementos propios de la actividad administrativa.

Aquí se analizan aspectos legales, ecológicos, laborales y fiscales, así como también es importante mencionar que en este estudio se pretende dar una estructura organizacional dependiendo del giro que se maneje, así como los aspectos antes mencionados.

## **2.6 Estudio de Mercado**

Al hablar de un estudio de mercado es estimar las cantidades de bienes o servicios, resultados de una nueva unidad de producción o atención que la sociedad estaría dispuesta a obtener a un determinado precio, donde dicho estudio se compone de un producto o servicio, así como de demanda, oferta, el balance entre oferta y demanda, el precio y la comercialización.

### **2.6.1 Objetivo del Estudio de Mercado**

En la investigación de mercado deben ser considerados los siguientes dos objetivos básicos:

*Objetivo Social:* Se procesa la información que proviene desde el punto de vista de los consumidores y del producto y a su vez del servicio o empresa que se esta estudiando.

Objetivo Económico: Conocer la probabilidad de éxito económico que podría tener la empresa en el mercado al cual se dirige la investigación.

## **2.6.2 Investigación de Mercado**

Es un proceso ordenado que permite obtener información, de la que se intenta deducir las consecuencias futuras que se pudieran presentar, a fin de valorar ventajas y desventajas de estas alternativas al momento de llevar a cabo la toma de decisiones.

### **2.6.2.1 Objetivo de la Investigación de Mercado**

En el objetivo de la investigación de mercados deben de tener una idea clara de lo que tratan de averiguar, es decir conocer cual es el objetivo del proyecto. Donde generalmente el objetivo es resolver un problema, aunque no siempre es así. Muchas veces es más bien definir un problema o una oportunidad.

### **2.6.3 Proceso de Investigación de Mercado**

La mayor parte de los proyectos sigue el procedimiento expuesto en la figura 2.3, donde: primero que nada se define claramente el problema, luego un investigador realiza un análisis de la situación y una investigación informal. Si hace falta una investigación formal decide que fuentes primarias y secundarias de información utilizará. Para reunir datos primarios se recurre a una encuesta a la observación o bien a un experimento. El proyecto concluye cuando los datos se analizarán y se presentan los resultados. El seguimiento aporta información que permite mejorar las investigaciones futuras.

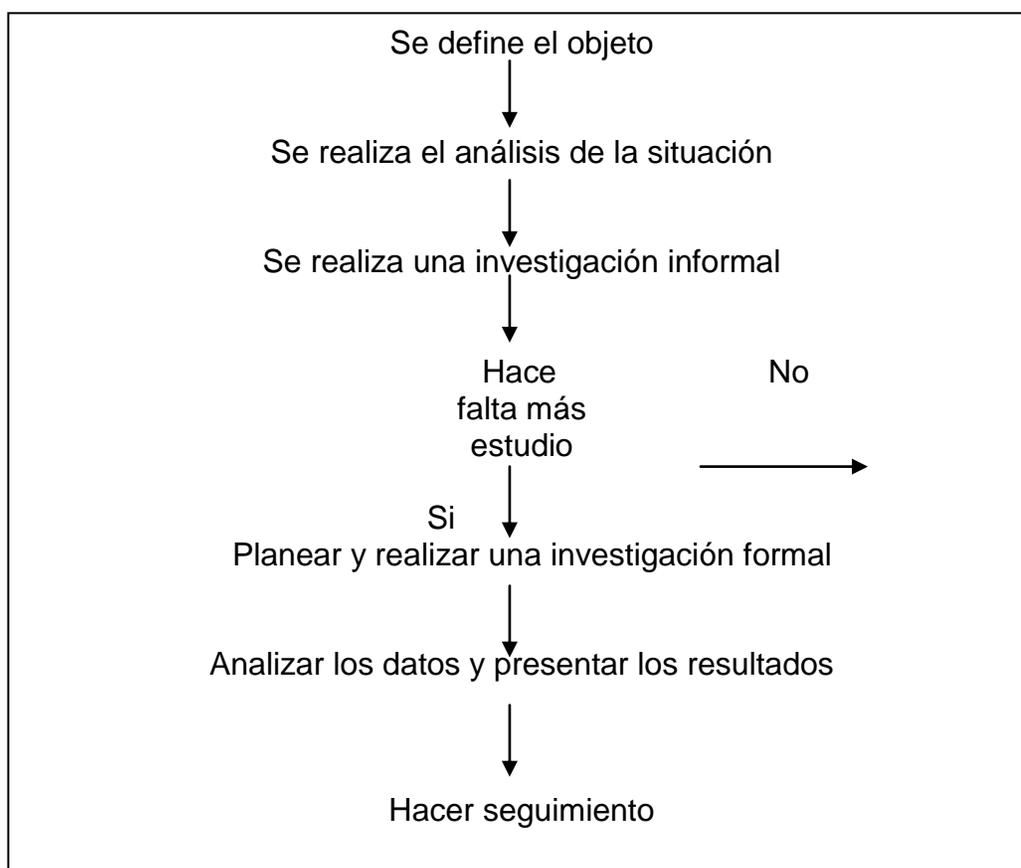


Figura 2.3 Procedimiento de investigación de mercados.

Fuente: Dávila M., et, al. Fundamentos de Marketing.

### 2.6.3.1 Identificación del Problema

En la identificación del problema se debe tener muy en claro de lo que se quiere averiguar. Generalmente es definir, determinar o bien resolver un problema o una oportunidad.

### 2.6.3.2 Objetivo

Aquí se identifican claramente los objetivos que se quieren alcanzar en la realización de la investigación de mercado.

### **2.6.3.3 Justificación**

En la justificación se pretende:

Conocer al Consumidor: En cuanto a sus necesidades, costumbres, deseos y motivaciones que él tiene. Para poder adoptar el servicio es preciso conocer al consumidor.

Disminuir los Riesgos: Pretende predecir el futuro por medio de un análisis del pasado.

Informar y analizar la información: Consiste en reunir hechos e intenta deducir de ellos las consecuencias futuras probables, y con ello analizar las ventajas y desventajas de las alternativas existentes.

### **2.6.3.4 Hipótesis**

Suposición susceptible de comprobación.

La formulación de la hipótesis es la tarea más difícil de la investigación de mercados pero una vez planteada se procede a planear la investigación formal donde se afinan puntos que se refieren a objetivos, la metodología, entre otros.

### **2.6.3.5 Fuentes de Investigación**

Existen dos grupos como fuentes de investigación.

Fuentes primarias: Es recopilada específicamente para el proyecto para lo cual existen cuatro métodos que son: encuestas, experimentación y paneles. El método más utilizado son las encuestas debido a que permite obtener la información directamente de un determinado número de personas tomado de una muestra, por medio de un cuestionario previamente elaborado.

Fuentes Secundarias: Se recopila la información por medio de diversas instituciones que proporcionan servicios de información, con el fin de otorgar datos reales y veraces, entre estas fuentes se encuentran: Bibliotecas, Gobierno,

Cámara de Comercio, Asociaciones, Instituciones Universitarias, Fundaciones, Internet.

### **2.6.3.6 Método de Recolección de Datos**

Existen dos maneras que permiten obtener la información:

Método de Comunicación: En estos métodos se debe establecer comunicación directa con los sujetos estudiados. La información deseada se obtiene consultando a estas personas sobre aspectos ordenados en un cuestionario. Los medios por los que se establece esta comunicación son:

*Entrevista por correo.* Consiste en seleccionar una muestra determinada de personas se envía un cuestionario por vía postal con el propósito de que, por el mismo medio, lo devuelvan ya resuelto. Este cuestionario debe ir acompañado de una carta en la que se explica al destinatario el objetivo de la entrevista y se le invita, en forma amable, a resolver y devolverlo en el menor tiempo posible.

*Entrevista telefónica.* Suele utilizarse para medir el nivel de audiencia de las emisiones radiofónicas y televisivas; sirve para determinar las preferencias del público respecto a los diversos programas.

*Entrevista personal.* Actualmente es uno de los procedimientos más utilizados, ya que permite obtener mejores resultados. Consiste en proporcionar un cuestionario estructurado que pueda contener preguntas cerradas, abiertas o una combinación de ambas.

Las ventajas de éste método son:

- Proporciona más información que ningún otro método
- Se puede combinar con la observación
- Se puede utilizar material gráfico y muestran que permitan al entrevistado captar mejor las ideas.
- El entrevistado proporciona puntos de vista amplios sobre el tema.

Las desventajas son:

- Resulta sumamente costoso
- Es muy lento y requiere gran cantidad de entrevistadores

Método de Observación: para la realización de este método se deben de tener claros los cuestionamientos de a quien debe observarse, que debe observarse, cuando debe hacerse la observación, y la técnica más utilizada es la observación natural.

### **2.6.3.7 Determinación de la Muestra**

Otro elemento importante en la investigación de mercados es la determinación de la muestra, para ello es necesario considerar primero cual es nuestro universo. Es decir el total de elementos que reúnen ciertas características homogéneas, las cuales son objeto de la investigación.

El universo puede considerarse como finito o infinito. Esto va a depender del número de elementos que lo conforman si es menor de 500000 es finito, y cuando es mayor se considera infinito.

Características de la Muestra: Para que la muestra pueda alcanzar los objetivos preestablecidos es necesario que cumpla con las siguientes características.

- Ser representativa. Todos los elementos deben de presentar las mismas cualidades y características del universo.
- Ser suficiente. El mercado de elementos seleccionados, debe ser representativo del universo, debe estar libre de errores.

Muestreo probabilística: Según Fischer y Navarro (2000) los métodos probabilísticos son aquellos en los que cada elemento del universo tiene la misma oportunidad de ser elegido, los tipos básicos de muestreo son:

- Aleatorio simple. Los elementos son seleccionados al azar.

- Muestreo estratificado. Cuando el universo es demasiado heterogéneo, se requiere formar grupos homogéneos, por ejemplo: de la misma edad, el mismo nivel socioeconómico, del mismo sexo; a estos grupos se les denomina estratos.
- Muestreo por áreas. Su nombre se deriva, precisamente, de la diversidad de etapas que deben seguirse para llegar a determinar la muestra definitiva.

La muestra se determina a través de una fórmula estadística que va a depender si es población finita o infinita. Las cuales se explican a continuación:

Muestra de poblaciones finitas (menos de 500,000 elementos)

$$N = SNpq/e (N - 1) + Spq$$

En donde:

S = nivel de confianza

N = universo o población

p = probabilidad a favor

q = probabilidad en contra

e = error de estimación

n = número de elementos

Muestra para poblaciones infinitas

$$n = Spq/e$$

En donde:

S = nivel de confianza

p = probabilidad a favor

q = Probabilidad en contra

e = error de estimación

### 2.6.3.8 Procedimiento para la Elaboración del Cuestionario

En la obtención de la información va a depender de la forma en la que este estructurado el cuestionario.

Es necesario tratar de organizar totalmente la información que se desea obtener, debido a que solo así se obtendrá una información precisa y además se facilita la tabulación y el análisis.

Tipo de preguntas: Las preguntas varían dependiendo de la información que se desea obtener, el grado de conocimiento de los entrevistados sobre el tema de objeto de investigación. Los tipos más frecuentes de preguntas son:

- Preguntas introductorias. Se utilizan para atraer la atención del interrogado.
- Preguntas Abiertas. Puede elegir con toda libertad el sentido de la misma.
- Preguntas cerradas. Se le dan al entrevistado la posible respuesta en el texto.
- Preguntas de respuesta múltiple. Las respuestas se encuentran exhaustivamente, pero dejan abierta la posibilidad de que el entrevistado se refiera a un extremo distinto al ya predeterminado.

Se establecen de manera que las respuestas más comunes aparezcan consignadas y codificadas en el cuestionario.

- Preguntas filtro. Permiten establecer una selección cualitativa o una clasificación de las personas interrogadas.
- Pregunta de batería. Se conforma una serie de preguntas encadenadas que se complementa entre si con el objeto de profundizar una determinada pregunta.

