



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

DIVISIÓN DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y MERCADOTECNIA

---

**PLAN DE NEGOCIOS PARA EL DESARROLLO DE LA EMPRESA DE  
RENTA DE MESAS, SILLAS Y AMENIDADES DE ENTRETENIMIENTO  
PARA FIESTAS “URBINA RENT”**

---

TESIS

Para obtener el grado de

**LICENCIADA EN SISTEMAS COMERCIALES**

PRESENTA

**ALEXIA YURIDY MORALES URBINA.**

DIRECTOR DE TESIS

**DR. FRANCISCO JAVIER GÜEMEZ RICALDE.**

ASESORES

**Dr. José Luis Esparza Aguilar.**

**Dra. María de Jesús Pérez Hervert.**





UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

DIVISIÓN DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y MERCADOTECNIA

Tesis elaborada bajo la supervisión del Comité de Tesis del programa de licenciatura y aprobada como requisito para obtener el grado de:

## LICENCIADA EN SISTEMAS COMERCIALES.



### COMITÉ DE TESIS

Director: Dr. Francisco Javier Güemez Ricalde.

Asesor: Dr. José Luis Esparza Aguilar.

Asesor: Dra. María de Jesús Pérez Hervert.

Asesor: Dra. Nancy Angelina Quintal García.

Asesor: Dra. Mayra Josefa Barradas Viveros.



## Agradecimientos

Agradezco a Dios por todo lo que tengo, por la familia que tengo, por la madre que me dio, sobre todo le agradezco que me permita vivir en este mundo con salud.

### **A mi madre**

Le agradezco a mi madre por todo lo que me ha dado, su apoyo, por sus ganas de sacarnos adelante por su amor, gracias por inspirarme a ser una buena persona, por su confianza y sobre todo gracias por ser mi mamá. **A mi abuelita**

Gracias abuelita por haberme heredado el gusto a la ventas, a los negocios, gracias por cuidarme y estar pendiente de mí.

### **A mis hermanos**

Les agradezco mucho porque cuando retomé la universidad y empecé este plan de negocios cuidaron de mi Juanito cuando me la pasaba horas en la computadora, gracias Alex, Xadany y Said.

### **A mi esposo e hijo**

Gracias a mi hijo por haberme llenado de inspiración para hacer este plan de negocios y en general inspirarme a seguir adelante para darle lo mejor de mí a él.

Gracias a mi esposo por estar alado mío echándome porras, por estar apoyándome en lo que necesitaba cuando no me movía de silla.

### **A mis maestros**

Gracias maestros por todos sus conocimientos que me han dado durante toda la carrera. Le agradezco en especial a Dr. Francisco Javier Güemez Ricalde por estar pendiente de las necesidades de mi plan de negocios, por todas sus enseñanzas y sobre todo por su paciencia.



## Índice

<u>INTRODUCCIÓN</u> .....	11
<u>Antecedentes</u> .....	11
<u>Capítulo 1 FUNDAMENTOS TEÓRICOS</u> .....	13
<u>Plan de negocios Karen Weinberger (2009)</u> .....	13
<u>Plan de Negocios Pérez-Sandy (2002)</u> .....	14
<u>Plan de Negocios Propuesto por Brian Finch (2002)</u> .....	14
<u>Plan de Negocios de Stutely (2000)</u> .....	15
<u>Metodología</u> .....	17
<u>Análisis del mercado</u> .....	17
<u>Descripción del mercado</u> .....	18
<u>Objetivos de la investigación</u> .....	18
<u>Diseño de la investigación</u> .....	18
<u>Análisis de la competencia</u> .....	19
<u>Generando ideas de negocios</u> .....	21
<u>Capítulo 2 ESTUDIO DE MERCADO</u> .....	25
<u>Descripción de la empresa</u> .....	25
<u>Descripción de la empresa</u> .....	26
<u>Historia</u> .....	26
<u>Servicio que ofrece</u> .....	26
<u>Socios &amp; recursos</u> .....	26
<u>Misión</u> .....	26
<u>Visión</u> .....	27
<u>Valores</u> .....	27
<u>Objetivos de la empresa</u> .....	27
<u>Objetivo a corto plazo</u> .....	27
<u>Objetivo a largo plazo</u> .....	27
<u>Logotipo</u> .....	28
<u>Análisis de los cinco entornos</u> .....	28
<u>Análisis de las 5 fuerzas de Porter</u> .....	32
<u>Análisis FODA</u> .....	34
<u>Definición del producto</u> .....	35

<a href="#">Prototipo del producto / Servicio</a>	35
<a href="#">Prototipo de la tienda online</a>	35
<a href="#">Proyección de la demanda</a>	42
<a href="#">Encuesta</a>	42
<a href="#">Encuesta 2</a>	45
<a href="#">Resultados</a>	49
<a href="#">Resultados de encuesta 2</a>	53
<a href="#">Segmentación de mercado</a>	57
<a href="#">Demanda histórica</a>	58
<a href="#">Proyección de la demanda histórica</a>	59
<a href="#">Proyección de la demanda</a>	60
<a href="#">Demanda Optimista y pesimista</a>	62
<a href="#">Mercado del proveedor</a>	62
<a href="#">Proyección de ventas</a>	63
<a href="#">Capítulo 3. ESTUDIO TECNICO</a>	63
<a href="#">Estrategia de marketing</a>	63
<a href="#">Plan de actuación. (4p del marketing)</a>	65
<a href="#">Estrategia de producto</a>	65
<a href="#">Estrategia de precio</a>	66
<a href="#">Estrategia de ventas y distribución</a>	68
<a href="#">Estrategia de promoción y comunicación</a>	69
<a href="#">Control del plan de marketing online</a>	71
<a href="#">Estrategia de responsabilidad social de la empresa</a>	76
<a href="#">Estrategia de Sustentabilidad</a>	78
<a href="#">Análisis de la localización de la empresa</a>	78
<a href="#">Matriz de localización</a>	81
<a href="#">Tecnología y equipo</a>	82
<a href="#">Distribución de planta y equipo</a>	88
<a href="#">Materiales e insumos</a>	89
<a href="#">Descripción del proceso del servicio</a>	90
<a href="#">Cursograma</a>	91
<a href="#">Gestión personal</a>	91
<a href="#">Evaluación del desempeño</a>	94
<a href="#">Gestión legal</a>	96

<a href="#"><u>Leyes y normas que condicionan el proyecto</u></a> .....	99
<a href="#"><u>Capítulo 4. ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO Y EVALUACIÓN FINANCIERA</u></a> .....	101
<a href="#"><u>Inversión fija</u></a> .....	101
<a href="#"><u>Inversión diferida</u></a> .....	102
<a href="#"><u>Capital de trabajo</u></a> .....	102
<a href="#"><u>Inversión total</u></a> .....	103
<a href="#"><u>Memorias de cálculo</u></a> .....	103
<a href="#"><u>Proyección de ingresos por mes</u></a> .....	104
<a href="#"><u>Proyección mensual de egresos</u></a> .....	104
<a href="#"><u>Proyección de costo</u></a> .....	105
<a href="#"><u>Costos totales</u></a> .....	105
<a href="#"><u>Proyección de ingresos</u></a> .....	106
<a href="#"><u>Estado de resultados</u></a> .....	106
<a href="#"><u>Costo de depreciaciones</u></a> .....	107
<a href="#"><u>Punto de equilibrio</u></a> .....	108
<a href="#"><u>Análisis de rentabilidad</u></a> .....	108
<a href="#"><u>Análisis pesimista</u></a> .....	109
<a href="#"><u>Punto de equilibrio pesimista</u></a> .....	111
<a href="#"><u>Proyección optimista</u></a> .....	112
<a href="#"><u>Análisis de rentabilidad optimista</u></a> .....	112
<a href="#"><u>Conclusión</u></a> .....	114
<a href="#"><u>Bibliografías</u></a> .....	115
<a href="#"><u>Cronograma de actividades</u></a> .....	116

INDICE DE TABLAS.

