



BUAP

**Facultad de
Administración**

BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS
EMPRESAS

**"PROPUESTA DE CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE SERVICIO"**

TESIS

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
**MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN DE PEQUEÑAS Y
MEDIANAS EMPRESAS**

PRESENTA:
LUZ MARÍA GUZMÁN FALFÁN

DIRECTORA DE TESIS:
MTRA. MA. TERESA RÍOS FUENTES

PUEBLA, PUE

ENERO, 2015

INDICE

CAPITULO 1: MARCO METODOLOGICO.....	4
TEMA TESIS.....	4
CASO.....	4
OBJETO DE ESTUDIO.....	4
PREGUNTA INICIAL.....	4
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
DELIMITACION.....	5
<i>TEORICA</i>	5
<i>TEMPORAL</i>	6
<i>GEOGRAFIA</i>	6
<i>UNIDAD DE ANALISIS</i>	6
<i>CULTURAL</i>	6
<i>SOCIAL-ECONOMICA</i>	7
JUSTIFICACION.....	7
OBJETIVOS GENERALES.....	8
OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	8
HIPOTESIS DE INVESTIGACION.....	8
METODOLOGÍA.....	9
ALCANCES Y LIMITACIONES DE LA INVESTIGACION.....	11
<i>LIMITE</i>	11
<i>ALCANCES</i>	11
MÉTODOS Y TÉCNICAS.....	11
CAPITULO II: MARCO TEORICO.....	13
2.1 PLAN DE NEGOCIO.....	13
2.1.1 <i>ASPECTOS GENERALES</i>	13
2.1.2 <i>ASPECTOS ESPECIFICOS EN EL PLAN DE NEGOCIO</i>	16
2.1.3 <i>LAS ALQUILADORAS EN MEXICO</i>	36
2.2 PYMES.....	38
2.2.1 <i>LAS PYMES EN MEXICO</i>	38
2.2.2 <i>LAS PYMES FAMILIARES</i>	44
CAPITULO III: PLAN DE NEGOCIO.....	48
3.1 RESUMEN EJECUTIVO.....	48
3.2 ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	49

3.2.1	JUSTIFICACION DEL SERVICIO	49
3.2.2	OBJETIVOS: CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO	49
3.2.3	MISION	50
3.2.3	DESCRIPCION DE LA EMPRESA	50
3.2.4	NOMBRE	50
3.2.5	ESTUDIO DE LA INDUSTRIA O SECTOR.....	50
3.2.6	VENTAS COMPETIVAS.....	51
3.2.7	ORGANIGRAMA	51
3.2.8	DESCRIPCION DE PUESTOS	52
3.2.9	SUELDOS Y SALARIOS.....	56
3.2.10	FIGURA JURIDICA.....	57
3.2.11	PROCESO DE RECLUTAMIENTO Y CONTRATACION	58
3.2.12	TRAMITES	63
3.3	ESTUDIO DE MERCADO	75
3.3.1	OBJETIVO DEL ESTUDIO.....	75
3.3.2	POBLACION Y DETERMINACION DE LA MUESTRA.....	75
3.3.3	ENCUESTA APLICADA.....	77
3.3.4	TABULADOR DE RESPUESTAS	79
3.3.5	RESULTADOS DE LA INVESTIGACION DE MERCADOS.....	81
3.3.6	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO	95
3.4	ESTUDIO TECNICO DE LA PRESTACION DEL SERVICIO.....	97
3.4.1	DIAGRAMA DE FLUJO DE LOS PROCESOS	97
3.4.2	REQUERIMIENTOS	100
3.4.3	PRESUPUESTO DE CAPITAL A 3 MESES.....	102
3.5	ESTUDIO FINANCIERO	103
3.5.1	BALANCE GENERAL HISTORICO	103
3.5.2	ESTRUCTURA FINANCIERA.....	103
3.5.3	TABLAS DE DEPRECIACION	104
3.5.4	CUADRO DE INGRESOS A 4 AÑOS.....	104
3.5.5	CUADRO DE COSTOS VARIABLES A 4 AÑOS.....	106
3.5.6	CUADRO DE COSTOS Y GASTOS TOTALES A 4 AÑOS	109
3.5.7	ESTADO DE RESULTADOS A 4 AÑOS.....	112
3.5.8	PRESUPUESTO DE FLUJO DE EFECTIVO A 4 AÑOS	114
3.5.9	BALANCE GENERAL A 4 AÑOS	118
3.5.10	EVALUACION FINANCIERA.....	122
3.6	CONCLUSIONES	124
	BIBLIOGRAFIA.....	131
	WEBLIOGRAFIA	132

CAPITULO 1: MARCO METODOLOGICO

TEMA TESIS

PROPUESTA DE CREACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIO

CASO

ALQUILADORA DE MOBILIARIO Y EQUIPO AUDIOVISUAL PARA EVENTOS SOCIALES

OBJETO DE ESTUDIO

PLAN DE NEGOCIO

PREGUNTA INICIAL

¿Cuanta inversión se necesita para crear una empresa de alquiladora de mobiliario y equipo audiovisual para eventos sociales y en cuanto tiempo se recupera la inversión inicial?

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad aún se tiene la tradición de festejar todo tipo de eventos desde un bautizo, confirmación, bodas y cumpleaños, por lo que es necesario el uso de sillas, mesas, manteles, para poder organizar una fiesta sin que esto sea necesariamente propiedad del que festeja.

Las alquiladoras ofrecen una variedad de mobiliario y equipo audiovisual a renta y por un determinado número de horas y, se puede dar una diferenciación en cuanto al servicio contratado que finalmente radica o se centra en la calidad y eficiencia del servicio, precio del mobiliario y el equipo que se encuentra a contratación.

En un primer momento, se considera establecer la alquiladora en la colonia prados agua azul en el cual se han localizado jardines de eventos sociales que no cuentan con mobiliario propio, por lo que surge otro posible mercado meta para ofrecer los servicios de renta de mobiliario y equipo audiovisual; sin embargo, a

partir de los resultados que se obtengan del estudio de mercado se podrá delimitar la ubicación final de esta alquiladora con el fin de poder alcanzar los objetivos generales del plan de negocio.

El mercado meta a investigar demográficamente es C y D ya que es un segmento poblacional en el que la cultura popular no ha sufrido cambios a lo largo del tiempo y aún tiene muy arraigadas sus costumbres por lo que se puede explotar el servicio de renta de mobiliario y equipo audiovisual.

Por lo anterior, en esta investigación se realizará un análisis financiero para determinar la inversión necesaria para poder iniciar una empresa de servicio de alquiler de mobiliario y equipo audiovisual, un estudio de mercado sobre qué productos son los más rentados que harán recuperar la inversión inicial en un plazo no mayor a un año una vez puesto en práctica este proyecto, para evitar la compra de productos innecesarios que derivarán en una inversión mayor e inventarios inactivos en almacén sin generar utilidades.

DELIMITACION

TEORICA

El autor Hersh Shefrin en su libro La Nueva Visión del Management, habla sobre cómo conducir las estrategias del negocio y su planificación, además de cómo dirigir de forma inteligente una compañía.

El autor Salvador Durbán en su libro Dirección Financiera, habla sobre la valoración de los proyectos empresariales; y rentabilidad y riesgo en las empresas.

Los autores Koontz y Wehrich, en su libro Elementos de Administración, habla sobre la base de la administración empresarial.

Chiavenato, en su libro Administración de Recursos Humanos, habla sobre la planeación, control y mantenimiento del personal en las empresas, así como de una administración eficiente.

Cohen y Asín en su libro Tecnologías de Información en los Negocios, habla sobre las tecnologías de apoyo a la toma de decisiones y la estrategia de negocios a través de tecnologías de información.

TEMPORAL

El estudio se realizará de manera longitudinal cubriendo el periodo de Diciembre 2012 a Julio 2013

GEOGRAFIA

Municipio de Puebla, Puebla.

UNIDAD DE ANALISIS

El sector demográfico del mercado meta a estudiar es C y D.

Los proveedores se encuentran localizados en la ciudad de Puebla, que son empresas especializadas en comercializar productos para bares, restaurantes, hoteles y cualquier empresa dedicada al mercado de los alimentos.

CULTURAL

Las costumbre del sector demográfico C y D, conservan tradiciones religiosas muy arraigadas al festejar a sus santos y cumpleaños mediante fiestas conmemorativas, o simplemente alguna ocasión que derive en realizar un evento social, en el cual se invitan generalmente a la familia y amigos derivando en un evento de más de cien personas que genera el servicio de alquiler de mobiliario y equipo.

En la actualidad hay nuevas tendencias en el mercado a estudiar ya que alquilan todos los servicios, desde la comida, el espacio, la decoración y el mobiliario a usar el cual produce nuestro nicho de mercado.

SOCIAL-ECONOMICA

Como se mencionaba en el sector demográfico a estudiar, al realizar un evento social de esas dimensiones, la cantidad de dinero a invertir es mayor, ya que no escatiman en los gastos y usualmente rentan todo tipo de servicios para que el evento sobresalga a anteriores realizados en la familia o círculo social.

JUSTIFICACION

Esta investigación ayudará a conocer el monto total de inversión necesaria para poder emprender un negocio de renta de mobiliario y equipo audiovisual para eventos sociales, y a identificar que productos son los más rentados y solicitados por el sector demográfico C y D que para este estudio es nuestro mercado meta.

Con los resultados de esta investigación se podrá tomar las decisiones necesarias para implementar este plan de negocios, que será la guía para evitar errores como: invertir en mobiliario y equipo que no generará una utilidad a la empresa, enfocarse en zonas en donde la competencia ya cubra el cien por ciento del mercado, ofrecer los productos con un precio mayor al establecido en el mercado meta.

La mayoría de las alquiladoras que se enfocan en el sector demográfico C y D no cuentan con los conocimientos administrativos necesarios para poder dirigir sus empresas eficientemente, por lo que este plan de negocios será de utilidad para emprender este proyecto reduciendo la probabilidad de fracaso por todos los estudios análisis previamente realizados.

Al poner en práctica un plan de negocio que derive a una microempresa o mediana empresa, los empleos generados son valiosos, sobre todo en la actualidad con una estancada crisis económica en donde recurrentemente se escuchan noticias sobre el desempleo en México, que genera inseguridad y una demanda de vacantes en todos los sectores comerciales de nuestro país.

De igual manera, este estudio servirá de base para investigaciones posteriores que se pretendan realizar sobre este sector de servicios.

OBJETIVOS GENERALES

Elaborar el plan de negocio para la creación de una alquiladora de eventos sociales mediante el cálculo de la inversión inicial y el estudio de mercado, determinando la viabilidad del estudio.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Realizar un estudio de mercado para conocer las posibles áreas geográficas en donde existe un nicho de mercado para cubrir las necesidades de renta de mobiliario y equipo audiovisual para eventos sociales.
- Identificar los elementos del análisis de la competencia para determinar el porcentaje de penetración en el mercado meta y que servicios está no está ofreciendo para poder cubrir.
- Identificar que mobiliario y equipo audiovisual para eventos sociales me harán recuperar mi inversión inicial.
- Conocer el monto de la inversión necesaria para poder emprender un negocio de renta de mobiliario y equipo audiovisual para eventos sociales.
- Elaborar un plan de negocio para conocer la viabilidad de este proyecto.

HIPOTESIS DE INVESTIGACION

Hi: El plan de negocios es una herramienta para la toma de decisiones.

Hi: El estudio de mercado identifica cual es el equipo más rentado.

H: El estudio de mercado determina la viabilidad del plan de negocio.

Hi: La inversión inicial determina la implementación de una empresa.

Hi: La etapa en que se encuentra el mercado meta determina la implementación de la empresa.

METODOLOGÍA

Sánchez (2010:177) habla sobre que es una investigación, y esta es fundamental en cualquier estudio que se quiera realizar, ya que son las fases que se deben seguir, por lo que define investigación como “un sistema que se descompone en una serie de fases y subfases cuya secuencia es una vez más la composición del todo.”

Eyssautier (2006:112) en su libro explica lo que es investigación y que esta se basa en la observación y experimentación, y lo define como: “la ciencia es investigación en cuanto a que ésta se puede definir también como una actividad de investigación empírica y de estudio sistemático que utiliza la observación y experimentación para establecer nuevos hechos o principios.”

El tipo de Investigación a utilizar será Cualitativa, ya que será una investigación que se aplicará a una muestra del universo que nos proporcionará un panorama y comprensión de nuestro problema a estudiar, incluyendo la flexibilidad que da este tipo de investigación.

Con frecuencia se basa en métodos de recolección de datos sin medición numérica y utiliza las descripciones y observaciones que se realicen en la investigación, que nos llevarán a resultados para comprobar las hipótesis planteadas.

McDaniel y Gates (2005:108) habla sobre el término de investigación cualitativa y que sus resultados no necesitan cuantificación por lo que afirma como investigación cualitativa “es un término que se utiliza libremente para referirse a una investigación cuyos descubrimientos no están sujetos a una cuantificación o a un análisis cuantitativo.”

Hernández (2010:7) afirma que en el enfoque cualitativo no se utiliza la medición numérica en la recolección de datos así que define como enfoque cualitativo “utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación.”

Al ser la investigación cualitativa no estadística, recopilaremos las expectativas de los participantes, las opiniones y experiencias sobre el tema a estudiar, que serán relevantes para sacar conclusiones de la investigación.

Arzate y Arteaga (2007:126) en su libro habla sobre ya una metodología cualitativa en la sociología en donde le da otro enfoque que no se había tomando en cuenta antes, y comenta que la metodología cualitativa se supone: “como una alternativa a una concepción de la sociología que entiende la acción social como racionalidad instrumental dominada por lo estructural y, por tanto, se distancia radicalmente de los métodos que recopilan información objetiva de lo social (métodos que usan tanto notaciones numéricas o lingüísticas)...”

Hernández (2010:9) define lo que es un investigador y alguna de sus funciones a lo largo que va desarrollando la investigación o estudio a realizar por lo que afirma: “el investigador o investigadora plantea un problema, pero no sigue un proceso claramente definido. Sus planteamientos no son tan específicos como en el enfoque cuantitativo y las preguntas de investigación no siempre se han conceptualizado ni definido por completo”.

Eyssautier (2006:124) en las investigaciones se utiliza un estudio en específico según lo que se va a plantear en el estudio, así que en su libro explica que: “el estudio descriptivo es aquel que detalla las características de las variables dentro de una situación, describe los fenómenos asociados con la población bajo estudio y estima las proporciones de esa población.”

Se empleará un estudio descriptivo aplicando encuestas en esta área para saber las necesidades de alquiler de mobiliario y equipo audiovisual y el precio que estarían dispuestos a pagar por este servicio, y una vez teniendo los resultados iniciar la implementación del plan de negocio.

El método inductivo se aplicará ya que consiste en ir de lo particular a lo general, es decir, empezar a investigar desde un caso en particular y mediante la investigación generar conclusiones generales del estudio de caso.

ALCANCES Y LIMITACIONES DE LA INVESTIGACION

LIMITE

Se realizará una propuesta de creación de una empresa de servicios en particular de renta de mobiliario y equipo audiovisual para eventos sociales, ya que debido al tiempo con el que se cuenta para realizar esta investigación no se podrá implementar, además de que es necesario conocer cuál es la inversión inicial y el mobiliario necesario para poder hacer frente a las necesidades de los consumidores y poder competir en este mercado.

ALCANCES

La finalidad de esta investigación es que a mediano plazo se cuente con el capital suficiente para poder implementar este plan de negocio y con todos los conocimientos adquiridos como resultado de los estudios de investigación que nos ayudarán a administrar eficientemente la empresa de servicios, además de contar con un estudio de mercado para que nos dará un mejor panorama de los competidores y del mercado meta.

MÉTODOS Y TÉCNICAS

Existen dos etapas fundamentales en el proceso de investigación:

En un primer momento las fuentes serán de segunda mano en la cual esta empezará con la revisión literaria acudiendo a la biblioteca, hemeroteca, fuentes cibernética, etc. Esto nos lleva a dividir la investigación en dos etapas:

1.- **Investigación Documental** se emplearán diversas fuentes de información como:

- a) Fuentes bibliográficas: Libros editados por autores reconocidos en el área de administración, finanzas y marketing.
- b) Fuentes Hemerográficas: Revistas especializadas del área.
- c) Fuentes Electrónicas: Buscadores confiables de internet.

2.- **Investigación de Campo**

Se apoya en las diferentes Técnicas de campo como: observación, cuestionario, encuesta y entrevista.

- Observación: es el examen atento de los diferentes aspectos de un fenómeno a fin de estudiar sus características y comportamiento dentro del medio en donde se desenvuelve éste.
- Cuestionario: es el documento en el cual se recopila la información por medio de preguntas concretas (abiertas o cerradas) aplicada a un universo o muestra establecidos, con el propósito de conocer una opinión. Tiene la gran ventaja que de poder recopilar información en gran escala debido a que se aplica por medio de preguntas sencillas que no deben implicar dificultad para emitir respuesta; además su aplicación es impersonal y está libre de influencias como en otros métodos.
- Encuesta: es una recopilación de opiniones por medio de cuestionarios o entrevistas en un universo o muestra específicos, con el propósito de aclarar un asunto de interés para el encuestador. Se recomienda buscar siempre agilidad y sencillez en las preguntas para que las respuestas sean concretas y centradas sobre el tópico en cuestión.
- Entrevista: es una recopilación verbal sobre algún tópico de interés para el entrevistador. A diferencia del cuestionario, requiere de una capacitación amplia y de experiencia por parte del entrevistador, así como un juicio sereno y libre de influencias para captar las opiniones del entrevistado sin agregar ni quitar nada en la información proporcionada.

CAPITULO II: MARCO TEORICO

2.1 PLAN DE NEGOCIO

2.1.1 ASPECTOS GENERALES

El plan de negocio no solo aplica como herramienta administrativa para las grandes empresas, sino también para las Pymes, ya que es un documento que le servirá de guía a los administradores para saber la ubicación exacta de donde están y hasta donde tienen que llegar como empresa.

Al realizar el plan de negocio y llevarlo hasta su conclusión, nos proyectará la situación real del mercado, la viabilidad de todo el proyecto y su rentabilidad, y con estos resultados se podrá tomar la decisión de implementar el proyecto o dejarlo en papel.

Así que su elaboración es importante y no solo para empezar un proyecto, sino también se puede realizar cuando la empresa ya está funcionando, con el fin de organizar la empresa, volverla más formal.

De esta manera le servirá de base si en algún momento necesitan solicitar algún préstamo de la banca privada o gubernamental, ya que en la mayoría de veces es requisito tener elaborado el plan de negocio.

Longenecker (2012:165) en su libro plantea una perspectiva general del plan de negocio para poder comprender los alcances y objetivos por lo que lo define como: “un documento que delinea el concepto básico en el que se basa un negocio y describe la forma en que dicho concepto se materializará –es decir, qué problema resolverá. Un plan de negocios es un plan sobre el juego que jugará el emprendedor; cristaliza los sueños y la esperanza que le motivarán a lanzarse al ruedo. El plan de negocios debe presentar la ida básica de su iniciativa de emprendimiento y detallar cuestiones como en dónde se encuentra ahora, hacia adónde desea llegar y cómo pretende hacerlo.”

El plan de negocio también da más ventajas, ya que al realizarlo, se puede vender el proyecto para que alguien más que si tenga la liquidez necesaria para poder emprender este proyecto.

Un buen plan de negocio es fundamental para poder pedir un préstamo, ya sea bancario como privado y gubernamental.

2.1.1.1 BENEFICIOS DE UN PLAN DE NEGOCIO

Todo plan de negocio tiene aspectos buenos y malos, sin embargo al hablar en general se puede decir que los planes de negocio dan suficiente ventaja para poder iniciar una empresa formalmente, y evitar posibles errores al emprender este nuevo proyecto.

Los empresarios mayores con empresas exitosas suelen decir que los planes de negocio no sirven, ya que ellos iniciaron sus empresas sin esta herramienta administrativa y tuvieron éxito, sin embargo en la actualidad es una herramienta obligada para solicitar cualquier crédito, son los objetivos y metas alcanzar de una forma planeada y clara.

Longenecker (2012:169) habla sobre que tan importantes es la planeación para toda nueva empresa, y que tan efectiva puede llegar a ser por lo que comenta: “la cuestión no es si elaborar un plan de negocios, sino cómo llevar a cabo una planeación efectiva, dada la situación. Por tanto, el problema va más allá de responder a la pregunta ¿Haré planeación?. Es más acerca de decidir cuánto planear. Al iniciar una empresa, un emprendedor deber realizar algunas concesiones, puesto que elaborar un plan de negocio requiere tiempo y dinero, dos recursos que siempre son escasos.”

“Un plan conciso es una forma abreviada de plan de negocios, que presenta sólo las cuestiones y proyecciones más importantes para la empresa. Como se enfoca principalmente en las cuestiones de mercado, como la fijación de precios, la competencia y los canales de distribución, el plan conciso es una fuente escasa de información de apoyo.”

Longenecker (2012:170) habla sobre otro tipo de plan, en donde cuenta con información completa y detallada de la empresa a iniciar, y define como plan integral: “un plan de negocios completo que ofrece un análisis profundo de los factores críticos que determinan el éxito o el fracaso de una empresa, junto con todos los supuestos básicos.”

“Tal plan es beneficioso cuando se describe alguna nueva oportunidad (nueva empresa), se enfrenta un cambio importante en el negocio o en el entorno externo (demografía cambiante, nueva legislación, desarrollo de tendencias en la industria), o se explica una situación de negocios compleja.”

2.1.1.2 CONTENIDO Y FORMATO DEL PLAN DE NEGOCIO

El plan de negocio es la carta de presentación de la nueva empresa, por lo que hay que realizarlo con mucho cuidado y detenimiento, sin dejar pasar algún detalle valioso, pero sobre todo, siempre hablando con la verdad en materia financiera.

Los aspectos a considerar en el plan de negocio son:

- Análisis mercadológico, es decir, como es el mercado, cuál es el producto, como se desenvuelve la competencia, cual es el precio promedio del producto, y las estrategias publicitarias.
- Análisis Financiero, hay que conocer cuál es el punto de equilibrio, cuáles son los costos de producción, los costos administrativos, el presupuesto inicial y lo más importante cual es la inversión inicial necesaria para poder emprender el nuevo proyecto.
- Plan de producción, esto aplica cuando es una empresa manufacturera o de producción.

Para poder empezar una empresa formal, hay 5 pasos que debes conocer:

- Definir y justificar la empresa: es por formular los objetivos a corto, mediano y largo plazo que se pretenden alcanzar, la filosofía corporativa que deben seguir todos los trabajadores de la empresa.

- **Mercadotecnia e Imagen:** realizar un análisis mercadológico del sector en donde se va a establecer la empresa, cual va a ser la imagen del producto, la publicidad que se va a emplear, cuál va ser la estrategia de lanzamiento de los productos.
- **Operación de la empresa:** después de la investigación de mercados, ya se puede tomar la decisión de la ubicación final de la empresa, del organigrama y que personas ocuparan los puestos financieros, y el perfil de los trabajadores de la empresa.
- **Planificación financiera y contable:** contar con un análisis presupuestal de cuanto se necesita de inversión inicial para el arranque de cada uno de los departamentos, y evitar gastos innecesarios.
- **Comparación financiera con la competencia:** es decir, que el costo de producción el producto o servicio esté aproximado al que tiene la competencia, ya que de lo contrario, estamos en desventaja en costos de producción, y de la misma forma aplica para todos los departamentos de la empresa.

2.1.2 ASPECTOS ESPECIFICOS EN EL PLAN DE NEGOCIO

2.1.2.1 RESUMEN EJECUTIVO

En un plan de negocio, la primera sección es la más importante, ya que es un resumen o sinopsis de todo el proyecto, es un escrito breve con un máximo de dos o tres hojas y sobre todo una redacción clara y sencilla, en donde se van a mencionar los puntos más importantes del plan de negocio, este resumen proporcionara una visión de oportunidades, la redacción debe de crear un ambiente de optimismo, seguridad y certeza de que el plan de negocio es totalmente viable.

El resumen ejecutivo resaltará la ventaja competitiva del proyecto, el mercado meta del producto o servicio que se va a ofrecer, describirá un panorama de la industria mencionando los posibles competidores y productos sustitutos.

Este relato o descripción debe mantener al lector interesado en todo momento, debe llevar emoción sin llegar hacer un relato sentimentalista, iniciando

con la historia de la empresa, una descripción de la empresa mencionando cuando se inició, la ubicación de esta, los objetivos a corto y largo plazo, la ventaja competitiva que los definirá y resaltará en todo el mercado, la naturaleza y actividad primaria de la empresa y proyectando a los posibles clientes.

También se debe mencionar la constitución jurídica de esta, la situación económica y si necesita algún tipo de financiamiento o si va encaminada a buscar algún grupo de inversionistas.

Longenecker (2012:173) en su libro comenta sobre los aspectos esenciales que debe contener todo plan de negocio, y los divide en 4 partes, el primero define el resumen ejecutivo “sección del plan de negocio que transmite un panorama claro y conciso de la iniciativa de emprendimiento propuesta.

2.1.2.2 EL PLAN ORGANIZACIONAL

ESTRUCTURA LEGAL DE LA ORGANIZACION

Una vez que ya tenemos clara nuestra idea de negocio y como nos visualizamos a futuro, es tiempo de pensar en la elección de la forma legal de organización de la empresa por lo que Longenecker (2012:234) habla sobre la propiedad individual y la describe como “la forma más básica de organización legal, es una empresa propiedad de una persona. Un propietario individual tiene derecho sobre todos los activos de la empresa y esta sujeto a todas las demandas por parte de los acreedores.”

Longenecker (2012:236) en su libro también comenta sobre las empresas que se conforman como sociedades y las describe como “una sociedad es una entidad legal formada por dos o más copropietarios para operar una empresa a cambio de utilidades. Debido a la naturaleza voluntaria de la sociedad, los propietarios pueden establecerla con rapidez y evitar muchos de los requerimientos jurídicos que supone crear una corporación. Una sociedad reúne los talentos gerenciales y el capital de las personas que se unen como socios del negocio.”

Al formar la empresa como sociedad es fundamental contar con un acta constitutiva así que Longenecker (2012:240) la describe como “un documento que establece la existencia de una corporación.”

En esta acta constitutiva debe incluir los derechos y obligaciones de cada accionista, cuantas acciones serán emitidas y la forma de pago de estas, el porcentaje de acciones que tendrá cada accionista y estatutos obligatorios que debe contener el acta constitutiva, de igual manera las causas de recesión de este contrato y procedimientos necesarios en caso de muerte de uno de los accionistas.

También existen empresas sin fines de lucro, pero esto dependerá del fin por el cual se está constituyendo la empresa inicialmente y los objetivos de los futuros dueños de esta.

MISION, VISION Y PLANEACION DE LA ORGANIZACION

En este plan organizacional se empieza a darle forma la empresa, iniciando con conceptos que definan a la organización, y establecer los objetivos generales y específicos de este nuevo proyecto

El contar con una misión y visión en nuestra empresa es importante ya que son las guías del porque iniciamos la empresa, del motivo y hasta donde esperamos estar en un futuro, es el motivo de ser de una empresa.

Todas las personas que laboran o laborarán en la empresa la deberán de conocer la misión y visión para poder vincularse totalmente con la empresa, para conocer los objetivos y metas que se deben alcanzar.

Longenecker (2012:561) en su libro habla sobre las actividades de planeación y lo define como “la ruta básica de una empresa para el futuro se describe en un documento llamado plan a largo plazo o plan estratégico. Los planes a corto plazo son planes de acción diseñados para tratar con las actividades en producción, marketing y otras áreas durante un periodo de un año o menos. Una parte importante de un plan operativo a corto plazo es el presupuesto, documento que expresa los planes futuros en términos monetarios.”

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

En el plan de negocio, hay que incluir el organigrama, las descripciones de los puestos vacantes, para poder tener una visión más exacta de cómo será la empresa y el total de personas requeridas para ponerla en marcha.

Longenecker (2012:563) en su libro comenta sobre como crear una estructura organizacional y la importancia de ésta en la empresa, y define cadena de mando como: “a las relaciones entre superior y subordinado con un flujo descendente de instrucciones, pero incluye mucho mas. También es un canal de comunicación de dos días.”

Longenecker (2012:563) de igual manera describe que son las organizaciones así que comenta que una organización lineal es “cuando cada persona tiene un supervisor a quién él o ella reporta y pide instrucciones. Todos los empleados participan en forma directa en el trabajo de la empresa, producción o en el desempeño de tareas de oficina o de finanzas. La mayoría de las empresas muy pequeñas (por ejemplo, aquellas con menos de 10 empleados) usan esta forma de organización.”

“Una organización lineal y de staff es similar a una organización lineal en cuanto a que cada persona reporta a un solo supervisor. Sin embargo, una estructura lineal y de staff también tiene un staff de especialistas que desempeñan servicios específicos o actúan como consultores de la gerencia en áreas particulares. El staff de especialistas puede incluir un gerente de recursos humanos, un técnico de control de producción, un experto en control de calidad y un asistente de la presidencia. La organización lineal y de staff, en cierta forma, se utiliza en muchas empresas pequeñas.”

Al contar con un organigrama los directivos o dueños de la empresa se tienen que delegar obligaciones y darles autonomía a los trabajadores y Longenecker (2012:564) define que la delegación de autoridad es: “cuando un gerente otorga a los subordinados el derecho de actuar o tomar decisiones. Entregar algunas funciones a los subordinados al delegar autoridad libera al superior para desempeñar tareas más importantes.”

Por lo que al tener un organigrama definido es tiempo de realizar los análisis y descripción de puestos, en donde se definen las obligaciones de cada puesto, se realiza una descripción detallada del perfil que se necesita que tenga la persona a contratar, desde la educación, conocimientos, experiencia laboral, edad, sexo, con la finalidad de que pueda realizar el trabajo que se necesita en el puesto de trabajo.

PROCESO DE CONTROL Y COMUNICACION

Una vez que se ha contratado al personal para laborar en la nueva empresa hay que establecer control en las operaciones y Longenecker (2012:565) habla sobre que “el proceso de control comienza con el establecimiento de estándares, que se determinan mediante la planeación y el establecimiento de metas. Los encargados de la planeación traducen las metas en normas (estándares) al hacerlos medibles. Se requiere de una acción correctiva cuando el desempeño se desvía de manera significativa del estándar en una dirección no favorable. Para evitar que el problema recurra, dicha acción debe seguirse después de un análisis de la causa de la desviación.”

Longenecker (2012:565) comenta en la comunicación es importante en las organizaciones y dice: “que otra clave para una organización sana es una comunicación efectiva, es decir, hacer que los gerentes y los empleados hablen entre si y compartan de manera abierta sus problemas e ideas. El resultado es una comunicación de dos vías, lo que dista mucho de la idea antigua de que los gerentes dan las órdenes y los empleados simplemente las realizan.”

