



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO
UNIDAD ACADÉMICA COZUMEL
DIVISIÓN DE DESARROLLO SUSTENTABLE
LICENCIATURA EN SISTEMAS COMERCIALES

**PROYECTO DE INVERSIÓN DE LA EMPRESA
TICONSULTING**

TRABAJO MONOGRÁFICO
Para obtener el Grado de Licenciado en Sistemas Comerciales

PRESENTA
Alan Jesús Carrillo Vela

07-08524

Supervisores:

M.C. María de Jesús Moo Canul
M.E.A.P. Carlos Alonso Estrella Carrillo
Dr. Romano Gino Segrado Pavón



Cozumel, Quintana Roo a noviembre de 2018.

UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

Trabajo monográfico elaborado bajo la supervisión del Comité de Asesoría y aprobado para obtener el grado de:
LICENCIADO EN SISTEMAS COMERCIALES

COMITÉ


Supervisor:


M.C. María de Jesús Moo Canul

Supervisor:


M.E.A.P. Carlos Alonso Estrella Carrillo

Supervisor:


Dr. Romano Gino Segrado Pavón



Cozumel, Quintana Roo a noviembre de 2018.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

I.	Justificación	6
II.	Objetivos	7
III.	Metodología	8
IV.	Breve descripción del contenido	9

CAPITULO I.- Marco de referencia

I.1	Descripción de la empresa	11
I.1.1	Misión	11
I.1.2	Visión	11
I.1.3	Objetivo general	11
I.1.4	Objetivos específicos	11
I.1.5	Metas	11
I.1.6	Ubicación y tamaño de la empresa	11
I.2	Situación actual del sector	12
I.3	Descripción y ventajas competitivas del producto	12
I.3.1	Necesidades que cubre el producto	13

CAPITULO II.- Estudio del mercado

II.1	Análisis del mercado.	
II.1.1	Análisis y caracterización de la demanda del servicio	14
II.1.2	Sondeo de actores claves	15
II.1.3	Análisis/caracterización de la oferta competitiva.	19
II.2	Diseño de la mezcla de mercadotecnia	20
II.3	Canales de comercialización y distribución del producto	23
II.4	Análisis de precios	24

CAPITULO III.- Estudio Técnico y operativo

III.1	Especificaciones técnicas del producto/servicio	25
III.2	Descripción del proceso de producción	26
III.3	Diagrama de flujo del proceso	26
III.4	Macrolocalización y microlocalización	28
III.5	Programa de producción	33
III.6	Costo de producción	33

CAPITULO IV. Organización.	
IV.1 Organigrama general de la empresa	34
IV.2 Funciones básicas del personal	36
IV.3 Marco legal del emprendimiento.	38
CAPITULO V. Estudio económico-financiero.	
V.1 Presupuesto de inversión	40
V.2 Presupuesto operativo	41
V.3 Cálculo del estimador VAN y TIR	41
V.4 Cálculo del reembolso a valor nominal	42
V.5 Determinación de los costos de producción	43
V.6 Estados financieros proyectados	43
V.2.1 Estado de resultados	43
V.2.2 Balance general	44
V.7 Estudio de sensibilidad	45
V.8 Alternativas de financiamiento	46
CONCLUSIONES	49



TI Consulting

INTRODUCCIÓN

I. Justificación

El proyecto de inversión es útil para la formulación y planificación anticipada de una oportunidad de negocio, porque “un proyecto de inversión es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiende a resolver una necesidad humana” (Baca, 2010:2).

“El proyecto de inversión es un plan que si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, producirá un bien o un servicio, útil al ser humano o la sociedad” (Baca, 2010:2).

En este sentido, Baca (2010) afirma que los proyectos pueden contener diversidad de ideas, inversiones de montos distintos, tecnologías y formas de hacer con diferentes enfoques, pero a final de cuentas son para satisfacer la necesidad humana en todos los aspectos como pueden ser consultorías, comida, salud, sociales, entre otros.

En el caso de “el impacto de la internet en la globalización es sólo una de las causas de que la tecnología tenga una importancia vital en el mundo de los negocios. La tecnología complica las cosas y crea nuevas oportunidades” (Bateman & Snell:8).

El uso de tecnología en las propuestas de negocios, es un área de oportunidad porque los consumidores han cambiado sus hábitos y esto permite interactuar directamente con los intermediarios en la cadena de producción y adaptarse a sus necesidades de servicios requeridos.

Actualmente los clientes exigen gran calidad y valor y las expectativas son elevadas al respecto (Bateman & Snell, 2009:12), también se proporciona calidad cuando las empresas adaptan sus productos y servicios a los deseos de cada cliente (Bateman & Snell, 2009:12), por este motivo se busca implementar un método en el cual se pueda

saber cuáles son los gustos y las preferencias de los clientes por medio de una tecnología aplicada.

La idea del presente proyecto de inversión surge de la necesidad de tener innovación de los productos y servicios de las PYMES cozumeleñas. Debido a que estas requieren adaptarse a los cambios de la demanda de los consumidores y a las nuevas competencias, sienten la necesidad de mejorar la calidad y los estándares de calidad. Los clientes son más exigentes y no aceptan nada menor.

Por este motivo, se busca ofrecer la implementación, con apoyo de la consultoría, de un instrumento en el cual se pueda saber cuáles son los gustos y las preferencias de los clientes por medio de una tecnología aplicada.

II. Objetivos

Objetivo general

Determinar la viabilidad de mercado, técnica, operativa y económica-financiera del proyecto de inversión de la empresa TIConsulting.

Objetivo específico

1. Realizar el estudio de factibilidad de mercado para introducir el servicio objeto del estudio.
2. Realizar el estudio de factibilidad técnica y operativa para llevar a cabo el servicio.
3. Realizar el estudio de factibilidad económico y financiero para la implementación del servicio de consultoría.

III. Metodología

Baca Urbina (2010) menciona que la toma de la decisión acerca de invertir en determinado proyecto siempre debe recaer en un grupo multidisciplinario para que se tenga una gran cantidad de disponible, a estas actividades encaminadas a tomar una correcta decisión de inversión basado en un proyecto, y a este proceso se le denomina: evaluación de proyectos.

El alcance de esta obra es de carácter descriptivo porque tiene como propósito específico sobre aspectos concretos, características y rasgos relevantes de un fenómeno analizado, en este caso un proyecto de negocios, de igual manera, se describen tendencias sobre un grupo o población específico (Hernández, 2010).

Por otro lado el objetivo de esta investigación incluye la medición y recolección de información basada en los conceptos o las variables a las que se refiere este proyecto, específicamente sobre la propuesta de puesta en marcha del negocio (Hernández, 2010).

Para esta monografía, se realizó la estructura general de la metodología de formulación y evaluación de proyectos que inició con la definición de objetivos y el análisis de diferentes aspectos como son el análisis de mercado, el técnico/operativo, el económico/financiero y el socio-económico. Posteriormente se realizó las recomendaciones y conclusiones donde se hace una reflexión desde el punto de vista de los objetivos y los análisis para finalmente tomar una decisión sobre la viabilidad del proyecto (Baca, 2010).

Para el objetivo específico uno se realizó lo que indica Baca Urbina (2010), quien dice que un estudio de mercado es la determinación y cuantificación de la demanda potencial y la oferta competitiva, el análisis de los precios y sobre cómo comercializarlo en el mercado.

En el caso del objetivo específico dos, se realizó el estudio técnico y operativo, dentro del cual se presenta la “determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo administrativo y legal” (Baca, 2010:7).

Para alcanzar el objetivo específico tres, se realizó el estudio económico-financiero, en el cual se ordenó y sistematizó la información de tipo monetario que proporcionan las etapas anteriores y se elaboró el análisis de indicadores que sirvieron de base para la evaluación económica (Baca, 2010). También se realizó la evaluación usando los métodos que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo y otras que no. Baca Urbina (2010) afirma que la evaluación económica con métodos de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, anota sus limitaciones de aplicación y menciona que también se puede comparar con modelos analíticos contables que no usan indicadores basados en el valor del dinero en el tiempo.

Finalmente, con estos estudios de factibilidad se realizó la determinación de la viabilidad de mercado, técnica, operativa y económica-financiera del proyecto de inversión de la empresa TIConsulting.

IV. Breve descripción del contenido

En este apartado se ofrece información general sobre el contenido del proyecto y cómo fue formulado, además de presentar lo relacionado sobre el proceso evaluativo como herramienta básica para el control y auditoría de las propuestas de implementación de la empresa que se pretende implementar.

Este trabajo monográfico es la integración de la práctica con los conocimientos teóricos adquiridos en lo largo de la licenciatura. Concentra información de la puesta en práctica de los conocimientos adquiridos en asignaturas como razonamiento matemático, escritura y comprensión de textos, en específico proyecto empresarial y análisis y

evaluación de proyectos. Este trabajo que se presenta es la suma de conocimientos que se adquirieron por separado en estas asignaturas, pero que se concentran en este escrito como una propuesta de negocios que pasa por las pruebas de evaluación para demostrar la factibilidad de la idea de negocio.