Esta serie de preguntas pueden ir precedidas de una pregunta filtro que determine si procede o no formularlas.

- Preguntas de evaluación. Al encuestado se le pide que emita un juicio de valor hacia un determinado tema que se someta a su consideración.

El interrogado debe proceder a una clasificación selectiva de los elementos que se le indican expresamente; o debe elegir, frente a una lista de valores, a los que considere preferente.

### **2.6.3.9 Prueba Piloto**

El cuestionario necesita probarse en las condiciones de campo antes de quedar listo, esto debido a que debe darse cuenta de posibles errores al redactar las preguntas, es por ello que se aplica una pequeña muestra de personas con características similares a las que serán entrevistadas y la aplicación del cuestionario en la prueba piloto debe ser aplicado por el investigador, supervisando al entrevistado para percatarse de posibles fallas que presente el cuestionario antes de ser aplicado al campo, como problemas en la redacción o preguntas que no queden claras o que se puedan provocar malos entendidos.

De esta manera se asegura que las preguntas sean claras y con orden sucesivo y lógico, limitar la extensión del cuestionario, delimitar el tiempo, comprobar si las instrucciones son claras para el entrevistado, descubrir cualquier problema que pueda presentar al editar, codificar y tabular la información obtenida, además de obtener del encuestado las dificultades mecánicas que encuentre como que el orden de las preguntas este confuso y dificultad para escribir la respuesta en los espacios previstos.

Según Fischer y Navarro (1996) Para aplicar la prueba piloto no existe un número determinado ideal de cuestionarios.

En cambio Malhotra (1997), menciona que el tamaño de la muestra de la prueba piloto es reducido, varía de 15 a 30 entrevistados para la prueba inicial, dependiendo de la heterogeneidad de la población meta.

### **2.6.3.10 Codificación**

La codificación es la recopilación de los datos obtenidos a través del cuestionario y es muy recomendable que esta sea realizada por una sola persona.

La codificación se lleva a cabo de la siguiente manera:

- Se enumera cada uno de los cuestionarios.
- Se coloca en el espacio, previamente asignado en el cuestionario, el inciso que respondió el entrevistado. Esto para cada una de las preguntas.
- Para el caso de las preguntas abiertas, se debe hacer un listado donde se vayan clasificando las preguntas, semejantes para evitar tener un sin número de respuestas. Después se le asigna una letra o número específico a cada clasificación, para después proceder a codificarlos.
- Para el caso de las preguntas de “otros especifique” se lleva a cabo un proceso semejante al de las preguntas abiertas, pero en este caso se pondrá el inciso que corresponde a la alternativa, otros especifique y un número enseguida de este.

### **2.6.3.11 Tabulación.**

Según Fischer (1996), consiste en “ordenar la información recopilada y contar el número de aspectos que se ubican dentro de las características establecidas. Es una operación bastante técnica que exige tiempo y dinero.

Con base en lo anterior, se realiza un análisis estadístico de la información obtenida a través del cuestionario utilizado en el estudio de mercado, siendo el más común, el análisis de frecuencia y porcentaje.

### **2.6.3.12 Graficación**

La graficación se presenta para cada una de las preguntas en base a los resultados previos dados en la tabulación, de la cual se obtienen los porcentajes de cada una de las preguntas establecidas en el cuestionario.

### **2.6.3.13 Análisis e interpretación de Resultados**

En el análisis se proporciona la información del porque se realizó, cual es su finalidad así como informar que es lo que persigue cada una de las preguntas que conforman el cuestionario. Y en cuando a la interpretación se debe realizar una explicación o bien una deducción por cada resultado.

## **2.6.4 Servicio**

Definir servicio es algo complicado ya que en la vida diaria los servicios comúnmente requieren de bienes materiales y los bienes requieren de servicios de apoyo, se identifican dos tipos de servicios donde uno el servicio es objeto de una transacción. Otros son los servicios que apoyan o facilitan la venta de un bien o de otro servicio. Por lo tanto un servicio es una actividad identificable e intangible que forma parte de una transacción cuyo fin es satisfacer las necesidades o deseos del cliente.

### **2.6.4.1 Características del Servicio**

Las características distinguen los servicios y a los bienes ya que originan retos y oportunidades.

Las principales características que se tienen del servicio son:

- La rapidez: Esta característica se basa en el tiempo tan corto en el cual obtienes un servicio.

- La confiabilidad: Es decir la confianza que se brinda a través del servicio directamente del consumidor.
- La seguridad: Lo que trasmite la seguridad a un cliente del servicio que se le esta ofreciendo es la capacidad para desarrollar su trabajo, así como la amabilidad para darlo.
- La accesibilidad: En cuanto al lugar, precio, bien o servicio.

### **2.6.5 Mercado**

En todo intercambio existen al menos dos partes que actúan en determinado momento, siendo un producto o bien un servicio objeto de intercambio, teniendo como elementos al precio y el lugar donde se encuentra al producto o el servicio y al reunir estos elementos se forma un mercado.

Según Dávila M. et, al (1998), mercado es “el conjunto de personas naturales o jurídicas con necesidades susceptibles de ser satisfechas con bienes o servicios con determinado poder adquisitivo que las respalde y con el deseo de satisfacerlas, a un precio o costo potencialmente rentable para el vendedor.

Es decir que el mercado es un grupo de individuos con necesidades que posiblemente las satisfaga con un bien o un servicio, siempre y cuando este sea redituable para el vendedor y accesible para el consumidor.

En un proyecto de inversión para considerar un mercado se deben de tomar en cuenta las necesidades de los consumidores, así como que estos tengan el deseo de satisfacerla y que estén dispuestos a pagar por dicha satisfacción.

#### **2.6.5.1 Clasificación de los Mercados**

A la clasificación de los mercados es como llamarla una distribución de mercados en un sistema.

En el libro Marketing fundamental de los autores Dávila, et, al; la clasificación de los mercados es:

Desde el punto de vista especial:

- Local
- Provincial
- Regional
- Nacional
- Continental
- De Ultra mar
- Global

Desde la Perspectiva temporal:

- De Presente
- De Futuro

Según las personas o agentes que intervienen:

- Mercado de consumidores
- Mercado de minoristas
- Mercado de semi mayoristas
- Mercado de mayoristas

Según las características de los compradores y sus motivos de compra:

- Mercados de consumo: donde los compradores son individuos o familias y adquieren los productos o servicios para satisfacer necesidades y deseos mediante su uso o consumo. Cabe distinguir que hay mercados de Consumo inmediato, consumo duradero, de servicio e industriales.

Según la naturaleza de los productos:

- Mercados de productos agropecuarios y procedentes del mar.
- Mercados de materias primas

- Mercado de productos técnicos o industriales
- Mercados de productos manufacturados
- Mercados de servicios

Según el contexto del comprador:

- Mercados de bienes de compras. En los que los bienes y/o servicios demandados (satisfactores) se adquieren después de comparación de precios. Presentaciones y calidad.
- Mercados de bienes de conveniencia. En lo que los satisfactores supone una fuerza especial por la peculiaridad del satisfactor buscando o por la fuerte preferencia de marca.
- Mercado de bienes no buscados. En los que la existencia del satisfactor es previamente ignorada por el comprador o, simplemente, no se tiene planificada su adquisición. Todo el esfuerzo lo desarrolla en vendedor u oferente.
- Mercado de bienes de capricho. En los que los satisfactores comparten una dimensión especial para el comprador, normalmente implica un exceso de atributos (precio, prestaciones u otro), respecto de los requerimientos del comprador y este es consciente de ello.

Según el grado de presentación de la demanda:

- Mercado potencial. Conjunto de consumidores que tiene necesidad, capacidad y están o pueden estar interesados en satisfacerla.
- Mercado disponible. Aquella parte del mercado potencial compuesta por el conjunto de consumidores que tiene necesidad, capacidad y desean satisfacerla.
- Mercado cualificado disponible. Aquella parte del mercado disponible compuesta por el conjunto de consumidores que reúnen todas las condiciones para acceder a una determinada oferta.

- Mercado objetivo o atendido. Aquella parte del mercado cualificado disponible en la que se focalizan, o a la que se dirigen, todos los esfuerzos de la empresa.
- Mercado penetrado. Aquella parte del mercado objetivo que ya es cliente, es decir, el conjunto de compradores de una determinada oferta.

## 2.6.6 Demanda

Según Baca (2001), la demanda es “La cantidad de bienes o servicios que un consumidor desea y esta en condiciones de adquirir de acuerdo al precio que existe en el mercado”.

### 2.6.6.1 Clasificación de la Demanda

La demanda se clasifica en:

*Demanda de mercado:* Es la suma de todas las demandas individuales por un bien o servicio.

*Demanda individual:* es la cantidad de un bien o servicio que un consumidor esta dispuesto y en condiciones de adquirir, de acuerdo al precio.

*Demanda potencial:* es la cantidad de posibles clientes para el producto o servicio que se producirá.

*Demanda real:* es la cantidad de clientes que expresan intención de compra del bien o servicio que producirá la empresa. Esta información se estima por medio de las encuestas que se aplican en la investigación de mercado.

*Demanda proyectada:* es la cantidad de producto que se espera vender. Esta se estima a partir de los datos recabados en la investigación de mercados.

*Demanda insatisfecha:* es la cantidad de consumidores que a pesar de tener la intención y posibilidad de compra no la puede realizar debido a que en el mercado de ese producto no existe la oferta suficiente.

*Demanda satisfecha:* es cuando la oferta existente cubre la demanda.

## **2.6.7 Oferta**

Según Baca, (2001), oferta es “La cantidad de bienes y servicios que un productor esta en condiciones y posibilidades de vender de acuerdo al precio que existe en el mercado”.

### **2.6.7.1 Clasificación de la Oferta**

Al igual que la demanda la clasificación de la oferta maneja también oferta real, potencial y proyectada, donde:

*Oferta real:* es la cantidad de productos o servicios que se ofrecen actualmente en el mercado.

*Oferta potencial:* es la cantidad de productos o servicios que se proyectan ofrecer.

*Oferta proyectada:* es la cantidad de productos o servicios que ofrecerá la empresa en el futuro.

## **2.6.8 Comercialización**

Con respecto a la comercialización del proyecto se debe definir la mezcla comercial para el producto o servicio, enseguida se presentan los puntos de dicha mezcla comercial:

*Plaza:* se refiere al lugar donde se venderá el producto o servicio del proyecto indicando la localización.

*Promoción:* en la promoción se deben describir claramente los medios que se utilizarán para dar a conocer el producto o servicio a los consumidores.

Precio: en el precio se debe tomar el más relevante para el proyecto, la estrategia para fijar el precio, del producto o servicio en donde dependerá del tipo de elasticidad del precio que presente.

## **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1 Objetivo**

El objetivo del estudio de mercado, es conocer el nivel de aceptación que tendrá “Hacienda Aranjuez”, en esta región.

#### **3.2 Investigación de mercado**

El proyecto consiste en un establecimiento en el cual se darán servicios como: Áreas de recreo, paseos a caballo, visitas guiadas, asadores, restaurante, habitaciones, alberca, etcétera.

Se espera que los clientes potenciales sean los residentes de la región y turistas extranjeros y nacionales.

Se considera como competencia la empresa similar ya establecida como los hoteles, del mismo modo a las personas que ofrecen este tipo de servicios de forma independiente.

Por la calidad del servicio se garantizará la satisfacción al cliente, pues tendrá el servicio en un mínimo de tiempo.

Los precios se estandarizarán de acuerdo al servicio que el cliente solicite, tomando en cuenta que unos servicios se cobrarán por horas, otros por trabajos y algunos más por honorarios.

### **3.2.1 Objetivo de la investigación de mercado**

La presente investigación tiene como objetivo identificar las características de los clientes potenciales, así como conocer si es viable que funcione al público la hacienda Aranjuez.

## **3.3 Proceso de investigación de mercados**

### **3.3.1 Identificación del problema**

Por medio de este proyecto se pretende conocer la aceptación del servicio en el mercado regional, ya que es innovador.

