

**Subsecretaría de Educación Superior
Dirección General de Educación Superior Tecnológica
Instituto Tecnológico de la Zona Maya**

**“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA INDUSTRIALIZACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE TAPICERÍA EN GENERAL CON UN NIVEL DE
DISEÑO Y CALIDAD EN CHETUMAL, QUINTANA ROO.**

Informe Técnico de Residencia Profesional que presenta la C.

Yasuri Lizeth Sosa Chan

N° de Control 10870195

Carrera: Ingeniería en Gestión Empresarial

Asesora Interna: Lic. Addy Consuelo Chavarría Díaz

Juan Sarabia, Quintana Roo

Diciembre 2014

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE LA ZONA MAYA

El Comité de revisión para Residencia Profesional del estudiante de la carrera de INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL, **Yasuri Lizeth Sosa Chan**; aprobado por la Academia del Instituto Tecnológico de la Zona Maya integrado por; la asesora interna Lic. Addy Consuelo Chavarría Díaz, el asesor externo el Lic. William Rangel Cauich May , habiéndose reunido a fin de evaluar el trabajo titulado **“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA INDUSTRIALIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TAPICERÍA EN GENERAL CON UN NIVEL DE DISEÑO Y CALIDAD EN CHETUMAL, QUINTANA ROO”** que presenta como requisito parcial para acreditar la asignatura de Residencia Profesional de acuerdo al Lineamiento vigente para este plan de estudios, dan fé de la acreditación satisfactoria del mismo y firman de conformidad.

A T E N T A M E N T E

Asesor Interno



Lic. Addy Consuelo Chavarría Díaz

Asesor Externo



Lic. William Rangel Cauich May

Juan Sarabia, Quintana Roo, Diciembre, 2014.

ÍNDICE

	Pág.
I.INTRODUCCIÓN	1
II. ANTECEDENTES	2
III. OBJETIVOS.....	5
3.1. Objetivo General.....	5
3.2. Objetivos Específicos	5
IV. JUSTIFICACIÓN ACADÉMICA	6
V. PLANEACIÓN ESTRATEGICA	7
5.1. Misión	7
5.2. Visión.....	8
5.3. Análisis FODA	8
5.3.1. Fortalezas.....	8
5.3.2. Oportunidades	9
5.3.3. Debilidades.....	9
5.3.4. Amenazas	9
5.3.5. Estrategias de mercado.....	10
VI. ESTUDIO DE MERCADO	17
6.1 Definición del producto	17
6.2 Segmento de mercado	19
6.3 Análisis de la Demanda	19
6.3.1Tamaño de muestra	20
6.3.2 Tabulación de datos	21
6.4 Análisis de la Oferta.....	35
6.5 Análisis de Precios	36
6.6 Canal de Distribución.....	36
VII. ANALISIS TÉCNICO	38
7.1 Macro localización	38
7.2 Micro Localización	39
7.3 Descripción del medio	40

7.3.1	Clima	40
7.3.2	Medios de comunicación.....	41
VIII.	ASPECTOS ORGANIZATIVOS.....	43
8.1	Antecedentes.....	43
8.2	Figura Legal.....	43
8.2.1	Tramites Obligatorios para construir tapicería	43
8.3	Requisitos fiscales y financieros para la constitución de sociedades en México	76
8.4	Organigrama de la empresa	77
8.4	Descripción y análisis de puestos.....	79
8.4.1	Descripción de puesto	79
8.4.2	Especificación del puesto.....	79
IX.	ANALISIS FINANCIERO	84
9.1	Presupuesto de inversión	84
9.2	Depreciación y amortización en activos fijos	88
9.3	Presupuesto de ingresos	90
9.3.1	Ingreso por venta	90
9.4	Costos de producción	93
9.4.1	Gastos de administración	95
9.4.2	Gastos de venta.....	95
9.5	Capital de trabajo.....	96
9.6	Estado de resultados proforma.....	98
9.7	Punto de equilibrio	100
9.8	Flujo neto de efectivo.....	100
X.	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	103
10.1	Valor actual neto (VAN)	103
10.2	Relación beneficio costo.....	105
10.3	Tasa interna de retorno (TIR)	107
XI.	CONCLUSIÓN.....	109
XII.	BIBLIOGRAFÍA.....	110
XIII.	ANEXOS.....	112

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Número de hogares que cuentan con muebles de madera según la encuesta realizada.....	22
Figura 2. Número de hogares que muestra la encuesta realizada de la frecuencia en que compran muebles.....	23
Figura 3. Número de personas que han tapizado muebles.	24
Figura 4. La última vez que tapizaron sus muebles los encuestados.	25
Figura 5. Número hogares con preferencia del tipo de tela.	26
Figura 6. Numero de tipo de colores del agrado del cliente.....	27
Figura 7. Lo que toman en cuenta los clientes cuando contratan en servicio de tapicería.	28
Figura 8. Número de hogares que conocen tapicerías cercanas a su hogar....	29
Figura 9. Numero de características agradables al cliente por el servicio.	30
Figura 10. Numero de preferencias en los precios para las personas al adquirir un tapizado de 3 muebles.	31
Figura 11. Numero de preferencias en los precios para las personas al adquirir un tapizado de su automóvil.	32
Figura 12. Número de hogares que estaría dispuesto a solicitar un servicio en una nueva tapicería.	33
Figura 13. Canal de distribución.	36
Figura 14. Mapa de localización del municipio de Othón P. Blanco.....	39

Figura 15. Micro localización, ubicación del terreno donde se llevara a cabo el proyecto. 39

Figura 16. Organigrama de la forma como está conformado el grupo de tapicería en general “WILLIAM´S” de la ciudad de Chetumal, Quintana Roo. .. 78

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Principales productores a nivel de tapicería.....	35
Cuadro 2. Organización de los integrantes de la Tapicería.	78
Cuadro 3. Resumen de inversión indicando el porcentaje participación de inversión fija y diferida del proyecto de Tapicería WILLIAM'S.	85
Cuadro 4. Conceptos de aportaciones del proyecto de Tapicería WILLIAM'S.	86
Cuadro 5. Conceptos de financiamiento requerido para la consolidación de Tapicería WILLIAM'S.	87
Cuadro 6. Depreciaciones de activos fijos en un horizonte de cinco años de Tapicería WILLIAM'S.....	89
Cuadro 7. Amortizaciones de la Tapicería WILLIAM'S.....	90
Cuadro 8. Ingresos por el servicio anual durante el periodo de cinco años, en el proyecto de tapicería.	91
Cuadro 9. Presupuesto de ingresos por servicio mensuales durante el periodo de un año, en el proyecto de tapicería WILLIAM'S.	92
Cuadro 10. Costos de producción correspondientes al primer año que incluye gastos variables y fijos.....	94
Cuadro 11. Gastos de administración del proyecto se servicio de tapicería de muebles.	95
Cuadro 12. Gastos de venta durante la acción de venta del producto.....	96
Cuadro 13. Capital de trabajo de Tapicería WILLIAM'S.....	97
Cuadro 14. Estado de resultados proforma del proyecto de Tapicería WILLIAM'S.....	99

Cuadro 15. Punto de equilibrio dado entre ingresos y egresos.	100
Cuadro 16. Flujo neto de efectivo del proyecto de Tapicería WILLIAM´S.....	102
Cuadro 17. Valor actual neto con tasa de actualización del 12%.	104
Cuadro 18. Relación beneficio-costos del proyecto de Tapicería WILLIAM´S..	106
Cuadro 19. Tasa interna de retorno de Tapicería WILLIAM´S.....	108

I. INTRODUCCIÓN

La industria de la tapicería está orientada hacia la fabricación de una amplia variedad de elementos y componentes de tela, cuyas aplicaciones se encuentran fundamentalmente en el ámbito de la elaboración de tapizados de muebles y automóviles.

El encarecimiento de la vida actual ha generado que muchas personas implementen diversas medidas para sacarle el mayor provecho a sus bienes. Con éste fin, en el caso de los muebles, una práctica bastante socorrida es la tapicería, mediante la cual se prolonga su vida útil.

La tapicería es una gran ahorro ya que no hay la necesidad de comprar nuevos muebles, el cual será realizado en el municipio de Othón P. Blanco, motivo por el cual se pretende consolidar un grupo de trabajo denominado "Tapicería "WILLIAM'S". el cual estará constituido por 6 personas dedicadas al negocio, de las cuales son 4 hombres y 1 mujer. La finalidad del presente informe de Residencia Profesional es de elaborar un Plan de Negocios para la Industrialización y Comercialización de Tapicería en general con un nivel de diseño y calidad en Chetumal, Quintana Roo y Gestionar un financiamiento ante La Asociación Mexicana de Mujeres Empresarias (AMMJE).

II. ANTECEDENTES

Hace por lo menos 4000 años los antiguos egipcios usaban ya sillas, mesas, bancos y arcones, en cierta forma aquellos muebles se parecían a los de hoy. Los antiguos egipcios enterraban a los muertos junto con su respectivo mobiliario, pues creían que esos objetos les harían falta en el otro mundo. Debido a esa costumbre hemos llegado a saber bastante acerca de los muebles de dicho pueblo, cosa que no ha sido posible en el caso de otras civilizaciones.

De Babilonia y Asiria se ha conocido el mobiliario gracias a los relieves esculpidos en piedra sobre los muros de diversos palacios hoy en ruinas, allí aparecen sillas, mesas, divanes y taburetes. Los relieves griegos del siglo IV A. de J.C. muestran muebles que se parecen mucho a los asirios. Los romanos imitaron los estilos griegos. Como sus casas eran más lujosas y se llenaban de objetos tanto útiles como de ornato, hubo más variedad en el mobiliario.

Durante la edad media los nobles y la gente rica construyeron amplios aposentos y por lo tanto necesitaron un mobiliario más extenso. A finales del siglo XVI, con el renacimiento se produjo un drástico cambio en el mobiliario reviviéndose las formas griegas y romanas; es decir tenían la rigidez del antiguo gótico y, a la vez la riqueza del tallado.

Persistió en Francia desde el siglo XVII hasta el XVIII el estilo conocido como Luis XIV y se distinguían por sus ricas tallas y frecuentemente eran dorados y tapizados con terciopelo de color rojo.

A mediados del siglo XVIII los maestros ebanistas ingleses Tomás Chippendale, Jorge Hepllewhite, los hermanos Adán y Tomas Sheraton crearon diseños más finos y delicados; además estaban tapizados con telas de mejor calidad, con elegancia y sobriedad.

Hasta fines del siglo XIX, los muebles que se usaron en México procedían de talleres artesanales o del extranjero. En 1910 ya había una empresa con capital norteamericano en la ciudad de México y dos grandes establecimientos del ramo en Monterrey. Las importaciones descendieron de 2.3 millones de pesos en 1921 a 1.3 millones en 1925 y después mantuvieron un marcada tendencia a la baja, pues fueron instalándose los talleres del Puerto de Veracruz, la Cooperativa Ebanistas Mexicanos, el Palacio de Hierro, Au Bon Marché, la compañía Mexicana Maderera Excélsior y Aren y CIA.

En 1970 había 3594 fábricas de muebles, reduciéndose a 2290 en 1980, debido a un proceso de concentración de actividad.

En 1987 las manufacturas experimentan una recuperación en su producción pero ya para 1990 la elaboración de madera para muebles y sus productos

registra una caída en su nivel de oferta y una dificultad para canalizar recursos a la modernización de su planta fabril. El nivel de automatización es reducido.

Además de los materiales para fabricar muebles, ya conocidos, se emplean los sintéticos lo que ha generalizado la práctica de la tapicería; tanto en la fabricación de muebles como en la reparación de los mismos.

Con la elevación de los precios de los muebles y la contracción del poder adquisitivo de la población se ha promovido la práctica de tapizar muebles.

III. OBJETIVOS

3.1. Objetivo General

Elaborar un proyecto de inversión para definir la factibilidad de mercado y financiera; así como establecer los procesos de comercialización de tapicería en general, con un nivel de diseño y calidad en Chetumal, Quintana Roo.

3.2. Objetivos Específicos

- Definir los procesos de industrialización y comercialización de la tapicería en general con un nivel de diseño y calidad en Chetumal, Quintana Roo
- Identificar la demanda potencial de la tapicería en general con estándares de calidad para establecer en la Ciudad de Chetumal.
- Determinar el estudio económico, evaluación financiera y análisis de sensibilidad en la industrialización y comercialización de la tapicería en general con un nivel de diseño y calidad en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo.
- Establecer de la manera sistemática y eficiente la organización de los procesos y áreas que se llevarán a cabo dentro de la empresa.

IV. JUSTIFICACIÓN ACADÉMICA

La realización de este Plan de negocios tiene como fin realizar la residencia profesional de la alumna de noveno semestre de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial, motivo por el cual se pretende llevar en la ciudad de Chetumal Quintana Roo. La realización de esta práctica profesional será a nivel pre-factibilidad en aspectos de planeación estratégica, estudio de mercado, estudio técnico, aspectos organizativos, estudio financiero, evaluación financiera, análisis de sensibilidad, permitiendo poner en práctica todas las herramientas y conocimientos adquiridos en este trayecto de las diferentes asignaturas de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial: Mercadotecnia, Plan de Negocios entre otras.

Para tal caso se realizó un proyecto de inversión para la ciudad de Chetumal del estado de Quintana Roo con el nombre de “Proyecto de inversión para la Industrialización y comercialización de tapicería en general con un nivel de diseño y calidad en Chetumal, Quintana Roo”.

El proyecto se realizó en AMMJE (Asociación Mexicana de Mujeres Empresarias), que se encuentra ubicada en Av. Efraín Aguilar 382 entre Andrés Quintana Roo Col. Campestre.

V. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

La planeación estratégica es la función administrativa que determina anticipadamente cuáles son los objetivos que deben alcanzarse y qué debe hacerse para alcanzarlos, se trata de un modelo teórico para la acción futura. (Chiavenato, 1986).

Para poder plantear este proyecto es necesario definir la misión de la empresa, así como la visión de la misma, esto es, para definir el rumbo que debe seguir el proyecto establecido, logrando de esa manera, la adecuación en la forma de trabajo y establecer una imagen representativa de la empresa, todo esto deberá ser relacionado con los objetivos que se establecerán.

Así mismo se realizó el análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) del proyecto que también servirá como una herramienta necesaria para determinar las estrategias que se implementarán para prevenir las posibles contingencias que se presenten y puedan afectar el desarrollo de la empresa.

5.1. Misión

Es brindarles un servicio a los clientes de la mejor calidad, satisfaciendo sus necesidades e ir innovando los diseños de los trabajos cumpliendo con las expectativas de los clientes, para poder lograr permanecer en el mercado.

5.2. Visión

Ser líderes en la tapicería, e ir creciendo basados en la calidad y responsabilidad, y así seguir creando clientes.

5.3. Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta de carácter gerencial válida para las organizaciones privadas y públicas, la cual facilita la evaluación situacional de la organización y determina los factores que influyen y exigen desde el exterior hacia la institución gubernamental. El análisis FODA permite, igualmente, hacer un análisis de los factores internos, es decir, de las fortalezas y debilidades de la institución, así también los factores externos el cual son amenazas y oportunidades (Zambrano, 2006).

5.3.1. Fortalezas

- Los productos son de excelente calidad, buenos acabados, diseños a la vanguardia.
- Se le brindara a los clientes una garantía de 1 año en donde cubrirá la calidad del producto.
- Los precios serán al alcance de todos los clientes.
- La persona encargada de la mano de obra cuenta con 10 años de experiencia en el área de tapicería en general.
- Buena calidad en los materiales.
- Puntualidad en la entrega de los materiales.

5.3.2. Oportunidades

- Generará empleo, en la situación actual que nos encontramos nos beneficia ya que nos auto empleamos y que mejor que en un negocio familiar.
- Habrá diferentes formas de trabajar la tapicería con nuevas propuestas, diseños y optimización.
- Estandarización del proceso
- Crear conciencia empresarial a las demás empresas que se dedican al tapizado y trabajar en conjunto para reducir a máxima expresión la contaminación general que este desperdicio de materiales produce.
- Buena ubicación.
- Días festivos para el establecimiento de promociones.

5.3.3. Debilidades

- Ser nuevo en el mercado, la gente desconfía de los servicios que se le brindaran.
- Surtido de telas no adecuadas.
- El espacio es bastante reducido.

5.3.4. Amenazas

- Alza de precios del material.
- No ser del agrado del público.
- Presentación del lugar.

- Extensión de más competencia.
- Lo principal es el apoyo financiero al proyecto ya que sin este sería prácticamente imposible ejecutarlo.

5.3.5. Estrategias de mercado

Se clasifica en estrategias destinadas a 5 aspectos, elementos de un negocio: estrategias para el producto, estrategias para el precio, estrategias para la plaza (o distribución), estrategias para la promoción (o comunicación) y estrategias de proceso (Fisher, 1998).

La estrategia de promoción tiene como objetivo, estimular las ventas de los productos, atraer a nuevos mercados, dar a conocer los cambios en los productos existentes, atacar a la competencia y obtener ventas más rápidas.

5.3.5.1 Estrategias para el producto

El producto es el bien que ofrecemos y vendemos a los consumidores, algunas estrategias diseñadas relacionadas al producto son:

- Entrega a domicilio, incluyendo la garantía.
- Facilidades de pago respectivo al precio del producto.
- Variedad de diseños en las telas para los muebles.
- Durabilidad en los trabajos proporcionados

- Nuevos usos, a los desperdicios por ejemplo las telas que sobren de los otros trabajos se harán portalápiz, y de las esponjas se realizaran almohadas.

5.3.5.2 Estrategias para el precio

Es el valor monetario que le asignamos a nuestros productos para ofrecerlo a los consumidores.

- Un precio bajo, por debajo de los de la competencia.

5.3.5.3 Estrategias para la plaza

Selección de lugares, puntos de venta donde ofrecemos y vendemos nuestros productos a los consumidores.

- Ofrecer nuestros servicios a través de internet
- Visitas a domicilio.
- Ubicar nuestras sucursales en lugares céntricos de la ciudad.
- Ofrecer mediante catálogos, los diferentes modelos que ofrecemos, los cuales tendrán como contenido las imágenes, los colores de las telas, y los precios aproximados de los tapizados de los muebles y carros, y toda la información que deje en claro a los clientes actuales y potenciales.

5.3.5.4 Estrategias para la promoción

Consiste en comunicar, información, dar a conocer o recordar la existencia de nuestros servicios a los consumidores, así como persuadir, motivar o inducir la contratación del servicio.

- Crear ofertas, tales como el segundo tapizado de automóvil será a mitad de precio, por la contratación del primer servicio.
- Servicio a domicilio gratis, incluyendo ir a buscar los muebles.
- Ofrecer descuentos por cantidad, si el servicio es mayor de \$10,000.00 se hará un 15% de descuento, y usted pagará \$8,500.00.
- Ofrecer descuentos por temporadas.
- Crear letreros, carteles, folletos, catálogos, volantes o tarjetas de presentación, para colocarlo en lugares estratégicos.
- Calidad
- Buen Servicio
- Durante los 3 primeros meses de inauguración; se dará el 10% de descuento del servicio.

5.3.5.5 Estrategia de proceso

Cabe mencionar que para llevar a cabo estos pasos se requiere de conocimiento y equipo especializado y de calidad, algunas herramientas son las siguientes:

1. **Recepción y almacenamiento de materia prima.**- En el almacén de materia prima se reciben los materiales que se utilizarán para el tapizado de muebles, estos son:

- Tela
- Grapas
- Tachuelas
- Clavos
- Pegamento Blanco

2. **Inspección de la tela.**- Se verifica que la tela se encuentre en buenas condiciones, es decir que no esté rota, deshilachada, que no esté descolorida y que las demás materias primas cumplan con lo especificado por el proveedor.