<a href="#"><u>Tabla 1 Analisis FODA de Urbina Rent</u></a> .....	34
<a href="#"><u>Tabla 2 Edad del cliente Urbina Rent</u></a> .....	49
<a href="#"><u>Tabla 3 Calidad del servicio percibido</u></a> .....	49
<a href="#"><u>Tabla 4 Frecuencia de renta</u></a> .....	50
<a href="#"><u>Tabla 5 Probabilidad de recomendación</u></a> .....	50
<a href="#"><u>Tabla 6 Calidad de información</u></a> .....	51
<a href="#"><u>Tabla 7 Rapidez en Facebook</u></a> .....	52

<a href="#"><u>Tabla 8 Calidad vs precio.</u></a>	52
<a href="#"><u>Tabla 9 Limpieza del mobiliario.</u></a>	53
<a href="#"><u>Tabla 10 Edad amenidades.</u></a>	53
<a href="#"><u>Tabla 11 Sexo de los encuestados.</u></a>	54
<a href="#"><u>Tabla 12 Tienen hijos sí o no.</u></a>	54
<a href="#"><u>Tabla 13 Analisis de los encuestados con y sin hijos.</u></a>	54
<a href="#"><u>Tabla 14 Los encuestados rentan o no rentan amenidades.</u></a>	55
<a href="#"><u>Tabla 15 Análisis de pregunta.</u></a>	55
<a href="#"><u>Tabla 16 Análisis de pregunta.</u></a>	55
<a href="#"><u>Tabla 17 Servicio de la competencia.</u></a>	56
<a href="#"><u>Tabla 18 Búsqueda de amenidades.</u></a>	56
<a href="#"><u>Tabla 19 Posicionamiento de la competencia.</u></a>	57
<a href="#"><u>Tabla 20 Probabilidad de que renten amenidades.</u></a>	57
<a href="#"><u>Tabla 21 Tabla de la demanda histórica de amenidades para fiestas.</u></a>	58
<a href="#"><u>Tabla 22 Demanda histórica de la renta de mesas y sillas.</u></a>	58
<a href="#"><u>Tabla 23 Tabla de la demanda de renta de amenidades para fiestas.</u></a>	60
<a href="#"><u>Tabla 24 Proyección de la renta de mesas y sillas.</u></a>	61
<a href="#"><u>Tabla 25 Proyección de renta de amenidades para eventos.</u></a>	63
<a href="#"><u>Tabla 26 Proyección de renta de mesas y sillas.</u></a>	63
<a href="#"><u>Tabla 27Estrategia pull.</u></a>	64
<a href="#"><u>Tabla 28 Itinerario publicitario de la tienda online.</u></a>	72
<a href="#"><u>Tabla 29 Control y revisión del plan de marketing online de la publicidad de la tienda online.</u></a>	72
<a href="#"><u>Tabla 30 Itinerario publicitario de las amenidades.</u></a>	73
<a href="#"><u>Tabla 31Control de seguidores.</u></a>	75
<a href="#"><u>Tabla 32 Proyecto de sustentabilidad.</u></a>	78
<a href="#"><u>Tabla 33 Mobiliario para rentar.</u></a>	84
<a href="#"><u>Tabla 34 Mobiliario de oficina.</u></a>	87
<a href="#"><u>Tabla 35Equipo de transporte.</u></a>	87
<a href="#"><u>Tabla 36 Distribucion de la bodega.</u></a>	88
<a href="#"><u>Tabla 37 Materiales e insumos.</u></a>	90
<a href="#"><u>Tabla 38 Proceso del servicio Urbina rent.</u></a>	90
<a href="#"><u>Tabla 39 Evaluación de desempeño laboral.</u></a>	95
<a href="#"><u>Tabla 40 inversión fija.</u></a>	101
<a href="#"><u>Tabla 41Invercion diferida.</u></a>	102
<a href="#"><u>Tabla 42 Capital de trabajo.</u></a>	102
<a href="#"><u>Tabla 43 Memorias de cálculo.</u></a>	103
<a href="#"><u>Tabla 44 Proyección de ingresos por mes.</u></a>	104
<a href="#"><u>Tabla 45 Proyección mensual de egresos.</u></a>	104
<a href="#"><u>Tabla 46 Proyección de costos.</u></a>	105
<a href="#"><u>Tabla 47Costos totales.</u></a>	105
<a href="#"><u>Tabla 48 Proyección de ingresos.</u></a>	106
<a href="#"><u>Tabla 49Estado de resultados.</u></a>	106
<a href="#"><u>Tabla 50 Costo de depreciación.</u></a>	107
<a href="#"><u>Tabla 51Flujo de efectivo.</u></a>	107
<a href="#"><u>Tabla 52Punto de equilibrio.</u></a>	108

<a href="#">Tabla 53 Análisis de rentabilidad.</a>	108
<a href="#">Tabla 54 Memoria de cálculo pesimista.</a>	109
<a href="#">Tabla 55 Análisis de rentabilidad pesimista.</a>	110
<a href="#">Tabla 56 Punto de equilibrio pesimista.</a>	111
<a href="#">Tabla 57 Recuperación de la inversión pesimista.</a>	111
<a href="#">Tabla 58 Memoria de cálculo optimista.</a>	112
<a href="#">Tabla 59 Análisis de rentabilidad optimista.</a>	112
<a href="#">Tabla 60 Punto de equilibrio optimista.</a>	113
<a href="#">Tabla 61 Recuperación de la inversión optimista.</a>	113

## INDICE DE FIGURAS.

<a href="#">Figura 1 Esquema de plan de negocios.</a>	14
<a href="#">Figura 2 10 pasos para realizar un excelente plan de negocios.</a>	16
<a href="#">Figura 3 Descubrir.</a>	21
<a href="#">Figura 4 Lluvia de ideas.</a>	21
<a href="#">Figura 5 Lluvia de ideas.</a>	22
<a href="#">Figura 6 Lluvia de ideas.</a>	22
<a href="#">Figura 7 Jugar articulando.</a>	23
<a href="#">Figura 8 Servicio.</a>	23
<a href="#">Figura 9 Servicio.</a>	24
<a href="#">Figura 10 Logo Urbina Rent.</a>	28
<a href="#">Figura 11 Principales Actividades.</a>	28
<a href="#">Figura 12 Población económicamente activa.</a>	29
<a href="#">Figura 13 Matriz Ansof Urbina Rent.</a>	34
<a href="#">Figura 14 Inicio de la tienda online (Prototipo)</a>	35
<a href="#">Figura 15 Prototipo de la tienda online.</a>	36
<a href="#">Figura 16 Catalogo de la tienda online (Prototipo)</a>	36
<a href="#">Figura 17 Prototipo de catálogo 1 Urbina Rent.</a>	37
<a href="#">Figura 18 Prototipo de catálogo 2.</a>	37
<a href="#">Figura 19 Prototipo de catálogo 3.</a>	38
<a href="#">Figura 20 Prototipo de catálogo 4.</a>	38
<a href="#">Figura 21 Prototipo de datos en la tienda online.</a>	38
<a href="#">Figura 22 Cierre de compra de la tienda online (prototipo).</a>	39
<a href="#">Figura 23 Matriz BCG de Urbina Rent.</a>	39
<a href="#">Figura 24 Mapa de empatía Urbina Rent.</a>	40
<a href="#">Figura 25 Método canva. Urbina Rent.</a>	41
<a href="#">Figura 26 Probabilidad de que un cliente nos recomiende.</a>	51
<a href="#">Figura 27 Proyección de la demanda histórica de amenidades para fiestas.</a>	59
<a href="#">Figura 28 Proyección de la demanda histórica de mesas y sillas.</a>	59
<a href="#">Figura 29 Proyección de la demanda de amenidades para eventos.</a>	60
<a href="#">Figura 30 Proyección de la demanda de renta de mesas y sillas.</a>	61
<a href="#">Figura 31 Proyección de la demanda optimista y pesimista.</a>	62
<a href="#">Figura 32 Publicidad de Invitarte.</a>	62