### **3.3.2 Objetivos**

- Identificar el sector donde se encuentre la mayoría de los clientes potenciales.
- Conocer si al cliente le gustaría esta nueva forma de obtener este tipo de servicios.
- Identificar la ubicación más accesible para los clientes potenciales.
- Encontrar el mejor medio de difusión para dar a conocer el servicio.

### **3.4 Justificación**

El estudio de mercado se realizará con el fin de conocer la aprobación del servicio ante el cliente potencial.

### **3.5 Hipótesis**

El 70% de las personas que serán encuestadas están dispuestas a utilizar los servicios que ofrecerá la hacienda Aranjuez.

### **3.6 Fuentes de investigación**

Para llegar a la información deseada que es fundamental para la elaboración de esta investigación, se emplearán las siguientes fuentes.

- Fuente primaria: el procedimiento para la elaboración de datos primarios es la encuesta, la cual se basa en datos por medio de las entrevistas a un número definido de personas, tomados de una muestra.
- Fuente secundaria: la información será proporcionada por el Palacio de Gobierno de Guaymas, Sonora y del Módulo de Información Turística ubicado en el Centro Histórico de Guaymas.

La muestra se apoya en los datos dados a continuación:

4,173 Habitantes en San Carlos Nuevo Guaymas.

Fuente: *COAPAES*

### 3.7 Método de recopilación de datos

El método de recopilación de datos que se utilizará en este proyecto es el método de “zig-zag”, ya que se facilitará la aplicación de las encuestas por el hecho de que la distribución de las casas en San Carlos no están bien definidas. Las encuestas se aplicarán en toda la zona.

### 3.8 Definición de la muestra

El método que se utilizó en ésta investigación fue el muestreo probabilística, para lo cual se utilizará la siguiente fórmula para poblaciones finitas (menor de 500,000 elementos):

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

En donde:

$$n = \frac{(1.96)^2 (4,173) (.70) (.30)}{(.05)^2 (4,173 - 1) + (1.96)^2 (.70) (.30)}$$

$$n = 3,366.5 / 11.236736$$

$$n = 299.59 \quad 300 \text{ encuestas}$$

s<sup>2</sup>: 1.96

N: 4,173

e<sup>2</sup>: .05

p: 70%

q: 30%

### 3.9 Diseño del cuestionario

Para este estudio se elaboró un cuestionario que se empleó de guía para obtener información real, objetiva y segura.

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

El estudio técnico no sólo es demostrar si es técnicamente factible el proyecto y en que forma se pondrá en funcionamiento, sino que también demuestra y justifica cual es la alternativa que mejor se ajusta a los criterios de optimización que corresponda aplicar al proyecto. En un proyecto de inversión es necesario realizar investigaciones técnicas, las cuales “se refieren a la participación de la ingeniería en el estudios para las fases de planeación, instalación e inicio de la operación”.

Al realizar éste proyecto se inició con un estudio de mercado, en el cual se aplicó un cuestionario a los residentes del área de San Carlos.

A consecuencia de la favorable respuesta antes mencionada, se pretende que la antigua hacienda Aranjuez, sea rehabilitada para que ofrezca otros servicios como: área de restaurante, paseos a caballo, asadores, servicio de cuartos, área de juegos, entre otros.

#### **4.1 Objetivo**

El objetivo del estudio técnico además de dar a conocer el porqué, dónde, cuándo y cómo producir lo que se desea, también se complementa con las siguientes partes que son:

- a) Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto.
- b) Análisis del tamaño óptimo del proyecto.

- c) Análisis de la disponibilidad y el costo de los suministros e insumos.
- d) Identificación y descripción del proceso.
- e) Determinación de la organización humana que se requiere para la correcta operación del proyecto.

En este estudio se analizarán los insumos y recursos así como el equipo necesario que será utilizado ya que el proyecto fue aprobado por los residentes de la región San Carlos Nuevo Guaymas que es en primer término el turismo que se quiere atraer.

#### **4.2 Determinación del tamaño de la empresa**

Basándose en el personal que laborara dentro de la empresa, se determina su tamaño siendo esta una microempresa ya que no sobrepasará el número de 25 empleados.

En cuanto a otros empleados estos serán contratados por servicio determinado ya que estos no serán empleados de planta.

Por otra parte, cabe mencionar que el mercado es el turismo y este se maneja principalmente por temporadas, es de gran importancia aclarar que los servicios que se brindan en la hacienda no serán utilizados con frecuencia diaria para lo cual no sería rentable pagar sueldos fijos a los empleados que laboraran prestando sus servicios.

#### **4.3 Requerimiento del Mobiliario y Equipo**

Cuando llega el momento de decidir sobre la compra de equipo y maquinaria se deben de tomar en cuenta una serie de factores que afectan directamente la elección. Toda esta información que se recabe, será útil para hacer

comparaciones o para tomar decisiones sobre compras futuras de equipo y estos son:

- a) Proveedor
- b) Precio
- c) Dimensiones
- d) Capacidad
- e) Mano de obra necesaria
- f) Costo de mantenimiento
- g) Infraestructura necesaria
- h) Equipos auxiliares

**Aquí se presenta un listado de cada uno de los proveedores**

Para proporcionar el servicio se requiere de equipos adecuados dentro de la hacienda, el cuál deberá comprender lo siguiente:

**4.3.1 Mobiliario y Equipo**

**Cuadro No. 1: Presupuesto de Mobiliario y Equipo**

<b>CANTIDAD</b>	<b>MOBILIARIO Y EQUIPO</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
1	Archivero (4 gavetas)	\$2,250.00	\$2,250.00
1	Escritorio	\$1,749.00	\$1,749.00
1	Silla secretarial	\$650,00	\$650.00
3	Teléfonos sencillos	\$275.00	\$825.00
12	Televisor	\$2,299.00	\$27,588.00
10	Recamaras rusticas (cama matrimonial, tocador, 2 buró, lámpara, colchón)	\$8,500.00	\$85,000.00

10	Mesas cuadradas de madera con 4 sillas c/mesa	\$4,800.00	\$48,000.00
10	Roperos	\$486.00	\$4,860.00
1	Vitrina	\$15,399.00	\$15,399.00
1	Refrigerador VR-354	\$13,913.14	\$13,913.14
1	Parrilla 2 quemadores con plancha y freidor	\$3,894.23	\$3,894.23
1	Estufón con un quemador	\$3,173.72	\$3,173.72
1	Fregadero	\$8,419.63	\$8,419.63
1	Mesa de trabajo	\$5,357.14	\$5,357.14
4	Mesas de jardín	\$1,249.00	\$4,996.00
1	Columpio con resbaladilla	\$1,990.00	\$1,990.00
1	Brinca-brinca	\$2,500.00	\$2,500.00
<b>Total</b>			<b>\$225,704.86</b>

#### 4.4 Requerimiento de Equipos Auxiliares

Para brindar seguridad, comodidad y calidad entre otros factores, se contará con el apoyo de equipos auxiliares los cuales se presentan en el siguiente cuadro:

#### 4.4.1 Equipos Auxiliares

**Cuadro No. 2: Presupuesto de Equipos Auxiliares**

<b>CANTIDAD</b>	<b>EQUIPOS AUXILIARES</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
3	Extintor	\$350.00	\$1,050.00
13	Aire acondicionado LG 1 ½ ton.	\$2,500.00	\$32,500.00
<b>Total</b>			<b>\$33,550.00</b>

#### 4.5 Requerimiento de equipo de cómputo

Es importante contar con el equipo de cómputo adecuado porque hoy en día todos los movimientos q se hacen son por computadora la tecnología es básica en cualquier negocio

##### 4.5.1 Equipo de Cómputo

**Cuadro No. 3: Presupuesto de Equipo de Cómputo**

<b>CANTIDAD</b>	<b>EQUIPO DE CÓMPUTO</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
3	Computadora (pantalla plana, teclado, CPU, Mouse, bocinas, regulador)	\$7,600.00	\$22,800.00
1	Multifuncional Lexmark X5470 (copiadora, fax, scanner)	\$1,900.00	\$1,900.00
<b>Total</b>			<b>\$24,700.00</b>

## 4.6 Requerimiento de materiales

Para ofrecer un servicio de calidad, eficiente y en tiempo requerido se necesita de materiales y apoyo de papelería. En las áreas de trabajo se necesitara lo siguiente:

### 4.6.1 Papelería y Útiles

**Cuadro No. 4: Presupuesto de papelería y útiles**

<b>Papelería y Útiles</b>	<b>Costo Unitario</b>
Paquete hojas blancas tamaño carta	\$32.00
Paquete plumas convencionales	\$16.00
Paquete folders tamaño carta	\$80.00
Agenda	\$45.00
Caja de clips	\$6.00
Engrapadora	\$75.00
Caja de grapas estándar	\$10.00
Corrector Liquid Paper	\$25.00
Block de notas Post-it	\$8.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$297.00</b>

## 4.7 Requerimiento de mano de obra

El costo de mano de obra constituye uno e los principales rubros de los costos de operación de un proyecto.

Básicamente la importancia relativa depende del grado de automatización del proceso productivo, de la especialización del personal requerido, de la situación del mercado laboral, de las leyes laborales, del número de turnos requeridos, etc.

Es importante considerar además de la mano de obra directa, la mano de obra indirecta que presta servicios en tareas complementarias como el mantenimiento de equipos, aseo, etc.

Con respecto a la mano de obra se presenta el siguiente cuadro, donde marca La estimación de los recursos humanos.

#### 4.7.1 Mano de Obra

**Cuadro No. 5: Presupuesto de Mano de Obra**

<b>No. DE PERSONAS</b>	<b>PUESTO</b>	<b>SUELDO MENSUAL</b>
1	Gerente General	\$8,000.00
2	Recursos Humanos	\$6,000.00
3	Jefe de Cocina	\$4,300.00
4	Recepción	\$3,500.00
5	Mantenimiento	\$3,500.00
6	Ama de Llaves	\$3,200.00
<b>Total</b>		<b>\$27,500.00</b>

Es importante mencionar que los empleados que serán contratados para el servicio, se les dará constante capacitación para que estos creen conciencia de que el trabajo que realizan debe ser de calidad así como confiable ya que la empresa lo estará respaldando en cualquier situación que se presente al trabajo que se contrato.

#### 4.8 Presupuesto Gastos de Instalación

**Cuadro No. 6: Gastos de Instalación**

<b>Materiales</b>	<b>Costos</b>
Pintura	23,755.05
Mano de Obra	864,296.38
Instalación de teléfono	1,000.00
Instalación de Internet	1,000.00
Instalación de aire acondicionado	1,000.00
<b>Total</b>	<b>\$891,051.43</b>

#### 4.9 Presupuesto Gastos de Operación

**Cuadro No. 7: Gastos de Operación**

<b>Gastos de Operación</b>	<b>Mensual</b>
Agua	\$700.00
Luz	\$1,500.00
Teléfono	\$1,500.00
Internet	\$800.00
<b>Total</b>	<b>\$4,500.00</b>

#### 4.10 Presupuesto Gastos de Publicidad

**Cuadro No. 8: Gastos de Publicidad**

<b>Gastos de Publicidad</b>	<b>Anual</b>
Publicidad (Radio, TV, revista, periódico, volantes)	\$8,000.00
<b>Total</b>	<b>\$ 8,000.00</b>

#### 4.11 Localización de la planta

Dentro de la localización se encuentra la Macro localización y Micro localización, llegando a la determinación precisa de la ubicación del lugar adecuado para implementar el proyecto; una localización óptima de un proyecto contribuye en gran medida a lograr mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social).

##### 4.11.1 Macro localización

Es la ubicación de la organización en el país y en el espacio rural y urbano de alguna región, haciendo notar aspectos geográficos, su infraestructura física y social, aspectos socioeconómicos y gubernamentales y para mayor visualización se hace uso de mapas de macro localización del proyecto.

Aquí se presenta el siguiente mapa donde se ve claramente la ubicación de la empresa en el país, estado y región de San José de Guaymas dentro del estado de Sonora en México.

