



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México



Unidad de Aprendizaje: “Proyecto Terminal - Desarrollo de Negocios Turísticos”

Programa Educativo: **Especialidad en Administración de Empresas Turísticas.**

Lugar donde se imparte: **Facultad de Turismo y Gastronomía**

Responsable de la elaboración:

M. en A. Mónica del Valle Pérez

Fecha de elaboración: **Agosto 2017**



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México



Unidad 2 . “NATURALEZA DEL PROYECTO”

2.Descripción de la empresa

2.1 Croquis de Ubicación

2.2 Misión

2.3 Visión

2.4 Valores

2.5 Objetivos

2.5.1 Objetivos generales

2.5.2 Objetivos específicos

2.5.3 Objetivos a corto plazo

2.5.4 Objetivos a mediano plazo

2.5.5 Objetivos a largo plazo

2.6 Políticas

2.6.1 Política de calidad

2.6.2 Política de seguridad e higiene

2.6.3 Política de sustentabilidad

2.6.4 Política de responsabilidad social

2.7 Análisis foda



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México



UNIDAD 2 NATURALEZA DEL PROYECTO



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México

2. Descripción de la empresa

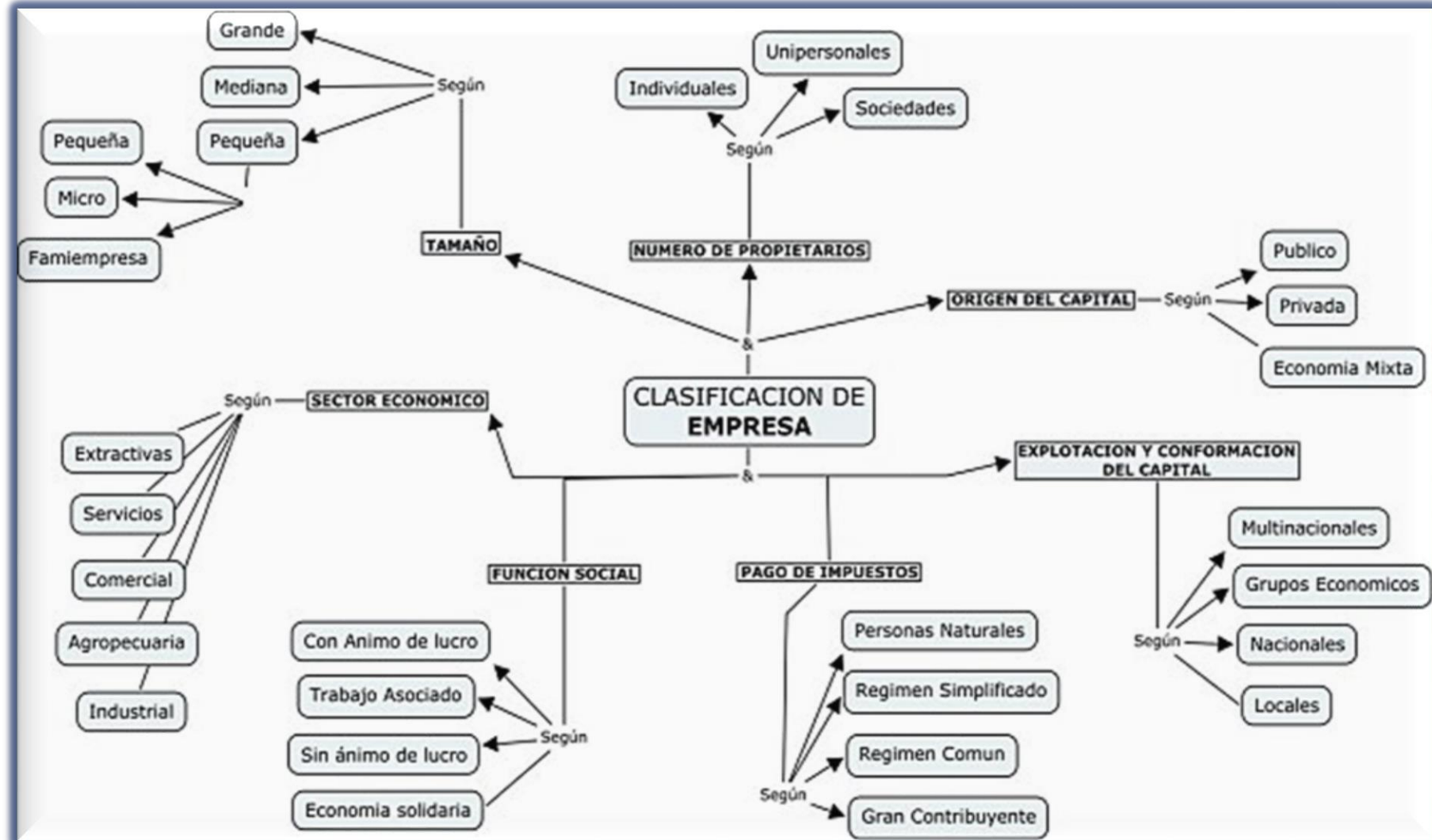
“Conjunto de factores de producción coordinados, cuya función es producir y cuya finalidad viene determinada por el sistema de organización económica en el que la empresa se halle inmersa”.