<a href="#"><u>Figura 33 Trabajo GodAl</u></a> .....	62
<a href="#"><u>Figura 34 Estrategia de producto</u></a> .....	65
<a href="#"><u>Figura 35 Prototipo de sillas Urbina Rent</u></a> .....	65
<a href="#"><u>Figura 36 Prototipo de lona Urbina rent</u></a> .....	66
<a href="#"><u>Figura 37 Prototipo de torito mecánico Urbina rent</u></a> .....	66
<a href="#"><u>Figura 38 Prototipo promoción</u></a> .....	67
<a href="#"><u>Figura 39 Prototipo de promoción</u></a> .....	67
<a href="#"><u>Figura 40 Tarjeta de presentación PARTE DELANTERA</u></a> .....	69
<a href="#"><u>Figura 41 Tarjeta de presentación PARTE DE ATRAS</u></a> .....	69

Resumen ejecutivo.

Mexicano es sinónimo de fiesta.

A la mayoría de los mexicanos les encanta las fiestas, México es un país lleno de celebraciones las cuales han sido marcadas a lo largo de la historia de manera personal o en común con la sociedad, las festividades han sido parte fundamental en la vida y la identidad de los mexicanos.

La prueba está en que durante todo el año se celebran fascinantes fiestas, ferias, festivales y un sinfín de conmemoraciones que reflejan la esencia de la cultura mexicana y su rico pasado que se niega a morir, es importante mencionar que esto no es un simple capricho mexicano, sino es resultado a la cultura que se ha construido. En México realizar una fiesta es más que una celebración, es unirse, conectarse y también una manera de liberación de tensiones.

Son buenas las celebraciones ya que las fiestas fomentan la cultura del ocio ya que rompe con lo cotidiano, favorece la comunicación social está fomenta el intercambio de ideas y sentimientos creando lasos de convivencia, creando estímulos positivos que fortalecen nuestra identidad. Realizar una fiesta habla bien de México ya que expresa lo que en realidad es, es cultura, es tradición, es compartir y hacer importante todo lo que se ha logrado. Porque las fiestas van de generación en generación, las fiestas es una manera de convivencia que a la sociedad Mexicana le gusta sentir orgullo de las tradiciones, acontecimientos históricos y de los logros interpersonales, creando la necesidad social de compartir con sus seres queridos su momento importante.

Actualmente estamos viviendo una nueva normalidad, donde satisfacer la necesidad social se vuelve algo complicado, ya que se tiene el riesgo de contagiarse de esta nueva enfermedad COVID-19. OMS advierte que el nuevo coronavirus puede volverse endémico, si el virus que causa el COVID-19 se vuelve endémico, significa que podría regresar a los países de forma habitual o en fechas específicas, y no desaparecer nunca tal como pasó con el VIH. Muy pronto la sociedad volverá a reunirse, para compartir logros, cumpleaños o algún otro momento especial y estarán ansioso por satisfacer la necesidad social.

Es por eso que \*URBINA RENT\* está pensado para satisfacer esa necesidad social y sobre todo está pensado para cuidar a los clientes que quieran disfrutar de un momento o festejo familiar, cuidando la higiene de nuestro equipo de mobiliario y para que el futuro cliente sienta que nos importa su bienestar, incluiremos mamparas protectoras diseñadas especialmente para el momento de socializar y dispensadores móviles del alcohol gel este ya incluido en la renta de las amenidades para su evento.

Lo que se planea con este proyecto es dar eficacia y rapidez al servicio, con la creación de una tienda online que se conformara con un catálogo del mobiliario que se tiene disponible para rentar, donde el usuario pueda personalizar el servicio para sus reuniones sociales según sus necesidades y el cliente se sienta más involucrado con la empresa, servicio son lo que generará la ventaja competitiva sobre otras rentadoras de mobiliarios con un giro similar, tienen muchas fallas en su logística y distribución , que se pueden mejorar para que el cliente nos prefiera.

\*Urbina Rent\* ofrecerá distintos productos que el cliente podrá rentar para sus fiestas: mesas, sillas, manteles, mamparas protectoras, móviles dispensadores de alcohol gel. Mobiliario para el entretenimiento de los invitados tanto para niños y adultos: torito/toro mecánico, carrusel, mesa de futbolito, mesa de hockey y karaoke.

Es una empresa que busca destacar de la competencia, creando nuevas formas de interacción con el cliente, buscamos acompañarlo en sus momentos especiales.

Este servicio no ha sido explotado en el mercado local correctamente, las cuales podemos mejorar en muchos aspectos, como rentando mobiliario de entretenimiento distintos que la competencia ofrece, dándole seguridad a los clientes con nuestro mobiliario y mejorando la interacción cliente y empresa de manera online. Dándonos mayor control de nuestro inventario, control de fechas y horarios de reparto. Planeado directrices que se requieran para implementar calidad en el servicio así como las estrategias de marketing y publicidad necesarias para lograr posicionar este producto en el mercado objetivo.

## INTRODUCCIÓN

### Antecedentes

El vocablo “*celebrar*” tiene su origen en el latín “*celebrare*”, que significa “acción de reunirse”. Más tarde *celebrare* se convirtió en “*celebritas*”, una palabra equivalente a *solemnitas*.

La fiesta ha persistido en ser un artefacto de expresión y acción social, un dispositivo donde vemos desplegarse modelos de acción colectiva y la dramatización de las emociones y sentimientos que alimentan a la vida social. En todo el mundo, durante todas las épocas, las fiestas tienen la misión de hacer posible que una comunidad que no es una realidad palpable y un medioambiente invisible se manifieste en un ambiente festivo para darse a conocer.

Cualquier tipo de festividades es una forma determinante de la civilización humana. La fiesta es una manera de recrear el tiempo, revivir el pasado y salir de lo cotidiano. Las fiestas propicia la transmisión de tradiciones a través de las generaciones, heredando conocimientos y memorias compartidas. La fiesta es uno de los instrumentos más insustituibles, uno de los mecanismos que cualquier identidad compartida utiliza

A lo largo de la historia se han celebrado las distintas etapas de la vida ya que se convierten esos procesos individuales a un interés colectivo, los cambios que un individuo va llegar a tener: la bienvenida de un nuevo bebé, los años que pasan desde la niñez hasta la adultez, el matrimonio, la unión de una nueva familia.

