



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE  
MÉXICO

---

FACULTAD DE CONTADURÍA Y  
ADMINISTRACIÓN

PROPUESTA DE PROYECTO DE INVERSIÓN,  
PARA EL INICIO DE OPERACIONES DE LA  
“TLAPALERÍA NÚÑEZ HNOS.”

DISEÑO DE UN SISTEMA O PROYECTO PARA  
UNA ORGANIZACIÓN  
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN CONTADURÍA

PRESENTA:

MARA ADRIANA ORTEGA NÚÑEZ

ASESOR:

C.P. Y MTRO. TOMÁS ROSALES MENDIETA



MÉXICO, D.F.

2010



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



---

**GRACIAS...**



- A mis Padres, Abuelos Maternos, Tíos, Tías, Hermanos, Sobrinos, Primos, en especial a la Familia Núñez Sánchez y a mi Novio porque su apoyo fue vital para mi formación profesional.
- A la Universidad Nacional Autónoma de México por haberme brindado la oportunidad de realizar mis estudios de Licenciatura y así continuar con mi desarrollo profesional.
- Al Señor Alejandro Núñez Sánchez por haberme permitido elaborar el Presente Proyecto de Inversión, basándome en su negocio, así como facilitarme todas las herramientas e información indispensable para llevar a cabo la realización del mismo.
- A mi Asesor L.C. y Mtro. Tomás Rosales Mendieta, por aceptar el cargo del mismo y brindarme su apoyo, observaciones y recomendaciones para la elaboración de este Proyecto.
- Al Prof. José Jorge C. Cardiel Hurtado, por su asesoría en el aspecto Matemático y Estadístico.
- Al Prof., L.C. Felipe A. Galindo Guerrero, por su asesoría en el aspecto Fiscal.
- A la vida por el goce, por el deleite, por el placer de ser, de existir, de coexistir y de tener una familia así de maravillosa...

A todos ellos muchas Gracias...

Mara Adriana Ortega Núñez



**DEDICADO A...**



- Josefina Núñez Sánchez, la persona más importante en mi vida, por tú gran comprensión, cariño y sobre todo por demostrarme cual es el camino del éxito, y que este documento sea un gran reconocimiento para ella, sin tu apoyo no hubiera logrado lo que soy en este momento. Gracias Mamá por darme la vida, Te Amo...
- Cristóbal Ortega Carmona, por tú cariño, apoyo y tiempo. Gracias Papá por darme la vida, Te Amo...
- Mis hermanos Maricarmen y Roberto Carlos Ortega Núñez, ya que son mi principal motivo para superarme en todos los aspectos día a día y porque además espero ser para ellos un ejemplo a seguir.
- Mis Tíos Alejandro, Hugo y Carlos Núñez Sánchez por darme su cariño y apoyo en todo momento, por estar conmigo en las buenas y en las malas. Pero sobre todo porque a cada uno de ustedes los veo como un papá, que me ha sabido guiar por el camino correcto, respetando mis decisiones y corrigiéndome cuando es necesario. "Los Quiero Mucho, Gracias por Todo".
- César Núñez Sánchez, porque tú bien sabes que te considero como mi hermano mayor, una persona en la que desde pequeña me inspire para llegar a esta etapa tan importante de mi vida. Gracias por apoyarme en cada una mis decisiones y por aconsejarme en todos los aspectos. Te quiero.
- Iván Martínez Silva, por compartir tú vida a mi lado, por apoyarme, estar conmigo y aconsejarme en los buenos y peores momentos. Sabes que este es un reconocimiento al esfuerzo que hemos ido forjando durante estos años de estar juntos. Te Amo.
- Mis angelitos, Renata, Diego, Alejandro y Sebastián. Esto es para ustedes mis niños a los que sabré guiar de manera adecuada.

Y en especial este Gran Esfuerzo que se ve reflejado en este pequeño documento va dedicado a:

- Mis tres ángeles que se encuentran en el cielo:
  - ❖ Carmen Sánchez Serrano. (q.e.p.d.)  
Abuela, este trabajo es para ti que me brindaste más que tu cariño, fuiste una estupenda segunda mamá; y a pesar de haber compartido contigo solo 14 años de mi vida aprendí mucho de ti. Se que desde el cielo me guías para ser una mejor persona. Te Quiero, Te Extraño, Siempre vivirás en mi Corazón...
  - ❖ Rubén Núñez Zúñiga. (q.e.p.d.)



---

Dedicado a una de las personas que siempre voy a llevar en mi corazón, fuiste un segundo padre para mí. Me enseñaste como forjar mi camino de manera correcta y se que donde quiera que te encuentres estarás muy orgulloso de que cumplí una meta más. Gracias por todo Papá.

- ❖ Martha Patricia Núñez Sánchez. (q.e.p.d.)  
Tía te dedico este Trabajo, y a tan pocos meses de tu partida, te seguiré recordando.

A los tres aunque no estén físicamente hoy a mi lado, se perfectamente que su espíritu me acompaña diario y me guía para ser una mejor persona. Me hacen mucha Falta.

- Dios, Gracias por permitirme vivir...

Mara Adriana Ortega Núñez

**PROPUESTA DE PROYECTO DE INVERSIÓN PARA EL INICIO DE OPERACIONES DE LA  
“TLAPALERÍA NÚÑEZ HNOS.”**

**CONTENIDO**

- Agradecimientos
- Dedicatorias
- I.** Introducción
- II.** Resumen Ejecutivo

*PRIMERA PARTE*

*CAPÍTULO 1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*

1.	Definición del Problema	1
2.	Justificación del Estudio	2
3.	Objetivos de la Investigación	3
4.	Hipótesis	3
5.	Metodología	4
6.	Variables	4

*SEGUNDA PARTE*  
**PROYECTO DE INVERSIÓN**

*CAPITULO 2 FORMULACIÓN DEL PROYECTO DE INVERSIÓN*

<b>1.</b>	<b><u>ESTUDIO PRELIMINAR DE FACTIBILIDAD</u></b>	
1.1	Antecedentes del Proyecto	5
1.2	Aspectos del Mercado	7
1.3	Aspectos Técnicos	8
<b>2.</b>	<b><u>ESTUDIO DE FACTIBILIDAD</u></b>	11
2.1	Descripción de La Empresa	14
2.2	Misión	15
2.3	Visión, Objetivo General	15
2.4	Objetivo Específico	15
2.5	Metas a Corto Plazo	15
2.6	Metas a Mediano Plazo	16
2.7	Metas a Largo Plazo	16
<b>3.</b>	<b>TAMAÑO DE LA EMPRESA</b>	16

*FASE PRELIMINAR*

<b>4.</b>	<b><u>ESTUDIO DE MERCADO</u></b>	17
4.1	Definición del Producto	17



4.2	Tamaño de la Muestra	18
4.3	Encuesta	19
4.4	Análisis de la Oferta y la Demanda	20
4.4.1	Análisis de la Demanda	29
4.4.1.1	Proyección de la Demanda	29
4.4.2	Análisis de la Oferta	30
4.5	Ventaja Competitiva	30
4.6	Objetivos de Mercadotecnia	31
4.7	Análisis de Comercialización	31
4.8	Canales de Distribución	32
<b>5.</b>	<b>ANÁLISIS FODA</b>	<b>32</b>
5.1	Conclusión del Estudio de Mercado	35
<b>6.</b>	<b><u>ESTUDIO TÉCNICO</u></b>	<b>36</b>
6.1	Ingeniería del Servicio	36
6.2	Diagrama de Flujo del Servicio	37
<b>7.</b>	<b>UBICACIÓN DE LA EMPRESA</b>	<b>38</b>
7.1	Descripción del Sitio	40
7.2	Tamaño y Distribución	41
7.2.1	Principales Factores Condicionantes del Tamaño	41
7.2.2	Identificación de Proveedores	41
7.2.3	Necesidades de Mobiliario y Equipo	42
7.2.4	Necesidades de Inmueble	42
7.3	Obra Civil e Infraestructura Requerida (Diseño de Instalaciones)	43
7.4	Organización	44
7.5	Determinación de la Plantilla Laboral	44
7.6	Organigrama de la Empresa	45
7.7	Conclusión del Estudio Técnico	46

*TERCERA PARTE*  
**PROYECTO DE INVERSIÓN**

*CAPITULO 3 ELABORACIÓN DEL ESTUDIO FINANCIERO*

*FASE FINAL*

<b>8.</b>	<b><u>ESTUDIO FINANCIERO</u></b>	<b>47</b>
8.1	Análisis Financiero	47
8.2	Período de Recuperación de la Inversión	51
8.3	Valor Presente y Valor Presente Neto	52
8.4	Índice de Conveniencia (Índice de Rentabilidad)	52
8.5	Tasa de Interna de Rendimiento	53
8.6	Conclusión del Estudio Financiero	54
<b>9.</b>	<b>ASPECTOS LEGALES</b>	<b>54</b>
9.1	Estrategias Fiscales	54

*CUARTA PARTE*  
**PROYECTO DE INVERSIÓN**

*CAPITULO 4 CONCLUSIÓN FINAL*

<b>10. CONCLUSIÓN FINAL</b>	56
<b>11. BIBLIOGRAFÍA</b>	58
<b>12. ANEXOS</b>	



## INTRODUCCIÓN

*La palabra Tlapalería proviene de la voz náhuatl tlapalli, que significa "líquido de fuego" o "color", que finalmente compuesta en el vocablo, alude al lugar donde se vende pintura y líquidos inflamables (de ahí el "líquido de fuego") además de materiales eléctricos y herramientas.*

### **Características de este tipo de negocio**

El conocimiento del Mercado es el aspecto más importante para desarrollarse y permanecer en un entorno de intensa competencia, es conocer el mercado al que un negocio se dirige para así poder satisfacer sus demandas y necesidades.

Realizar un estudio de Mercado, permite conocer a los clientes potenciales, sus hábitos, necesidades y también a la competencia, con lo que será posible justificar la viabilidad y puesta en marcha de la Tlapalería.

### ***El estudio de mercado debe considerar cuatro factores fundamentales:***

- 1.- Análisis de la Oferta.
- 2.- Análisis de la demanda, (el mercado real, el mercado potencial y la demanda insatisfecha).
- 3.- Análisis de los precios.
- 4.- Abastecimiento y Comercialización.

Se debe llevar a cabo un análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que enfrenta el negocio, brindándole un valioso apoyo en la toma de decisiones.

***En cuanto a la localización,*** se tienen que considerar los factores que determinan la buena ubicación y que ayudará a obtener la máxima tasa de rentabilidad, además hay que considerar los costos - beneficios que esta ubicación implica, así como los factores cualitativos como la limpieza y la imagen.

***En la Imagen Gráfica,*** se debe proyectar una imagen de confianza, calidad, seguridad y profesionalismo es un buen punto de partida para la Tlapalería.

***"Seguridad; Innovación y Mejora Continua",*** son sin duda alguna características esenciales con las que debe de contar un negocio de este tipo.

***En los Servicios,*** es muy importante que la Tlapalería cuente con cantidad suficiente de todo tipo de productos; ya que muchos clientes cambian al no conseguir lo que necesitan



---

o porque los precios son muy elevados, por tal motivo el consejo es estar al día y saber qué es lo que necesita la gente y tenerlo al instante.

La pequeña y mediana Tlapalería cuenta con cerca de dos mil artículos, mientras que una general llega a poseer entre 40 mil y 50 mil productos. Pero no por esta diferencia de cantidad y tamaño, la pequeña Tlapalería pierde valor en el Mercado.

Ahora bien se deben detectar aquellos artículos con mayor movimiento para optimizar los recursos en las líneas de mayor demanda e ir aumentando la oferta de materiales conforme a la demanda que se vaya dando.

Algunos productos que ofrece la Tlapalería son de:

1. Albañilería.
2. Plomería.
3. Cerrajería.
4. Tornillería.
5. Pinturas y complementos.
6. Material eléctrico.
7. Ferretería.

Por ultimo es importante resaltar que el llevar a cabo un buen Control Administrativo y Contable le da a la Tlapalería un prestigio diferente al de los demás negocios que se encuentren a su alrededor.



---

## RESUMEN EJECUTIVO

“Tlapalería Núñez Hnos.”, es una empresa dedicada a la venta de materiales de construcción y artículos de: Electricidad, Gas, Plomería, Solventes, Productos de Limpieza para el Hogar, Automóvil, etc. Ofreciendo precios accesibles y total calidad.

Así como servicios adicionales de Construcción y Mantenimiento de: Albañilería, Aluminio, Carpintería, Herrería, Instalaciones Eléctricas, Impermeabilización de Muros y Azoteas, Pintura, Plomería, Tablaroca, Vidrio, etc.

Para saber del éxito del presente proyecto se llevarán a cabo los siguientes estudios:

- Estudio Preliminar de Factibilidad.
- Estudio de Factibilidad.
- Estudio de Mercado.
- Estudio Técnico
- Estudio Financiero

Al finalizar se analizará la viabilidad de dicho proyecto.

El Estudio Preliminar de Factibilidad, se refiere a los Aspectos del Mercado y Técnicos; es decir nos dan un panorama de cómo se encuentra posicionado el producto en mercado y en cuanto al Técnico es determinar el proyecto; o sea donde será el lugar más óptimo para su posible ubicación.

El Estudio de Factibilidad, nos muestra cada una de las palabras claves para llevar a cabo una buena implementación del Proyecto.

El estudio de Mercado, permitió conocer la preferencia de los consumidores, y así poder definir el mercado meta, ya que a pesar de que existe cierta oferta de lugares que ofrecen productos de construcción, no satisfacen al cliente al 100 %.

De igual forma, identificar a los competidores nos permitió saber las características de los productos a ofrecer y los servicios a proporcionar, para así ocupar un lugar en el mercado y en la mente del consumidor.

Se llevo a cabo un estudio FODA, con el fin de analizar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que pudieran dar un panorama del crecimiento de la empresa y sus posibles limitantes, pues si bien eran algunos los aspectos negativos, los aspectos



---

positivos resultaron ser más, por lo que se determinó identificar al proyecto como viable con vías de crecimiento y de permanencia en el mercado.

El estudio Técnico sirvió para establecer el proceso del servicio desde que se recibe al cliente hasta que se despide, así como el (los) servicio (s) que se le (s) ofrecen.

También fue de gran ayuda ya que aquí es donde se muestra la ubicación de la empresa, los factores que influyeron para tomar la decisión de establecer el negocio en ese sitio.

Los proveedores que ofrecerían el mejor precio y servicio para poder hacer una correcta asignación de precios, ofreciendo calidad en productos y servicios.

Las necesidades de Mobiliario y Equipo, la Infraestructura requerida, así como el personal con el que contará el negocio.