Las organizaciones sanas siempre van orientadas al éxito, los trabajadores se sienten a gusto trabajando en este tipo de empresas, en donde sus opiniones e ideas son tomadas en cuenta, todas las personas trabajan en sintonía y por el mismo objetivo.

Externamente esta empresa refleja excelencia y calidad en todos sus procesos y se vuelve una empresa idónea para trabajar, por lo que los empleados son de calidad ya que el sueldo es bueno y el ambiente de trabajo propicia la superación personal y profesional.

RECLUTAMIENTO, SELECCIÓN Y DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

Es importante contar con los procedimientos de contratación establecidos, la forma de reclutamiento y selección del personal y la tabulación de los sueldos para contar con un mayor control.

La selección y reclutamiento del personal empieza con las fuentes de empleo, que pueden ser en escuelas, anuncios en periódicos o revistas, agencias de empleo privadas, oficinas públicas de empleo, y publicación de vacantes en internet.

Longenecker (2012:588) en su libro habla sobre la descripción de puesto y la define como: “la descripción o resumen del trabajo que se realizará en un puesto en particular. Las tareas listadas en una descripción de puestos no deben definirse de manera demasiado estrecha. Es importante que esas descripciones minimicen el traslape, pero también que eviten crear una mentalidad de “ese no es mi trabajo”. La competencia técnica es tan necesaria en las pequeñas empresas como lo es en las empresas grandes, pero la versatilidad y la flexibilidad pueden ser aún más importantes.”

“En el proceso de analizar un puesto, un analista debe listar el conocimiento, las habilidades, las capacidades y otras características que un individuo deba tener para desempeñar el trabajo. Este estado de requerimientos se llama especificaciones o perfil del puesto y bien puede ser parte de la descripción del puesto.”

CAPACITACION

En las organizaciones existen planes de capacitación, todas orientadas a mejorar procesos operacionales deficientes en la empresa y también a mejorar procesos implementando nuevos procesos.

Longenecker (2012:594) dice que en las organizaciones la capacitación es pieza clave y que toda organización debe de contar con estos planes: “la capacitación de los empleados es una parte integral de los programas exhaustivos de administración de la calidad. Aunque la administración de la calidad se ocupa de maquinas, materiales, procesos y mediciones, también se practica en el desempeño

humano. Capacitar para un desempeño de calidad es, hasta un grado considerable, parte del rol de supervisión de todos los gerentes. Además, se pueden usar clases especiales y seminarios para enseñar a los empleados la importancia del control de calidad y formas en las cuales producir trabajo de calidad.”

Al iniciar a laborar en las empresas, algunas dan capacitación de instrucción en el puesto, es decir, la capacitación es para enseñar demostrar las funciones a realizar el nuevo empleado, generalmente enseñan las funciones básicas del puesto, y proporcionan un manual de inducción de los procedimientos del puesto.

SALARIOS NIVELES DE PUESTO Y CONTRATOS

Las pequeñas empresas normalmente no pueden pagar altos salarios, en comparación con las grandes empresas, de igual manera los contratos y beneficios que ofrecen son los mínimos que dicta la ley, no pueden ofrecer descuentos en centros comerciales como las grandes empresas por lo que generalmente con la última opción para cualquier persona que se encuentra buscando un empleo.

Estos empleadores dependen de personas que no cuentan con los suficientes conocimientos o experiencia profesional para ser contratado en una gran empresa por lo que se deben conformar con estos empleos.

Longenecker (2012:598) en su capítulo de administración de recursos humanos habla sobre los incentivos financieros: “los planes de incentivos están diseñados para motivar a los empleados a incrementar su productividad. Los salarios de incentivos pueden constituir las ganancias completas de un empleado o apenas complementar los sueldos o salarios regulares. El sistema de comisiones para vendedores es un tipo de compensación por incentivos. El destajo es un incentivo financiero que se basa en el pago con base en el número de unidades producidas.”

Este autor Longenecker (2012:599) también especifica que “los beneficios de los empleados incluyen pagos por parte del empleador de rubros como seguro social, vacaciones, días feriados, seguro médico y compensación de retiro. Las empresas pequeñas son menos generosas, por lo general, que las empresas grandes en lo que se refiere a brindar beneficios a sus empleados. Aun así, el costo

de esos beneficios es una parte significativa de los costos de mano de obra para estas empresas.

Los contratos en las organizaciones pueden ser contratos individuales y contratos colectivos; los contratos individuales son entre la empresa y el empleado ya sea por obra determinada, por tiempo determinado, destajo o tiempo indeterminado, estableciendo la forma de trabajo, días de descanso, beneficios, obligaciones, y todo lo que marca la ley.

Los contratos colectivos son entre la empresa y un sindicato formado por un grupo de trabajadores de la empresa en donde se negocia los términos de contratación y beneficios, este contrato es para muchas personas y mucho más complejo, por lo que las pequeñas empresas no realizan este tipo de contrataciones.

2.1.2.3 EL PLAN DE MARKETING

El plan de negocio incluye un plan de marketing, en donde se planeará las estrategias que seguirá la empresa en cuanto al producto, precio, plaza y promoción, en esta sección se describirá la manera de actuar y reaccionar ante situaciones específicas.

El plan de marketing debe de estar orientado a la pequeña empresa, en donde lo más importante sea el consumidor y en esta estrategia orientada al consumidor abarcará la producción y las ventas.

Una filosofía de mercadotecnia orientada al consumidor de una Pyme, ya que es imposible llevar a la práctica filosofías hechas para las grandes empresas, en donde cuentan con un presupuesto especial para desarrollar e implementar nuevas estrategias de marketing, en contraste con las Pymes en donde cuentan con recursos escasos y un gasto como la contratación de un consultor de marketing es impensable.

Longenecker (2012:200) habla sobre el concepto de marketing para las pequeñas empresas ya que esta definición describe el concepto de marketing enfocado a las Pymes “el marketing para las pequeñas empresas está integrado por actividades de negocios que dirigen la creación, desarrollo y entrega de un conjunto

de satisfactores del creado al usuario meta. Esta definición enfatiza los beneficios que los clientes obtendrán del producto y/o servicio en tres niveles: producto/servicio centrales, producto/servicio reales y producto/servicio aumentados.”

Al empezar a implementar estrategias con una filosofía orientada al consumidor, lo primero que se necesita es conocer el mercado, quien es la competencia, cual es la conducta de la oferta y demanda y saber reconocer cuáles son nuestras fortalezas pero sobre todo nuestras desventajas y empezar a trabajar en convertirlas en oportunidades.

Así que es importante realizar un análisis del mercado, con el fin de saber exactamente en donde se encuentra parada la empresa y las oportunidades y debilidades con las que nos vamos a enfrentar así que Longenecker (2012:202) define análisis de mercado como “un proceso de ubicar y describir a los clientes potenciales. Las actividades de marketing también abarcan el producto y/o servicio, la fijación de precios, la promoción y la distribución, los cuales se combinan para formar la mezcla de marketing.”

En todo plan de negocio es fundamental el mencionar con mucho detalle la competencia, ya que con frecuencia ignoran la realidad o cuentan con pensamientos poco realistas sobre el tema.

El estudio de la competencia nos abrirá los ojos a la realidad a lo que realmente la empresa enfrentará y si está preparado para hacerle frente, si cuenta con las herramientas necesarias para alcanzar el éxito.

LA ESTRATEGIA DE MARKETING

Es una sección en el plan de negocio así que Longenecker (2012:205) en su libro dice “la estrategia de marketing constituye la sección más detallada del plan de marketing y, en muchos casos, es un tema de análisis exhaustivo por parte de los inversionistas potenciales. Tal estrategia fija el curso de las acciones de marketing que serán decisivas para el éxito de la visión del propietario. Una cosa es saber que existe un mercado meta grande para un producto o servicio y otra poder explicar porque los clientes le comprarán su producto o servicio.”

Al hablar de la mezcla de marketing nos enfocamos en las 4 P en donde se enfatizan las áreas que la nueva empresa debe de tener bien definidas y presentes pero sobre todo la manera en que las va a abordar, así que Longenecker (2012:206) habla de las 4P:

- 1) “decisiones de producto que transformarán la idea básica de producto o servicio en un conjunto de satisfactores.
- 2) Plaza, también llamada distribución, son la actividades concernientes a la entrega del producto a los clientes.
- 3) Decisiones de fijación de precios que establecerán un valor de intercambio aceptable sobre el producto o servicio totales.
- 4) Actividades promocionales que comunicarán la información necesaria a los mercados meta.”

PRODUCTO

Longenecker (2012:206) comenta sobre la sección de producto o servicio, los elementos que debe contener esta sección y dice: “la sección sobre el producto o servicio del plan de marketing incluye el nombre del producto o servicio y el nombre de la empresa y la razón por la que se eligió. Se debe describir cualquier protección jurídica que exista sobre los nombres. También es importante explicar la lógica en la que se baso tal elección de nombre.”

La selección del nombre del producto es esencial, ya que define al producto en una palabra, y esta debe de ser clara y fuerte, implícitamente debe de diferenciar el producto de la competencia, y el nombre debe de tener relación directa con el producto o servicio, ya que el escoger erróneamente el nombre, puede llevar a que nuestro producto fracase.

El nombre del producto también puede estar ligado con el apellido del emprendedor, y este será de ayuda si la familia de este es de renombre o ya cuenta con otra gama de productos relacionado en el mercado, sin embargo esta relación del nombre del producto con la familia, tendrá reciprocidad con la calidad de los otros productos que ya se encuentran en el mercado.

La sección del producto o servicio también toma en cuenta el empaque y embalaje y Longenecker (2012:207) dice sobre te tema que “en el plan de marketing, otros componentes del producto total, como el empaque, deben presentarse a través de dibujos. En ocasiones, es aconsejable contratar a consultores profesionales de diseño de empaque para desarrollar estos dibujos. En esta sección también es necesario analizar lo planes de servicio al cliente, como garantías y políticas de reparación. Todos estos elementos de la estrategia de marketing deben estar relacionados directamente con la satisfacción del cliente.”

DISTRIBUCION

La sección de distribución abarca el cómo se va a distribuir el producto o servicio, si se tienen planes y estrategias definidas en el plan de negocio para poder hacer frente a las necesidades del consumidor final, o si se contratará un intermediario especializado para que cubra esta parte de la empresa que por el momento no puede hacer.

La venta al detalle es lo más simple, ya que solo se requiere de un establecimiento fijo en donde el cliente final llega a comprar el producto y se va, sin embargo si se piensa en dar el servicio de entrega a domicilio, se debe contar con una flotilla mínima de vehículos para el transporte del producto o servicio hasta la ubicación final de este.

El tema de las exportaciones aún es más complicado, ya que el empresario debe de contar con conocimientos sobre comercio exterior, aduanas y legislaciones para poder exportar el producto, por lo que debe de tener en cuenta que se necesita contratar a personas especializadas en esta área o contratar servicios especializados.

En esta sección de distribución también se toma en cuenta la plaza, que es la ubicación final de la empresa, y los consumidores meta del segmento de mercado a cubrir, y esto se determina mediante una investigación de mercado, que arrojará resultados sobre la localización ideal para la empresa, los consumidores que se pueden atraer y el segmento de mercado idóneo para el producto o servicio.

PRECIO

Longenecker (2012:208) comenta sobre la importancia en la fijación de precios por lo que dice que: “el precio de un producto o servicio debe cubrir al menos el costo que supone llevarlo a los clientes. Por tanto, la sección de fijación de precios debe incluir un programa tanto de los costos de producción como de marketing. En caso de precios alternos se deben incluir cálculos del punto de equilibrio. Sin embargo, no es aconsejable fijar un precio sólo con base en un análisis del punto de equilibrio, puesto que ignora otros aspectos de la fijación de precios. Si el emprendedor ha encontrado un nicho realmente único, él o ella podrán establecer un precio alto, al menos a corto plazo.”

Al fijar el precio se debe de tomar en cuenta los precios de la competencia, ya que sería imposible entrar al mercado con un precio muy alto del producto o servicio en donde el consumidor jamás lo comprará, sin embargo si se incursiona en el mercado con un precio muy bajo, el consumidor puede pensar que el producto no es de buena calidad, por lo que se debe de encontrar el equilibrio perfecto para que el producto sea aceptado.

PROMOCION

En esta sección Longenecker (2012:209) habla sobre la promoción el plan de marketing y describe que: “el enfoque del emprendedor de crear conciencia del producto o servicio en el cliente, y explicar la razón de que los clientes se sentirán motivados a comprar. Entre las opciones promocionales de la empresa que el emprendedor tiene en sus manos está la venta personal y la publicidad. Si se utilizará la publicidad, se debe incluir una lista de los medios de comunicación empleados y una descripción de los temas publicitarios.”

La promoción en la estrategia de marketing es lo que impulsará el producto o servicio al mercado meta, es la manera en que se dará a conocer, por lo que se debe de dar importancia ya que una mala promoción conllevará a que el consumidor final no le de atención a producto o que lo catalogue como de mala calidad, así que si se tienen los recursos necesarios, se puede contratar los servicios de un asesor para que realice una campaña de introducción de producto al segmento

de mercado y que genere resultados positivos en la mente del consumidor atrayendo su atención para posicionar el producto en su mente y le genere la necesidad de comprarlo.

INVESTIGACION DE MERCADOS

Longenecker (2012:209) define como investigación de mercados como: “el proceso de recabar, procesar, interpretar y reportar información de mercado. Todo se trata de averiguar lo que desea saber. Una pequeña empresa suele realizar menos investigación de mercados que una empresa grande, en parte debido a los gastos que ésta implica, pero también porque el emprendedor suele no atender a cabalidad del proceso de investigación básico. Por tanto el análisis de investigación de mercados se enfoca en las técnicas y prácticas más utilizadas que los emprendedores pueden emplear a medida que analizan los mercados meta potenciales y hacen preparativos para desarrollar sus planes de marketing.”

Este proceso de investigar el mercado meta se debe de llevar a cabo al realizar el plan de negocio, para poder definir los alcances reales del producto o servicio a introducir, esta investigación genera un costo, y la profundidad de esta investigación será proporcional al presupuesto con el que se cuente.

Los datos arrojados de esta investigación son de gran utilidad ya que son la base de todas las estrategias y planeaciones que se desarrollarán en el plan de negocio, ya que los resultados son la guía para las implementaciones que se harán en el proyecto de creación de una nueva empresa.

2.1.2.4 ANALISIS FIANCIERO

En todo plan de negocio y al emprender un nuevo proyecto hay que dedicarle tiempo al análisis de los estados financieros, que son los que nos van a dar la información necesaria sobre la salud de la empresa, nos arrojarán resultados necesarios para la toma de decisiones en la empresa y si la empresa se encuentra en riesgo y necesita urgentemente nueva inversión.

Así que Longenecker (2012:293) define como estados financieros: “los informes del desempeño y los recursos financieros de una empresa, incluyen el estado de resultados, el balance general y el estado de flujo de efectivo.”

ESTADO DE RESULTADOS

Dentro de los estados financieros encontramos el estado de resultados o estado de pérdidas y ganancias y Longenecker (2012:297) lo describe como: “un informe financiero que muestra el monto de las utilidades o pérdidas derivadas de la operación de una empresa durante un periodo determinado, mediante la siguiente ecuación:”

$$\text{Ventas (ingresos)} - \text{Gastos} = \text{Utilidades (ganancias)}$$

De igual manera Longenecker (2012:297-300) en su libro define los siguientes conceptos:

- Gastos de operación: son los costos relacionados con el marketing y la venta del producto o servicio de una empresa, gastos de administración o generales, y depreciación.
- Utilidades de operación: son las ganancias después de los gastos de los gastos de operación, pero antes de pagar intereses e impuestos.
- Gastos financieros: el costo del dinero prestado.
- Utilidad antes de impuestos (utilidad gravable): son las ganancias antes de los gastos de operación y los gastos financieros, pero antes de impuestos.
- Utilidad neta: ganancias que pueden distribuirse a los propietarios o invertirse en la empresa.
- Depreciación: el costo de instalaciones y equipo de una empresa distribuido sobre su vida útil.
- Márgenes de utilidad: es la utilidad como porcentaje de las ventas.

EL BALANCE GENERAL

Longenecker (2012:301) habla sobre la importancia de los estados financieros y lo que el balance general aporta a la empresa y lo describe como: “un informe financiero que muestra los activos, obligaciones y capital de propiedad de una empresa en un punto específico del tiempo.”

$$\text{Activo total} = \text{Pasivo} + \text{Capital}$$

Longenecker (2012:302-303) en su libro comenta sobre los activos y define: “los activos representan lo que la empresa posee y que cuenta con valor monetario y se dividen en *activo circulante, *activo fijo y *otros activos, que los define de la siguiente manera:

- a) **Activo circulante** (capital de trabajo): activos que pueden convertirse en efectivo de forma relativamente rápida.
- b) Cuentas por cobrar: el monto del crédito otorgado a los clientes que actualmente está pendiente de cobro.
- c) Inventario: productos y materias primas que una empresa mantiene en anticipación a las eventuales ventas.
- d) Ciclo del capital de trabajo: proceso de convertir el inventario en efectivo.
- e) **Activo fijo** (propiedades, planta y equipo [PPE]): activos físicos que serán utilizados en la empresa por más de un año, como equipo, edificios y terrenos.
- f) Activos depreciables: activos cuyo valor disminuye, o se deprecia, con el tiempo.
- g) Activo fijo bruto: activos depreciables en su costo original, antes de tomar cualquier depreciación.
- h) Depreciación acumulada: gasto total (acumulado) de depreciación tomado sobre la vida de un activo.
- i) Activo fijo neto: Activo fijo bruto menos la depreciación acumulada.
- j) **Otros activos:** productos y materias primas que una empresa conserva en anticipación a la eventual venta.

Longenecker (2012:304) en su libro habla que dentro del balance general además de activo hay otro concepto que es el Pasivo y Capital y dice: “el pasivo y capital, indica la forma como se encuentran financiados sus activos. El financiamiento proviene de dos fuentes principales: pasivo (obligaciones) y capital contable. Los pasivos son recursos prestados y que deben pagarse a una fecha predeterminada. El capital contable, por otro lado, representa la inversión de los propietarios en la empresa, los recursos que personalmente invirtieron en ella sin una fecha específica para su devolución. Los propietarios recuperan su inversión retirando recursos de la empresa en forma de dividendos o vendiendo su propiedad en ella.”

Longenecker (2012:304-306) comenta que los pasivos se dividen en *pasivo circulante a corto plazo y * pasivo a largo plazo, también en su libro define varios conceptos relacionados con el pasivo y capital de la siguiente manera:

- a) **Pasivo:** financiamiento otorgado por los acreedores.
- b) **Pasivo circulante** (obligaciones a corto plazo): recursos prestados que deben liquidarse en un plazo no mayor de 12 meses.
- c) Cuentas por pagar (crédito de los proveedores): crédito pendiente por pagar a los proveedores.
- d) Gastos acumulados: gastos de operación en los que se ha incurrido y que no se han liquidado.
- e) Obligaciones a corto plazo: acuerdos para liquidar montos de recursos prestados por bancos u otras fuentes de crédito para un periodo máximo de 12 meses.
- f) **Pasivo a largo plazo:** préstamos de bancos u otras fuentes con términos para su liquidación mayores a 12 meses.
- g) Obligaciones a largo plazo: acuerdos para liquidar cantidades de efectivo prestadas por bancos u otras fuentes de crédito por periodos mayores de 12 meses.
- h) Hipoteca: pasivo a largo plazo otorgado por un acreedor donde un bien raíz se compromete como colateral.

- i) **Capital social:** inversiones de los propietarios en una empresa más la utilidad neta acumulada y retenida en la misma.
- j) Utilidades retenidas: utilidades menos dividendos pagados durante la vida de una empresa.

EL ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

Longenecker (2012:312) comenta sobre la administración efectiva de la empresa en tema de financiamiento y sobre los informes necesarios con los que deben contar por lo que define el estado de flujo de efectivo como: “un informe financiero que muestra los orígenes y las aplicaciones del efectivo de una empresa.”

Longenecker (2012:313-314) al hablar sobre el estado de flujo de efectivo define varios conceptos relacionados como:

- a) Contabilidad en base acumulada: método contable para registrar las utilidades cuándo se obtienen y los gastos cuando se incurre en ellos, sin importar si las utilidades ya fueron recibidas o los gastos pagados.
- b) Contabilidad en base efectivo: método contable para registrar las utilidades cuándo se recibe el efectivo y de registrar los gastos cuando éstos se pagan.
- c) Actividades de flujo de efectivo: actividades de operación, inversión y financiamiento que generan entradas o salidas de efectivo.

Longenecker (2012:314) comenta sobre las actividades de flujo de efectivo y las divide en 3:

- a) Flujos de efectivo de las operaciones cotidianas de una empresa: es relevante conocer el monto de efectivo que se genera en el curso normal de la operación cotidiana de un negocio, iniciando con la adquisición de inventario a crédito, la venta a crédito, el pago de inventario y finalmente el cobro de las ventas realizadas a crédito.

- b) Inversión en activo fijo: adquisición o venta de activo fijo cuando una empresa adquiere (o vende) activo fijo, como equipo y edificios, se generan entrada (o salidas) de efectivo. Estos flujos de efectivo no son parte de las operaciones cotidianas regulares y, por consecuencia, no se incluyen en el estado de resultados; únicamente se presentan como cambios de un balance general al siguiente.
- c) Financiamiento en activo fijo: las entradas y salidas de efectivo se presentan cuando la empresa pide recursos o liquida una deuda; cuando distribuye recursos a los propietarios, como cuando se pagan dividendos; o cuando los propietarios ingresan recursos a la empresa en forma de capital adicional.

EVALUACION DEL DESEMPEÑO FINANCIERO DE UNA EMPRESA

Los empresarios necesitan información detallada y clara para la toma de decisiones dentro de la empresa, de igual manera necesitan evaluar el desempeño financiero de su proyecto, y estas decisiones afectan directamente a la empresa y Longenecker (2012:318) dice que afectan de cuatro formas:

- a) La capacidad de la empresa para pagar sus pasivos cuando se vencen. En otras palabras ¿la empresa cuenta con capacidad de hacer frente a sus compromisos de pasivos a corto plazo (un año o menos)?
- b) La rentabilidad de la empresa a partir de sus activos. ¿La empresa obtiene una adecuada tasa de rendimiento sobre sus activos?. No existe cuestión más importante cuando se trata de determinar si una empresa es fuerte económicamente hablando.
- c) El monto de los pasivos que utiliza la empresa. La utilización de pasivos incrementa el riesgo de la empresa, pero también puede aumentar la tasa de rendimiento esperada sobre la inversión de capital de los propietarios.

- d) La tasa de rendimiento obtenida por los propietarios sobre su inversión de capital. Todas las decisiones en último término afectan el rendimiento obtenido por los propietarios sobre la inversión de capital en la empresa.

Para ello existen varios indicadores que revelan información valiosa y Longenecker (2012:319-323) comenta sobre estas razones financieras.

- a. Liquidez de Pendley&Associates (capacidad para pagar su deuda): este autor habla sobre la razón financiera que ayuda a saber si la empresa puede hacer frente a la deuda que va a tomar y define: “la liquidez de una empresa depende de la disponibilidad de efectivo para hacer frente a las obligaciones de deuda que vencen. La razón circulante tradicionalmente se utiliza para medir la liquidez de una empresa. Esta proporción compara el activo circulante de una empresa con su pasivo circulante, del siguiente modo”:
- b. Rentabilidad sobre los activos de Pendley&Associates: es una razón financiera que nos indica si es factible invertir los activos de la empresa para generar utilidad y el autor lo define: “rendimientos sobre los activos medida de la rentabilidad de una empresa en relación con su nivel de activos; se determina al dividir la utilidad de operación entre el activo total. Margen de utilidad de operación es la medida del desempeño de una empresa para controlar su costo de los bienes vendidos y gastos de operación en relación con las ventas, y se determina al dividir la utilidad de operación entre las ventas. Rotación del activo total es la medida de la eficiencia de una empresa para utilizar sus activos para generar ventas; se calcula al dividir las ventas entre el activo total.”
- c. Pasivos de Pendley&Associates: es la razón financiera en donde nos indica cuanta deuda tenemos en la empresa y el autor la define: “razón de deuda es la medida del porcentaje de activos en una empresa financiados por los pasivos; se determina al dividir el pasivo total entre el activo total.”
- d. Rendimientos sobre el capital de Pendley&Associates: es la razón financiera que nos indica los rendimientos esperados para los inversionistas en la empresa y el autor la define: “rendimiento sobre el capital es la medida de la

tasa de rendimiento que los propietarios reciben sobre su inversión de capital; se calcula al dividir la utilidad neta entre el capital social. El apalancamiento financiero es el impacto (positivo o negativo) del financiamiento con pasivos en lugar de capital.”

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

El gobierno está desarrollando nuevos programas para emprendedores e incubadoras de negocio, para apoyar a este sector, que si se le pone la debida atención, puede explotar y generar millones de nuevos empleos, colaborando con el crecimiento tan necesario del país.

Estas fuentes de financiamiento se dividen en:

- a. **FUENTES CERCANAS AL HOGAR:** estas fuentes las encontramos desde nuestros ahorros personales, el préstamo de dinero de amigos y familiares y tarjetas de crédito del nuevo empresario. Estas fuentes son las más usadas por los emprendedores ya que muchas veces les es imposible el que un banco les preste dinero al no contar con garantías
- b. **FINACIAMIENTO BANCARIO:** De la misma forma, los bancos también cuentan con apoyos para las pyme, y uno de los requisitos es contar con un plan de negocio, en donde se puede analizar la proyección y límites de la nueva empresa. Los bancos cuentan con diferentes tipos de préstamos como las líneas de crédito especiales para las Pymes, los préstamos a plazo que van desde los 5 a 10 años según la conveniencia y el monto del préstamo y por último las hipotecas que pueden ser de carácter mobiliario que es con bien mueble que queda como garantía o una hipoteca inmobiliaria que se deja como garantía un terreno o edificio. Es importante que el emprendedor evalúe estas opciones en cuanto a financiamiento bancario ya que debe de realizar una investigación precisa sobre las tasas de intereses que cobran los bancos, ya que generalmente la deuda se duplica si el plazo es

mayor, siempre hay que buscar la mejor opción y la menor tasa de interés.

- c. **PROVEEDORES DE NEGOCIOS Y PRESTAMISTAS BASADOS EN ACTIVOS:** este financiamiento se da cuando el proveedor le abre una línea de crédito a la nueva empresa, por lo que la Pyme realiza sus compras a crédito y a plazos mayor a 30 días, también existen prestamistas que dan préstamos basado en activos como garantía para el pago de la deuda.
- d. **INVERSIONISTAS DE CAPITAL PRIVADO:** son empresas que buscan oportunidades de inversión en Pymes que cuenten con proyectos novedosos y que a mediano plazo les retorne la inversión más un porcentaje de utilidades. Estos empresarios son muy cautelosos al invertir en nuevos proyectos, por lo que deben de ser innovadores en el mercado.
- e. **EL GOBIERNO:** en la actualidad el gobierno cuenta con proyectos de apoyo a los microempresarios y Pyme, aunque la mayoría de las veces los trámites son burocráticos y absorben mucho tiempo al empresario al igual que los apoyos que dan son para proyectos innovadores en el área de agronomía e industrial.

2.1.3 LAS ALQUILADORAS EN MEXICO

Desde tiempos inmemorables, el ser humano ha vivido en grupos, ha entablado formas de comunicación, ha desarrollado el lenguaje, y ha inventado herramientas, y formas para mejorar su calidad de vida, de la misma forma ha compartido vivencias, ha formado y construido tradiciones y costumbres, y una de esas es festejar cualquier tipo de acontecimientos.

Por lo que en la actualidad, contamos con un sin número de festejos, tanto religiosos como políticos, cualquier excusa es ocasión para festejar, desde un bautizo, boda, hasta algún premio otorgado o graduación.

Todos estos acontecimientos nos llevan a encontrar un nuevo nicho de mercado que se descubrió hace muchos años, que son la organización de los eventos sociales, que va desde la comida, mobiliario, recuerdos, etc.

Dado que la organización de todo el evento es a base de una planeación, y de contar con conocimientos contables, logísticos y administrativos entre otros, solo algunas empresas ofrecen todo el servicio, que por lo general es muy costoso.

Por consiguiente se vuelve a generar otro nuevo nicho de mercado, que es el descentralizar todo de una empresa y formar varias que son pequeñas en donde solo se encuentre el mobiliario, o solo se especialicen en la comida, o el sonido solo se renta con otra persona.

Con lo anterior los costos son menores, y la calidad del servicio varía, cada persona puede escoger lo que necesite según su presupuesto y conveniencia, ya que no están forzados a rentar todo con una sola empresa.

Empezamos a encontrar diversificación, competencia que encontrando el equilibrio del mercado es sano, ya que no se encontraran costos elevados e impagables, al contrario, los costos serán los justos y convenientes para el mercado al que se dirijan.

En la actualidad, podemos encontrar gran cantidad de empresas que se dedican a alquilar mobiliario y equipo audiovisual, que comprenden la vajilla, las mesas, manteles, proyectores, etc. y pueden ser desde microempresas que solo cuentan con dos empleados y poco material para rentar, hasta grandes empresas que tienen un sin número de equipo y de diferentes modelos y que no solo se dedican a rentar mobiliario, también ofrecen el servicio de banquetes, botargas, y organización de todo el evento.

En México este mercado ha sido explotado considerablemente, ya que nuestro país se destaca por ser muy festivo, por contar con muchas fiestas religiosas y por celebrar todo tipo de acontecimientos.

Así que el mercado es muy amplio, en donde se pueden ofrecer diversos servicios y la gente tiene el interés por adquirirlos, por lo que es un mercado en

expansión en donde se pueden crear innovaciones, que da pie a seguir diversificando.

De esta forma, las empresas que se dedican al mercado de servicios, en específico el rentar mobiliario y equipo, deben de contar con diferentes productos, para poder satisfacer cualquier tipo de preferencia, por lo que los obliga a mantenerse actualizados y estar siempre a la moda en cuestión de colores y formas.

Al contar con diversidad de productos, pueden hacer frente a la competencia y ganarse un lugar en el mercado, serán reconocidos por contar con todo tipo de mobiliario y equipo y podrán permanecer en el mercado por más tiempo.

2.2 PYMES

2.2.1 LAS PYMES EN MEXICO

Las Pymes son la base de la economía de México, son las micro y pequeñas empresas las que dan empleo a millones de personas, las que sostienen y dan crecimiento a nuestro país.