En tiempos ancestrales los mayas realizaban una clase de reunión, realizada por los padres y algunos sacerdotes, cuando había un nuevo nacimiento en esa celebración se le asignaba los nombres, el real con el cual será conocido únicamente por la familia y sacerdotes y el ficticio por el cual será conocido por la sociedad. También realizaban fiestas de año nuevo y durante estas fiestas mayas se preparan comidas especiales, se hacen bailes, se limpian las casas de cosas viejas, y se hacían ofrendas al dios del fuego. Estas tradiciones no están muy alejadas a las

celebraciones que se tienen actualmente y que han ido cambiando y adaptándose a los nuevos estilos de vida.

En el calendario mexicano se puede visualizar las celebraciones tanto religiosas como celebraciones patrios y fiestas comerciales como la navidad, san Valentín, el día del niño, el día de la madre, del maestro, día del padre, día del estudiante, día de la mujer. En la temporada de invierno en México las fiestas son aún más largas empezando con el famoso Guadalupe – reyes (12 diciembre hasta 6 de enero), los preparativos para la navidad donde las familias se unen y festejan la noche buena abriendo regalos, el 1 de enero, que es el inicio del año nuevo la gente se reúne para bailar y tomar, por último y no menos importante el día de reyes que se celebra el 6 de enero, la gente aprovecha el último día de vacaciones y hacer celebración de hincapié para la realización del día de la candelaria que es el 2 de febrero, las familias se reúnen para que las personas que les haya salido el muñeco en la rosca de reyes haga los tamales, siguen las celebraciones del carnaval y muchas más celebraciones que la comunidad mexicana tienen en común.

A menudo consiguen parcialmente sus objetivos, y determinadas fiestas son objeto de apropiación institucional o comercial, la fiesta crea o quiere crear sociedad, y se quiere que esto ocurra entre personas que constituyan una comunidad integrada orgánicamente, un grupo de gente que conviva día a día. Pero estas personas también podrían ser unas perfectas desconocidas hasta entonces, gente que, gracias al nexo festivo súbitamente establecido, pase a sentirse unida por vínculos tan efímeros como poderosos.

Socialmente se pensaba que se debe contar con un buen soporte económico para celebrar y festejar. Sin embargo actualmente se puede hacer sin invertir mucho dinero, la sociedad cambia, las familias no suelen ser tan grandes, se vuelven más selectivos y optan más por las fiestas más íntimas en casa.

Hablando especialmente de las fiestas de cumpleaños, el cumpleaños es una fecha especial y hay muchas maneras de festejarlos. Hay ciertos cumpleaños que son más importantes que otros dentro de la sociedad. Para las mujeres, el cumpleaños más importante es cuando cumplen 15 años, pues es cuando se les presenta en sociedad, para los hombres el cumpleaños importante es el de los 18 años de edad, pues dan el paso de la niñez a la edad adulta. La fiesta típica de cumpleaños como tal, no existe, hay grandes variaciones dependiendo de la edad, sexo, clase social y creencias religiosas. Sin embargo, hay ciertas características generales.

El cumpleaños es el aniversario de nacimiento de un ser vivo. En muchas culturas es costumbre celebrar el cumpleaños, por ejemplo mediante una fiesta con amigos, en las que se dan regalos al homenajeado. Las fiestas de cumpleaños son populares sobre todo entre niños: Son una oportunidad más para la socialización con los amigos y la familia. En ella, es costumbre entregar regalos al anfitrión y comen pastel.

Hay fiestas de cumpleaños en las que se invita únicamente a la familia más cercana, Esta incluye a los abuelos, tíos, primos. Se trata de una fiesta sencilla, la familia se reúne, se come pastel y se abren regalos. Este tipo de fiestas por lo general se llevan a cabo cuando los niños son muy pequeños y antes de que vayan a la escuela. Una vez que los niños van a la escuela, las fiestas de cumpleaños se vuelven más elaboradas, se invita a la familia y a los amigos, se compra una piñata que puede ser de muchos tipos. Existen tradicionales, pero también las hay de los

personajes populares del momento. Dentro de las actividades en las fiestas de cumpleaños hay gran cantidad de juegos que usualmente los padres renta para el entretenimiento de los niños como: trampolín, brincolin, torito mecánico, carrusel, entre otros. Igual los adultos se pueden divertir con algún tipo de entretenimiento todo dependiendo a la oferta que tenga en su ciudad.

En las fiestas de cumpleaños de adultos se suele compartir consumiendo bebidas alcohólicas, contando chistes y haciendo bromas y suele recordarse, en compañía de los amigos, momentos alegres o felices que se han vivido en común y que los invitados conservan en su memoria.

## **Capítulo 1 FUNDAMENTOS TEÓRICOS.**

Modelo del plan de negocios.

La elaboración de un Plan de Negocios sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos y que sirva como base de referencia en la toma de decisiones para un emprendedor y los interesados en el proyecto. La función del Plan de Negocios es documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planeación. En este capítulo se describen los enfoques de tres autores distintos, exponiendo su propuesta para la realización de un Plan de Negocios. Estos autores son Karen Weinberger (2009), Stutely (2000), Finch (2002), Pérez-Sandy (2002). Se va hacer un análisis de los modelos de plan de negocios propuestos por cada autor, después se creará uno el cual se detallará para el resto del capítulo y se utilizará como base para el desarrollo del proyecto.

Plan de negocios Karen Weinberger (2009)

‘es una herramienta de comunicación escrita que tiene esencialmente dos funciones: una que se puede llamar administrativa o interna y otra que es conocida como financiera o externa’ (2008, p.34)

El plan de negocios debe cumplir con dos funciones principales:

- Ser una herramienta para la búsqueda de financiamiento.
- Ser una herramienta para la administración operativa.

Este plan de negocios sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos. A continuación de muestra un esquema de plan de negocios según Weinberg.

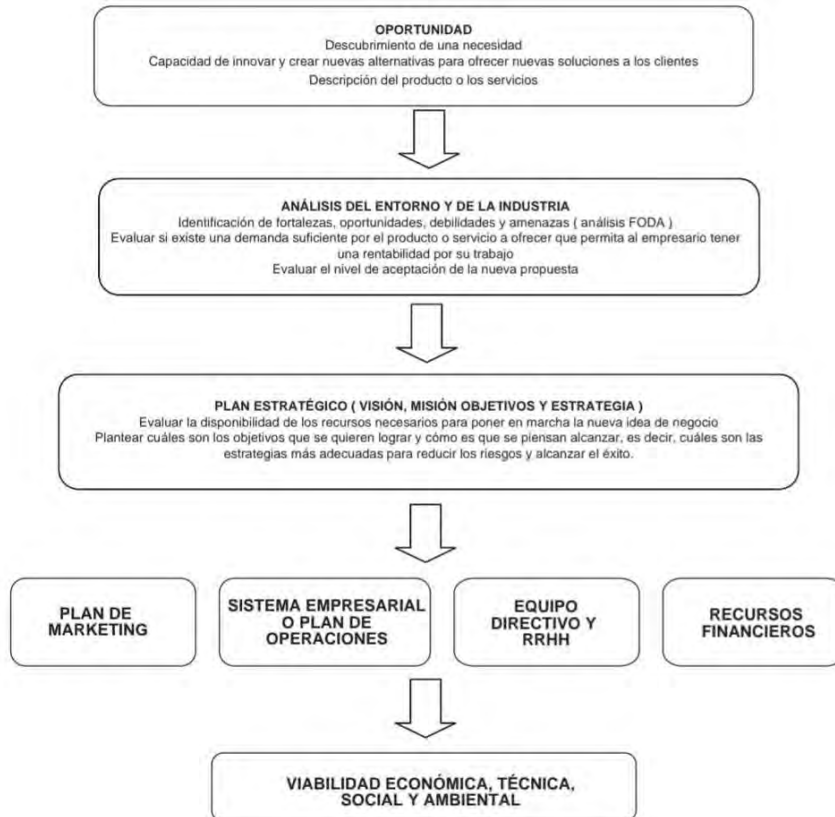


Figura 1 Esquema de plan de negocios.