En México y en particular Cozumel, la importancia en la economía de las empresas pequeñas y medianas, resulta relevante para el sector empresarial porque representan un porcentaje importante de negocios que aportan al crecimiento y estabilidad de un país. En el caso de Cozumel, que se encuentra enfocado a la actividad turística, idear una propuesta de negocios enfocada a ofrecer un servicio de consultoría que les permita potencializar sus actividades y tomar mejores decisiones sobre sus propios negocios.

En el ámbito social cabe destacar que varias empresas han manifestado su interés en el proyecto entre las que se encuentran el Restaurante Costa Brava, Club de playa *Sky Reef*, y Hotel Costa Brava, a través de sus dueños y directivos saben el beneficio que los servicios de consultoría traerían a sus empresas y estarían dispuestos a contratarlos.

CAPITULO I- MARCO DE REFERENCIA

1.1 Descripción de la empresa

1.1.1 Misión

Dar al cliente el apoyo necesario para que tenga resultados en su negocio y mejore el trabajo en equipo.

1.1.2 Visión

Ser una empresa con todas las aptitudes necesarias para dar el mejor servicio a nuestros clientes

1.1.3 Objetivo General

Ofrecer consultoría y software para la realización de unas encuestas de satisfacción de clientes para las empresas turísticas, por medio de tecnologías de información para apoyar a los principales procesos de negocio

1.1.4 Objetivos específicos

- 1.- Identificar oportunidades en los servicios que se ofrecen.
- 2.-Identificar oportunidades de comunicación que se utiliza con los clientes.
- 3.-Cuantificar la satisfacción del servicio.

1.1.5 Meta

Crear una cultura a las empresas para la introducción de tecnología para el mejoramiento de la organización.

1.1.6 Ubicación y tamaño de la empresa

La ubicación que se designó para llevar a cabo el proyecto es en la Plaza Villa Mar localizada en la calle 2 norte entre REM y 5ta. Avenida en el parque Benito Juárez.

La empresa será considerada una pequeña empresa, ya que contará con menos de 10 empleados.

1.2 Situación actual del sector

La Secretaría de Economía (2010: s/p) calculó que “existen más de cuatro millones de empresas en México, de las cuales 99.8% son PYMES. Éstas generan siete de cada 10 empleos en el país y representan aproximadamente 50% del PIB, según datos de Bancomext”.

El incremento en el uso de las tecnologías de la información y la popularidad de las plataformas en línea, permiten monitorear, en tiempo real, las opiniones de los usuarios sobre los productos o servicios que utilizan y eso influye en cómo las empresas se adaptan a la respuesta y manejo de su reputación en la web.

Actualmente en Cozumel existen diferentes tipos de empresas que brindan sus servicios a los turistas, para el objeto este estudio se enfocarán en tres tipos de empresas, restaurantes, hoteles y operadoras de buceo, se eligieron estos comercios porque son empresas establecidas a pesar de ser pequeñas empresas.

Según los datos recabados, se encontraron 96 restaurantes y 55 hoteles y 30 operadoras de buceo vigentes. De acuerdo a la muestra obtenida se elaboró un análisis cualitativo y cuantitativo para determinar la viabilidad de la consultora en cuestión.

1.3 Descripción y ventajas competitivas del servicio

Se ofrecerá consultoría y software para la realización de sus procesos administrativos y operativos, por medio de tecnologías de información

Dentro de sus ventajas competitivas se podrán identificar oportunidades en los servicios que se ofrecen, así como en la comunicación que se utiliza con los clientes y de esta manera cuantificar la satisfacción del servicio.

1.3.1 Necesidades que cubre el producto

Integrar TIC a las pequeñas y medianas empresas turísticas y presentar una opción para que puedan conocer más a sus clientes internos y externos.

Se ofrecerán servicios de consultoría en el uso de tecnologías de información que impulsarán un cambio relevante en la administración de las empresas, influyendo en beneficio de cómo los gestores de las empresas se organizan y dan respuestas a la demanda de los clientes y facilitarles herramientas para diseñar estrategias, estilos de liderazgo y contacto con el cliente y el mismo personal de la empresa.

CAPÍTULO 2. ESTUDIO DEL MERCADO

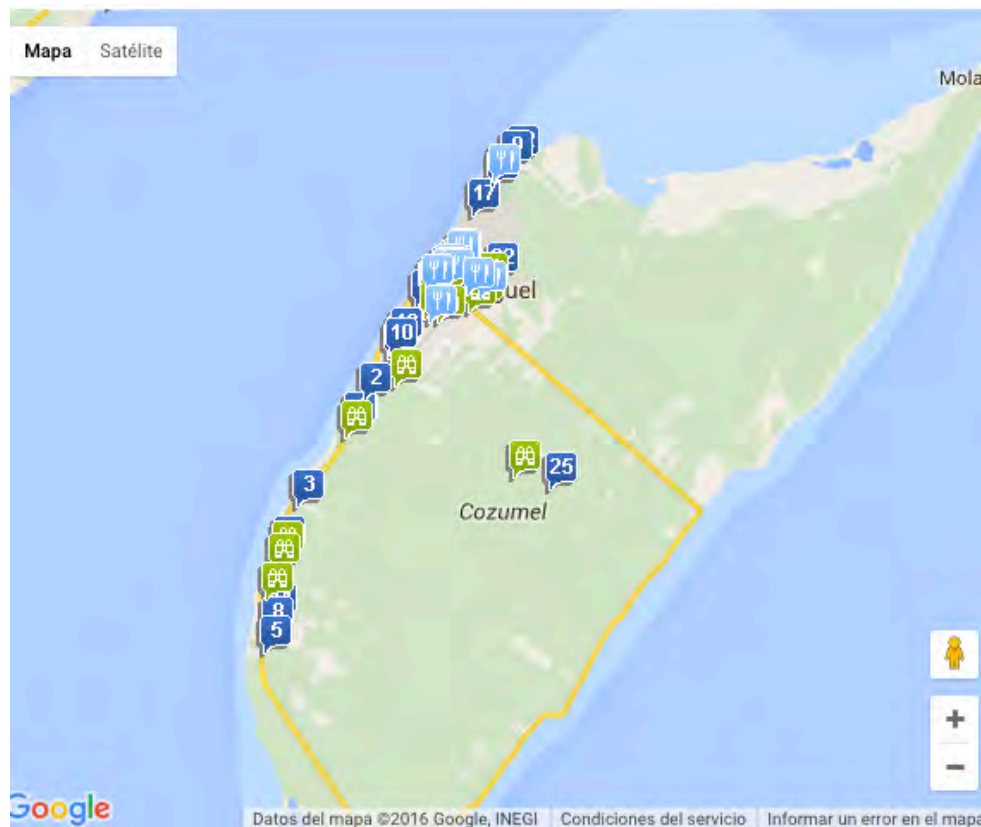
2.1 Análisis del mercado

2.1.1 Análisis y caracterización de la demanda del servicio

Se entrevistaron a actores claves que concentran a dueños, gerentes o encargados de la toma de decisiones sobre estudios que pudieran necesitar sobre este tipo de servicios, adicional a ello, se describe dónde se ubicaría el segmento objetivo de este negocio.

Este tipo de servicio se ofrecería principalmente en el municipio de Cozumel, con potencial a expandirse en el futuro (Ilustración 1).

Ilustración 1. Ubicación de la isla de Cozumel



Fuente: Google, INEGI (2016).

Los segmentos del mercado donde se encuentra la población de interés de este tipo de negocios son:

Tabla 1 Segmentos de la población objetivo.

Servicio turístico	Total Gral.
Restaurantes	96
Hoteles	55
Operadora de buceo	30
Total	181

Fuente: información de Tripadvisor.

2.1.2 Sondeo de actores claves

El mercado se conforma de los pequeños y medianos empresarios que ofrezcan el servicio de hospedaje, tours de buceo y restaurantes que empresas locales que estén enfocados al servicio de turistas. Para ello se realizó una entrevista al representante de una asociación clave que representan a un sector relevante y quien brindó información sobre las temáticas del negocio. Se solicitó entrevista con el Presidente de la Asociación de hoteles de Cozumel y se planteó el siguiente plan de recolección de información.

Objetivo general

Medir la necesidad de la implementación de TIC en las pequeñas y medianas empresas que ofrecen servicios a turistas como los son hoteles, operadoras de buceo y restaurantes.

Objetivos específicos

- Detectar la viabilidad de una empresa que se dedica a implementación de TIC a empresas de servicios turísticos en Cozumel
- Determinar la localización y el tamaño muestra
- Contactar empresas que estén interesados en el servicio ofrecido

Para realizar la entrevista se diseñó la siguiente guía de cuestionario sobre las principales temáticas que interesó abordar, pero se fueron adaptando de acuerdo a como se fue dando la entrevista y como resultado se obtuvo la información necesaria para proponer las estrategias de comercialización para este proyecto de inversión.

Tabla 2 Guía del cuestionario para entrevistas.