Por último el Estudio Financiero, dio como resultado Flujos de Efectivo a Valor Presente Positivo, lo cual nos indica que el proyecto propuesto para la apertura de la "Tlapalería Núñez Hnos." tiene la capacidad de generar los recursos suficientes para garantizar, no solo la operación del negocio, sino además para cumplir con las obligaciones contraídas, con los proveedores; y en general con todos aquellos con los que se hayan contraído obligaciones (SHCP).



## CAPÍTULO 1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

*A continuación se muestran los pasos a seguir para la obtención del propósito del presente estudio, esto a través de los planteamientos del problema de investigación, la justificación, el establecimiento de los objetivos (generales y específicos), la formulación de las hipótesis así como el tipo de estudio (metodología).<sup>1</sup>*

### **1.- Definición del Problema**

#### ● Problema General

Proponer un Proyecto de Inversión, que sea financieramente viable para la “Tlapalería Núñez Hnos.”, que establezca el perfil de los clientes, así como determinar la rentabilidad de la misma, con el fin de llegar más adelante a una pronta expansión.

- ¿Cuáles son los factores que influyen en la conformación de la actitud que toman los consumidores cuando al momento de realizar una compra, buscan obtener precios accesibles, servicios y productos de calidad, de tal manera que esto beneficie para determinar la factibilidad financiera de la Tlapalería, y por consiguiente llevar a cabo su apertura?
- Conocer la zona de influencia que tienen las Tlapalerías en la Calle de Vista Hermosa, Delegación Coyoacán, para posteriormente llevar a cabo un Estudio de Mercado, que nos indique el porcentaje de personas que desean se ubique una nueva propuesta.
- Determinar la ubicación del negocio y compararlo con los establecimientos que se encuentran a su alrededor, de tal manera que se vea reflejado si es óptimo o no el lugar seleccionado para la apertura de la Tlapalería.
- Conocer cuáles son los recursos con los que debe contar la Tlapalería en cuestión, a través de la aplicación de métodos financieros, determinando con ello la factibilidad y rentabilidad.

---

<sup>1</sup> Guía para realizar investigaciones sociales  
Raúl Rojas Soriano, Editorial Plaza y Valdez Editores, pág. 62-187



## 2.- Justificación del Estudio

### ● ¿Por qué llevar a cabo este Tipo de Proyecto?

La razón más importante que me impulsó a llevar a cabo el presente proyecto es porque me resulta interesante involucrarme de manera directa en la planeación, investigación, elaboración y ejecución del mismo. Toda vez que hace aproximadamente tres años yo trabajé para este negocio. Por lo mismo adquirí cierta experiencia y decidí tomarla para llevarla a cabo como Proyecto, ya que dicho negocio no perduro, pues careció de estructura y estudios al momento de llevar a cabo la apertura.

El giro de las Tlapalerías, es uno de los más solicitados en los últimos años, puesto que este tipo de pequeñas empresas son familiares, por lo que la mayoría de las personas optan por establecerlas ya que presentan mayores ventajas ante otro tipo de negocios, debido a que registran mayor número de ingresos, así mismo la mercancía y/o productos tienen mayor tiempo de vida, comparado con los de otros giros (tienda de abarrotes, recauderías, cocinas económicas, etc.).

2

### ● ¿Para qué elaborar este Tipo de Proyecto?

Ahora bien lleve a cabo este tipo de Proyecto porque es el más óptimo para la creación de empleos, contribuye con la sociedad en el aspecto de que se ofrecerán precios accesibles, productos y servicios de total calidad, ya que el lugar donde se ubicará este nuevo establecimiento se carece de los puntos antes mencionados.

Además de que al realizar este tipo de Proyecto representa una realización personal; puesto que la inversión hecha para llevar a cabo la apertura es una de las partes más importantes, pues el negocio será totalmente de aspecto familiar, considerando además la posibilidad de ir incrementando al personal de trabajo, como así lo requiera la Tlapalería.

Con el propósito de dar respuesta al planteamiento del problema que sustenta la investigación, se opta por llevar a cabo el desarrollo y formulación de un Proyecto de Inversión.





### 3.- Objetivos

#### ● Objetivo General

Determinar la factibilidad y rentabilidad financiera de la “Tlapalería Núñez Hnos.”, a través de la elaboración de una serie de estudios, con el fin de llevar a cabo la apertura de la misma de la mejor manera y tiempo posible.

#### ● Objetivos Específicos

- Generar una mejor alternativa en: precios, servicios, materiales, productos, etc., para aquellos consumidores que desean obtener “CALIDAD Y NO CANTIDAD”.
- Identificar las necesidades de los consumidores, a través de un constante estudio de mercado, con el fin de seguir siendo para ellos la mejor opción en venta de materiales y productos de construcción.
- Mantener e Incrementar las ventas de manera constante, tomando en cuenta de que en ciertas ocasiones será difícil cumplir con este punto, para lo cual nos comprometemos a ofrecer el 100 % de calidad, a fin de que con el transcurso del tiempo el negocio prospere satisfactoriamente, de tal manera de que en un lapso de dos años se lleve a cabo la apertura de una sucursal más en el Edo. de Morelos.

3

### 4.- Hipótesis

#### ● Hipótesis de Trabajo

Hi1: La “Tlapalería Núñez Hnos.”, es factible y financieramente rentable como resultado de la demanda real por personas que habitan en la zona de Hacienda Vistahermosa, Delegación Coyoacán, las cuales se ven afectadas al no quedar satisfechas con las Tlapalerías de ese rumbo.

#### ● Hipótesis Nula

Ho1: La “Tlapalería Núñez Hnos.”, NO es una opción rentable como resultado de la demanda real por personas que habitan en la zona de Hacienda Vistahermosa,



Delegación Coyoacán, las cuales se ven afectadas al no quedar satisfechas con las Tlapalerías de ese rumbo.

## **5.- Metodología**

Al clasificar la investigación de acuerdo con el tipo de estudio se identifican dos fases: la primera fase o fase inicial se delimita como exploratorio y la segunda como de campo.

### ***Fase 1. Exploratorio***

Constituye esencialmente el “primer contacto” con el objeto de análisis. Tiene la finalidad de indagar, rastrear, sondear, averiguar, “explorar”, revisar y registrar el estado que guarda el conocimiento a través de la identificación, revisión y análisis de las fuentes primarias y/o secundarias de información afines al tema de interés.

El presente Proyecto aborda este tipo de investigación, ya que se en primera instancia se debe familiarizar con el lugar donde se ubicará la Tlapalería, así como de las actividades que se realizan alrededor del mismo.

4

### ***Fase 2. De Campo***

Se analizan peculiaridades, dimensiones, componentes o atributos esenciales de la unidad de análisis tal como ocurre en el ambiente, esto es, de manera natural. El investigador observa y reúne datos relacionados al fenómeno, más no interviene de modo alguno en el desarrollo del mismo. Algunas Técnicas de Investigación que se llevarán a cabo son:

- 1.- Observación, (Conocer acontecimientos del presente),
- 2.- Encuestas, (Obtener información de grupos o individuos accesibles, resolviendo eventualidades).
- 3.- Causas, hechos, explicaciones, relatos, (por parte de las personas que viven alrededor de la zona a estudiar).

## **6.- Variables.**

Variable Dependiente: Rentabilidad.

Variable Independiente: Mercado, Tecnología, Financiamiento, Estrategia y Organización.



## CAPÍTULO 2 FORMULACIÓN DEL PROYECTO DE INVERSIÓN

### **1.- Estudio Preliminar de Factibilidad**

#### **1.1.- Antecedentes del Proyecto**

¿Cómo surge la idea de elegir este nuevo Proyecto?

La “Tlapalería Núñez Hnos.” surgió a mediados del año 2006, cuando el Sr. Alejandro Núñez trabajaba como contratista para algunas constructoras y obras, a través del personal con el que él contaba llevaban a cabo trabajos de “Construcción y Mantenimiento de Inmuebles”. Tiempo después la experiencia con la que ya contaba en cuestión de materiales y cosas relacionadas al giro de Tlapalerías y Ferreterías, el Sr. Alejandro, tuvo la idea de abrir un negocio en el que obtuviera ganancias, que se diera la posibilidad de crecimiento en el mercado y que además él y algunos familiares pudieran atender.

Por lo que la Tlapalería fue abierta a finales del 2006, ubicada en un local de la delegación Xochimilco; transcurridos los primeros tres meses las ventas solo reflejaban ganancias para sustentar el pago de la renta, teléfono, compra de mercancía y una pequeña cantidad destinada a las ganancias, a pesar de que la mayoría de las veces las ventas de los productos se mantuvieron estables, estas no mostraban crecimiento, incluso en una que otra temporada, llegaron a bajar.

Así que a mediados del año 2008 el Sr. Alejandro tomó la decisión de no renovar el contrato de renta del inmueble, puesto que las expectativas de crecimiento que él tenía no habían dado los resultados que se esperaban.

Se desocupó el inmueble y dos meses después se inicio con la búsqueda de otros sitios, donde las ventas se mantuvieran y existiera la posibilidad de crecer como pequeña empresa.

Para saber qué lugar sería el indicado y comenzar con los preparativos de la apertura; se evaluaron diferentes tipos de opciones desde locales ubicados en la delegación nuevamente Xochimilco, Tlalpan y Coyoacán. Se realizó un análisis detallado (mismo que se mostrará más adelante), donde se puede observar que sitio tendría mayor seguridad, mayor tránsito de personas, que el retorno de la inversión fuera aceptable y que además a nivel de competencia en el mercado con otros negocios, la Tlapalería se mantuviera vigente y en el gusto del cliente.



---

Como se puede observar en el párrafo anterior, este es un claro ejemplo de que al haber carecido de un estudio preliminar, así como omitir la evaluación del mismo, se tuvo que llegar al cierre definitivo, pues no se previnieron circunstancias, ni se mostraron soluciones o propuestas que pudieran haber hecho que el negocio prosperará.

Por lo que en esta nueva oportunidad se realizará un adecuado y correcto Estudio y Evaluación para que el negocio prospere y se cumplan todos los objetivos y metas.



## **1.2.- Aspectos del Mercado**

Aquellas pequeñas microempresas como es el caso de las Tlapalerías, pierden lugar en el mercado puesto que compiten con grandes sucursales como tiendas departamentales donde ofrecen un sin fin de productos y servicios.

Sin embargo para la “Tlapalería Núñez Hnos.”, se espera tener buena aceptación por parte del consumidor, ya que ofrecerá precios accesibles, productos de diversas marcas, contará con algunos servicios adicionales (Albañilería, Aluminio, Carpintería, Herrería, Instalaciones Eléctricas, Impermeabilización de Muros y Azoteas, Pintura, Plomería, Tablaroca, Vidrio, etc.).

El local se ubicará en una zona donde existe cierto porcentaje de obras en construcción, diversos tipos de comercio, escuelas; es decir la ubicación es transitada por un gran número de consumidores.

Ahora bien desde otro punto de vista, como reto inicial se tiene a algunos metros de distancia otra Tlapalería y una Tienda las cuales venden productos de jarcería, por lo que se llevo a cabo una encuesta para saber los precios que manejan, así como los tipos de productos y marcas que ofrecen.



### 1.3.- Aspectos Técnicos

#### Determinación del Proyecto

Para determinar qué tipo de proyecto se llevaría a cabo se hizo por medio de un análisis de viabilidad el cual consiste en evaluar los tres sitios propuestos para la nueva apertura, en este caso los sitios propuestos fueron:

- Coyoacán.
- Tlalpan.
- Xochimilco.

Primero se estableció una lista de objetivos que para el Sr. Alejandro, eran indispensables que el sitio cumpliera. Los objetivos son los siguientes:

- Mejor ubicación.
- Seguridad.
- Mayor tránsito de personas.
- Retorno de la Inversión.
- Crecimiento en el Mercado.

Ahora bien para llevar a cabo la evaluación de los sitios propuestos, se llevo a cabo una metodología<sup>1</sup>, la cual a través de la elaboración de cuadros nos mostró que propuesta fue la más favorable. A continuación se muestra el procedimiento llevado a cabo así como su respectiva explicación:

#### OBJETIVOS DE LOS SITIOS PROPUESTOS

TABLA 1

OBJETIVOS DE LA INVERSIÓN	Coyoacán	Tlalpan	Xochimilco	PROMEDIO TOTAL
Mejor ubicación	29%	28%	26%	0.28
Seguridad	24%	24%	18%	0.22
Mayor tránsito de personas	26%	27%	37%	0.30
Retorno de la Inversión	11%	11%	10%	0.107
Crecimiento en el Mercado	10%	10%	9%	0.097
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>1</b>

<sup>1</sup> Metodología para una análisis de viabilidad, "El Proyecto de Inversión como estrategia gerencial C.P. Carlos E. Pacheco Coello, M.A. Gabriel J. Pérez Brito, Editorial IMCP, pág. 26



La Tabla 1, sirvió para determinar los objetivos principales que se buscan al implementar el negocio.

En la columna de lado izquierdo se colocan los objetivos que se consideran importantes, después cada inversionista debe distribuir 100 % en este caso entre los cinco objetivos designados para posteriormente determinar un promedio de cada uno de ellos y así conocer cuáles son las prioridades del inversionista.

Se observa que en el objetivo de Mejor Ubicación se le asignaron porcentajes que totalizaron 0.83 dividido entre los tres lugares propuestos, se obtuvo un promedio de 0.28, con respecto al objetivo de seguridad el promedio obtenido fue de 0.22, en cuanto al objetivo de mayor tránsito de personas obtuvo 0.30, quedando los objetivos de retorno de la inversión y crecimiento en el mercado con 0.107 y 0.097 respectivamente.

Concluyendo que el objetivo de Retorno de la Inversión alcanzó el promedio más alto.

9

## CALIFICACIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS SITIO PROPUESTO<sup>2</sup>

TABLA 2

DELEGACIONES	CALIFICACIÓN DE CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS				
	1	2	3	4	5
Coyoacán	9.5	9	8.5	9	9
Tlalpan	9	8	9	9	9
Xochimilco	8	7	9.5	8	8

La tabla 2 se realiza para que el inversionista califique en la escala del 1 al 10 la importancia de que los lugares propuestos para la apertura de la Tlapalería cumplan con cada uno de los objetivos planteados. Tomando como calificación más alta el 10 y menos importante el 1.

<sup>2</sup> Metodología para una análisis de viabilidad, "El Proyecto de Inversión como estrategia gerencial C.P. Carlos E. Pacheco Coello, M.A. Gabriel J. Pérez Brito, Editorial IMCP, pág. 222



## PROMEDIO DE CALIFICACIÓN Y CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS<sup>3</sup>

TABLA 3

	OBJETIVOS						SUMA	PRIORIDAD
	1	2	3	4	5			
DELEGACIONES	0.28	0.22	0.30	0.107	0.097			
Coyoacán	<b>2.66</b>	<b>1.98</b>	<b>2.55</b>	<b>0.96</b>	<b>0.87</b>	<b>9.026</b>	<b>1</b>	
Tlalpan	2.52	1.76	2.70	0.96	0.87	8.816	2	
Xochimilco	2.24	1.54	2.85	0.86	0.78	8.262	3	

Por último la elaboración de esta tabla es con el objetivo de sacar un promedio el cual se obtiene multiplicando la calificación de cada uno de los objetivos y el promedio obtenido de los lugares propuestos. Con base a la suma de ese promedio se determina la prioridad del sitio propuesto.