Rodríguez (2010,24) en su libro define el concepto de empresa y que funciones desempeñan: “se considera a las empresas de todo tipo (industrial, comercial, de servicios) y tamaño (micro, pequeña, mediana) como factores fundamentales para el desarrollo económico y social de una nación. Por consiguiente, no cabe duda de que las empresas desempeñan o pueden desempeñar diversas funciones en nuestra sociedad que, de acuerdo con DEMAC, son las siguientes:”

- ✓ Responder a las demandas concretas de los consumidores.
- ✓ Crear nuevos productos (bienes o servicios)
- ✓ Generar empleos
- ✓ Contribuir al crecimiento económico
- ✓ Reforzar la productividad

Rodríguez (2010,27) comenta sobre la clasificación de las empresas y para esto se toman las siguientes características:

- ✓ Según el tamaño de la empresa
- ✓ Según la actividad económica
- ✓ Según la constitución patrimonial
- ✓ Según el país al que pertenece
- ✓ Según su ámbito de actuación

Las empresas por el tamaño se clasifican en:

- ✓ Microempresas: industriales (1 a 30 empleados), comerciales (1 a 5 empleados), de servicio (1 a 20 empleados).
- ✓ Pequeñas empresas: industriales (31 a 100 empleados), comerciales (6 a 20 empleados), de servicio (21 a 50 empleados).
- ✓ Medianas empresas: industriales (101 a 500 empleados), comerciales (21 a 100 empleados), de servicio (51 a 100 empleados).
- ✓ Grandes empresas: industriales (501 o más empleados), comerciales (101 o más empleados), de servicio (101 o más empleados).

Las Pymes son las empresas que se está estudiando, por el tamaño del proyecto a realizar, estas Pymes por su tamaño se enfrentan a dificultades en su camino ya que no cuentan con la experiencia necesaria en sus directivos o con la inversión necesaria para poder competir con las grandes empresas.

Desafortunadamente es un sector que aún sigue descuidado, el gobierno no dan los suficientes apoyos para poder impulsar a las Pyme, en comparación con toda la ayuda que le da las grandes empresas y no solo las nacionales, todos los días se escucha de los subsidios en materia de impuesto que el gobierno federal da las empresas transnacionales.

De esta manera promueve el establecimiento de empresas de clase mundial, que con su tecnología de punta y producción en serie, pueden producir productos muy baratos, por los bajos costos que tienen, así que muchas Pymes se encuentran en riesgo ante estos eventos.

Las Pymes generalmente se construyen con dinero de la familia, con los ahorros de toda una vida, tratando de conseguir un mejor nivel de vida, por lo que sus inversiones no alcanzan para tener la última tecnología, por lo que su producción es deficiente y costosa, dando como resultado productos con un precio mayor al del mercado.

Así que las Pymes, encuentran todo tipo de obstáculos al tratar de incursionar en el mercado global, en donde el gobierno ha quitado aranceles que dan entrada a millones de productos, con un precio mucho menor al nacional.

Por lo que la decisión de compra se ve afectada, y se consumen productos extranjeros a precios muy bajos, que como consecuencia la mayoría son de dudosa calidad.

Las microempresas no pueden competir en este mercado, por lo que su promedio de vida es muy corto, dejando este espacio vacío para que otra Pyme intente tener éxito, así que tendrá que echar mano de todos sus conocimientos y habilidades para poder conseguir una completa permanencia en el mercado global.

Rodríguez (2010,46-47) habla sobre las ventajas y desventajas de ser una Pyme en el mundo globalizado y comenta lo siguiente:

Ventajas de la pequeña empresa:

- ✓ Descentralización y diversificación de las fuentes de trabajo
- ✓ Oportunidad de una relación más estrecha y humana
- ✓ Mayor posibilidad de adaptación y ajuste al cambio
- ✓ Comunicación más fluida y efectiva
- ✓ Mayor posibilidad para realizar la creatividad e iniciativa individuales
- ✓ Mayor facilidad de equilibrio entre libertad de acción y orden
- ✓ Contacto más directo con los clientes.

Desventajas de la pequeña empresa:

- ✓ Acceso insuficiente al crédito bancario

- ✓ Desconocimiento de la existencia de organizaciones de apoyo financiero y su trámite
- ✓ La banca presta apoyo crediticio y técnico de manera exclusiva a empresas manufactureras, y con preferencia a las ya existentes
- ✓ Desconfianza para realizar los trámites legales y burocráticos que se tienen que efectuar al solicitar apoyo financiero o técnico.
- ✓ Altos costos para lograr crecimiento en la empresa
- ✓ Temor del propietario a presentarse en alguna dependencia pública que otorga programas de apoyo a la pequeña empresa.
- ✓ Planeación insuficiente y con visión a corto plazo
- ✓ Falta de atención a la calidad y al cliente
- ✓ Mezclar problemas familiares con la empresa
- ✓ Escasez de personal capacitado, digno de confianza y lealtad
- ✓ Escasez de tiempo para dedicarlos a la atención de la empresa

México está viviendo una crisis económica, en donde el desempleo aumenta mes con mes, la calidad de vida de las personas va en decrecimiento, por lo que las familias tienen que generar nuevas formas de subsistencia, así que incurren al autoempleo.

El autoempleo es simplemente generar tu propio negocio o empresa, que va desde poner en la sala o en la cochera una llamada “tiendita” en donde la administración es básica, y ni hablar de pagar impuestos y dar empleo a más personas.

Los más afortunados o con conocimientos sobre el mercado a entrar, tienen una visión más amplia de lo que esperan obtener o como quieren consolidarse en el mercado, así que hacen planes de cómo van a construir su nueva empresa, y este buen inicio hará que la probabilidad de fracaso disminuya notablemente al paso de los años.

Estas Pymes afortunadas si generaran empleo, sin embargo el salario que está dispuesto a pagar es muy bajo y muchas veces niegan las prestaciones

básicas de ley, por consiguiente la mano de obra que contratan es mala, que no genera productividad e innovación.

Esta mano de obra carece de conocimientos y habilidades, siendo ineficiente y muchas veces con mala calidad, dando el plus necesario para poder diferenciarse de las otras empresas competidoras en el mercado.

El gobierno debe de empezar a dar más apoyos y préstamos para que las Pymes puedan invertir en tecnología y en sus procesos productivos, pero lo que realmente hará la diferencia, es invertir en capacitación a sus empleados, que son el alma de la empresa, a los que les debemos de prestar mayor atención y cuidado, ya que la rotación de personal siempre es muy costosa y genera pérdidas no necesarias para las Pymes.

Rodríguez (2010,48) dice que las Pymes cuentan con propiedades que las hacen distinguir dentro del entorno empresarial y en su libro las enumera de la siguiente manera:

- ✓ Proporcionar trabajo, es decir, la generación de empleo
- ✓ Producir bienes y servicios para satisfacer necesidades
- ✓ Distribuir los bienes y servicios mediante la comercialización
- ✓ Realizar innovación, es decir, puede crear y transmitir tecnología
- ✓ Sus resultados inciden en indicadores económicos (PIB, empleo, desempleo)
- ✓ Crear importantes vínculos económicos entre zonas urbanas y rurales
- ✓ Fomentar la competencia internacional mediante la creación de nuevos mercados
- ✓ Son un medio para desarrollarse de forma profesional.

El sector de las Pymes en México, genera más de la mitad del producto interno bruto del país, y más de la mitad de los empleos, por lo que estadísticamente es una oportunidad de crecimiento en este sector.

Desafortunadamente, la administración de las Pymes es deficiente, no cuentan con los suficientes conocimientos contables para poder hacer frente a todos los problemas que van surgiendo, tanto internos como externos.

Por lo que generalmente incurren en inversiones no fructíferas hablando financieramente, llegan a exceder su almacén o no cuentan con el personal debidamente capacitado.

Esto se debe a que no pueden pagar salarios tan buenos como las grandes empresas, por lo tanto, las personas que laboran no son especialistas en su área, y cuando llegan hacerlo, dejan la Pyme en busca de mejores oportunidades laborales.

Sin embargo, una Pyme bien administrada, tiene la ventaja de tener flexibilidad en su producción, ya que al no contar con tanta tecnología en este departamento, le da la versatilidad de poder hacer desde un producto a 50 con el mismo precio, en contraposición de las grandes empresas que solo pueden producir un mínimo de productos.

De esta forma, las Pymes son generalmente proveedoras de otras Pymes, por los lotes de producción y que no exigen compras mínimas, así que entre todas se ayudan e impulsan sus sector, para no dejar que las grandes empresas las lleven a una quiebra, de igual manera las grandes empresas llegan a comprarles, en cuestión de productos muy especiales que necesiten por los lotes tan pequeños, que otras grandes empresas les serían imposibles de producir y vender por su producción en serie y los costos que incurrirían por cambiar los sistemas y adaptarlos para un producto en especial.

EL AUTOEMPLEO Y GENERADORA DE FUENTES DE TRABAJO ES APORTACION DE LAS PYMES

El autoempleo es común en México, por eso el porcentaje de aperturas de Pymes aumenta año con año, la falta de empleo afecta directamente, la falta de oportunidades de crecimiento laboral, dan como resultado que muchas personas inviertan el todo el dinero que tienen en iniciar un proyecto de esta magnitud.

Sin embargo lo mejor es utilizar todo el dinero que se tiene disponible, el empresario primero debe de verificar con cuanto capital cuenta, es mucho mejor que pedir un préstamo y pagar intereses.

Rodríguez (2010,126) habla sobre las aportaciones de las pequeñas y medianas empresas al entorno y como éstas se vuelven generadoras de fuentes de trabajo y comenta: “ante los altos índices de desempleo que existen en la actualidad, la pequeñas y la mediana empresa cumplen la función de generar fuentes de trabajo en muy diversas formas, además de las ya conocidas. Por lo general la pequeña empresa sirve como auxiliar de las grandes empresas en muchas formas, caso característico es de las pequeñas maquiladoras o de las proveedoras de artículos que sólo en ellas fabrican.

2.2.2 LAS PYMES FAMILIARES

Primero hay que definir que es una familia por lo que Longenecker (2012:136) especifica como familia: “grupo de personas vinculadas por una historia compartida y un compromiso de compartir un futuro juntos, a la vez que apoya al desarrollo y el bienestar de cada miembro en la familia. La empresa administrada por el propietario es una empresa en que los hijos del fundador se convierten en propietarios y gerentes. La empresa familiar en la organización en la que cualquiera de las personas que establecieron o adquirieron la empresa o sus descendientes importantes en las decisiones estratégicas y el curso de la empresa.”

Como se ha mencionado, las Pymes son el motor de la economía en México, ahora hay que destacar que más del setenta por ciento de estas son familiares, es decir que la administración está centralizada en la familia.

La familia juega un rol muy importante en las decisiones de la pequeña empresa, ellos dicen primero por la economía y bienestar familiar, y dejan a un lado la salud de la empresa, es decir, las utilidades se ocupan para gastos familiares muy ajenos a la empresa, en lugar de invertir en tecnología o mejorar la producción, y ya ni hablar de mejorar las instalaciones.

Los dueños de las Pyme familiares, generalmente no administran de manera correcta la empresa, ya que no pueden ver de manera clara el futuro de ésta, o simplemente no tienen los conocimientos administrativos necesarios para poder dirigirla, y esto se refleja contablemente, ya que realizan gastos innecesarios o meten gastos que no son directamente de la empresa.

Rodríguez (2010,94) habla sobre la importancia de las empresas familiares y su impacto en México por lo que comenta: “la empresa familiar juega un papel muy importante para el desarrollo económico tanto nacional como mundial. Por lo tanto, para comprender la perspectiva de la empresa familiar en México se citarán algunas estadísticas recientes. De 2 726 366 empresas que en la actualidad operan en México, 98 por ciento son controladas por una familia o tienen fuerte intervención por parte de los miembros de ésta. Se puede argumentar que los grandes grupo del país (Alfa, Bimbo, Vitro...) en realidad son grupos familiares.

VENTAJAS DE LA EMPRESA FAMILIAR

Existen muchas ventajas de una empresa familiar, desde que se hace muy estrecho el vínculo familiar, ya que todos son un mismo equipo y están luchando por un objetivo en común donde todos tienen el mismo interés hacia el éxito empresarial y familiar.

Estas empresas se llegan a destacar en sus promocionales y mercadotecnia ya que estas no solo abarcan al producto o la empresa, también hacen presente a la familia y la fortaleza y estabilidad que tiene, haciendo resaltar la unión y que es empresa con tradiciones.

Longenecker (2012:139) habla sobre las ventajas de las empresas familiares y cita el libro *Family Businesses: The Essential* del autor Peter Leach en donde resume: “las ventajas de una empresa familiar son:

- ✓ Cultura y valores de la empresa familiar, que proporcionan una guía para alcanzar las metas compartidas.
- ✓ Compromiso, la pasión que crece a partir del sentido de responsabilidad de la familia.

- ✓ Conocimientos, aplicado como ventaja competitiva de los miembros de la familia que aprendieron mediante una participación directa.
- ✓ Visión a largo plazo, que abarca a la siguiente generación y no sólo al siguiente trimestre.
- ✓ Cultura estable, que generalmente se encuentra en empresas de nicho, rentables, de bajo perfil y perdurables.
- ✓ Decisiones ágiles, como función de la confianza entre miembros de la familia.
- ✓ Confiabilidad y orgullo, reconocidos por clientes, proveedores, acreedores otras entidades externas.

DESVANTAJAS DE LA EMPRESA FAMILIAR

En las empresas familiares también tiene el lado negativo, ya que en este tipo de organizaciones al ser familiares, existen problemas con el poder, y en la toma de decisiones, empieza a surgir fricciones entre los padres, hijos, el cónyuge, los hermanos y la mayoría de las veces también entra el conyugue de los hermanos, por lo que genera un desgaste en las relaciones familiares.

Sin embargo hay que hacer frente a esta problemática para que la nueva empresa no fracase y dirigirla hacia un desarrollo sustentable.

Longenecker (2012:140) en su libro habla sobre las políticas de las empresas familiares en cuanto a contratación de parientes en la empresa, y define nepotismo como: “la práctica de dar empleo a los parientes dentro de la empresa.”

IMPULSO DE LA EMPRESA FAMILIAR

En las empresas familiares su impulso es el ser reconocido como organización y sobre todo como familia empresaria, por lo que Longenecker (2012:140) define cultura organizacional como “patrones de conducta y creencias que caracterizan a una empresa en especial.”

Longenecker (2012:142) también habla sobre el compromiso de los familiares hacia la organización y comenta que existen 4 tipos de compromisos y los define de la siguiente manera:

- ✓ Compromiso basado en el deseo: compromiso basado en la creencia en el propósito de una empresa y en el deseo de contribuir con ella.
- ✓ Compromiso basado en la obligación: compromiso que resulta de un sentido de obligación o expectativa.
- ✓ Compromiso basado en el costo: compromiso que se basa en la creencia de que la oportunidad de ganancia es demasiado grande como para dejarla pasar.
- ✓ Compromiso basado en la necesidad: compromiso basado en la inseguridad de un individuo y la creencia de que pudiera carecer de opciones de carrera fuera del negocio actual.

CAPITULO III: PLAN DE NEGOCIO

3.1 RESUMEN EJECUTIVO

La Alquiladora BBB nace como una micropyme ofreciendo sus servicios de renta o alquiler de mobiliario y equipo para eventos sociales, orientado a un sector demográfico C y D, en el segmento de mercado de Prados Agua Azul.

La realización de este proyecto necesita una inversión inicial de menos de \$300,000.00, en donde se contempla la materia prima, equipo de trabajo y tres meses de operación (salarios, gastos).

Al realizar el estudio financiero arroja que el proyecto es viable al tener en el primer año utilidades, por lo que se puede asegurar que el implementar este plan de negocio generará beneficios económicos y el riesgo de quiebra es nulo.

El plan de negocio es una herramienta que guiará paso a paso la implementación de la alquiladora, desde el número de sillas y mesas a comprar, hasta el salario mensual que se le debe pagar a cada empleado de la alquiladora.

La investigación de mercado arroja la aceptación del segmento de mercado meta en la ubicación de la alquiladora y que es una locación ideal para este tipo de micropyme de servicios.

Llegando a la conclusión después de desarrollar el plan de negocio, que el invertir en una alquiladora es viable, ya que se tendrán utilidades, sin el riesgo a quiebra y con gastos controlados desde el primer día de operaciones, y tomando en cuenta el precio sugerido por el mercado y los detalles como el servicio al cliente y la calidad de los materiales utilizados.

Teniendo presente que la inversión inicial se recuperará en 2 años y 7 meses.

3.2 ESTUDIO ORGANIZACIONAL

3.2.1 JUSTIFICACION DEL SERVICIO

Debido a los cambios del mercado y sobre todo en el sector del servicio de alquiladoras, es más común la aparición de nuevas empresas Pymes ofreciendo este servicio, por lo mismo se encuentra bien definido los segmentos de mercado según la calidad del mobiliario, equipo alquilado y el precio que los consumidores están dispuestos a pagar por este servicio.

Este mercado se encuentra en crecimiento y con demanda, así que el penetrar en este mercado no es difícil si desde el inicio nos enfocamos en un segmento a cubrir según con las especificaciones del servicio a brindar, nos consolidamos y una vez que contemos con bases firmes, es cuando crearan estrategias específicas para iniciar una diversificación en otros segmentos de mercado.

3.2.2 OBJETIVOS: CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO

CORTO PLAZO: Iniciar actividades ya con un estudio de mercado en donde especifique a mejor ubicación, el nombre, y los precios a ofertar.

Contar con la seguridad de que la inversión inicial se recuperará en un lapso no mayor a un año, para poder invertir en el proyecto.

MEDIANO PLAZO: Contar con todo el mobiliario y equipo necesario para poder hacer frente a la demanda del mercado y poder ser competitivos en el mercado meta.

LARGO PLAZO: Haber recuperado el monto de la inversión inicial y estar generando utilidades, así mismo ser una alquiladora reconocida en el mercado ya con posibilidades de crecimiento y diversificación hacia otros mercados.

3.2.3 MISION

Satisfacer las necesidades de los consumidores que necesitan alquilar mobiliario y equipo para eventos sociales, ofreciendo un servicio de calidad al mejor precio del mercado.

3.2.3 DESCRIPCION DE LA EMPRESA

GIRO: Al ser una alquiladora de mobiliario y equipo para eventos sociales, el giro de la empresa es de servicio.

TAMAÑO: La alquiladora es una microempresa ya que cuenta con menos de 5 empleados

UBICACIÓN: La alquiladora se pretende ubicar en el área de Prados Agua Azul

3.2.4 NOMBRE

BBB, ya que es un acrónimo de: Bueno, Bonito y Barato, por lo que es una palabra que ya es usada en el vocabulario de cualquier persona, y una vez que se menciona se relaciona a un producto de calidad, y sobre todo con un precio accesible.

Por lo que el nombre es fácil de recordar es claro y simple, se relaciona con un servicio de calidad a un bajo precio.

3.2.5 ESTUDIO DE LA INDUSTRIA O SECTOR

En los últimos 10 años la Ciudad de Puebla ha desarrollado su economía e infraestructura, se ha detonado la inversión extranjera y ejemplo de ello es la llegada de Audi, por lo que se generaron miles de nuevos empleos y nuevas opciones de inversión y no solo en el sector automotriz, también en el restaurantero e inmobiliario, dando como resultado un incremento de liquidez y estabilidad económica para los poblanos.

Al disminuir el desempleo y tener un ambiente económico seguro, los poblanos pueden incrementar sus gastos en el rubro del entretenimiento, y aquí es donde entra el sector de eventos sociales y las alquiladoras, el INEGI comenta que el

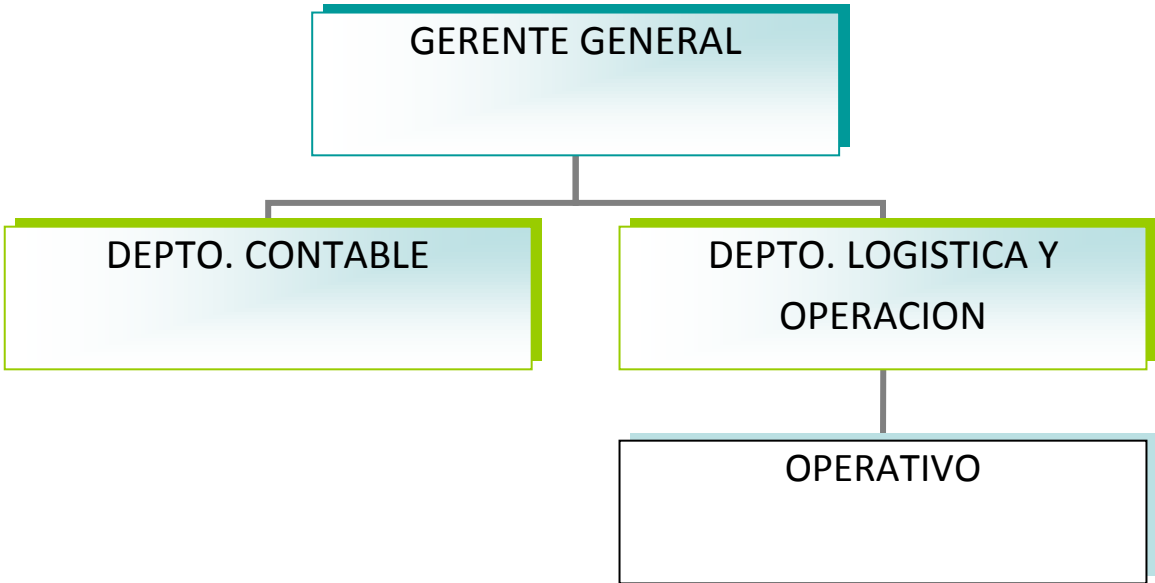
Estado de Puebla es una de las ocho entidades con mayor porcentaje de empleos generados por las Pymes con un 84.2% de los empleos totales del estado.

Contando con esta perspectiva el pensar y desarrollar un proyecto para generar una nueva Pyme en Puebla, es alentador con una visión optimista siempre y cuando se tome en cuenta cada detalle para minimizar el riesgo de fracaso, ya que un resultado positivo generará más empleos en la entidad, y aporta mayor crecimiento al estado y al país.

3.2.6 VENTAS COMPETIVAS

- El precio más bajo con relación a la calidad de nuestro servicio.
- Servicio puntual y confiable con mobiliario y equipo nuevo.
- Disponibilidad en todos nuestros productos.
- Todo el personal está calificado para brindarle un servicio de excelencia.

3.2.7 ORGANIGRAMA



3.2.8 DESCRIPCION DE PUESTOS

PUESTO: Gerente General

DEPENDENDE: Socios

SUBORDINADOS: Depto. Contable, Depto. Logística y Operación, Operativo

FUNCIONES BÁSICAS: Sus funciones son planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa, además de contratar al personal adecuado, efectuando esto durante la jornada de trabajo.

PERFIL DE CONTRATACION:

Liderazgo

Buena presentación.

Edad de 30 a 35 años.

Escolaridad mínima licenciatura en administración de empresas o afín.

Experiencia mínima 3 años.

CONOCIMIENTOS MINIMOS REQUERIDOS:

Los requerimientos o capacidades son planear, controlar, dirigir, organizar, analizar, calcular, deducir. Las habilidades mentales que debe poseer la persona para este cargo son la numérica, de lenguaje, conocimientos básicos de las actividades de los subordinados y psicológicas como la empatía, etc.

PUESTO: Depto. Contable

DEPENDENDE: Gerente

SUBORDINADOS: Ninguno

FUNCIONES BÁSICAS: Es un puesto administrativo su supervisor inmediato de acuerdo a los resultados del cuestionario y a la impresión del comité directivo, su función principal es la de realizar cualquier actividad contable y administrativa de la Pyme.

PERFIL DE CONTRATACIÓN:

Actitud de Servicio. Buena presentación.

Edad de 25 a 35 años.

Escolaridad mínima técnica contable o carrera trunca.

Experiencia mínima 1 año.

CONOCIMIENTOS MINIMOS REQUERIDOS:

- a. Rapidez de decisión
- b. Habilidad expresiva y numérica
- c. Coordinación tacto visual
- d. Salud
- e. Capacidad de juicio
- i. Atención
- j. Nivel académico

RESPONSABILIDADES:

1. Funciones contables y administrativas.
2. Responsabilidad sobre el dinero de caja.
3. Coordinar acciones de cobro a los clientes.
4. Emisión de facturas y notas de venta de clientes en general.
5. Emitir el reporte diario de caja.
6. Verificar los pagos con tarjeta de crédito.
7. Verificación de dinero recibido.

Su trabajo es eminentemente contable y administrativo por ello es que el 90 % de su tiempo se invierte en la emisión de notas y facturas y en cobrar y verificar el dinero recibido, su responsabilidad está relacionada con la operación de su equipo.

PUESTO: Depto. Logística y Operación

DEPENDENDE: Gerente

SUBORDINADOS: Operativo

FUNCIONES BÁSICAS: Atención al público en general que solicite información sobre el servicio de alquiler de mobiliario y equipo para eventos sociales. Generar experiencias de compra a los clientes mostrando el valor de la mercancía así como sus complementos, asegurando la entrega puntual del mobiliario al mejor precio.

PERFIL DE CONTRATACIÓN:

Actitud de Servicio.

Buena presentación.

Edad de 28 a 40 años.

Escolaridad mínima carrera técnica en ingeniería o trunca.

Experiencia mínima 1 año.

CONOCIMIENTOS MÍNIMOS REQUERIDOS:

Medición y Control

Telefonía y Canalización

Pasos para cierre de ventas

Conocer las Reglas de Trabajo en Equipo

Logística y Planeación de tiempo y envíos.

Distribución del material

RESPONSABILIDADES:

Realizar cotizaciones a clientes en conforme a la Política de Servicio. Al momento de elaborar una cotización deberá quedar grabada en sistema para su seguimiento, verifican existencias.

Una vez surtido el pedido, genera factura, asegurándose de que sea liquidada por el cliente.

Para la entrega de la mercancía, realiza una orden de entrega con el monto a cobrar y los documentos de respaldo que se necesitan para la entrega del equipo en renta.

Realiza inventario para evitar pérdidas, así como la evaluación del estado físico en el que se encuentra el mobiliario y equipo, si se encuentra en mal estado realiza la solicitud para la reparación o mantenimiento.

Planea las rutas de entrega para minimizar los costos de entrega. Revisa el estado físico de la flotilla vehicular. Entregar tareas asignadas en Juntas de Mejora.

PUESTO: Operativo

DEPENDENDE: Depto. Logística y Operación

SUBORDINADOS: N/Aplica

FUNCIONES BÁSICAS:

Entrega puntual del mobiliario y equipo alquilado, brindado el mejor servicio con un trato respetuoso y amable, estableciendo un lazo de confianza con el cliente.

PERFIL DE CONTRATACIÓN:

Actitud de Servicio.

Buena presentación.

Edad de 18 a 30 años.

Escolaridad mínima secundaria

Experiencia mínima 1 año.

Saber conducir camioneta y camión de carga.

CONOCIMIENTOS MÍNIMOS REQUERIDOS:

Servicio al cliente

Leer y escribir

Habilidad numérica

Conocer las Reglas de Trabajo en Equipo

RESPONSABILIDADES:

Entrega puntual del mobiliario rentado, brindar el mejor servicio, cuidando el trato con el cliente. Cobrar los servicios contratados con la entrega de la nota de venta o factura al cliente.

Resguardo físico de los vehículos a su cargo.

3.2.9 SUELDOS Y SALARIOS

TABLA DE SUELDOS

PUESTO	NIVEL	MENSUAL
	XIII	\$18.113
	XII	\$14.859
	XI	\$12.189
	X	\$9.999
	IX	\$8.203
GERENTE	VIII	\$6.729
	VII	\$5.520
DEPTO CONTABLE/LOGISTICA	VI	\$4.528
	V	\$3.715
OPERATIVO	IV	\$3.047
	III	\$2.500
	II	\$2.000
	I	\$1.841
	SALARIO BASE	\$61,38

El salario base ocupado es el salario mínimo de la zona b, según el SAT.

El tabulador fue realizado con base en la valuación de puestos con aumentos del 16% del NIVEL II al NIVEL III y del 22% del NIVEL I al NIVEL X.

NÓMINA QUINCENAL ALQUILADORA BBB					
PERIODO: 02 SEPTIEMBRE – 16 SEPTIEMBRE 2013					
NO.	PUESTO	DIAS	SALARIO DIARIO	SUELDO	TOTAL
1	Gerente General	15	\$224	\$3,365	\$3,364.50
2	Depto. Contabilidad	15	\$151	\$2,264	\$2,264.00
3	Depto. Logística	15	\$151	\$2,264	\$2,264.00
4	Operativo	15	\$102	\$1,524	\$1,523.50
	TOTAL			\$9,416	\$9,416.00

3.2.10 FIGURA JURIDICA

La empresa se constituirá como una persona física con actividad empresarial para el pago de impuestos como REPECO ya que con esta modalidad se paga un impuesto fijo.

El hecho de constituirse como persona física es para agilizar el proceso y en este momento no invertir en pagos notariales de acta constitutiva.

De acuerdo al título IV de la Ley de Impuesto Sobre la Renta vigente en México, las personas físicas pueden obtener ingresos de diversas fuentes, como pueden ser: salarios, actividades empresariales y profesionales, arrendamiento, enajenación o adquisición de bienes, premios, intereses, dividendos y algunos otros ingresos regulados por la ley. (<http://fiscalistas.mx/2013/03/actividad-empresarial-en-personas-fisicas/#sthash.5MhHkkaA.dpuf>)

Las actividades empresariales están definidas para efectos fiscales en el artículo 16 del Código Fiscal de la Federación, que menciona que los contribuyentes que se dediquen a las actividades comerciales, industriales y del sector primario (agricultura, ganadería, pesca y silvicultura) se consideran empresas que desarrollan dichas actividades. (<http://fiscalistas.mx/2013/03/actividad-empresarial-en-personas-fisicas/#sthash.5MhHkkaA.dpuf>)

Del capítulo II del título IV, y dependerá de la circunstancia del negocio e incluso de los montos de las operaciones, la óptima selección del régimen en que

debe tributar en cada uno de los casos. (<http://fiscalistas.mx/2013/03/actividad-empresarial-en-personas-fisicas/#sthash.5MhHkkaA.dpuf>)

SECCION III. Del régimen de pequeños contribuyentes

Los contribuyentes que deseen tributar en éste régimen deben cumplir principalmente con 2 condiciones muy claras:

1.- No deben superar la cantidad de 2 millones de pesos de ingresos en el ejercicio inmediato anterior.

2.- El total de sus operaciones se debe realizar con el público en general, es decir, los REPECOS no pueden expedir comprobantes fiscales con requisitos establecidos en el Código Fiscal.