Variables	Pregunta	Utilidad
Demográficas	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo en el mercado. • Giro del negocio • Número de agremiados. 	Determinar el perfil socio demográfico
Competencia y calidad de servicio en la empresa	<p>1. ¿Qué tipo de información brinda la asociación a sus agremiados sobre la competencia local y regional?</p> <p>2. ¿Los agremiados llevan un control sobre la satisfacción de sus clientes con el servicio que brindan?</p> <p>3. Del 1 al 10 ¿Qué calificación pondría en el servicio que ofrecen los agremiados?</p> <p>5. ¿Los agremiados cuentan con un sistema de control de quejas y sugerencias?</p>	Conocer la existencia de interés

<p>Consultoría, TIC y rentabilidad</p>	<p>4. ¿Qué método (s) utiliza(n)?</p> <p>6. ¿Los afiliados utilizan los servicios externos de consultoría?</p> <p>7.¿Con qué tipo de tecnología cuentan los agremiados</p> <p>8. ¿Los agremiados usan redes sociales?</p> <p>9. ¿Los agremiados cuentan con alguna aplicación tecnológica para su negocio?</p> <p>10. Si los agremiados conocieran de una empresa que ofrezca consultoría y análisis de satisfacción del cliente con base a su servicio ofrecido. ¿Lo contratarían?</p> <p>11. ¿Cuánto considera que estarían dispuestos a pagar por ese servicio?</p> <p>12. ¿Por cuánto tiempo sería adecuado contratar este tipo de servicios?</p> <p>13. ¿Conoce alguna empresa que esté ofreciendo este tipo de servicios a sus agremiados?</p>	<p>Competencia y estimación de la demanda</p>
--	--	---

Fuente:
elaboración propia.

Los resultados de la entrevista se presentan a continuación:

En relación al tipo

de información que brinda la asociación a sus agremiados sobre la competencia local y

regional, el entrevistado manifestó que todos los hoteles asociados, están enfocados a productos y servicios del mismo nivel, ya que el destino se conforma por los mismos hoteles y por lo tanto se comparten diferentes estudios y métodos implementados entre los socios.

En cuanto a la interrogante de si los agremiados llevan un control sobre la satisfacción de sus clientes con el servicio que brindan, el entrevistado señaló que cada hotel lleva un control sobre la satisfacción de manera particular, aunque los estándares son los mismos, hay empresas con alcance a nivel mundial, nacional y local que se dedican a llevar estadísticas, índices y reportes que se dedican a medir la satisfacción del huésped, empresas contratadas por los hoteles, que siempre invierten y apuestan por estar asesorados por la empresas.

También se le preguntó sobre si los agremiados contaban con un sistema de control de quejas y sugerencias, a lo que este respondió que sí, regularmente se llevan encuestas después de estancias, para medir todos los productos y servicios, desde la entrada hasta pasar por cada uno de los servicios de los hoteles, tanto el trato del personal como instalaciones y hasta el día de la salida.

Se hacen preguntas muy puntuales sobre la experiencia en el hotel, poniendo todo en escalas de uno al 100 o de a cinco, donde uno significa totalmente insatisfecho al cinco que es totalmente satisfecho y todo lo realizan vía correo electrónico.

Otro aspecto que se le preguntó es en relación a la competencia probable, este señaló que los agremiados en su mayoría cuentan con un sistema interno que maneja este tipo de análisis de satisfacción aunque no precisa si hacen una contratación de externos para este tipo de servicios especializados, sin embargo, menciona que todos utilizan consultores tanto externos e internos que son miembros de las cadenas hoteleras, aunque no siempre es para estudios de satisfacción, sino para otro tipo de servicios de consultoría.

En cuanto a las características de las empresas afiliadas a la asociación, describe que estas cuentan con tecnología, como mínimo para el manejo de operaciones. También describe que los agremiados usan redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram para mantener mucha interacción con los huéspedes. Adicional a ello, los agremiados usan Tripadvisor, ya que es la red de información para viajeros actualmente número uno y ayuda a la retroalimentación.

También se les consultó sobre si los agremiados cuentan con alguna aplicación tecnológica para su negocio a lo que contestó que sí, además de que señaló que la mayoría de los agremiados ya cuentan con un servicio de consultoría, sin embargo, sí identifica que estarían dispuestos a contratar otro servicio externo.

Por otro lado, consideran adecuado contratar un servicio que sea constante y estarían dispuestos a aplicar parte del presupuesto destinado a las mejoras en la calidad de servicio.

Con estos resultados es que se realizó el diseño de la mezcla de mercadotecnia del plan de negocios.

2.1.3 Análisis/caracterización de la oferta competitiva

Para determinar el análisis de la oferta competitiva se realizó a través de la Noción de Rivalidad Ampliada de Porter.

**Competidores directos*

-Local

Servicios de consultoría Cozumel (administración)

Servicaribe S. A de C. V. (administración y organización empresarial)

ForEmpresa (Servicio de calidad, capacitación y recursos humanos)

Hola (Implementación de IT en segmentos de comunicación, almacenamiento, admón. de la información y servicio al cliente)

*Productos sustitutos

- Alumnos que den una asesoría a bajo precio.
- Distintivo M

*Amenaza de aparición de nuevos competidores

- Nuevas consultorías enfocadas a la calidad del servicio.
- Consultoras internacionales
- Consultores pequeños que dan múltiples servicios pero sin ser un servicio especializado.

*Poder de negociación de los clientes

- Paquetes de precios

*Poder de negociación de los proveedores

- SAP (Empresa que hace el software).
- ORACLE (Es un sistema de gestión de base de datos)

2.2 Diseño de la mezcla de mercadotecnia

En relación a las estrategias que se planean diseñar, estas estarán agrupadas en estrategias corporativas, estrategia de negocios y estrategias funcionales.

Estrategia Corporativa: En esta se ofrecerán los servicios de tecnología de información, calidad en el proceso y asesoría externa para que las pequeñas y medianas empresas de Cozumel puedan satisfacer sus necesidades de este tipo de servicios, de acuerdo a su realidad y tipo de empresa.

Estrategia de negocios: Ofrecer servicios de asesoría para la aplicación de modelo de tecnología de negocios para eficientar sus procesos internos de calidad y les permita generar una ventaja competitiva pero son un gasto exorbitante.

Estrategia Funcional: Organizar de forma efectiva la estructura funcional de la empresa para enfocarse en el cliente interno de la empresa.

LOS SERVICIOS DE LA CONSULTORÍA DE TI Y CALIDAD

La empresa de consultoría TIConsulting, se enfocará a identificar los procesos de los negocios y alinear sus recursos y objetivos para obtener la mayor productividad y eficiencia operativa como su especialidad.

La consultoría apoyará en la planeación, implementación y gestión de los recursos materiales y humanos para que puedan enfrentar los retos que implican en la realidad de las pequeñas y medianas empresas. Se focalizará en la orientación, asesorías y planeación de buenas prácticas para las empresas, al igual que ofrecerá capacitación sobre el uso de tecnologías adecuadas a sus necesidades.

La base de la confianza en TIConsulting y es que su servicio estará orientada en la preparación, planeación, diseño, implementación, operación y optimización de las empresas, particularmente las pequeñas y medianas empresas de la isla.

Incluye:

1. Asesoría y control a través del diseño y planeación de tus proyectos.
2. Ejecutar tus proyectos de TI con agilidad con una ejecución sencilla y controlada, alineada a tu estrategia y procesos de negocio.
3. Optimizar tus recursos.
4. Obtén mayor velocidad en tu entrega de servicios y tiempos de implementación.

Para la oferta del servicio de consultoría se diseñará un paquete inicial de hasta 80 horas de trabajo con los potenciales clientes. Estas actividades el diagnóstico, una conferencia tipo seminario dirigido a los trabajadores. Con estas actividades se elaborará un informe preliminar y un informe al final del servicio, la capacitación para la gerencia y los más cercanos colaboradores y la entrega de un informe final.

PLAZA

En relación a la estrategia de plaza y distribución se iniciará con un canal de distribución corto, de venta directa, sin incluir intermediarios, lo que facilita obtener más beneficios para la administración y costos de la empresa, porque por ejemplo, habrá un mejor control de los clientes, del servicio que se estará realizando y para conseguir una mejor percepción del servicio por parte de los clientes, lo que puede dar a la empresa una característica que se pueda diferenciar.

El principal medio para establecer contacto con los clientes será mediante mail tradicional dirigidas a los dueños y gerentes de las empresas tipo MIPYMES, en las cuales se realizará una sencilla pero clara introducción de la empresa, los servicios que se ofrecerán y una breve semblanza de los consultores que integran la empresa, adicionalmente se revelará la el impacto positivo y beneficios que traerá a los clientes. También se buscará obtener comunicación por teléfono o e-mail con el fin de agendar citas y aclarar preguntas e inquietudes. De igual manera se mantendrá el uso de redes sociales para mantener activa la difusión de servicios y actividades que realice la consultora pero también como un medio de contacto con los clientes.

PROMOCIÓN

La estrategia de promoción se enfocará en difundir y publicitar a la empresa. El principal activo a difundir será el servicio de calidad que se ofrecerá y realizar acciones para generar un interés y darle a conocer en los clientes de la necesidad de los mismos para crear así un interés por servicio que se ofrece y en la empresa misma.

Es oportuno, prioritario y relevante dar a conocer los beneficios que se obtienen al contratar los servicios de esta consultoría así como las características propias que ofrece la empresa y que la hacen más atractiva que la competencia.