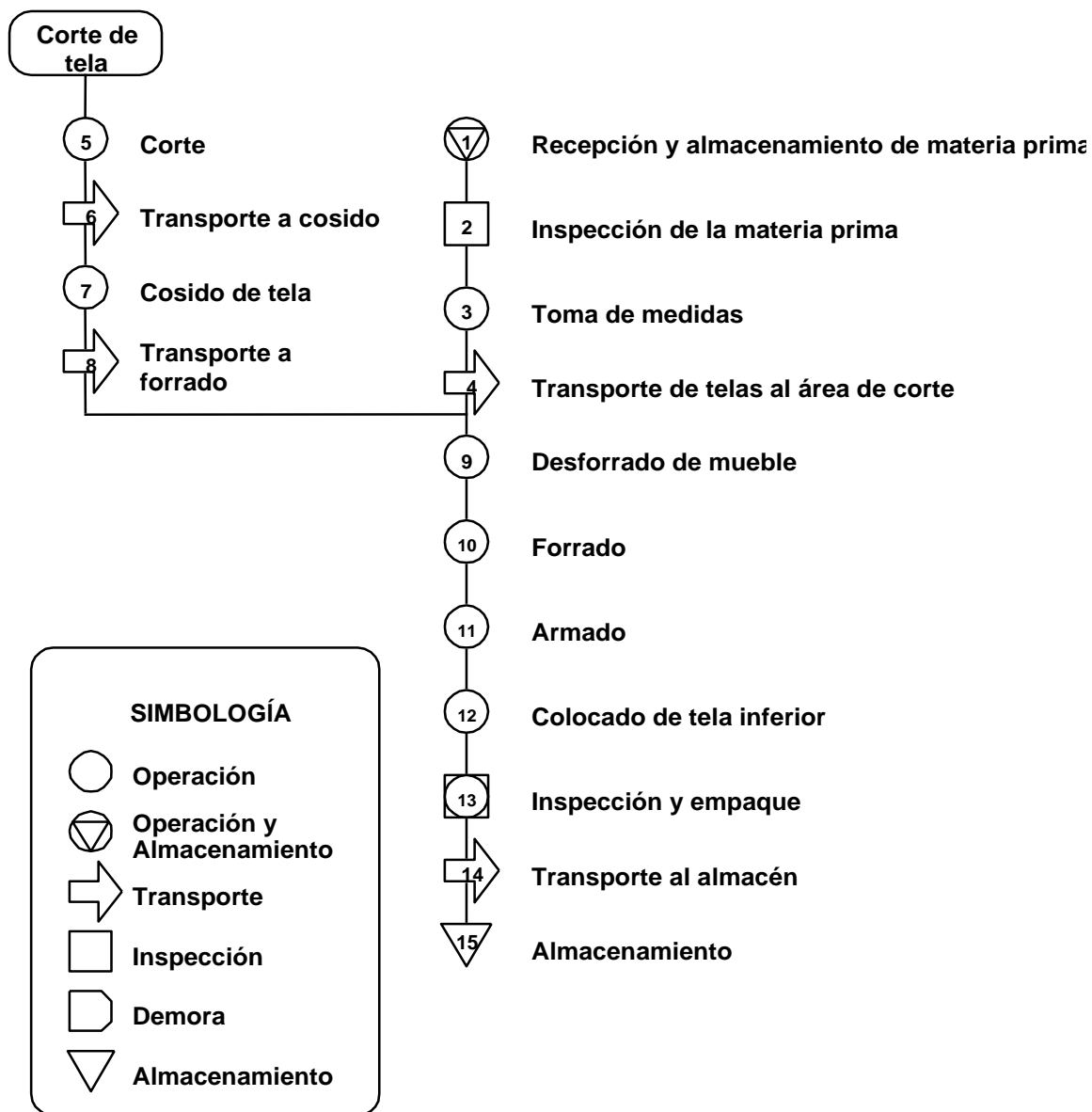
3. **Toma de medidas.**- Se toman las medidas del mueble que se va a tapizar para solicitar al almacén de materias primas la cantidad de tela a utilizar en dicho proceso.

4. **Transporte de telas al área de corte.**- La tela solicitada al almacén se transporta mediante plataformas rodantes empujadas manualmente al área de corte.

5. **Corte.-** De acuerdo a medidas específicas realizadas previamente al mueble se realizan los cortes necesarios a la tela seleccionada para tapizar. Esta operación se lleva a cabo con la ayuda de una máquina cortadora.
6. **Transporte a cosido.-** La tela cortada se transporta al área de cosido por medio de plataformas rodantes empujadas manualmente.
7. **Cosido de la tela.-** En esta parte del proceso se cose la tela que se utilizará como forro de las partes del mueble a tapizar, esto se realiza con ayuda de una máquina de coser recta.
8. **Transporte a forrado.-** Los forros se transportan mediante plataformas rodantes empujadas manualmente.
9. **Desforrado del mueble.-** Paralelamente al corte de la tela se le quita todo el tapiz viejo al mueble, es decir, se quitan con herramientas adecuadas: grapas, tachuelas, chinchas y clavos (todo lo que esté sujetando a la tela).
10. **Forrado.-** Se realiza el forrado de las partes del mueble a tapizar. La tela se fija a dichas partes por medio de pegamento blanco, tachuelas, grapas o chinchas.
11. **Armado.-** Una vez tapizadas las partes del mueble, se procede a su armado es decir, cada parte del mueble se coloca por medio de clavos o grapas en su lugar respectivo (cojines, resortes, entre otros).
12. **Colocado de tela inferior.-** Una vez armado el mueble, se procede a colocar la tela de la parte inferior, esta se coloca con tachuelas, chinchas o grapas.

13. **Inspección y empaque.**- Finalmente se realiza una inspección al mueble tapizado para verificar que cumpla con las características de calidad ofrecidas por la empresa. Terminada la inspección se precede a cubrir el mueble con un plástico delgado cuyo objetivo es protegerlo del polvo antes de su entrega al cliente.
14. **Transporte al almacén.**- El mueble se transporta al almacén de producto terminado por medio de plataformas rodantes empujadas manualmente.
15. **Almacenamiento.**- El mueble tapizado se almacena.

Explicación por etapa del flujo del proceso en un nivel de pequeña empresa:



VI. ESTUDIO DE MERCADO

Para la realización de este estudio de mercado se realizarán dos acciones, la primera será una investigación con datos históricos y estadísticos para determinar la tendencia que ha existido en el servicio de tapicería en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo y poder inferir en el servicio futuro.

Se realizará una aplicación de 381 encuestas en las colonias cercanas de donde se colocará la nueva tapicería "WILLIAM'S".

6.1 Definición del producto

El producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos (Bonta y Farber, 2002).

La tapicería en general "WILLIAM'S" estará ubicada en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo. Se construirá una tapicería adecuada, con la mejor calidad en la maquinaria, también se hará una bodega para guardar los muebles terminados. Estará construida de lámina de zinc ya que se realizará un tinglado para trabajar ahí.

El Servicio de Tapicería en General contamos con un equipo altamente profesional para realizar los siguientes trabajos:

- Realización de almohadas
- Tapizado de asiento de moto chico
- Tapizado de asiento de moto mediano
- Tapizado de asiento de moto grande
- Tapizado completo automóvil
- Tapizado asiento haciendo individual (1)
- Tapizado asiento de atrás (3 personas)
- Tapizado de viseras
- Tapizado de tablero
- Tapizado de alfombra
- Tapizado de techo chico
- Tapizado de techo mediano
- Tapizado de techo grande
- Tapizado de tapas
- Tapizado de silla asiento(1)
- Tapizado de silla asiento y respaldo (1)
- Tapizado de juego de sillas (6)
- Tapizado de silla oficina (1)
- Tapizado de reposet
- Tapizado de mueble chico
- Tapizado de mueble mediano
- Tapizado de mueble grande
- Tapizado de juego de muebles (3)

Servicio y reparación de todo tipo de tapicería en general. Los productos que usamos son garantizados y de buena calidad. Cambiamos a distintos ambientes de comodidad u oficina a un precio totalmente accesible.

6.2 Segmento de mercado

Segmento de mercado se llama al conjunto de compradores que tienen necesidades y a su vez al cual la empresa dirige su programa de marketing. También se dice que es un segmento del Mercado es decir personas u Organizaciones a quien la empresa dirige una mezcla de Mercadotecnia (Kotler, 2002).

6.3 Análisis de la Demanda

Con el análisis de la demanda se determina y mide cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a la demanda del producto así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda (Vargas, 2008).

La variable a medir para conocer con objetividad la demanda de nuestro producto será por medio de encuestas.

- Nivel económico
- Aspecto familiar
- Aspecto profesional
- Factores personales (Mankiw, 2002).

A continuación se hará referencia a las variables agregadas a medir en la encuesta aplicada a habitantes de diversas colonias de la ciudad de Chetumal Quintana Roo.

- Flexibilidad en adquisición de servicio de tapizados.
- Cantidad de consumo del servicio.
- Frecuencia de contratación de tapizado de muebles o automóviles.
- Preferencia de diseños.

6.3.1 Tamaño de muestra

El mercado objetivo, el cual son los hogares de la ciudad de Chetumal Quintana Roo, está conformado por 65,569 hogares, según fuentes estadísticas.

Un nivel de confianza de 95% y un grado de error de 5% en la fórmula de la muestra.

El cual se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pq N}{(N e^2 + Z^2 pq)}$$

- Nivel de confianza (Z): 1.96
- Grado de error (e): 0.05
- Universo (N): 65,569
- Probabilidad de ocurrencia (P): 0.5
- Probabilidad de no ocurrencia (Q): 0.5

$$n = \frac{((1.96)^2(0.5)(0.5)(65,569))}{((65,569)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5))}$$

$$n = \frac{((3.84)(0.25)(65,569))}{(65,569)(0.0025) + (3.84)(0.25)}$$

$$n = 62,946.24 / 163.92 + 0.96$$

$$n = 62,946.24 / 164.88$$

$$\underline{n = 381}$$

6.3.2 Tabulación de datos

Las encuestas son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo (Trespacios, Vázquez y Bello, 2005).

El proceso para utilizar una encuesta es el siguiente:

- Definir objetivos de la encuesta.
- Formulación de la encuesta a realizar.
- Trabajo de campo para la obtención de datos.
- Obtención de los datos, procesar, codificar y tabular datos, esto servirá para un análisis presente y futuro.

La encuesta aplicada a 381 hogares arrojó los siguientes resultados, los cuales se describen y grafican a continuación.

¿Tiene muebles en su hogar?

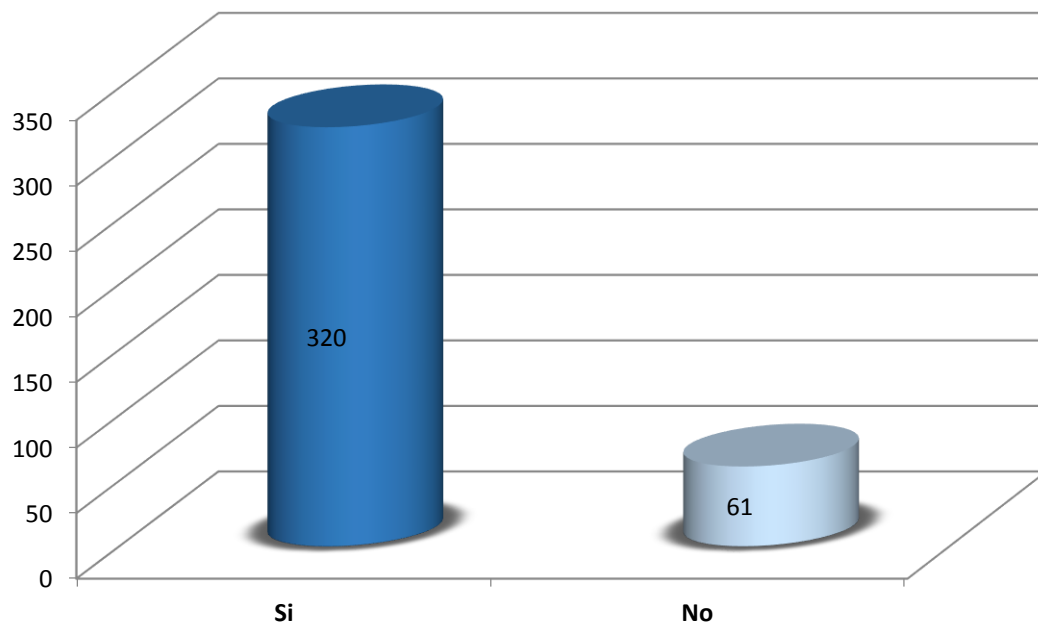


Figura 1. Número de hogares que cuentan con muebles de madera según la encuesta realizada.

De las 381 encuestas realizadas en colonias de la ciudad de Chetumal, Quintana Roo, 320 respondió que sí tiene muebles en su hogar, ya que son parte esencial, y son adquiridos para amueblar y 61 personas respondieron que no.

¿Con que frecuencia compra muebles?

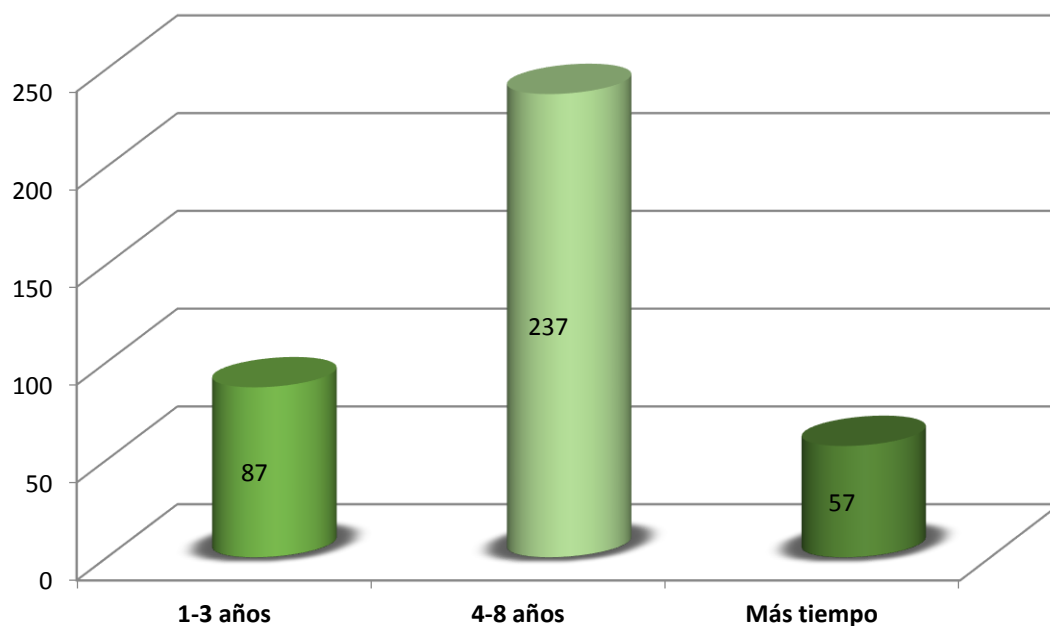


Figura 2. Número de hogares que muestra la encuesta realizada de la frecuencia en que compran muebles.

De las 381 encuestas aplicadas 87 hogares ya tiene de 1 a 3 años que adquirió muebles, de 4 a 8 años son 237 hogares y más tiempo son 57 hogares, el cual indica que la gente no adquiere muebles con frecuencia.

Alguna vez ha tapizado sus muebles

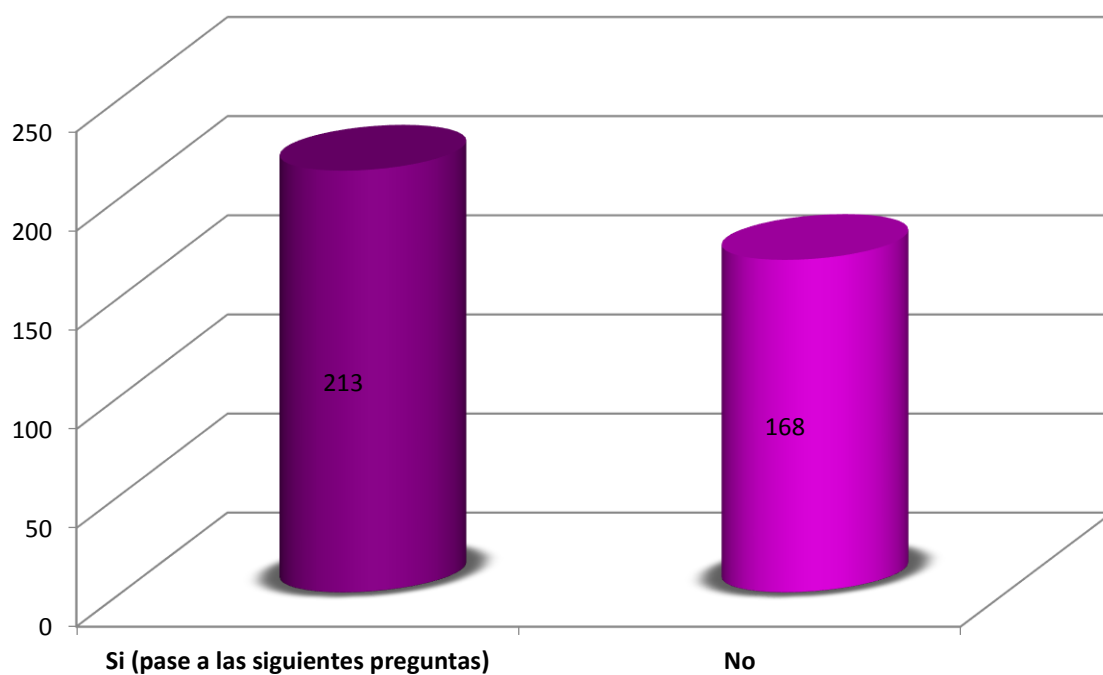


Figura 3. Número de personas que han tapizado muebles.

De las 381 encuestas aplicadas 213 respondieron que sí han tapizado y 168 que no, lo que indica que la mayoría conoce sobre el tapizado es decir lo ha hecho alguna vez.

¿Cuándo fue la última vez que tapizo sus muebles?