Como se puede observar la Delegación Coyoacán obtuvo como calificación en el objetivo Mejor Ubicación 9.5, esta multiplicada por 0.28 que fue el resultado que obtuvo de ese mismo objetivo nos da un resultado de 2.66, aplicando este mismo procedimiento a las demás columnas obtenemos cada uno de los resultados, los cuales se toman en cuenta para la toma la decisión sobre que sitio se elegirá.

Y en aprobación de esas calificaciones así como de la opinión del inversionista; el Sr. Alejandro Núñez, se decidió que la delegación Coyoacán era la más adecuada para la apertura de la Tlapalería.

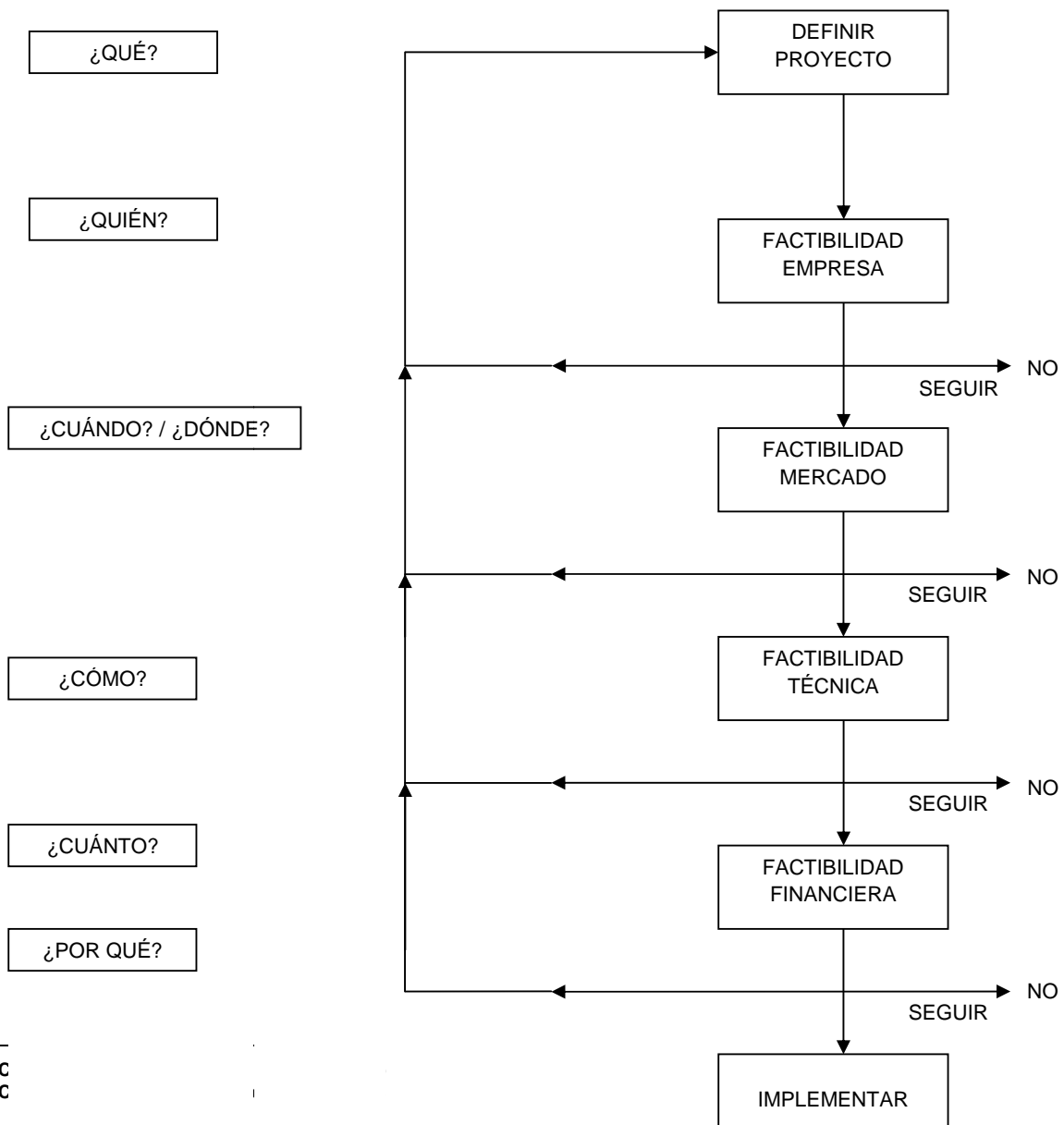
<sup>3</sup> Metodología para un análisis de viabilidad, "El Proyecto de Inversión como estrategia gerencial C.P. Carlos E. Pacheco Coello, M.A. Gabriel J. Pérez Brito, Editorial IMCP, pág. 222





## 2.- Estudio de Factibilidad

Para definir si el Proyecto elegido era factible o no, se recurrió a una serie de estudios en los que se incluyeron ciertos cuestionamientos como los que se presentan en el siguiente cuadro<sup>4</sup>:



<sup>4</sup> C  
C



Las preguntas clave para un estudio de Factibilidad son<sup>5</sup>:

- **¿Qué?**, Para definir el proyecto que se desea implementar.
- **¿Quién?**, Para saber que persona lo desarrollará o implementará. Una vez definido el proyecto, se pregunta si la empresa tiene la posibilidad de hacer el proyecto. Si la respuesta es negativa, existen dos opciones: la primera que se deseché el proyecto; la segunda, que se vuelva a definir el proyecto hasta llegar a uno que sea posible para la empresa. Una vez que la respuesta sea afirmativa el proyecto pasa al siguiente nivel.
- **¿Cuándo y Dónde?**, Esto, con el propósito de saber en qué fecha y en qué lugar es conveniente iniciarlo, lo cual indica la factibilidad del mercado. Si la respuesta es negativa existen dos alternativas: la primera que se repruebe el proyecto; la segunda, que se vuelva a definir la fecha y el lugar hasta encontrar aquéllos que sean posibles para el mercado. Una vez que la respuesta sea afirmativa el proyecto pasa al siguiente nivel.
- **¿Cómo?**, Con el objeto de saber qué métodos, estrategias y/o técnicas se van a emplear. Si la respuesta es negativa, encontramos dos situaciones: la primera, que se elimine el proyecto o que se vuelva a definir la técnica hasta encontrar la que sea posible realizar. Una vez que la respuesta sea afirmativa, el proyecto pasa al siguiente nivel.
- **¿Cuánto?**, Para saber la cantidad que se le invertirá, cuánto nos generará y en cuánto tiempo; esto representa la factibilidad financiera de poder hacer el proyecto. Si la respuesta es negativa, se puede desechar el proyecto o se debe volver a definir la factibilidad financiera hasta encontrar la apropiada; una vez que la respuesta sea afirmativa, se realiza la siguiente pregunta.
- **¿Por Qué?**, Para saber cuál es la razón por la que queremos o pensamos iniciar la operación.

12

<sup>5</sup> Cuadro del Estudio de Factibilidad. "El Proyecto de Inversión como estrategia gerencial C.P. Carlos E. Pacheco Coello, M.A. Gabriel J. Pérez Brito, Editorial IMCP, pág. 23 y 24



---

Una vez contestadas las dos preguntas anteriores, si son negativas se deben redefinir; si la respuesta es afirmativa; se procede a implementar el proyecto.

**En la Figura anterior** se señalan los pasos a seguir para determinar el proyecto a implementar.

En cada una de las preguntas se tiene la opción de redefinir el proyecto si es que la respuesta que obtuvimos no fue lo factible.

El estudio de factibilidad es una condición para el éxito en la implantación de un proyecto, por lo que se debe tener claro lo que se desea alcanzar; es decir; preguntar “Qué”, lo cual una vez definido, se pasa a verificar la factibilidad de que el proyecto pueda ser llevado a cabo por una empresa y cuál es la estructura tanto legal, organizacional y financiera que se debe adoptar.

Si la factibilidad es negativa, se niega el proyecto o se redefine en Joint Venture (alianzas estratégicas), se sigue el paso de determinar si existe factibilidad de mercado; es decir, analizar la demanda, oferta (quienes ofrecen el proyecto y su posicionamiento) y cuál es el mercado meta en este aspecto. Se recomienda ser cauteloso al momento de definirlo. Si la factibilidad es negativa, se niega el proyecto y se redefinen otras oficinas de mercado. Si la respuesta se vuelve positiva se pasa al “Cómo”, es decir, a verificar la ingeniería del producto y la ingeniería del proyecto.



## 2.1.- Descripción de la Empresa

El mercado de las Tlapalerías y Ferreterías, han ido en aumento en los últimos años. Pero solo aquellos negocios que deciden renovarse continuamente y satisfacer las necesidades de los consumidores, así como ofrecer precios relativamente bajos en comparación con sucursales de mayor tamaño son las que prevalecen.

Me pareció atractivo desarrollar este tipo de giro, ya que comparado con otro tipo de servicios la mercancía que se ofrece al consumidor tiene mayor tiempo de caducidad, inclusive algunos productos no la tienen, haciendo que haya menos pérdidas, ya que en algún momento la mercancía puede ser vendida o en algunos casos ser devuelta si así se acuerda con el proveedor.

“Tlapalería Núñez Hnos.”, ofrecerá precios accesibles, productos de calidad, enfocados a diferentes tipos de consumidores principalmente los que se dedican a la construcción, a la limpieza del hogar, inclusive jóvenes que requieren de material para la elaboración de sus tareas.

El mayor reto lo constituye el hecho de que el ciclo de vida de este negocio puede llegar a ser corto sino se tiene la suficiente capacidad para renovarse, para ofrecer calidad y sobre todo hacer que el cliente se vaya satisfecho con el deseo de regresar. Pero si consideramos los aspectos antes mencionados se puede superar cualquier obstáculo.

Las adaptaciones de la localización comenzarán en el mes de Enero y la apertura oficial será al público en el mes de Junio del año 2010.

Se consideran objetivos primarios a lograr:

- Retorno de la inversión.
- Permanencia en el mercado.
- Rentabilidad.
- Expansión.



## **2.2.- Misión**

**“Ofrecer servicios de calidad, para lograr expansión en el mercado”**

- Brindar a los clientes un servicio de primera a través de la venta de Productos de diferentes marcas y gran calidad para la construcción y mantenimiento, limpieza, etc.,
- Ofrecer sugerencias y servicios adicionales para que el cliente se vaya satisfecho y con la confianza de regresar.

## **2.3.- Visión, Objetivo General**

Posicionar este negocio como líder de las Tlapalerías y Ferreterías dentro de la zona en que se ubicará, ser la preferencia de los consumidores, a través del excelente servicio, los mejores productos, y la mejor atención hacia los mismos.

Se pretende llegar a aquellas personas que buscan productos de precios accesibles y de buena calidad, y que además necesitan apoyo para realizar alguna actividad relacionada a la construcción o mantenimiento.

## **2.4.- Objetivo Especifico**

- Que los productos sean competitivos, tanto en precio, como en calidad.
- Contar siempre con la mayor cantidad posible de productos y mercancía.
- Tener más de una marca en la mayoría de los productos para que el cliente compare al momento de la compra.

## **2.5.- Metas a Corto Plazo**

- Lograr buena aceptación por parte de los clientes.
- Introducir la mercancía necesaria para abastecer a los clientes.
- Introducir una impresora de tickets.
- Introducir notas de venta personalizadas, con su respectivo sello de venta.
- Contar con el servicio de 2 proveedores durante el primer año.



---

## **2.6.- Metas a Mediano Plazo**

- Diseñar una página de internet personalizada.
- Dar mantenimiento al lugar y expandirlo para introducir más productos.
- Colocar código de barras a cada uno de los productos para agilizar su venta.
- La adquisición de una camioneta (adicional) para reparto a domicilio.

## **2.7.- Metas a Largo Plazo**

- Contar con una cartera razonable de clientes para llevar a cabo servicios de construcción.
- Mantenernos en el gusto de la gente y ofrecerles cada día un excelente servicio.
- Abrir una sucursal en Jiutepec, Estado de Morelos.

16

## **3.- Tamaño de la Empresa**

El negocio será creado como pequeña empresa, el cual será ubicado en un local de espacio amplio para llevar adecuadamente la venta de los productos, así como para el acomodamiento de la mercancía. Y procurando que el cliente se sienta a gusto al momento de la compra, con la confianza de haber obtenido “Calidad y Buen Precio”.



## **4.- Estudio de Mercado**

### **4.1.- Definición el Producto**

“Tlapalería Núñez Hnos.”, ofrece Materiales de Construcción y Artículos de: Electricidad, Gas, Plomería, Solventes, Productos de Limpieza para el Hogar, Limpieza para el Automóvil, etc.

Servicios de Construcción y Mantenimiento de: Albañilería, Aluminio, Carpintería, Herrería, Instalaciones Eléctricas, Impermeabilización de Muros y Azoteas, Pintura, Plomería, Tablaroca, Vidrio, etc.

En las encuestas llevadas a cabo se obtuvo como resultado que la mayoría de la gente está dispuesta a conocer esta nueva propuesta y adquirir sus productos, puesto que en la otra Tlapalería ubicada a algunos metros de distancia de donde se ubicará esta, los precios son muy altos y carecen de ciertos productos que la gente requiere.

Una vez realizada la apertura de la Tlapalería, se pretende llevar a cabo una continua investigación (estudio de mercado), esto con el fin de que proponer al consumidor nuevos productos, así como mejorar día a día el servicio y sobre todo el compromiso con los clientes.



#### 4.2- Tamaño de la Muestra<sup>6</sup>

La “Tlapalería Núñez Hnos.”, aplicará una encuesta con la finalidad de medir que influencia tienen los precios, la calidad y el servicio; que ofrecen las Tlapalerías que se encuentran a cierta distancia de donde será ubicada la muestra. La proporción es del 5%. Se desea un 90% de confianza, con un error de  $\pm 10\%$ . ¿Qué tamaño de muestra se requiere?

$$n = Z^2 \frac{p \cdot q}{e^2}$$

**n** = Tamaño de la muestra representativa que deseamos obtener.

**Z<sup>2</sup>** = Valor correspondiente a la distribución de Gauss (siendo el nivel de confianza elegido).

**p** = Proporción en que la variable estudiada se da en la población. Prevalencia esperada del parámetro a evaluar. En caso de desconocerse, aplicar la opción más desfavorable ( $p=0.5$ ) que hace mayor el tamaño muestral.