Fuente: Karen Weinberger (2009), Cap. 3 P.34

Plan de Negocios Pérez-Sandy (2002).

Pérez-Sandy dice en su libro *Del Ocio del Negocio: Preguntas y Retos Para Iniciar un Negocio* “que un plan de negocios es poder realizar sus actividades y cuantificarlas, a través de aspectos de administración, mercadotecnia, operación y finanzas, con metas identificadas que se convierten en objetivos. (2002, p. 89)

Plan de negocio según Pérez – Sandy

- Título y carátula
- Índice
- Resumen ejecutivo
- Mercado y competencia
- Producto y /o servicio
- Fabricación
- Proyecciones financieras

Plan de Negocios Propuesto por Brian Finch (2002).

Brian Finch señala dos preguntas para definir cómo se va a escribir un Plan de Negocios son ¿Para qué ha de servir el plan? Y ¿Quiénes son la audiencia? (Finch, 2002, p.12). Enfatiza como

hacer atractiva la compra del plan de negocio o para un inversionista para tomar parte del mismo. Es así como Finch (2002) sugiere la estructura del plan de negocios:

- 1) Sumario
- 2) Introducción
- 3) Antecedentes
- 4) Producto
- 5) Mercado
- 6) Operativa
- 7) Gestión
- 8) Propuesta
- 9) Cuadro Financiero
  - Histórico
  - Proyecciones
- 10) Riesgos
- 11) Conclusión
- 12) Apéndices

Plan de Negocios de Stutely (2000).

“Da a conocer un método para llevar a cabo cierta actividad por cierto tiempo en el futuro” y se puede realizarse en cualquier actividad y en cualquier período de tiempo (2000, p.8).

Objetivos del Plan de Negocios son:

- La expresión formal de un Proceso de Planeación.
- Una Petición de Financiamiento.
- Un Esquema para ser aprobado.
- Una Herramienta para la administración operativa.

Estos son los 10 pasos que se deben seguir propuesto por Stutely (2000)

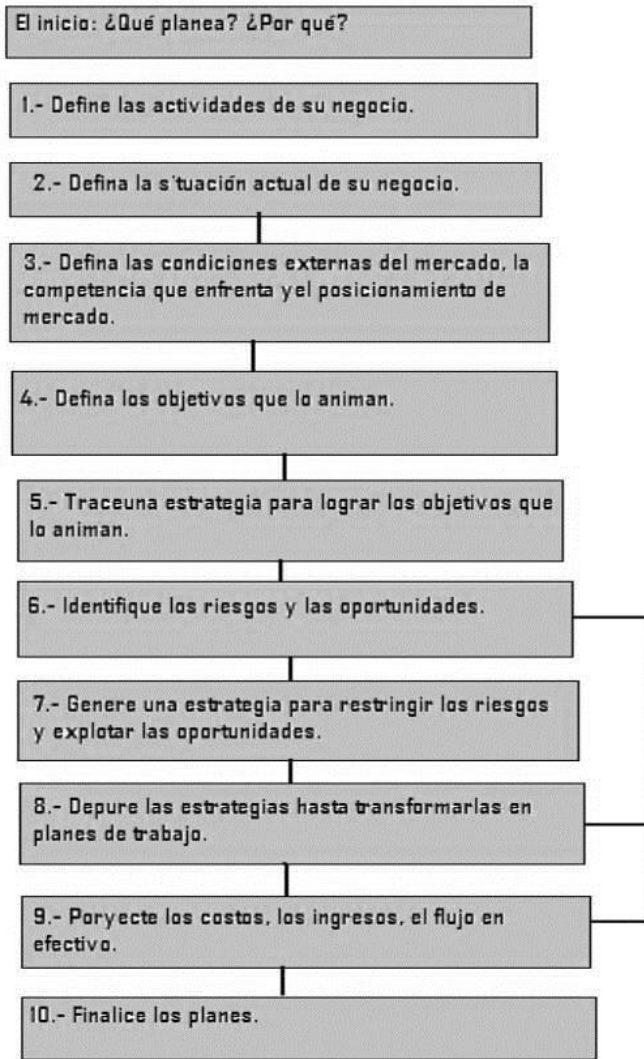


Figura 210 pasos para realizar un excelente plan de negocios.

Fuente: Stutely et. Al (2000) Cap. 1. P. 13.



Metodología.

En este apartado de la investigación vamos a enunciar paso por paso los métodos, técnicas, herramientas y modelos empleados para la recopilación, análisis e interpretación de la información, conjunto más o menos coherente y racional de técnicas y procedimientos cuyo propósito fundamental apunta a implementar procesos de recolección, clasificación y validación de datos y experiencias provenientes de la realidad, identificación de la población que participará, especificación de los procedimientos que se usarán, presentación de los instrumentos y técnicas de medición, presentación de los métodos usados para la recolección de datos y la explicación de las herramientas que se usarán para analizar los datos obtenidos (Lawrence, Waneen, y Silverman).

Método: Cualitativo.

Métodos cualitativos

Son métodos en la investigación que se utilizan para describir e interpretar palabras más que números estadísticos, esto para analizar los patrones subyacentes y patrones de relaciones sociales.

- Exploración y descubrimiento.
- Contexto y profundidad: es mirar detrás de los pensamientos y experiencias de la gente.
- Interpretar: proporcionar una comprensión de porque las cosas son como son.

Para la investigación Rent Urbina se usaran la siguiente herramienta para analizar al mercado objetivo y el servicio generando ideas de lo que se piensa ofrecer.

- EmpathyMap
- Desing Taking
- Scamper
- Canvas

Análisis del mercado.

El análisis de mercado es una parte de la investigación de mercado y un componente importante de un plan de negocios en el que las empresas de nueva creación documentan su idea de negocio por escrito. En el curso del análisis del mercado se examina sistemáticamente un determinado mercado para, con ayuda de los resultados obtenidos, identificar las oportunidades y los riesgos que presenta. La base de este análisis parte de la definición del público objetivo.

Estas son las razones por la que se va realizar análisis del mercado.

- Con un análisis de mercado puedes fundamentar tu idea con cifras, datos y hechos para convencer con ellos en tu plan de negocio.
- Puedes reconocer el potencial del mercado con antelación para evitar decisiones erróneas.
- Un análisis de mercado te muestra qué productos de la competencia están en el mercado.
- Con un análisis de mercado puedes identificar la barrera de entrada al mercado y estimar el atractivo del mercado.

Descripción del mercado.

En el primer paso se va definir el mercado que va a ser objeto de investigación y diferenciarlo con la mayor precisión posible de los demás mercados. Dependiendo del producto o servicio, tu mercado puede definirse utilizando los criterios específicos seleccionados con base al servicio.

- ¿A qué grupo objetivo va dirigido el servicio?
- ¿A qué grupo de edad está dirigido tu producto?
- ¿Cuál es el ingreso promedio del público objetivo?

Con la finalidad de recabar la mayor información posible sobre el cliente.

Tamaño y desarrollo del mercado.