#### 4.11.2 Micro localización

Si el proyecto se ubica ya sea en zona urbana o en rural, esta micro localización debe dar la delimitación de la zona y definir las áreas que contienen los terrenos a elegir, determinando el punto preciso donde se constituirá el proyecto dentro de la región; haciendo uso de ciertos factores que permiten dar el juicio final a la alternativa seleccionada.



Figura 1: Imagen satelital de la hacienda Aranjuez

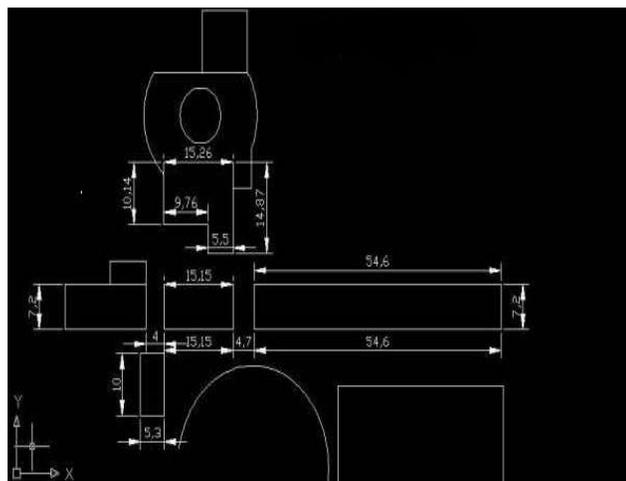


Figura 2: Dimensiones del área

#### 4.12 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



Figura 3. Aquí se muestra un croquis de cómo quedará a futuro la hacienda.

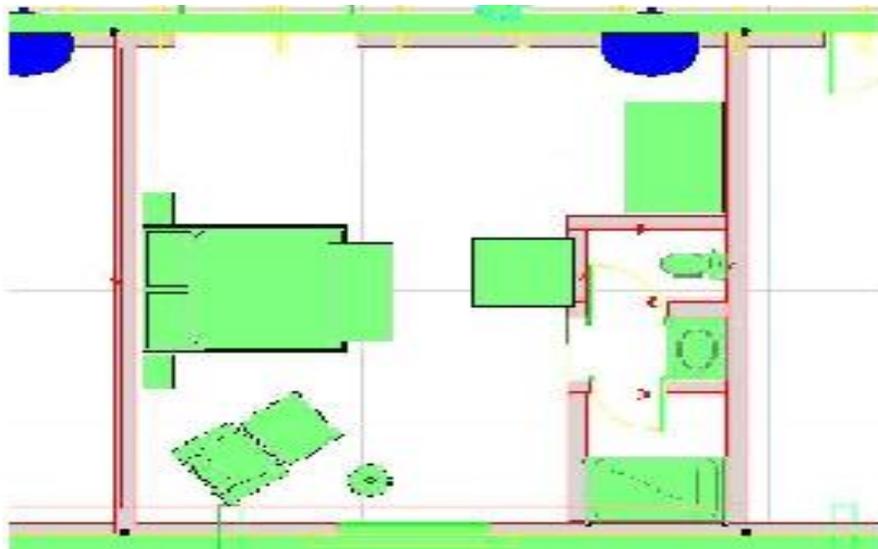


Figura 4. Esta es la distribución de una habitación.

## **CAPÍTULO V**

### **ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

El estudio administrativo es muy importante ya que se encarga del proceso administrativo del proyecto, el cual está formado por Planeación, Organización, Integración, Dirección y Control el cual es necesario para la deficiente administración de los diversos recursos de la empresa.

#### **5.1 Objetivo del estudio**

El objetivo del estudio administrativo es el de definir una visión, es decir, ver hacia donde se dirige la empresa en cuanto a un lugar y tiempo determinado, de igual forma establecer una misión que contemple los valores, conocimientos técnicos. Con este estudio se podrán definir los objetivos de la empresa así como las políticas y las estrategias del trabajo.

#### **5.2 Planeación estratégica**

##### **5.2.1 Visión**

Ser un lugar de recreación y descanso, creativo, divertido e innovador, con el fin de lograr la mayor satisfacción del cliente, dándoles un trato de calidad.

### **5.2.2 Misión**

Crear ante el visitante una imagen de excelente servicio enfocándose en el buen trato al cliente y una asistencia de calidad, contratando siempre al personal idóneo y capacitándolo constantemente en los servicios ofrecidos.

### **5.2.3 Objetivo**

Lograr la plena satisfacción del cliente en cuanto a los servicios, la calidad y la confianza.

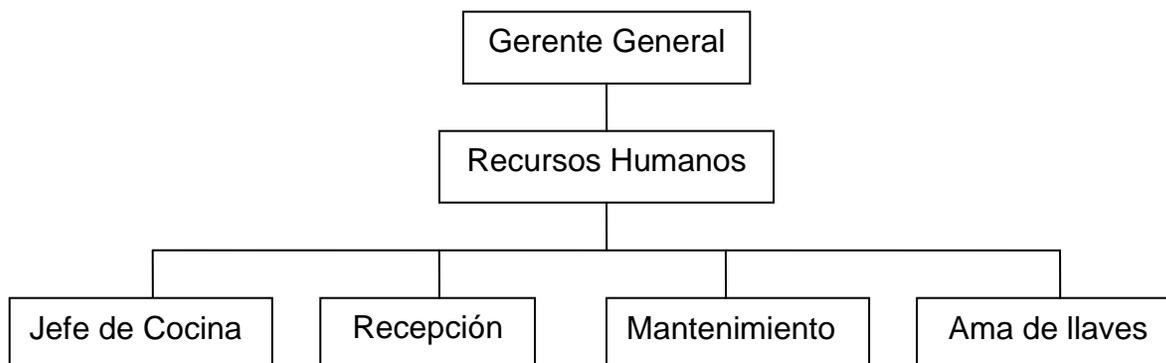
### **5.2.4 Políticas internas**

- El recepcionista tendrá un horario que será respetado.
- No comer en horas de trabajo
- No tomar bebidas alcohólicas en el área ni horas de trabajo.
- Portar el uniforme adecuadamente.
- Portar el gafete de la empresa.
- No fumar.
- Cuidar el vocabulario.
- No recibir visitas personales en horarios de trabajo.
- Cuidar su equipo de trabajo.
- Anteponer siempre la atención al cliente.

### 5.2.5 Estrategias

- Se elaborarán encuestas que responderán y firmarán los clientes que han requerido nuestros servicios y que a su vez servirán como recomendaciones para nuevos clientes
- Los servicios realizados por la empresa serán siempre de calidad.
- Ofrecer buena infraestructura.
- Facilidad de acceso al lugar.
- Conectarse con medios de comunicación como radio, Internet, periódicos y Televisión para dar a conocer el lugar y los servicios que ofrecemos.
- Buscar la mejor opción para tener costos bajos pero logrando nuestro cometido que es, llegar a todas las personas.
- Contratar a una persona a encargarse del departamento de relaciones públicas.
- Establecer comunicación con los proveedores.
- Dar a conocer primero que nadie de nuestras promociones, servicios y paquetes.
- Elaboración de cupones con descuentos para épocas vacacionales.

### 5.2.6 Organigrama



### 5.3 Análisis de puestos

#### FORMATO DE ANALISIS DE PUESTO

Identificación del puesto: Recepcionista

Nombre:

Horario: 24 Hrs. (en turnos de 8 hrs.)

Departamento: Recepción

#### REQUISITOS:

Sexo: Indistinto

Escolaridad: Preparatoria o equivalente terminada

Experiencia: 1 año en puesto similar

Edad: 20 a 45 años

Estado Civil: Indistinto

Conocimientos: Ingles en un 80% y Computación

Habilidades: Atención

Capacidad: Resolver problemas

Salud: Excelente

Disponibilidad: Tiempo completo

Ofrecemos prestaciones superiores a las de ley.

#### 5.3.1 Descripción de puestos

##### **RECEPCIONISTA**

- Contestar llamadas

- Atender personalmente al cliente
- Archivar teléfonos y direcciones de los clientes.
- Realizar labor de venta.
- Controlar las siguientes listas:
  - a) Prestadores de servicios
  - b) Clientes de la empresa.
  - c) Recibos telefónicos y de Internet.
- Controlar la caja
- Cuidar el aseo de la oficina.
- Realizar llamadas a los prestadores de servicios.
- Mantener en orden los archivos.

## **ANALISIS DE PUESTO**

### FORMATO DE ANALISIS DE PUESTO

Identificación del puesto: Jefe de Cocina

Nombre:

Horario: 24 Hrs. (en turnos de 8 hrs.)

Departamento: Cocina

#### REQUISITOS:

Sexo: Indistinto

Escolaridad: Preparatoria o equivalente terminada

Experiencia: 1 año en puesto similar

Edad: 20 a 45 años

Estado Civil: Indistinto

Conocimientos: Alimentos y Bebidas

Habilidades: Manejo de alimentos y bebidas

Capacidad: Limpieza y preparación de alimentos y bebidas

Salud: Excelente

Disponibilidad: Tiempo completo

Ofrecemos prestaciones superiores a las de ley.

### **JEFE DE COCINA**

- Elaboración de menús.
- Dirección del equipo de cocina.
- Seguimiento de Materia Prima necesaria.
- Funciones de Jefe de cocina general.

### **ANALISIS DE PUESTO**

#### FORMATO DE ANALISIS DE PUESTO

Identificación del puesto: Jefe de Mantenimiento

Nombre:

Horario: 24 Hrs. (en turnos de 8 hrs.)

Departamento: Mantenimiento

#### REQUISITOS:

Sexo: Masculino

Escolaridad: Técnica

Experiencia: 1 año en puesto similar

Edad: 20 a 45 años

Estado Civil: Indistinto

Conocimientos: Seguridad Industrial, mecánica en general, electricidad

Habilidades: Liderazgo, don de mando, comunicación, trabajo bajo presión.

Salud: Excelente

Disponibilidad: Tiempo completo

Ofrecemos prestaciones superiores a las de ley.

### **JEFE DE MANTENIMIENTO**

- Elabora, vigila y da seguimiento al programa de mantenimiento preventivo y correctivo de los equipos.
- Organiza los equipos de trabajo para la realización de las actividades de mantenimiento.
- Coordina con el jefe de operación la intervención de los equipos.
- Ejecuta o hace ejecutar las actividades de mantenimiento correctivo reportado por el personal de la planta.
- Asigna las órdenes lanzadas de mantenimiento preventivo y clausura estas en el software del área.
- Solicita las refacciones y herramientas requeridas para el desarrollo de las actividades.
- Elabora el reporte mensual sobre el mantenimiento preventivo y correctivo de la planta.
- Da seguimiento al programa de renovación de los equipos.
- Con relación al sistema de gestión de calidad participa en la calibración de los dispositivos de seguimiento y medición de la planta y en el control de servicio no conforme.

## **ANALISIS DE PUESTO**

### FORMATO DE ANALISIS DE PUESTO

Identificación del puesto: Ama de llaves

Nombre:

Horario: 24 Hrs. (en turnos de 8 hrs.)

Departamento: Ama de llaves

#### REQUISITOS:

Sexo: Femenino

Escolaridad: Preparatoria o equivalente terminada

Experiencia: 1 año en puesto similar

Edad: 20 a 45 años

Estado Civil: Indistinto

Conocimientos: Limpieza de habitaciones.

Salud: Excelente

Disponibilidad: Tiempo completo

Ofrecemos prestaciones superiores a las de ley.

### **AMA DE LLAVES**

- Selección y entrenamiento del personal de nuevo ingreso en el departamento.
- Supervisar toda la operación del personal a su cargo.