**q** =  $1 - p$

El valor para 95 % es:  $(.90/2) = 0.450$  lo cual en la tabla nos dice que el valor es: 1.64

$$n = (1.64)^2 \frac{(0.5) \cdot (0.5)}{(0.10)^2}$$

$$n = (2.6896) \frac{0.25}{0.010}$$

$$n = (2.6896) * 25$$

$$n = 67.24 \quad \mathbf{67}$$

Esto quiere decir que se tendrán que llevar a cabo **67 encuestas** para saber la respuesta del consumidor.

<sup>6</sup> Apuntes de Estadística I y II







#### 4.4.- Análisis de la Oferta y la Demanda

Para obtener información veraz y confiable, acerca del Estudio del Mercado, se decidió aplicar un método de campo, el cual consiste en emplear encuestas a una muestra previamente seleccionada, según al mercado que estará dirigido.

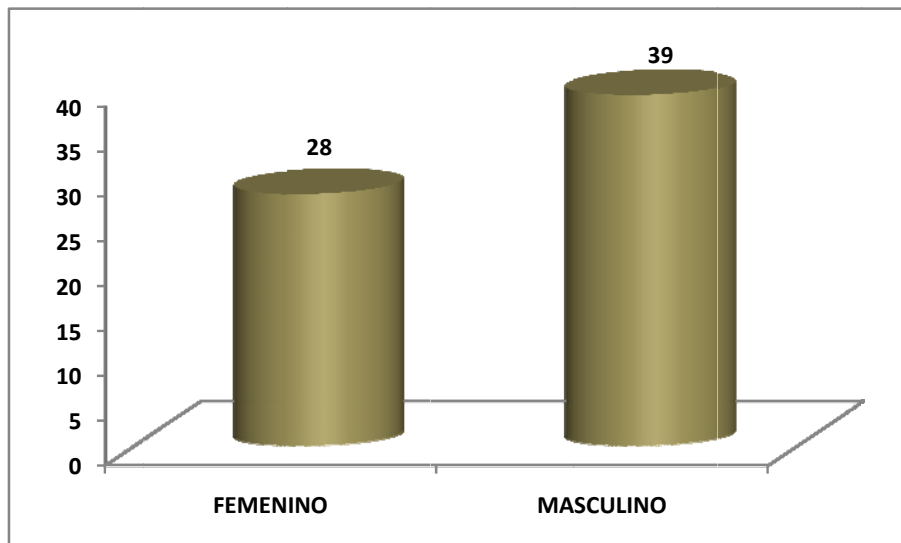
Los resultados de cada una de las preguntas que formaron parte de la encuesta, fueron de mucha ayuda para llevar a cabo el análisis de la oferta y la demanda.

Los cuales se presentan a continuación:

#### “Tlapalería Núñez Hnos.”



Sexo: F ( ) M ( )



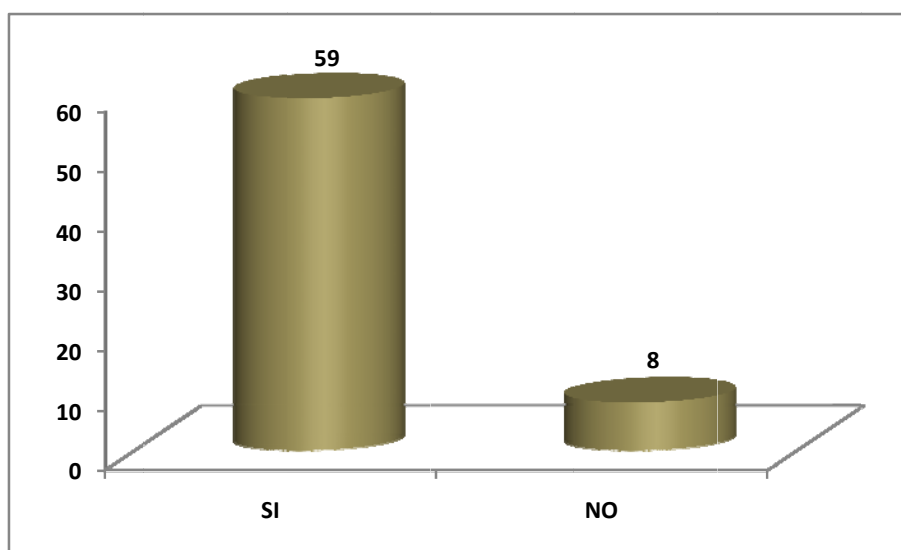
Del total de las personas encuestadas, 28 son hombres y 39 son mujeres, esto nos indica que a pesar de que el negocio va dirigido a personas que se dedican a la construcción, mantenimiento y reparación; la afluencia de mujeres es mayor en esta zona.



### “Tlapalería Núñez Hnos.”



#### 1.- Acostumbra comprar productos en Tlapalerías pequeñas.



21

En esta gráfica podemos observar que la mayoría de las personas encuestadas suele comprar en Tlapalerías pequeñas, lo cual significa que sería un buen mercado meta.

### “Tlapalería Núñez Hnos.”



#### 2.- ¿Por Qué?

Los resultados obtenidos en esta pregunta muestran que la mayoría de las personas suelen adquirir productos en Tlapalerías pequeñas, debido a que les quedan más cerca

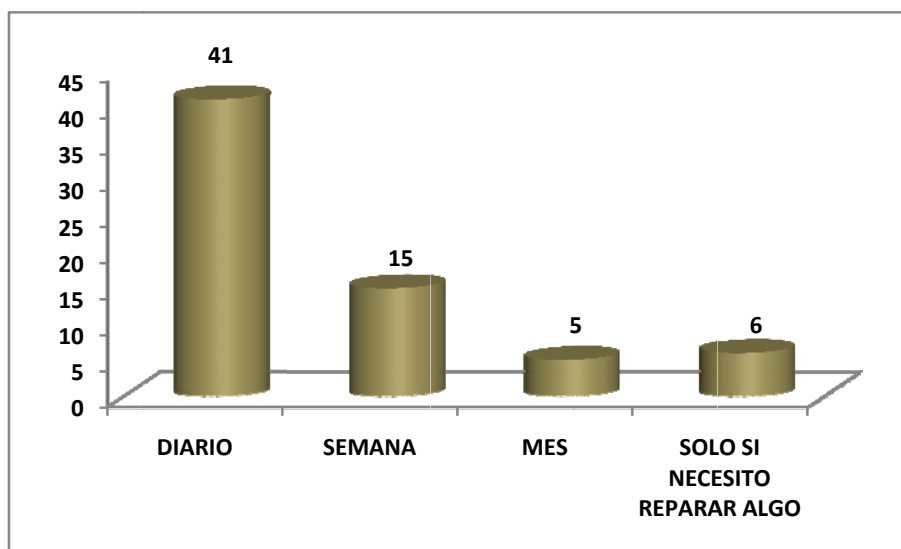


de sus hogares o lugares de trabajo; incluso porque los precios son más accesibles que en las tiendas de prestigio.

### “Tlapalería Núñez Hnos.”



### 3.- ¿Con qué frecuencia adquiere productos en la Tlapalería?



22

De acuerdo con las encuesta llevada a cabo, se puede observar que la mayoría suele comprar ya sea diariamente o semanalmente productos en la Tlapalería y solo muy poca llega a comprar en caso de necesitar algún producto. Esta es una muy buena señal de que los clientes recurrirán constantemente a adquirir nuestros productos o servicios.

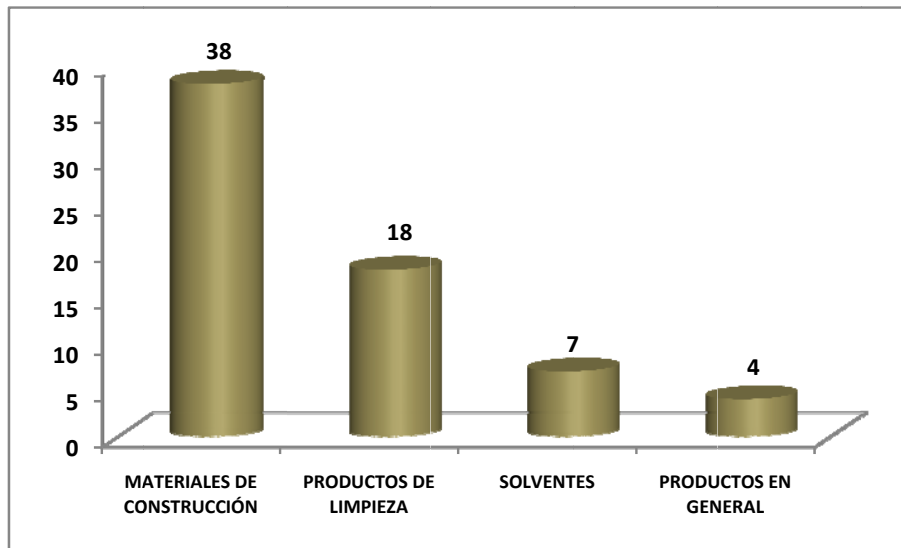
Es importante resaltar que el lugar donde ubicaremos el negocio, se caracteriza porque ahí se llevan a cabo diversas obras de construcción para casas-habitación, estará cerca de pequeñas zonas residenciales, escuelas, pequeñas empresas, laboratorios, negocios, de diferentes tipos de giro, etc., por lo que se espera tener buena aceptación por parte del consumidor.



### “Tlapalería Núñez Hnos.”



#### 4.- ¿Qué tipo de productos suele comprar en la Tlapalería?



Debido a las respuestas que se reflejan en las encuestas la mayoría opta por comprar material de construcción siguiendo como segunda opción la compra de productos en general, esto significa que para la gente es importante que una Tlapalería venda productos tanto de construcción como productos de limpieza, así como artículos para el mantenimiento del hogar.

Nota: Al momento de llevar a cabo esta pregunta la gente comentaba que incluso en ocasiones suelen ir a comprar algunos artículos de Papelería como: lápices, gomas, clips, bicolores, marcadores. Por lo que se tomó muy en cuenta cada una de estas respuestas puesto que “Tlapalería Núñez Hnos.” ya tenía contemplado la introducción de dichos productos, pero una buena opción sería contar con algunos productos adicionales de

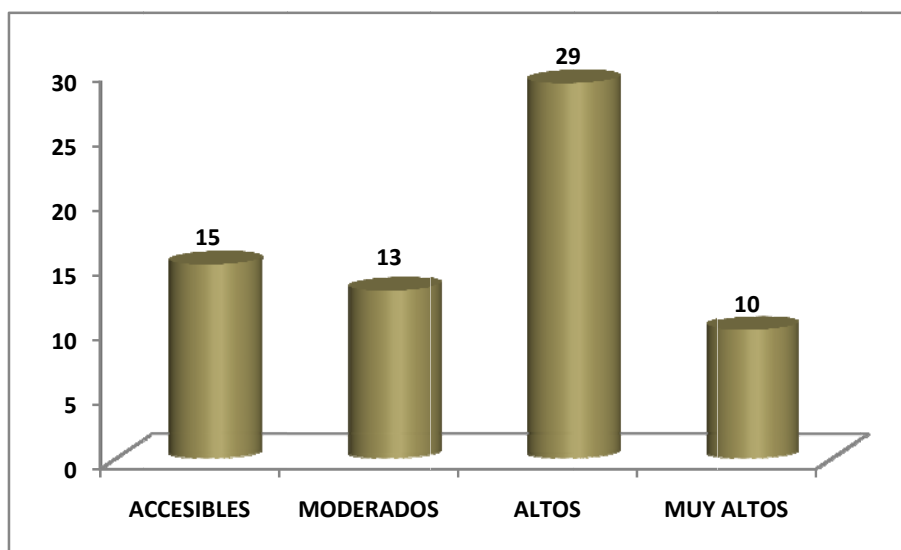


papelería pues así se logrará obtener más clientes y ser diferente a las demás Tlapalerías del rumbo al contar con gran diversidad de productos y servicios.

### “Tlapalería Núñez Hnos.”



#### 5.- ¿Cómo calificaría los precios de la(s) Tlapalería(s) y/o Comercio(s), donde compra?



24

En esta gráfica se observa que la mayoría de la gente encuestada nos comentó que los precios que ofrecen los negocios o demás tlapalerías a donde suelen comprar son altos y que esperan que bajen algunos productos básicos, porque hay ocasiones en las que tienen que andar buscando lugares donde les ofrezcan esa misma mercancía a un bajo costo. Para esta nueva Tlapalería es una excelente oportunidad ya que se ofrecerán precios accesibles y se espera mantenerlos lo más que se pueda.

Nota: Al momento de concluir con las encuestas se procedió a llevar a cabo un pequeño estudio de precios a donde se acudió a cada una de los comercios y tlapalerías cercanas y preguntar por algunos productos y mercancías, obteniendo como resultado que

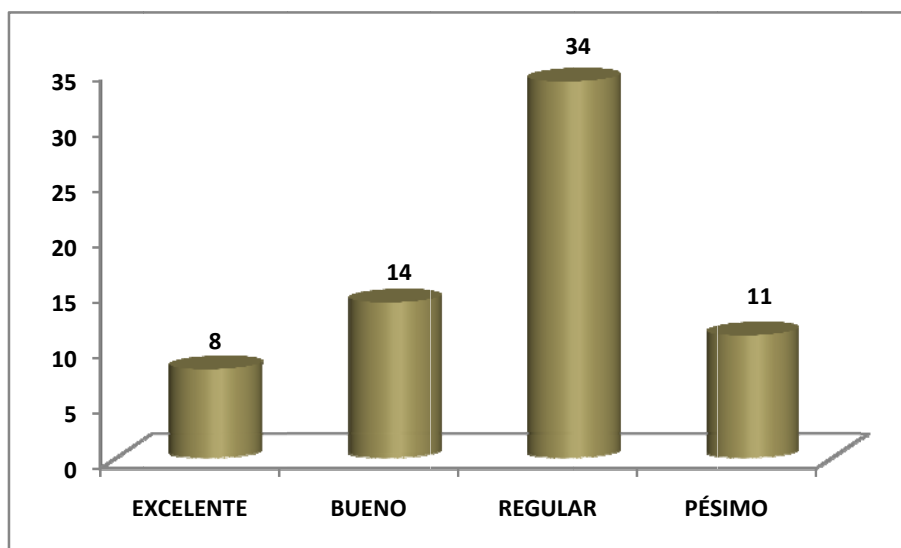


efectivamente los precios son altos y que además ofrecen pocas opciones en cuanto a las marcas que manejan.

### “Tlapalería Núñez Hnos.”



#### 6.- ¿Cómo calificaría el tipo de servicio que le dan en la(s) Tlapalería(s) y/o Comercio(s), donde compra?



25

La mayoría de la gente comentó que es regular el trato que se les da al momento de adquirir productos. Y efectivamente pudimos constatar que la mayoría de los negocios a los que se acudieron para llevar a cabo el estudio de la pregunta anterior son demasiado serios para vender, porque en algunos locales ni el saludo se ofrece, se observó también que carecen de otras opciones que se pudieran ofrecer en cuestión a los artículos que venden, además de que en caso de no contar con algún producto, tratan de conseguir la mercancía.