Sobre la base de las cifras, se pueden hacer pronósticos acerca de la evolución del mercado y deducir de ello el atractivo que presenta. Las tendencias del mercado incluyen el crecimiento del mercado y sus tasas de crecimiento. En este paso se tomarán datos actuales de los posibles clientes,

Al determinar el tamaño del mercado se deben utilizar datos tan actuales como sea posible, preferiblemente, del trimestre o el año anterior. Esta parte del análisis de mercado se centra en la determinación y evaluación de los ingresos reales o del volumen de ventas de un producto o servicio en un mercado determinado.

Objetivos de la investigación.

Dependiendo de las necesidades de la empresa se determinan los objetivos que conducirán la investigación primaria

Tipo de investigación.

Diseño de la investigación.

La investigación de mercados puede clasificarse en una de tres categorías:

- La investigación exploratoria
- La investigación descriptiva
- La investigación causal

Estas clasificaciones se realizan de acuerdo con el objetivo de la investigación. En algunos casos, la investigación va a caer en una de estas categorías, pero en otros casos diferentes fases de un mismo proyecto de investigación caerá en diferentes categorías.

La investigación exploratoria.

Tiene el objetivo de formular un problema de forma más precisa, aclarando conceptos, reuniendo las explicaciones, obteniendo conocimientos, eliminando las ideas poco prácticas y elaboración de hipótesis. La investigación exploratoria se puede realizar mediante una búsqueda en la literatura, examinando algunas personas acerca de sus experiencias, grupos de discusión y estudios de casos. Cuando la topografía personas, las investigaciones exploratorias no tratar de

tomar una muestra representativa, sino más bien, tratar de entrevistar a los que están bien informados y que podría ser capaz de dar una idea acerca de la relación entre las variables. Los estudios de caso pueden incluir situaciones o puntos de referencia contra una organización conocida por su excelencia en contraste. La investigación exploratoria puede desarrollar hipótesis, pero no tratar de ponerlos a prueba. La investigación exploratoria se caracteriza por su flexibilidad.

La investigación descriptiva.

Es más rígida que la investigación exploratoria y busca describir usuarios de un producto, determinar la proporción de la población que usa un producto, o predecir la demanda futura de un producto. A diferencia de la investigación exploratoria, la investigación descriptiva debe definir las preguntas, las personas encuestadas, y el método de análisis antes de comenzar la recolección de datos. En otras palabras, el quién, qué, dónde, cuándo, por qué y cómo los Aspectos de la investigación se deben definir. Esta preparación nos permite la oportunidad de hacer los cambios necesarios antes de que el costoso proceso de recogida de datos haya comenzado.

Proporciona una descripción de los fenómenos existentes en los mercados. Es útil para identificar características del mercado como intenciones de compra, poder adquisitivo de los clientes, frecuencia de compra, entre otras. Sirve también, para determinar el grado de relación entre las variables de marketing, para hacer predicciones sobre las mismas. Los investigadores suelen desarrollar trabajo descriptivo para buscar similitudes y diferencias entre grupos de consumidores y mercados. Con base en ello se establecen estrategias de segmentación o estandarización de mercados

Hay dos tipos básicos de investigación descriptiva: estudios longitudinales y estudios transversales. Los estudios longitudinales son los análisis de series de tiempo que hacen que las mediciones repetidas de los mismos individuos, lo que permite una para monitorear el comportamiento, tales como intercambio de marcas. Sin embargo, los estudios longitudinales no son necesariamente representativos, ya que muchas personas pueden negarse a participar por el compromiso requerido. Estudios transversales degustar la población para realizar mediciones en un punto específico en el tiempo. Un tipo especial de análisis transversal es un análisis de cohortes, que sigue un conjunto de individuos que experimentan el mismo evento en el mismo intervalo de tiempo en el tiempo. Análisis de cohortes son útiles para el pronóstico a largo plazo de la demanda de productos.

La investigación causal.

Trata de encontrar relaciones de causa y efecto entre las variables. Se logra este objetivo a través de experimentos de laboratorio y de campo.

Análisis de la competencia.

El análisis de la competencia tiene en cuenta los factores relevantes para un mercado. Aquí se analizan y describen las características esenciales de un mercado. En este contexto y, sobre todo, en el sector de la consultoría, se ha establecido el modelo de 5 fuerzas, con el que el teórico de la gestión, Michael E. Porter, muestra qué factores son importantes para el análisis del mercado y la competencia:

1. Poder de negociación de los clientes: ¿cómo reaccionan los clientes ante las subidas o bajadas de precios? ¿Qué importancia tiene tu producto o servicio para tu público objetivo?
2. Poder de negociación de los proveedores: los proveedores tienen un poder de negociación especialmente alto si el número de posibles proveedores es limitado. ¿Cómo puedes reaccionar ante incrementos de precios elevados?
3. Productos sustitutos en el mercado y la competencia: ¿existen alternativas para tu producto o servicio? ¿Las innovaciones podrían poner en peligro la distribución de tu producto o servicio en el futuro?
4. Nuevos competidores y barreras de entrada en el mercado: si un mercado es especialmente atractivo, con frecuencia entran en él nuevos competidores. ¿Los competidores potenciales tienen que enfrentarse a barreras para entrar en el mercado? Por ejemplo, los costes de inversión para un producto o servicio pueden ser tan altos que supongan un obstáculo para el acceso al mercado. Este acceso también se complica si, para conseguir un grado alto de conocimiento, se requieren gastos significativos en marketing, si los recursos son de difícil acceso debido a proveedores exclusivos o si una tienda está descentralizada.
5. Competidores en el mercado: ¿hay mucha rivalidad? ¿Quién domina el mercado? ¿Qué competidores destacan y por qué?

En el análisis de la competencia buscas no solo conocer a tus clientes, sino también a tus rivales y las posibles ventajas competitivas:

- ¿Con qué rapidez debes entrar en el mercado?
- ¿Cuáles son los peligros de entrar en el mercado?
- ¿Quién ofrece productos comparables y cuántos competidores hay?
- ¿Qué hacen bien tus competidores y qué puedes hacer mejor que ellos?
- ¿En qué se asemeja tu mercado objetivo al de tus competidores?

Análisis sobre el potencial del mercado objetivo.

Un análisis de mercado revela no solo el estado anterior y actual del mercado, sino también información sobre su posible desarrollo futuro. Para ello, el análisis sobre el potencial del mercado objetivo hace hincapié en los posibles empleados, las barreras de entrada en el mercado, los factores de éxito, así como los desarrollos y tendencias actuales. Una previsión del desarrollo del mercado es especialmente importante para la planificación de ventas y para los inversores potenciales

## Generando ideas de negocios

### Descubrir

Descubrir es una manera de ponernos en el zapato del cliente, que es lo que realmente quiere, como lo quiere y porqué lo va querer.

Tengo una empresa familiar que es la renta de mesas y sillas, inició en diciembre del 2019 y quiero encontrar el valor agregado para el negocio para sobresalir de la competencia.

¿Qué?	¿Cómo?	¿Por qué?
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Buscan la renta de mobiliario con entrega del servicio en tiempo y forma.</b></li><li>• <b>Que la renta del servicio sea la que especificó el cliente.</b></li><li>• <b>Que el mobiliario que se rente sea limpio y cuidado.</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Nos buscan por medio de Facebook.</b></li><li>• <b>Lo hacen por medio de una tienda online. (Renta de servicio Online)</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Porque quieren realizar un evento sin ningún inconveniente gracias a que se contrata un buen servicio para sus fiestas.</b></li></ul>

Figura 3 Descubrir.

Fuente: Elaboración propia.