- Asistir al gerente en la elaboración y ejecución de los programas de mantenimiento en habitaciones y áreas públicas.
- Elaborar programas de limpieza tales como, limpieza exterior de ventanas, lavado de alfombras, limpieza de ventila, etc.
- Supervisar los inventarios de su departamento y solicitar lo faltante con la aprobación de su jefe inmediato.
- Mantener un control en los uniformes de los empleados y debe mantenerse en optimas condiciones para el servicio.
- Solicitar por medio de órdenes de trabajo al departamento de mantenimiento, cuando así requiera alguna área bajo su responsabilidad.
- Enviar los reportes que la organización del hotel requiera.
- Tiene a su cargo el servicio de niñeras en el hotel.
- Es responsable del equipo usado en su departamento.
- También es su responsabilidad la selección de los suministros de limpieza.
- Debe estar presente en la elaboración del presupuesto del departamento.
- Revisar periódicamente conjunto con el gerente los gastos hechos por su departamento.
- Supervisar y autorizar los pedidos de almacén general.
- Asistir a juntas de jefes de departamento, cada vez que lo solicite el gerente.
- Llevar el control absoluto de las llaves maestras del hotel.
- Seleccionar el equipo estándar para cada habitación.

## **ANALISIS DE PUESTO**

### FORMATO DE ANALISIS DE PUESTO

Identificación del puesto: Departamento de Recursos Humanos

Nombre:

Horario: 24 Hrs. (en turnos de 8 hrs.)

Departamento: Recursos Humanos

#### REQUISITOS:

Sexo: Indistinto

Escolaridad: Carrera terminada o trunca.

Experiencia: 1 año en puesto similar.

Edad: 20 a 45 años

Estado Civil: Indistinto

Conocimientos y habilidades: Administrativos, manejo de descripción de puestos, nominas, salarios, etc.

Salud: Excelente

Disponibilidad: Tiempo completo

Ofrecemos prestaciones superiores a las de ley.

### **DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS**

- Coordinar las instrucciones de los puestos superiores de mando de la dirección de la policía con el funcionamiento de los patrulleros de barrio.
- Asesorar a los nuevos miembros de la patrulla de barrio.

- Resolver conflictos internos entre los propios patrulleros del distrito.
- Planificar la distribución de las distintas patrullas en función de sus características, destinarlos a diferentes zonas, distribución de turnos, etc.
- Supervisar el trabajo de los demás policías de la patrulla de barrio, así como sancionarlos en caso necesario.
- Informar de la actuación del cuerpo de patrulleros de barrio, bien puntualmente si el suceso es importante o de un modo rutinario.
- Resolver conflictos, por ejemplo discusiones entre ciudadanos.
- Patrullar en moto la zona asignada.
- Ofrecer su ayuda cuando lo crea necesario.
- Mantener el orden con su presencia.
- Arrestar a delincuentes. (Esposarles, leer sus derechos,..)
- Redactar partes o actas sobre los conflictos en los que media.
- Ofrecer información a los ciudadanos.
- Pedir refuerzos en caso de necesidad.
- Intervención física contundente en los casos necesarios.
- Uso de armas de fuego en casos extremos.

## **PLANEACIÓN DE RECURSOS HUMANOS**

La empresa tiene planeado para su personal la debida capacitación constante para la mejor atención al cliente, brindarles la confianza necesaria en un momento dado.

Dentro de la planeación de Recursos Humanos antes de tener al empleado se llevaran a cabo los siguientes pasos:

1. Reclutamiento: Este se llevara a cabo a través de la bolsa de trabajo ya que por este medio es más confiable encontrar a la persona idónea para ocupar el puesto.
2. Selección: Primero que nada la bolsa de trabajo pasará a la persona adecuada con la solicitud ya elaborada, se realizará la entrevista y se llevarán a cabo los exámenes médicos para hacer la contratación.
3. Capacitación y Desarrollo: El programa de capacitación y desarrollo que llevara a cabo será el siguiente:
  - Como ya se menciona en el estudio de mercado se dará capacitación y desarrollo constante para concientizar al empleado y los prestadores de servicios sobre lo importante que es atender con rapidez y calidad al cliente, donde este programa de rapidez y desarrollo será aplicado semestralmente o bien si se requiere mas frecuente, se llevara a cabo cada trimestre para así mantener el buen desempeño del empleado actual y futuro.

## **CONDICIONES DE TRABAJO**

Las condiciones de trabajo que la empresa manejará son las siguientes:

- a) Jornada de Trabajo.

Esta será jornada de 24 Hrs. con lapsos de 8 Hrs. diarias.

- b) Accidente de Trabajo.

De acuerdo con el Art. 474 de la Ley Federal de Trabajo cubrirá dicho accidente, siempre y cuando este ocurra al ir el trabajador de su

domicilio al trabajo o del trabajo a su domicilio o bien dentro de la empresa.

c) Horas extras.

Con respecto al Art. 65 de la Ley Federal de Trabajo las horas extras se pagaran con una cantidad igual a lo que se la paga una hora normal.

d) Días de Descanso Obligatorio.

La empresa maneja los días de descanso de la Ley Federal de Trabajo que son:

1. El Día de descanso semanal, el cual será los domingos.
2. Los días festivos obligatorios que son:
  - a) El 1ro. De Enero
  - b) El 5 de Febrero
  - c) El 21 de Marzo
  - d) El 1ro. De Mayo
  - e) El 16 de Septiembre
  - f) El 20 de Noviembre
  - g) El 25 de Diciembre
  - h) El 1ro. De Diciembre de cada 6 años cuando corresponda a la transmisión del poder ejecutivo federal. Y
  - i) El que determinen las leyes Federales y locales electorales en el caso de elecciones ordinarias, para efectuar la jornada electoral.

Estos 7 días festivos y el de cada 6 años serán con goce de salario interno.

e) Las vacaciones

Las vacaciones serán manejadas en base a la tabla de vacaciones que maneja la Ley Federal de Trabajo.

## Tabla de Vacaciones

1 año de Antigüedad:	6 Días
2           “	: 8 Días
3           “	: 10 Días
4           “	: 12 Días
De 5 a 9 años de antigüedad:	14 Días
De 10 a 14           “	: 16 Días
De 15 a 19           “	: 18 Días
De 20 a 24           “	: 20 Días
De 25 a 29           “	: 22 Días

Estas serían. Pagadas con una prima del 25% mas el salario.

## PRESTACIONES

### a) Aguinaldo.

La empresa pagará el aguinaldo antes del día 20 de diciembre lo equivalente a 15 días de salario.

### b) Prima de Antigüedad.

De acuerdo al Art. 162 de la Ley Federal de Trabajo esta prestación consiste en el importe de 12 días de salario para cada año de servicios prestados por el trabajador cuando este decida retirarse de la empresa.

Es importante mencionar que esta prestación es solo considerada para el trabajador de planta.

## **TRAMITES LEGALES.**

La empresa cumplirá con todos los requisitos necesarios y legales que debe de llevar a cabo cualquier empresa.

Está será debidamente registrada como empresa en el Registro Federal de Contribuyentes como persona física, cumpliendo los siguientes requisitos para la inscripción:

1. Presentar el acta de nacimiento original o una copia certificada.
2. Presentar original y copia de comprobante de domicilio de fecha reciente (recibo de luz, agua, teléfono).
3. Presentar original y copia de identificación oficial (credencial de elector pasaporte mexicano vigente o cédula profesional).
4. Llevar dos formatos R-1 y su anexo.
5. Llevar dos solicitudes de CURP.

Al ser inscrito en el Registro Federal de Contribuyentes se procederá a registrarse como patrón en Instituto Mexicano de Seguro Social; cumpliendo los siguientes requisitos:

1. Presentar el registro ante hacienda en original y copia.
2. Presentar credencial e elector del patrón o bien del representante legal original y copia.
3. Presentar comprobante de domicilio del patrón o representante legal y del negocio (luz, agua, teléfono) original y copia.
4. Llevar dos fotografías el patrón del representante legal de preferencia tamaño infantil.
5. Alta de los trabajadores deberán presentar por dispositivo magnético al cuarto día.

Posteriormente se llena al forma de AFIL-01 (Aviso de Inscripción Patronal) así como la solicitud de inscripción de las empresas en el seguro de riesgo de trabajo.

## **REGLAMENTO INTERIOR DE TRABAJO**

### REGLAMENTO INTERIOR DE TRABAJO PARA LA EMPRESA

---

QUETIENESUDOMICILIO\_\_\_\_\_EN

---

#### -----CLAUSULAS-----

PRIMERA. Las partes que intervienen en este instrumento jurídico manifiestan y aceptan que pro razones de economía procesal, en los sucesivos se utilizaran las siguientes denominaciones, EMPRESA, SINDICATO, TRABAJADORES, LEY, CONTRATO E INSTALACIONES, con su respectivo significado obvio.

SEGUNDA. Los trabajadores eventuales o de planta, se sujetaran a cada una de las cláusulas de este reglamento, en el entendido que será también obligatorio para la empresa.

TERCERA. Los trabajadores para ocupar un puesto dentro de la empresa primero deberán demostrar sus aptitudes y habilidades, de no ser así, se aplicara lo que el reglamento y la misma establezcan para esos casos.

CUARTA. El horario normal de labores será de lunes a viernes de 9:00 a13:00 horas y de 15:00 a19:00 horas y los sábados de 9:00 a 15:00 horas; para lo cual el trabajador deberá pasar la tarjeta en el reloj de entrada de la empresa.

QUINTA. Los trabajadores tendrán una tolerancia de 10 minutos de la hora de entrada, después de ese tiempo, pero menos de 15 minutos se considerara como retardo. Por cada tres retardos, se sancionara con la no admisión por un día de trabajo, sin goce de salario. Después de las 8:15 horas se considerara falta.

SEXTA. Para efectos de las cláusulas anteriores, se llevara un récord de asistencia y puntualidad. Asimismo tratándose de trabajadores de ventas y de servicios que deberán laborar fuera de la empresa, tendrán la obligación registrar entradas, pero se llevará una tarjeta de control donde se anotarán los tiempos que dediquen a sus labores y los clientes.

SEPTIMA. Queda estrictamente prohibido que un trabajador cheque mas de una tarjeta, cualquier violación al respecto será sancionado de acuerdo a este reglamento.

OCTAVA. Los trabajadores que no tengan ninguna falta en un mes, ni un retardo la empresa se obliga a otorgar un premio económico consistente en DOS DIAS DE

SUELDO, si en el lapso de seis meses esta en la misma situación, el premio será de CINCO DÍAS DE SUELDO, y si fuera en doce meses, el premio será de DIEZ DÍAS DE SUELDO, en el entendido que cada premio es independiente.

NOVENA. Cuando por necesidades personales el trabajador no pueda asistir a sus labores, deberá comunicarlos con 24 horas de anticipación, cuando la ausencia sea por causa de enfermedad deberá presentar la incapacidad emitida por el IMSS, para evitar descuentos.

DECIMA. El trabajador que falte a sus labores los viernes y sábados, lunes y martes, días anteriores y posteriores a un día festivo, o días anteriores o posteriores a las vacaciones, se sancionara de acuerdo a este reglamento.

DECIMA PRIMERA. La empresa se obliga a nombrar comisiones respectivamente para la elaboración del reglamento de seguridad e higiene, el cual será de observancia general, otorgándose un ejemplar a cada trabajador.

DECIMA SEGUNDA. Los trabajadores se obligan a no realizar actos que puedan poner en peligro las instalaciones y personal de la empresa, por otro lado la

empresa se obliga a proporcionar el equipo de protección que sea necesario, y se sancionara al trabajador que sea sorprendido sin dicho equipo.

DECIMA TERCERA. La empresa concederá a los trabajadores prestamos en dinero que no podrán exceder de DOS MESES de su sueldo, el cual se descontara en el lapso de 6 meses, en tanto no se cubra el préstamo totalmente no se podrá solicitar otro.

DECIMA CUARTA. La empresa se obliga a cubrir el salario de los trabajadores en días y horas hábiles, el cual será entregado un día antes de cada decena, previa firma del recibo correspondiente.

DECIMA QUINTA. La empresa se obliga a crear un fondo de ahorro, de tal manera que el mismo porcentaje que ahorre el trabajador, será cubierto por la empresa, mismo que se entregara en el mes de diciembre en el entendido que si se retira antes del mes señalado no se cubrirá el porcentaje patronal.