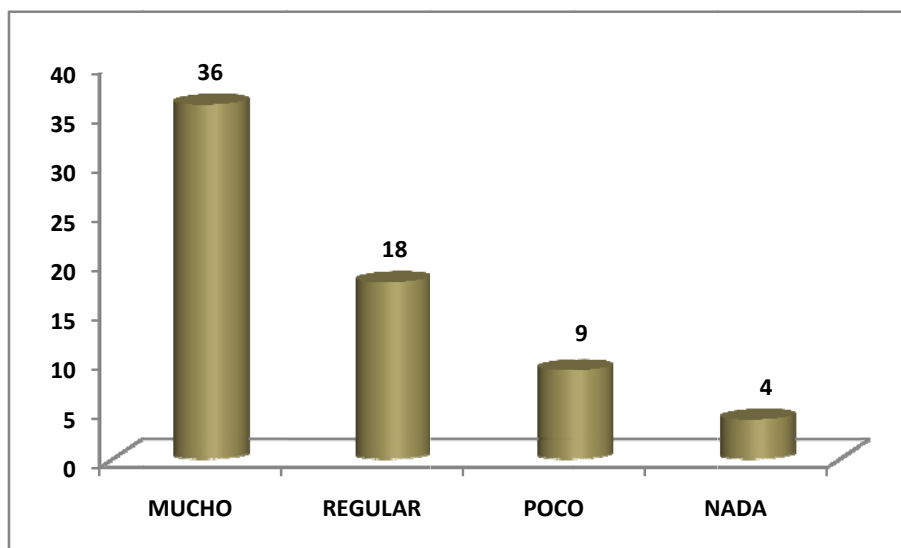


No muestran interés por que el cliente se vaya satisfecho e incluso no ofrecen servicios adicionales. Con esto se concluyó que es una excelente oportunidad para satisfacer a aquellos clientes que buscan excelente un servicio al momento de una compra y así posicionarnos en el gusto de ellos.

### “Tlapalería Núñez Hnos.”



#### 7.- ¿Qué tan importante es para usted los días y los horarios de servicio?



26

Aquí podemos observar que tanto los días como el horario de servicio son de suma importancia para los consumidores, puesto que los demás negocios no tienen fijado un horario y en algunas ocasiones tienden a cerrar por varios días sin previo aviso.

Tomando en cuenta estos resultados se facilitan más las posibilidades de ganar preferencia en dicha zona, ya que se ha decidido implementar un horario accesible en el





cual el cliente este confiado de que puede acudir a comprar cualquier tipo de mercancía, asegurandose de que el establecimiento estará abierto.

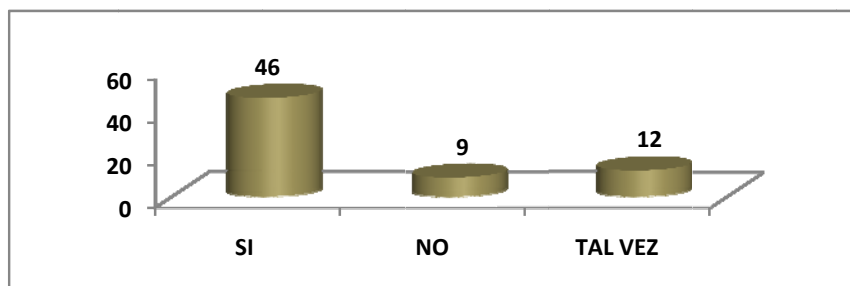
Además de que “Tlapalería Núñez Hnos.” se comprometerá a avisar con anticipación cuales será (n) el (los) día(s) en que no se abriría. Esto con la finalidad de no perder clientes y darles a entender cuanto significa para nosotros que ellos sigan adquiriendo productos y servicios con nuestro establecimiento.

### “Tlapalería Núñez Hnos.”



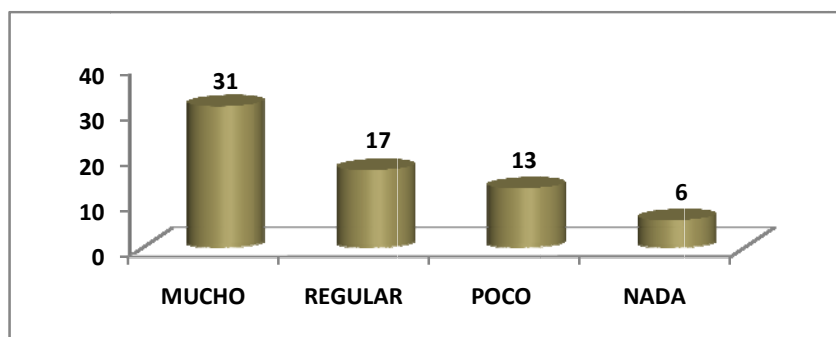
27

#### 8.- ¿Estaría dispuesto a comprar en otra Tlapalería?



Los resultados que refleja esta gráfica son de suma importancia porque es aquí donde se pudo constatar si el cliente está dispuesto a comprar en otro lugar, y que mejor opción que “Tlapalería Núñez”, ya que se atenderá al cliente de la mejor manera. Se le ofrecerá diversas opciones de productos, marcas, servicios adicionales, etc.

#### 9.- ¿Qué tan importante es para usted la ubicación de una Tlapalería?



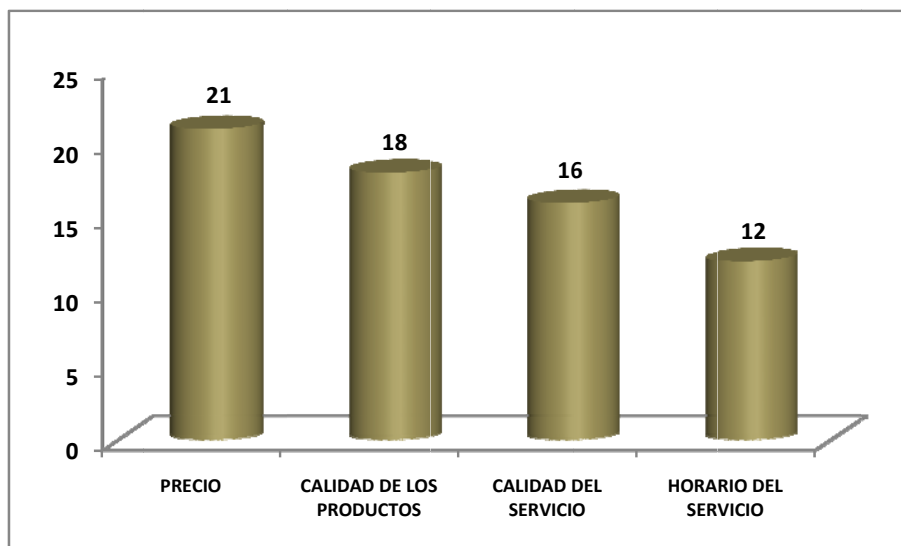
Como puede apreciarse del total de personas encuestadas la mayoría señalaron que es muy importante la ubicación del lugar donde suelen comprar material de construcción, productos de limpieza, solventes, etc.

Esto nos indica que entre más céntrico se ubique el negocio, mayor porcentaje de gente acudirá sin ningún problema. Sin duda significa un gran punto a nuestro favor, debido a que la zona donde se ubicará el negocio es transitada por un gran número de personas.

### “Tlapalería Núñez Hnos.”



10.- ¿Qué cree que puede hacer la diferencia entre esta nueva Tlapalería y las que se encuentran a su alrededor?





De acuerdo con las personas encuestadas, el factor que consideran hace la mayor diferencia entre las Tlapalerías a las que suelen acudir así como las ubicadas a su alrededor y “Tlapalería Núñez Hnos.”, al haber obtenido la más alta puntuación, es el precio, siguiéndole la calidad del producto y quedando por muy poca diferencia la calidad y el horario de servicio en última posición.

Con estos resultados se puede concluir: Que la mayoría de la gente al momento de acudir a una Tlapalería a adquirir algún producto o mercancía es muy importante que los precios sean accesibles, que la calidad de los mismos sean de primera, que el servicio que se les brinde sea de lo mejor, esto con la finalidad de que sientan seguridad y con la confianza de querer regresar a adquirir productos. De igual manera para el cliente es importante saber el horario de apertura y cierre del negocio puesto que este y los otros factores antes mencionados van de la mano para saber si el cliente muestra interés hacia esta nueva Tlapalería.

#### **4.4.1.- Análisis de la Demanda**

Con la finalidad de llevar el análisis de la demanda, se realizó la aplicación de una encuesta, a través de la cual se obtuvo información de suma importancia para poder determinar el mercado-objetivo.

De esta manera por medio de dicha encuesta, se conoció información que ayudará a establecer la calidad, características, precios, productos y el tipo de servicio que se ofrecerán en ella.

Los resultados obtenidos son los siguientes:

- Con base en los resultados, se observó que la mayoría de la gente encuestada suele comprar en tlapalerías pequeñas, porque quedan más cerca de sus hogares, lugares de trabajo, etc. Además de que consideran que los precios son más accesibles que en otras sucursales de mayor tamaño.
- Se encontró que la mayoría de la gente suele comprar diario en la Tlapalería puesto que requieren de material de construcción, quedando como segunda opción el de productos en general y de igual forma la compra de manera semanal ya que en este grupo quedan las personas que llevan a cabo reparaciones o ajustes en sus hogares. Siendo como última opción, las personas que necesitan productos de limpieza y algunos solventes.



- La mayoría de las personas están dispuestas a comprar en otra Tlapalería, ya que los resultados de algunas preguntas y relacionadas entre sí, se observa que la gente no está conforme con los lugares donde suelen comprar ya sea porque tiene mal servicio, carecen de calidad, los precios son altos e incluso el horario de servicio es muy corto.
- Ahora bien “Tlapalería Núñez Hnos.” se compromete a ofrecer los factores señalados en el punto anterior, por lo que al observar el resultado de la última pregunta, efectivamente el cliente en general desea obtener todo eso al momento de la compra.

#### **4.4.1.1.- Proyección de la Demanda**

La demanda de que el cliente acuda a la “Tlapalería Núñez Hnos. “, se incrementará en el primer año 10 % y en los siguientes años el 5 %.

30

#### **4.4.2.- Análisis de la Oferta**

El mercado de las Tlapalerías, se caracteriza por ofrecer materiales, productos, solventes, etc., a un menor precio que los que se ofrecen en tiendas de autoservicio de mayor tamaño.

Además de que van dirigidas a personas que se dedican a la construcción, las que necesitan llevar a cabo algún tipo de reparación en su hogar, para aquellas amas de casa, estudiantes que requieren de material para la elaboración de sus trabajos escolares.

Ahora bien para identificar la Oferta de las Tlapalerías que existen alrededor del lugar que será el lugar de operaciones, me base en las respuestas y opiniones de los encuestados, y como resultado se obtuvo que el consumidor desea comprar materiales y productos a buen precio, de buena calidad y recibir un trato cordial al momento de la compra.

Existen otros lugares del mismo giro, que significan competencia, podemos encontrar pequeños negocios que venden mercancía similar a la de la Tlapalería, Tiendas de Pinturas e incluso Tiendas de Autoservicio de mayor tamaño.

#### **4.5.- Ventaja Competitiva**



- Ofrecer servicios de calidad.
- Ofrecer precios accesibles.
- Introducir diversas marcas para que el consumidor elija la que más le convenga.
- Ofrecer servicio en un horario de 9 am a 8 pm, de Lunes a Viernes, los Sábados de 9 am a 5 pm, con opción de abrir de uno a dos Domingos por mes según así lo reflejen las ventas.
- Ofrecer servicios y trabajos adicionales de: Albañilería, Aluminio, Carpintería, Herrería, Instalaciones Eléctricas, Impermeabilización de Muros y Azoteas, Pintura, Plomería, Tablaroca, Vidrio, etc.
- Ofrecer la venta al mayoreo de ciertos productos (bultos de arena, cal, cemento, pegazulejo, yeso, etc.).

31

#### **4.6.- Objetivos de Mercadotecnia**

- Posicionar en la mente del cliente “Tlapalería Núñez Hnos.”, como la mejor opción en el área de Vista Hermosa delegación Coyoacán.
- Llevar a cabo ofertas y promociones por lo menos dos o tres veces al año.
- Mantener la calidad y el prestigio de la Tlapalería.

#### **4.7.- Análisis de Comercialización**

- Introducción al Mercado.
- Se llevarán a cabo varias estrategias de publicidad para dar a conocer la Tlapalería entre ellas:
  - Dos mantas grandes en lugares estratégicos de la Av. Vista Hermosa y Cafetales, que es donde existe la mayor afluencia de gente.



- Colocar una manta personalizada en la parte superior del local y dos pequeñas a los lados.
- Una manta mediana personalizada, en la parte de afuera con vista a ambos lados, para que aquellas personas que transitan en la calle en ambos sentidos puedan ubicar más rápido el lugar y ver los servicios que se ofrecen.
- Llevar a cabo la repartición de folletos.
- Obsequiar algunas tarjetas de presentación personalizadas a los clientes, (al momento de la compra de algún producto).
- Publicar en los folletos las promociones que se ofrecen por apertura.
- Se diseñara una página web, la cual brindara información al público acerca de la Tlapalería, su concepto, productos, servicios que ofrece, promociones especiales, ubicación, horario de servicio, etc.

32

#### **4.8.- Canales de Distribución**

En el local ubicado en Hacienda Vista Hermosa esquina con Anáhuac 25-B, Col. C.T.M. Culhuacán, Sección X C.P. 04950; Delegación Coyoacán en México D.F.

#### **5.- Análisis FODA**

##### **FORTALEZAS**

###### **● La capacidad de diferenciación con otras Tlapalerías del rumbo.**

El Precio, la Calidad y el Servicio son los factores clave para el éxito de una Tlapalería, el Sr. Alejandro Núñez al ofrecer una alternativa para una gran variedad de consumidores y edades, lo que sitúa su negocio en una posición de ventaja frente a la competencia que tiene cerca de su local. La diversidad de marcas y productos permite que el cliente pueda elegir a su gusto.



### ● **Horario de Servicio.**

Se han establecido tanto los días como los horarios de servicio de manera diferente a los de la competencia, teniendo como propósito obtener la pronta aceptación por parte del consumidor.

### ● **Buena ubicación geográfica.**

El local ubicado entre Hacienda Vista Hermosa y Anáhuac, permite acceder fácilmente a diversos consumidores, a pesar de que en la zona hay otra Tlapalería cerca con los resultados obtenidos podemos ver que la gente espera una nueva alternativa donde se ofrezca buen precio y calidad en el producto y en el servicio.

Se cuenta con los recursos, tanto físicos como monetarios y estratégicos, para lograr un excelente servicio.