Por otro lado, se estará promoviendo los servicios de la consultora en medios impresos como revistas empresariales, en los principales periódicos locales y regionales, además de incluir a la empresa en directorios digitales especializados que tienen una mayor posibilidad de llegar a las personas propietarias de negocios o a los gerentes o tomadores de decisiones de las organizaciones. Así mismo, se estará realizando activaciones a través de las redes sociales, además de usarlo como medio de comunicación directa con clientes potenciales.

Tabla 3 Matriz de análisis FODA

<p>Fortalezas</p> <p>F1. Se tiene bajo costos operativos</p> <p>F2. Se puede adaptar el servicio y productos para nuevos clientes</p> <p>F3. atención personalizada a los clientes</p> <p>F4. Acreditación y certificaciones obtenidas</p> <p>F5. Mejoras continuas de los productos, servicios y procesos.</p>	<p>Debilidades</p> <p>D1. Se tiene un equipo de colaboradores muy pequeño.</p> <p>D2. colaboradores con habilidades poco desarrolladas.</p> <p>D3. poca experiencia en el sector.</p> <p>D4. presupuesto limitado.</p>
<p>Oportunidades</p> <p>O1. Sector de negocio en expansión (PYMES)</p> <p>O2. Estimulación fiscal por parte del gobierno.</p> <p>O3. Empresas locales y regionales que requieren servicios de consultoría.</p>	<p>Amenazas</p> <p>A1. Adopción lenta de TIC's por parte de los clientes.</p> <p>A2. Desarrollo futuros de tecnología.</p> <p>A3. Vulnerabilidad ante grandes competidores.</p>

Fuente: elaboración propia.

2.3 Canales de comercialización y distribución del producto

En relación a la estrategia de plaza y distribución se iniciará con un canal de distribución corto, de venta directa, sin incluir intermediarios, lo que facilita obtener más beneficios para la administración y costos de la empresa, porque por ejemplo, habrá un mejor control de los clientes, del servicio que se está realizando y para conseguir una mejor percepción del servicio por parte de los clientes, lo que puede dar a la empresa una característica que se pueda diferenciar.

El principal medio para establecer contacto con los clientes se serán cartas dirigidas a los dueños y gerentes de las empresas medianas en las que se haga la presentación de la empresa, de los productos y de los consultores, también sobre la importancia y los beneficios que estos pueden traerán a ellos como clientes. También se buscará obtener comunicación por teléfono o e-mail con el fin de agendar citas y aclarar todas sus preguntas e inquietudes.

2.4 Análisis de precio

Para fijar nuestros precios se realizará una estrategia de posicionamiento. Esto consiste en encontrar un precio que sea razonable para las empresas, por este motivo se analizaron los precios fijados por compañías consultoras que tengan asesoría en temas de gestión empresarial y se determinaron precios parecidos que harán posible obtener ingresos que se consideran necesarios para mantener de la organización, según los costos, en lo que esta se logra posicionar y alcanza fuerza en el mercado. En los primeros dos años de funcionamiento se establecerá un precio de aproximadamente \$250 por hora de asesoría. Se pretende trabajar con un paquete base de 80 horas y 10 días de asesoría con un valor de \$30,000.00 pesos.

CAPÍTULO 3.- ESTUDIO TÉCNICO/PRODUCCIÓN

3.1 Especificaciones técnicas del producto/servicio

Las compañías podrán obtener soluciones que sean oportunas en el desarrollo de sus procesos empresariales para la toma de decisiones en tiempo y mejorar su calidad en los servicios que ofrecen con el uso de nuevas TIC.

Entre los servicios a ofrecer:

- Solución y asesorías para problemas de formación y capacitación de los empresarios y gerentes para que les permita enfrentar los nuevos retos
- Ayuda en el nivel gerencial, con motivo de que no cuenta con herramientas prácticas, en particular el manejo de las áreas de las finanzas y técnico, que otorgue un efectivo proceso en la toma de decisiones y le pueda dar la oportunidad de explotar las ventajas que tenga su negocio
- Integrar tecnología al proceso para que de esta manera eleve la productividad, esto ayudará a reducir costos y mejorar sus ventas.

Nuestros servicios se diferencian de los que puede ofrecer las demás empresas consultoras por ser una propuesta que ofrece un servicio de asesorías y consultorías con gente especializada en áreas de Tecnologías de la información y comunicación.

Se presenta esta propuesta que busca aumentar el desarrollo empresarial de las PYMES, por eso se pretende abarcar desde la perspectiva del plan de negocios y también los beneficios que pueden obtener las empresas para disponer de un grupo de asesores y consultores.

Hay que tomar en consideración las características y las condiciones de la empresa y los clientes, se plantea una estrategia de publicidad basada en las visitas a las empresas para tener un contacto directo con los directivos y que sientan una atención personalizada, más allá de las tecnologías ofrecidas

3.2 Descripción del proceso de producción

Una vez definidos los canales de distribución y comercialización, el proceso de producción se inicia en el acercamiento al cliente potencial, ofrecer los servicios de consultoría tomando en cuenta las dudas y percances de cada cliente en particular llevando cada caso al área de dirección junto con la información general del cliente para su evaluación.

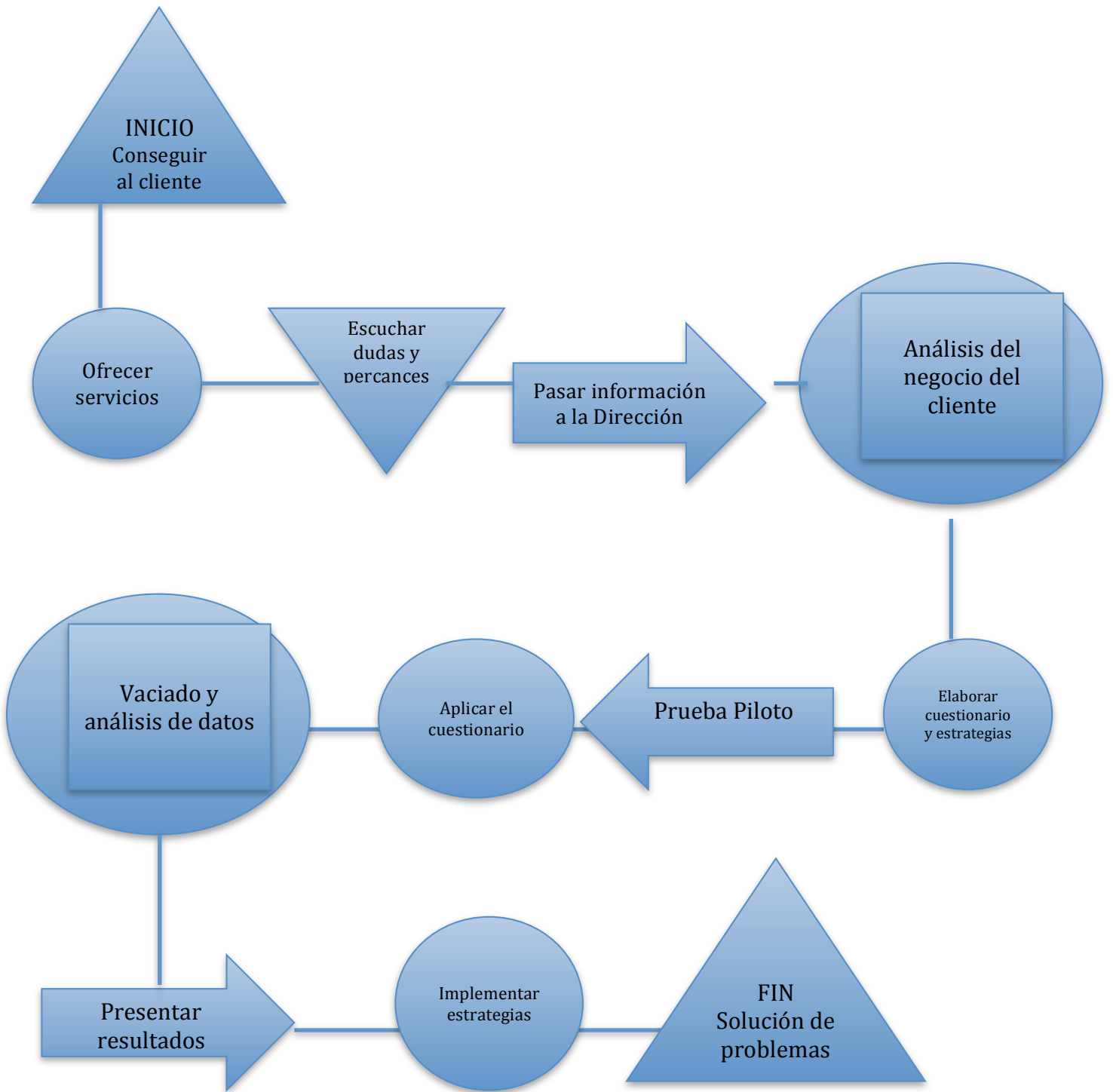
El área de dirección y consultoría se encargarán de analizar la situación actual del cliente para elaborar el cuestionario de calidad y presentar un plan de estrategias para mejorar los procesos de la empresa.

Primero se realizará una prueba piloto donde se aplicará el cuestionario entregado, los resultados se llevarán al área de consultoría para el vaciado y posteriormente el análisis de los datos obtenidos. Se entregará al cliente el resultado obtenido junto con las estrategias que más se ajusten a las necesidades de su negocio.