Cabe mencionar que aquellos contribuyentes que hayan tributado en esta sección y la abandonen por no cumplir con algunos de los requisitos establecidos en la ley, no podrán volver a tributar en éste régimen, de acuerdo al artículo 139 de la ley de ISR.

Éste régimen puede ser ampliamente recomendable cuando los contribuyentes que realicen actividades empresariales, en primer lugar no requieran emitir comprobantes fiscales con requisitos por la naturaleza de su negocio, o en su caso, porque son operaciones o negocios cuyo margen de utilidad es muy alto, y si estuvieran en otro régimen, el impacto impositivo fuera muy alto. (<http://fiscalistas.mx/2013/03/actividad-empresarial-en-personas-fisicas/#sthash.5MhHkkaA.dpuf>)

3.2.11 PROCESO DE RECLUTAMIENTO Y CONTRATACION

- Publicación de las vacantes en sitios de Internet especializados como Computrabajo.com, Occ.com.mx, buscaremplo.com.mx, entre otros.
- Realizar citas para entrevista con los interesados, quienes deberán presentarse con solicitud de empleo para cajeras y vendedoras, y currículum vitae para gerente de tienda.

- Entrevistar a los interesados.
- Seleccionar a los entrevistados más aptos para cada puesto una vez analizadas sus capacidades, habilidades y experiencia para el empleo.
- Firmar contratos con los seleccionados.

CONTRATO:

CONTRATO TRABAJO GERENTE GENERAL

En la ciudad Puebla, Puebla, el día _____ de _____ de 2013, los que suscriben el presente contrato, comparecen por una parte _____, su carácter de representante legal de la empresa denominada ALQUILADORA BBB y por la otra _____ quien comparece por su propio derecho, ambos con domicilio en esta ciudad, el primero en _____, y el segundo en _____; hacen constar que celebran un CONTRATO PARA GERENTE GENERAL, que sujetan al tenor de las siguientes;

DECLARACIONES:

PRIMERA. Declara la empresa, por conducto de su representante legal, que es una sociedad debidamente constituida al amparo de las leyes mexicanas, y que tiene la necesidad de contratar a personal para que ocupe el puesto de VENDEDOR. En lo sucesivo se denominará como “empresa” o “patrón”.

SEGUNDA. El _____ acepta llevarlas a cabo con el puesto antes designado, manifestando tener la capacidad y conocimientos necesarios para desempeñarlas; por otro lado bajo protesta de decir verdad expresa que son suyos los siguientes datos:

- Estado civil: _____
- Nacionalidad: _____
- Licencia de conducir: _____
- No. de afiliación al I.M.S.S. /C.U.R.P.: _____
- AFORE y No. de cuenta individual: _____

TERCERA. Los contratantes se reconocen expresamente la personalidad con que ostentan para todos los efectos legales a que hubiere lugar, y manifiestan que libre y responsablemente se sujetan a las condiciones de trabajo que se enuncian en los términos siguientes;

CLAUSULAS:

PRIMERA: El gerente se compromete a realizar el trabajo de confianza de Gerente de Tienda Dependiente de la empresa y establecimiento ALQUILADORA BBB. Se eleva a la calidad de

esencial de este contrato, que se ha elegido al gerente señor _____, por sus condiciones especiales de eficiencia, profesionalismo, dedicación y honorabilidad, de modo que la falta de cualquiera de estas condiciones o la merma o disminución de una sola de ellas, significará el término de sus funciones, por culpa del dependiente. Asimismo, se entiende que el gerente tendrá la suficiente iniciativa, para llevar a cabo los negocios, proyectos y estudios necesarios para los intereses de la empresa; pero ello no quiere decir que no esté obligado a ceñirse, estrictamente a las instrucciones que le se den.

Las facultades y deberes específicos del gerente serán:

- Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.
- Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.
- Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.
- Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.
- Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.

SEGUNDA: Del lugar y periodo en que han de prestarse los servicios. Los servicios serán prestados en el establecimiento comercial denominado ALQUILADORA BBB ubicado en _____. Este contrato se celebra por 6 meses y no podrá modificarse, rescindirse o terminarse, sino en los casos y condiciones especificados en la Ley Federal del Trabajo. Si dentro del término de 30 días no demuestra la aptitud y capacidad que manifiesta tener para el desarrollo del trabajo contratado ni proporciona las constancias de los antecedentes de trabajo, que declara tener, se dará por rescindido este contrato sin responsabilidad para el patrón, de acuerdo con la fracción I del artículo 47 de la Ley Federal del Trabajo.

TERCERA: La duración diaria de la jornada de trabajo será de 8 horas, con un horario de labores de 10:30 a 20:30, con 2 horas para comida, de lunes a sábado, otorgando el trabajador en este momento su consentimiento para que el horario pueda ser cambiado por la empresa, dentro de los límites que establece la Ley Laboral.

Sin embargo, el gerente se compromete a laborar con dedicación y buena voluntad, durante todo el tiempo que se precise, dentro de la jornada diaria del personal, dentro o fuera de la empresa, en su caso.

CUARTA: La remuneración del gerente será la suma mensual de \$8 000 MXN pesos, cero centavos, por mes calendario, que será liquidada y pagada por períodos vencidos quincenales, en las oficinas del empleador, el último día hábil de cada quincena. De la remuneración, se deducirán los impuestos, las cotizaciones de previsión o seguridad social, y otras obligaciones. No se podrán hacer otras deducciones, salvo que estén autorizadas por la ley, por el Reglamento Interno de la Empresa; o las que hayan sido ordenadas judicialmente; o que sean autorizadas por el gerente, por escrito. Todo sin perjuicio de los anticipos de remuneración, dentro de cada período, que autoriza realizar, el gerente, de antemano.

QUINTA: Son obligaciones esenciales, del gerente, cuya infracción las partes entienden como causa justificada de terminación del presente contrato, las siguientes:

- a) cumplir, fiel e íntegramente, las funciones propias de su cargo;
- b) cuidar y mantener, en perfecto estado de conservación, las máquinas, útiles, materias primas y otros bienes de la empresa;
- c) cumplir las instrucciones y las órdenes que le imparta cualquiera de sus superiores referidos;
- d) en casos de inasistencia al trabajo, por enfermedad, el gerente, deberá justificarla – únicamente- con el correspondiente certificado médico, otorgado por un facultativo del seguro social dentro del plazo de 24 horas, desde que aquel dejó de asistir al trabajo; y hasta que reanude sus actividades, además de
- e) mantener estricta reserva de todos aquellos antecedentes que directa o indirectamente lleguen a su conocimiento, sobre negocios o asuntos del empleador, por los cuales éste haya ordenado reserva o que por simple lógica se deduzca la calidad del reservado. Además, responder a su obligación legal y moral de guardar celoso secreto profesional.

SEXTA: El gerente respetará y hará respetar, celosamente, el Reglamento Interno cuyo texto ha recibido y declara conocer y que se entiende como parte integrante de este contrato.

SÉPTIMA: El gerente se obliga a desarrollar su trabajo con el debido cuidado, evitando comprometer la seguridad y la salud del resto de los trabajadores de la empresa y el Medio Ambiente. La infracción o incumplimiento de cualquiera de las obligaciones antes mencionadas, se estimará como incumplimiento grave de las obligaciones que impone el contrato y, cuando proceda, la empresa se reserva el derecho de hacer declarar el término de la convención, sin indemnización alguna.

Se prohíbe, al gerente, efectuar negocios o actividades dentro del giro de compra y venta de artículos de vestido, calzado y accesorios de moda, que es aquel en que opera el empleador y trabajar, en cualquiera forma, para otra empresa, sociedad, organismo o persona natural, sin autorización previa por escrito.

Asimismo, se le prohíben los siguientes actos:

- 1.- Ejecutar, durante la jornada de trabajo y/o en el recinto del empleador, actividades ajenas a su labor en la empresa y/o dedicarse a atender asuntos profesionales o particulares.
- 2.- Realizar compras no autorizadas a nombre de la tienda.
- 3.- Realizar actividades que puedan afectar a la tienda, tales como causar disturbios con los clientes, proveedores o empleados.

OCTAVA. El trabajador se obliga a cumplir las metas de ventas dispuestas por la empresa, las cuales serán revisadas por la misma de manera trimestral.

NOVENA. Se conviene expresamente en que la violación de cualquiera de las obligaciones del trabajador consignadas en este contrato y en la Ley Federal del Trabajo, es causa de rescisión del mismo sin responsabilidad para la empresa.

DÉCIMA. Son días de descanso obligatorio: el 1º de enero, 5 de febrero, 21 de marzo, 1º de mayo, 16 de septiembre, 20 de noviembre y 25 de diciembre de cada seis años, cuando corresponde la transmisión del Poder Ejecutivo Federal.

DÉCIMA PRIMERA. El empleado se compromete a sujetarse a los cursos de capacitación y adiestramiento que se implanten en la empresa y a cumplir con las medidas de Seguridad e Higiene que se determinen en la empresa.

DÉCIMA SEGUNDA: Se deja constancia que el gerente ingresó, al Servicio del empleador, el día ____ de _____ de 20__.

DÉCIMA CUARTA. Ambas partes declaran que conocen cuales son las obligaciones que les impone respectivamente, al patrón el artículo 132, y al empleado el 134, de la Ley Federal del Trabajo, en la inteligencia de que cualquier violación a las mismas será causal de rescisión de contrato con las consecuencias inherentes a dicha rescisión.

DÉCIMA QUINTA. Es causa especial de rescisión de las relaciones de trabajo, la disminución importante y reiterada del volumen de las operaciones, salvo que concurren circunstancias justificativas, así como no cumplir con el contenido del Reglamento Interior de Trabajo.

DÉCIMA SEXTA. El empleado declara que conoce el Reglamento Interior de Trabajo de la empresa, al cual se sujeta en su totalidad, protestando su estricto y legal cumplimiento. Recibiendo a la firma del presente Contrato un ejemplar del mismo.

DÉCIMA SÉPTIMA.- Ambas partes están de acuerdo en que para la interpretación y aplicación del contenido del presente contrato, se someten a los Tribunales de Trabajo de esta ciudad de Puebla, Puebla.

Leído que fue por ambas partes este contrato, manifiestan su conformidad con su contenido obligándose a cumplirlo en su totalidad, recibiendo en este momento el trabajador, una copia del mismo debidamente suscrita, la descripción de puesto respectivo y un ejemplar del Reglamento Interior de Trabajo vigente.

POR LA EMPRESA

EL TRABAJADOR

TESTIGO

TESTIGO

3.2.12 TRAMITES

Trámite federal

Inscripción al Registro Federal de Contribuyentes, en el régimen que más convenga, según las actividades que vaya a realizar tu empresa.

Trámite estatal

Registro Estatal de Causantes (REC). En cada entidad federativa hay un Módulo de Asistencia al Contribuyente para orientarlo al respecto.

Trámite municipal

- Solicitud de Licencias de Uso de Suelo, Edificación y Construcción ante el municipio correspondiente: Para obtener el certificado se piden copia de la identificación oficial y copia de la última boleta predial. Tardan aproximadamente cinco días hábiles en entregarlo. Es importante aclarar que el permiso se expide para el inmueble no para la persona; tiene vigencia de dos años, es decir que el interesado cuenta con dos años para concluir con el proceso para abrir su establecimiento.
- Aviso de Declaración de Apertura o licencia de funcionamiento (según el caso): La Declaración de Apertura no tiene vigencia. Mientras el establecimiento no cambie de giro no es necesario renovar este documento, sin embargo, cuando se va a cerrar se tiene que dar aviso de que se cierra o traspasa.
- Inscripción del Registro Empresarial ante el IMSS: La inscripción debe hacerse dentro de un plazo no mayor de cinco días de iniciadas las actividades. Al patrón se le clasificará de acuerdo con el Reglamento de Clasificación de Empresas y denominación del Grado de Riesgo del Seguro del Trabajo, base para fijar las cuotas que deberá cubrir.
- Apertura de Establecimiento ante la Secretaría de Salud: Esta licencia tiene por lo general una vigencia de dos años y debe revalidarse 30 días antes de su vencimiento.

- Inscripción en el Sistema de Información Empresarial Mexicano SIEM ante la Secretaría de Economía, con lo cual tendrán la oportunidad de aumentar sus ventas, acceder a información de proveedores y clientes potenciales, obtener información sobre los programas de apoyo a empresas y conocer sobre las licitaciones y programas de compras del gobierno.
- Inscripción al Padrón de Importadores ante la Secretaría de Economía.
- Trámite del Registro de la Propiedad: Sirve para comprobar la situación Jurídica Registral que guarda un Inmueble, en lo relativo a los gravámenes, limitación de dominio o anotaciones preventivas por el tiempo solicitado.

Dependencias encargadas de otorgar y verificar sus trámites:

Comercio, Abasto y Desarrollo Rural: Gestionará el registro ante el Padrón Municipal.

Protección Civil: Verificará que se cumplan las medidas necesarias para garantizar la seguridad de la sociedad.

Supervisión: Observará que no exista impedimento por parte de la comunidad.

Desarrollo Urbano: Comprobará que el giro sea adecuado al uso de suelo de la zona y que cumpla con la normatividad vigente.

Ingresos: Realizará el cobro y entregará la cedula correspondiente.

LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

Brindar el servicio de apertura rápida de negocios de bajo impacto en el Municipio de Puebla.

REQUISITOS BÁSICOS

Núm.	Requisito	Clasificación/Sub-clasificación	Presentación
1	Bajo impacto	<ul style="list-style-type: none"> • Pertener al catálogo de giros de bajo impacto, emitido en la Norma técnica para la obtención de la Licencia de Funcionamiento para negocios de bajo impacto 	-
2	Formato de empadronamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Expedido por el Departamento de Licencias y Padrón de Contribuyentes 	Original y copia

3	Croquis de ubicación	<ul style="list-style-type: none"> • Con medidas del local y distancias laterales 	Original
4	Identificación oficial vigente	<ul style="list-style-type: none"> • Credencial de Elector, ó • Cédula Profesional, ó • Licencia de manejo 	Original y copia
5	Alta ante la SHCP	<ul style="list-style-type: none"> • Trámite concluido, con acuse de recibido, expedida por el SAT 	Original y copia
6	Fotografías	<ul style="list-style-type: none"> • 2 interior y 2 exterior del inmueble ó local, a color y pegadas en hoja blanca tamaño carta 	Original
7	Comprobante domiciliario	<ul style="list-style-type: none"> • No mayor a 3 meses de antigüedad <ul style="list-style-type: none"> ○ Comisión Federal de Electricidad, ó ○ Agua potable SOAPAP, ó ○ Teléfono fijo, ó ○ Boleta Predial actualizada 	Original y copia

REQUISITOS ADICIONALES

Núm.	Requisito	Clasificación/Sub-clasificación	Presentación
1	Bajo impacto	<ul style="list-style-type: none"> • Carta poder simple, y • Identificación oficial vigente <ul style="list-style-type: none"> ○ Credencial de Elector, ó ○ Cédula Profesional, ó ○ Licencia de manejo 	Original y copia
2	Formato de empadronamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Escritura Pública, ó • Acta Constitutiva, ó • Poder Notarial • Identificación oficial vigente <ul style="list-style-type: none"> ○ Credencial de Elector, ó ○ Cédula Profesional, ó ○ Licencia de manejo 	Original y copia

COSTOS

Concepto	Monto
<ul style="list-style-type: none"> • <u>LICENCIA DE USO DE SUELO ESPECÍFICO POR M2 O FRACCIÓN DEL ÁREA A UTILIZAR</u> 	-----

• Comercios o Servicio con superficies de hasta 60.00 m2:	\$5.50
• Comercios o Servicio con superficies mayor a 60.00 m2:	\$12.00
• Industrial, en zona industrial hasta 500.00 m2	\$5.00
• Industrial, en zona industrial mayor a 500.00 m2:	\$6.00
• Industrial, fuera de zona industrial hasta 500.00 m2:	\$18.00
• Industrial, fuera de zona industrial mayor a 500.00 m2:	\$19.00
• Expedición de Licencia de Funcionamiento:	\$100.00

LUGAR PARA REALIZAR EL TRÁMITE

Lugar	Dirección	Teléfono	Horario de Atención	Tiempo de Respuesta
Centro de Atención Empresarial	Pról. Reforma No. 2704, Planta baja local B, Col. Amor	01 (222) 309 46 00 Ext. 7067, 7068 y 7069	Lunes a viernes de 9:00 a 13:30 horas	24 horas

Correo Electrónico: cae@pueblacapital.gob.mx

PERMISO DE USO DE SUELO

Otorgar documento técnico oficial que indica el uso de suelo en un inmueble para la operación de un giro comercial, industrial y/o de servicios dentro del marco legal vigente.

REQUISITOS BÁSICOS

Núm.	Requisito	Clasificación/Subclasificación	Presentación
1	Formato de Solicitud de trámite	• Expedido por la Jefatura de Gestión Urbana	Original y copia

2	Identificación oficial vigente	<ul style="list-style-type: none"> • Credencial de Elector, ó • Cédula Profesional, ó • Licencia de manejo 	Original y copia
3	Comprobante domiciliario	<ul style="list-style-type: none"> • Comisión Federal de Electricidad, ó • Agua potable SOAPAP, ó • Teléfono fijo 	Original y copia
4	Fotografías	<ul style="list-style-type: none"> • 2 interior, 2 exterior, 1 fachada principal, 1 posterior y 1 áreas descubiertas 	Original
5	Croquis	<ul style="list-style-type: none"> • De ubicación del predio 	Original y copia
6	Entrega de documentos	<ul style="list-style-type: none"> • En folder amarillo tamaño carta para Integrar el expediente • Documentación sin alteración alguna (tachaduras o corrector) • Recepción de expediente completo y vigente 	-
7	Tiempo de conclusión	<ul style="list-style-type: none"> • Tiene 45 días hábiles a partir de la fecha de ingreso para concluir el trámite 	-

REQUISITOS ADICIONALES

Núm.	Requisito	Clasificación/Subclasificación	Presentación
1	Formato de Solicitud de trámite	<ul style="list-style-type: none"> • Carta poder simple o poder notarial, y • Identificación oficial vigente <ul style="list-style-type: none"> ○ Credencial de Elector, ó ○ Cédula Profesional, ó ○ Licencia de manejo 	Original y copia
2	Identificación oficial vigente	<ul style="list-style-type: none"> • Escritura Pública, ó • Acta Constitutiva, ó • Poder Notarial • Identificación oficial vigente <ul style="list-style-type: none"> ○ Credencial de Elector, ó ○ Cédula Profesional, ó ○ Licencia de manejo 	Original y copia
3	Comprobante domiciliario	<ul style="list-style-type: none"> • Factibilidad de Uso de Suelo, con las condicionantes solventadas 	Original y copia

4	Fotografías	<ul style="list-style-type: none"> Plano Arquitectónico indicando cajones, acceso y salida 	Original y copia
5	Croquis	<ul style="list-style-type: none"> Factibilidad de Uso de Suelo, con las condicionantes solventadas 	Original y copia
6	Entrega de documentos	<ul style="list-style-type: none"> Plano Arquitectónico de distribución interior del local 	Original
7	Tiempo de conclusión	<ul style="list-style-type: none"> Dictamen expedido por la Unidad Operativa Municipal de Protección Civil Dictamen CNA, expedido por la Comisión Nacional del Agua 	Original y copia

COSTOS:

Concepto	Monto
<ul style="list-style-type: none"> <u>NEGOCIOS DE BAJO IMPACTO, por m2 ó fracción del área a utilizar</u> 	-----
<ul style="list-style-type: none"> Comercios o Servicio con superficies de hasta 60.00 m2: 	\$5.50
<ul style="list-style-type: none"> Comercios o Servicio con superficies mayor a 60.00 m2: 	\$12.00
<ul style="list-style-type: none"> Industrial, en zona industrial hasta 500.00 m2: 	\$5.00
<ul style="list-style-type: none"> Industrial, en zona industrial mayor a 500.00 m2: 	\$6.00
<ul style="list-style-type: none"> Industrial, fuera de zona industrial hasta 500.00 m2: 	\$18.00
<ul style="list-style-type: none"> Industrial, fuera de zona industrial mayor a 500.00 m2: 	\$19.00
<ul style="list-style-type: none"> <u>NEGOCIOS DE ALTO IMPACTO, por m2 ó fracción del área a utilizar</u> 	-----
<ul style="list-style-type: none"> Comercios o Servicio con superficies 	\$8.25

de hasta 60.00 m2:	
• Comercios o Servicio con superficies mayor a 60.00 m2:	\$18.00
• Industrial, en zona industrial hasta 500.00 m2:	\$7.00
• Industrial, en zona industrial mayor a 500.00 m2:	\$8.00
• Industrial, fuera de zona industrial hasta 500.00 m2:	\$22.00
• Industrial, fuera de zona industrial mayor a 500.00 m2:	\$23.00
• <u>NEGOCIOS Ó GIROS QUE IMPLIQUEN LA VENTA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS, por m2 ó fracción del área a utilizar</u>	-----
• Deposito de cerveza	\$35.00
• Billares con venta de bebidas alcohólicas en botella abierta:	\$35.00
• Boliches con venta de cerveza y bebidas refrescantes con una graduación alcohólica de 6° GL, en envase abierto:	\$35.00
• Tienda de autoservicio o departamental con venta de bebidas alcohólicas en botella cerrada:	\$35.00
• Vinaterías y pulquerías:	\$35.00
• Alimentos en general con venta de cerveza en botella abierta	\$13.00
• Baños públicos con venta de cerveza en botella abierta:	\$13.00
• Miscelánea o ultramarinos con venta de cerveza y bebidas refrescantes con una graduación alcohólica de 6°GL, en envase cerrado:	\$13.00

• Miscelánea o ultramarinos con venta de bebidas alcohólicas en botella cerrada:	\$13.00
• Hotel, Motel, Auto Hotel y Hostal con servicio de Restaurante-Bar:	\$49.00
• Salón Social con venta de bebidas alcohólicas:	\$49.00
• Centro Batanero y Restaurante-Bar:	\$49.00
• Discotecas y Centro de Espectáculos Públicos con venta de bebidas alcohólicas y Bar:	\$49.00
• Cabaret y centros de entretenimiento con venta de alimentos y bebidas alcohólicas	\$70.00
• Áreas de recreación, deportes y usos que no impliquen venta o expedición de bebidas alcohólicas contemplados en los incisos anteriores	\$8.00
• Bodega de abarrotes y bebidas alcohólicas en botella cerrada y destilación, envasadora y bodega de bebidas alcohólicas:	\$62.00
• Cualquier otro giro que implique la venta o expendio de bebidas alcohólicas	\$30.00

LUGAR PARA REALIZAR EL TRÁMITE

Lugar	Dirección	Teléfono	Horario de Atención	Tiempo de Respuesta
Secretaría de Desarrollo Urbano y Obras Públicas	Pról. Reforma No. 3308, Planta baja, Col. Amor	01 (222) 3 03 94 00 Ext. 172	Lunes a viernes de 9:00 a 14:00 horas	1 día

Correo Electrónico: www.pueblacapital.gob.mx

COLOCACIÓN DE ANUNCIO MENOR A 50 KG

Autorizar la colocación de anuncios con peso menor a 50 kg. (Adosados, letras, lonas, mantas, perpendiculares, gabinetes, rótulos, en marquesinas, volantes y trípticos).

REQUISITOS BÁSICOS

Núm.	Requisito	Clasificación/Sub-clasificación	Presentación
1	Formato de Solicitud	<ul style="list-style-type: none">De Licencia para la colocación de anuncio, expedido por el Departamento de Gestión Ambiental	Original
2	Identificación oficial vigente	<ul style="list-style-type: none">Del propietario o poseedor del inmueble y publicista<ul style="list-style-type: none">Credencial de Elector, óPasaporte, óCartilla	Original y copia
3	Información gráfica	<ul style="list-style-type: none">Describir la forma, dimensiones, elementos y materiales que constituyan el anuncio, especificaciones técnicas y los datos de altura sobre el nivel de la banqueta3 fotografías del anuncio a color ó en boceto	Original y Copia
4	Pago de derechos	<ul style="list-style-type: none">Recibo de pago, expedido por la Tesorería Municipal	Original y Copia
5	Comprobante domiciliario	<ul style="list-style-type: none">No mayor a 3 meses de antigüedad<ul style="list-style-type: none">Comisión Federal de Electricidad óBoleta predial óTeléfono fijo	Original y copia
6	Licencia de Funcionamiento	<ul style="list-style-type: none">Vigente, expedida por la Tesorería Municipal	Original y copia

REQUISITOS ADICIONALES

Núm.	Requisito	Clasificación/Sub-clasificación	Presentación
1	Formato de	<ul style="list-style-type: none">Carta poder simpleIdentificación del propietario,	Original y copia

	Solicitud	representante y dos testigos: <ul style="list-style-type: none"> ○ Credencial de Elector, ó ○ Pasaporte, ó ○ Cartilla 	
2	Identificación oficial vigente	<ul style="list-style-type: none"> • Escritura Pública, ó • Acta Constitutiva, ó • Poder Notarial, ó • Carta poder en hoja membretada • Identificación oficial vigente del representante legal: <ul style="list-style-type: none"> ○ Credencial de Elector, ó ○ Pasaporte, ó ○ Cartilla 	Original y copia
3	Información gráfica	<ul style="list-style-type: none"> • Licencia del INAH 	Original
4	Pago de derechos	<ul style="list-style-type: none"> • Dictamen favorable de la Unidad Operativa Municipal de Protección Civil • Póliza de seguro de responsabilidad civil y daños causados a terceros • Recibo de pago de derechos expedido por la Tesorería Municipal 	Copia

COSTOS

Concepto	Monto
<ul style="list-style-type: none"> • <u>PERMISOS DE 12 MESES</u> 	-----
<ul style="list-style-type: none"> • Anuncios adosados y de gabinete con una dimensión hasta de 3.60 metros de longitud y hasta 90 centímetros de altura, por cada metro cuadrado 	\$185.00
<ul style="list-style-type: none"> • Anuncios pintados sobre las edificaciones con una dimensión que no exceda el 30% de la superficie y hasta 93 m2, por cada metro cuadrado: 	\$50.00
<ul style="list-style-type: none"> • Anuncios perpendiculares a fachadas con una dimensión máxima de 1.20 metros de altura por 90 centímetros de ancho, por cada metro cuadrado: 	\$275.00
<ul style="list-style-type: none"> • Auto soportados, con una altura de hasta 2.50 metros del nivel del piso a su parte inferior, siempre que la caratula no exceda de 90 centímetros de longitud por 1.20 metros de altura y un espesor de veinte 	\$250.00

centímetros, por metro cuadrado:

- | | |
|--|----------|
| • Repartición de anuncios impresos en la vía pública, tales como volantes, panfletos, trípticos, dípticos y cualquiera otros similares, por millar : | \$700.00 |
| • Banderolas con una dimensión de hasta 1.50 metros de altura, cuya caratula no rebase los 60 centímetros de ancho, por metro cuadrado: | \$110.00 |
| • <u>PERMISOS POR HORA</u> | ----- |
| • Por anunciar publicidad mediante persona (s), portando pantallas electrónicas: | \$100.00 |
| • <u>PERMISOS POR DÍA</u> | ----- |
| • Por anunciar publicidad mediante persona (s), portando vestimenta de productos específicos a promocionar, por día: | \$100.00 |
| • Por anunciar publicidad mediante perifoneo y cualquier otra forma de comunicación fonética, por día: | \$250.00 |
| • <u>PERMISOS POR 30 DÍAS</u> | ----- |
| • Mantas y lonas (hasta por 30 días) , por cada metro cuadrado: | \$185.00 |
| • En objetos inflables hasta 70 metros cúbicos, por cada metro cúbico: | \$565.00 |
| • En objetos inflables con más de 70 metros cúbicos: | \$40.00 |
| • Anuncios a través de pegotes y tapiales , por metro cuadrado: | \$115.00 |
| • <u>PERMISOS POR 90 DÍAS Y POR UNIDAD</u> | ----- |
| • Publicidad en transporte público, que circulen dentro del municipio de Puebla, por metro cuadrado: | \$155.00 |

LUGAR PARA REALIZAR EL TRÁMITE

Lugar	Dirección	Teléfono	Horario de Atención	Tiempo de Respuesta
Secretaría de Medio Ambiente y Servicios Públicos del Municipio de Puebla	Av. Reforma No. 2704, 6° piso, Col. Amor	01 (222) 309 46 00 Ext. 7035	Lunes a viernes de 9:00 a 14:00 horas	5 días hábiles

Correo Electrónico: www.pueblacapital.gob.

3.3 ESTUDIO DE MERCADO

3.3.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO

Conocer la ubicación ideal para la alquiladora, así como los productos demandados y los precios promedio de los servicios, y preferencias de los consumidores en cuanto a las características del servicio que esperan recibir. Identificar a los competidores y el mejor segmento de mercado.

3.3.2 POBLACION Y DETERMINACION DE LA MUESTRA

El área geográfica seleccionada para realizar el estudio de mercado fue la zona de Prados Agua Azul en la Ciudad de Puebla. De acuerdo al último Censo de Población y Vivienda realizado por INEGI en 2010 arroja que la población total de la Ciudad de Puebla es de 1,434,062 habitantes.

En la colonia Prados Agua existe una población total de 4852 habitantes, de los cuales el sector a investigar es la población mayor a 18 años es de 4074 habitantes de acuerdo con el último Censo de Población y Vivienda realizado por INEGI en 2010, los cuales ya tienen posibilidades económicas para poder contratar servicios de alquileres de mobiliario y equipo para eventos sociales.



La determinación de la muestra se realiza por medio de una calculadora en línea en el sitio www.netquest.com, con una población de 4074 habitantes, un margen de error del 5%, un nivel de confianza del 95%, con un nivel de heterogeneidad del 50%, arrojando los siguientes datos:

Margen de Error que estarías dispuesto a aceptar: (5% suele ser lo habitual)	5 %	Menores márgenes de Error requieren mayores muestras. ¿Qué es el <u>margen de error</u> ?
Nivel de confianza (90%, 95%, o 99%)	95 %	Cuanto mayor sea el nivel de confianza mayor tendrá que ser la muestra. <u>¿Qué es el nivel de confianza?</u>
Tamaño del universo a encuestar:	20000	Número de personas que componen la población a la que se desea inferir los resultados.
Nivel de heterogeneidad (Suele ser 50%)	50 %	El nivel de heterogeneidad es lo diverso que sea el universo. Lo habitual suele ser 50%
El tamaño muestral recomendado es:	352	

Cálculo basado en una distribución normal, usando script de raosoft.

Por lo que el tamaño de la muestra de una población de 4074 habitantes es de 352 habitantes para aplicarles la siguiente encuesta.