UAEM | Universidad Autónoma del Estado de México

Clasificación de empresas





UAEM | Universidad Autónoma del Estado de México

2.1 Croquis de ubicación

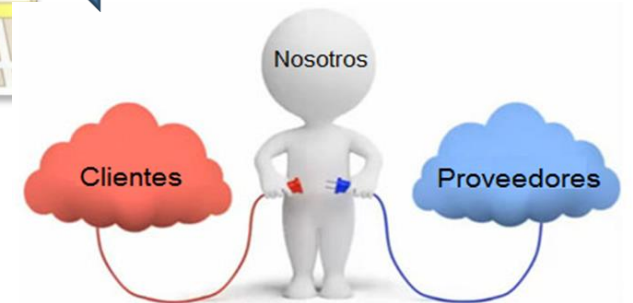
Decidir la localización de una empresa es uno de los pilares de la permanencia en el mercado



Una buena ubicación nos acerca al nicho de mercado al que queremos hacer llegar una propuesta de valor



No debe considerarse sólo la cercanía con los clientes, también es importante pensar en las vías de comunicación para el personal (colaboradores) y para que los proveedores accedan a nosotros.





UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México

2.2 Misión

La Misión es la declaración que sirve para saber cual es nuestro negocio o razón de ser y operar. Es el primer paso y uno de los elementos críticos para realizar una planeación estratégica.



Es la razón de
ser de la
organización



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México



Son algunas preguntas que pueden responderse con una misión bien redactada, establecer un propósito por el cual existe la empresa, manifestar qué podemos lograr.



¿Quiénes somos?
¿En qué somos diferentes?
¿Por qué existe esta empresa?
¿Qué hacemos diferente a los demás?
¿Qué ofrecemos?



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México

2.3 Visión

La visión debe ser congruente con la misión de la empresa y expresar un ideal que exija trabajo y dedicación para lograrse. Se debe expresar claramente lo que se quiere para la organización y, en la medida posible, para todos los actores involucrados (**stakeholders**)



“participante”

“inversor”

“accionista”

Y es que desde el punto de vista empresarial, este concepto se utiliza para referirse a los grupos de interés para una empresa.



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México

Elementos de la visión

Formulada por los
líderes de la
organización

Dimensión del
tiempo

Integradora

Amplia y detallada

Positiva y alentadora

Realista – Posible

Consistente

Difundida Interna y
Externamente



UAEM | Universidad Autónoma del Estado de México

2.4 Valores

- En los valores de la organización debe reflejarse la forma de pensar de la empresa, se deben plasmar los ideales que se persiguen y por los que se quiere guiar el día a día de los colaboradores.

SON LOS PILARES DE UNA ORGANIZACIÓN





UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México

2.5 Objetivos

- La determinación de objetivos refleja una organización adecuada, la existencia de una idea a futuro para la organización y el empeño dedicado a la idea de un proyecto.



Fin concreto al que se dirigen los esfuerzos de la empresa



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México

Importancia de los Objetivos

Permite enfocar esfuerzos hacia una misma dirección.

Sirven de guía para la formulación de estrategias.

Sirven de guía para la asignación de recursos.

Sirven de base para la realización de tareas o actividades.

Permiten evaluar resultados.

Generar coordinación, organización y control.

Generan participación, compromiso y motivación y , alcanzarlos, generan satisfacción.

Revelan prioridades.

Producen sinergia.

Disminuyen la incertidumbre.



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México

2.5.1 Objetivo General

Involucran a toda la organización, hablan de la totalidad de los recursos disponibles, de un problema que afecta a toda la organización o un beneficio para ésta en su conjunto.





UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México

2.5.2 **Objetivos específicos**

Se refieren a las metas que una organización establece para un departamento en particular, unidad de negocios o segmento de mercado. Involucran a sectores muy particulares





UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México

2.5.3 Objetivos a corto plazo

Llamado también objetivo individual

Se cumple en un plazo de un año

Este objetivo es también de los objetivos que los empleados quieren alcanzar dentro de la empresa

Establece un plan para cumplir con cada objetivo



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México

2.5.4 Objetivos a mediano plazo

Objetivos tácticos

Basado en el objetivo
general de la empresa

Se fijan por áreas





UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México

Basado en especificaciones

Son notablemente especulativos

Se realizan en un periodo de 5
años y mínimo de 3

Son llamados también objetivos
estratégicos



2.5.5 Objetivos a largo plazo

Los objetivos estratégicos
definen como mejorar a futuro



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México

2.6 Políticas

- Conjunto de directrices que establecen normas, procedimientos y comportamientos que deben llevar los empleados. En muchos casos, la política de una empresa debe cumplir con determinados requisitos legales, por ejemplo los relativos a los derechos del empleado.





UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México

Tipos de políticas

Políticas generales:

- Marca y define las líneas generales de la empresa, son políticas que involucran a toda la organización. Deben ser conocidas por todos los trabajadores que integran el recurso humano de la compañía y servirles de guía.

Políticas departamentales

- Incluye los principios a seguir por cada departamento o servicio. Algunas de estas son la Política de Calidad, la Política Medioambiental, la Política de Prevención de Riesgos Laborales y Salud en el Trabajo.

Políticas específicas

Fija los principios para actividades y proyectos concretos, pautadas a medida de dicho proyecto y suelen ser temporales.



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México

2.6.1 Política de calidad



- Establece el marco sobre el cual una organización desea moverse. Esta se define teniendo en cuenta las metas organizacionales (misión, visión, objetivos estratégicos) y las expectativas y necesidades de los clientes (internos y externos).



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México

La ISO 9001 respecto a la Política de Calidad establece lo siguiente:

Es adecuada al propósito de la organización.

Incluye el compromiso de satisfacer los requisitos y de mejorar continuamente la eficacia del sistema de gestión de la calidad

Proporciona un marco de referencia para establecer y revisar los objetivos de la calidad

Se comunica y entiende dentro de la organización

Se revisa para conseguir que se mantenga adecuada continuamente.



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México

2.6.2 Política de seguridad e higiene



- Una Política de seguridad e higiene, bien elaborada, ayuda a señalar la dirección en la cual la organización debe avanzar, y a su vez, potenciar otros aspectos tales como la calidad y la productividad en sus negocios, debido a que la calidad y la productividad, de cierta forma, dependen de una administración efectiva de los riesgos.



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México

2.6.3 Política de sustentabilidad

Esta política conlleva a la responsabilidad de realizar una gestión productiva dentro de los lineamientos sostenibles que permitan lograr los objetivos de la organización sin dañar el ecosistema y protegiendo el patrimonio natural y cultural





UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México

2.6.4 Política de responsabilidad social

- Se define como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva, valorativa y su valor añadido.





UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México





UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México

2.7 Análisis FODA



- Es una herramienta para conocer la situación real en que se encuentra una organización, empresa o proyecto, y planear una estrategia de futuro.



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México



Amenazas:

Son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización.

Fortalezas:

Son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y que le permite tener una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.



FODA

Debilidades:

Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.

Oportunidades:

Son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.





UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México



Referencias bibliográficas

- Alcaraz, R. (2011). **El Emprendedor de Éxito**. México: Mc Graw Hill.
- Baca, G. (2006). **Evaluación de Proyectos**. México: Mc Graw Hill.
- Brealey Myers M. (2014) **Fundamentos de Finanzas Corporativas**. México, Mc. Graw Hill
- Borello, A. (2000). **El plan de Negocios**. México: Mc. Graw Hill.
- Fischer L. y Espejo J. (2011). **Mercadotecnia**. México: Mc. Graw Hill.
- Gitman, Lawrence J., (2000). **Principios de Administración Financiera**. México: Prentice Hall.
- Kotler, Ph. (2004) **Marketing para turismo**. México: Prentice Hall.
- Mateo, R y Sagarra, R. (2004) **Creación de empresas, Teoría y práctica**. España: Mc Graw Hill.
- Montaña. A. (2015). **Administración de las Inversiones**. México: PACSA.
- Perdomo Moreno A. (2104) **Planeación Financiera**. México: Mc Graw Hill
- Rodríguez, J. (2002) **Administración de pequeñas y medianas empresas**. México: Thompson.
- Stanton, E. (2007). **Fundamentos de Marketing**. México: Mc. Graw. Hill.
- Stutely, R. (2000) **Plan de Negocios. La estrategia Inteligente**. México: Prentice Hall.



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México



Guion explicativo

La presente unidad titulada. **NATURALEZA DEL PROYECTO** esta diseñada por temas y subtemas de una manera clara y concreta, que permite al lector llevarlo de la mano, para que vaya siguiendo la continuidad de los temas. Siendo el **objetivo general**: Desarrollar en los participantes las habilidades y aptitudes necesarias para proyectar la creación de negocios turísticos - gastronómicos con base en el mercado, fomentando el espíritu emprendedor.

Por lo que se invita a revisarla y consultarla.

Por su atención muchas gracias!