3.3 Diagrama de flujo del proceso

Como parte del proceso de elaboración del servicio que se va a ofertar, se propone seguir el siguiente diagrama de flujo que funcione como guía para implementar de manera eficiente la presentación y cierre de la venta del servicio (Ver figura 1).

Ilustración 2 Diagrama de flujo del proceso.



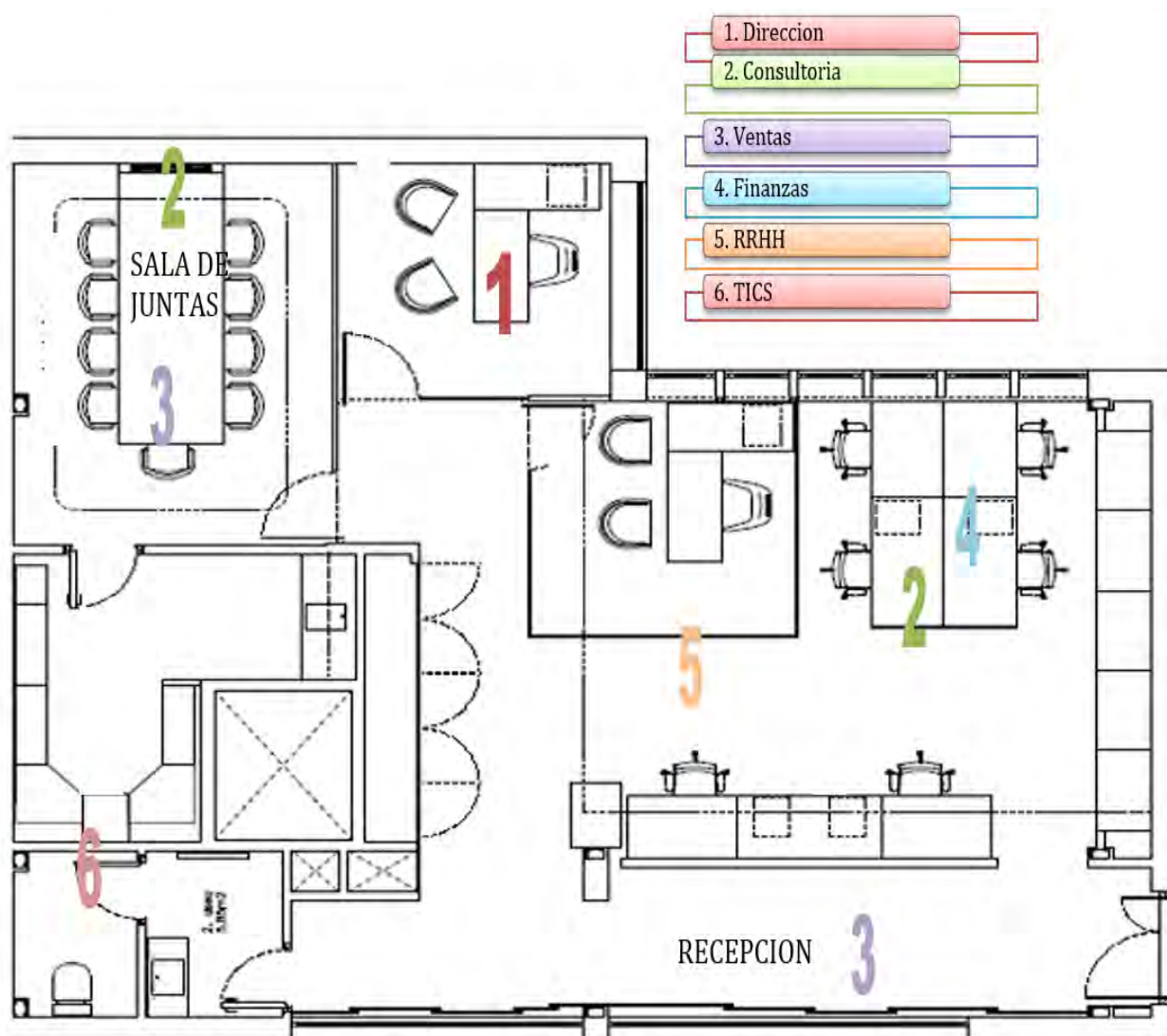
Fuente: elaboración propia.

3.4 Macro localización y micro localización

Layout planta física

Una de las formas para ofrecer los servicios de consultoría eficientemente, será el acomodo y distribución del lugar, por ello se adecuarán las instalaciones usando divisores que tengan todo el equipamiento para operar como instalaciones eléctricas y de red, de esta manera, se tendrá la privacidad y espacios individuales del espacio.

Ilustración 3 Propuesta de *layout* de la distribución.

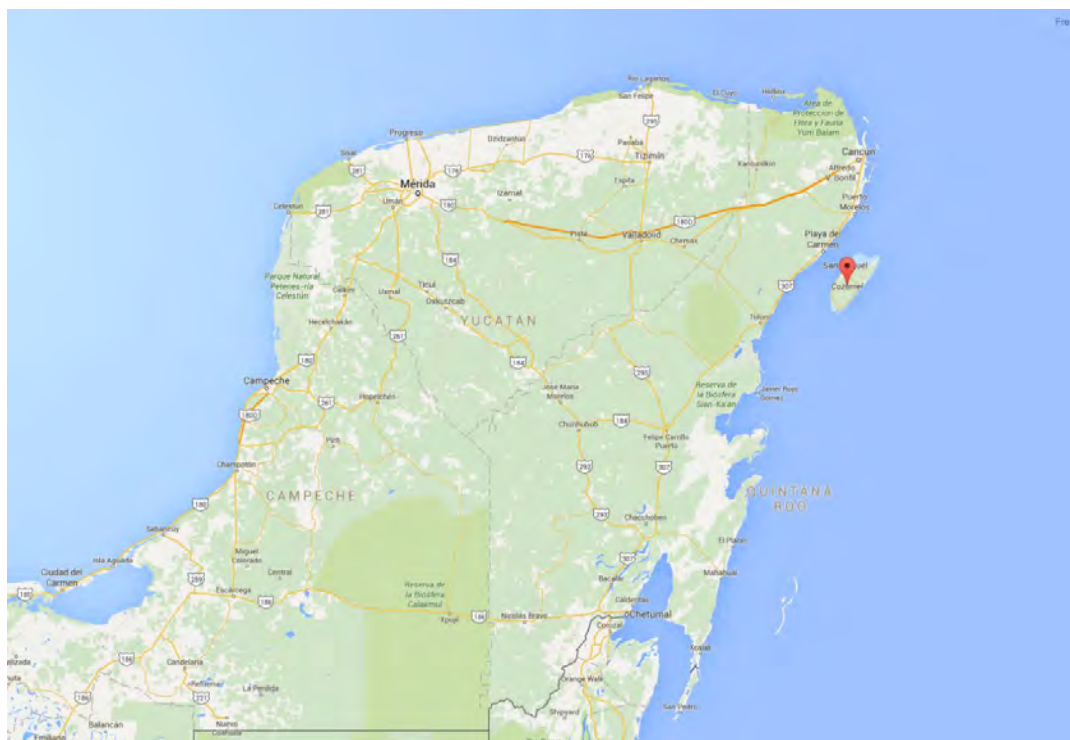


Fuente: elaboración propia.

En un principio se plantea captar alrededor de 80 a 100 clientes las instalaciones se acondicionarán para que la primera impresión sea la recepción e imagen de las oficinas y poder tener acceso a la sala de juntas y para acceso rápido de los especialistas y consultores de cada área.

Se espera en los meses de temporada alta aumentar la lista de clientes y que los que ya se tienen aumenten el tipo de paquetes de los servicios requeridos por la empresa consultora

Ilustración 4 Localización de la empresa en la Península de Yucatán



Fuente: *Google Maps* (2016).

VENTAJAS DE LA MACRO LOCALIZACIÓN

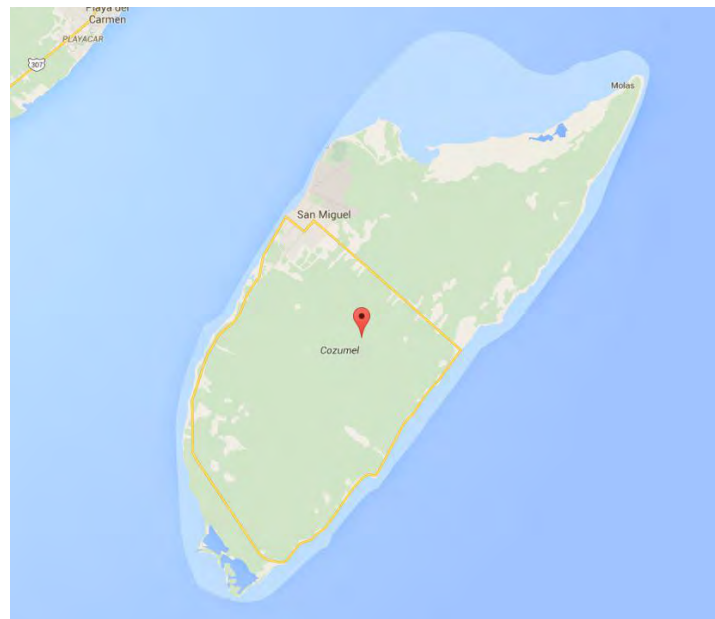
La Secretaría de Economía (2010: s/p) calculó “que existen más de 4 millones de empresas en México, de las cuales 99.8% son Pymes. Éstas generan 7 de cada 10 empleos en el país y representan aproximadamente 50% del PIB, según datos de Bancomext”.