3.3.3 ENCUESTA APLICADA

ENCUESTA DE PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR

Hola que tal, estamos realizando una encuesta acerca de los gustos y preferencias de las personas en cuanto al servicio de renta de mobiliario y equipo para eventos sociales en la Ciudad de Puebla, agradecemos tu tiempo y disposición para contestar las siguientes preguntas.

Edad: _____ Sexo: _____

INSTRUCCIONES: Elige la opción más adecuada según tu preferencia.

1. ¿Sabes que existe el servicio de renta de mobiliario y equipo para eventos sociales?
() Sí () No
2. ¿Alguna vez has rentado mobiliario para tu evento social?
() Sí () No
3. ¿Con que frecuencia realizas algún evento social?
() una vez al mes () cada tres meses () cada 6 meses () una vez al año
4. ¿Con que frecuencia has rentado alguno de estos rubros para tu evento social?
Sillas
() una vez al mes () cada tres meses () cada 6 meses () una vez al año
Mesas
() una vez al mes () cada tres meses () cada 6 meses () una vez al año
Manteles
() una vez al mes () cada tres meses () cada 6 meses () una vez al año
Cubiertos
() una vez al mes () cada tres meses () cada 6 meses () una vez al año
Platos
() una vez al mes () cada tres meses () cada 6 meses () una vez al año
Vasos
() una vez al mes () cada tres meses () cada 6 meses () una vez al año
5. ¿Cuál es la cantidad promedio que has rentado de estos rubros para tu evento social?
Sillas
() 10-20 () 30-60 () 80-100 () 101-200 () más de 200
Mesas
() 1-3 () 4-6 () 7-10 () 10-20 () más de 20
Manteles
() 1-3 () 4-6 () 7-10 () 10-20 () más de 20
Cubiertos (C/U juego de 3)
() 10-20 () 30-60 () 80-100 () 101-200 () más de 200

Platos (C/U juego de 3)

10-20 30-60 80-100 101-200 más de 200

Vasos

10-20 30-60 80-100 101-200 más de 200

6. ¿Cuánto has gastado en total en renta del mobiliario para tu evento social?

\$100-\$200 \$201-\$500 \$501-\$800 \$801-\$1000 más de \$1001

7. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por uno de estos rubros?

Silla

\$5.00 \$6.00 \$7.00 \$8.00 \$9.00

Mesa

\$20.00 \$25.00 \$30.00 \$35.00 \$40.00

Mantel

\$20.00 \$25.00 \$30.00 \$35.00 \$40.00

Cubierto

\$0.50 \$1.00 \$1.50 \$2.00 \$2.50

Plato

\$1.00 \$1.50 \$2.00 \$2.50 \$3.00

Vaso

\$1.00 \$1.50 \$2.00 \$2.50 \$3.00

8. ¿Cuál de estas opciones de nombre prefieres para una alquiladora de mobiliario y equipo de eventos sociales?

Alquiladora BBB

Alquiladora Prados Agua Azul

9. ¿Qué mobiliario o equipo es el que más rentas?

sillas mesas manteles cubierto platos vaso

10. ¿Para ti que es más importante?

calidad precio materiales puntualidad servicio

3.3.4 TABULADOR DE RESPUESTAS

EDAD	20 AÑOS	23 AÑOS	25 AÑOS	28 AÑOS	32 AÑOS	35 AÑOS	38 AÑOS	41 AÑOS
	2	3	7	14	15	7	1	1

SEXO	MUJERES	HOMBRES
	22	28

1. ¿Sabes que existe el servicio de renta de mobiliario y equipo para eventos sociales?	SI	NO
	45	5

2. ¿Alguna vez has rentado mobiliario para tu evento social?	SI	NO
	40	10

3. ¿Con que frecuencia realizas algún evento social?	UNA VEZ AL MES	CADA 3 MESES	CADA 6 MESES	UNA VEZ AL AÑO
	20	27	2	1

4. ¿Con que frecuencia has rentado alguno de estos rubros para tu evento social?	UNA VEZ AL MES	CADA 3 MESES	CADA 6 MESES	UNA VEZ AL AÑO
	SILLAS	10	30	8
MESAS	9	32	8	1
MANTELES	16	22	10	2
CUBIERTOS	5	27	17	1
PLATOS	4	27	18	1
VASOS	4	27	18	1

5. ¿Cuál es la cantidad promedio que has rentado de estos rubros para tu evento social?	10-20	30-60	80-100	101-200	MAS DE 200
SILLAS	15	20	10	5	0
MESAS	1-3	4-6	7-10	10-20	MAS DE 200
	15	20	10	5	0
MANTELES	1-3	4-6	7-10	10-20	MAS DE 200
	15	20	10	5	0
CUBIERTOS	10-20	30-60	80-100	101-200	MAS DE 200
	0	1	23	26	0
PLATOS	10-20	30-60	80-100	101-200	MAS DE 200
	0	1	23	26	0
VASOS	10-20	30-60	80-100	101-200	MAS DE 200
	0	1	23	26	0

6. ¿Cuánto has gastado en total en renta del mobiliario para tu evento social?	\$100-\$200	\$201-\$500	\$501-\$800	\$801-\$1000
	4	26	18	2

7. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por uno de estos rubros?	\$ 5.00	\$ 6.00	\$ 7.00	\$ 8.00	\$ 9.00
SILLAS	45	2	1	1	1
MESAS	\$ 20.00	\$ 25.00	\$ 30.00	\$ 35.00	\$ 40.00
	45	2	1	1	1
MANTELES	\$ 20.00	\$ 25.00	\$ 30.00	\$ 35.00	\$ 40.00
	45	2	1	1	1
CUBIERTOS	\$ 0.50	\$ 1.00	\$ 1.50	\$ 2.00	\$ 2.50
	45	2	1	1	1
PLATOS	\$ 1.00	\$ 1.50	\$ 2.00	\$ 2.50	\$ 3.00
	45	2	1	1	1
VASOS	\$ 1.00	\$ 1.50	\$ 2.00	\$ 2.50	\$ 3.00
	45	2	1	1	1

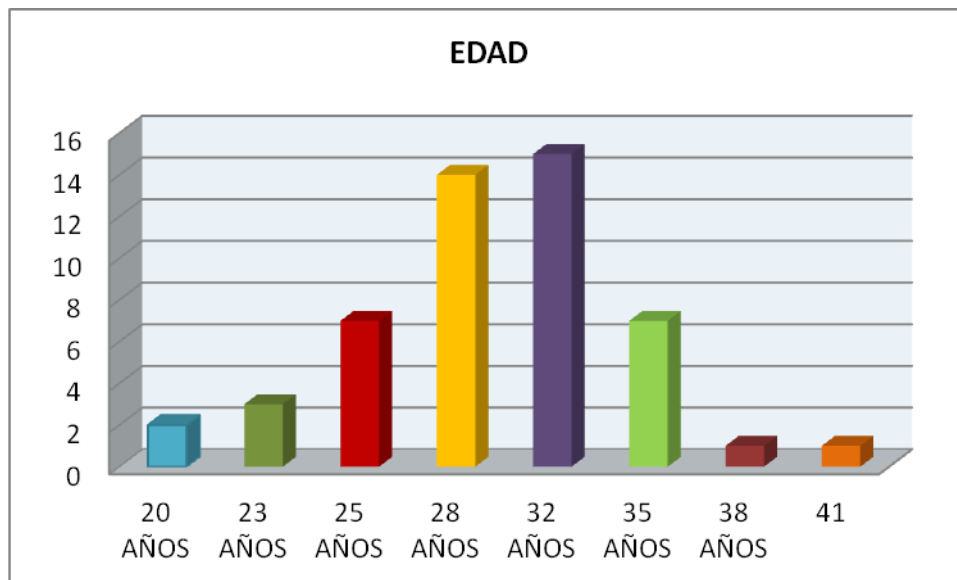
8. ¿Cuál de estas opciones de nombre prefieres para una alquiladora de mobiliario y equipo de eventos sociales?	Alquiladora BBB	Alquiladora Prados Agua Azul
	26	24

9. ¿Qué mobiliario o equipo es el que más rentas?	Sillas	Mesas	Manteles	Cubiertos	Platos	Vaso
	22	20	4	1	2	1

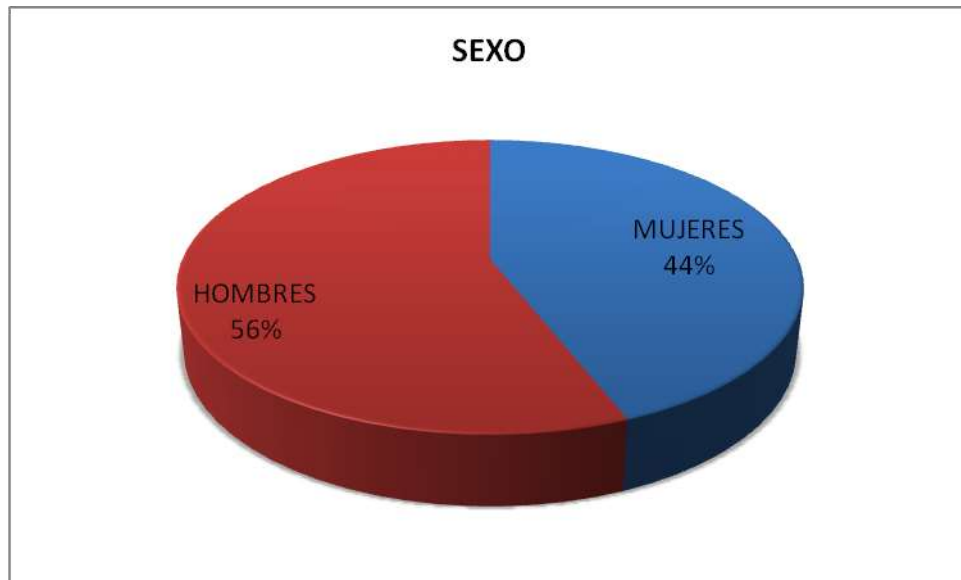
10. ¿Para ti que es más importante?	Calidad	Precio	Materiales	Puntualidad	Servicio
	1	20	1	23	5

3.3.5 RESULTADOS DE LA INVESTIGACION DE MERCADOS

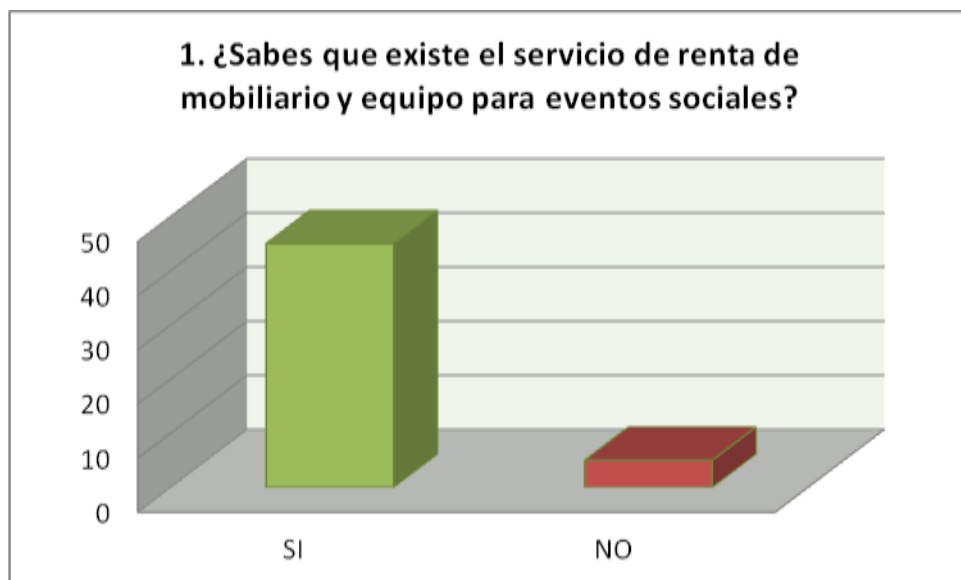
Del 7 al 11 de Agosto se aplico la encuesta a 50 habitantes de la Colonia Prados Agua Azul, en las cuales se obtuvieron los siguientes resultados:



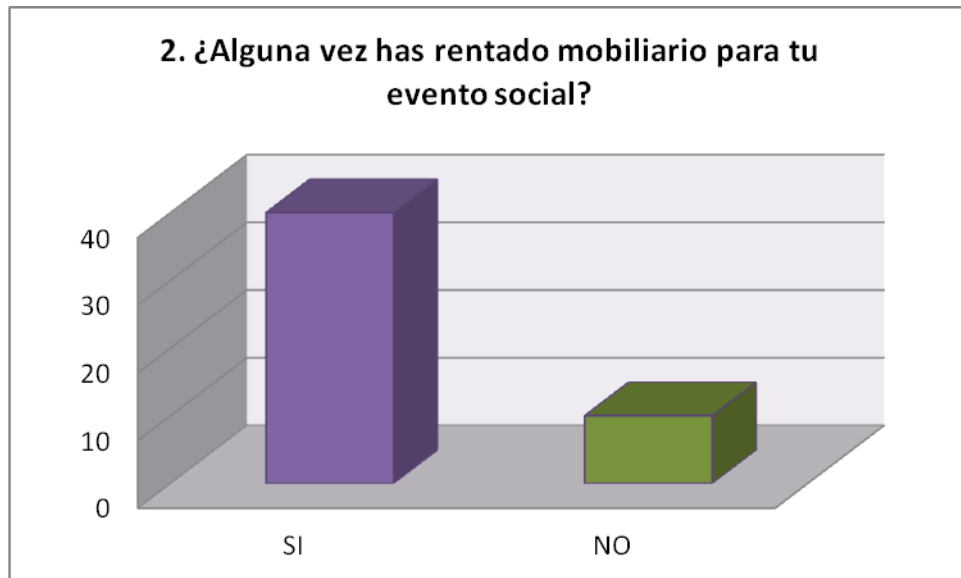
La población con edad de 28 y 32 años es el mayor porcentaje de población que contestaron las encuestas en el segmento de mercado de Prados Agua Azul.



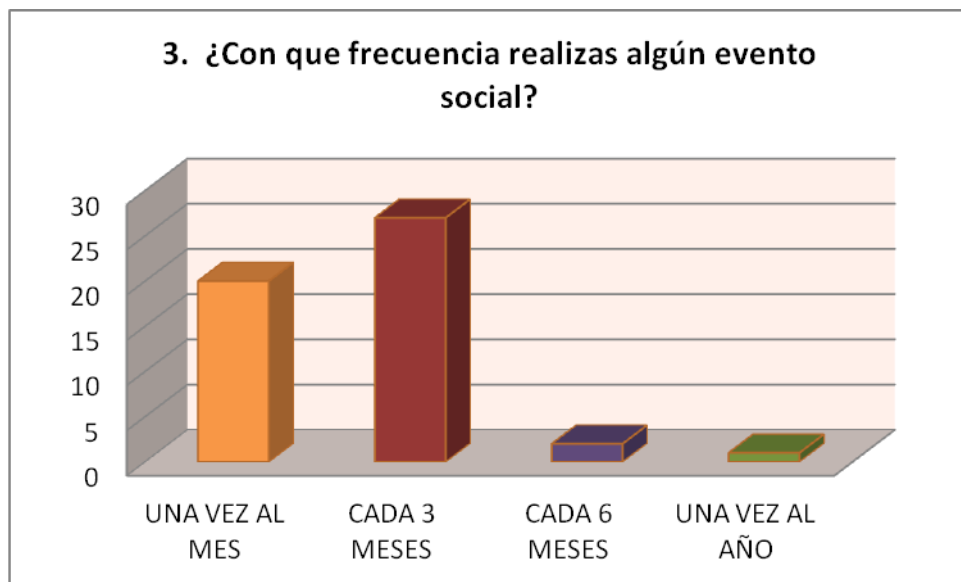
En la colonia Prados Agua Azul los hombres son el mayor porcentaje de población que respondió las encuestas.



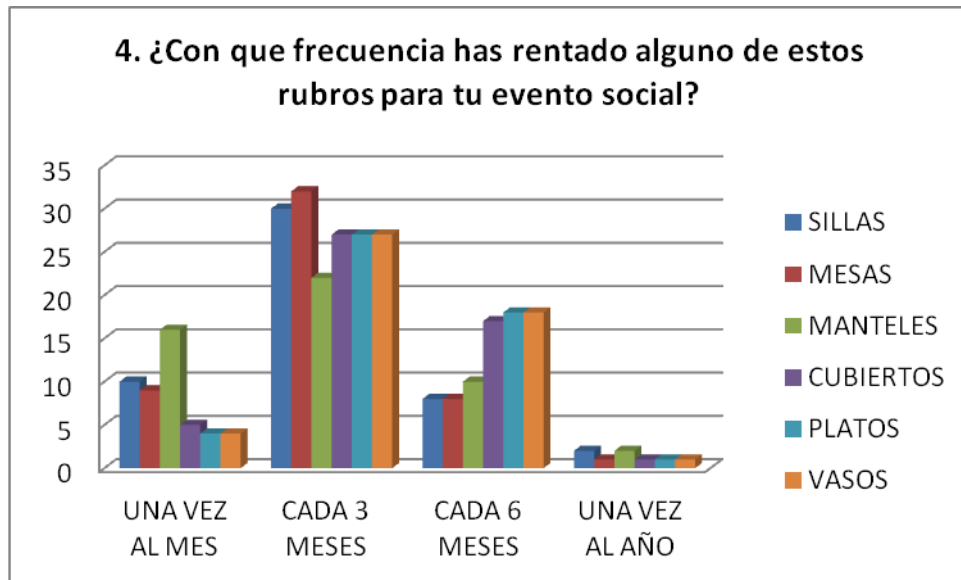
La encuesta arrojó que el 90% de la población encuestada sabe que existe el servicio de alquiler de mobiliario y equipo para eventos sociales, y por consecuencia el 10% de la población no sabe que existe este servicio.



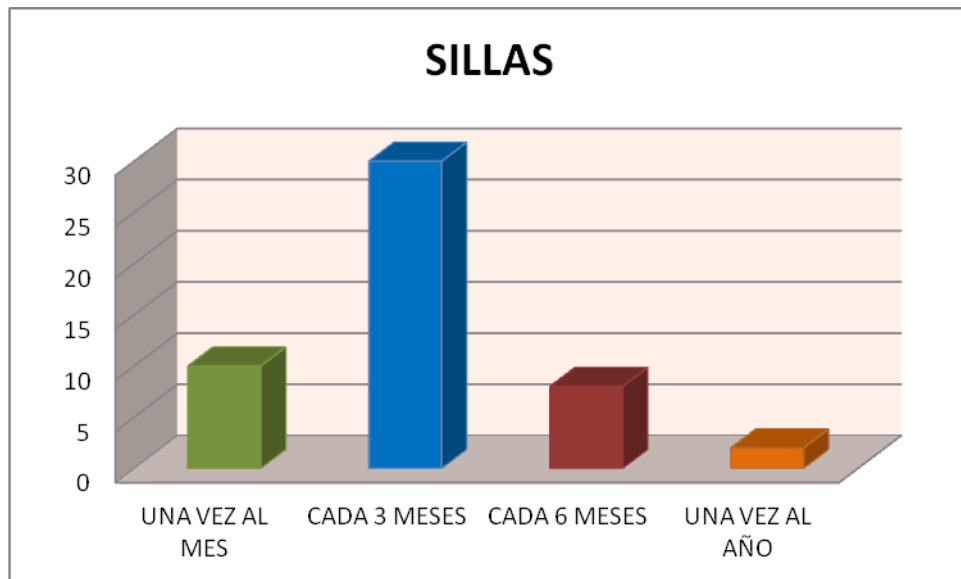
El 80 % de la población encuestada ha necesitado y solicitado el servicio de renta de mobiliario para sus eventos sociales, dando como consecuencia un porcentaje positivo de que esta colonia si tiene la necesidad de contratar este tipo de servicio.



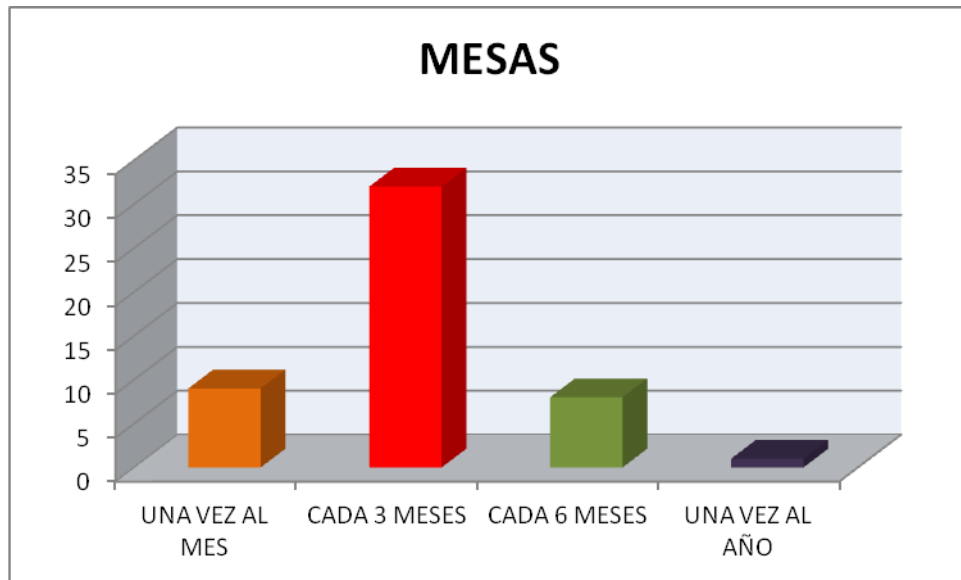
El 54 % de la población contrata el servicio de alquiler de mobiliario cada 3 meses, con este resultado podemos tener la frecuencia exacta de nuestro segmento de mercado la cual requiere este servicio, y poder planificar financiera y logísticamente los gastos, ya que no es un servicio de todos los días, y poder realizar estrategias para incursionar en otro segmento de mercado o incurrir en la diversificación.



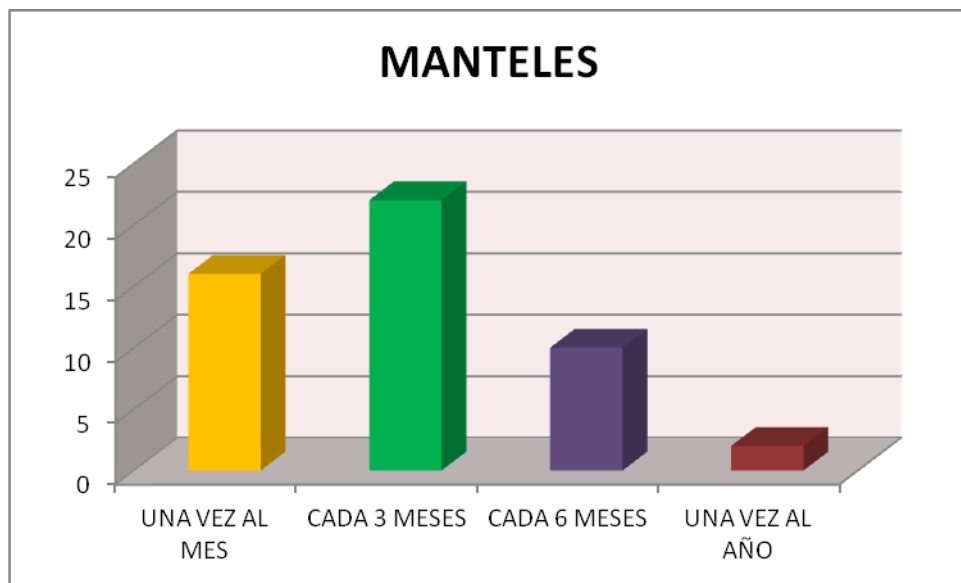
En esta gráfica se observa que productos y servicios son los que se alquilan por lo menos una vez al mes como los manteles y las sillas, mientras que cada tres meses las sillas y mesas son el servicio que más se necesita.



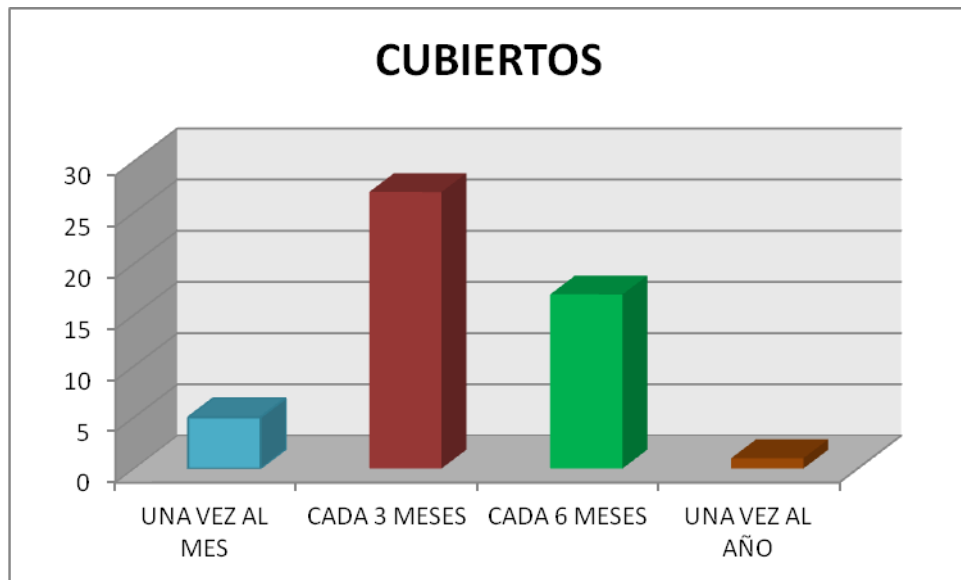
La encuesta muestra que la frecuencia de alquiler de las sillas es mayor cada 3 meses, y en segunda posición una vez al mes, por lo que se puede planear una estrategia para incrementar la frecuencia de una vez al mes.



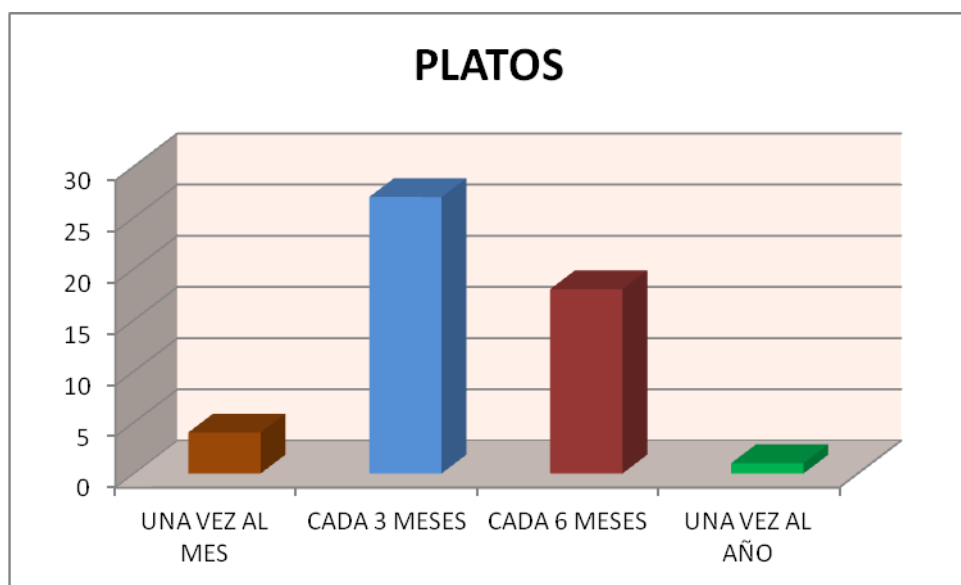
La encuesta muestra que la frecuencia de alquiler de mesas es mayor cada 3 meses, y en segunda posición una vez al mes y cada 6 meses, por lo que se puede planear una estrategia para incrementar la frecuencia de una vez al mes.



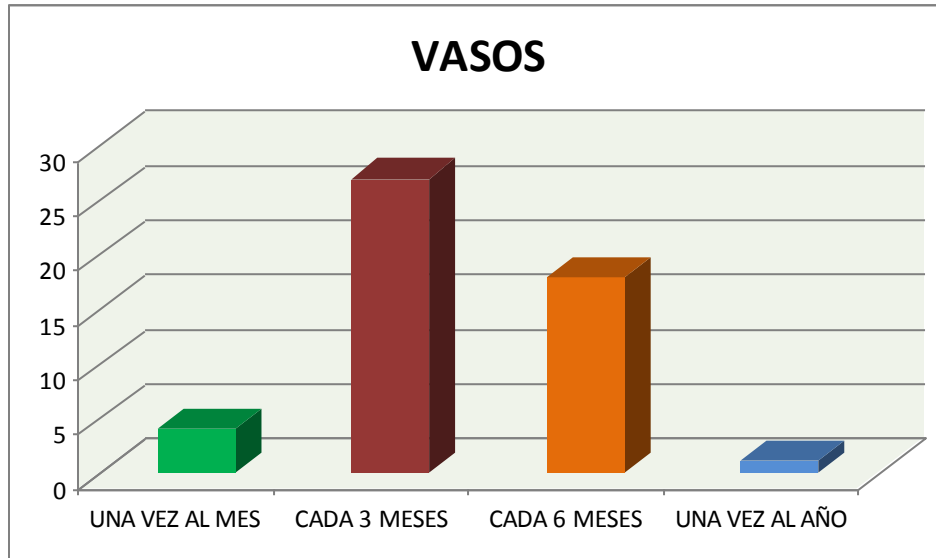
La encuesta muestra que la frecuencia de alquiler de manteles es mayor cada 3 meses, y en segunda posición una vez al mes, sin embargo hay posibilidad de que se pueda aumentar la frecuencia de la renta de este servicio.



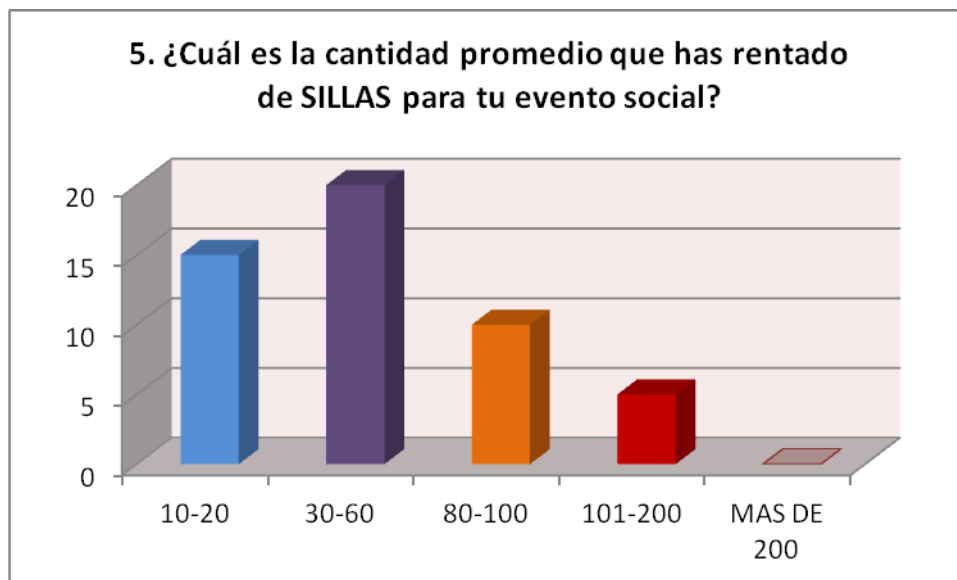
La frecuencia en la renta de cubiertos es mayor cada 3 meses y en segunda posición cada 6 meses, en este caso, los cubiertos no son un producto que tenga mucha demanda, por lo que hay que buscar alianzas con banquetes para incrementar la frecuencia y el desplazamiento de este servicio.