### **CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

Cada uno de los estudios de este proyecto es importante, ya que se complementan entre sí, para que este sea un buen proyecto.

El estudio administrativo, permite establecer la planeación mediante la visión, misión, políticas y estrategias.

Al realizar el Estudio se pudo llevar acabo el marco legal para la empresa, y con ello tener un control de beneficios y obligaciones que tiene la empresa ante la ley, además de darle formalidad al proyecto.

Sobre el personal se estableció todo lo relativo a derechos y obligaciones empleado patrón que marca la Ley Federal del Trabajo así como su estructura organizacional.

## **CAPÍTULO VI**

### **ESTUDIO FINANCIERO**

El estudio financiero es uno de los más importantes, ya que orienta al inversionista en la toma de decisiones sobre el proyecto, debido a que en este presenta en números la inversión requerida para la restauración de la empresa; así como proyecta vender para poder evaluar la rentabilidad de la misma.

Se presentan los Estados Financieros correspondientes a un año:

Estado de resultados, Nómina para cada empleado y Balance General.

# NÓMINA

NOMINA DE SUELDOS  
 PATRON: DANELY DUARTE VELAZQUEZ  
 REG. PATRONAL: E46 -12229-10-0  
 DOMICILIO: SAN JOSÉ DE GUAYMAS  
 R.F.C. DUDV850702MSLBGN  
 TIPOS DE SALARIOS: FIJOS

NOMBRE DE LA CIA: HACIENDA ARANJUEZ  
 NOMINA DECENAL  
 PERIODO DEL : 01 de MAYO 2008  
 AL : 15 de MAYO 2008

sub al empleo o credito al salario es la misma

NOMBRE R.F.C.	PERCEPCIONES							DEDUCCIONES			A PAGAR	FIRMA			
	FECHA INGRESO	DIAS	S.D.I	SUELDO	IMPORTE	OTRAS	HORAS EXTRAS	SUB/P TARIFA	SUB/P EMPLEO	TOTAL PERCEPCION			IMSS	ISPT	TOTAL DEDUCCION
GERENTE GENERAL CURP :COCP640629BL9 NSS: 23876649627		15	278.72	266.67	4,000.00			0.00	0.00	4,000.00	99.30	349.09	448.39	3,551.61	
RECUEROS HUMANOS OELA530501U70 23745406829		15	209.04	200.00	3,000.00		-	145.35	-	3,000.00	74.47	76.97	151.44	2,848.56	
JEFE DE COCINA OEMJ770824DA0 23927708687		15	149.81	143.33	2,150.00			188.70	58.86	2,208.86	53.37		53.37	2,155.49	
RECEPCION ROSO861029 23048734836		15	121.94	116.67	1,750.00		-	193.80	92.82	1,842.82	43.44		43.44	1,799.38	
MANTENIMIENTO FEME600115 23086000579		15	121.94	116.67	1,750.00			193.80	92.82	1,842.82	43.44		43.44	1,799.38	
AMA DE LLAVES FOFS90 23089009296		15	111.49	106.67	1,600.00		-	200.70	109.32	1,709.32	39.72		39.72	1,669.60	
<b>TOTALES</b>					14,250.00		-	922.35	353.82	14,603.82	353.74	426.06		13,824.02	

<b>ESTADO DE RESULTADO</b>			
INGRESOS POR SERVICIO			841.637,93
(-)			
PAPELERIA Y UTILES			258,26
GASTOS DE OPERACIÓN			27.428,26
GASTOS DE PUBLICIDAD			6.956,52
GASTOS DE INSTALACION			774.827,33
			809.470,37
<b>UTILIDAD (O PERDIDA)</b>			<b>32.167,56</b>

<b>HACIENDA ARANJUEZ</b>				
<b>Estado de posición financiera, Balance General al 31/12/2008</b>				
<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>		
<i>CIRCULANTE</i>		<i>CIRCULANTE</i>		
Caja	10.000,00	Impuestos por pagar	779,80	
Bancos	240.846,31	IVA TRASLADADO	126.245,69	
SUBSIDIO AL EMPLEO	353,82	<b>Suma pasivo</b>	127.025,49	
Iva acreditable	156.849,56			
<b>Total circulante</b>	<b>408.049,69</b>			
<i>FIJO</i>		<i>FIJO</i>	0	
1 ARCHIVERO	1.956,52			
1 ESCRITORIO	1.520,87			
1 SILLA SECRETARIAL	565,22	CAPITAL		
3 TELEFONOS SENCILLOS	717,39	CAPITAL SOCIAL	500.000,00	
12 TELEVISORES	23.989,57	UTILIDAD DEL EJERCICIO	32.167,56	
10 RECAMARAS RUSTICAS	73.913,04			
10 MESAS CUADRADAS	41.739,13	<b>Suma capital</b>	532.167,56	
10 ROPEROS	4.226,09			
1 VITRINAS	13.390,43			
1 REFRIGERADOR VR-354	12.098,38			
PARRILLA 2 QUEMADORES	3.386,29			
ESTUFON CON QUEMADOR	2.759,76			
FREGADERO	7.321,42			
MESAS DE TRABAJO	4.658,38			
4 MESAS DE JARDIN	4.344,35			
COLUMPIO CON RESBALADILLA	1.730,43			
BRINCA-BRINCA	2.173,91			
3 EXTINTOR	913,04			
13 AIRES ACONDICIONADOS	28.260,87			
3 COMPUTADORES	19.826,09			
1 MULTIFUNCIONAL LEXMART	1.652,17			
<b>Total fijo</b>	<b>251.143,36</b>			
<i>DIFERIDO</i>	0			
<b>SUMA DEL ACTIVO</b>	<b>659.193,05</b>	<b>SUMA PASIVO Y CAPITAL</b>	<b>659.193,05</b>	
			0,00	

# CASO PRÁCTICO

## CUESTIONARIO

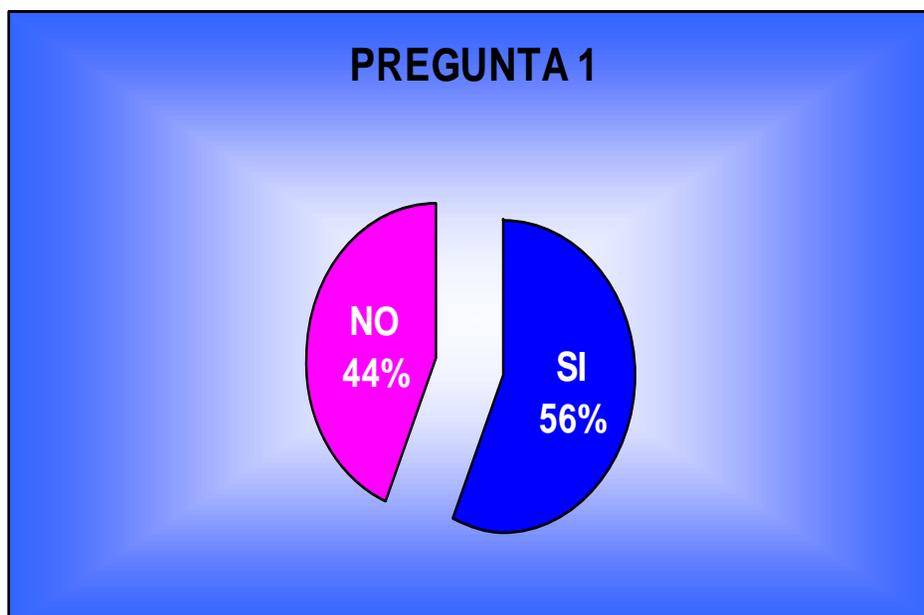
Buenas tardes, los alumnos del Instituto Tecnológico de Sonora le pedimos su cooperación para contestar este cuestionario, que es primordial para la realización de la presente investigación de mercados.

**Conteste la pregunta que coincida con su situación actual:**

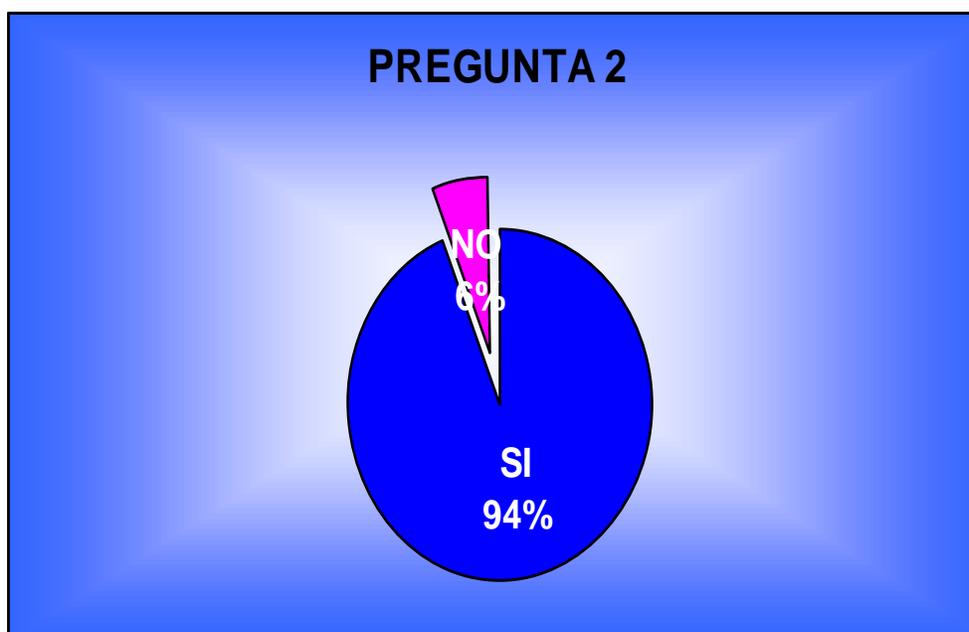
- NO TOCAR**
- 1.- ¿Tiene usted identificado algún lugar histórico en la localidad?  
SI            NO            ¿CUAL?
- 2.- ¿Le gustaría conocer los lugares históricos de la región?  
SI            NO            ¿PORQUE?
- 3.- ¿A visitado alguna vez la comunidad de San José de Guaymas?  
SI            NO
- 4.- ¿Conoce usted la Hacienda Aranjuez?  
SI            NO
- 5.- Si la respuesta anterior fue SI ¿Tiene algún conocimiento de la historia de esta hacienda?  
SI            NO
- 6.- Si se abre al público, ¿Qué tipo de servicios le gustaría que se ofrecieran en la hacienda?  
Cabañas    Paseo a caballo    Restaurante    Convenciones    Otros
- 7.- ¿Cuál es su ingreso mensual?  
a) 1,000 a 2,000    b) 3,000 a 4,000    c) 5,000 a 6,000  
d) 7,000 o más
- 8.- ¿Considera usted importante que Guaymas cuente con una de las Haciendas más antiguas en servicio a la comunidad?  
SI            NO
- 9.- ¿Qué valor agregado le gustaría que le ofrecieran?  
Transportación    Souvenir    Otros  
Mencione
- 10.- ¿Qué otro servicio le gustaría a usted que ofreciera esta empresa?  
Alguno de los servicios. Especifique \_\_\_\_\_