De acuerdo a la SECTUR, en México, el 97% de las empresas turísticas son PyMEs de las cuales la mayor concentración se encuentra en el estado de Quintana Roo donde el 93% de los prestadores de servicios turísticos son PyMEs

MICRO LOCALIZACIÓN

Se eligió la Isla Cozumel en el estado de Quintana Roo como lugar para poner la empresa.

Ilustración 5 Localización de la empresa en el estado de Quintana Roo



Fuente: *Google Maps* (2016).

Actualmente en Cozumel existen diferentes tipos de empresas que brindan sus servicios a los turistas, para el objeto este estudio nos enfocaremos en 3 tipos de

empresas, restaurantes, hoteles y operadoras de buceo, se eligieron estos comercios porque son empresas establecidas a pesar de ser pequeñas empresas.

Según los datos recabados se encontraron 96 restaurantes y 55 hoteles y 30 operadoras de buceo vigentes. De acuerdo a la muestra obtenida se elaborara un análisis cualitativo y cuantitativo para determinar la viabilidad de la consultora en cuestión

La ubicación que se designó para llevar a cabo el proyecto es en la Plaza Villa Mar localizada en la calle 2norte entre REM y 5ta avenida en el parque Benito Juárez.

Ilustración 6 Localización de la empresa en el municipio de Cozumel



Fuente: *Google Maps* (2016).

Ilustración 7 Localización de la empresa en Cozumel (vista frontal de la zona)



Fuente: *Google Maps* (2016).

Entre las ventajas de este local encontramos que está en una ubicación privilegiada, en el centro de la ciudad, con fácil acceso de transporte público y particular, cuenta con amplio estacionamiento de la plaza.

Se consideraron otros locales en renta, ubicados también en plazas comerciales sin embargo por ubicación y precio nos quedamos con Plaza Villamar con un costo de 4800 pesos mensuales.

3.5 Programa de producción

En la tabla 4 se puede observar el proceso de elaboración del servicio de consultoría.

Tabla 4 Cronograma de producción del servicio.

Actividades	Semanas																																					
	1							2							3							4																
	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7										
1. Conseguir al cliente	■	■	■	■	■																																	
2. Ofrecer nuestros servicios					■	■	■	■																														
3. Escuchar las dudas y percances								■	■	■	■																											
4. Pasarle con el directivo técnico con toda la información del cliente												■	■	■	■	■	■	■																				
5. Analizar el negocio del cliente (empleados)																		■	■	■	■	■																
6. Elaboración del cuestionario																																						
7. Prueba piloto																																						
8. Aplicación del cuestionario																																						
9. Vaciado de datos																																						
10. Análisis de datos																																						
11. Resultados																																						
12. Solución del problema																																						

Fuente: elaboración propia.

3.6 Costo de producción

Al ser un servicio, el costo depende de las horas invertidas en cada empresa a consulta.

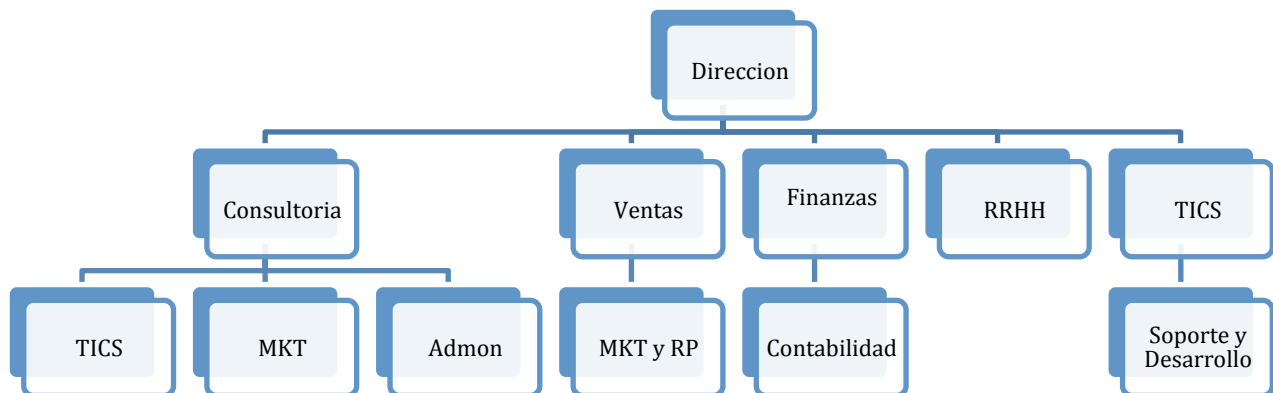
CAPÍTULO 4 Organización

TICConsulting basa su estructura organizacional en proyectos, esta estrategia ofrece la oportunidad de diferenciarse pero agrupar las actividades del personal relevante de la empresa y mantener resultados efectivos para atender varios proyectos a la vez. Este modelo permite hacer frente a los retos que afrontan las empresas de consultoría, dedicada a incrementar la calidad y rentabilidad de los procesos y servicios de las PYME de Cozumel. Consideramos 6 personas con el perfil para conlleva los diferentes proyectos de la empresa. El organigrama las áreas que se tendrá, pero no el personal total, ya que estaremos todos estarán involucrados

4.1 Organigrama general de la empresa

Como parte de la propuesta para operar la empresa, se está proponiendo la siguiente estructura de organigrama, sin embargo, de acuerdo a la cantidad de clientes, esta propuesta puede crecer para atender los servicios solicitados.

Ilustración 8 Propuesta de organigrama general de la empresa



Fuente: elaboración propia.

4.2 Funciones básicas del personal

De acuerdo al organigrama propuesto, se sugieren los siguientes perfiles de puestos de las personas que integren la empresa.

PERFILES

Para el Director General se requerirá:

- **Nivel de estudio:** Estudios superiores
- **Carreras específicas:** Área del conocimiento en ciencias económico administrativas, como Economía, Administración o a fin.
- **Habilidades:**
 - Demostrar liderar con equipo.
 - Visionario para diseñar estrategias
 - Demostrar buen criterio en decisiones cruciales
 - Orientar sus esfuerzos a obtener resultados favorables
 - Manejo de personal como equipo colaborador
 - Ser comunicativo.
- **Experiencia laboral:** 5 años.

Dentro de sus funciones será realizar la vigilancia y coordinación de la administración del equipo de trabajo, monitorear los indicadores financieros y recursos de la empresa, así como los lineamientos internos de la consultora para eficientar el uso y aprovechamiento de los recursos.

Gerente de Ventas

- **Nivel de estudio:** Estudios superiores
- **Carreras específicas:** Área del conocimiento en ciencias económico administrativas, como Economía, Administración o a fin.
- **Habilidades:**
 - Flexible
 - Trabajo por objetivo
 - Orientación a los empresarios

- Diagnósticos
- Definición del plan de acción
- Implementación del mismo
- Evaluación de los resultados

Experiencia laboral: 5 años

Gerente de Consultoría

- **Nivel de estudios:** Administración de empresas o carrera afín.
- **Directiva, administrativa:**
 - Hablar positivamente
 - Saber escuchar
 - Ser cortés
 - Mentalidad personal
 - Mentalidad interpretativa
 - Buena presentación
- **Experiencia laboral:** 2 años

Gerente de TI

Nivel de estudios: Ingeniero en sistemas

Directiva, administrativa: Sistemas

- Flexible
- Trabajo por objetivo
- Orientación a los empresarios
- Diagnósticos
- Definición del plan de acción
- Implementación del mismo
- Evaluación de los resultados

Experiencia laboral: 5 años

Gerente de Finanzas

- **Nivel de estudio:** Contador Publico
- **Carreras específicas:** Económico-Administrativas.
- **Habilidades:**
 - Demostrar liderar con equipo.
 - Visionario para diseñar estrategias
 - Demostrar buen criterio en decisiones cruciales
 - Orientar sus esfuerzos a obtener resultados favorables
 - Manejo de personal como equipo colaborador
 - Ser comunicativo.
- **Experiencia laboral:** 5 años.

Gerente de RH

- **Nivel de estudio:** Psicología o Administración
- **Carreras específicas:** Social - Administrativas.
- **Habilidades:**
 - Demostrar liderar con equipo.
 - Visionario para diseñar estrategias
 - Demostrar buen criterio en decisiones cruciales
 - Orientar sus esfuerzos a obtener resultados favorables
 - Manejo de personal como equipo colaborador
 - Ser comunicativo.
- **Experiencia laboral:** 5 años.

4.3 Marco legal del emprendimiento.

Para darse de alta ante el SAT (2017) para inscribirse al Régimen de Incorporación Fiscal de forma presencial en las oficinas de Cozumel se realiza lo siguiente:

Siguiendo los siguientes pasos:

- Ingresar a www.sat.gob.mx y obtener una cita.
- Acudir a la cita en la fecha y lugar asignados.