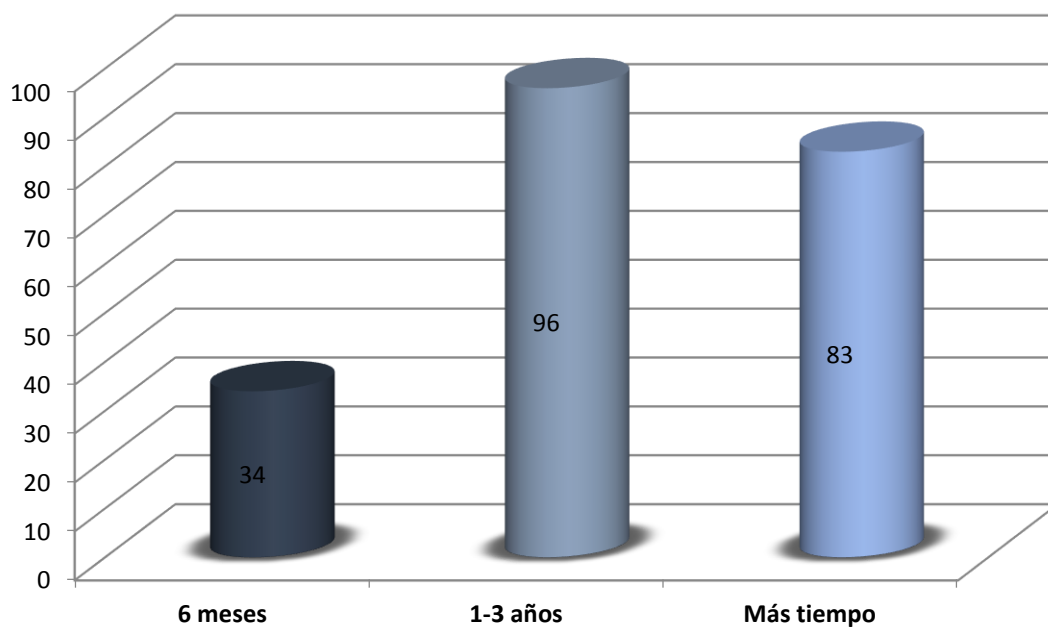


Figura 4. La última vez que tapizaron sus muebles los encuestados.

De las 381 encuestas aplicadas en diversas colonias en la ciudad de Chetumal Quintana Roo, 34 hogares respondieron que hace 6 meses fue la última vez que tapizaron sus muebles, 96 que de 1 a 3 años y 83 más tiempo. Esto indica que la gente tapiza sus muebles dentro de 1 a 3 años después que lo compran nuevo.

¿De qué tipo de tela los prefieres?

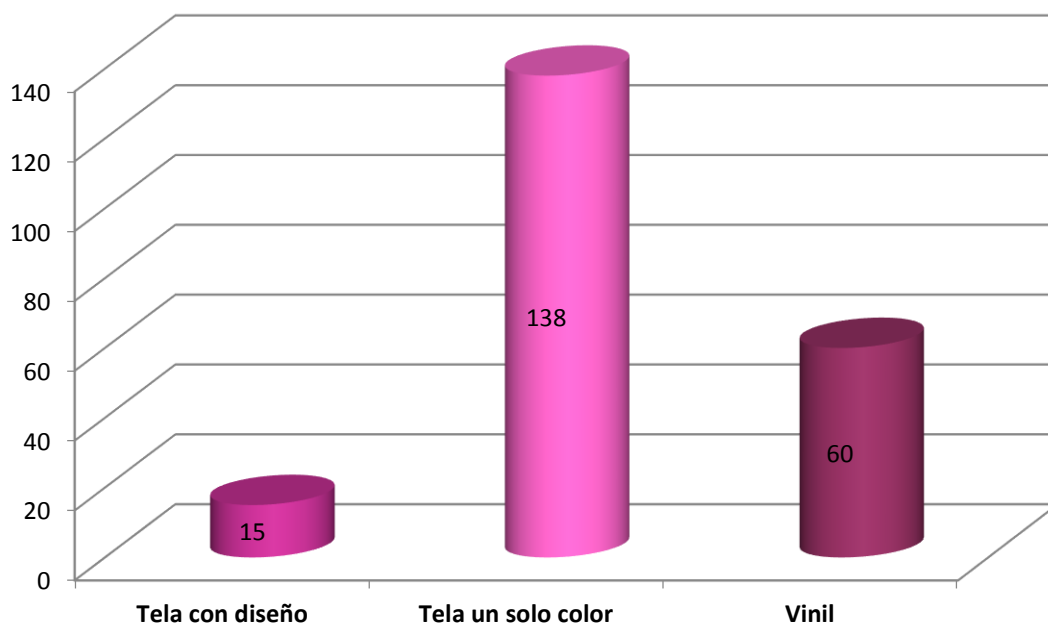


Figura 5. Número de hogares con preferencia del tipo de tela.

De las 381 encuestas aplicadas 15 indican que prefieren tela con diseño, 138 les agrada la tela de un solo color y 60 les gusta el tapizado con vinil. Lo que indica que la mayoría prefiere sus tapizados con tela de un solo color.

¿Qué tipo de colores es de su agrado?

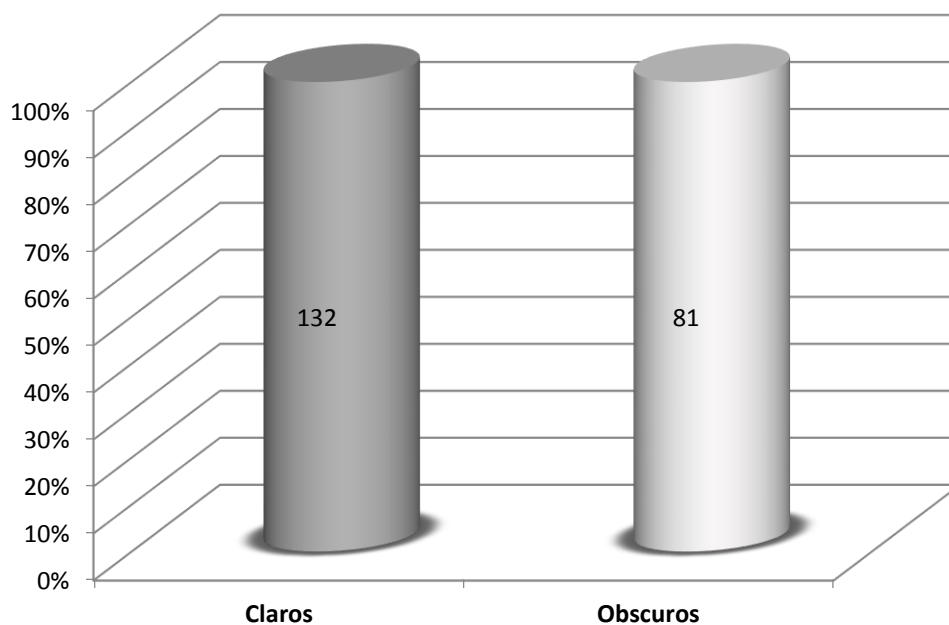


Figura 6. Numero de tipo de colores del agrado del cliente.

De las 381 encuestas aplicadas 132 prefieren colores claros y el resto (81) colores oscuros. Lo que indica que les gustan a la mayoría los colores claros, debido a que los demás respondieron oscuros para lugares formales como oficinas.

¿Al momento de contratar el servicio para tapizar sus muebles o automóvil que es lo que usted tomaría en cuenta?

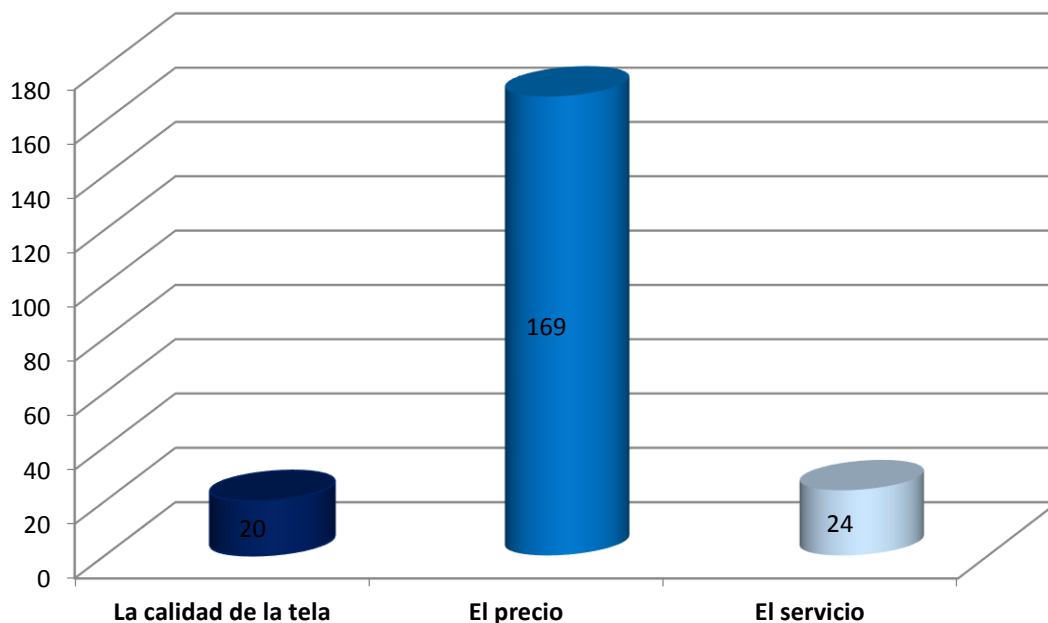


Figura 7. Lo que toman en cuenta los clientes cuando contratan en servicio de tapicería.

De las 381 encuestas aplicadas 20 personas respondieron que lo que toman en cuenta es la calidad de la tela, 169 lo que más les importa es el precio y 24 el servicio. Lo que indica que los clientes lo que les interesa es que el precio no sea alto, sin importar que calidad tenga la tela y el servicio que se les brinde.

¿Conoce alguna tapicería cercana a su hogar?

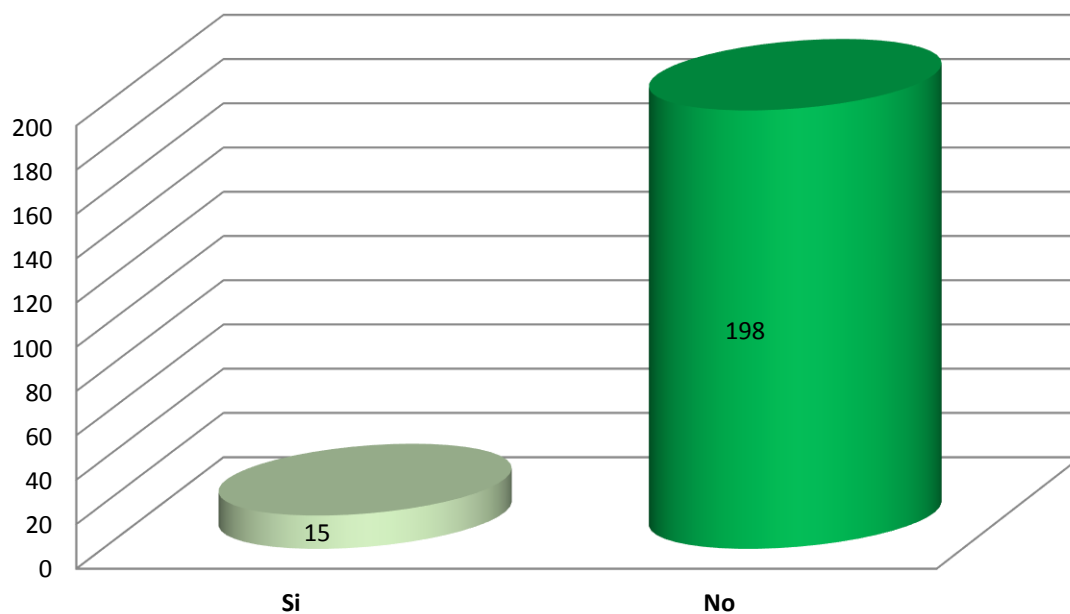


Figura 8. Número de hogares que conocen tapicerías cercanas a su hogar.

De las 381 encuestas aplicadas en diversas colonias 14 de los números de hogares respondió que sí conocen alguna tapicería cercana a su hogar y 189 respondo que no conoce ninguna tapicería cercana a su hogar. Esto indica que no existe mucha competencia.

¿Qué le agrada más del servicio donde ha tapizado sus muebles o automóviles?

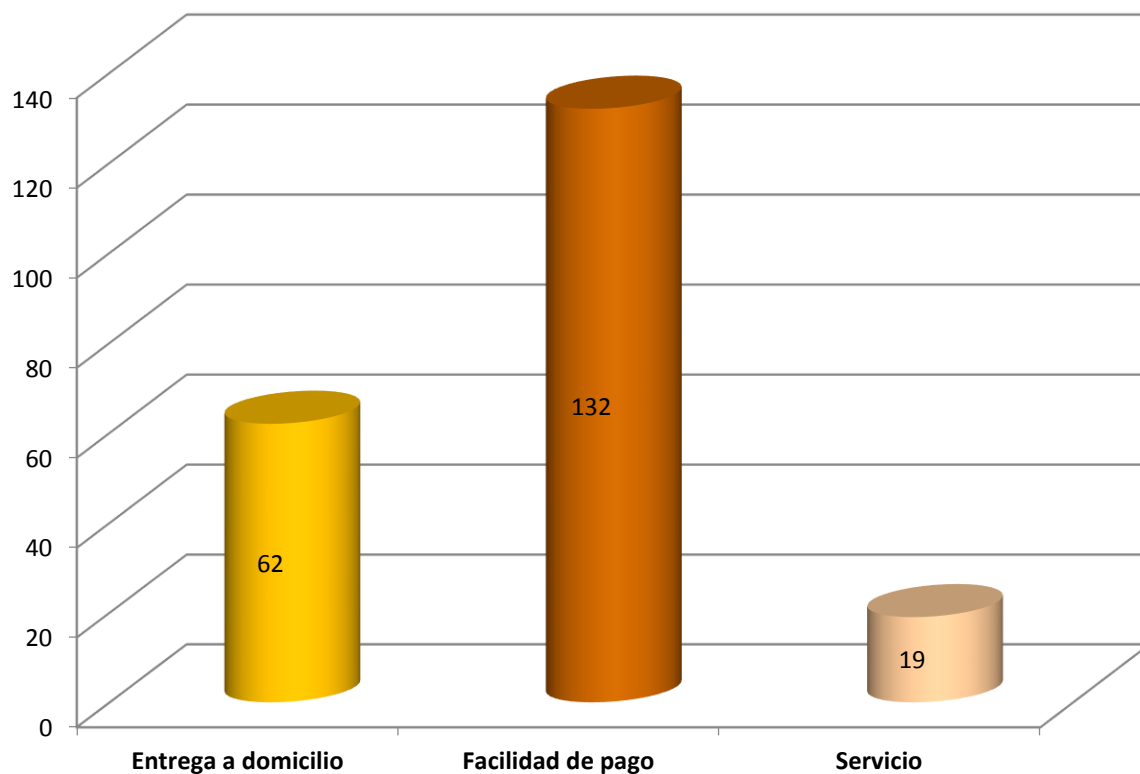


Figura 9. Numero de características agradables al cliente por el servicio.

De las 381 encuestas aplicadas 62 hogares están conformes con la entrega de los muebles a la puerta de su hogar, a 132 les agrada más la facilidad de pago y 19 les gusta el servicio que se les brinda.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un tapizado de 3 muebles?

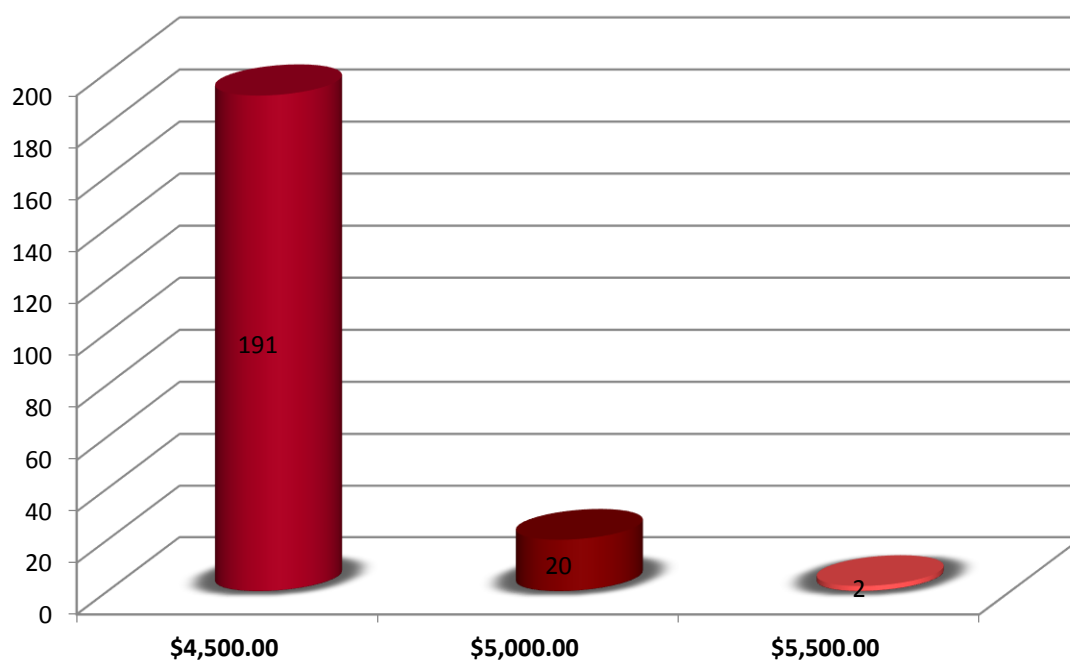


Figura 10. Numero de preferencias en los precios para las personas al adquirir un tapizado de 3 muebles.

De las 381 encuestas aplicadas 191 respondió que por un tapizado de 3 muebles pagaría como máximo \$4,500.00, 20 respondió que estaría dispuesto a pagar como máximo \$5,000.00 y el resto (2) pagaría como máximo \$5,000.00. Esto indica que el precio es una variante importante para solicitar un tapizado pero de igual manera que muchos no pagan la cantidad sino la calidad.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un tapizado de su automóvil?

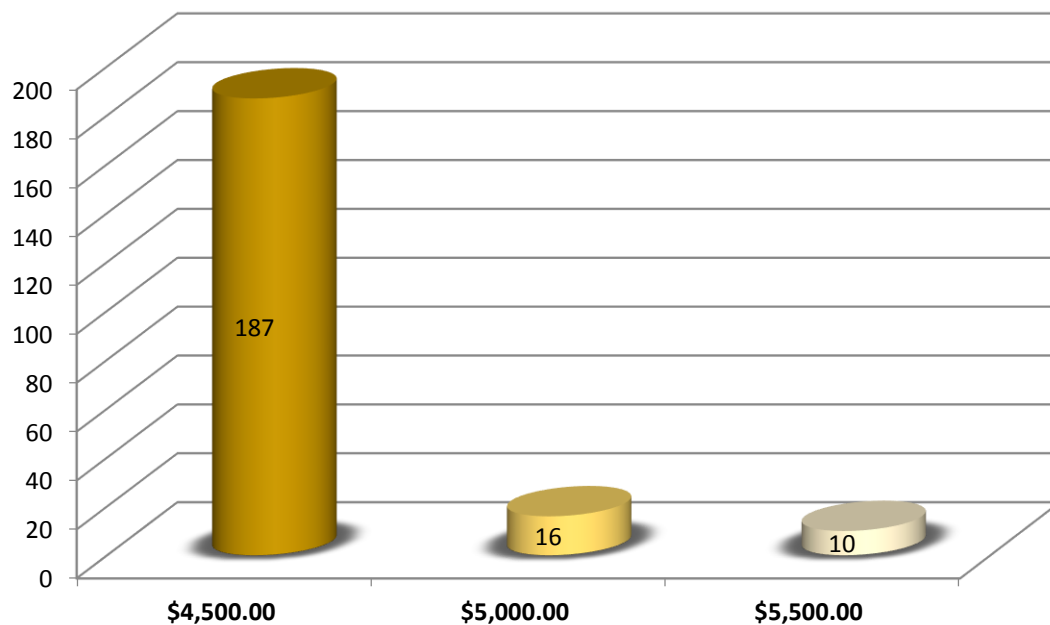


Figura 11. Numero de preferencias en los precios para las personas al adquirir un tapizado de su automóvil.