### Brainstorm (lluvia de ideas)

Para saber en qué podemos destacarnos al resto de la competencia, es saber que están haciendo bien o mal y como poder mejorarlo con el método del ‘‘INSIGHTS THINKING’’. A continuación mostrare resultados de una pequeña encuesta que realice, gracias a una lluvia de ideas para saber cosas negativas de las retadoras de mesas y sillas de la ciudad de Chetumal Quintana Roo.



Figura 4 Lluvia de ideas.

Fuente: Elaboración propia.

¿Los chetumaleños rentan entretenimiento para sus fiestas? ¿Les interesan nuevos juegos para sus fiestas? Esas fueran las dudas que entraron en mi mente antes de realizar la encuesta y efectivamente, los chetumaleños disfrutaban de hacer fiestas en grandes y reuniones pequeñas. ¿Cómo brindarles nuestros servicios cuando tengas una fiesta en un local que ya les rente mesas, sillas y manteles?



Figura 5 Lluvia de ideas.

Fuente: Elaboración propia.

¿Cuánto tiempo duran sus eventos? ¿Qué les interesa al momento de rentar mobiliario, además de recibir el servicio?



Figura 6 Lluvia de ideas.

Fuente: Elaboración propia.



## Interpreta



Figura 7 Jugar articulando.

Fuente: Elaboración propia.

¿Cómo le podríamos hacer?

Después de la encuesta realizada, me di cuenta que la renta de sillas y mesas, no está preocupado por el cliente, no cumple con la entrega del servicio, no tiene el mantenimiento adecuado para el mobiliario y no sabe nada sobre lo que el cliente quiere.

- Agilidad en el servicio.
- Calidad en el servicio.
- Seguridad en el servicio.



Figura 8 Servicio.

Fuente: Elaboración propia.

Idear

Para poder mejorar el servicio de renta de mesas y sillas, debemos saber escuchar al cliente, después de la encuesta realizada, es necesario diseñar una manera de agilizar el servicio, esa manera es, diseñando una tienda online, que permite al usuario, tener la información de nuestro inventario con tan solo entrar a la tienda en línea.

¿Cómo lo diseñaría el usuario?



Figura 9 Servicio.

Fuente: Elaboración propia.

1. Nos busca por medio de Facebook. Se informa de que servicio ofrecemos y como lo puede conseguir.
2. Entra a nuestra tienda online revisa el catalogo y podrá observar si lo que quiere rentar lo tenemos disponible. Podrá elegir y personalizar el servicio, hora de envío, hora de entrega. Nos proporcionará, dos números de teléfono, dirección, quien hace el pedido y enviar al momento.
3. Nosotros al recibir esa información, realizaremos una llamada donde se pretende crear un vínculo más formal, donde confirmaremos que hemos recibido su pedido del servicio y el cliente confirmara el suyo.
4. A los 15 o 20 minutos antes de la hora acordada con el cliente, el cliente paga el servicio y se baja todo el mobiliario. A la hora que se acordó la hora de recibir el mobiliario de regreso, el cliente entrega y se le agradece por contratar nuestro servicios.



Método Scamper.

Requerimientos

- Estrategia de marketing para que el usuario conozca el servicio. Fanpage
- Crear una tienda online donde el mismo usuario arme el servicio que necesita, según sus necesidades, donde de manera inmediata sabrá si se encuentra disponible el mobiliario o la fecha que lo necesita. También podrá apartar el servicio antes de que sea la fecha de su evento. El podrá elegir cuanto tiempo va rentar el mobiliario, de manera inmediata le aparecerá cuanto tiene que pagar, finalizando pondrá número de celular, dirección, hora en que se ira por el mobiliario.
- Un teléfono de la empresa en el cual confirmaremos el pedido del servicio por medio de una llamada

Modelo del océano azul

¿Qué tan alejado estoy de la competencia?

En un principio estaremos alejados de la competencia, ya que nos destacaremos con mobiliario que aún no se renta en Chetumal. Es por eso que aprovecharemos ese lapso de tiempo para fidelizar al cliente. Sentirán que somos más eficaces con el servicio. Sentirán que nos preocupamos por la higiene de nuestro equipo de mobiliario.

¿Es un mercado que aún no existe?

Es un mercado que si existe. Pero no se está aprovechando de la manera adecuada. Hay muchas fallas en la logística y distribución, se pueden mejorar para que los clientes nos prefieran.

Es una empresa que busca destacar de la competencia, creando nuevas formas de interacción con el cliente.

## **Capítulo 2 ESTUDIO DE MERCADO.**

Descripción de la empresa.

Urbina Rent es una empresa que se va interesar en las opiniones de los clientes y se va enfocar en la investigación de sus necesidades, mejorando las malas experiencias que sus clientes pasaron con la competencia. Es por eso que Urbina Rent es una empresa que te facilitara el servicio de renta de mobiliario para fiestas ya que tiene la finalidad de brindar el servicio de manera inmediata, gracias a la implementación de una tienda online donde el cliente va poder ver al momento que mobiliario tienen para su fiesta. Creando una nueva experiencia de renta de un servicio desde una plataforma digital. El cliente al momento podrá saber todo sobre el mobiliario, el mismo podrá elegir que mobiliario necesita, su disponibilidad, día y hora en que lo requiere, cuanto tiempo necesita el servicio y hasta el monto total del mobiliario solicitado. Urbina Rent es

una empresa que quiere que sus invitados pasen momentos inolvidables cuando tenga sus fiestas, es por eso que se implementara mobiliario para la protección anti- contagio para sus invitados más vulnerables, además de que el mobiliario siempre estará desinfectado antes y después de cada evento.

Urbina Rent está dirigida por una joven que tiene conocimientos, gracias a que ha tenido la oportunidad de viajar a otros lugares y conoce los entretenimientos que no se han implementado en la ciudad de Chetumal, no quiere seguir a la competencia con el mismo entretenimiento de siempre, se está buscando implementar nuevas formas de entretenimientos para las fiestas.

Descripción de la empresa.

Historia.

La idea de negocio surgió hace 5 años cuando la Señora Yolanda Urbina Córdova que es madre de Alexia Yuridy Morales Urbina, se dio cuenta que gastaba mucho en rentar mesas y sillas para sus fiestas pues ella le gusta siempre cada año, festejar a sus hijos, sobrinos, a su mamá y a su nieta, es cuando a ella le nace la idea de iniciar un de la renta de mesas y sillas. La mamá de Yolanda, la señora Jovita la vio muy entusiasmada con la idea y le dijo que en cuanto vendiera su casa le daría dinero para que lo invirtiera en su idea de negocio, lastimosamente pasaron los años y la casa no se pudo vender así que no se pudo poner en marcha el negocio de la renta de mesas y sillas.

En noviembre del 2019 sus sobrinos Xadany G. y Said G. le sugirieron que iniciara el negocio de la renta de mesas y sillas con el capital que ellos tenían guardado de todo el año. En esas fechas todavía estaba el buen fin, ella junto con su hija Alexia M. empezaron a cotizar precios en todas las tiendas departamentales, su hija Alexia encontró la mejor oferta y es así como el 1 de noviembre del 2019 se compraron las primeras 10 mesas. La señora Yolanda se esperó a su aguinaldo para comprar las mesas y sillas. Así fue que el 15 de diciembre la señora Yolanda y su hijo Alex compraron 100 sillas. Alexia se quedó como encargada de la creación de la página de Facebook, para que se diera a conocer el negocio por ese medio y es así como oficialmente el negocio empezó el 16 de diciembre del 2019.