- Llevar la siguiente documentación: CURP o acta de nacimiento, identificación oficial vigente (credencial para votar, cédula profesional, pasaporte, licencia para conducir, entre otras) y comprobante de domicilio donde se ubique el negocio (pago de servicios como agua, luz, teléfono, predial, entre otros).
- Realizar el trámite y obtener el acuse de inscripción al Registro Federal de Contribuyentes (RFC) el cual contiene la Cédula de Identificación Fiscal (CIF).
- De igual forma la inscripción se puede realizar ante las oficinas autorizadas de la Entidad Federativa que les corresponda de acuerdo al domicilio.

CAPÍTULO V ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO

5.1 Presupuesto de inversión

Se debe de poner mucha atención para saber cuánto es el dinero que se necesita para implementar el negocio. La inversión inicial es de 274,000 y dio esta cantidad al suma todos los gastos y costos que pueda tener la empresa al iniciar.

Ilustración 9 Presupuesto de inversión.

B. Costo de organización					
1.- Estudio de factibilidad.				\$30	10.97
2.- Constitución de la empresa + - 2%				\$16	5.92
Solicitud de permiso de constitución en la SRE	\$5,653				
Acta Constitutiva	\$6,750				
Inscripción ante el SAT	Gratuito				
Aviso Notarial a la SER Bancaria	\$210				
Aviso Notarial Municipal	\$120				
Registro Público de la Propiedad y del Comercio	\$500				
Solicitud de Uso de Suelo	\$241				
\$3.20 por metro cuadrado	\$160				
Inscripción ante el IMSS e INFONAVIT	Gratuito				
Trámites ante la Secretaría de Salud	Gratuito				
Inscripción de la Comisión Mixta de Seguridad e Higiene	Gratuito				
Inscripción de la Comisión Mixta de Capacitación y Adiestramiento	Gratuito				
Solicitud de recolección de residuos sólidos	\$55				
Licencia de giro de la empresa	\$118				
cedula municipal	\$187				
Numero oficial	Incluido con el local				
Contrato de energía eléctrica.	Incluido con el local				
Contrato de servicio de agua.	Incluido con el local				
Contrato de servicio telefónico. (uso comercial)	\$2,191				
		TOTAL B		\$46	16.88
C.- Capital de trabajo		TOTAL C		\$10	3.66
D.- Imprevistos (10% de A+C)		TOTAL D		\$21	7.56
		INVERSIÓN TOTAL		\$274	100

Fuente: elaboración propia.

5.2 Presupuesto operativo

En el primer año da una cantidad de 702,490 pesos, ya que se sumó el presupuesto de materia prima, presupuesto de mano de obra y los demás gastos que tenga que hacer la empresa; como es depreciación del equipo o amortización y los demás gastos que van de entrada; como la luz, agua, entre otros.

Ilustración 10 Presupuesto de producción anual proyectado a 5 años.

Concepto	*Al 04% anual por inflación				
	1	2	3	4	5
Volumen de producción	200000.00	208000.00	216320.00	224972.80	233971.71
Materia prima	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Empaques.	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Mano de obra directa.	648.00	673.92	700.88	728.91	758.07
Costos directos.	648.00	673.92	700.88	728.91	758.07
Energía eléctrica y térmica	62.28	64.77	67.36	70.06	72.86
Depreciación y amortización	39.39	40.97	42.61	44.31	46.08
Reparación y mantenimiento.	3.94	4.10	4.26	4.43	4.61
Seguros e impuestos de la planta	11.16	11.61	12.07	12.55	13.06
Mano de obra indirecta.	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Otros.	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Costos indirectos.	54.49	56.67	58.94	61.30	63.75
Costos de producción.	702.49	730.59	759.82	790.21	821.82
Costo unitario.	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Fuente: elaboración propia.

5.3 Cálculo del estimador VAN y TIR

La VAN servirá para saber si el proyecto es rentable y tan solo se le tiene que restar la inversión inicial. $VAN = BNA - Inversión$

BNA (Beneficio Neto Actual) es el valor de flujo de caja.

Ilustración 11 Flujo de la inversión para determinación de la VAN y TIR

Monto de Inversión:	-263.8407			VAN	TIR
Años	1	1948841		a	
	2	2026795	15 años	\$18,476,973.45	738647.2%
	3	2107867	10 años	\$13,943,751.48	738647.2%
	4	2192181	5 años	\$7,943,026.62	738647.2%
	5	2279869			
	6	2371063			
	7	2465906			
VIDA UTIL=10 AÑOS	8	2564542			
TASA DE REND= 38.9%	9	2667124			
	10	2773809			
	11	2884761			
	12	3000151			
	13	3120157			
	14	3244964			
	15	3374762			

Fuente: elaboración propia.

5.4 Cálculo del reembolso a valor nominal

El reembolso sale de la fórmula VAN – TIR y el resultado se le resta el monto de inversión y da el reembolso. En la ilustración 12 se presenta el cálculo y se muestra que si los servicios proyectados son rentables se podrá obtener reembolso desde el primer año.

Ilustración 12

Cálculo del reembolso a valor nominal de la inversión

	Monto inversión	-\$263.84	Reembolso
Años	1	\$1,948,841	\$1,948,577
	2	\$2,026,795	\$3,975,372
	3	\$2,107,867	\$6,083,239
	4	\$2,192,181	\$8,275,420
	5	\$2,279,869	\$10,555,289
	6	\$2,371,063	\$12,926,352

Fuente: elaboración propia.

5.5 Determinación de los costos de producción

Para determinar esta parte, es necesaria la suma de los gastos de producción, gastos de administración y los gastos de venta y distribución.

Ilustración 13 Cálculo del reembolso a valor nominal de la inversión

	VALOR DE B	90,000	4.50
C. Gastos de producción.			
	*14.- Mano de obra directa más prestaciones.	630,000	31.50
	15.- Mano de obra indirecta sin prestaciones	0	0.00
	16.- Depreciación capital fijo planta	0	0.00
	17.- Reparación y mantenimiento +-2%	40000	2.00
	18.- Energía eléctrica y térmica.	0	0.00
	19.- Seguro planta+-1%	0	0.00
	20. Repuestos y accesorios.	0	0.00
	21.- Alquileres.	60,000	3.00
	22.- Otros.	0	0.00
	23.- Suma de gastos de producción {14-22}		
	VALOR C	730,000	36.50
	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS A-(B+C)	1,180,000	59.00
D. Gastos de administración			
	24.- Sueldos mas prestaciones	120,000	6.00
	25.-Gastos de oficina, luz, agua	20,000	1.00
	26.- Suma de gastos de admnistración		
	VALOR D	140000	7.00
E. Gastos de venta y distribución			
	27.- Sueldo mas prestaciones	60,000	3.00
	28.- Compensaciones	0	0.00
	29. Publicidad y gastos de representación	50,000	2.50
	30. Sumas de gastos de venta y distribución		
	VALOR E	110,000	5.50
	F. Gastos financieros (100 al 25%)		
	VALOR F	25	0.00

Fuente: elaboración propia.

5.6 Estados financieros proyectados

5.2.1 Estado de resultados

En este apartado servirá para ver la capacidad que tenga la empresa para producir el servicio que se ofrecerá, es aquí donde se muestran las ventas y se van descontando los gastos costos y depreciaciones que la empresa pueda tener.

Ilustración 14 Propuesta de estado de resultados del primer año.

Estado de Resultados	
Ventas netas	1,800,000
costo de ventas	1,070,000
Utilidad burta	730,000
Gastos fijos operativos	197,000
Depreciación	50,000
Utilidad antes de intereses e impuestos (UAI)	483,000
Interes	149,730
Utilidad antes de impuestos (UAI)	333,270
Impuestos 40%	133,308
Utilidad neta	199,962
Dividendo preferentes	0
Utilidad disponibles para accionistas comunes	199,962
Dividendos comunes	107,979
Adición a las utilidades retenidas	91,983

Fuente: elaboración propia.

5.2.2 Balance general

Este balance general servirá para tener un conteo de todo lo que cuenta la empresa en activo, pasivo y capital. También muestras los derechos y obligaciones que tiene, o sea, lo que debe de pagar y lo que debe de cobrar.

Ilustración 15 Propuesta de balance general del primer año.

BALANCE GENERAL DEL PRIMER AÑO			
En miles de \$			
Activo		Pasivo	
I. Activo circulante		I.- Pasivo circulante	
1.- Bancos		1.- Cuentas por pagar	0
2.- Cuentas por cobrar	0	2.- Documentos por pagar	0
3.- Inventarios	\$0.00	3.- Impuestos	-857472.78
TOTAL	\$0.00	TOTAL	-857472.78
II.- Activo fijo		II.- Capital social	
1.- Renta	\$60.00	III.- Utilidad (o pérdida)	273.84066
2.- Adaptaciones	\$6.47		1091328.99
menos deprec. 5%	\$6.15	TOTAL PASIVO	234130.05
3.- Maquinaria y equipo in.	\$5.21		
4.- Instalación	\$10.00		
5.- Mobiliario y equipo de li	\$57.00		
menos deprec. 5%	\$54.15		
	\$72.21		
6.- Moviliario y equipo de c	\$0.00		
menos deprec. 5%	\$0.00		
7.- Productos de limpieza.	\$20.40		
menos deprec. 5%	\$19.38		
TOTAL	\$139.68		
III.- Activo diferido.			
1.- Tecnología	\$37.88		
menos deprec. 5%	\$35.99		
2.- Costo de organiz.	\$46.18		
menos deprec. 5%	\$43.88		
3.- Gastos preoperativos			
(op. 5, 10, 18 y 23)	0		
menos deprec. 5%	0		
TOTAL	\$79.86		
TOTAL ACTIVO	\$219.54		

Fuente: elaboración propia.