De las 381 encuestas aplicadas 187 respondió que por un tapizado de automóvil, pagaría como máximo \$4,500.00, 16 respondió que estaría dispuesto a pagar como máximo \$5,000.00 y el resto (10) pagaría como máximo \$5,000.00. Esto indica que el precio es una variante importante para solicitar un tapizado.

¿Estarías dispuesto a solicitar el servicio de una nueva tapicería?

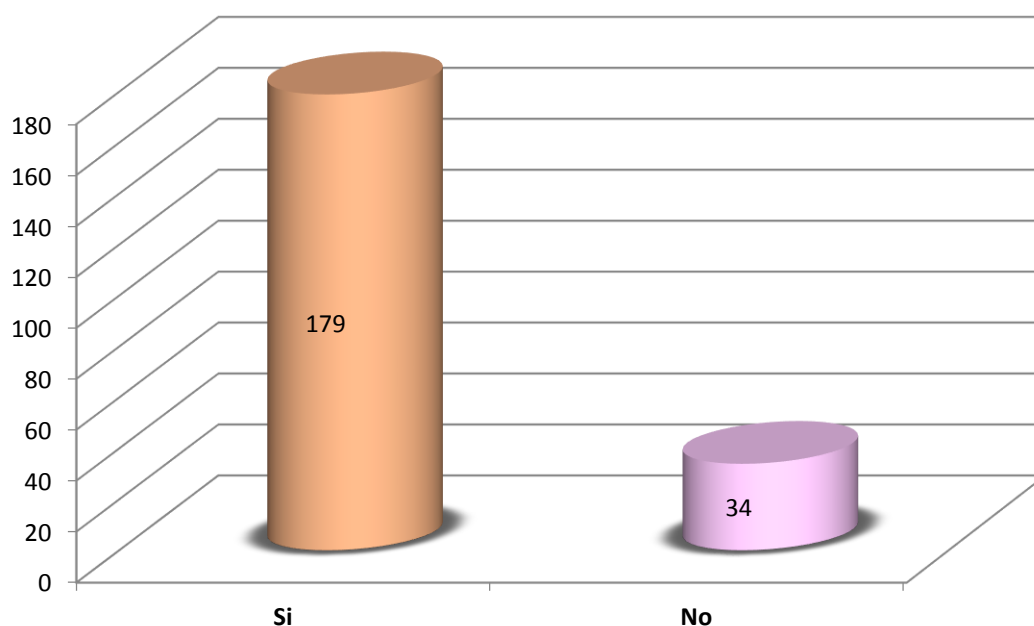


Figura 12. Número de hogares que estaría dispuesto a solicitar un servicio en una nueva tapicería.

De las 381 encuestas aplicadas 179 respondió que si estarían dispuestos a adquirir un servicio de tapicería y 34 indico que no esto se debió que las personas encuestadas tienen familiares que saben de tapicería. Esto indica que la posible tapicería en la ciudad de Chetumal Quintana Roo tiene probabilidad de ser aceptada y posicionarse en el mercado en un tiempo futuro.

6.3.2 Conclusión de la demanda específica

De acuerdo a los resultados obtenidos existe una amplia disponibilidad por parte de los habitantes de la ciudad de Chetumal por adquirir el servicio de tapicería, dicho consumo lo realizan en un periodo anual.

Con relación a las personas encuestadas no todas han tapizado sus muebles, aunque la mayoría respondió que sí.

Los consumidores prefieren telas de un solo color, muy pocos respondieron de nivel ellos prefieren esas telas porque se enfocaron en su lugar de trabajo, prefieren los colores claros.

Cuando contratan el servicio lo que más les interesa es el precio más que cualquier otra cosa.

Los diferentes precios que el mercado está dispuestos a pagar por los servicios son de \$4,500.00 por un tapizado de 3 muebles y \$4,500.00 por tapizado de un automóvil.

Existe un alto índice de aceptación de los consumidores, por los servicios de tapicería que se pretendan ofrecer.

6.4 Análisis de la Oferta

El propósito del análisis de la oferta es la cantidad de un bien que las empresas productoras están dispuestas a producir en una unidad de tiempo. Los factores que influyen en la decisión de ofrecer más o menos cantidad de un bien son: en primer lugar, y al igual que la demanda, tiene una gran influencia el precio del bien que se oferta. Cuanto más alto esté mayor es la cantidad dispuesta a ser ofrecida; una constatación que se conoce con el nombre de la ley de la oferta: la cantidad ofrecida de un bien está relacionada positivamente con su precio (Hoyo, 2012).

Cuadro 1. Principales productores a nivel de tapicería.

NOMBRE	DIRECCIÓN
Tapicería Internova	Calzada Cecilio Chi No. 85 Col. Centro, CP; 77000.
Servicios de tapicería Falcón	Felipe Ángeles No. 372 Col. López Mateos, CP; 07050.
Tapicería para el hogar	Ceiba No. 99 Col. Del Bosque, CP; 07050.
Tapicería León	Calzada constituyentes del 74 lote 1, Col. Proterritorio, CP; 07050.
Tapicería Pereira	Chetumal SN, Col. Solidaridad, CP; 77013.
Tapicería Miguel Ángel	Independencia con primo de verdad.
Tapizados Regalados	Cacao 2, Col. Arboledas, CP; 07050.
Tapicería Juárez	Av. Juárez, No. 265 entre san salvador y camelias.

En el cuadro 1 se muestra las competencias que hay, de tapicerías en la ciudad de Chetumal Quintana Roo.

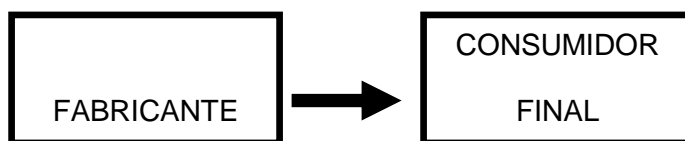
6.5 Análisis de Precios

Es la cantidad monetaria a que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar, un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio. Ahora bien, los precios pueden ser locales, nacionales, de zona fronteriza o internacionales y es de suma importancia la delimitación de tales definiciones ya que de lo contrario podría caerse en descalabros (Baca, 1995).

6.6 Canal de Distribución

Un canal de distribución es un conjunto de organizaciones que dependen entre sí y que participan en el proceso de poner un producto o servicio a la disposición del consumidor o del usuario industrial (Kotler y Armstrong, 2003).

Figura 13. Canal de distribución.



En la figura 13 se muestra el canal de distribución que se utilizara en la tapicería será el **Directo**, la empresa de servicios lleva el servicio directamente al cliente. La ventaja de la venta directa es que conecta a los consumidores con el producto, debido a que no hay intermediarios que compartan los beneficios, los canales de distribución más directos tienden a tener mayores tasas de ganancia.

VII. ANALISIS TÉCNICO

El estudio técnico supone: la determinación del tamaño más conveniente, la localización final apropiada, la selección del modelo tecnológico y administrativo, consecuentes con el comportamiento del mercado y las restricciones de orden financiero. Todo el andamiaje financiero del proyecto, que corresponde a la estimación de las inversiones, los costos e ingresos además de la identificación de las fuentes está montado en gran parte en el resultado de los estudios técnicos (Miranda, 2005).

7.1 Macro localización

La Tapicería en general estará localizada en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo. El municipio de Othón P. Blanco se encuentra, entre las coordenadas extremas 18°30'13" de la latitud norte y a los 88°18 y 19 de longitud Oeste. Limita al norte con el municipio de Bacalar del estado de Quintana Roo; al Oeste con el Municipio de Calakmul del estado de Campeche, al sur con Belice, en particular con el Distrito de Corozal y el Distrito de Orange Walk y al extremo suroeste con Guatemala, en el Departamento de El Petén.

Además es integrante del territorio del municipio el Banco Chinchorro, un atolón formado por cayos y arrecifes ubicados en el Mar Caribe exactamente frente a

las costas de Mahahual, el Banco Chinchorro es parte del llamado Sistema Arrecifal Mesoamericano y es famoso como destino turístico de buceo.



Figura 14. Mapa de localización del municipio de Othón P. Blanco.

7.2 Micro Localización

El proyecto se localiza en Calle: Campamento Vega entre polyuc y petcacab, Colonia territorio federal de Q, Roo en la mza 769, lote 27.

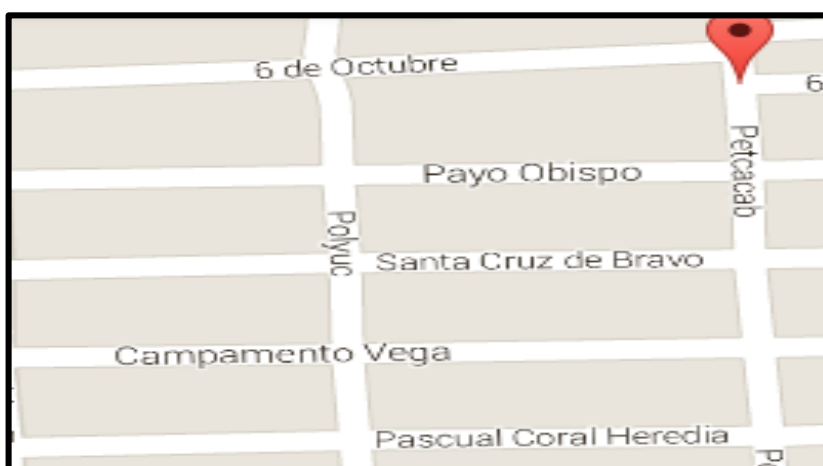


Figura 15. Micro localización, ubicación del terreno donde se llevara a cabo el proyecto.

7.3 Descripción del medio

7.3.1 Clima

El clima de la totalidad del territorio del municipio de Othón P. Blanco se clasifica como Cálido subhúmedo con lluvias en verano, y las temperaturas promedio anuales se registran en tres grandes bandas, la primera de ellas que incluye toda su costa, la rivera del Río Hondo y el extremo nororiental del municipio registra temperaturas superiores a 26 °C, mientras que una amplia banda central del territorio municipal registra temperaturas inferiores a este nivel. La precipitación promedio anual en el territorio de Othón P. Blanco se encuentra definida en varias zonas, la mayor precipitación se da en la zona costa del Mar Caribe, donde el promedio es superior a los 1,500 mm, una siguiente franja de territorio localizada al oeste de la zona anterior y al este de la Bahía de Chetumal tiene un promedio entre 1,300 y 1,500 mm al año, una tercera sección formada por territorios del sur, el interior y la zona costera de la Bahía de Chetumal tiene una precipitación de 1,200 a 1,300 mm, otras tres diferentes zonas formadas por el centro del territorio, su extremo sur y su extremo noroeste tienen un promedio entre 1,100 y 1,200 mm y finalmente un pequeño sector de la zona central de la franja anterior, junto a la Laguna de Bacalar, registra un promedio entre 1,000 y 1,100 mm.

7.3.2 Medios de comunicación.

La ciudad de Chetumal está comunicada con el resto del país por la Carretera Federal 186, de la que es punto terminal, la carretera tiene su origen en Villahermosa, Tabasco, desde donde enlaza con Escárcega y Xpujil, Campeche y desde ahí hasta Chetumal, es la principal vía de comunicación con la Ciudad de México y el resto del país, así como con las poblaciones del municipio de Othón P. Blanco, entre las cuales se encuentran Xul-Há, Carlos A. Madrazo y Nicolás Bravo. La carretera se encuentra en proceso de modernización para convertirse en una autopista de cuatro carriles.

La segunda carretera en importancia es la que comunica con la ciudad de Cancún, la Carretera Federal 307, que aunque formalmente no llega a entrar en la ciudad, debido a que entronca con la Carretera 186 a unos 15 km de la ciudad, su importancia es muy alta, por esta carretera Chetumal tiene comunicación hacia el norte del estado, con las principales zonas turísticas como Tulum, Playa del Carmen, así como Mérida, Yucatán, además de las poblaciones de Bacalar y Mahahual.

Dos carreteras estatales comunican a Chetumal con poblaciones cercanas, la más importante es la que conduce a Subteniente López desde la carretera 186 y de ahí a la Frontera con Belice, esta carretera es la principal vía de comunicación e intercambio comercial entre México y Belice, donde se encuentra en operación un nuevo puente internacional. Una segunda carretera estatal comunica a Chetumal al norte con las comunidades de la rivera de

la Bahía de Chetumal, la primera de las cuales es Calderitas, población que se encuentra prácticamente conurbada con Chetumal, desde ahí la carretera continúa hacia la zona arqueológica de Oxtankah y las comunidades de Laguna Guerrero, Luis Echeverría Álvarez y Raudales.

VIII. ASPECTOS ORGANIZATIVOS

8.1 Antecedentes

No se cuenta con antecedentes en el aspecto organizativo ya que es una empresa nueva.

8.2 Figura Legal

Tiene por objeto regular su función como pequeña empresa y las relaciones laborales entre patrón y trabajador a través del contrato de trabajo, en donde se establecen los procedimientos laborales obligatorios.

8.2.1 Trámites Obligatorios para construir tapicería

8.2.1.1 Constitución de sociedades ante la S.R.E.

Trámite para obtener de la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE) la autorización del nombre de la sociedad Denominación Social.

Es un trámite federal y puede ser presentado por el notario público, en las instalaciones de la delegación estatal de la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE) en Quintana Roo o vía Internet. La tarifa se encuentra en la Ley Federal de Derechos vigente. El pago del trámite se hace en cualquier institución bancaria o por transferencia electrónica. Es necesario presentar la solicitud SA-

1 o un escrito libre con los datos solicitados. Si se presenta antes de las 11:00 a.m. el permiso se entrega el mismo día, o al día siguiente en caso de presentarse después de esta hora. Posterior a la notarización de la escritura constitutiva en Quintana Roo, el fedatario o empresario tiene que presentar el Aviso de uso de denominación para dar a conocer a la SRE del nombre utilizado. Este trámite tiene un costo adicional de MXN 235 y si no se presenta antes de los primeros seis meses de funcionamiento se deberá pagar una multa de MXN 1,280.

8.2.1.2 Aviso de uso de los permisos para la constitución de sociedades o cambio de denominación o razón social.

Trámite para informar a la S.R.E. que el permiso que autorizó fue utilizado por constitución de sociedad o cambio en su denominación o razón social.

Tiempo aproximado de respuesta: No se requiere.

Procedimiento de Autorización

Artículo 6.- El procedimiento de Autorización se divide en las siguientes etapas:

- I. Solicitud;
- II. Resolución, y
- III. Reserva en caso de Autorización.

Sección Primera

Etapa de Solicitud

Artículo 7.- El solicitante ingresará la Denominación o Razón Social que pretende usar, a fin de que pueda verificarse la disponibilidad, ausencia de prohibiciones y condiciones para su uso.

El Sistema señalará las reglas aplicables a los caracteres que pueden o no ingresarse en una solicitud.

Asimismo, cuando una Denominación o Razón Social esté siendo solicitada concurrentemente por más de un solicitante, el Sistema permitirá reservarla sólo al que la haya solicitado en primer lugar.

Sección Segunda

Etapa de Resolución

Artículo 8.- Una vez realizada la solicitud, la Secretaría, a través del Sistema llevará a cabo un dictamen a fin de resolver sobre la disponibilidad y, en su caso, el otorgamiento de la Autorización.

La Secretaría contará con un plazo máximo de dos días hábiles para resolver toda solicitud que reciba a través del Sistema, ya sea que resuelva emitir una Autorización o una constancia de rechazo de la solicitud conforme a la Ley y el presente Reglamento.

Artículo 9.- En cualquiera de los supuestos señalados en las siguientes fracciones, la Secretaría podrá rechazar la solicitud de uso de una Denominación o Razón Social cuando:

- I. Coincide o es similar en grado de confusión, conforme a los criterios lingüísticos a que se refiere el artículo 12 del presente Reglamento, a una Denominación o Razón Social previamente autorizada y que hasta ese momento no haya sido liberada;
- II. Coincide o es similar en grado de confusión, conforme a los criterios lingüísticos a que se refiere el artículo 12 del presente Reglamento, a una marca REGISTRADA en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, siempre y cuando la marca:
 - a) Se encuentre registrada en todas las clases, en los términos la Ley de la Propiedad Industrial;
 - b) Sea de las Notoriamente Conocidas, en los términos del Capítulo II BIS del Título Cuarto de la Ley de la Propiedad Industrial, o
 - c) Sea de las Famosas, en los términos del Capítulo II BIS del Título Cuarto de la Ley de la Propiedad Industrial;
- III. Contenga palabras o vocablos cuyo uso no esté autorizado por alguna disposición legal o reglamentaria;
- IV. Contenga palabras que sean altisonantes o resulten humillantes, ofensivas, discriminatorias o violentas, conforme al listado que la Secretaría publique en el Diario Oficial de la Federación, o
- V. Se componga exclusivamente del nombre de un lugar geográfico o del nombre de una organización, dependencia, órgano o institución pública, conforme al listado que la Secretaría publique en el Diario Oficial de la Federación.

Artículo 10.- Los solicitantes que cuenten con el consentimiento o la autorización de una Sociedad o Asociación cuya Denominación o Razón Social es similar en grado de confusión a la que pretenden utilizar, podrán llevar a cabo una solicitud y, en caso de que el dictamen sea favorable, la Autorización estará condicionada a que el solicitante demuestre ante el Fedatario Público Autorizado o Servidor Público, previo a la constitución o formalización del cambio de Denominación o Razón Social, que efectivamente cuenta con el consentimiento o la autorización correspondiente. Para ello, al momento de llevar a cabo la reserva de la Denominación o Razón Social, deberán declarar ante la Secretaría, a través del Sistema, que cuentan con el consentimiento o la autorización de la Sociedad o Asociación cuya Denominación o Razón Social es similar en grado de confusión a la que pretenden utilizar.

Artículo 11.- Los solicitantes que cuenten con el consentimiento o la autorización del titular de una marca de las listadas en alguno de los incisos de la fracción II del artículo 9, que coincide o es similar en grado de confusión a la Denominación o Razón Social que pretenden utilizar, podrán llevar a cabo una solicitud y, en caso de que el dictamen sea favorable, la Autorización estará condicionada a que el solicitante demuestre ante el Fedatario Público Autorizado o Servidor Público, previo a la constitución o formalización del cambio de Denominación o Razón Social, que efectivamente cuenta con el consentimiento o la autorización de quien aparece como titular de la referida marca. Para ello, al momento de llevar a cabo la reserva de la Denominación o Razón Social, deberán declarar ante la Secretaría, a través del Sistema, que cuentan con el consentimiento o la autorización de quien aparece como titular

de la marca que es similar en grado de confusión a la Denominación o Razón Social que pretenden utilizar.

Artículo 12.- La Secretaría hará del conocimiento del público a través del Sistema, los criterios lingüísticos en los que se basa para determinar que existe similitud en grado de confusión entre las palabras, vocablos o caracteres contenidos en las Denominaciones o Razones Sociales.

Sección Tercera

Etapas de Reserva en caso de Autorización

Artículo 13.- En caso que la solicitud de una Denominación o Razón Social haya sido resuelta favorablemente por la Secretaría conforme a la Ley y este Reglamento, el solicitante podrá reservar dicha Denominación o Razón Social dentro de las cuarenta y ocho horas siguientes al vencimiento del plazo señalado en el segundo párrafo del artículo 8 del presente Reglamento.