33

### ● **Experiencia en Venta de Materiales y Productos para la Construcción y el Mantenimiento de Inmuebles.**

La experiencia de haber abierto anteriormente una Tlapalería, resulta más fácil para que el Sr. Alejandro Núñez, ofrezca productos de calidad, así como de asesorar a aquellas personas que requieren llevar a cabo algún tipo de trabajo sencillo o reparación. Será más sencilla la manera de establecer las formas de pago con los proveedores.

## **OPORTUNIDADES**



La tendencia por la apertura de este tipo de negocios, ha ido creciendo en los últimos años, ya que como negocio familiar se espera que las ventas crezcan y se produzca mayor número de ingresos, haciendo posible la apertura de nuevas sucursales.

### ● **Posibilidad de Expansión**

Puede llegar a darse la oportunidad, de abrir nuevas sucursales, en lugares estratégicos; es decir que sean apropiados para la venta de los productos.



Además de que se esperan aperturas a nivel nacional comenzando en Jiutepec, ubicado en el Estado de Morelos.

### **DEBILIDADES**

- El mercado de las Tlapalerías se encuentra en este momento saturado, con amplia y diversificada competencia, en donde si no se renueva constantemente, se mantienen lo más posible los precios y se ofrece calidad ante todo se pierde lugar y la oportunidad de crecimiento a futuro.

### **AMENAZAS**

- **Amplia y Diversa Competencia.**

En el lugar donde se ubicará la Tlapalería, existen diversos negocios a su alrededor algunos del mismo giro y otros que venden productos similares. Esto provoca saturación en el mercado por lo que se dificulta brindar una oferta diferenciada para resaltar del resto.

- **Inestabilidad en la Economía.**

Una de las cosas que se ofrecerán a los clientes es mantener los precios. Para nosotros como negocio resulta difícil, puesto que en los últimos tiempos y sobre todo la crisis por la que estamos atravesando a nivel nacional; los precios de los productos tienden a subir de manera inesperada, así que este punto es muy importante ya que si se desea ganar terreno a las demás Tlapalerías cercanas al lugar de la nuestra; se tiene que llevar un buen control para poder estabilizar lo más que se pueda los precios como es el caso de la venta de Gasolina Blanca.

- **Consumidores poco Fieles.**

Por la gran variedad de oferta de Tlapalerías, hace más difícil mantener el interés del público, pero se espera que con las estrategias propuestas se alcance la preferencia deseada y se mantenga la Tlapalería en el gusto del cliente.





### **5.1.- Conclusión del Estudio de Mercado**

Como se pudo observar este Estudio determina la aceptable Oferta y creciente Demanda que existe en la zona de Hacienda Vista Hermosa, en la Delegación Coyoacán, lo cual convierte a este proyecto en factible.

Además de que cada pregunta refleja la opinión de las personas encuestadas, lo cual indica que en primera instancia hubo buena aceptación por parte de la gente para poder aplicarla la encuesta y en segunda los resultados obtenidos fueron satisfactorios para poder expresar una opinión y así considerar si era o no óptimo ubicar el negocio en dicho lugar.



Ahora bien, a pesar de que existen varias Tlapalerías y Negocios con el mismo giro, nosotros al ofrecer un nuevo concepto con productos de calidad, a buen precio; además de servicios adicionales, sin duda llama la atención y atrae tanto a nuevos clientes como aquellos que acuden a los demás negocios y desean obtener algo novedoso, lo cual significa un punto más a favor de “Tlapalería Núñez Hnos.”.

Estamos seguros de que al contar con los tres factores (Calidad, Buen Precio, Servicios Adicionales), la Tlapalería sobresaldrá ya que hoy en día son muy importantes en cualquier tipo de venta.

Es importante resaltar que este estudio se llevo a cabo cuidando cada detalle, de tal manera que las preguntas elaboradas fueran claras, precisas y que las personas encuestadas se sintieran cómodas y libres de expresar su opinión.

Con este estudio se identifico la competencia que “Tlapalería Núñez Hnos.” tiene para tomar puntos a su favor; y que además hagan gran diferencia con las otras Tlapalerías y Negocios existentes.

## **6.- Estudio Técnico**

### **6.1.- Ingeniería del Servicio**

“Tlapalería Núñez Hnos.”, se caracteriza por ofrecer Precios Accesibles, Productos de Marcas Reconocidas y Servicios Adicionales de:

- Albañilería
- Aluminio
- Carpintería
- Herrería



- Instalaciones Eléctricas
- Impermeabilización de Muros y Azoteas
- Pintura
- Plomería
- Tablaroca
- Vidrio, etc.

A diferencia de las otras Tlapalerías, se pretende llegar a la preferencia del cliente a través de la venta a mayoreo de mercancía como:

- Bultos de arena
- Bultos de Blanco España
- Bultos de cal
- Bultos de cemento
- Bultos de pegazulejo
- Bultos de yeso, etc.

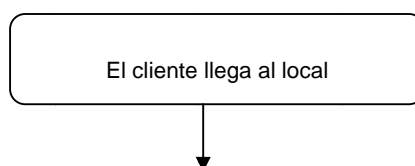
Ofreciendo además:

- Asesorías gratis.
- La realización de presupuestos gratis.
- Facturación en la compra de \$ 100.00 hacia arriba<sup>7</sup>.
- Notas de venta al que lo requiera siendo estas personalizadas<sup>8</sup>.

37

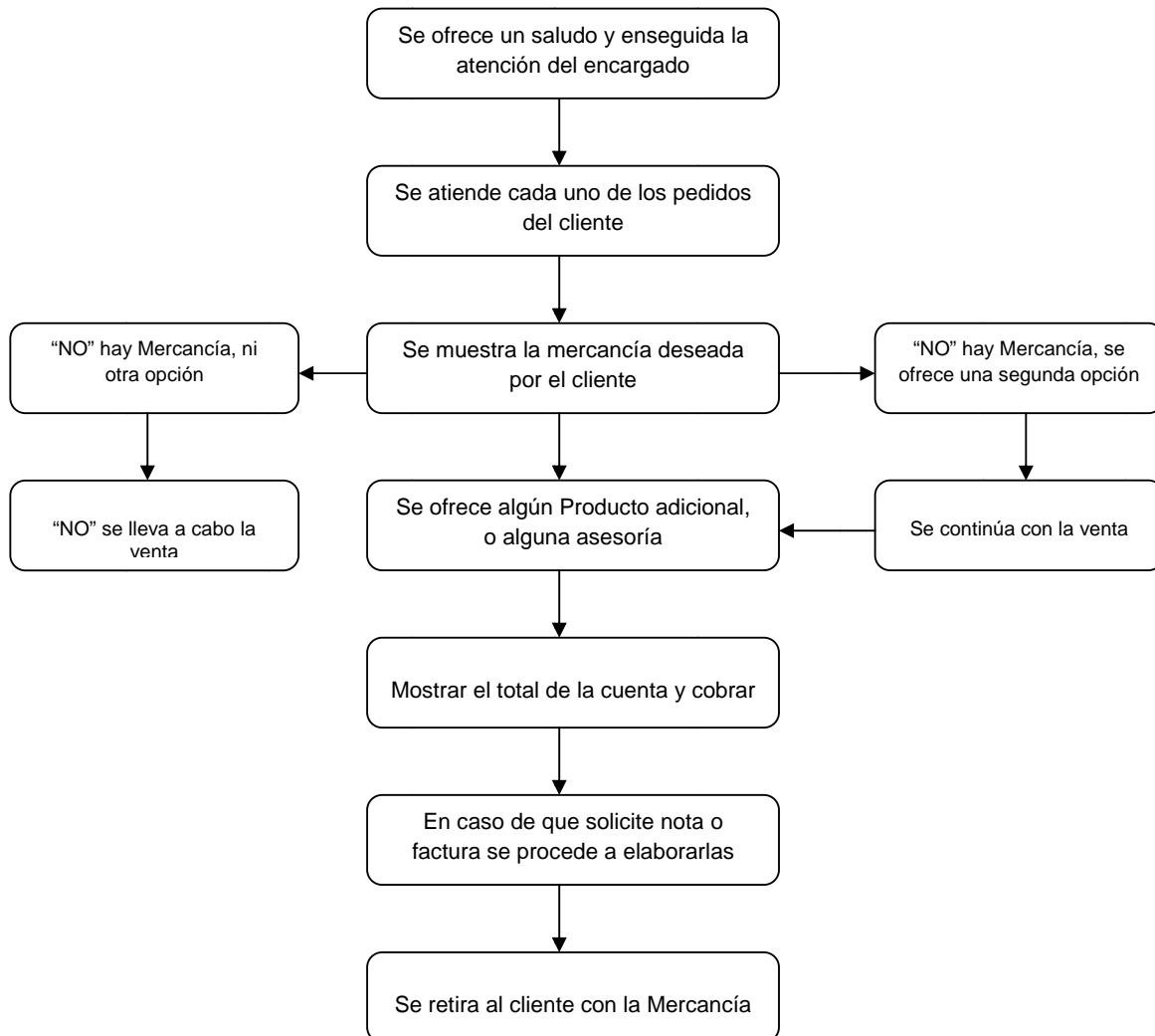
## 6.2.- Diagrama de Flujo del Servicio

En este diagrama se puede observar el proceso de atención al cliente, desde que llega a solicitar algún producto, la atención que se le da por parte del encargado, la entrega de la mercancía, en caso de contar con otra opción se le muestra, la entrega de la cuenta, hasta el abandono del cliente del local.



<sup>7</sup> Este documento cuenta con todos los requisitos que exige la SHCP.

<sup>8</sup> Este documento cuenta con todos los requisitos que exige la SHCP



## 7.- Ubicación de la Empresa

La propiedad de ubicará en: Hacienda Vista Hermosa esquina con Anáhuac 25-B, Colonia C.T.M. Culhuacán, Sección X C.P. 04950, Delegación Coyoacán, México D.F., por lo que se descartan problemas de espacio para futura expansión.

### ● Factores Condicionantes



La elección de la localización del local se fundamenta en los siguientes factores:

- Proximidad al Mercado. Como primera instancia el negocio, se ubicará en una zona en la Delegación Coyoacán en el Distrito Federal; posteriormente se buscarán otros mercados en el interior de la República Mexicana (Jiutepec, Morelos).
- Proximidad a los Proveedores. El negocio se ubica en una zona céntrica.
- Vías de comunicación y disponibilidad de medios de transporte.
- Disponibilidad de Servicios Públicos.
- Locales que ofrecen diferentes tipos de servicio.

El local se encuentra en una zona muy transitada por personas y vehículos. Además es de considerar que esta rodeada por diversos negocios (tienda, farmacia, tortillería, depósito de dulces, purificadora de agua, estética, estudio fotográfico, cocinas económicas, recaudería, lavandería, carpintería, escuelas). Además de que estará ubicado cerca de algunas pequeñas zonas “residenciales”.





Esta imagen representa la entrada principal de la Tlapalería



40

En esta imagen están dos de las cuatro personas que integran el personal de Trabajo de la Tlapalería.

### 7.1.- Descripción del Sitio

(Croquis de Localización Específica)





Como se puede observar en el croquis de arriba “Tlapalería Núñez Hnos.”, estará ubicada en la Esquina Anáhuac y el Mirador, siendo estas muy transitadas, por lo que resulta de manera factible el establecer el negocio en dicha zona.

## **7.2.- Tamaño y Distribución**

### **7.2.1.- Principales Factores Condicionantes del Tamaño.**



El tamaño del local facilita el futuro trabajo, así como una adecuada ubicación de los materiales, productos, etc. De modo que permite al personal que trabajará en el negocio ofrecer un eficiente trabajo y servicio al cliente.

Adicionalmente al monto de la inversión inicial (que incluye concepto como: la renta del inmueble), otros puntos que se consideran para definir el tamaño y el diseño del local son:

- Mobiliario y Equipo.
- Pasillos (espacios entre los anaqueles).
- Facilidades para almacenar la mercancía.
- Protección contra incendios. (Extintores y Equipo de Primeros Auxilios).

En cuanto a la distribución interna se pretende una disposición ordenada del mobiliario y equipo.

42

### **7.2.2.- Identificación de Proveedores**

Los proveedores con los que se tendrá contacto para llevar a cabo pedidos de material cuando así se requiera son los siguientes:

- Ferregama  
Calzada de Tlalpan 2141 Col. Atlántida México, D.F. 04370
- Ferreservicio  
Dirección: Izamal No. 659 Col. Cultura Maya, C.P. 14230 Tlalpan, México D.F.

### **7.2.3.- Necesidades de Mobiliario y Equipo**





	UNIDADES	CONCEPTO	\$	SUB-TOTAL	TOTAL
<b>MOBILIARIO Y EQUIPO</b>	14	ANAQUELES	\$350.00	\$4,900.00	
	1	BÁSCULA	\$650.00	\$650.00	
	100	CAJA PARA CLAVOS	\$9.00	\$900.00	
	1	EXHIBIDOR DE LIJAS	\$350.00	\$350.00	
	1	MOSTRADOR	\$1,000.00	\$1,000.00	<b>\$7,800.00</b>
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>		ARTÍCULOS DE PAPELERÍA	\$400.00	\$400.00	
	3	CALCULADORAS OLIVETTI BASICA JUNIOR	\$40.00	\$120.00	
	1	CALCULADORA DE ESCRITORIO 12 DIGITOS OFFICE DEPOT	\$140.00	\$140.00	
	1	COMPUTADORA	\$9,000.00	\$9,000.00	
	1	ENGRAPADORA PILOT DE GOLPE CROMADA TIRA COMPLETA	\$90.00	\$90.00	
	1	MULTIFUNCIONAL HP OFFICEJET 6500	\$3,130.00	\$3,130.00	
	5	SILLA PLEGABLE NEGRA OFFICE DEPOT	\$200.00	\$1,000.00	
	1	SILLA SECRETARIAL NEGRO OFFICE DEPOT	\$400.00	\$400.00	
	1	SUMADORA CASIO DR-210	\$1,260.00	\$1,260.00	
	2	TIJERAS (CORTE DE TELA)	\$50.00	\$100.00	
	2	TIJERAS (CORTE PAPEL)	\$23.00	\$46.00	<b>\$15,686.00</b>
<b>EQUIPO DE TRANSPORTE</b>	1	CAMIONETA FORD RANGER MOD. 98	\$80,000.00	\$80,000.00	<b>\$80,000.00</b>
<b>TOTAL</b>					<b>\$103,486.00</b>