**GRACIAS POR SU COOPERACIÓN****PREGUNTA 1**

Si	No
282	18

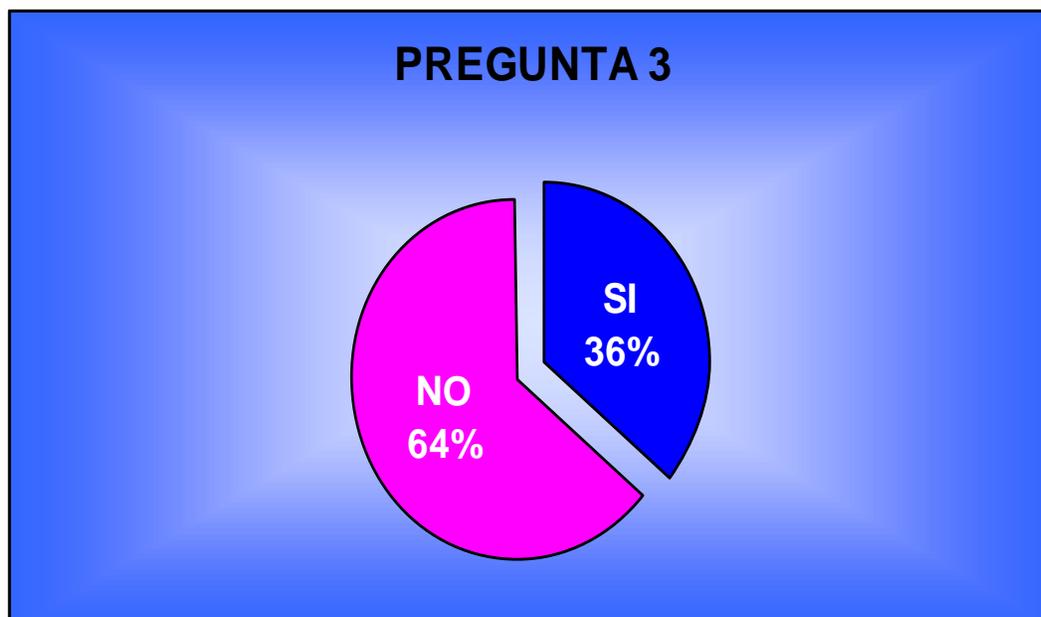
**PREGUNTA 2**

Si	No
168	132

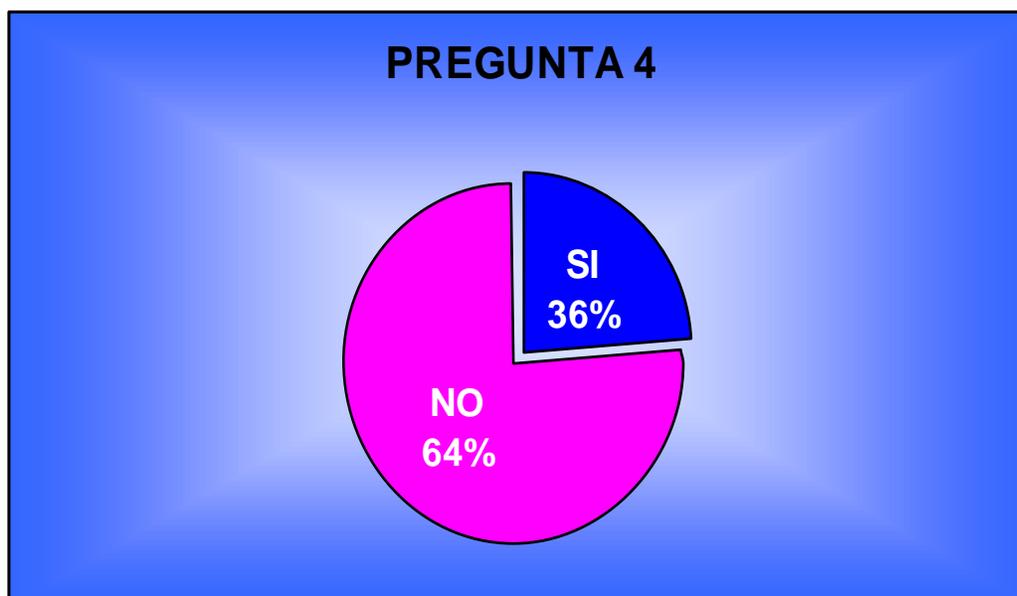


**PREGUNTA 3**

Si	No
108	192

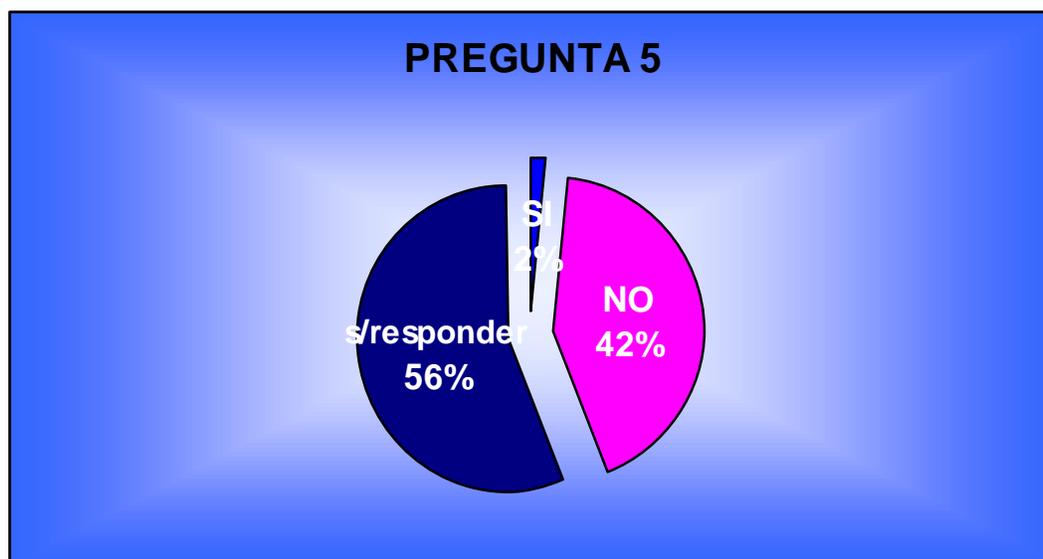
**PREGUNTA 4**

Si	No
72	228

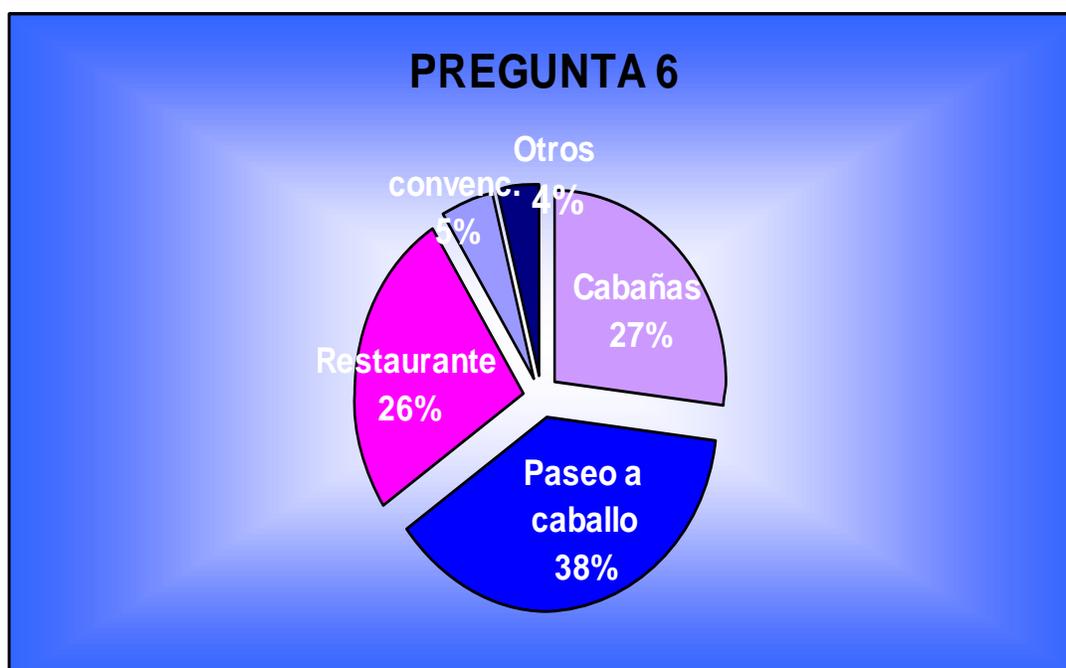


**PREGUNTA 5**

Si	No	S/responder
6	126	168

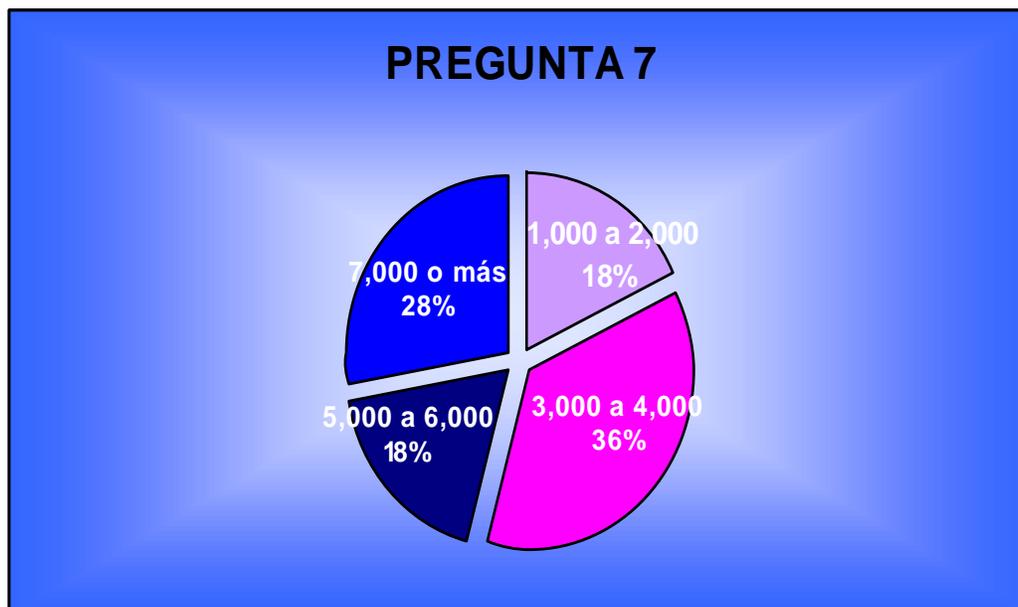
**PREGUNTA 6**

Cabañas	Paseo a caballo	Restaurante	Convenciones	Otros
81	114	78	15	12

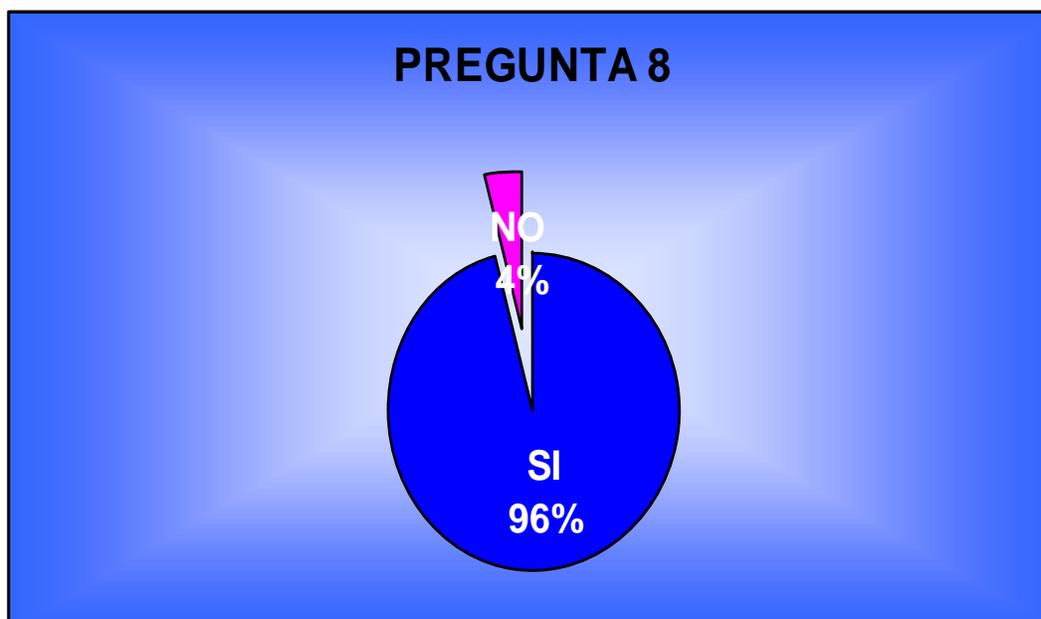


**PREGUNTA 7**

1,000 a 2,000	3,000 a 4,000	5,000 a 6,000	7,000 o más
54	108	54	84

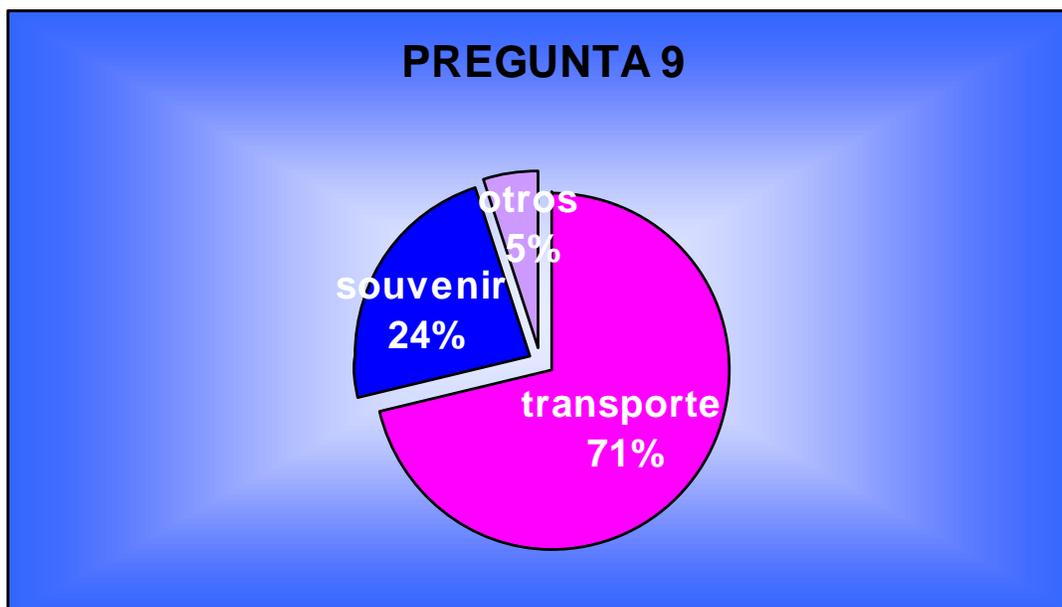
**PREGUNTA 8**

Si	No
288	12

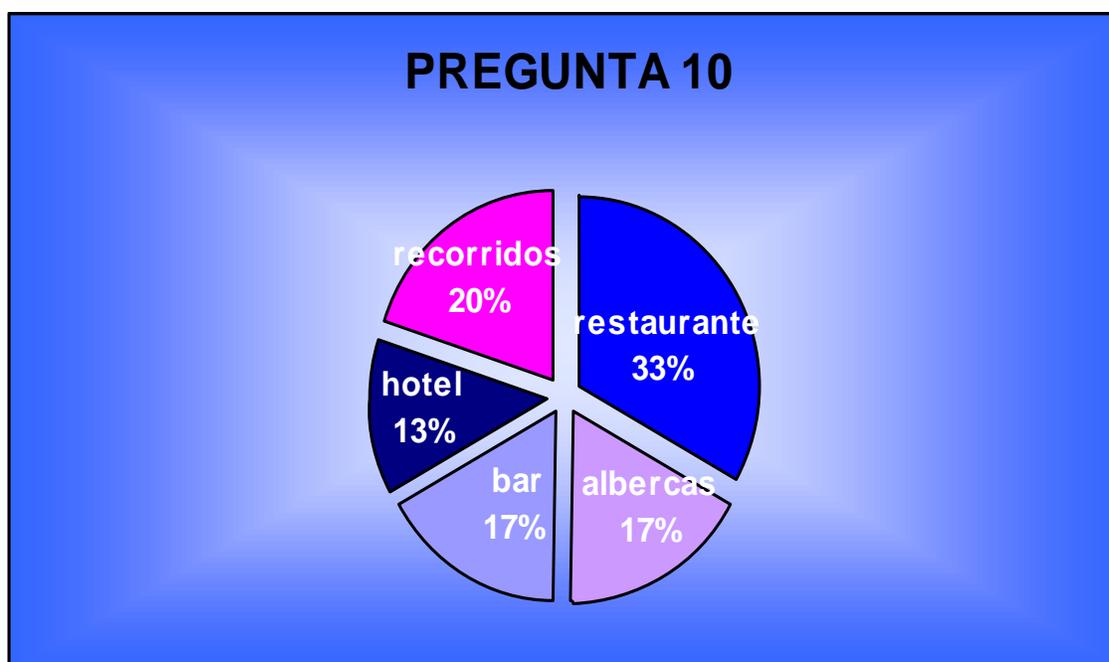


**PREGUNTA 9**

Transporte	Souvenir	Otros
213	72	15

**PREGUNTA 10**

Restaurante	Albercas	Bar	Hotel	Recorridos
99	51	51	39	60



## CODIFICACIÓN

A continuación se presentan los datos obtenidos de las 300 encuestas aplicadas a personas extranjeras y de la localidad.

1.- Del 100% de las personas encuestadas el 56% dijo que sí tiene algún lugar histórico identificado en la localidad, el 44% dijo que no.

2.- El 94% de las personas encuestadas dijeron que sí les gustaría conocer los lugares históricos de la región y el 6% del resultado respondió que no.

3.- El 64% han visitado alguna vez la comunidad de San José de Guaymas el resto no.

4.- 76% de las personas encuestadas no conocen la Hacienda Aranjuez por lo tanto el 24% dijo que si.

5.- De las personas que no tienen ningún conocimiento de la Hacienda Aranjuez fueron del 42%, el 56% no respondió y el 2% dijo que si.

6.- Se le ofreció al público diferentes servicios que les gustaría que se ofrecieran en la hacienda el 38% contestó que le gustaría los paseos a caballo, el 27% cabañas, el 26% restaurantes, el 5% convenciones y el resto contestó que les gustaría otros servicios.

7.- Se les preguntó a las personas que si de cuánto era su ingreso mensual aproximadamente el 36% contestó que entre \$3,000 y \$4,000, el 28% dijo que más de \$7,000, el 18% dijeron que su ingreso aproximado es de \$5,000 a \$6,000 y el resto dijo \$1,000 a \$2,000.

8.- Al preguntarles a las personas que si consideran importante que Guaymas cuente con una de las Haciendas más antiguas en servicio a la comunidad el 96% respondió que sí y el 4% contesto negativamente..

9.- El 71% de las personas encuestadas dijo que les gustaría que se les ofrecieran el servicio de transportación como valor agregado, el 24% dijo que preferían souvenir y el 5% dijo que preferían otros servicios.

10.- Muchas de las personas coincidieron en algunos de los servicios que les gustaría que tuviera esta hacienda, el 33% dijo que les gustaría que hubiera restaurantes, el 20% que se les diera un recorrido por la hacienda, el 17% prefieren que haya un bar, así como el otro 17% quisieran el servicio de albercas y por último el 13% optaron por un hotel.

## **CONCLUSIÓN**

Hoy en día es importante rescatar el turismo rural que se complementa con el turismo cultural. Guaymas en este momento se encuentra en un impulso turístico apoyado por el gobernador de Sonora, el cual tiene presencia en lo que es el mega proyecto de la escala náutica que elevará la economía del puerto con la llegada de turistas nacionales e internacionales.

La restauración de la hacienda Aranjuez traerá consigo un derrame económico para lo que es San José de Guaymas ya que habrá oportunidades de empleo para la gente de la misma comunidad, así como también se tiene la ventaja de que este lugar cuenta con historia y esto puede ser más atractivo para los turistas, además de que en estos momentos no se cuenta con un lugar que presente estas características.