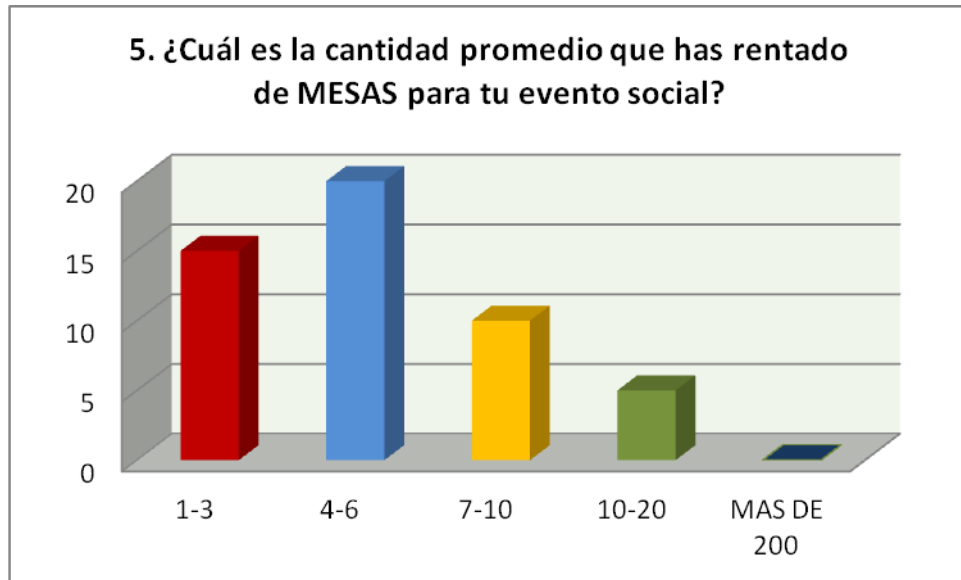
La frecuencia en la renta de platos es mayor cada 3 meses y en segunda posición cada 6 meses, en este caso, los platos como los cubiertos no son un producto que tenga mucha demanda, por lo que hay que buscar alianzas con banquetes para incrementar la frecuencia y el desplazamiento de este servicio.



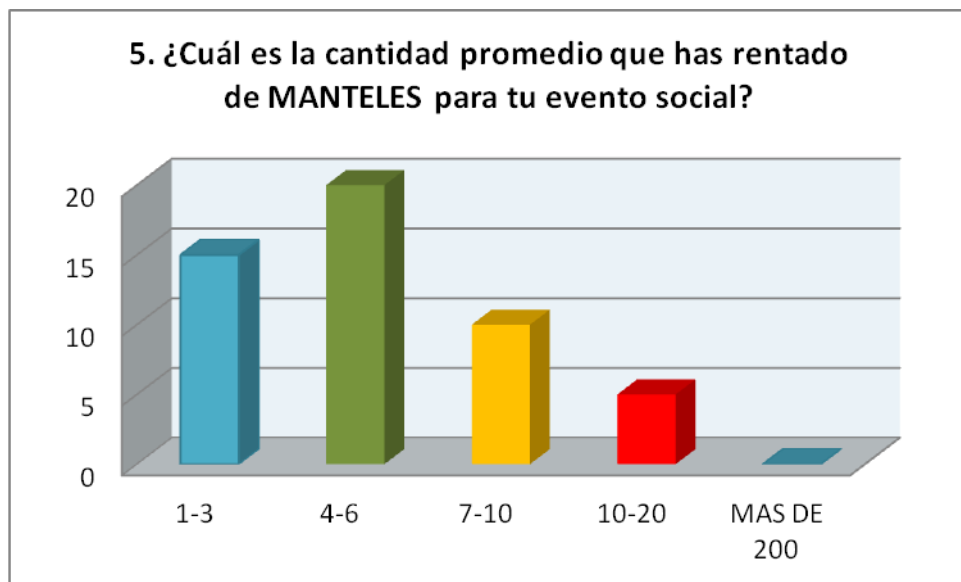
La frecuencia en la renta de vasos es mayor cada 3 meses y en segunda posición cada 6 meses, en este caso, los vasos son un producto que no tiene alta rotación de renta.



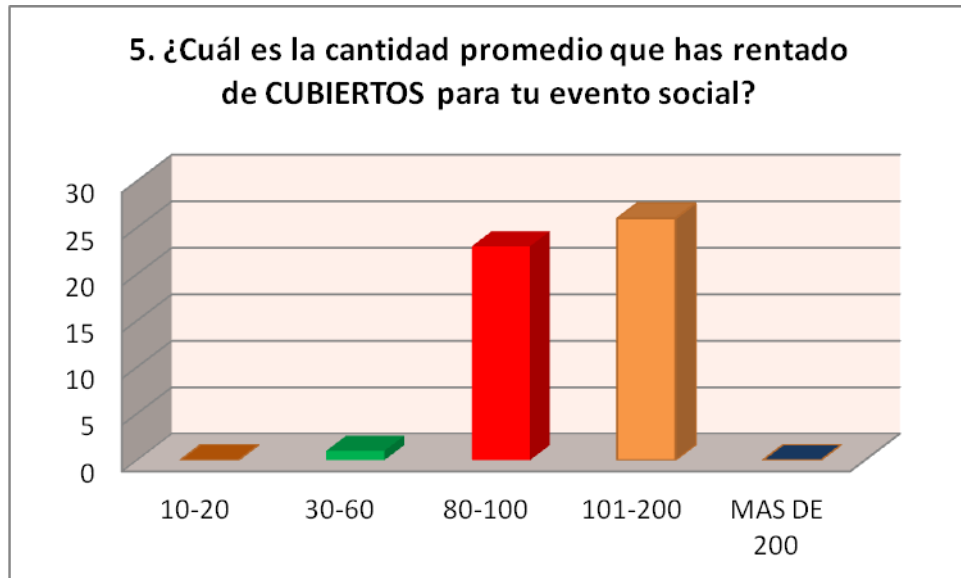
Esta pregunta nos ayuda a saber el promedio de sillas mínimas que se deben de tener para poder cubrir la demanda, que en este caso son de 60 sillas, con posibilidad de tener 100 sillas.



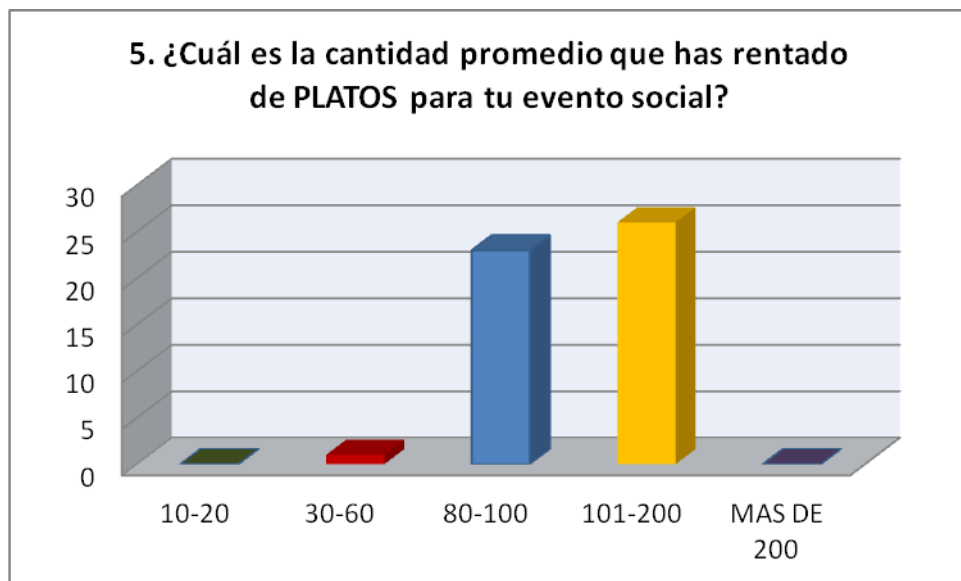
Esta pregunta nos ayuda a saber el promedio de mesas mínimas que se deben de tener para poder cubrir la demanda, que en este caso son de 6 mesa, y con posibilidad según muestra la gráfica de tener 10 mesas.



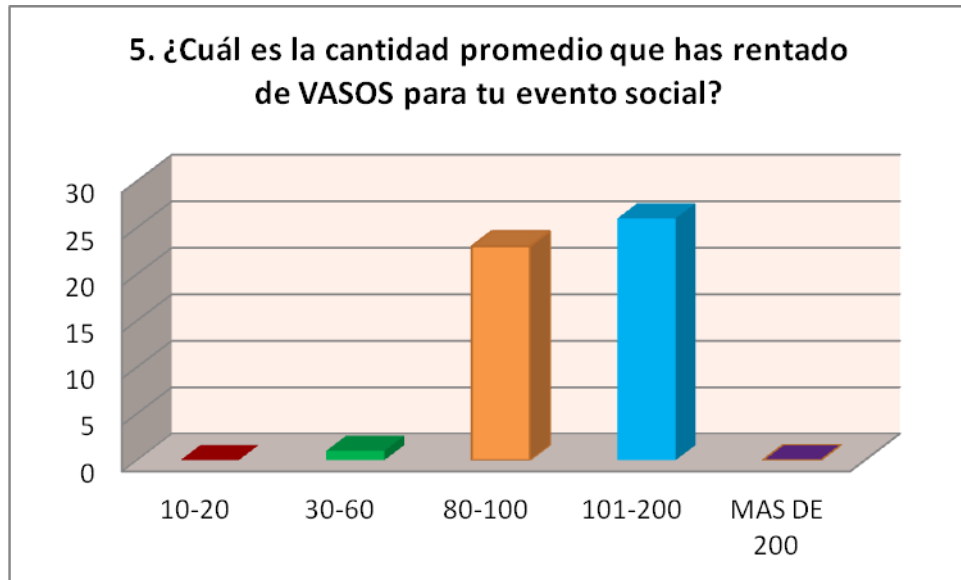
Esta pregunta nos ayuda a saber el promedio de manteles mínimas que se deben de tener para poder cubrir la demanda, que en este caso son de 6 manteles de varios colores.



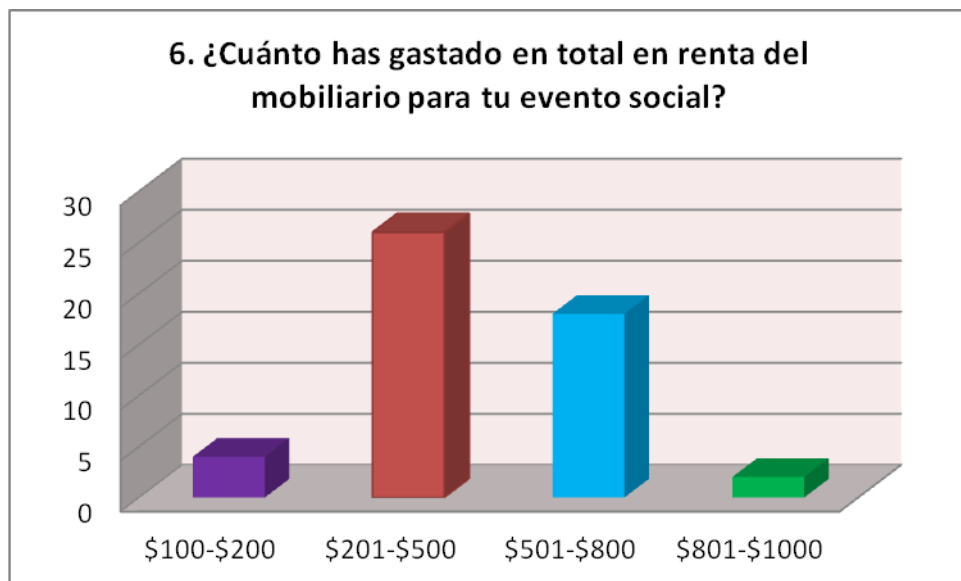
El resultado nos indica que necesitamos tener como mínimo 200 juegos de cubiertos para poder cubrir la demanda de Prados Agua Azul, ya que la gráfica indica que más de 200 juegos de cubiertos no se rentan por lo que el excedente sería una inversión que no generará utilidades.



El resultado nos indica que necesitamos tener como mínimo 200 juegos de platos para poder cubrir la demanda de Prados Agua Azul, ya que la gráfica indica que más de 200 juegos de platos no se rentan por lo que el excedente sería una inversión que no generará utilidades y ocuparía espacio de almacén.



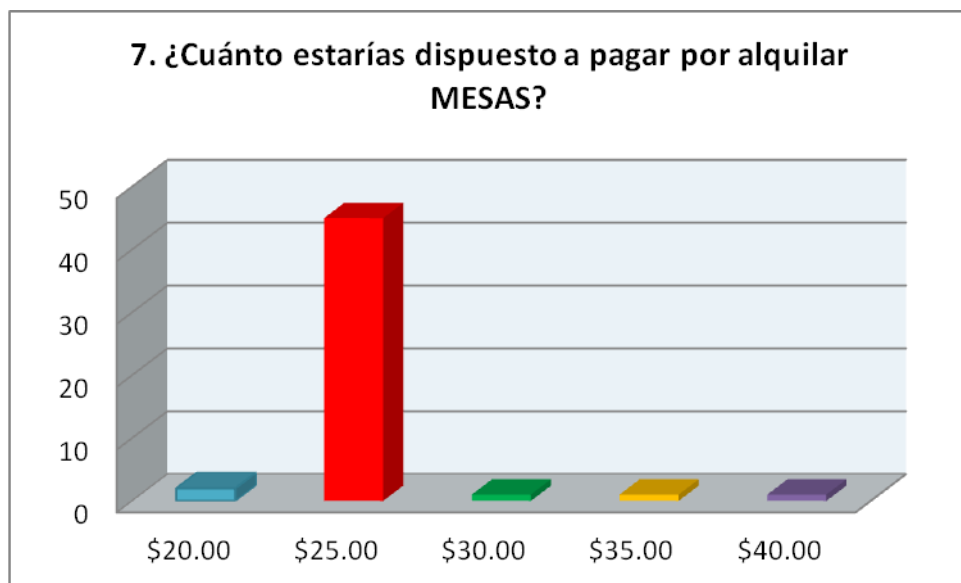
La gráfica nos indica que necesitamos tener como mínimo 200 vasos para poder cubrir la demanda de Prados Agua Azul, ya que la gráfica indica que más de 200 vasos no se rentan por lo que el excedente sería una inversión que no generará utilidades y ocuparía espacio de almacén.



El resultado de esta gráfica indica que la población de Prados Agua Azul gasta en promedio en renta de mobiliario para sus eventos de \$201.00 a \$500.00 pesos, sin embargo en segunda posición la gráfica muestra que también gastan de \$501.00 a \$800.00 pesos



La gráfica muestra el precio que el consumidor está dispuesto a pagar por la renta de las sillas es de \$5.00, y la diferencia al siguiente precio es muy alta, es decir, que el asignar un precio más alto repercutiría directamente en la elección del consumidor por nuestro producto.



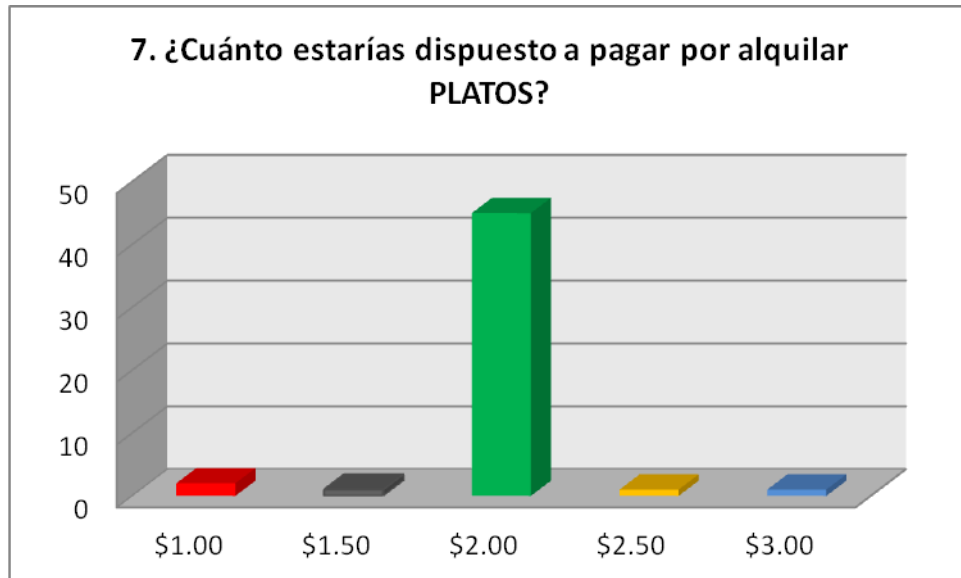
La gráfica muestra el precio que el consumidor está dispuesto a pagar por la renta de las mesas es de \$25.00.



La gráfica muestra el precio que el consumidor está dispuesto a pagar por la renta de los manteles es de \$25.00, y el aumentar el precio significaría el no tener demanda de este producto.



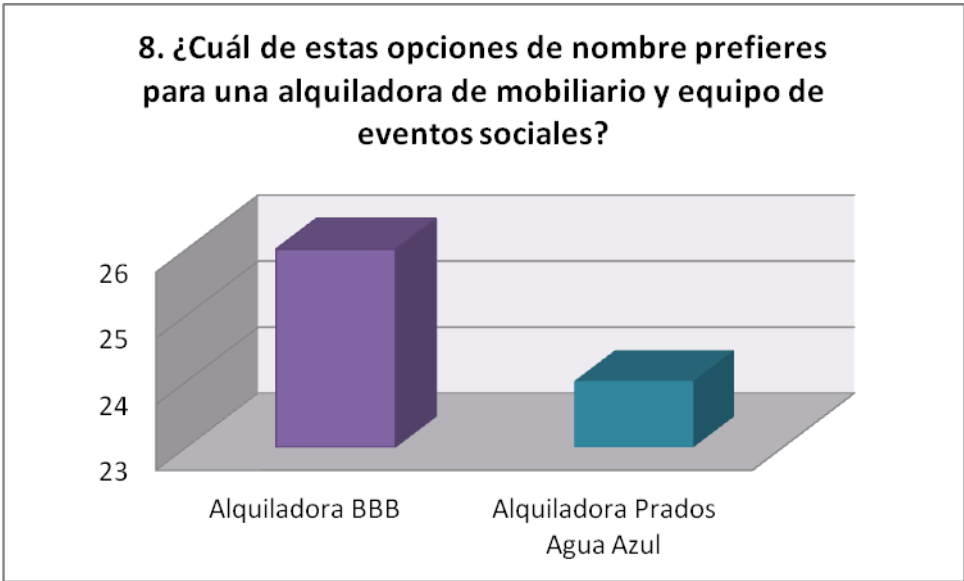
La gráfica muestra el precio que el consumidor está dispuesto a pagar por la renta de los cubiertos es de \$1.00, y el aumentar el precio significaría el no tener demanda de este producto.



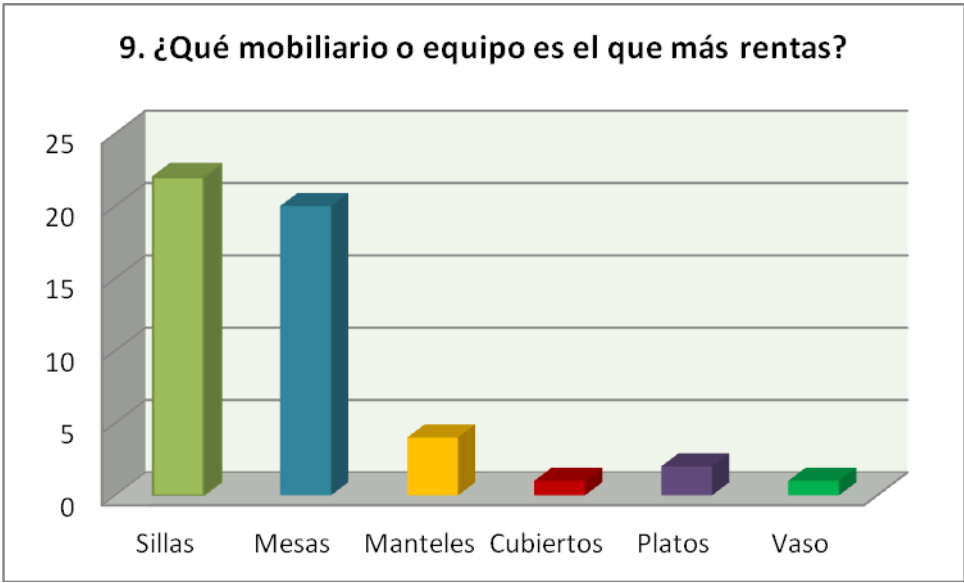
La gráfica muestra el precio que el consumidor está dispuesto a pagar por la renta de los platos es de \$2.00, siendo la tercera opción de precio, por lo que los consumidores no optaron por el menor precio ya que significaría para ellos menor calidad del producto.



Los resultados de la encuesta muestran que el precio que el consumidor está dispuesto a pagar por la renta de los vasos es de \$2.00, siendo la tercera opción de precio, por lo que los consumidores no optaron por el menor precio ya que significaría para ellos menor calidad del producto.



Los resultados de la encuesta nos indican que el mejor nombre para la alquiladora es “Alquiladora BBB”, ya que el nombre aceptado por la mayoría de la población de Prados Agua Azul.



Los resultados nos indican que los productos que más se rentan son las sillas y las mesas, estando en segunda posición los manteles y platos, y los productos con menos rotación con los cubiertos y platos. Por lo que se identifican los productos que se pueden explotar al máximo y que generarán ganancias.



La gráfica indica que para el consumidor lo más importante es la puntualidad en el servicio, y en segunda posición el precio, por lo que la puntualidad sería uno de los valores corporativos y por lo cual el servicio se puede diferenciar al resto.

3.3.6 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

Después de realizar el estudio de mercado e interpretar los resultados obtenidos, en el segmento de mercado de Prados Agua Azul es viable el incursionar en un proyecto de alquiler de mobiliario y equipo para eventos sociales.

El 90% de la población conoce este servicio, tiene en la mente la posibilidad de consumir este servicio, mientras que el 80% de la población si lo ha necesitado.

También se obtuvo la frecuencia de alquiler de equipo, que ayuda a planificar el requerimiento de material inicial para el proyecto y los precios que los consumidores están dispuestos a pagar por el servicio de alquiler de cada producto que se va a ofrecer.

Para el segmento de mercado de Prados Agua azul lo más importante en el servicio es la puntualidad antes que el precio, que se convertirá en el distintivo de la empresa.

El nombre de la alquiladora según los resultados de la encuesta es: “Alquiladora BBB”.

Las sillas y las mesas son nuestro producto estrella y el que se explotará para generar las ganancias esperadas, y para implantar una distribución del almacén eficientes colocándolas en primera posición que es un acceso fácil para la carga y descarga.

Los manteles, cubiertos y vajilla, son productos de desplazamiento menor y para colocarlos según el peso en los racks del almacén.

Los consumidores de Prados Agua Azul están dispuestos a gastar entre \$200.00 y \$500.00 pesos promedio, sin embargo hay un segmento que gasta de \$501.00 a \$800.00 pesos, que con una estrategia enfocada hay la posibilidad de explotar este mercado para incrementar la necesidad y el gasto de los consumidores.

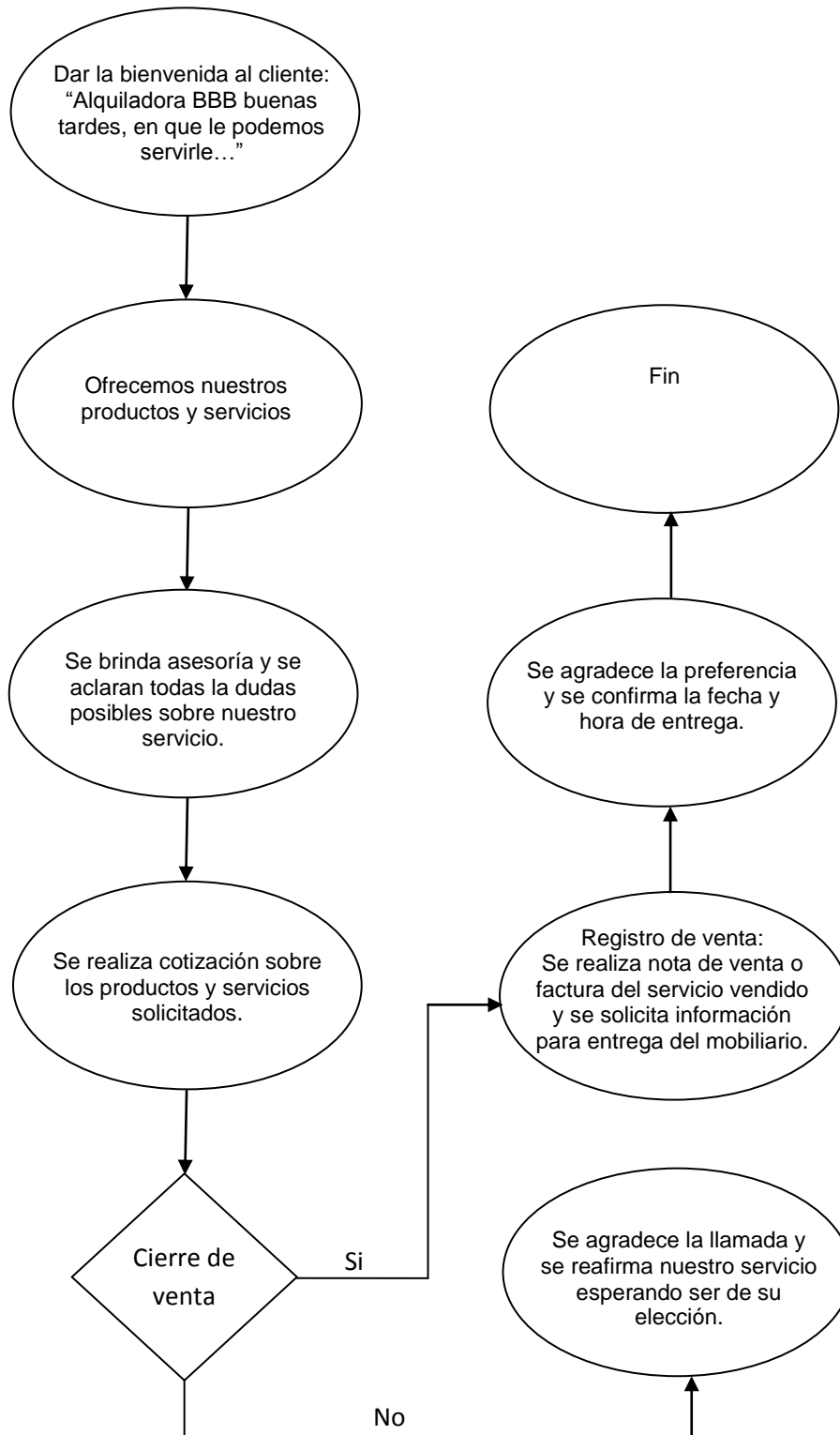
Finalmente el proyecto se debe de realizar, ya que si existe segmento de mercado que lo acepte que en este caso es Prados Agua Azul, y la penetración en el mercado es fácil ya que es un mercado que no se encuentra saturado de empresas que ofrezcan este servicio, y es un rubro que se conoce y esta presente en al mente del consumidor.

De la misma forma que se puede desplazar el producto haciendo convenios con jardines de fiestas cercanos y que no cuenten con el mobiliario y ofrecer un mejor paquete en la renta de sus jardines o salones.