43

#### 7.2.4.- Necesidades de Inmueble

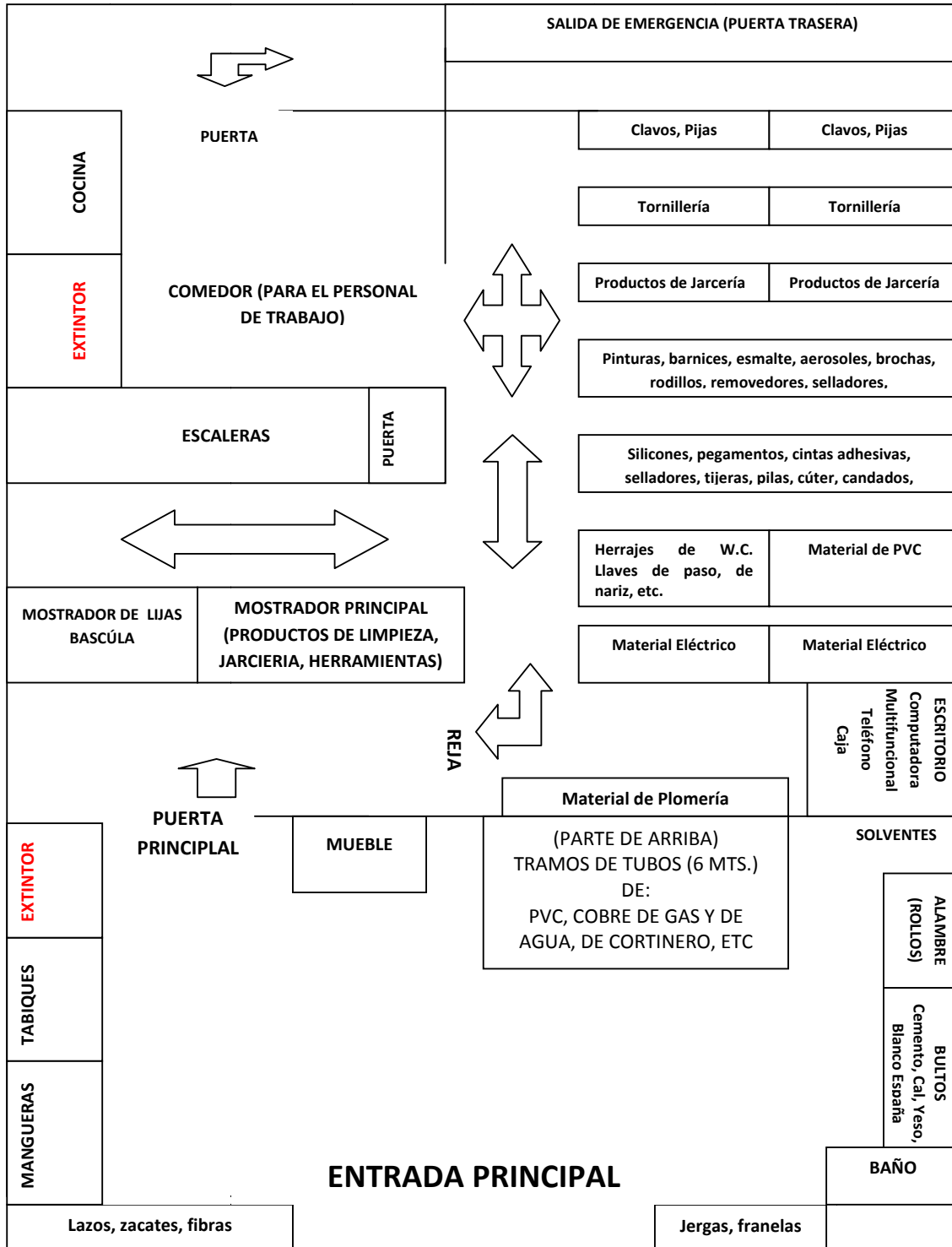
INMUEBLE	1	LOCAL	\$5,500.00	RENTA MENSUAL
----------	---	-------	------------	---------------

El local será rentado el pago se cubrirá dentro de los primeros 5 días de cada mes, y como anticipo se pagarán los tres primeros meses de renta.

#### 7.3.- Obra Civil e Infraestructura requerida (Diseño de Instalaciones)



El local tendrá un área de 4 Mts. de ancho x 15 Mts. de Longitud. Con respecto a la distribución de los espacios de las instalaciones del local son las siguientes áreas:



7.4.- Organización



En función a los empleos generados en la pequeña empresa de nueva creación serán cubiertos por personal que cubran ciertos requisitos como:

- Conocer el funcionamiento de la Tlapalería.
- Puntualidad.
- Saber conducir "Opcional", (Contar con Licencia de Conducir Vigente).
- Honestidad.
- Amabilidad hacia el cliente y ganas de trabajar.
- Para el puesto de Auxiliar Contable (Conocimientos de Contabilidad y Fiscal).

#### 7.5.- Determinación de la Plantilla Laboral

**TABLA 1**

PLAZAS	Puesto	Sueldo	Total
		Mensual	
1	Gerente Operacional	\$10,000.00	\$10,000.00
1	Auxiliar Contable/Asistente	\$5,500.00	\$5,500.00
1	Trabajador	\$4,500.00	\$4,500.00
1	Trabajador	\$4,500.00	\$4,500.00
<b>4</b>	<b>TOTAL</b>	<b>\$24,500.00</b>	<b>\$24,500.00</b>

45

El horario de Servicio es el siguiente:

**TABLA 2**

DÍAS DE SERVICIO	HORARIO DE SERVICIO			
	GERENTE OPERACIONAL	AUXILIAR CONTABLE	TRABAJADOR 1	TRABAJADOR 2
<b>LUNES A VIERNES</b>	8:30 am A 8:00 pm	9:00 am A 7:00 pm	9:00 am A 8:00 pm	9:00 am A 8:00 pm
<b>SABADO</b>	9:00 am A 5:00 pm	-	9:00 am A 5:00 pm	9:00 am A 5:00 pm

Como se puede observar la Tabla 1 nos muestra el Sueldo que percibirá cada una de las personas que integrarán el equipo de venta de la "Tlapalería Núñez Hnos.". Así mismo se puede ver en la Tabla 2, Ahora bien respecto al puesto de Auxiliar Contable, solo se trabajará de lunes a viernes 10 Hrs. diarias, con su respectivo horario de comida; además de desempeñar algunas funciones de Asistente (Elaboración de Presupuestos, Tomar pedidos Vía Telefónica, Elaboración de facturas que expide la Tlapalería, etc.).



## 7.6.- Organigrama de la Empresa



46

- Nuestro personal estará integrado por el Gerente Operacional que se encargará de todo lo referente a la administración del lugar, en este caso será el Sr. Alejandro Núñez Sánchez.
- También se contará con el servicio de un Auxiliar Contable/Asistente, el cual llevará a cabo la contabilidad del negocio, realizará funciones administrativas tales como: Elaboración de Presupuestos a los posibles Clientes, Elaboración y Registro de Facturas al momento de una compra, Solicitar pedido de mercancía a los proveedores, Registro de las operaciones diarias (compras/ventas).
- El local tendrá a dos trabajadores quienes se encargarán de atender a los clientes, realizar trabajos de mantenimiento, reparación y pequeña construcción; y en todo caso entregar el material cuando lo soliciten a domicilio.



## 7.7.- Conclusión del Estudio Técnico

Con la realización de este Estudio se pudo determinar con que Proveedores, se obtendrán los Materiales y Productos necesarios para llevar a cabo las ventas respectivas.

No fue del todo fácil, tomar una decisión de que Proveedores son los que convienen más. Puesto que la mayoría de ellos ofrecían buenos Productos y Precios, y este Estudio sirvió para constatar que con base en los "Costos", podemos saber qué tipo de Materiales y Productos, se ofrecerán pero con la certeza de que serán de total "Calidad".

Se elaboro el diagrama de Flujo de Servicio, ya que a través de este podemos saber paso a paso la manera en la que se ofrecerán los diversos servicios al público.

De acuerdo con este Estudio se identifico el lugar donde será ubicado el negocio, dando como resultado un local ubicado al sur del D.F. en la Delegación Coyoacán, mostrando además el croquis para especificar su ubicación; así como algunas imágenes del lugar.

Se hizo un esquema de la estructura interna, de la Tlapalería, estableciendo los lugares donde se colocarán los Materiales, Muebles, Accesorios y la decoración del mismo.

Así mismo dicho Estudio permitió definir el personal con el que contará la Tlapalería, la estructura de la plantilla laboral, los sueldos que se ofrecen con base en los días y el horario de trabajo. Mostrando además la estructura organizacional de la empresa.

Tomando en cuenta lo anterior el resultado obtenido fue una "VIABILIDAD", ya que se cuenta con los recursos necesarios y a los activos que se requieren por el establecimiento, así como los puestos solicitados, teniendo así "Tlapalería Núñez Hnos." la capacidad monetaria para solventar tales adquisiciones.





### CAPÍTULO 3 ELABORACIÓN DEL ESTUDIO FINANCIERO

#### **8.- Estudio Financiero**

##### **8.1.- Análisis Financiero**

El objetivo de llevar a cabo el análisis financiero es determinar la rentabilidad del negocio, realizando un análisis detallado de lo que implicaría invertir para echar a andar la empresa. Fue necesario determinar el capital de trabajo, para saber con cuales recursos cuenta la empresa para llevar a cabo sus operaciones.

Se muestran el Presupuesto de Inversiones, el Presupuesto Anual de Ventas, el Plan de Inversión y Depreciación,

	PRESUPUESTO DE INVERSIONES
MOBILIARIO Y EQUIPO	\$7,800.00
EQUIPO DE OFICINA	\$15,686.00
EQUIPO DE TRANSPORTE	\$80,000.00
LOCAL	\$16,500.00
LOCAL (REMODELACIÓN)	\$8,000.00
TELEFONO, LUZ, AGUA	\$2,014.00
CENTRO DE ENTRETENIMIENTO	\$5,000.00
COMPRA DE MERCANCÍA	\$200,000.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$335,000.00</b>

47

PRESUPUESTO ANUAL DE VENTAS								
CONCEPTO	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4	
	MES	AÑO	MES	AÑO	MES	AÑO	MES	AÑO
	MATERIAL CONSTRUCCIÓN, ELÉCTRICO,SOLVENTES, PLOMERÍA, ETC.	\$34,000.00	\$408,000.00	\$66,000.00	\$792,000.00	\$98,000.00	\$1,176,000.00	130,000.00



PLAN DE INVERSIÓN Y DEPRECIACIÓN						
	COSTO	TASA DE DEPRECIACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
<b>*MOBILIARIO Y EQUIPO</b>						
1 Mostrador	\$1,000.00	10% <sup>1</sup>	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00
5 Sillas plegables	\$1,000.00	10%	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00
1 Silla secretarial	\$400.00	10%	\$40.00	\$40.00	\$40.00	\$40.00
			\$240.00	\$240.00	\$240.00	\$240.00
Equipo de Computo						
1 Computadora de Escritorio	\$9,000.00	30% <sup>2</sup>	\$2,700.00	\$2,700.00	\$2,700.00	\$900.00
1 Multifuncional	\$3,130.00	30%	\$939.00	\$939.00	\$939.00	\$313.00
			\$3,639.00	\$3,639.00	\$3,639.00	\$1,213.00
Equipo de Transporte						
1 Camioneta Ford	\$80,000.00	25% <sup>3</sup>	\$20,000.00	\$20,000.00	\$20,000.00	\$20,000.00
<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>			<b>\$23,639.00</b>	<b>\$47,278.00</b>	<b>\$70,917.00</b>	<b>\$92,130.00</b>
	GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		\$23,639.00	\$23,639.00	\$23,639.00	\$21,213.00
	GASTOS DE VENTA		\$240.00	\$240.00	\$240.00	\$240.00
	<b>TOTAL</b>		<b>\$23,639.00</b>	<b>\$23,879.00</b>	<b>\$23,879.00</b>	<b>\$21,453.00</b>

48

PROYECTO DE GASTOS PREOPERATIVOS Y AMORTIZACIÓN					
ETAPA PREOPERATIVA	JUNIO-DICIEMBRE				
GASTOS PREOPERATIVOS	\$335,000.00				
AMORTIZACIÓN	10%				
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
GASTOS PREOPERATIVOS	\$335,000.00	\$335,000.00	\$335,000.00	\$335,000.00	\$335,000.00
AMORTIZACIÓN DEL AÑO		\$33,500.00	\$33,500.00	\$33,500.00	\$33,500.00
AMORTIZACIÓN ACUMULADA		\$33,500.00	\$67,000.00	\$100,500.00	\$134,000.00
<b>DIFERIDO NETO</b>	<b>\$335,000.00</b>	<b>\$301,500.00</b>	<b>\$268,000.00</b>	<b>\$234,500.00</b>	<b>\$201,000.00</b>

<sup>1</sup> Artículo 40 Fracción III, Ley del Impuesto sobre la Renta

<sup>2</sup> Artículo 40 Fracción V LISR, Ley del Impuesto Sobre la Renta

<sup>3</sup> Artículo 40 Fracción VII LISR Ley, del Impuesto Sobre la Renta





<b>GASTOS DE VENTA</b>				
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>
DEPRECIACIÓN	\$240.00	\$240.00	\$240.00	\$240.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$240.00</b>	<b>\$240.00</b>	<b>\$240.00</b>	<b>\$240.00</b>

<b>COSTO DE VENTA</b>				
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>
COMPRA DE MERCANÍA	\$180,000.00	\$180,000.00	\$180,000.00	\$180,000.00
<b>COSTO DE VENTAS</b>	<b>\$180,000.00</b>	<b>\$180,000.00</b>	<b>\$180,000.00</b>	<b>\$180,000.00</b>

49

<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>				
<b>CONCEPTO/AÑOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>
SUELDOS	\$294,000	\$330,000	\$366,000	\$402,000
SERVICIOS	\$18,000	\$18,000	\$18,000	\$18,000
PAPELERÍA	\$12,000	\$12,000	\$12,000	\$12,000
MANTENIMIENTO	\$12,000	\$12,000	\$12,000	\$12,000
DEPRECIACIÓN	\$23,639	\$23,639	\$23,639	\$21,213
RENTA LOCAL	\$66,000	\$66,000	\$66,000	\$66,000
<b>TOTAL</b>	<b>\$425,639</b>	<b>\$461,639</b>	<b>\$497,639</b>	<b>\$531,213</b>



ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO				
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
<u>*INGRESOS</u>				
VENTAS	\$408,000	\$792,000	\$1,176,000	\$1,560,000
<u>*EGRESOS</u>				
COSTO DE VENTAS	\$180,000	\$180,000	\$180,000	\$180,000
GASTOS DE VENTAS	\$240	\$240	\$240	\$240
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$425,639	\$461,639	\$497,639	\$531,213
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	<b>-\$197,879</b>	\$150,121	\$498,121	\$848,547
ISR 30 %		\$45,036	\$149,436	\$254,564
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>-\$197,879</b>	<b>\$105,085</b>	<b>\$348,685</b>	<b>\$593,983</b>

50

FLUJO DE EFECTIVO DEL PROYECTO						
AÑO	INGRESOS	EGRESOS	ISR 30%	DEPRECIACIÓN/ AMORTIZACIÓN	INVERSIÓN	FLUJO NETO
0					\$335,000	-335000
1	\$408,000	\$605,879		\$57,138		-\$140,741
2	\$792,000	\$641,879	\$45,037	\$80,778		\$185,862
3	\$1,176,000	\$677,879	\$149,436	\$104,417		\$453,102
4	\$1,560,000	\$711,453	\$254,564	\$125,630		\$719,613

## 8.2.- Período de Recuperación de la Inversión (PRI)



Este método nos dice el tiempo que tendrá que transcurrir para que la empresa, en este caso "Tlapalería Núñez Hnos."; recupere a través de las utilidades la inversión que ha hecho, para la venta de sus productos, materiales, etc.