**Yanin Robles Vega**

## CONCLUSIÓN

En base a la recopilación de información obtenida en este proyecto se pudo observar la factibilidad del mismo debido a la aceptación que se reflejó al momento de mostrar al turista la idea que se tiene, a su vez se presentó una distribución convincente de las distintas áreas a ofrecer en este lugar, las cuales serían manejadas por personas cuidadosamente seleccionadas para el funcionamiento óptimo de las instalaciones a ofrecer, según los resultados arrojados en el presente proyecto se refleja una alta necesidad de inversión pero en base al potencial de este proyecto se considera una propuesta de altos rendimientos para el inversionista.

Como se pudo observar en el presente proyecto, es una gran oportunidad de inversión y de crecimiento en el sector turístico para la localidad debido a que es una propuesta que viene a romper el esquema del concepto que se tiene del turismo de la región de Guaymas, ya que el hablar del turismo en Guaymas es visualizar un turismo playero y lo que se pretende con este proyecto es ofrecer un área de recreación para el turismo extranjero por el hecho de que se está proponiendo un lugar histórico en el que se podrá disfrutar de la naturaleza con un concepto colonial, que en su mayoría es lo que busca el turista extranjero.

**Elizabeth Velázquez Aguilar**

## PROPUESTAS

- Elaborar un slogan creativo para llamar la atención del cliente.
- Solicitar la ayuda de organizaciones como son: FIRA, SAGARPA Y FONATUR, para que puedan aportar capital para la realización del proyecto.
- La presentación del personal es muy importante para la imagen de toda empresa por eso se propone que cada una de las personas que prestarán su servicio en la hacienda porten adecuadamente un uniforme que los identifique y que este cumpla con todas las características, así como seguir un proceso adecuado de calidad para brindar un mejor servicio que nos distinga de la competencia.
- Es recomendable aplicar un manual de procesos, de bienvenida y de inducción.
- Se propone que se realicen estudios posteriores económico-financiero, ya que este trabajo presenta mas que nada un estudio administrativo, un estudio de mercado y un estudio técnico. El estudio financiero que se presenta muestra solamente lo básico para iniciar el proyecto.

## BIBLIOGRAFÍA

Arias Galicia, F; "Administración de recursos humanos" 2ª Reimpresión Ed. Trillas, México 2001.

Baca Urbina, Gabriel; "Evolución de proyectos"; 4ta Ed. Mc. Graw-Hill, México, 2001.

Coss Bu, Raúl; "Análisis y Evolución de Proyectos de Inversión" 2ª Ed. Limusa, México 1994.

Dávila M. M, Manera B.J. y Pérez del C.E.; "Marketing Fundamental" 1ª Ed. Mc. Graw-Hill, España 1998.

Fisher De la Vega, Laura, Navarro Vega Alma Emma; "Introducción a la investigación de mercados" 3ª. Ed. Edit. Mc Graw-Hill, México 1996.

Hernández Díaz E.A.; "Proyectos Turísticos Formulación y Evaluación" 6ª Ed. Trillas, México 2001.

Koontz y Wehirich; "Administración una perspectiva global", 6ta. Ed. Mc. Graw-Hill, México 1998.

Ocampo, José Eliseo; "Costos y evaluación de proyectos", 1ª Ed. Cecsca, México, 2002.

Olvera Pedro O.; "Nociones Generales del Derecho General" Impreso en los talleres gráficos del ITSON, Unidad Nainari, Cd. Obregón, Sonora.

Stanton W, Etzel M y Walter B.; "Fundamentos de marketing" 1ª Ed. Mc. Graw-Hill, México 2000.

**ANEXOS**



**Figura 5.** Situación actual de la entrada principal de la hacienda Aranjuez



**Figura 6.** Diseño tridimensional de la entrada principal



**Figura 7.** Situación actual del pasillo de las habitaciones.



**Figura 8.** Diseño tridimensional del pasillo de las habitaciones.



**Figura 9.** Situación actual de las áreas verdes de la hacienda.



**Figura 10.** Diseño tridimensional de áreas verdes donde también será área de juegos.



**Figura 11.** Situación actual de un salón de la hacienda.



**Figura 12.** Diseño tridimensional de lo que se pretende sea el restaurante de la hacienda.