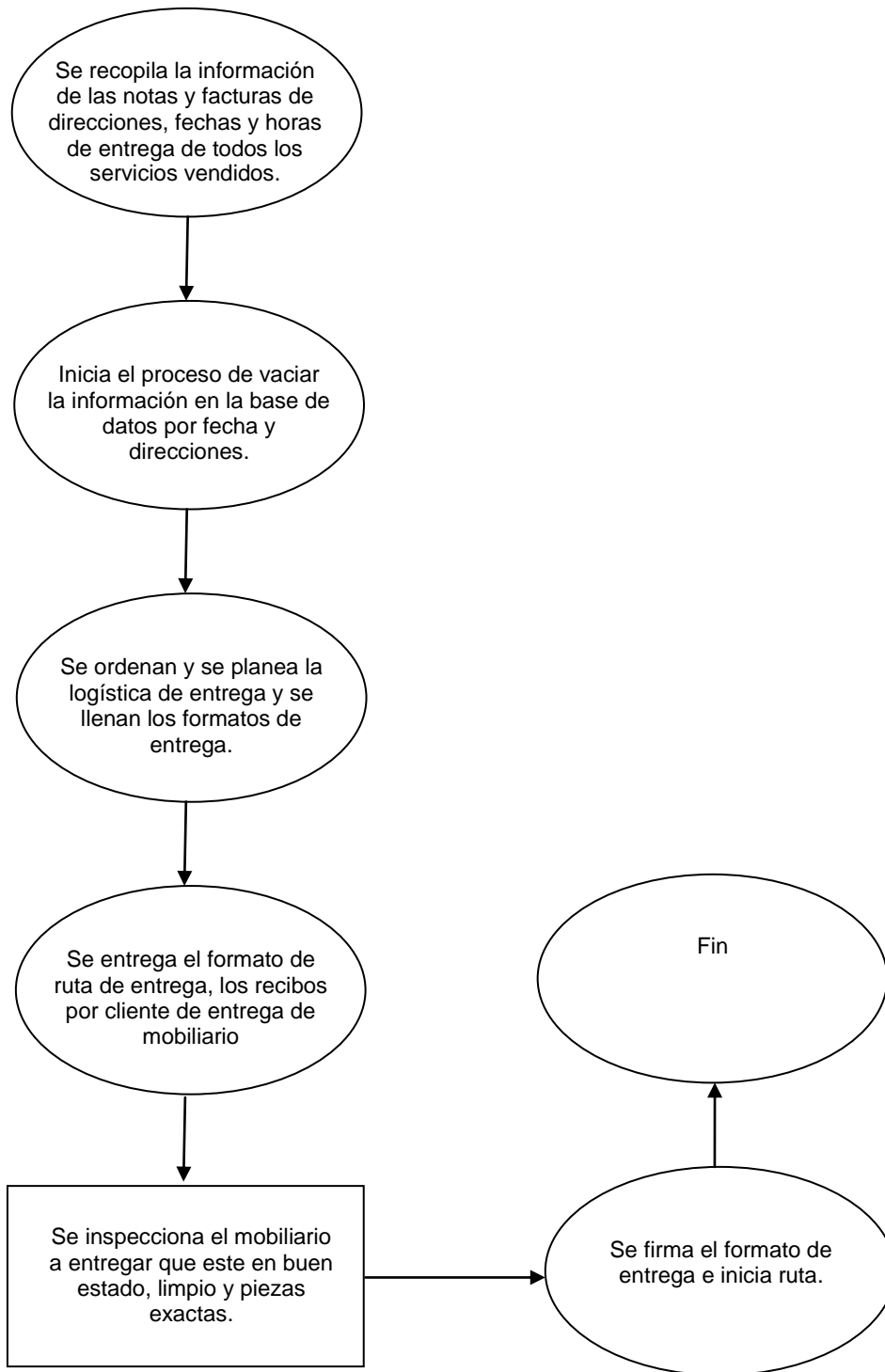
3.4 ESTUDIO TECNICO DE LA PRESTACION DEL SERVICIO

3.4.1 DIAGRAMA DE FLUJO DE LOS PROCESOS

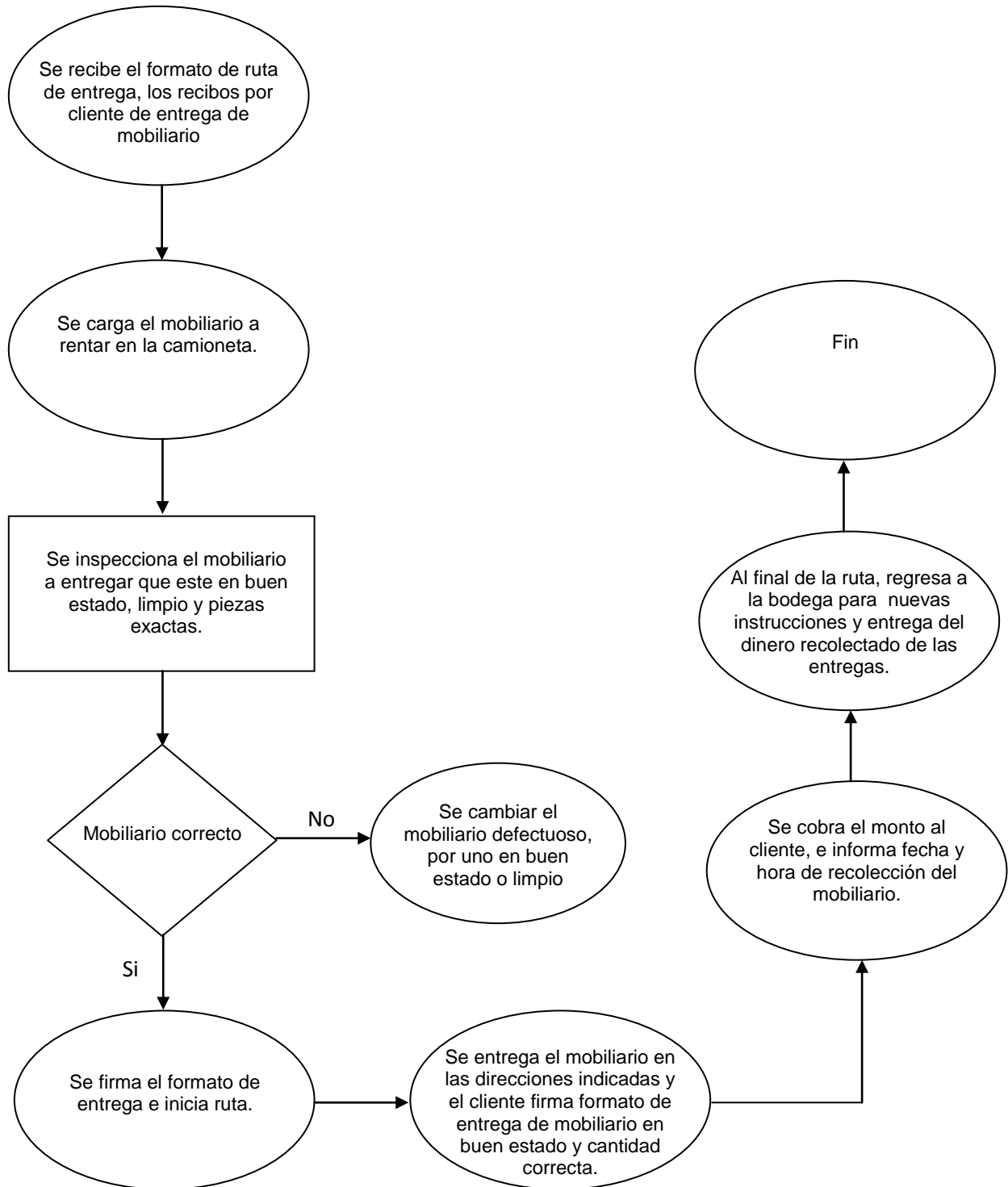
PROCESO DE ATENCION AL CLIENTE TELEFONICO



PROCESO DE LOGISTICA Y PLANEACION DE ENTREGAS



PROCESO DE ENTREGA



3.4.2 REQUERIMIENTOS

MOBILIARIO Y EQUIPO DE TRABAJO				
NO.	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Sillas	250	\$ 148.00	\$ 37,000.00
2	Mesas	25	\$ 750.00	\$ 18,750.00
3	Manteles varios colores (blanco, rosa, amarillo, verde)	100	\$ 60.00	\$ 6,000.00
4	Cuchara	300	\$ 6.00	\$ 1,800.00
5	Tenedor	300	\$ 6.00	\$ 1,800.00
6	Cuchillo	300	\$ 6.00	\$ 1,800.00
7	Cuchara cafetera	300	\$ 5.00	\$ 1,500.00
8	Plato base	300	\$ 30.00	\$ 9,000.00
9	Plato ensalada	300	\$ 25.00	\$ 7,500.00
10	Plato sopa	300	\$ 28.00	\$ 8,400.00
11	Plato pastelero	300	\$ 23.00	\$ 6,900.00
12	Vaso jaibolero	300	\$ 5.00	\$ 1,500.00
13	Tasa de café	300	\$ 10.00	\$ 3,000.00
14	Sillas de oficina	3	\$ 700.00	\$ 2,100.00
15	Escritorio	1	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
16	Rack para almacén	2	\$ 1,000.00	\$ 2,000.00
17	Teléfono	2	\$ 500.00	\$ 1,000.00
TOTAL				\$ 111,250.00

TRANSPORTE PARA DISTRIBUCION				
NO.	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Camioneta para distribución	1	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00
TOTAL				\$ 60,000.00

NOTA: La camioneta que se ocupara para la distribución es de Marca Nissan pick up (estaquita) año 2003

TABLA DE EQUIPO DE CÓMPUTO				
NO.	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	EQUIPO DE CÓMPUTO MARCA DELL MODELO VOSTRO MINI TOWER	1	\$ 15,499.00	\$ 15,499.00
2	REGULADOR DE VOLTAJE COMPLET 1300 va 8 CONTACTOS NEGRO	1	\$ 209.00	\$ 209.00
3	MOUSE PAD ORTOPEDICO CON ACOJINAMIENTO DE GEL MODELO COM 040	1	\$ 140.00	\$ 140.00
4	MULTICONTACTO 1600 watts CO 8 ENTRADAS MARCA ADMO	1	\$ 315.00	\$ 315.00
5	MULTIFUNCIONAL LASER JET PRO M1536dnf	1	\$ 6,950.00	\$ 6,950.00
TOTAL				\$ 23,113.00

REQUERIMIENTOS DE PERSONAL					
NO.	PUESTO	NO. DE PERSONAS	SALARIO MENSUAL	SALARIO ANUAL	SALARIO TOTAL
1	Gerente General	1	\$ 6,729.00	\$ 80,748.00	\$ 80,748.00
2	Depto. Contabilidad	1	\$ 4,528.00	\$ 54,336.00	\$ 54,336.00
3	Depto. Logística	1	\$ 4,528.00	\$ 54,336.00	\$ 54,336.00
4	Operativo	1	\$ 3,047.00	\$ 36,564.00	\$ 36,564.00
TOTAL					\$ 225,984.00

TABLA DE REQUERIMIENTOS MATERIA PRIMA E INSUMOS					
Número	Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
1	Escoba	Pieza	10	\$ 20.00	\$ 200.00
2	Bolsa de empaque	Kilo	10	\$ 80.00	\$ 800.00
3	Trapeador	Pieza	1	\$ 30.00	\$ 30.00
4	Cubeta	Pieza	1	\$ 20.00	\$ 20.00
5	Sacudidor	Pieza	1	\$ 30.00	\$ 30.00
6	Bolsa para basura	Paquete	4	\$ 30.00	\$ 120.00
7	Pinol, jabón, cloro	Pieza	1	\$ 80.00	\$ 80.00
8	Etiquetas para precio	Paquete	3	\$ 300.00	\$ 900.00
9	Notas de venta	Millar	1	\$ 500.00	\$ 500.00
10	Lapiceros	Paquete	1	\$ 50.00	\$ 50.00
11	Post it	Paquete	3	\$ 20.00	\$ 60.00
12	Hojas Bond	Paquete	5	\$ 80.00	\$ 400.00
13	Engrapadora	Pieza	2	\$ 70.00	\$ 140.00
14	Grapas	Paquete	5	\$ 30.00	\$ 150.00
15	Clips	Paquete	2	\$ 20.00	\$ 40.00
16	Cartucho de impresión	Pieza	2	\$ 300.00	\$ 600.00
17	Lápiz	Paquete	1	\$ 20.00	\$ 20.00
18	Goma	Pieza	3	\$ 5.00	\$ 15.00
19	Marcadores	Paquete	4	\$ 30.00	\$ 120.00
20	Libreta	Pieza	2	\$ 20.00	\$ 40.00
21	Folders	Paquete	2	\$ 50.00	\$ 100.00
22	Carpetas para archivo	Paquete	2	\$ 100.00	\$ 200.00
TOTAL					\$ 4,615.00

3.4.3 PRESUPUESTO DE CAPITAL A 3 MESES

PRESUPUESTO DE CAPITAL		
GASTOS PREOPERATIVOS	CANTIDAD	3 MESES
Búsqueda de proveedores	\$ 500.00	
Reclutamiento y capacitación	\$ 500.00	
TOTAL		\$ 1,000.00
INVERSIONES FIJAS	CANTIDAD	
Mobiliario y equipo de trabajo	\$ 111,250.00	
Equipo de transporte	\$ 60,000.00	
Equipo de computo	\$ 23,113.00	
TOTAL		\$ 194,363.00
CAPITAL DE TRABAJO	CANTIDAD	
Suministros	\$ 4,615.00	
Sueldos y salarios	\$ 56,496.00	
Luz	\$ 2,400.00	
Teléfono	\$ 1,500.00	
Internet	\$ 1,350.00	
Instalación eléctrica	\$ 1,000.00	
Línea telefónica	\$ 3,000.00	
Seguros de la camioneta	\$ 1,250.00	
TOTAL		\$ 71,611.00
INVERSIÓN INICIAL	\$	266,974.00

3.5 ESTUDIO FINANCIERO

3.5.1 BALANCE GENERAL HISTORICO

BALANCE GENERAL HISTÓRICO					
ACTIVO CIRCULANTE			PASIVO		
Caja y bancos	\$ 71,611.00			Pasivo bancario M. plazo	\$0.00
Total Activo Circulante		\$ 71,611.00		Total pasivo	\$0.00
ACTIVO FIJO			CAPITAL CONTABLE		
Mobiliario y equipo de oficina	\$ 111,250.00			Capital social	\$266,974.00
Equipo de Transporte	\$ 60,000.00			Total capital contable	\$266,974.00
Equipo de computo	\$ 23,113.00				
Total Activo Fijo		\$ 194,363.00			
ACTIVO DIFERIDO					
Búsqueda de proveedores	\$ 500.00				
Reclutamiento y capacitación	\$ 500.00				
Total Activo Diferido		\$ 1,000.00			
TOTAL DEL ACTIVO		\$266,974.00		Pasivo más capital contable	\$266,974.00

3.5.2 ESTRUCTURA FINANCIERA

ESTRUCTURA FINANCIERA						
CONCEPTO	APORTACIÓN DUEÑO		CRÉDITO		TOTAL INVERSIÓN	
	%	\$	%	\$	%	\$
Activo circulante	26.82	\$ 71,611.00	0.00	\$ -	26.82	\$ 71,611.00
Activo fijo	72.80	\$ 194,363.00	0.00	\$ -	72.80	\$ 194,363.00
Activo diferido	0.37	\$ 1,000.00	0.00	\$ -	0.37	\$ 1,000.00
Total inversión	100.00	\$ 266,974.00	0.00	\$ -	100.00	\$ 266,974.00

NOTA: La estructura financiera es sana, ya que en la tabla se puede apreciar que la aportación del dueño de la empresa es del 100.00 %, por lo que no se tuvo que recurrir a ningún tipo de financiamiento crediticio.

3.5.3 TABLAS DE DEPRECIACION

INVERSIÓN INICIAL DEL MOBILIARIO =	\$ 111,250.00	DEP. ANUAL	\$ 11,125.00
------------------------------------	---------------	------------	--------------

TABLA DE DEPRECIACIÓN MOBILIARIO			
AÑO	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0	\$ 11,125.00	\$ 11,125.00	\$ 111,250.00
1	\$ 11,125.00	\$ 22,250.00	\$ 100,125.00
2	\$ 11,125.00	\$ 33,375.00	\$ 89,000.00
3	\$ 11,125.00	\$ 44,500.00	\$ 77,875.00
4	\$ 11,125.00	\$ 55,625.00	\$ 66,750.00
5	\$ 11,125.00	\$ 66,750.00	\$ 55,625.00
6	\$ 11,125.00	\$ 77,875.00	\$ 44,500.00
7	\$ 11,125.00	\$ 89,000.00	\$ 33,375.00
8	\$ 11,125.00	\$ 100,125.00	\$ 22,250.00
9	\$ 11,125.00	\$ 111,250.00	\$ 11,125.00
10	\$ 11,125.00		\$ -

INVERSIÓN INICIAL DEL EQ. DE CÓMPUTO =	\$ 23,113.00	DEP. ANUAL	\$ 7,704.33
--	--------------	------------	-------------

TABLA DE DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE CÓMPUTO			
AÑO	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0	\$ 7,704.33	\$ 7,704.33	\$ 23,113.00
1	\$ 7,704.33	\$ 15,408.66	\$ 15,408.67
2	\$ 7,704.33	\$ 23,112.99	\$ 7,704.34
3	\$ 7,704.33		\$ -

3.5.4 CUADRO DE INGRESOS A 4 AÑOS

CUADRO DE INGRESOS AÑO 1					
CONCEPTO	CAPACIDAD MENSUAL		PRECIO DE VENTA	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL
	INSTALADA	UTILIZADA (RENTA)			
Sillas	250	1000	\$ 5.00	\$ 5,000.00	\$ 60,000.00
Mesas	25	100	\$ 25.00	\$ 2,500.00	\$ 30,000.00
Manteles varios colores	100	400	\$ 25.00	\$ 10,000.00	\$ 120,000.00
Cuchara	300	1200	\$ 1.00	\$ 1,200.00	\$ 14,400.00
Tenedor	300	1200	\$ 1.00	\$ 1,200.00	\$ 14,400.00
Cuchillo	300	1200	\$ 1.00	\$ 1,200.00	\$ 14,400.00
Cuchara cafetera	300	1200	\$ 1.00	\$ 1,200.00	\$ 14,400.00
Plato base	300	1200	\$ 3.00	\$ 3,600.00	\$ 43,200.00
Plato ensalada	300	1200	\$ 2.00	\$ 2,400.00	\$ 28,800.00
Plato sopa	300	1200	\$ 2.00	\$ 2,400.00	\$ 28,800.00
Plato pastelero	300	1200	\$ 2.00	\$ 2,400.00	\$ 28,800.00
Vaso jaibolero	300	1200	\$ 2.00	\$ 2,400.00	\$ 28,800.00
Taza de café	300	1200	\$ 2.00	\$ 2,400.00	\$ 28,800.00
TOTAL				\$ 37,900.00	\$ 454,800.00

CUADRO DE INGRESOS AÑO 2					
CONCEPTO	CAPACIDAD MENSUAL		PRECIO DE VENTA	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL
	INSTALADA	UTILIZADA (RENTA)			
Sillas	350	1400	\$ 5.00	\$ 7,000.00	\$ 84,000.00
Mesas	35	140	\$ 25.00	\$ 3,500.00	\$ 42,000.00
Manteles varios colores	200	800	\$ 25.00	\$ 20,000.00	\$ 240,000.00
Cuchara	500	2000	\$ 1.00	\$ 2,000.00	\$ 24,000.00
Tenedor	500	2000	\$ 1.00	\$ 2,000.00	\$ 24,000.00
Cuchillo	500	2000	\$ 1.00	\$ 2,000.00	\$ 24,000.00
Cuchara cafetera	500	2000	\$ 1.00	\$ 2,000.00	\$ 24,000.00
Plato base	500	2000	\$ 3.00	\$ 6,000.00	\$ 72,000.00
Plato ensalada	500	2000	\$ 2.00	\$ 4,000.00	\$ 48,000.00
Plato sopa	500	2000	\$ 2.00	\$ 4,000.00	\$ 48,000.00
Plato pastelero	500	2000	\$ 2.00	\$ 4,000.00	\$ 48,000.00
Vaso jaibolero	500	2000	\$ 2.00	\$ 4,000.00	\$ 48,000.00
Taza de café	500	2000	\$ 2.00	\$ 4,000.00	\$ 48,000.00
TOTAL				\$ 64,500.00	\$ 774,000.00

CUADRO DE INGRESOS AÑO 3					
CONCEPTO	CAPACIDAD MENSUAL		PRECIO DE VENTA	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL
	INSTALADA	UTILIZADA (RENTA)			
Sillas	400	1600	\$ 6.00	\$ 9,600.00	\$ 115,200.00
Mesas	40	160	\$ 27.00	\$ 4,320.00	\$ 51,840.00
Manteles varios colores	250	1000	\$ 27.00	\$ 27,000.00	\$ 324,000.00
Cuchara	550	2200	\$ 2.00	\$ 4,400.00	\$ 52,800.00
Tenedor	550	2200	\$ 2.00	\$ 4,400.00	\$ 2,800.00
Cuchillo	550	2200	\$ 2.00	\$ 4,400.00	\$ 52,800.00
Cuchara cafetera	550	2200	\$ 2.00	\$ 4,400.00	\$ 52,800.00
Plato base	550	2200	\$ 4.00	\$ 8,800.00	\$ 105,600.00
Plato ensalada	550	2200	\$ 3.00	\$ 6,600.00	\$ 79,200.00
Plato sopa	550	2200	\$ 3.00	\$ 6,600.00	\$ 79,200.00
Plato pastelero	550	2200	\$ 3.00	\$ 6,600.00	\$ 79,200.00
Vaso jaibolero	550	2200	\$ 3.00	\$ 6,600.00	\$ 79,200.00
Taza de café	550	2200	\$ 3.00	\$ 6,600.00	\$ 79,200.00
TOTAL				\$ 100,320.00	\$ 1,203,840.00

CUADRO DE INGRESOS AÑO 4					
CONCEPTO	CAPACIDAD MENSUAL		PRECIO DE VENTA	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL
	INSTALADA	UTILIZADA (RENTA)			
Sillas	450	1800	\$ 6.00	\$ 10,800.00	\$ 129,600.00
Mesas	45	180	\$ 27.00	\$ 4,860.00	\$ 58,320.00
Manteles varios colores	300	1200	\$ 27.00	\$ 32,400.00	\$ 388,800.00
Cuchara	600	2400	\$ 2.00	\$ 4,800.00	\$ 57,600.00
Tenedor	600	2400	\$ 2.00	\$ 4,800.00	\$ 57,600.00
Cuchillo	600	2400	\$ 2.00	\$ 4,800.00	\$ 57,600.00
Cuchara cafetera	600	2400	\$ 2.00	\$ 4,800.00	\$ 57,600.00
Plato base	600	2400	\$ 4.00	\$ 9,600.00	\$ 115,200.00
Plato ensalada	600	2400	\$ 3.00	\$ 7,200.00	\$ 86,400.00
Plato sopa	600	2400	\$ 3.00	\$ 7,200.00	\$ 86,400.00
Plato pastelero	600	2400	\$ 3.00	\$ 7,200.00	\$ 86,400.00
Vaso jaibolero	600	2400	\$ 3.00	\$ 7,200.00	\$ 86,400.00
Taza de café	600	2400	\$ 3.00	\$ 7,200.00	\$ 86,400.00
TOTAL				\$ 112,860.00	\$ 1,354,320.00

3.5.5 CUADRO DE COSTOS VARIABLES A 4 AÑOS

CUADRO DE COSTOS VARIABLES AÑO 1			
CONCEPTO	MATERIA PRIMA		COSTO PARCIAL
	COSTO UNITARIO	UNIDADES ANUALES	
Sillas	\$ 148.00	250	\$ 37,000.00
Mesas	\$ 750.00	25	\$ 18,750.00
Manteles varios colores	\$ 60.00	100	\$ 6,000.00
Cuchara	\$ 6.00	300	\$ 1,800.00
Tenedor	\$ 6.00	300	\$ 1,800.00
Cuchillo	\$ 6.00	300	\$ 1,800.00
Cuchara cafetera	\$ 5.00	300	\$ 1,500.00
Plato base	\$ 30.00	300	\$ 9,000.00
Plato ensalada	\$ 25.00	300	\$ 7,500.00
Plato sopa	\$ 28.00	300	\$ 8,400.00
Plato pastelero	\$ 23.00	300	\$ 6,900.00
Vaso jaibolero	\$ 5.00	300	\$ 1,500.00
Taza de café	\$ 10.00	300	\$ 3,000.00
COSTO TOTAL			\$ 104,950.00

CUADRO DE COSTOS VARIABLES AÑO 2			
CONCEPTO	MATERIA PRIMA		COSTO PARCIAL
	COSTO UNITARIO	UNIDADES ANUALES	
Sillas	\$ 155.00	100	\$ 15,500.00
Mesas	\$ 800.00	10	\$ 8,000.00
Manteles varios colores	\$ 70.00	100	\$ 7,000.00
Cuchara	\$ 7.00	200	\$ 1,400.00
Tenedor	\$ 7.00	200	\$ 1,400.00
Cuchillo	\$ 7.00	200	\$ 1,400.00
Cuchara cafetera	\$ 7.00	200	\$ 1,400.00
Plato base	\$ 35.00	200	\$ 7,000.00
Plato ensalada	\$ 30.00	200	\$ 6,000.00
Plato sopa	\$ 32.00	200	\$ 6,400.00
Plato pastelero	\$ 26.00	200	\$ 5,200.00
Vaso jaibolero	\$ 7.00	200	\$ 1,400.00
Taza de café	\$ 13.00	200	\$ 2,600.00
COSTO TOTAL			\$ 64,700.00

CUADRO DE COSTOS VARIABLES AÑO 3			
CONCEPTO	MATERIA PRIMA		COSTO PARCIAL
	COSTO UNITARIO	UNIDADES ANUALES	
Sillas	\$ 155.00	50	\$ 7,750.00
Mesas	\$ 800.00	5	\$ 4,000.00
Manteles varios colores	\$ 70.00	50	\$ 3,500.00
Cuchara	\$ 7.00	50	\$ 350.00
Tenedor	\$ 7.00	50	\$ 350.00
Cuchillo	\$ 7.00	50	\$ 350.00
Cuchara cafetera	\$ 7.00	50	\$ 350.00
Plato base	\$ 35.00	50	\$ 1,750.00
Plato ensalada	\$ 30.00	50	\$ 1,500.00
Plato sopa	\$ 32.00	50	\$ 1,600.00
Plato pastelero	\$ 26.00	50	\$ 1,300.00
Vaso jaibolero	\$ 7.00	50	\$ 350.00
Taza de café	\$ 13.00	50	\$ 650.00
COSTO TOTAL			\$ 23,800.00

CUADRO DE COSTOS VARIABLES AÑO 4			
CONCEPTO	MATERIA PRIMA		COSTO PARCIAL
	COSTO UNITARIO	UNIDADES ANUALES	
Sillas	\$ 170.00	50	\$ 8,500.00
Mesas	\$ 900.00	5	\$ 4,500.00
Manteles varios colores	\$ 90.00	50	\$ 4,500.00
Cuchara	\$ 9.00	50	\$ 450.00
Tenedor	\$ 9.00	50	\$ 450.00
Cuchillo	\$ 9.00	50	\$ 450.00
Cuchara cafetera	\$ 9.00	50	\$ 450.00
Plato base	\$ 40.00	50	\$ 2,000.00
Plato ensalada	\$ 35.00	50	\$ 1,750.00
Plato sopa	\$ 36.00	50	\$ 1,800.00
Plato pastelero	\$ 30.00	50	\$ 1,500.00
Vaso jaibolero	\$ 10.00	50	\$ 500.00
Taza de café	\$ 16.00	50	\$ 800.00
COSTO TOTAL			\$ 27,650.00

3.5.6 CUADRO DE COSTOS Y GASTOS TOTALES A 4 AÑOS

CUADRO DE COSTOS Y GASTOS TOTALES AÑO 1

Costos Variables		
Materia Prima	\$	104,950.00
Mano de Obra	\$	-
Gastos Indirectos	\$	-
Total Costos Variables		\$ 104,950.00
Costos Fijos		
Sueldos y Salarios	\$	225,984.00
Papelería	\$	40,020.00
Teléfono	\$	6,000.00
Energía Eléctrica	\$	9,600.00
Internet	\$	5,400.00
Seguro de la camioneta	\$	5,000.00
Total Costos Fijos		\$ 292,004.00
Costos Operativos		
ISR(10%)	\$	3,901.67
PTU(8%)	\$	3,121.33
Dep. Mobiliario	\$	11,125.00
Dep. Equipo de Cómputo	\$	7,704.33
Total Costos Operativos		\$ 25,852.33
Total de Costos y Gastos Totales		\$ 422,806.33

CUADRO DE COSTOS Y GASTOS TOTALES AÑO 2

Costos Variables		
Materia Prima	\$	64,700.00
Mano de Obra	\$	-
Gastos Indirectos	\$	-
Total Costos Variables		<u>\$ 64,700.00</u>
Costos Fijos		
Sueldos y Salarios	\$	225,984.00
Papelería	\$	40,020.00
Teléfono	\$	6,000.00
Energía Eléctrica	\$	9,600.00
Internet	\$	5,400.00
Seguro de la camioneta	\$	5,000.00
Total Costos Fijos		<u>\$ 292,004.00</u>
ISR(10%)	\$	39,846.67
PTU(8%)	\$	31,877.33
Dep. Mobiliario	\$	11,125.00
Dep. Equipo de Cómputo	\$	7,704.33
Total Costos Operativos		<u>\$ 90,553.33</u>
Total de Costos y Gastos Totales		<u>\$ 447,257.33</u>

CUADRO DE COSTOS Y GASTOS TOTALES AÑO 3

Costos Variables		
Materia Prima	\$	23,800.00
Mano de Obra	\$	-
Gastos Indirectos	\$	-
Total Costos Variables		<u>\$ 23,800.00</u>
Costos Fijos		
Sueldos y Salarios	\$	225,984.00
Papelería	\$	40,020.00
Teléfono	\$	6,000.00
Energía Eléctrica	\$	9,600.00
Internet	\$	5,400.00
Seguro de la camioneta	\$	5,000.00
Total Costos Fijos		<u>\$ 292,004.00</u>
ISR(10%)	\$	86,920.67
PTU(8%)	\$	69,536.53
Dep. Mobiliario	\$	11,125.00
Dep. Equipo de Cómputo	\$	7,704.33
Total Costos Operativos		<u>\$ 175,286.53</u>
Total de Costos y Gastos Totales		<u>\$ 491,090.53</u>

CUADRO DE COSTOS Y GASTOS TOTALES AÑO 4

Costos Variables		
Materia Prima	\$	27,650.00
Mano de Obra	\$	-
Gastos Indirectos	\$	-
Total Costos Variables		<u>\$ 27,650.00</u>
Costos Fijos		
Sueldos y Salarios	\$	225,984.00
Papelería	\$	40,020.00
Teléfono	\$	6,000.00
Energía Eléctrica	\$	9,600.00
Internet	\$	5,400.00
Seguro de la camioneta	\$	5,000.00
Total Costos Fijos		<u>\$ 292,004.00</u>
ISR(10%)	\$	101,583.67
PTU(8%)	\$	81,266.93
Dep. Mobiliario	\$	11,125.00
Dep. Equipo de Cómputo	\$	7,704.33
Total Costos Fijos		<u>\$ 201,679.93</u>
Total de Costos y Gastos Totales		<u>\$ 521,333.93</u>

3.5.7 ESTADO DE RESULTADOS A 4 AÑOS

ESTADO DE RESULTADOS AÑO 1

Ingresos	\$	454,800.00
Costos Variables	\$	<u>104,950.00</u>
Utilidad Marginal		<u>\$ 349,850.00</u>
Costos Administración	\$	<u>310,833.33</u>
Utilidad antes de impuestos		<u>\$ 39,016.67</u>
ISR	\$	3,901.67
PTU	\$	<u>3,121.33</u>
Utilidad Neta		<u>\$ 31,993.67</u>

ESTADO DE RESULTADOS AÑO 2

Ingresos	\$ 774,000.00
Costos Variables	<u>\$ 64,700.00</u>
Utilidad Marginal	<u><u>\$ 709,300.00</u></u>
Costos Administración	\$ 310,833.33
Utilidad antes de impuestos	<u><u>\$ 398,466.67</u></u>
ISR	\$ 39,846.67
PTU	<u>\$ 31,877.33</u>
Utilidad Neta	<u><u>\$ 326,742.67</u></u>