En caso de no llevar a cabo la reserva en los términos y plazos antes mencionados, el Sistema liberará automáticamente la Denominación o Razón Social de que se trata, quedando ésta disponible para cualquier solicitante.

Artículo 14.- Para reservar una Denominación o Razón Social, el solicitante deberá:

I. Proporcionar la información que el Sistema le requiera, incluyendo el nombre del Fedatario Público Autorizado ante quien pretende hacer uso de la Denominación o Razón Social autorizada, seleccionándolo del catálogo de Fedatarios Públicos Autorizados que el Sistema ponga a disposición del solicitante, en el entendido que el solicitante y el propio Fedatario Público

Autorizado seleccionado podrán cambiar, en cualquier momento, a través del Sistema, al Fedatario Público Autorizado que se haya elegido.

Si pretende constituir una sociedad microindustrial o artesanal conforme a la Ley Federal para el Fomento de la Microindustria y la Actividad Artesanal, el solicitante deberá seleccionar a un Fedatario Público Autorizado o a un Servidor Público, del catálogo que el Sistema ponga a su disposición, en el entendido que el solicitante, el propio Fedatario Público Autorizado seleccionado o el propio Servidor Público seleccionado, podrán cambiar en cualquier momento, a través del Sistema, al Fedatario Público Autorizado o Servidor Público que se haya elegido.

Tratándose de sociedades cooperativas, la selección de un Fedatario Público Autorizado o a un Servidor Público no será obligatoria, sin embargo, en caso de realizarse, aplicarán las reglas que se prevén en el párrafo anterior para el caso de cambios del Fedatario Público Autorizado o Servidor Público que se haya elegido, y

II. Ratificar con su firma electrónica avanzada que conoce y acepta que debe darse el Aviso de Uso en los términos establecidos en el artículo 24 del presente Reglamento a fin de evitar la pérdida de exclusividad en el uso de la Denominación o Razón Social de que se trate, y que conoce y acepta las condiciones a las que esté sujeta la Autorización correspondiente.

Artículo 15.- La Sociedad o Asociación solamente podrá constituirse o modificar su Denominación o Razón Social ante el Fedatario Público Autorizado o Servidor Público elegido a través del Sistema conforme al artículo 14 del presente Reglamento.

Artículo 16.- Una vez que el solicitante lleve a cabo la reserva de la Denominación o Razón Social conforme a lo anterior, podrá descargar del Sistema la Autorización correspondiente, misma que podrá contener advertencias o condiciones, con base en el presente Reglamento y las demás disposiciones que resulten aplicables.

Artículo 17.- La Autorización deberá obtenerse antes de la constitución de la Sociedad o Asociación para la cual se pretende utilizar.

Tratándose de un cambio de Denominación o Razón Social, se procederá conforme a lo dispuesto por el segundo párrafo del artículo 5 del presente Reglamento.

Artículo 18.- La Autorización se concederá independientemente de la indicación de la especie de la persona moral de que se trate, de su régimen jurídico o, en su caso, de la modalidad a que pueda estar sujeta.

Artículo 19.- Toda Autorización podrá estar sujeta a alguna de las siguientes condiciones:

- I. Cuando una disposición legal o reglamentaria prevea que ciertas palabras o vocablos contenidos en una Denominación o Razón Social sólo pueden usarse con la autorización previa de alguna autoridad, la Autorización estará sujeta a la condición de que se cuente con dicha autorización, previo al momento de constituir la Sociedad o Asociación o previo al momento de formalizar el cambio de Denominación o Razón Social, y
- II. Las que establecen los artículos 10 y 11 del presente Reglamento.

Artículo 20.- Cuando se pretenda utilizar una Denominación o Razón Social similar en grado de confusión a una marca REGISTRADA en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial en una o varias, pero no en todas las clases, la Autorización contendrá una advertencia a fin de que el solicitante y la Sociedad o Asociación que la pretenda usar sepa que puede incurrir en responsabilidad conforme a la Ley de la Propiedad Industrial, en función del objeto social, los actos y las actividades que lleve a cabo la Sociedad o Asociación.

En ninguno de estos casos será obligación de la Secretaría cerciorarse de que el titular de una Autorización cumple con la Ley de la Propiedad Industrial.

Artículo 21.- El Fedatario Público Autorizado o Servidor Público, o tratándose de las sociedades cooperativas la autoridad, ante quien se constituya la Sociedad o Asociación o se formalice el cambio de su Denominación o Razón Social, deberá cerciorarse que, previo al momento de la constitución o formalización del cambio de Denominación o Razón Social:

- I. Se cumpla con las condiciones señaladas en la Autorización y en este Reglamento, y
- II. La Autorización se encuentre vigente.

Artículo 22.- Las Sociedades o Asociaciones que usen o pretendan usar una Denominación o Razón Social tendrán las obligaciones siguientes:

- I. Responder por cualquier daño, perjuicio o afectación que pudiera causar el uso indebido o no autorizado de una Denominación o Razón Social conforme a la Ley y este Reglamento, y

II. Proporcionar a la Secretaría la información y documentación que le sea requerida por escrito o a través del Sistema en relación con el uso de una Denominación o Razón Social, al momento de reservar la Denominación o Razón Social, durante el tiempo en que se encuentre en uso, y después de que se haya dado el Aviso de Liberación respecto de la Denominación o Razón Social.

Las obligaciones establecidas en las fracciones anteriores, deberán constar en el instrumento mediante el cual se formalice la constitución de la Sociedad o Asociación o el cambio de su Denominación o Razón Social.

Artículo 23.- Cualquier interesado podrá acudir a las oficinas de la Secretaría para llevar a cabo de manera directa las solicitudes y, en su caso, las reservas de Denominaciones o Razones Sociales autorizadas. Para ello, la Secretaría facilitará al menos un módulo en el que estará disponible el Sistema.

Las personas que no cuenten con un certificado de firma electrónica avanzada vigente podrán solicitar por escrito libre el apoyo de un servidor público de la Secretaría, que conforme a las disposiciones jurídicas aplicables tenga atribuciones para conocer de los trámites a que se refiere el presente Reglamento, el cual llevará a cabo la solicitud y, en su caso, la reserva de la denominación o Razón Social utilizando su propia firma electrónica avanzada, en nombre y por cuenta de la persona que se lo solicita.

En cualquier caso, lo previsto en este artículo sólo será dentro de los días y horas hábiles en los que operan las oficinas de la Secretaría.

8.2.1.3 Registro Público de la Propiedad y el Comercio.

Trámite mediante el cual se hace el registro de la Acta constitutiva ante dicha Instancia.

La inscripción de una sociedad mercantil en Quintana Roo en el Registro Público de la Propiedad y del Comercio (RPPyC) es un trámite estatal que tiene como finalidad dotar de personalidad jurídica y dar fe al acto de constitución de la empresa en Quintana Roo. Este trámite puede realizarse en el módulo del Registro Público ubicado en el Centro de Apertura Rápida de Empresas (CARE) del Municipio de Quintana Roo. El costo se puede consultar en la Ley de Ingresos del Estado de Quintana Roo e incluye el pago por calificación MXN 59 y el pago de inscripción MXN 475.

8.2.1.4 Inscripción En El RFC / Cedula Fiscal

Trámite para efecto de cumplimiento de las obligaciones fiscales correspondientes.

Al inscribirse al Registro Federal de Contribuyentes (RFC), deberá usarse la clave del RFC, que le asignaran el SAT, en todos los trámites de carácter fiscal y en los juicios en que sea parte las autoridades fiscales.

Dónde se presenta

Por Internet

Si ya cuenta con CURP.

- Se puede iniciar y concluir el trámite a través de Internet o en cualquier sala de Internet de las Administraciones Locales de Servicios al Contribuyente.

Si no cuenta con CURP.

- Se puede realizar el trámite a través de Internet o en cualquier Administración Local de Servicios al Contribuyente y concluir en las ventanillas de cualquier Módulo de Servicios Tributarios de las ALSC, presentando su documentación respectiva, dentro de los diez días siguientes al envío de la solicitud.

En forma personal.

- Inicialo y concluirlo, en cualquier Administración Local de Servicios al Contribuyente, el trámite se atiende preferentemente con cita.

Qué documentos se obtienen

Por Internet con CURP.

1. Vista previa "Datos capturados de la Solicitud de Inscripción del RFC".
2. Cédula de Identificación Fiscal.
3. Acuse de inscripción con Cédula de Identificación Fiscal.

Por Internet sin CURP.

1. Acuse de preinscripción.

En la ALSC.

1. Vista previa "Datos capturados de la Solicitud de Inscripción del RFC".
2. Acuse de Inscripción con Cédula de Identificación Fiscal.

En caso de que la documentación necesaria para hacer el trámite se presente incompleta o no se reúnan los requisitos de este trámite se entregará al contribuyente el reporte de información pendiente.

Cuándo se presenta

Dentro del mes siguiente al día en que realicen las situaciones jurídicas o de hecho que den lugar a la presentación de declaraciones periódicas, de pago o informativas por si mismas o por cuenta de terceros.

Requisitos:

Por Internet con CURP:

- Clave Única de Registro de Población (CURP).
- Datos del Domicilio Fiscal.
- Correo electrónico.

Por Internet sin CURP.

- Datos del Domicilio Fiscal.
- Correo electrónico.

En la ALSC:

- Original del comprobante de domicilio fiscal. En el caso de asalariados, se podrá presentar como comprobante de domicilio su credencial para votar expedida por el Instituto Federal Electoral.
- En su caso, copia certificada del poder notarial con el que acredite la personalidad del representante legal, o carta poder firmada ante dos testigos y ratificadas las firmas ante las autoridades fiscales o ante Notario o Fedatario Público.
- En lugar de alguna de las identificaciones señaladas en el apartado de Definiciones de este Catálogo, podrá presentar original de cualquier identificación oficial vigente con fotografía y firma, expedida por el Gobierno Federal, Estatal o Municipal del contribuyente o del representante legal.
- Si inició el trámite a través de Internet, adicionalmente se presentará el acuse de preinscripción al RFC.

Compromisos de servicio.

Por Internet:

- Disponibilidad permanente.
- Emisión inmediata del acuse de recepción del trámite.

Atención Personal:

- Duración máxima: 40 minutos por trámite.
- Espera máxima: 5 minutos para contribuyentes con cita.
- Calidez y amabilidad en el servicio: 100% de los casos.
- Entrega inmediata de los productos derivados de la Solicitud de Inscripción al RFC.

Pasos para realizar el trámite.**Internet:**

1. Ingresa a la sección Trámites e identifica el menú a la izquierda de la pantalla.
2. Selecciona en secuencia las opciones: RFC, Inscripción y Preinscripción Personas Físicas.
3. Llena los datos solicitados por el formulario electrónico "Inscripción en el RFC".
4. Envía tú trámite al SAT, obtén la hoja previa y el número de folio del trámite.
5. Registra una cita y acude con la documentación del trámite a la Oficina del SAT de tú preferencia.
6. Recibe tú Solicitud de Inscripción al RFC, Cédula de Identificación Fiscal, Guía de Obligaciones y Acuse de Inscripción al RFC.

Personal:

1. Reúne los documentos o requisitos para realizar el trámite.
2. Registra una cita y acude con la documentación del trámite a la Oficina del SAT de tú preferencia.
3. Entrega la documentación, solicita la recepción y operación del trámite.
4. Recibe tú Solicitud de Inscripción al RFC, Cédula de Identificación Fiscal, Guía de Obligaciones y Acuse de Inscripción al RFC.

8.2.1.5 Certificación de zonificación para uso específico

Trámite mediante el cual se hace costar si un uso específico está permitido o prohibido para determinado inmueble, conforme a los Programas de Desarrollo Urbano.

Políticas y normas de operación

Los interesados deberán presentar su solicitud de Certificado Único de Zonificación de Uso de Suelo Especifico con firma original del solicitante, conteniendo los siguientes datos:

- a) Domicilio del predio o inmueble a que se refiere la solicitud y la cuenta predial correspondiente.
- b) Usos del predio o inmueble, uso(s), actual (es), y uso (s), solicitado(s), superficie del predio, superficie total constituida y superficie ocupada por uso, tramite a realizar.

- c) Superficie por vivienda, superficie total a construir, área de estacionamiento, niveles a construir, tipo y número de viviendas y licencia de subdivisión o relodificación en su caso.
- d) Croquis de localización, que incluya el nombre de las calles que limitan la manzana, medidas a las esquinas y distancia de frente y linderos del predio, dibujando en la solicitud.
- e) Nombre , denominación o razón social del o de los solicitantes y en su caso del representante legal, señalando su Registro Federal de Contribuyentes , para lo cual se agregan los documentos que acrediten su personalidad, domicilio para oír, y recibir notificaciones.

Documentos que deberá acompañar

- Comprobante de pago de los derechos correspondientes.
- Original y copia de Boleta Predial actualizada; (no anterior a 12 meses).
- Original y copia de identificación oficial (IFE, Pasaporte, Cédula Profesional).
- Documento con el que se acredita personalidad en su caso.
- Licencia de Subdivisión o Relotificación, si el predio fue sujeto a este trámite.
- Constancia de Alineamiento y Número Oficial vigente o Escritura Pública.

El Certificación de zonificación para uso específico tendrá una vigencia de un año para ejercer el derecho que confiere, a partir del día siguiente a la fecha de

su expedición, ejercido el derecho conferido, no será necesario obtener una nueva certificación a menos que se modifique el uso.

8.2.1.6 Licencia de uso de suelo

Se autoriza el uso o destino que pretenda darse a los predios.

Documentos necesarios.

- Solicitud o formato de trámite (proporcionado personalmente en el Centro de Atención Empresarial de acuerdo al Municipio). (original)
- Indicar el uso de suelo que pretende y ubicación del predio, donde pretende establecer el negocio y/o empresa.
- El formato que se solicita es opcional debido a que el funcionario del Centro de Atención Empresarial se lo puede proporcionar dependiendo del municipio donde se va a establecer el negocio y/o empresa.
- Acreditar la propiedad o posesión (original)
- Debe de acreditar la propiedad o posesión y en su caso, el poder suficiente, de igualmente presentar escrituras.
- Identificación oficial con fotografía y firma del propietario y del apoderado legal en su caso. (original)
- Presentar credencial oficial con fotografía y firma del propietario y del apoderado legal en su caso.

- Tarjetón del predial pagado hasta la fecha. (copia)
Copia del tarjetón del predial pagado hasta la fecha.
- Pago de derechos (costo varía de acuerdo a cada municipio) (original)
Se debe de realizar el pago de derechos por el trámite a efectuarse, el costo puede variar de acuerdo a los mts².

8.2.1.7 Registro empresarial ante el IMSS y el INFONAVIT

El Patrón deberá registrarse al igual que a sus trabajadores en el régimen obligatorio, cumpliendo con lo establecido en la Ley del Seguro Social, al hacerlo automáticamente quedarán registrados ante el INFONAVIT Y SAR.

Alta Patronal e Inscripción en el Seguro de Riesgos de Trabajo o Reanudación de Actividades, IMSS-02-001 Modalidad A. Para persona física

Es el primer trámite que debes realizar ante el IMSS en caso de ser patrón persona física que contrata trabajadores a tu servicio, y para realizarlo el Instituto te asignará un Número de Registro Patronal para cumplir con los pagos correspondientes.

Si ya cuentas con un Número de Registro Patronal pero está dado de baja, solicita la reanudación del mismo.

Documentos requeridos

Para hacerlo por Internet:

- CURP
- Archivos .key, .cer y contraseña de la clave privada de tu FIEL.

Para hacerlo de manera presencial en una Subdelegación:

- Registro Federal de Contribuyentes, (R.F.C.)
- Comprobante de domicilio del centro de trabajo
- Croquis de localización del domicilio del centro de trabajo
- Identificación oficial con fotografía y firma, como puede ser:
- Credencial para votar
- Pasaporte
- Cédula Profesional
- Formato AM-SRT, sólo para reanudación de actividades

Vigencia

Para cumplir con lo establecido por Ley, debes presentar el trámite dentro de los 5 días hábiles posteriores a la contratación de un trabajador a tu servicio

En caso de no asistir en la fecha y horario señalados en tu cita, tienes un plazo máximo de 10 días siguientes al envío de la solicitud para concluirlo.

Obligaciones del INFONAVIT

- Cuando inscribes a tu empresa y a tus empleados en el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), simultáneamente éstos se vuelven derechohabientes del Infonavit. La información que declares ante el IMSS pasará directamente al Infonavit, sin que tú tengas que hacerlo.
- Al inscribirlos en el IMSS debes manifestar el salario diario integrado que les pagas en ese momento y aportar bimestralmente al Infonavit el 5% de esa cantidad por cada uno de tus trabajadores. Puedes usar el Sistema Único de Administración (SUA) para calcular tus aportaciones. Toma en cuenta que si no pagas a tiempo, tus trabajadores se verán afectados en cuanto a su derecho de crédito y en caso de ya haberlo ejercido, la vida del crédito se prolongará en perjuicio de su patrimonio.
- Cada vez que se modifique la situación laboral de ellos, es decir, cuando des de alta, baja, reingresen o modifiques su salario; tu empresa cambie de domicilio, razón social, o sea clausurada, se fusione con otra, la vendas, entre en concurso mercantil, o se declare en quiebra, debes avisar al IMSS dentro de los cinco días hábiles siguientes al momento en que ocurrió la modificación, en caso de la declaración de huelga, el plazo es de ocho días.
- Si tu empresa es de construcción y la asistencia de los trabajadores es esporádica, entrega al IMSS una constancia con el número de días trabajados en el mes y el salario que percibieron.

Importante

Cuando des de alta a tu empresa en el IMSS o hagas modificaciones, registra correctamente los datos, tales como nombres, salarios, Número de Seguridad Social (NSS), Registro Federal de Contribuyentes (RFC) y Clave Única de Registro de Población (CURP), ya que cualquier error de captura dificultará tus gestiones y las de tus empleados.

Los formatos que debes usar para manifestar modificaciones ante el IMSS son éstos:

- Alta o reingreso de trabajadores (AFIL-02)
- Baja de trabajadores (AFIL-04)
- Salario (AFIL-03)
- Modificaciones en la empresa (domicilio, razón social, clausura, huelga, por ejemplo) (AFIL-01)

8.2.1.8 Licencia de funcionamiento

Documento que expiden las Ventanillas Únicas Delegacionales para que una persona física o moral pueda desarrollar en un establecimiento mercantil alguno de los giros cuyo funcionamiento lo requiera, debido a su impacto social.

Requisitos:

- Formato único para Licencia de Funcionamiento Municipal (presentando debidamente llenado y sin tachaduras ni enmendaduras). Presentar toda la documentación en folder con broche Baco.
- Contar con extintores y constancia de capacitación en prevención y combate de incendios, expedida en Othón P. Blanco.
- Fotografía interior y exterior del predio (panorámica).
- Factura o fotografía de la adquisición de botiquín de primeros auxilios, extintores y señalizaciones.
- Copia del Alta de Hacienda y R.F.C.
- Copia del documento que acredite legal ocupación del predio.
- Copia del acta constitutiva, poder notarial, en caso de personas morales.
- Croquis de localización.

8.2.1.9 Licencia de anuncio

Trámite mediante el cual se otorga la licencia o permiso para fijar, instalar o colocar un anuncio, o bien señalar, indicar, mostrar o difundir al público cualquier mensaje.

Requisitos:

1. Fotografía actual a color de la fachada completa en donde se colocará el anuncio y/o toldo.
2. Original de escrito conteniendo descripción del anuncio y/o toldo con

especificaciones y dibujo en tamaño carta con dimensiones y colores.