5.7 Estudio de sensibilidad

Este término financiero servirá para que la empresa tome decisiones o en este caso, para que los empresarios tomen una elección para invertir en el proyecto. Lo único que se hizo fue cruzar diferentes variables como ventas contra gastos para mostrar que no existen posibles problemas de riesgo de la inversión.

Ilustración 16 Análisis de sensibilidad de la empresa.

Análisis de Sensibilidad					
Ventas	\$1,050,000				
Gastos Fijos	\$90,000				
Gastos Variables	\$50,000				
Ganancia	\$910,000	\$1,000,000	1,250,000	1,500,000	2,000,000
	\$45,000	865000	1115000	1365000	1865000
	\$50,000	860000	1110000	1360000	1860000
Gastos variables	\$60,000	850000	1100000	1350000	1850000
	\$75,000	835000	1085000	1335000	1835000

Fuente: elaboración propia.

5.8 Alternativas de financiamiento

Debido a que la empresa está iniciando sus actividades productivas como una empresa que está emergiendo se emplearán los primeros apoyos a través de estas fuentes de financiamiento. Como primera opción se sugiere apoyarse del programa Capital Semilla, a continuación se describe lo que se menciona del programa (Secretaría de Economía, 2010: s/p).

Capital Semilla

¿Qué es el capital semilla?

Se entiende por capital semilla a la cantidad de dinero necesaria para implementar una empresa y financiar actividades claves en el proceso de su iniciación y puesta en marcha de un proyecto. Proporciona apoyo financiero temporal para el arranque de los proyectos de emprendedores que son incubados por alguna de las incubadoras de negocios que forman parte del sistema nacional de incubación de empresas de la Secretaría de Economía.

¿En qué consiste el Capital Semilla?

Consiste en proporcionar apoyo financiero temporal en forma de crédito simple a los proyectos viables de emprendedores egresados del Sistema Nacional de Incubadoras.

Usualmente este capital se destina a:

- Desarrollo de un prototipo comercial.
- Elaboración de estudio de mercado.
- Elaboración de estudio de factibilidad.
- Elaboración del plan de negocios.
- Inversiones para lanzar el producto al mercado*
- Adaptación y remodelaciones.

- Registro de patentes.
- Capital de trabajo para la operación del negocio*.
- Adquisición de maquinaria y equipo*.

Impulsar la innovación en emprendedores, micro, pequeñas y medianas empresas en productos, procesos, estrategias de mercadotecnia o estrategias de organización, su posicionamiento en el mercado y el impulso a la cultura innovadora y a la inventiva a través de dos sub modalidades:

1. Innovación orientada al desarrollo empresarial. Objeto

a) Apoyos orientados a micro, pequeñas y medianas empresas con más de 2 años en operación para la generación o mejora de productos, procesos, estrategias de mercadotecnia o estrategias de organización.

b) Apoyos orientados para emprendedores, micro, pequeñas y medianas empresas, Instituciones Educativas de nivel superior y Centros de Investigación para la creación de metodologías, contenidos, producción audiovisual o multimedia, campañas, plataformas y aplicaciones tecnológicas orientadas a difundir de manera masiva contenidos de innovación (Gestión de la innovación, Cambios en sistemas tecnológicos, Conocimientos de nuevas técnicas en áreas específicas de la innovación, Ingeniería industrial, Reingeniería de producto o proceso, Formación de extensionistas de innovación, entre otros).

2. Impulso a prototipos innovadores a través de talleres de alta especialización. Apoyos orientados a emprendedores, micro, pequeñas y medianas empresas, para el desarrollo de prototipos innovadores a través del acceso, uso de las instalaciones, y uso de equipo de los talleres de alta especialización (Fablabs y/o Makerspaces) reconocidos por el INADEM. El listado de Talleres de Alta Especialización reconocidos por el INADEM se encuentran publicados en: <https://reconocimiento.inadem.gob.mx/resultados/> 2. Vigencia de la Convocatoria. 30 días naturales a partir de su publicación. 3. Monto. \$130, 000,000.00

- Capital Riesgo

El Capital de Riesgo es la aportación temporal de recursos de terceros al patrimonio de una empresa con el fin de optimizar sus oportunidades de negocio e incrementar su valor, aportando con ello soluciones a los proyectos de negocio, compartiendo el riesgo y los rendimientos donde el inversionista capitalista busca una asociación estrecha y de mediano plazo con los accionistas originales.

Es de interés del Banco promover y apoyar la creación de Fondos de Inversión de Capital de Riesgo que sean acordes a la misión de la Institución para fomentar la inversión directa y el desarrollo económico del país. Por lo anterior, Bancomext participa como accionista de la Corporación Mexicana de Inversiones de Capital, S.A. de C.V., Fondo de Fondos, que tiene como fin constituirse como un instrumento de política económica especializado en el mercado de capital de riesgo, cuya misión es impulsar el desarrollo integral de esta industria en México bajo conceptos de rentabilidad y como un vehículo de desarrollo de la pequeña y mediana empresa. Los servicios que la Corporación Mexicana de Inversiones de Capital, S.A. de C.V. ofrece son independientes de los productos y/o servicios propios de cada uno de sus accionistas.

CONCLUSIONES

El presente proyecto de inversión tiene como base la necesidad de tener innovación de los productos y servicios de las pequeñas empresas y locales en Cozumel. Ya que estas requieren adaptarse a los cambios de la demanda de los consumidores y a las nuevas competencias. Pueden sentir la necesidad de mejorar la calidad y elevar los estándares de los mismos.

Este proyecto busca ofrecer la implementación, con apoyo de la consultoría, de instrumentos con los cuales se pueda saber cuáles son los gustos y las preferencias de los clientes por medio de una tecnología aplicada.

La consultora puede servir para mejorar las ventas a través del análisis interno y externo del proceso comercial.

Por el auge de los dispositivos tecnológicos y móviles, la competencia de las empresas se encuentra en cualquier parte del mundo, las nuevas tecnologías contribuyen a las mejoras en los resultados de las empresas. También se requiere valorar en herramientas tecnologías que puedan ayudar a conseguir resultados deseados.

El trabajo más claro realizado por una consultora incide de manera directa en la productividad de la empresa y mejorar los procesos comerciales, como mayor margen de beneficio ya sea en aumento de ventas y reducción de gastos.

Como empresa externa de los clientes, el trabajo es darle objetividad y claridad a la empresa, ya que muchas veces por ser parte de la empresa directamente hace que no se pueda ver la realidad con suficiente claridad.

Para este proyecto se sugiere actualizar los datos financieros y también hacer un estudio de mercado más amplio, por eso se optó en la entrevista del

presidente de la asociación de hoteleros de Cozumel para reforzar el análisis de mercado.

REFERENCIAS

- Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos* (6th ed.). México: McGraw-Hill.
- Bateman, T. & Snell, S. (2009). *Administración*. México: McGraw-Hill.
- Diario en línea El Economista (2014). *Población Mexicana Usuarios de Internet, 2016 de El Economista*. Disponible en:
<http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2015/05/14/444-poblacion-mexicana-usuario-internet-inegi> [10 de marzo 2016]
- Secretaria de Economía (2010). *Fondo PYME*
<http://www.fondopyme.gob.mx/2010/segmento.asp?Tema=1> [7 de diciembre 2012]
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación* (5a. ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.
- Municipio de Cozumel. (2016). *Catálogo de Programas. Marzo 2016, de Dirección de desarrollo*. Disponible en:
http://www.cozumel.gob.mx/uvtaip/pdfs/metas/mo_desarrolloeconomico.pdf [7 de julio 2016]
- Revista en línea Expansión. (2015). *La Tecnología aliada de las PyMES en 2016*. Disponible en:
<http://expansion.mx/emprendedores/2009/09/17/tecnologia-aliada-de-las-pymes> [7 de julio 2016].
- Sistema de Administración Tributaria (SAT, 2017). *Inscripción al Régimen de Incorporación Fiscal*. Disponible en:
<https://www.sat.gob.mx/personas/incorporacion-fiscal/inscripcion-y-actualizacion> [10 de marzo 2016]

Sistema de Información Empresarial Mexicano. (2016). *Listado de empresas en SIEM. Marzo 2016, de Secretaría de Economía*. Disponible en: <http://www.siem.gob.mx/siem/portal/consultas/respuesta.asp?language=0&captcha=1> [10 de marzo 2016]

Sites México. (2016). *Empresas de Asesoría y Consultoría en México*. Disponible en: <http://www.sitesmexico.com/e/empresas-asesoria-consultoria-mexico.htm> [1 de abril 2016].