ESTADO DE RESULTADOS AÑO 3

Ingresos	\$ 1,203,840.00
Costos Variables	<u>\$ 23,800.00</u>
Utilidad Marginal	<u><u>\$ 1,180,040.00</u></u>
Costos Administración	\$ 310,833.33
Utilidad antes de impuestos	<u><u>\$ 869,206.67</u></u>
ISR	\$ 86,920.67
PTU	<u>\$ 69,536.53</u>
Utilidad Neta	<u><u>\$ 712,749.47</u></u>

ESTADO DE RESULTADOS AÑO 4

Ingresos	\$ 1,354,320.00
Costos Variables	<u>\$ 27,650.00</u>
Utilidad Marginal	<u><u>\$ 1,326,670.00</u></u>
Costos Administración	\$ 310,833.33
Utilidad antes de impuestos	<u><u>\$ 1,015,836.67</u></u>
ISR	\$ 101,583.67
PTU	<u>\$ 81,266.93</u>
Utilidad Neta	<u><u>\$ 832,986.07</u></u>

3.5.8 PRESUPUESTO DE FLUJO DE EFECTIVO A 4 AÑOS

PRESUPUESTO DE FLUJO DE EFECTIVO AÑO 1

Flujo de Entrada	
Ingresos	\$ 454,800.00
<u>Total de Flujo de Entrada</u>	<u>\$ 454,800.00</u>
Flujo de Salida	
Materia Prima	\$ 104,950.00
Mano de Obra	\$ -
Gastos Indirectos	\$ -
Sueldos y Salarios	\$ 225,984.00
Papelería	\$ 40,020.00
Teléfono	\$ 6,000.00
Energía Eléctrica	\$ 9,600.00
Internet	\$ 5,400.00
Seguro de la camioneta	\$ 5,000.00
ISR(10%)	\$ 3,901.67
PTU(8%)	\$ 3,121.33
<u>Total de Flujo de Salida</u>	<u>\$ 403,977.00</u>
Flujo de entrada	\$ 454,800.00
Flujo de salida	\$ 403,977.00
Saldo inicial	\$ 71,611.00
	<u>\$ 122,434.00</u>

PRESUPUESTO DE FLUJO DE EFECTIVO AÑO 2

Flujo de Entrada

Ingresos	\$ 774,000.00	
Total de Flujo de Entrada		\$ 774,000.00

Flujo de Salida

Materia Prima	\$ 64,700.00	
Mano de Obra	\$ -	
Gastos Indirectos	\$ -	
Sueldos y Salarios	\$ 225,984.00	
Papelería	\$ 40,020.00	
Teléfono	\$ 6,000.00	
Energía Eléctrica	\$ 9,600.00	
Internet	\$ 5,400.00	
Seguro de la camioneta	\$ 5,000.00	
ISR(10%)	\$ 39,846.67	
PTU(8%)	\$ 31,877.33	
Total de Flujo de Salida		\$ 428,428.00

Flujo de entrada	\$ 774,000.00	
Flujo de salida	\$ 428,428.00	
Saldo inicial	\$ 122,434.00	
	\$ 468,006.00	

PRESUPUESTO DE FLUJO DE EFECTIVO AÑO 3

Flujo de Entrada

Ingresos	\$ 1,203,840.00	
Total de Flujo de Entrada		\$ 1,203,840.00

Flujo de Salida

Materia Prima	\$ 23,800.00	
Mano de Obra	\$ -	
Gastos Indirectos	\$ -	
Sueldos y Salarios	\$ 225,984.00	
Papelería	\$ 40,020.00	
Teléfono	\$ 6,000.00	
Energía Eléctrica	\$ 9,600.00	
Internet	\$ 5,400.00	
Seguro de la camioneta	\$ 5,000.00	
ISR(10%)	\$ 86,920.67	
PTU(8%)	\$ 69,536.53	
Total de Flujo de Salida		\$ 472,261.20

Flujo de entrada	\$ 1,203,840.00	
Flujo de salida	\$ 472,261.20	
Saldo inicial	\$ 468,006.00	
	\$ 1,199,584.80	

PRESUPUESTO DE FLUJO DE EFECTIVO AÑO 4

Flujo de Entrada

Ingresos	\$ 1,354,320.00	
Total de Flujo de Entrada		\$ 1,354,320.00

Flujo de Salida

Materia Prima	\$ 27,650.00	
Mano de Obra	\$ -	
Gastos Indirectos	\$ -	
Sueldos y Salarios	\$ 225,984.00	
Papelería	\$ 40,020.00	
Teléfono	\$ 6,000.00	
Energía Eléctrica	\$ 9,600.00	
Internet	\$ 5,400.00	
Seguro de la camioneta	\$ 5,000.00	
ISR(10%)	\$ 101,583.67	
PTU(8%)	\$ 81,266.93	
Total de Flujo de Salida		\$ 502,504.60

Flujo de entrada	\$ 1,354,320.00	
Flujo de salida	\$ 502,504.60	
Saldo inicial	\$ 1,199,584.80	
	\$ 2,051,400.20	

BALANCE GENERAL AÑO 2			
Activo circulante			
Caja y bancos	\$468,006.00		
Total activo circulante			<u>\$468,006.00</u>
Activo fijo			
Equipo de Transporte		\$ 60,000.00	
Mobiliario	\$111,250.00	\$89,000.00	
Dep. Acum. Mob.	\$22,250.00		
Equipo de Cómputo	\$23,113.00	\$7,704.34	
Dep. Acum. Cómputo	\$15,408.66		
Total activo fijo			<u>\$156,704.34</u>
Activo diferido			
Contrato de luz	\$1,000.00		
Costo del proyecto	\$0.00		
Total de activo diferido			<u>\$1,000.00</u>
TOTAL DEL ACTIVO			<u>\$625,710.34</u>
Pasivo			
Pasivo a Mediano Plazo			
Crédito Bancario	\$0.00		
Total pasivo			<u>\$0.00</u>
Capital contable			
Capital social	\$266,974.00		
Utilidad del Ejercicio anterior	\$31,993.67		
Utilidad del Ejercicio	\$326,742.67		
Total capital contable			<u>\$625,710.34</u>
PASIVO + CAPITAL			<u>\$625,710.34</u>

BALANCE GENERAL AÑO 3			
Activo circulante			
Caja y bancos	\$1,199,584.80		
Total activo circulante			<u>\$1,199,584.80</u>
Activo fijo			
Equipo de Transporte		\$ 60,000.00	
Mobiliario	\$111,250.00	\$77,875.00	
Dep. Acum. Mob.	\$33,375.00		
Equipo de Cómputo	\$23,113.00	\$0.01	
Dep. Acum. Cómputo	\$23,112.99		
Total activo fijo			<u>\$137,875.01</u>
Activo diferido			
Contrato de luz	\$1,000.00		
Costo del proyecto	\$0.00		
Total de activo diferido			<u>\$1,000.00</u>
TOTAL DEL ACTIVO			<u>\$1,338,459.81</u>
Pasivo			
Pasivo a Mediano Plazo			
Crédito Bancario	\$0.00		
Total pasivo			<u>\$0.00</u>
Capital contable			
Capital social	\$266,974.00		
Utilidad del Ejercicio anterior	\$358,736.34		
Utilidad del Ejercicio	\$712,749.47		
Total capital contable			<u>\$1,338,459.81</u>
PASIVO + CAPITAL			<u>\$1,338,459.81</u>

BALANCE GENERAL AÑO 4			
Activo circulante			
Caja y bancos	\$2,051,400.20		
Total activo circulante			<u>\$2,051,400.20</u>
Activo fijo			
Equipo de Transporte		\$ 60,000.00	
Mobiliario	\$111,250.00	\$66,750.00	
Dep. Acum. Mob.	\$44,500.00		
Equipo de Cómputo	\$0.00	-\$7,704.33	
Dep. Acum. Cómputo	\$7,704.33		
Total activo fijo			<u>\$119,045.67</u>
Activo diferido			
Contrato de luz	\$1,000.00		
Costo del proyecto	\$0.00		
Total de activo diferido			<u>\$1,000.00</u>
TOTAL DEL ACTIVO			<u>\$2,171,445.87</u>
Pasivo			
Pasivo a Mediano Plazo			
Crédito Bancario	\$0.00		
Total pasivo			<u>\$0.00</u>
Capital contable			
Capital social	\$266,974.00		
Utilidad del Ejercicio anterior	\$1,071,485.81		
Utilidad del Ejercicio	\$832,986.07		
Total capital contable			<u>\$2,171,445.88</u>
PASIVO + CAPITAL			<u>\$2,171,445.88</u>

3.5.10 EVALUACION FINANCIERA

INFORMACION INICIAL

AÑO	FLUJO DE EFECTIVO		
1	\$	122,434.00	
2	\$	468,006.00	
3	\$	1,199,584.80	
4	\$	2,051,400.20	
SUMA	\$	3,841,424.99	
PROMEDIO	\$	960,356.25	\$ 970,356.25
VALOR DE RESCATE	\$	100,000.00	\$ 25,000.00
INVERSION INICIAL	\$	266,974.00	
TASA DE INTERES			24%

VALOR ACTUAL EQUIVALENTE

$$VAE = A.E. \frac{1 - (1 + i)^{-n}}{i} - Inv. Inicial$$

En donde:

A.E = anualidad equivalente = promedio + (valor de rescate / tiempo)

I = tasa de interés

n = periodo de tiempo

VAE	
ANUALIDAD EQUI.	\$ 970,356.25
INTERESES	0.422973598
	0.577026402
	2.404276676
	\$ 2,333,004.90
RESULTADO	\$ 2,066,030.90 ≥ 0 , SE APRUEBA

VALOR ACTUAL NETO

$$VAN = \frac{F.E.1}{(1+i)^n} + \frac{F.E.2}{(1+i)^{n2}} + \frac{F.E.3}{(1+i)^{n3}} + \dots - Inv. Inicial$$

VAN	
1	\$ 98,737.10
2	\$ 377,424.19
3	\$ 967,407.10
4	\$ 1,654,355.00
	\$ 3,097,923.38
INVERSION INICIAL	\$ 266,974.00
RESULTADO	\$ 2,830,949.38 ≥ 0 , SE APRUEBA

PERIODO DE RECUPERACIÓN

El Período de Recuperación muestra el periodo de tiempo en el que la empresa tarda en recuperar la inversión.

AÑO	FLUJO DE EFECTIVO	VALOR ACTUAL	VALOR ACT ACUM	
1	\$ 122,434.00	\$ 98,737.10	\$ 98,737.10	
2	\$ 468,006.00	\$ 377,424.19	\$ 476,161.29	LIMITE INFERIOR Y SUPERIOR
3	\$ 1,199,584.80	\$ 967,407.10	\$ 1,443,568.38	
4	\$ 2,051,400.20	\$ 1,654,355.00	\$ 3,097,923.38	

RECUP X

DIA \$ 274.27 973.40

RESULTADO LA INVERSION INICIAL SE RECUPERARA EN 2 AÑOS Y 7 MESES

INGRESO DIARIO = \$ 274.27

V.A.LIMITE

SUPERIOR / 360

DÍAS FALTANTES = 973.40

INV.INICIAL/

INGRESO DIARIO

* El límite inferior y superior se encuentra en el primer año, es decir que la inversión inicial se recuperará en ese periodo de tiempo. La determinación del periodo exacto se calcula a continuación.

RESULTADO: LA INVERSION INICIAL SE RECUPERARA EN 973.40 DÍAS,
ES DECIR, APROXIMADAMENTE EN 2 AÑOS Y 7 MESES.

COSTO- BENEFICIO

$$C. B. = \frac{VAE}{Inv. Inicial}$$

VAE	\$	2,066,030.90
INVERSION INICIAL	\$	266,974.00

RESULTADO	\$	<u>7.74</u>
-----------	----	-------------

ESTO SIGNIFICA QUE POR CADA PESO INVERTIDO EN LA EMPRESA
SE RECUPERA 7.74 PESOS

3.6 CONCLUSIONES

Después de realizar una investigación de mercado, en donde se llegó a la conclusión sobre que es viable en el segmento de mercado Prados Agua Azul, que la demanda promedio del servicio de alquiler es de 3 meses, sin embargo utilizando estrategias correctas, la frecuencia aumenta a 1 vez al mes,

La inversión que se necesita para emprender el proyecto no es alta, y la investigación revela que el proyecto es viable, es decir los productos y servicios que

se ofertan son aceptados en el segmento de mercado estudiado, por lo que el riesgo de fracaso es nulo.

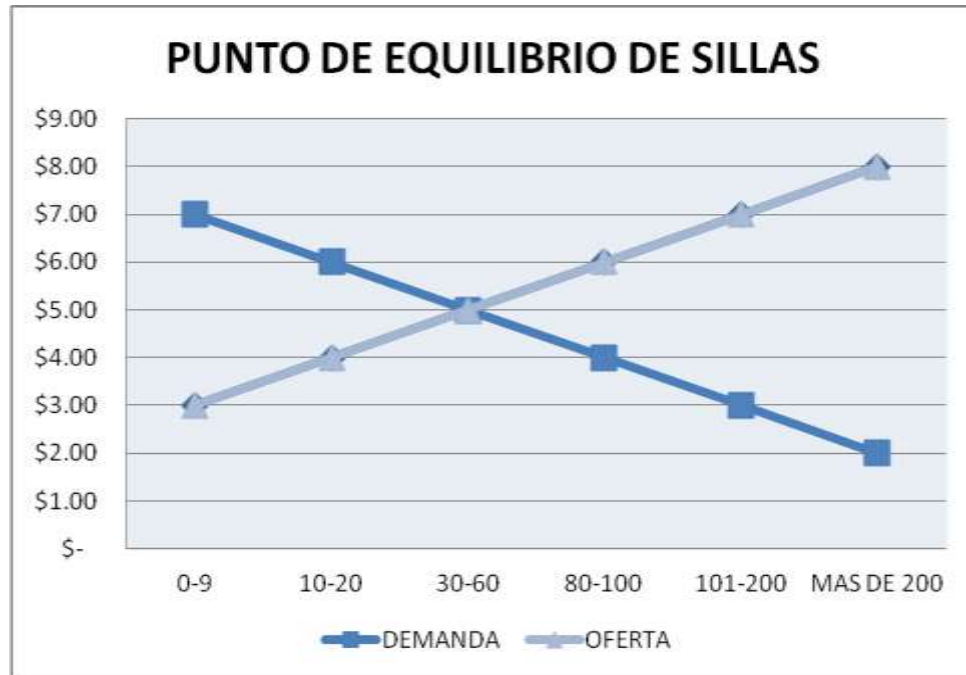
La inversión inicial proyectada es de \$ 266,974.00 pesos con la cual ya se cuenta y no se tiene que pedir un préstamo bancario, y el estudio financiero reveló que esta inversión se recuperará en 2 años y 7 meses, tomando en cuenta que el primer año, el estado de resultados arroja una ganancia de \$ 31,993.67, que al analizar el ambiente económico en México es un logro, ya que la mayoría de las micro pymes el primer año no generan utilidades ya que están haciendo frente a los costos de operación.

Al analizar el costo beneficio de invertir en este proyecto, el resultado demuestra que por cada peso que se va invertir, se va a recuperar 7.74 pesos, lo cual optimista, ya que una vez más se demuestra la viabilidad de llevar a cabo el plan de negocio.

A continuación enumero las estrategias que se llevaran a cabo durante el primer año de actividades para incrementar la frecuencia de demanda:

- El realizar alianzas estratégicas con jardines de fiestas y salones para eventos sociales aumentará la frecuencia de renta.
- Publicidad en preescolares y primarias en donde la posibilidad de captar clientes potenciales es alta, ya que generalmente los papas le realizan fiestas a sus hijos pequeños.
- Publicidad en calles y avenidas mediante lonas.
- Pagar un espacio publicitario en la Sección Amarilla.
- Página en Internet.
- Mantener lo costos y gastos estimados en los 4 años proyectados, para obtener los ingresos estimados y así evitar descapitalizar la micro pyme con gastos innecesarios que lleven a aumentar los costos operaciones.

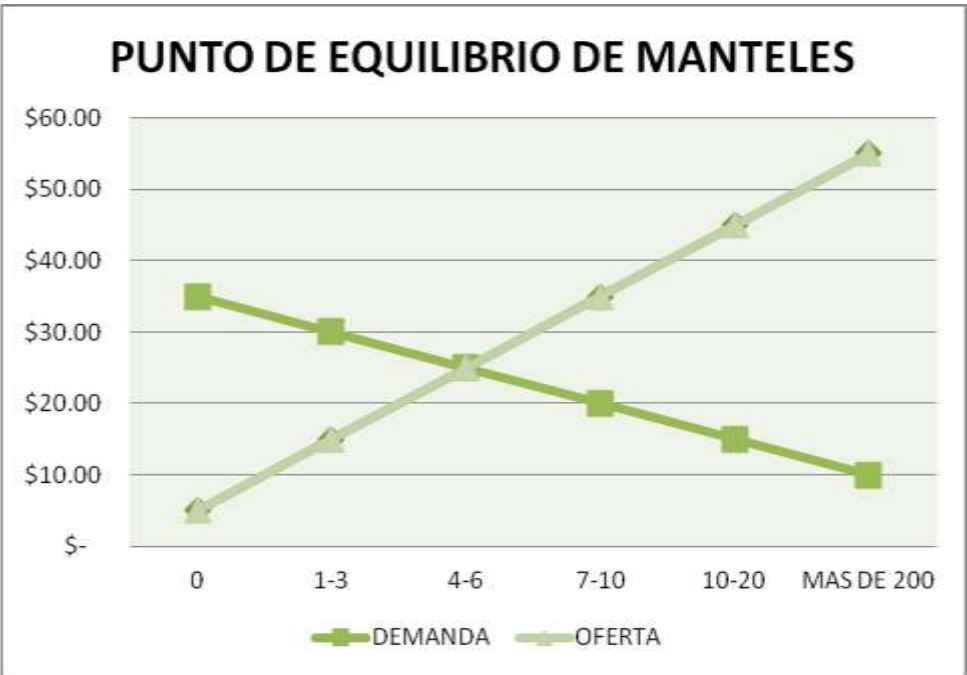
La investigación de mercado, nos dio el precio que los consumidores están dispuestos a pagar por el servicio, al igual que la demanda del segmento de mercado, como lo demuestro en los puntos de equilibrio por producto:



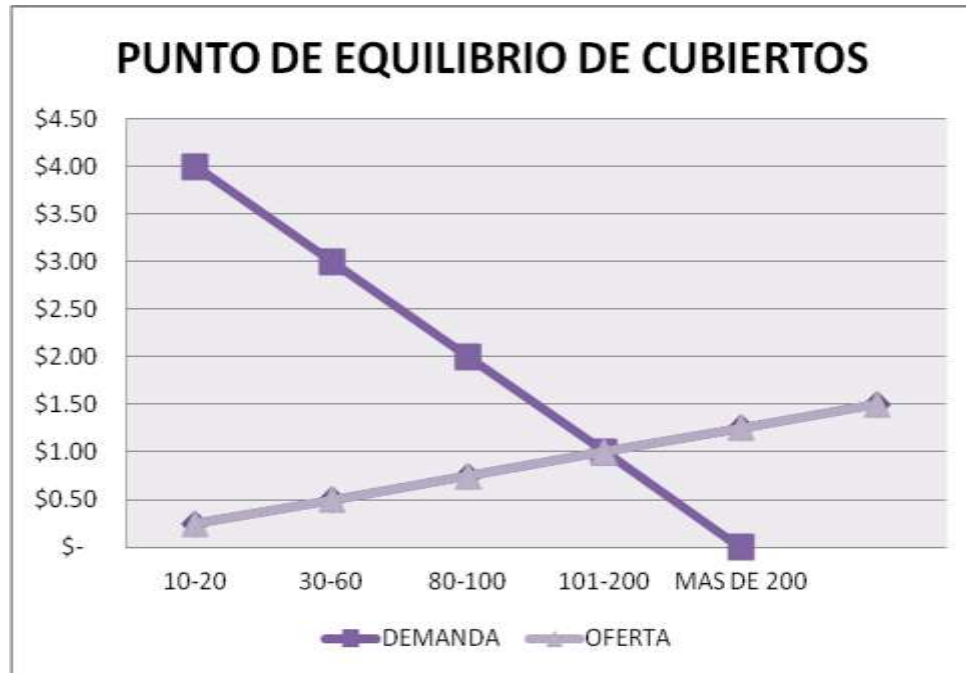
La demanda de las sillas es de 30 a 60, y el consumidor esta dispuesto a pagar \$5.00 por alquilar una silla, por lo que este precio se fijo para ofertar el producto. Se compraron 250 sillas ya que al solo tener 60, si ese mismo dia alguien más necesita el producto no se tendría en almacen, y se pretende realizar alianzas con jardínes pequeños que están iniciando que regularmente hacen cuatro fiestas mensuales, por lo que se proyecto a que las 250 sillas sean utilizadas una vez a la semana.



De igual manera con las sillas, las mesas tienen una demanda de 4-6, con un precio aceptado de \$25.00 pesos, y como se menciona en el producto anterior, se compararon 25 mesas para 10 personas cada una, que se tendrán en almacén en espera de rentar, proyectando alquilarlas 4 veces al mes.

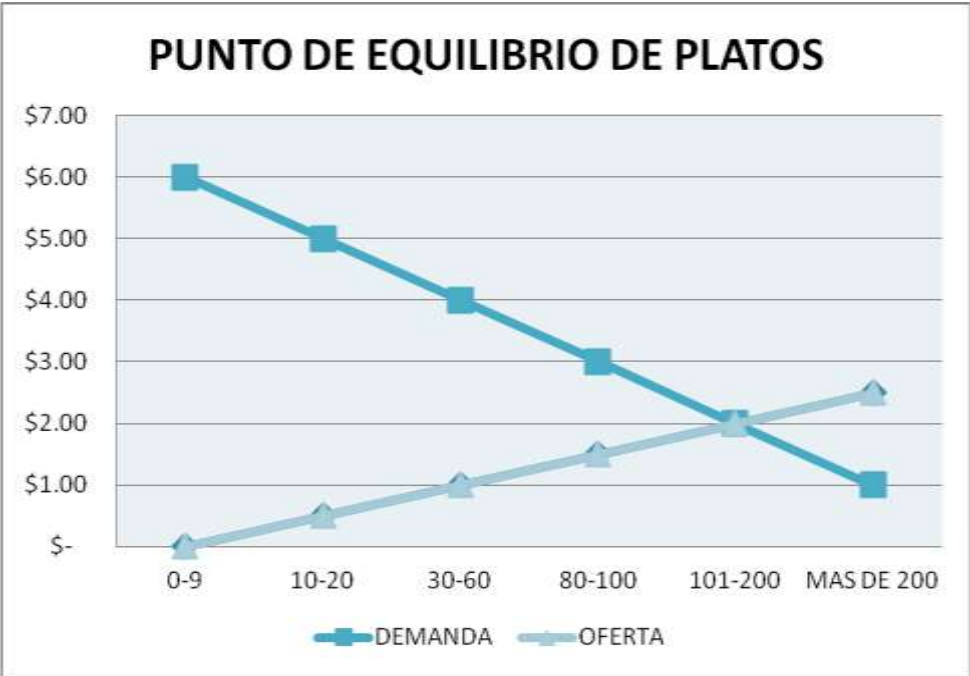


Los manteles se fijo el precio en \$25.00, con una demanda de 4-6 manteles, y se compraron 100 manteles, tomando en cuenta que se rentaran los 100 manteles 4 veces al mes.

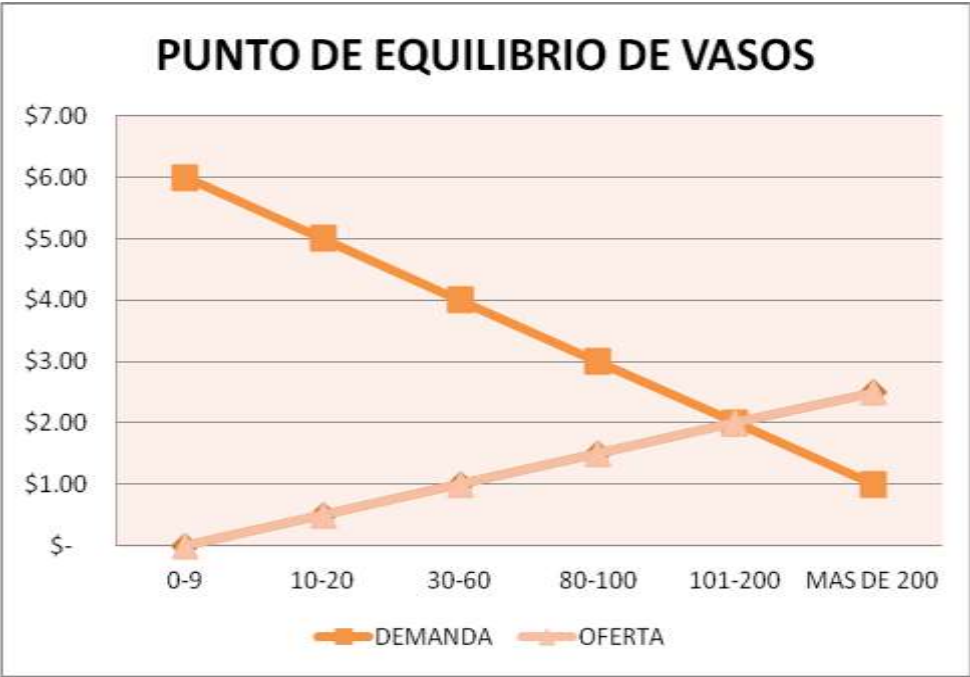


Este producto tuvo una oferta de 101-200 cubiertos con un precio de renta de \$1.00, por lo cual se compraron 300 juegos de cubiertos, para alquilarlos 4 veces al mes, para obtener los resultados proyectados en el cuadro de ingresos.

Con este producto se buscará tener una alianza estratégica con las empresas dedicadas a ofrecer el servicio de banquete, y permitir reducir su inversión al no tener que comprar los cubiertos, y nosotros alquilarlos, reduciendo su inversión para ofrecer este servicio.



Los platos tuvieron una demanda de 101-200 con un precio de renta de \$2.00 pesos, y se compraron 300 juegos de platos, en donde se pretende rentarlos 4 veces al mes, y de igual manera que los cubiertos, subarrendarlos a un servicio de banquete, para facilitar su desplazamientos.



Los vasos tuvieron una demanda de 101-200 con un precio de alquiler de \$2.00 pesos por pieza, por lo que proyectando rentarlos cuatro veces al mes se compraron 300 vasos. Como se mencionaba anteriormente, este producto también se buscará su desplazamiento con empresas de banquetes.

Al comentar que se busca rentar estos productos 4 veces al mes, es porque el 19 de Agosto, se hizo un convenio con El Laurel Jardín+Fiestas, en donde el tiene como mínimo 4 fiestas al mes, el alquilar nuestros productos, asegurando la proyección de ingresos esperados en el primer año.

Este convenio también pacta la renta de los productos con el precio mencionado y cantidades demandadas, impulsando la estancia de esta microempresa en el mercado de Prados Agua Azul y un ingreso semanal seguro, para poder hacer frente a nuestras obligaciones patronales y financieras.

En los próximos 3 meses se visitarán varios jardines que se encuentran en este segmento de mercado para conseguir un acuerdo similar en precio y demanda, para continuar con el desarrollo y crecimiento de la Alquiladora BBB, y llegar a la meta establecida en ingresos de los 4 años proyectados.

Concluyendo que la Alquiladora BBB, es un proyecto viable financieramente, que generará utilidades por su aceptación el mercado de Prados Agua Azul, buscando diversificarse con nuevos productos, manteniendo los precios establecidos por la demanda, y ofreciendo puntualidad y calidad en el servicio que le servirá de diferenciación entre las otras alquiladoras que existen en el mercado.

BIBLIOGRAFIA

Arzate Salgado, Jorge y Arteaga Botello, Nelson (2007) Metodologías Cuantitativas y Cualitativas en las Ciencias Sociales, perspectiva y experiencias. 1°ed. Ed. Porrúa. México. 273 p.

Chiavenato, Idalberto (2011) Administración de Recursos Humanos, el capital humano de las organizaciones. 9ed. Ed. McGrawHill. México. 421 p.

Cohen Karen, Daniel y Asín Lares, Enrique (2009) Tecnologías de información en los negocios. 5ed. . Ed. McGrawHill. México. 339 p.

Durbán Oliva, Salvador (2008) Dirección Financiera. 1°Ed. Ed. McGrawHill Madrid. 398 p.

Eyssautier de la Mora, Maurice (2006) Metodología de la Investigación, desarrollo de la inteligencia. 5ed. Ed. Thomson. México. 319 p.

Hernández Sampieri, Roberto et al (2010), Metodología de la Investigación. 5ed. Ed. McGrawHill. México. 613 p.

Koontz, Harold y Wehrich, Heinz (2007) Elementos de Administración, un enfoque internacional. 7ed. Ed. McGrawHill. México. 465 p.

McDaniel Jr, Carl y Gates, Roger (2005) Investigación de Mercados. 6ed. Ed. Thomson. México. 617 p.

Sánchez Puentes, Ricardo (2010) Enseñar a investigar, una didáctica nueva de la investigación en ciencias sociales y humanas. 3ed. Ed. Iisue. México. 188 p.

Shefrin, Hersh (2009) La Nueva Visión del Management. 1°ed. Ed. McGrawHill. México. 328 p.

Rodríguez Valencia, Joaquín (2011) Administración de Pequeñas y Medianas Empresas. 6ed. Ed. Cengage Learning. México. 361 p.

Longenecker, Justin G. et al (2012) Administración de Pequeñas y Medianas Empresas, lanzamiento y crecimiento de iniciativas de emprendimiento. 16ed. Ed Cengage Learning. México. 782 p.

WEBLIOGRAFIA

http://profesores.fi-b.unam.mx/jlfl/Seminario_IEE/tecnicas.pdf (08-10-2012)

<http://www.comunicacion.ugto.mx/coepes/index.php/the-news/255-pymesroque> (03-03-2013)

<http://www.consortioempresarial.com.mx/index.php> (03-03-2013)

<http://www.herramientasparapymes.com/la-importancia-de-un-plan-de-negocio-en-una-pyme>

http://www.pepeytono.com.mx/crea_tu_empresa/el_abc_para_un_plan_de_negocios

<http://www.promexico.gob.mx/negocios-internacionales/pymes-eslabon-fundamental-para-el-crecimiento-en-mexico.html>

http://www.revistainterforum.com/espanol/articulos/mujernegocios_031801.html

<http://eleconomista.com.mx/industrias/2012/09/25/70-pymes-familiares-riesgo-desaparecer>

http://www.pepeytono.com.mx/crea_tu_empresa/las_mejores_formas_de_financiar_la_creacion_de_un_nuevo_negocio

<http://fiscalistas.mx/2013/03/actividad-empresarial-en-personas-fisicas/#sthash.5MhHkkaA.dpuf>