3. En caso de renovación, presentar copia el permiso anterior
4. En el caso de que se encuentren en plazas comerciales, mercados y hoteles presentar original de la anuencia de la administración, haciendo mención del anuncio solicitado
5. Original de reporte informativo y fotográfico del estado actual del anuncio.
6. Original de carta compromiso responsiva del solicitante
7. Copia del documento que acredite la autorización del propietario donde se pretende colocar el anuncio (contrato de arrendamiento y/o de comodato, poder notarial, escrituras)
8. Copia de identificación oficial con fotografía del arrendador y arrendatario (en su caso)
9. Copia del acta constitutiva y registro federal de contribuyentes en caso de ser persona moral
10. Copia de autenticada de las autorizaciones, registro y/o licencia de las dependencias federales o estatales (en caso de ser un derecho en carretera federal)
11. Para el caso de predios que están en construcción, presentar copia del permiso

de construcción, demolición, etcétera (según sea el caso)

12. Carta poder original con copia de identificación oficial con fotografía del tramitador y del representante legal (si fuere el caso)

13. Formato de trámite de solicitud para anuncios y toldos debidamente llenado

8.2.1.10 Aviso de manifestación estadística

Información que se proporciona al INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía) relacionada con la actividad propia del negocio, sin que ello implique efectos fiscales.

Es un trámite federal exigido en la Ley de Información Estadística y Geográfica. Sin embargo, en la práctica muchas empresas en Quintana Roo no lo cumplen sin dar lugar a sanción.

8.2.1.11 Visto bueno de seguridad y operación

Trámite mediante el cual se hace constar que el establecimiento en cuanto a su edificación e instalaciones, reúne las condiciones necesarias de seguridad para su operación y funcionamiento.

Objetivo

Expedir el Registro de Visto Bueno de Seguridad y Operación para contar con un mecanismo de control que prevea el buen funcionamiento y los sistemas de seguridad suficientes para que las edificaciones o instalaciones correspondientes puedan brindar los servicios adecuados a los que han sido destinados.

Requisitos:

- Solicitud debidamente requisitada, que incluye el Visto Bueno de Seguridad y Operación con la responsiva de un Director Responsable de Obra y del o los corresponsables, en su caso (original y copia simple).
- Constancia de Seguridad Estructural (copia simple y original o copia para su cotejo).
- Documento con el que acredite la personalidad, en caso de representantes legales (copia simple y original o copia certificada para cotejo).
- Constancia de Alineamiento y Número Oficial y cualquiera de los documentos siguientes:

Certificado de Zonificación para uso Específico o Certificado de Zonificación Para Usos de Suelo Permitidos o Certificados de Acreditación de Uso de Suelo Por Derechos adquiridos o Licencia de Uso de Suelo (copia simple y original o copia certificada para cotejo).

8.2.1.12 Programa interno de protección civil

Trámite mediante el cual se definen las acciones destinadas a la salvaguarda de la integridad física de los empleados y de las personas que concurren al establecimiento.

El Programa Interno de Protección Civil, es un instrumento de planeación y operación que se circunscribe al ámbito de una dependencia, entidad, institución u organismo de la Administración Pública Federal y los sectores privado y social, que previene y prepara a la organización para responder efectivamente ante la presencia de riesgos que pudieran generar una emergencia o desastre dentro de su entorno.

Su propósito principal es el diseño y activación de medidas preventivas y de respuesta ante escenarios de emergencia, que permitan garantizar la continuidad de las funciones sustantivas de la institución u organismo, salvaguardar la integridad física de las personas que laboran o concurren como usuarios a sus inmuebles y proteger los bienes propiedad de los mismos.

8.2.1.13 Acta de integración a la comisión de seguridad e higiene en los centros de trabajo

Trámite mediante el cual se integra a la Comisión de Seguridad e Higiene en el Trabajo en la STPS.

Documento en donde se consigna la creación y registro legal de la Comisión de Seguridad e Higiene de la empresa, en cumplimiento a las disposiciones en la materia de la Ley Federal del trabajo y, en particular, del “Reglamento Federal

de Seguridad, Higiene y Medio Ambiente de Trabajo”, y de la “Norma Oficial Mexicana NOM-019-STPS-1993, Constitución y Funcionamiento de las Comisiones de Seguridad e Higiene en los Centros de Trabajo”.

Dicha comisión estará integrada por igual número de representantes del patrón y de los trabajadores. Es obligación de los trabajadores designar a sus representantes través del sindicato. A falta de éste, la mayoría de los trabajadores realizarán la designación respectiva. El patrón designará libremente a sus representantes, cumpliendo las exigencias de la normatividad ya citada.

La comisión se organizará con un coordinador y un secretario invariablemente. Tomando en cuenta el total de los trabajadores y las actividades de las empresas, el patrón y el sindicato, o la mayoría de los trabajadores, a falta de éste, podrán designar de común acuerdo el número de vocales que acuerden ambas representaciones.

El patrón deberá formalizar la constitución de la comisión en sesión con los miembros que se hayan seleccionado y con la representación del sindicato, si lo hubiera. En esta sesión se levantará el acta de integración correspondiente, que deberá contener la información consignada en el instructivo de elaboración.

Como ya no existe la obligación de registrar la comisión ante las autoridades laborales, este documento se conservará en los archivos de la empresa, y deberá ser exhibido cuando aquéllas así lo requieran.

Instructivo De Elaboración:

1. Nombre, denominación o razón social de la empresa donde se constituye la comisión.
2. Nombre de la ciudad, localidad o municipio donde se constituye la comisión.
3. Nombre del Estado o entidad federativa donde se constituye la comisión.
4. Anotar con letra la hora de inicio de la sesión donde se constituye la comisión
5. Anotar con letra el día en que se desarrolla la sesión constitutiva de la comisión.
6. Anotar el nombre completo del mes correspondiente.
7. Anotar con letra el número del año correspondiente.
8. Anotar el nombre, denominación o razón social de la empresa donde se constituye la comisión
9. Anotar el registro federal de contribuyentes de la empresa ante la SHCP
10. Anotar el número del registro patronal de la empresa ante el IMSS.
11. Anotar el nombre de la rama industrial, giro o actividad económica de la empresa.
12. Anotar con letra el día de inicio de operaciones de la empresa.
13. Anotar el nombre del mes en que inició operaciones la empresa.
14. Anotar con letra el año en que inició operaciones la empresa
15. Anotar los nombres oficiales de la calle, colonia, código postal, fax, teléfono, correo electrónico y código postal de la empresa.
16. Anotar el nombre y apellidos del representante legal de la empresa
17. Anotar el nombre y apellidos del comisionado representante patronal

18. Anotar el nombre y apellidos del comisionado representante de los trabajadores.
19. Anotar con letra la cantidad total de trabajadores de la empresa.
20. Anotar con letra la cantidad de trabajadores del sexo masculino del total de la empresa.
21. Anotar con letra la cantidad de trabajadoras del sexo femenino del total de la empresa.
22. Anotar el nombre y apellidos del comisionado patronal.
23. Anotar el nombre y apellidos del comisionado de los trabajadores.
24. Anotar con letra la fecha en que se realizó la reunión en que fue designado el representante de los trabajadores.
25. Anotar el nombre y apellidos del comisionado representante patronal
26. Anotar el nombre y apellidos del comisionado de los trabajadores.
27. En su caso, anotar el o los nombres y apellidos del o los vocales designados.
28. Anotar con letra la hora en que termina la sesión constitutiva.
29. Anotar el nombre completo de los representantes en el lugar indicado, y registrar su correspondiente firma autógrafa.

8.2.1.14 Aprobación de planes y programas de capacitación y adiestramiento

Trámite mediante el cual se aprueban los Planes y Programas de Capacitación de las empresas en la Secretaría de Trabajo y Previsión Social (STPS).

Todas las empresas deben elaborar y conservar los planes y programas de capacitación, adiestramiento y productividad de acuerdo a lo señalado en los artículos 153-F Bis, 153-H, 153-B segundo párrafo y 153-S de la Ley Federal del Trabajo.

Los planes deben considerar los requisitos señalados en el Artículo 10 del Acuerdo Normativo publicado en el DOF el 14-06-2013, mismos que se señalan a continuación:

- I. Tomar en cuenta las necesidades de capacitación y adiestramiento de todos los puestos y niveles de trabajo existentes en la empresa;
- II. Precisar el número de etapas durante las cuales se impartirán;
- III. Indicar si se trata de planes y programas de capacitación y adiestramiento específicos para una empresa; comunes para varias empresas o bien si se encuentran adheridos a un sistema general de capacitación y adiestramiento por rama o actividad; y, en su caso, los establecimientos en los que se aplica;
- IV. Establecer periodos no mayores de dos años;

V. Considerar la impartición de la capacitación o adiestramiento por conducto de personal de la propia empresa, instructores especialmente contratados, instituciones, escuelas u organismos especializados;

VI. Basar en normas técnicas competencia laboral o su equivalente si las hubiera para los puestos de trabajo de que se trate;

VII. Considerar las acciones a realizar con respecto a los temas de productividad mencionados en el Artículo 7 fracciones del II al V del presente Acuerdo;

VIII. Incluir, en su caso, los cursos de capacitación que impartan:

a. Las empresas de las que hayan adquirido un bien o servicio de cualquier naturaleza; y

b. Los extranjeros a trabajadores mexicanos en territorio nacional, o bien cuando los trabajadores reciban capacitación en el extranjero.

Las empresas deben conservar en sus registros internos, lo siguiente:

I. La elaboración del plan y programas de capacitación, adiestramiento y productividad conforme al formato DC-2.

II. El nombre, objetivos y contenidos de los programas de capacitación, los puestos y niveles a los que están dirigidos y el proceso de selección para capacitar un mismo puesto y categoría.

III. Las acciones a realizar sobre productividad señaladas en el Artículo 7 fracciones del II al V del Acuerdo Normativo publicado en el DOF el 14-06-2013.

Lo anterior deberá de mostrarse a la autoridad laboral cuando lo solicite en sus facultades de Inspección.

8.2.1.15 Inscripción en el padrón de impuesto sobre nóminas

La compañía se inscribe en el padrón estatal para el pago del Impuesto Sobre Nómina (ISN). Se tramita en la Secretaría de Hacienda del Gobierno del Estado de Quintana Roo o en el Centro de Apertura Rápida de Empresas en Quintana Roo directamente en el mostrador. El impuesto es de 2% sobre nómina en Quintana Roo.

8.2.2.16 Alta en el sistema de información empresarial mexicano (SIEM)

Trámite que deberán realizar las empresas industriales, comerciales y de servicios para darse de alta en el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM).

De conformidad con la Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones, publicada el 20 de enero de 2005 en el Diario Oficial de la Federación (DOF), el registro en el Sistema de Información Empresarial (SIEM) es un trámite federal. Todos los comerciantes e industriales, sin excepción y obligatoriamente, deberán de registrar y actualizar anualmente cada uno de sus establecimientos. El formato de inscripción solicita los siguientes datos: razón social, nombre comercial, domicilio, giro, nombre del representante legal, números de teléfono, fecha de inicio de operaciones, número de personas que laboran, capital

aproximado y copia de Registro Federal de Contribuyente (RFC). En algunas ocasiones los promotores visitan los establecimientos para realizar el cobro y entregar el engomado.

Su costo anual se determina de la siguiente forma: Tarifas para la industria: a. 1 ó 2 empleados MXN 150; b. 3 a 5 empleados MXN 350; c. 6 ó más empleados MXN 670; Tarifas para comercio y servicios: a. 1 ó 2 empleados MXN 100; b. 3 empleados MXN 300; c. 4 ó más empleados MXN 640.

8.3 Requisitos fiscales y financieros para la constitución de sociedades en México

- Inscripción y obtención de la cedula del registro federal de contribuyente (RFC).
- Trámite de firma electrónica.
- Apertura de cuenta bancaria.
- Impresión de facturas.
- Obligaciones fiscales de la sociedad.
- ISR (Impuesto sobre las ganancias)- es el 35% sobre la utilidad generada.
- IVA (impuesto al Valor Agregado)- es el 16% sobre el valor de la operación y se le cobra al cliente.
- PTU (participación de los trabajadores en las utilidades) a partir del 2 año se paga el 10% de participación de las ganancias a los trabajadores.

8.4 Organigrama de la empresa

El organigrama es una representación gráfica de la estructura formal de una organización, que muestra los niveles jerárquicos y autoridad existente dentro de ella.

Por su objeto pueden ser:

- Estructurales: Solo estructura administrativa de la empresa.
- Funcionales: Indica unidades, relaciones y funciones de los departamentos.
- Especiales: Se destaca alguna característica.

Por su área pueden ser:

- Generales: Presentan toda la organización
- Departamentales: Representan la organización de un departamento o sección.

Por su contenido:

- Esquemáticos: Contiene solo los órganos principales, se elaboran para el público, no tiene detalles.
- Analíticos: Es más detallado y técnico (Much, 1990).

A continuación se muestra la lista de los nombres de las personas que integran la organización de la Tapicería.

Cuadro 2. Organización de los integrantes de la Tapicería.

No.	Nombre	Cargo
1	Yasuri Lizeth Sosa Chan	Gerente general
2	Ricardo Merlín Domínguez	Tesorero
3	Cesar Chan y Caach	Secretario
4	William de Jesús Chan Mis	Producción
5	Jesús Chan Mis	Producción

En el cuadro 2 se muestra el grupo de trabajo que constituye la organización de la Tapicería en general “WILLIAM’S”.

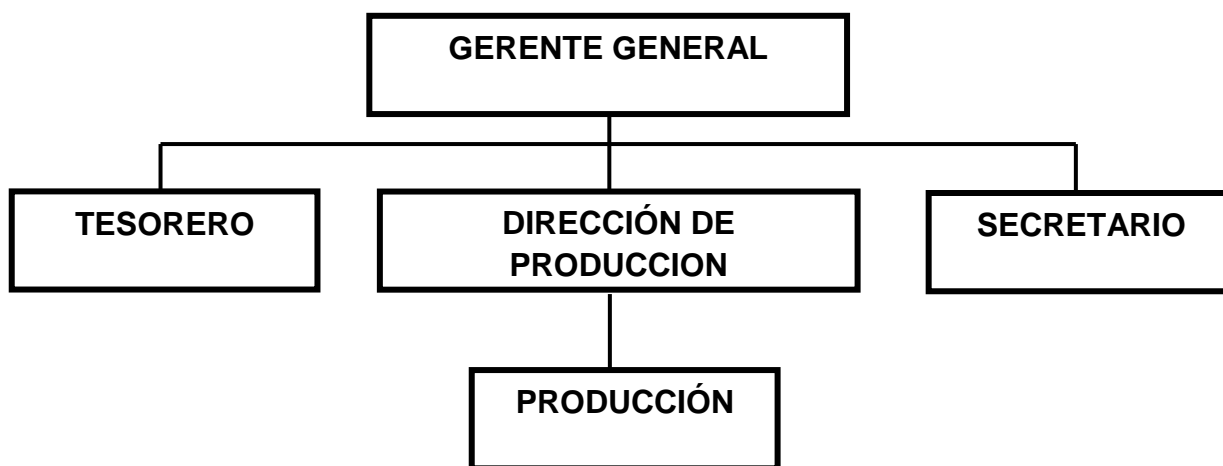


Figura 16. Organigrama de la forma como está conformado el grupo de tapicería en general “WILLIAM’S” de la ciudad de Chetumal, Quintana Roo.

8.4 Descripción y análisis de puestos

El análisis de puestos es una técnica en la que clasifican pormenorizadamente las labores que desempeñan en una unidad de trabajo específica e impersonal (puesto), así como las características, conocimientos y aptitudes, que debe poseer el personal que lo desempeña.

Esta técnica tiene como objetivo mejorar los sistemas de trabajo, delimitar funciones y responsabilidades, retribuir adecuadamente al personal y mejorar la selección de personal.

El análisis de puesto contiene:

8.4.1 Descripción de puesto

Determinación técnica de lo que el trabajador debe hacer, integrada por:

- Identificación.
- Descripción genérica.
- Descripción específica.

8.4.2 Especificación del puesto.

Enunciación precisa de los requisitos que debe satisfacer el trabajo para desempeñar el puesto:

- Escolaridad y conocimientos
- Requisitos físicos de personalidad (Much, 1990)

8.4.2.1 Descripción de puestos

Identificación: Gerente General

Descripción genérica: Dirigir, administrar y evaluar el organismo así como aprobar el presupuesto de los gastos e inversiones.

Descripción específica:

- Designar todas las posiciones gerenciales.
- Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los demás integrantes.
- Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo juntos con los objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para el conocimiento del personal.
- Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, gerentes corporativos y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa.
- Ejecutar el plan estratégico, las políticas y objetivos.

Nacionalidad: Mexicano

Experiencia: 1 año

Conocimientos: técnicas de supervisión, control y seguimiento de planes y procesos, conocimientos sobre tapicería.

Identificación: Tesorero

Descripción genérica: Se encarga de manejar el efectivo de la empresa.

Descripción específica:

- Dirigir y coordinar el proceso de recaudo de ingresos a la tapicería.
- El pago por los diferentes conceptos.
- Realizar boletines diarios de los fondos de la empresa.
- Preparar y entregar los informes soliciten el Gerente.
- Realización de depósitos

Nacionalidad: Mexicano

Experiencia: 1 año.

Conocimientos: De contabilidad financiera

Identificación: Director de producción

Descripción genérica: en esta área se suministra y coordina la mano de obra, el equipo, las instalaciones, los materiales y herramientas requeridas.

Descripción específica:

- Recibir, verificar que cubra las especificaciones requeridas, se ve que tipo de servicio se le dará, y sus características para la recepción del mueble o automóvil.
- Seleccionar el color de tela a trabajar, y cuanto de tela se requiere para la reparación.
- Transportar al área donde se le quitara todo lo dañado y se reparara.
- Trazo de las medidas
- Ensamblar, una vez cortada las telas que integran el mueble se engrapa.
- Pasar al área de Almacén de producto terminado.

- Revisar los muebles para verificar que este bien armado

Nacionalidad: Mexicano

Experiencia: 10 años

Conocimientos: Conocimiento del 100% de todo tipo de tapizado.

Identificación: Ayudante de producción

Descripción genérica: en esta área se suministra y coordina la mano de obra, el equipo, las instalaciones, los materiales y herramientas requeridas.

- Entregar a domicilio
- Recepcionar los muebles
- Transportar al área donde se le quitara todo lo dañado y se reparara.
- Trazo de las medidas
- Pasar al área de Almacén de producto terminado.
- Revisar los muebles para verificar que este bien armado

Nacionalidad: Mexicano

Experiencia: 3 años

Conocimientos: Conocimiento de todo tipo de tapizado.

Identificación: Secretario

Descripción genérica: Realización de actividades administrativas.

Descripción específica:

- Atender llamadas telefónicas
- Atender visitas
- Servicio de cotizaciones
- Archivo de documentos
- Estar al día de tramitación de expedientes
- Realización de facturas
- Tener actualizada la agenda

Nacionalidad: Mexicano

Experiencia: 1 año

Conocimientos: Manejo de equipo de cómputo y que sepa facturar.

IX. ANÁLISIS FINANCIERO

El análisis financiero es un proceso de recopilación, interpretación y comparación de datos cualitativos y cuantitativos, y de hechos históricos y actuales de una empresa. Su propósito es el de obtener un diagnóstico sobre el estado real de la compañía, permitiéndole con ello una adecuada toma de decisión (Baena, 2010).