A continuación se muestra el procedimiento para obtener el PRI, tomando como periodo de recuperación 4 años y el Costo de Capital del 21%.

**NOTA:**

Es necesario resaltar que el Capital que se necesita para la apertura de la Tlapalería es aportado al 100 % por el Sr. Alejandro Núñez Sánchez.

<b>INVERSIÓN</b>	\$335,000.00
<b>COSTO DE CAPITAL</b>	21%

<b>AÑO</b>	<b>IMPORTE</b>
0	-335000
1	-\$140,740
2	\$185,862
3	\$453,102
4	\$719,613

51

<b>AÑO</b>	<b>INVERSIÓN</b>	<b>RECUPERACIÓN</b>	<b>SALDO X RECUPERAR</b>
0	\$335,000.00	-	\$335,000.00
1		-\$140,740	\$475,740.00
<b>2</b>		\$185,862	<b>\$289,878.00</b>
3		<b>\$453,102</b>	-\$163,224.00
4		\$719,613	-\$882,837.00

$$\begin{array}{ccc}
 \$453,102.00 & \rightarrow & 365 \\
 \downarrow & & \\
 \$289,608.00 & = & \mathbf{233 \text{ días}} \\
 & & \text{(Equivalente a 7 meses aproximadamente)}
 \end{array}$$

Aplicando una regla de tres, podemos darnos cuenta de que el tiempo que deberá transcurrir para recuperar la inversión realizada es de: **2 AÑOS Y 7 MESES.**

**8.3.- Valor Presente y Valor Presente Neto (VP y VPN)**



Este método ya considera que un peso recibido inmediatamente es preferible a un peso recibido en una fecha futura. El procedimiento de este método consiste básicamente en encontrar el valor presente neto del proyecto de inversión que se analice descontando a la **tasa del costo de capital**, de tal suerte que si resultara positivo el proyecto es de aceptarse, y de ser negativo rechazarse.

AÑO	IMPORTE	FACTOR 21 %	VALOR PRESENTE		
1	-\$140,740	0.8264	<b>-\$116,308</b>		
2	\$185,862	0.683	\$126,944	<b>VALOR PRESENTE INGRESOS</b>	
3	\$453,102	0.56447	\$255,762		
4	\$719,613	0.4665	\$335,699		<b>\$602,098</b>
<b>VALOR PRESENTE DE LOS EGRESOS</b>					(-)
0	\$335,000	\$0	\$335,000	<b><u>\$335,000</u></b>	
<b>VALOR PRESENTE NETO</b>				<b>\$267,098</b>	

**52**

Ahora bien un proyecto se considerará como bueno si el Valor Presente de los Flujos que se generen por el proyecto supera al Valor de la Inversión. En este caso se “acepta” el Proyecto debido a que el Valor Presente Neto es “Positivo”.

#### 8.4.- Índice de Conveniencia (Índice de Rentabilidad)

$$\text{IC Ó IR} = \frac{\text{VALOR PRESENTE INGRESOS}}{\text{VALOR PRESENTE EGRESOS}}$$

$$\text{IC Ó IR} = \frac{\$602,098.00}{\$335,000.00}$$

$$\text{IC Ó IR} = 1.79730746$$

#### 8.5.- Tasa Interna de Rendimiento (TIR)



Es la tasa de interés que iguala el valor presente de los ingresos con el valor presente de los egresos. Es aquella en que el valor presente igual a cero en una fecha determinada. TIR. Es la razón del rendimiento pero sobre el capital pendiente de recuperación aun cuando puede conceptuarse. La tasa de interés que descuenta los flujos de entrada de los efectivos a su valor igual al de los flujos de salida.

Una vez determinada se compara con la tasa de costo de capital y de ser mayor aquella el proyecto es positivo, e caso de no serlo el proyecto den ser rechazado.

En otras palabras la Tasa Interna de Rendimiento es la Tasa Máxima que estaríamos dispuestos a pagar a quién nos financia el proyecto considerando que también se recupere la inversión.

AÑO	IMPORTE	FACTOR 26 %	VALOR PRESENTE	FACTOR 28 %	VALOR PRESENTE
1	-\$140,740	0.794	-\$111,748	0.781	-\$109,918
2	\$185,862	0.630	\$117,093	0.610	\$113,376
3	\$453,102	0.500	\$226,551	0.477	\$216,130
4	\$719,613	0.397	\$285,686	0.373	\$268,416
			<b>\$517,583</b>		<b>\$488,003</b>

**53**

### Interpolando:

\$335,000	al 26% =	\$335,000	\$335,000	al 28% =	\$335,000
VPN	al 26% =	\$182,582 <sup>4</sup>	VPN	al 28% =	\$153,004 <sup>5</sup>
IC Ó IR =	$\frac{\$517,582}{\$335,000} = 1.545$		IC Ó IR =	$\frac{\$488,004}{\$335,000} = 1.4567$	
1.545	28%	1.0000	28%	1.456	26%
<u>1.456</u>	<u>26%</u>	<u>1.545</u>	<u>26%</u>	<u>1.545</u>	<u>28%</u>
0.089	2%	-0.545	X	-0.089	2%

$$\frac{2\% * 0.545}{0.089} = 0.12247191 = -12.24\% \qquad \frac{2\% * (-.4560)}{-0.089} = 0.10247191 = 10.24\%$$

$$28 - 12.24\% = 38.24\% \qquad 28 + 10.24 = 38.24\%$$

## 8.6.- Conclusión del Estudio Financiero

<sup>4</sup> Es el resultado de Restar (\$517,583- \$335,000)

<sup>5</sup> Es el resultado de Restar (\$488,003- \$335,000)



De acuerdo con el Estudio Financiero realizado, el Proyecto se acepta en consideración de los siguientes aspectos:

- La inversión se recuperará en un plazo de 2 años y 7 meses.
- La TIR promedio calculada (38.24%), es superior al Costo de Capital determinado (21%).

Como podemos observar el proyecto propuesto para la apertura de “Tlapalería Núñez Hnos.” es “VIABLE,” debido a que las técnicas para evaluar y elaboración del Estudio Financiero, nos permitieron determinar la “rentabilidad” del negocio.

## **9.- Aspectos Legales**

Este estudio implica varias causas, ya que es donde revisamos si se procedía a comprar o a rentar lugar donde se ubicara el negocio, revisando que se llevara a cabo bajo las normas y parámetros que marcan las leyes, en las cuales nos debemos de apegar y de los diferentes procedimientos que se deben seguir para echar a andar este proyecto.

**54**

### **9.1.- Estrategias Fiscales**

Algunas estrategias fiscales para darle mayor fuerza e importancia a este proyecto son:

- Aprovechar todos los beneficios que las leyes fiscales ofrecen a los contribuyentes.
- Cuidar todos los aspectos fiscales que puedan afectarle al negocio con estricto apego a todas las disposiciones fiscales vigentes.

Ahora bien para establecer estrategias fiscales en un negocio se requiere:

- Verificar que las disposiciones fiscales, puedan convertirse en beneficio para la empresa.
- Recurrir a servicios de consultoría externa en aspectos en el área fiscal.

Las estrategias para el Sr. Alejandro Núñez como dueño de la “Tlapalería Núñez Hnos.” como personas física serán:

- Determinar el régimen en donde será registrada la actividad a realizar por parte del Sr. Alejandro, (RFC).
- Analizar las necesidades del contribuyente.
- Identificar el domicilio fiscal del contribuyente.



Para lo cual se procedió a realizar los cambios necesarios a través del portal [www.sat.gob.mx](http://www.sat.gob.mx), con el fin de que tuviera el registro correcto ante la SHCP, para poder tramitar la elaboración de facturas.



## CAPÍTULO 4 CONCLUSIÓN FINAL

### **10.- Conclusión Final**

La zona de Vista Hermosa en la Delegación Coyoacán sobresale por su buena ubicación geográfica. Sin embargo a pesar de que en esta zona ya se encuentran establecidos negocios referentes al giro de Tlapalería, estos no satisfacen al 100 % a los consumidores de esta zona.

Ahora bien en dicho entorno se desarrollará el presente Proyecto de Inversión para el inicio de operaciones de la Tlapalería Núñez Hnos.”.

Respecto a la metodología establecida para la elaboración del mismo “se acepta” la hipótesis de trabajo en función de la Tasa Interna de Retorno (TIR), cuyo valor se observa de 38.24% de Rendimiento sobre la Inversión en el horizonte de cuatro años que dura el proyecto.

Hi1: La “Tlapalería Núñez Hnos.”, es factible y financieramente rentable como resultado de la demanda real por personas que habitan en la zona de Hacienda Vistahermosa, Delegación Coyoacán, las cuales se ven afectadas al no quedar satisfechas con las Tlapalerías de ese rumbo.

Se determinaron los factores que influyen en la conformación de la actitud que toman los consumidores al momento de realizar una compra, obteniendo como respuesta que ellos esperan tener Calidad, Buen Precio y Servicio en sus compras.

A través del Estudio de Mercado se conoció la zona de influencia que tienen las Tlapalerías en la zona de Vista Hermosa, el cual nos arrojó un porcentaje aceptable de personas que desean se ubique una nueva propuesta.

El presente Proyecto de Inversión resultó financieramente “REALIZABLE”, debido a que se estableció el perfil de los clientes, saber cuáles eran sus necesidades para así poder satisfacerlas determinando la rentabilidad del mismo, con el fin de lograr la apertura de manera factible y así mismo llegar más adelante a una pronta expansión.

Se cumplió con el objetivo principal del presente Proyecto, toda vez que para conocer los recursos con los que debe contar la Tlapalería en cuestión, se llevó a cabo la aplicación de métodos financieros, determinando con ello la factibilidad y rentabilidad de la misma, para así realizar la apertura de la mejor manera y tiempo posible.





Con lo anteriormente citado se concluye que El Proyecto de Inversión para el inicio de operaciones de la “Tlapalería Núñez Hnos.” es “VIABLE Y FACTIBLE” en todos los aspectos principalmente en el Financiero. Generará una mejor alternativa en: calidad, precios, servicios, materiales, productos, etc.

Se identificarán las necesidades de los consumidores, a través de un constante Estudio de Mercado, con el fin de seguir siendo para ellos la mejor opción en venta de materiales y productos de construcción.



## 11.- Bibliografía

- **El Proyecto de Inversión como estrategia gerencial**  
Carlos Enrique Pacheco / Gabriel Jesús Pérez Brito  
Editorial IMCP
- **Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión**  
Abraham Hernández Hernández / Abraham Hernández Villalobos  
Editorial IMCP
- **Proyectos de Inversión en la Práctica**  
José Antonio y Arturo Morales Castro  
Editorial México SICCO 2006
- **Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión.**  
Raúl Coss Bu  
Editorial Limusa
- **Guía para realizar investigaciones sociales**  
Raúl Rojas Soriano  
Editorial Plaza y Valdez Editores
- **Prontuario Fiscal, Estudiantil Correlacionado 2010**  
CENGACE LEARNING
- [www.google.com.mx](http://www.google.com.mx)
- <http://www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml#CALCULO>
- <http://www.economia.gob.mx/?P=7453>
- [www.sat.gob.mx](http://www.sat.gob.mx)



# "Tlapalería Núñez Hnos."

**Mantenimiento y Construcción de Inmuebles**

Hacienda Vista Hermosa esquina con Anáhuac 25-B, Colonia C.T.M. Culhuacán, Sección X  
C.P. 04950, Delegación Coyoacán, México D.F.  
Teléfono: 56-71-94-67 y/o 044 55 54 92 08 12



# "Tlapalería Núñez Hnos."

**Mantenimiento y Construcción de Inmuebles**

Si usted va a construir o a remodelar: Casa, Edificio o Industria permítame ponerme a sus órdenes para la realización de los siguientes servicios (trabajos):

- Instalaciones Eléctricas
- Plomería
- Herrería
- Pintura
- Tablaroca
- Aluminio
- Vidrio
- Carpintería
- Impermeabilización de Muros y Azoteas
- Albañilería
- Artículos de Ferretería y Tlapalería



**PRESUPUESTOS GRATIS**

---

Atentamente  
Alejandro Núñez Sánchez  
Gerente Operacional

Hacienda Vista Hermosa esquina con Anáhuac 25-B, Colonia C.T.M. Culhuacán, Sección X  
C.P. 04950, Delegación Coyoacán, México D.F.  
Teléfono: 56-71-94-67 y/o 044 55 54 92 08 12



# "Tlapalería Núñez Hnos."

Mantenimiento y Construcción de Inmuebles

Si usted va a construir o a remodelar: Casa, Edificio o Industria permítame ponerme a sus órdenes para la realización de los siguientes servicios (trabajos):

- ✚ Instalaciones Eléctricas
- ✚ Plomería
- ✚ Herrería
- ✚ Pintura
- ✚ Tablaroca
- ✚ Pastas
- ✚ Aluminio
- ✚ Vidrio
- ✚ Carpintería
- ✚ Impermeabilización de Muros y Azoteas
- ✚ Albañilería
- ✚ Artículos de Ferretería y Tlapalería



# "Tlapalería Núñez Hnos."

Mantenimiento y Construcción de Inmuebles

Si usted va a construir o a remodelar: Casa, Edificio o Industria permítame ponerme a sus órdenes para la realización de los siguientes servicios (trabajos):

- ✚ Instalaciones Eléctricas
- ✚ Plomería
- ✚ Herrería
- ✚ Pintura
- ✚ Tablaroca
- ✚ Pastas
- ✚ Aluminio
- ✚ Vidrio
- ✚ Carpintería
- ✚ Impermeabilización de Muros y Azoteas
- ✚ Albañilería
- ✚ Artículos de Ferretería y Tlapalería



## PRESUPUESTOS GRATIS

## PRESUPUESTOS GRATIS

Hacienda Vista Hermosa esquina con Anáhuac 25-B,  
Colonia C.T.M. Culhuacán, Sección X C.P. 04950,  
Delegación Coyoacán, México D.F.  
Teléfono: 56-71-94-67 y/o 044 55 54 92 08 12

Hacienda Vista Hermosa esquina con Anáhuac 25-B,  
Colonia C.T.M. Culhuacán, Sección X C.P. 04950,  
Delegación Coyoacán, México D.F.  
Teléfono: 56-71-94-67 y/o 044 55 54 92 08 12