9.1 Presupuesto de inversión

Se refiere al documento que muestra con detalle las inversiones que se realizan al inicio de la operación de un negocio.

Inversión se refiere al capital propio y/o terceros que se pone en juego con el fin de poner en función una empresa (Garrido, 2006).

El cuadro 3 muestra que para iniciar el negocio de tapicería, se necesita una inversión de \$ 351,439.38; el dueño del proyecto esta aportando la cantidad de \$181,914.31 (compuesta por su capital, equipo y bienes). Y se requiere un financiamiento de \$169,525.07 pesos.

Cuadro 3. Resumen de inversión indicando el porcentaje participación de inversión fija y diferida del proyecto de Tapicería WILLIAM'S.

CONCEPTO	MONTO	% DE PARTICIPACION
TOTAL DE INVERSION	\$ 351,439.38	100%
APORTACIÓN	\$ 181,914.31	52%
FINANCIAMIENTO	\$ 169,525.07	48%

Cuadro 4. Conceptos de aportaciones del proyecto de Tapicería WILLIAM'S.

APORTACIÓN	UNIDAD MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	ACTIVO FIJO	ACTIVO DIFERIDO	CAPITAL TRABAJO
TERRENO	m2	\$ 200.00	160	\$ 64,104.58		
CONSTRUCCION DE EL LOCAL 4x4	4X4	\$ 5,000.00	16	\$ 80,000.00		
MAQUINA INDUSTRIAL	PZA	\$ 10,800.73	1	\$ 10,800.73		
COMPRESORA	PZA	\$ 6,815.00	1	\$ 6,815.00		
ENGRAPADORA INDUSTRIAL	PZA	\$ 194.00	1	\$ 194.00		
GESTION Y ELABORACION DE PROYECTO					\$20,000.00	
SUBTOTAL DE APORTACION				\$ 161,914.31	\$20,000.00	0
TOTAL DE APORTACION				\$ 181,914.31		

Cuadro 5. Conceptos de financiamiento requerido para la consolidación de Tapicería WILLIAM'S.

CONCEPTO	UNIDAD MEDIDAD	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	ACTIVO FIJO	ACTIVO DIFERIDO	CAPITAL TRABAJO
MAQUINA DE COSTURA SINGER	PZA	\$10,800.73	1	\$10,800.73		
CAMIONETA	UNIDAD	\$80,000.00	1	\$80,000.00		
ADECUACION TINGLADO	UNIDAD	\$10,000.00	1		\$10,000.00	
COMPUTADORA HP	PZA	\$6,552.00	1	\$6,552.00		
IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	PZA	\$3,552.00	1	\$3,552.00		
CAJA ASPEL	PZA	\$2,809.00	1	\$2,809.00		
ANAQUEL 45X85	PZA	\$580.00	3	\$1,740.00		
CAJA PLANA PARA DINERO	PZA	\$480.00	1	\$480.00		
SILLA PIEL PERTH	PZA	\$1,799.00	1	\$1,799.00		
ESCRITORIO	PZA	\$2,999.00	1	\$2,999.00		
SILLA APICABLE	PZA	\$339.00	1	\$339.00		
TIJERA DE ACERO	PZA	\$75.00	5	\$375.00		
TIJERA ULTIMATE 21CM	PZA	\$53.90	5	\$269.50		
MARTILLO DE UÑA CURVA TRUPER	PZA	\$103.60	3	\$310.80		
FLEXOMETRO 10M	PZA	\$169.37	3	\$508.11		
ENGRAPADORA TIPO PISTOLA	PZA	\$193.69	3	\$581.07		
MARTILLO TAPICERO	PZA	\$87.38	3	\$262.14		
ROTOMARTILLO INDUSTRIAL	PZA	\$1,042.35	2	\$2,084.70		
JUEGO DE DESARMADORES	UNIDAD	\$150.00	2	\$300.00		
JUEGO DE AUTOCLE	UNIDAD	\$1,337.67	2	\$2,675.34		
DISCO SIERRA 12X80 DE MADERA	PZA	\$572.00	2	\$1,144.00		
COMPRESORA DE AIRE	UNIDAD	\$6,814.96	1	\$6,814.96		
ESCUADRA D/CANDERO	PZA	\$98.20	3	\$294.60		
SIERRA CALADORA	UNIDAD	\$3,399.14	1	\$3,399.14		
SERRUCHO	PZA	\$98.20	3	\$294.60		
PINZA DE CHOFRER	UNIDAD	\$75.67	3	\$227.01		
JUEGO 6 LLAVEZ COMBINADAS	UNIDAD	\$251.35	2	\$502.70		
MESA	UNIDAD	\$1,200.00	2	\$2,400.00		
AGUJAS	CAJA	\$18.00	70	\$1,260.00		
CONTRATO INSTALACION ELECTRICA	CONTRATO	\$200.00	1		\$200.00	
INSTALACION ELECTRICA	INSTALACION	\$1,200.00	1		\$1,200.00	
INSTALACION TELEFONO/INTERNET	INSTALACION	\$600.00	1		\$600.00	
TELEFONO	PZA	\$1,300.00	1	\$1,300.00		
VENTILADOR	PZA	\$300.00	2	\$600.00		
DISEÑO CORPORATIVO		\$5,000.00	1		\$5,000.00	
CAPITAL DE TRABAJO						\$15,850.67
SUBTOTAL DE FINANCIAMIENTO				\$136,674.40	\$17,000.00	\$15,850.67
TOTAL DE FINANCIAMIENTO				\$169,525.07		

9.2 Depreciación y amortización en activos fijos

Se refiere a un proceso de asignación de costos, y no a una valoración de activos. Con respecto a los activos tangibles, como son planta y equipo, el gasto por depreciación refleja una merma del servicio potencial del activo durante su vida útil (Cachin, Feldman y Lerner, 1994).

El cálculo de la depreciación y la amortización se realiza en un formato que muestra con detalle los activos aportados en la inversión, para que se lleve a cabo el cálculo es importante considerar los años de vida útil de cada activo, tomando en cuenta la duración del proyecto.

El método aplicado para calcular la depreciación de los equipos, es nuestro caso es el de la línea recta en el cual se emplea la siguiente formula.

$$\text{Depreciacion} = \frac{\text{Valor del activo} - \text{Valor de desecho}}{\text{Años de vida util}}$$

En los cuadro 6 y 7 se observa una depreciación anual de \$28,052.30 con amortizaciones de \$3,219.00. El total de las depreciaciones y amortizaciones anuales para este proyecto es de \$31,271.30. El valor residual calculado es de \$319,493.71 cabe mencionar que una vez agotada la vida útil del activo deberá realizarse una nueva inversión.

Cuadro 7. Amortizaciones de la Tapicería WILLIAM´S.

CONCEPTO	MONTO	VIDA UTIL (AÑOS)	AMORTIZACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	VALOR DE RESCATE
GESTION Y ELABORACION DE PROYECTO	\$20,000.00	10	8.70%	\$1,740.00	\$1,740.00	\$1,740.00	\$1,740.00	\$1,740.00	\$11,300.00
ADECUACION TINGLADO	\$10,000.00	10	8.70%	\$870.00	\$870.00	\$870.00	\$870.00	\$870.00	\$5,650.00
INSTALACION TELEFONO/INTERNET	\$600.00	10	8.70%	\$52.20	\$52.20	\$52.20	\$52.20	\$52.20	\$339.00
CONTRATO INSTALACION ELECTRICA	\$200.00	10	8.70%	\$17.40	\$17.40	\$17.40	\$17.40	\$17.40	\$113.00
INSTALACION ELECTRICA	\$1,200.00	10	8.70%	\$104.40	\$104.40	\$104.40	\$104.40	\$104.40	\$678.00
DISEÑO CORPORATIVO	\$5,000.00	10	8.70%	\$435.00	\$435.00	\$435.00	\$435.00	\$435.00	\$2,825.00
TOTAL	\$30,600.00	10		\$3,219.00	\$3,219.00	\$3,219.00	\$3,219.00	\$3,219.00	\$20,905.00
TOTAL DE DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES				\$31,271.30	\$31,271.30	\$31,271.30	\$31,271.30	\$31,271.30	\$319,493.71

9.3 Presupuesto de ingresos

El presupuesto de ingresos es el elemento básico que relaciona los aspectos económicos y técnicos que se representan en forma de venta (Lara, 2000).

9.3.1 Ingreso por venta

Como se puede observar en los cuadros 8 y 9 desde el inicio del proceso de producción se genera una ganancia debido a la demanda de los servicios de tapicería. A partir de este dato, la proyección de ingresos por venta se registra del primer doceavo mes de manera constante: obteniendo un volumen de producción anual de 663 servicios de tapicería con diversos precios. Generando un ingreso en el año uno de \$531,175.50 por el servicio de tapicería, y para el año cinco un ingreso de \$ 1, 101,445.52.

Cuadro 8. Ingresos por el servicio anual durante el periodo de cinco años, en el proyecto de tapicería.

AÑO	INGRESOS ANUALES
1	\$531,175.50
2	\$637,410.60
3	\$764,892.72
4	\$917,871.26
5	\$1,101,445.52
TOTAL	\$3,952,795.60

9.4 Costos de producción

Los costos de producción son aquellos que se genera en el proceso de transformar la materia prima en productos terminados (Ramírez, 2005).

Los costos de producción representan las erogaciones hechas desde la adquisición de materia prima, hasta la transformación en artículos de consumo o servicios brindados.

Para el caso productivo del presente proyecto los costos totales en el año uno son de \$ \$358,039.00, los costos variables son de \$ \$251,439.00 los cuales representan insumos requeridos para la producción. Los costos fijos son de \$106,600.0o. Los cuales representan costos de producción desde la adquisición de las telas hasta brindar el servicio de tapicería (Cuadro 10).

Cuadro 10. Costos de producción correspondientes al primer año que incluye gastos variables y fijos.

CONCEPTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
COSTOS VARIABLES												
AGUA POTABLE	\$120.00	\$120.00	\$120.00	\$120.00	\$120.00	\$120.00	\$120.00	\$120.00	\$120.00	\$120.00	\$120.00	\$120.00
ENERGIA ELECTRICA	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00
GASOLINA	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00
UTILES DE LIMPIEZA	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00
ALMOHADA	\$0.00	\$444.00	\$222.00	\$1,776.00	\$1,110.00	\$1,776.00	\$444.00	\$444.00	\$222.00	\$222.00	\$888.00	\$222.00
ASIENTO DE MOTO CHICO	\$264.00	\$396.00	\$132.00	\$0.00	\$396.00	\$792.00	\$132.00	\$264.00	\$132.00	\$132.00	\$0.00	\$0.00
ASIENTO DE MOTO MEDIANO	\$630.00	\$157.50	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$315.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$315.00	\$315.00	\$315.00
ASIENTO DE MOTO GRANDE	\$1,035.00	\$0.00	\$345.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$345.00	\$0.00	\$345.00	\$345.00	\$0.00	\$0.00
TAPIZADO COMPLETO AUTOMOVIL	\$5,100.00	\$5,100.00	\$0.00	\$0.00	\$2,550.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$2,550.00	\$0.00	\$7,650.00	\$5,100.00
TAPIZADO ASIENTO INDIVIDUAL (1)	\$0.00	\$2,700.00	\$0.00	\$900.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$900.00	\$900.00	\$0.00	\$2,700.00
TAPIZADO ASIENTO DE ATRÁS (3 PERSONAS)	\$0.00	\$0.00	\$3,600.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$0.00
VICERAS	\$0.00	\$129.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$258.00	\$129.00	\$0.00	\$0.00	\$129.00	\$0.00	\$0.00
TABLERO	\$1,284.00	\$0.00	\$321.00	\$642.00	\$0.00	\$642.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$321.00	\$642.00	\$0.00
ALFOMBRA	\$3,600.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$900.00	\$900.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$3,600.00
TECHO CHICO	\$0.00	\$1,095.00	\$1,095.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$1,095.00	\$2,190.00	\$0.00	\$0.00
TECHO MEDIANO	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$1,680.00	\$1,680.00	\$1,680.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
TECHO GRANDE	\$0.00	\$2,220.00	\$2,220.00	\$0.00	\$2,220.00	\$0.00	\$0.00	\$2,220.00	\$0.00	\$2,220.00	\$2,220.00	\$2,220.00
TAPAS	\$0.00	\$0.00	\$235.50	\$235.50	\$0.00	\$235.50	\$0.00	\$235.50	\$0.00	\$0.00	\$235.50	\$471.00
SILLA HACIENTO(1)	\$0.00	\$0.00	\$336.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$168.00	\$168.00	\$168.00	\$168.00	\$168.00
SILLA ASIENTO Y RESPALDO (1)	\$600.00	\$0.00	\$0.00	\$300.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$300.00	\$0.00
JUEGO DE SIILAS (6)	\$5,310.00	\$885.00	\$0.00	\$1,770.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$885.00	\$885.00	\$885.00	\$1,770.00	\$885.00
SILLA OFICINA (1)	\$2,565.00	\$0.00	\$1,710.00	\$0.00	\$0.00	\$855.00	\$855.00	\$0.00	\$0.00	\$855.00	\$855.00	\$0.00
REPOSET	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$2,010.00	\$0.00	\$0.00	\$1,005.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$1,005.00	\$2,010.00
MUEBLE CHICO	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$1,200.00	\$0.00	\$0.00	\$2,400.00	\$1,200.00	\$2,400.00	\$0.00
MUEBLE MEDIANO	\$0.00	\$2,085.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$2,085.00	\$0.00	\$2,085.00	\$0.00	\$2,085.00	\$2,085.00	\$2,085.00
MUEBLE GRANDE	\$3,420.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$3,420.00	\$3,420.00	\$6,840.00	\$10,260.00
JUEGO DE MUEBLES (3)	\$12,060.00	\$0.00	\$6,030.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$6,030.00	\$6,030.00	\$0.00	\$12,060.00	\$6,030.00	\$18,090.00
SUBTOTAL GASTOS VARIABLES	\$36,488.00	\$15,831.50	\$16,866.50	\$8,253.50	\$6,896.00	\$10,458.50	\$12,140.00	\$15,531.50	\$14,537.00	\$29,867.00	\$35,823.50	\$48,746.00
TOTAL GASTOS VARIABLES POR AÑO												\$251,439.00
COSTOS FIJOS												
SEGURO SOCIAL	\$700.00	\$700.00	\$700.00	\$700.00	\$700.00	\$700.00	\$700.00	\$700.00	\$700.00	\$700.00	\$700.00	\$700.00
SEGURO DE CAMIONETA	\$583.33	\$583.33	\$583.33	\$583.33	\$583.33	\$583.33	\$583.33	\$583.33	\$583.33	\$583.33	\$583.33	\$583.33
SUELDO DEL TAPICERO	\$6,500.00	\$6,500.00	\$6,500.00	\$6,500.00	\$6,500.00	\$6,500.00	\$6,500.00	\$6,500.00	\$6,500.00	\$6,500.00	\$6,500.00	\$6,500.00
TELEFONO/INTERNET	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00
MANTENIMIENTO DE EQUIPO	\$800.00	\$800.00	\$800.00	\$800.00	\$800.00	\$800.00	\$800.00	\$800.00	\$800.00	\$800.00	\$800.00	\$800.00
SUBTOTAL COSTOS FIJOS	\$8,883.33	\$8,883.33	\$8,883.33	\$8,883.33	\$8,883.33	\$8,883.33	\$8,883.33	\$8,883.33	\$8,883.33	\$8,883.33	\$8,883.33	\$8,883.33
TOTAL COSTOS FIJOS POR AÑO												\$106,600.00
TOTAL DE GASTOS MENSUALES	\$45,371.33	\$24,714.83	\$25,749.83	\$17,136.83	\$15,779.33	\$19,341.83	\$21,023.33	\$24,414.83	\$23,420.33	\$38,750.33	\$44,706.83	\$57,629.33
TOTAL DE GASTOS ANUALES												\$358,039.00

9.4.1 Gastos de administración

Son los gastos necesarios para la operación, control y planeación del negocio; su característica principal es ser independiente del aspecto productivo (Lara, 2000).

Respecto al estudio del presente proyecto, los gastos de administración anuales contemplados ascienden a un total de \$75,600.00 en el primer año (Cuadro 11).

Cuadro 11. Gastos de administración del proyecto se servicio de tapicería de muebles.

GASTOS ADMINISTRACIÓN	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
PAPELERIA	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00
SUELDO DEL ADMINISTRADOR	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00
TOTAL ADMINISTRACIÓN MENSUAL	\$6,300.00	\$6,300.00	\$6,300.00	\$6,300.00	\$6,300.00	\$6,300.00	\$6,300.00	\$6,300.00	\$6,300.00	\$6,300.00	\$6,300.00	\$6,300.00
TOTAL ADMINISTRACIÓN ANUAL												\$75,600.00

9.4.2 Gastos de venta.

Gastos que tienen directa relación con la promoción, realización y desarrollo de volumen de ventas (Lara, 2000).

En el cuadro 12 se reflejan los gastos de venta por \$4,800.00 por concepto de imagen corporativa el cual viene incluida la publicidad de la tapicería, las tarjetas de presentación así como el logo de la empresa.

Cuadro 12. Gastos de venta durante la acción de venta del producto.

GASTOS DE VENTA	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
IMAGEN CORPORATIVA	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00
TOTAL DE GASTOS DE VENTA	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00
SUBTOTAL DE COSTOS ANUALES												\$4,800.00

9.5 Capital de trabajo

Se refiere al monto necesario para iniciar las labores de producción y venta, hasta el momento en que el negocio esta capacitado para generar ingresos suficientes para cubrir sus costos y sus gastos (Lara ,2000).

En el cuadro 13 se observan los primeros cinco meses, los ingresos no alcanzan a cubrir los gastos de operación, la diferencia entre estos genera un saldo negativo de -\$ 3,800.50 la cantidad que pasa a convertirse en el capital de trabajo requerido para que la empresa empiece a operar normalmente en sus actividades de producción.

Cuadro 13. Capital de trabajo de Tapicería WILLIAM´S.

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
INGRESOS	\$33,967.50	\$20,268.00	\$37,800.00	\$21,630.00	\$21,300.00	\$21,450.00	\$26,850.00	\$32,820.00	\$37,470.00	\$61,170.00	\$98,430.00	\$118,020.00
GASTOS Y COSTOS DE OPERACIÓN	\$45,371.33	\$24,714.83	\$25,749.83	\$17,136.83	\$15,779.33	\$19,341.83	\$21,023.33	\$24,414.83	\$23,420.33	\$38,750.33	\$44,706.83	\$57,629.33
SALDO	-\$11,403.83	-\$4,446.83	\$12,050.17	\$4,493.17	\$5,520.67	\$2,108.17	\$5,826.67	\$8,405.17	\$14,049.67	\$22,419.67	\$53,723.17	\$60,390.67
SALDO ACUMULADO	-\$11,403.83	-\$15,850.67	-\$3,800.50	\$692.67	\$6,213.33	\$8,321.50	\$14,148.17	\$22,553.33	\$36,603.00	\$59,022.67	\$112,745.83	\$173,136.50

9.6 Estado de resultados proforma

El estado de resultados (o de ingresos o de pérdidas y ganancias) indica los resultados de las actividades de una empresa dirigidas al logro de utilidades durante el periodo que abarca. Indica los ingresos, gastos, ganancias, perdidas y la utilidad neta resultante (Ross, Westerfield, Jordan, 2001).

La ecuación con que se obtiene es la siguiente:

$$\text{Ingresos} - \text{Gastos} = \text{Utilidades}$$

Ayuda a verificar la rentabilidad de la empresa, estima su potencial crediticio, evalúa el desempeño y la repartición de dividendos que demuestra las pérdidas o ganancias.

En el cuadro 14 se observa que en el primer año se obtienen ingresos por \$531,175.50 obteniendo de los volúmenes de venta realizados, se tienen gastos y costos totales de \$358,039.00 obteniendo una utilidad de \$44,254.94. La tasa de interés manejada en la fuente financiera del 12%. Debido a que no existen saldos negativos es posible pagar intereses de \$20,343.01 a partir del primer año, con pago inicial a la institución de \$33,905.01 dando un pago acumulado de \$54,248.02. Ya que al cuarto año se cubre la deuda total del financiamiento.

Cuadro 14. Estado de resultados proforma del proyecto de Tapicería WILLIAM'S.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS TOTALES	\$531,175.50	\$637,410.60	\$764,892.72	\$917,871.26	\$1,101,445.52
COSTOS Y GASTOS TOTALES	\$358,039.00	\$429,646.80	\$515,576.16	\$618,691.39	\$742,429.67
UTILIDAD BRUTA	\$173,136.50	\$207,763.80	\$249,316.56	\$299,179.87	\$359,015.85
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$75,600.00	\$75,600.00	\$75,600.00	\$75,600.00	\$75,600.00
GASTOS DE VENTA	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00
UTILIDAD DE OPERACIÓN	\$97,136.50	\$131,763.80	\$173,316.56	\$223,179.87	\$283,015.85
GASTOS FINANCIEROS	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	\$31,271.30	\$31,271.30	\$31,271.30	\$31,271.30	\$31,271.30
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$65,865.20	\$100,492.50	\$142,045.26	\$191,908.57	\$251,744.54
IMPUESTO SOBRE RENTA	\$18,442.26	\$28,137.90	\$39,772.67	\$53,734.40	\$70,488.47
P.T.U	\$0.00	\$10,049.25	\$14,204.53	\$19,190.86	\$25,174.45
UTILIDAD NETA	\$47,422.94	\$62,305.35	\$88,068.06	\$118,983.31	\$156,081.62
UTILIDAD REPARTIBLE	\$47,422.94	\$62,305.35	\$88,068.06	\$118,983.31	\$156,081.62
UTILIDAD DE GRUPO	\$47,422.94	\$62,305.35	\$88,068.06	\$118,983.31	\$156,081.62
PAGO 12% INTERESES	\$20,343.01	\$16,274.41	\$12,205.80	\$8,137.20	\$4,068.60
PAGO A CAPITAL	\$33,905.01	\$33,905.01	\$33,905.01	\$33,905.01	\$33,905.01
PAGO ACUMULADO	\$54,248.02	\$104,427.44	\$150,538.26	\$192,580.48	\$230,554.09
CAPITAL (DEUDA)	\$135,620.05	\$101,715.04	\$67,810.03	\$33,905.01	\$0.00
% DE PART. FINANCIAMIENTO	39%	29%	19%	10%	0%
CAPITAL GRUPO	\$215,819.32	\$249,724.34	\$283,629.35	\$317,534.36	\$351,439.38
% DE PART GRUPO	61%	71%	81%	90%	100%
	100%	100%	100%	100%	100%

9.7 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es aquel volumen de actividades en el cual la empresa no obtiene ganancias ni pérdidas operativas (Sinisterra y Polanco, 2007).

En el cuadro 15 se muestra a detalle el punto de equilibrio, en el año uno con \$202,416.59 servicio de tapicería brindados que permitirá un equilibrio económico para que la empresa no tenga perdidas.

Cuadro 15. Punto de equilibrio dado entre ingresos y egresos.

PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑOS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES	VENTAS TOTALES	PUNTO DE EQUILIBRIO	INDICE DE ABSORCION %
1	\$106,600.00	\$251,439.00	\$358,039.00	\$531,175.50	\$202,416.59	38.11%
2	\$127,920.00	\$301,726.80	\$429,646.80	\$637,410.60	\$242,899.91	38.11%
3	\$153,504.00	\$362,072.16	\$515,576.16	\$764,892.72	\$291,479.89	38.11%
4	\$184,204.80	\$434,486.59	\$618,691.39	\$917,871.26	\$349,775.87	38.11%
5	\$221,045.76	\$521,383.91	\$742,429.67	\$1,101,445.52	\$419,731.04	38.11%

9.8 Flujo neto de efectivo

El flujo de efectivo es un estado financiero que muestra los conceptos por que varía la caja en un periodo determinado. Así como el estado de resultados refleja la rentabilidad de una empresa, el flujo de efectivo sirve para estudiar la caja o liquidez de una organización. En este estado financiero simplemente muestra el detalle de las entradas de efectivo, las salidas de efectivo, determina el movimiento de efectivo del periodo y, teniendo en cuenta el efectivo inicial, determina el efectivo final de la empresa (Guzmán, Guzmán y Romero, 2005).

En el cuadro 16 se muestra que para la situación actual o también conocido como año cero, los flujos dan un saldo negativo de -\$ 351,439.38 esto debido a que es el año de inversiones. En los siguientes años ya se refleja las entradas de efectivo, a partir del año uno con \$ 531,175.50 con salida de \$358,039.00 cabe mencionar que se toman en cuenta depreciaciones, a partir de este movimiento el flujo neto del proyecto es de \$31,271.30 y para el año cinco los flujos serian de \$547,871.75 tomando en cuenta el valor de rescate.

Cuadro 16. Flujo neto de efectivo del proyecto de Tapicería WILLIAM´S.

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSION						
(-) FIJA	\$335,588.71					
(-) CAPITAL DE TRABAJO	\$15,850.67					
(=) VALOR DE RESCATE						
(+) INVERSION FIJA Y DIFERIDA						\$319,493.71
(+) CAPITAL DE TRABAJO						\$15,850.67
(=) INGRESOS						
(+) VENTAS		\$531,175.50	\$637,410.60	\$764,892.72	\$917,871.26	\$1,101,445.52
(+) OTROS						
(=) EGRESOS (COSTOS)						
(-) DE PRODUCCION		\$358,039.00	\$429,646.80	\$515,576.16	\$618,691.39	\$742,429.67
(-) DE VENTAS		\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00
(-) DE ADMINISTRACION		\$75,600.00	\$75,600.00	\$75,600.00	\$75,600.00	\$75,600.00
(-) OTROS						
(-) DEPRECIACION		\$31,271.30	\$31,271.30	\$31,271.30	\$31,271.30	\$31,271.30
(-) IMPUESTOS		\$18,442.26	\$28,137.90	\$39,772.67	\$53,734.40	\$70,488.47
(+) DEPRECIACION		\$31,271.30	\$31,271.30	\$31,271.30	\$31,271.30	\$31,271.30
(=) FLUJO NETO DEL PROYECTO	-\$351,439.38	\$78,694.24	\$103,625.90	\$133,543.89	\$169,445.47	\$547,871.75

X. EVALUACIÓN FINANCIERA

10.1 Valor actual neto (VAN)

El valor actual neto se obtiene sumando los beneficios netos anuales actualizados, a una determinada tasa de interés, de acuerdo con la siguiente formula:

$$VAN= I + F.N.E * -I.I$$

I = Tasa de interés anual

n= Horizonte del proyecto de inversión

I.I= Inversión Inicial

F.N.E= Flujo Neto de Efectivo

En el cuadro 17 se observa que el VAN es positivo a partir del año 2, con la cantidad de \$70,263.72, así como en los siguientes años también es positiva, lo cual nos indica que es rentable el proyecto, una vez pagada la inversión se obtiene un beneficio económico de \$ \$315,049.98.

Cuadro 17. Valor actual neto con tasa de actualización del 12%.

FLUJO NETO	AÑO	FNE	FACTOR DE CORRELACION	FNE ACTUALIZADO
-\$351,439.38	0	-\$351,439.38	1.00	-\$351,439.38
\$78,694.24	1	\$78,694.24	0.89	\$70,262.72
\$103,625.90	2	\$103,625.90	0.80	\$82,609.93
\$133,543.89	3	\$133,543.89	0.71	\$95,053.90
\$169,445.47	4	\$169,445.47	0.64	\$107,685.66
\$547,871.75	5	\$547,871.75	0.57	\$310,877.14
			VALOR ACTUAL NETO	\$315,049.98

10.2 Relación beneficio costo

La relación beneficio-costo (o costo-beneficio) es aquella relación en la que tanto el flujo de beneficios como el de los costos se actualiza a una tasa de interés que se considera próxima al costo de oportunidad del capital. En criterio formal de selección para medir la relación beneficio-costo del valor del proyecto es aceptar todos los proyectos independientes con una relación beneficio-costo de uno o mayor a uno. (Guerra, 2002).

En la relación de beneficio costo se establecen por separado los valores actuales de los ingresos y los egresos, luego se divide la suma de los valores actuales de los costos e ingresos.

El valor de la relación beneficio-costo cambiará según la tasa de actualización seleccionada, o sea, que cuanto más elevada sea dicha tasa, menor será la relación en el índice resultante (Donald, 1997).

El cuadro 18 refleja que durante los cinco años de vida económica del proyecto por cada peso invertido se obtendrá beneficio netos totales de \$1.48 lo cual se interpreta que por cada peso gastado se obtendrá \$.48 de ganancia.

Cuadro 18. Relación beneficio-costo del proyecto de Tapicería WILLIAM´S.

AÑOS	INGRESOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS Y GASTOS TOTALES	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	COSTOS ACTUALIZADOS
0	\$0.00	1	\$0.00	\$0.00	1	\$0.00
1	\$531,175.50	0.892857143	\$474,263.84	\$358,039.00	0.892857143	\$319,677.68
2	\$637,410.60	0.797193878	\$508,139.83	\$429,646.80	0.797193878	\$342,511.80
3	\$764,892.72	0.711780248	\$544,435.53	\$515,576.16	0.711780248	\$366,976.93
4	\$917,871.26	0.635518078	\$583,323.78	\$618,691.39	0.635518078	\$393,189.56
5	\$1,101,445.52	0.567426856	\$624,989.77	\$742,429.67	0.567426856	\$421,274.53
		INGRESO ACTUAL RBC \$1.48	\$2,735,152.75		EGRESO ACTUAL	\$1,843,630.50

10.3 Tasa interna de retorno (TIR)

En términos económicos la tasa interna de rendimiento representa el porcentaje o la tasa de interés que se gana sobre el saldo no recuperado de una inversión. Es un índice de rentabilidad ampliamente aceptado. Está definida como la tasa de interés que reduce a cero el valor presente, el valor futuro, o el valor anual equivalente de una serie de ingresos (Coss, 2005).

La tasa interna de retorno se realiza a través de la siguiente ecuación:

$$TIR = (ATM \text{ actualizado tasa menor} * TMaA) - (KNE \text{ actualizado tasa mayor} * TMeC)$$

ATM= actualizado tasa menor – KNE actualizado tasa menor

KNE= flujo neto de efectivo

TMaA= Tasa mayor actualizada

TMeC= Tasa menor actualizada

En el cuadro 19 se muestra la tasa máxima que el proyecto puede pagar por el financiamiento será de 33.98% anual, esto nos demuestra que el proyecto es factible de ser objeto de crédito ya que superar la tasa de intereses aplicado al 12%.

Cuadro 19. Tasa interna de retorno de Tapicería WILLIAM´S.

AÑO	FNE	TASA DE CORRELACION TASA MENOR	FNE ACTUALIZADO TASA MENOR	FACTOR CORRELACION TASA MAYOR	FNE ACTUALIZADO TASA MAYOR
0	-\$351,439.38	1.0000	-\$351,439.38	1.0000	-\$351,439.38
1	\$78,694.24	0.8929	\$70,262.72	0.7464	\$58,733.70
2	\$103,625.90	0.7972	\$82,609.93	0.5570	\$57,724.08
3	\$133,543.89	0.7118	\$95,053.90	0.4158	\$55,520.98
4	\$169,445.47	0.6355	\$107,685.66	0.3103	\$52,578.41
5	\$547,871.75	0.5674	\$310,877.14	0.2316	\$126,882.21
		VAN 1	\$315,049.98	VAN 2	\$0.00
			TIR	33.98%	

XI. CONCLUSIÓN

El proyecto denominado “Inversión para la industrialización de tapicería en general con un nivel de diseño y calidad en Chetumal, Quintana Roo” es rentable ya que de acuerdo a los indicadores financieros del proyecto, se obtuvo un VAN positivo de \$303,630.00 un TIR del 33.98% y una RBC de \$1.48 que significa que por cada peso gastado se gana \$.48.

El estudio de mercado nos indica que existe una demanda suficiente del producto, debido a que la mayoría de las colonias cercanas a la tapicería próxima si están de acuerdo a consumir sus servicios, al igual que no existe tapicerías por esas colonias.

En lo referente al estudio financiero se obtuvo un total de inversión de \$ 351,439.38, el cual el productor aportará \$181,914.31 y financiará \$169,525.07, el financiamiento se paga en el año 5 con un ultimo pago de \$4,068.60 con ingresos se paga de \$531,175.50 y egresos de \$358,039.00 en el primer año.

XII. BIBLIOGRAFÍA

- Baca Urbina, G. (1995). Evaluación de Proyectos, Mc. Graw Hill. Tercera edición. México. Pág. 41.
- Baena Toro, D. (2010). Análisis financiero: Enfoque y proyecciones. Primera edición. Bogotá: Ecoe Ediciones. Pág. 12.
- Bonta P. y Faber M. (2002). 199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad. Grupo Editorial Norma. Pág. 37.
- Cashin James A., Feldman Saul, Joel J. (1994). Contabilidad intermedia 1, teoría y 545 problemas resuelto. Pág. 188.
- Chiavenato, I (1986). Introducción a la teoría General de la Administración. Mc Graw Hill. Bogotá.
- Coss Bu, R. (2005). Análisis y evaluación de proyectos de inversión. Segunda edición. México Limusa. Pág. 73.
- Donald E.; Weygandt Jerry J. (1997) Contabilidad Intermedia. Mexico D.F: Limusa.
- Fisher de la Vega, L. (1998). Introducción a la investigación de mercados. Mc-Graw-Hill. Segunda edición.
- Garrido S. (2006). Dirección estratégica .Segunda edición Mc Graw Hill. España.
- Gosman M. (1988). Contabilidad financiera. Mc Graw Hill. México DF.
- Guillermo E. (2002). El agro negocio y la empresa agropecuaria frente al siglo XXI. San José, Costa Rica, C.R: IICA. Pag.276.
- Guzmán Vásquez, A.; Guzmán Vásquez D y Romero Cifuentes T. (2005). Contabilidad financiera. Centro editorial universidad del rosario. Primera edición Bogotá. Pág. 157.

- Hoyo Aparicio A. (2012). El precio de mercado: ejemplos de aplicación en el análisis histórico. Santander: Ediciones de la Universidad de Cantabria.
- Klotter P. (2002). Mercadotecnia. Sexta Edición.
- Kotler P. y Armstrong G. (2003). Fundamentos de Marketing. Sexta Edición de Prentice Hall. Pág. 380.
- Lara E. (2000). Primer curso de contabilidad. Editorial Trillas décima edición.
- Miranda Miranda, J.J. (2005) Gestión de proyectos: evaluación. Quinta edición. Bogotá: MM editores. Pág. 120.
- Much G. (1990). Fundamentos de administración. Editorial trillas, Quinta edición.
- Ramírez D. (2005). Contabilidad Administrativa. McGraw-Hill interamericanas editores. Séptima edición.
- Ross Stephen A., Westerfield W., Randolph y Jordan, Bradford D. (2001). Fundamentos de finanzas corporativas. McGraw-Hill. Quinta edición. México.

XIII. ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario

El presente cuestionario es con el objeto de la apertura de una tapicería en general en la ciudad de Chetumal Quintana Roo, por lo que se le pide de favor responda con veracidad y sinceridad ya que es de suma importancia su opinión al respecto. Posteriormente de acuerdo a su percepción marqué, la respuesta que para su punto de vista sea la correcta.

1.- ¿TIENE MUEBLES EN SU HOGAR?

- a) Si b) No

2.- ¿CON QUE FRECUENCIA COMPRA MUEBLES?

- a) 1-3 años b) 4- 8 años c) Más tiempo

3.- ALGUNA VEZ HA TAPIZADO SUS MUEBLES

- a) Si (pase a las siguientes preguntas) b) No

4. ¿CUÁNDO FUE LA ÚLTIMA VEZ QUE TAPIZO SUS MUEBLES?

- a) 6 meses b) 1 - 3 año c) Más tiempo

5.- ¿DE QUÉ TIPO DE TELA LOS PREFERE?

- a) Tela con diseño b) Tela un solo color c) Vinil

6.- ¿QUÉ TIPO DE COLORES ES DE SU AGRADO?

Anexo 3. Cuadro de proyecciones de posible venta anual de los cinco años junto al costo de producción y al costo de venta del proyecto de Tapicería WILLIAM´S.

PROYECCIÓN DE SERVICIOS

SERVICIOS	COSTO UNITARIO	PRECIO DE VENTA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ALMOHADA	\$74.00	\$100.00	105	110	115	112	116
ASIENTO DE MOTO CHICO	\$44.00	\$100.00	60	60	65	65	64
ASIENTO DE MOTO MEDIANO	\$52.50	\$200.00	39	45	41	39	40
ASIENTO DE MOTO GRANDE	\$115.00	\$250.00	21	17	16	19	22
TAPIZADO COMPLETO AUTOMOVIL	\$850.00	\$4,500.00	33	26	31	31	32
TAPIZADO ASIENDO INDIVIDUAL (1)	\$300.00	\$650.00	27	29	30	29	28
TAPIZADO ASIENTO DE ATRÁS (3 PERSONAS)	\$600.00	\$1,800.00	15	24	18	21	18
VICERAS	\$43.00	\$200.00	15	21	26	21	23
TABLERO	\$107.00	\$300.00	36	40	42	41	39
ALFOMBRA	\$300.00	\$1,000.00	30	30	28	30	33
TECHO CHICO	\$365.00	\$1,000.00	15	15	22	25	28
TECHO MEDIANO	\$560.00	\$1,400.00	9	20	12	11	15
TECHO GRANDE	\$740.00	\$1,800.00	21	25	21	19	22
TAPAS	\$78.50	\$250.00	21	24	22	26	23
SILLA ASIENTO(1)	\$56.00	\$150.00	21	10	18	24	31
SILLA ASIENTO Y RESPALDO (1)	\$100.00	\$230.00	12	11	23	14	18
JUEGO DE SILLAS (6)	\$295.00	\$840.00	45	50	46	43	24
SILLA OFICINA (1)	\$285.00	\$600.00	27	21	23	27	30
REPOSET	\$335.00	\$1,500.00	18	12	20	19	19
MUEBLE CHICO	\$400.00	\$700.00	18	21	23	26	23
MUEBLE MEDIANO	\$695.00	\$1,400.00	18	12	21	21	24
MUEBLE GRANDE	\$1,140.00	\$1,700.00	24	33	12	16	28
JUEGO DE MUEBLES (3)	\$2,010.00	\$3,700.00	33	28	33	35	33
TOTAL DE SERVICIOS POR AÑO			663	684	708	714	733

Anexo 4. Imágenes de productos a realizar.



Anexo 5. Fotos de aplicación de encuesta