Servicio que ofrece.

- Renta de sillas, mesas y manteles.
- Renta de amenidades para eventos (niños, adolescentes y adultos)
- Renta de mobiliario para fiestas de manera online

Socios & recursos.

- Imprenta de calcomanías
- Vendedor de piezas de repuestos para el mobiliario

Misión.

Somos una empresa Chetumaleña dedicada a la renta de mobiliario para fiestas a personas que busquen mesas, sillas y mobiliario de entretenimiento para la satisfacción de sus invitados brindando la excelencia en nuestro servicio.

## Visión

Convertimos en una empresa líder en la renta de mobiliario para fiestas asegurando la satisfacción de la renta del mobiliario para sus fiestas a través de un servicio superior buscando nuevas interacciones con el cliente para ir un paso adelante la competencia.

## Valores.

- **Responsabilidad:** La empresa Urbina Rent tiene una gran responsabilidad con sus clientes, brindando el servicio en el momento acordado.
- **Confianza:** Queremos ganar la confianza del cliente con un servicio excelente.
- **Calidad:** Todos nuestro mobiliario tendrá el mantenimiento adecuado para que el cliente perciba la calidad.
- **Compromiso:** Todo el equipo está comprometido con el cliente, brindando una atención adecuada en el momento adecuado.
- **Trabajo en equipo:** Es importante mantener el trabajo en equipo para que la información sea compartida para todo los miembros que conformamos la empresa Urbina Rent para llevar el control adecuado del servicio.

## Objetivos

### Objetivos de la empresa.

Dar eficacia y rapidez al servicio. Creando una tienda online. Con un catálogo del mobiliario que tenemos para rentar, donde el usuario pueda personalizar el servicio para sus reuniones sociales según sus necesidades y el cliente se sienta más involucrado con la empresa.

### Objetivo a corto plazo.

- Rediseñar la página de Facebook
- Crear una tienda online
- Desarrollar una campaña publicitaria para dar a conocer el servicio de mobiliario para fiestas y enseñar el manejo de la tienda online.
- Evaluar la aceptación de la propuesta de valor del servicio en el primer año.
- Actualizar o ampliar el catálogo dependiendo a la demanda del cliente

### Objetivo a largo plazo

- Posicionar Urbina Rent como una empresa que brinda un servicio eficaz
- Extender la renta mobiliario en comunidades cercanas a Chetumal. (Huay-pix, Xul-ha, Bacalar)
- Brindar el servicio de renta de entretenimiento para que empresas las usen para sus campañas publicitarias: Hoteles, tiendas etc.

Logotipo



Figura 10 Logo Urbina Rent

Fuente: Elaboración propia.

Análisis de los cinco entornos

Económico

➤ Principales Actividades de Quintana Roo



Figura 11 Principales Actividades.

Fuente: Secretaría económica.

Entre las principales actividades se encuentran: servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas (22.0%); comercio (17.1%); servicios inmobiliarios y de

alquiler de bienes muebles e intangibles (12.4%); construcción (7.8%); y, transportes, correos y almacenamiento (6.5%). Juntas representan el 65.8% del PIB estatal

➤ Población económicamente activa

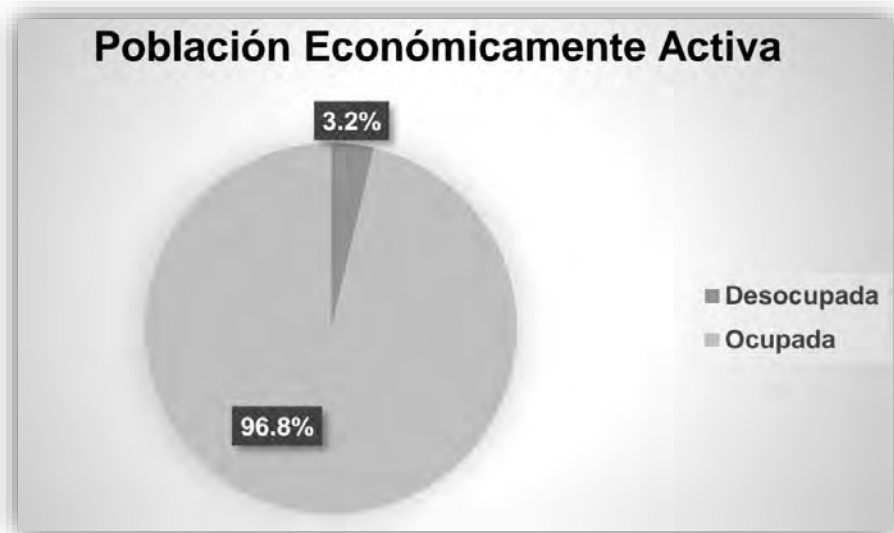


Figura 12 Población económicamente activa.

Fuente: Secretaría económica

Al primer trimestre de 2016, la Población Económicamente Activa (PEA) ascendió a 762,576 personas, lo que representó el 66.9% de la población en edad de trabajar. Del total de la PEA, el 96.8% está ocupada y el 3.2% desocupada.

Socio cultural.

La fiesta ha persistido en ser un artefacto de expresión y acción social, un dispositivo donde vemos desplegarse modelos de acción colectiva y la dramatización de las emociones y sentimientos que alimentan a la vida social. En todo el mundo, durante todas las épocas, las fiestas tienen la misión de hacer posible que una comunidad que no es una realidad palpable y un medioambiente invisible se manifieste en un ambiente festivo para darse a conocer.

Es por eso que vamos a rentar mobiliario para eventos sociales, queremos compartir cada pequeño o gran evento que realicen nuestros clientes. Las fiestas siempre van a existir, es una necesidad social del ser humano.

Tecnológico.

Para efectos prácticos y por costos, habría que comenzar con lo básico, no se requiere de mucha tecnología, una computadora para registro de ventas, compras, gastos, organización etc. Lo necesario para llevar la contabilidad y la administración de los recursos.

Político legal.

Registro de la tienda online en Hacienda.

Desde el momento en que se tienen actividades económicas (ingresos – Gastos), aunque no se tenga ingresos y únicamente gastos, servirán para deducir impuestos.

Obligaciones fiscales:

- Registrarse en el SAT para obtener cedula fiscal.
- Emitir facturas a los clientes y conservarlas durante el tiempo establecido ante la ley.
- Presentar declaración de proveedores (según aplique)
- Presentar declaraciones mensuales, bimestrales, o anuales (Según aplique)

Pago de impuestos:

- ISR: se aplica un porcentaje a la utilidad que se tenga que puede variar desde 1% hasta 30% entre más sea la utilidad más porcentaje se tiene que pagar.
- IVA: es todo el IVA de los ingresos menos el IVA que se pagan en las compras y gastos, las diferencias se tienen que pagar.

Requisitos para el registro de la tienda online en el SAT

- Tramitar una cita en el SAT
- Identificación oficial (INE)
- Comprobante de domicilio, no mayor a tres meses ( No es obligatorio que este a tu nombre)
- USB
- CURP
- Correo electrónico

Otros trámites importantes para abrir un negocio online

- Apertura de cuenta bancario únicamente del negocio
- Diseño del logotipo y registro de marca

Es necesario registrar todos los nombres, logos y cualquier símbolo o representación característica de la empresa ante el Instituto Mexicano de Propiedad intelectual para asegurarse de que la empresa no será plagiada y estar protegido a que esto pase.

- Obtención del registro patronal del IMSS
  - Darse de alta como patrón y registrar a sus trabajadores. Además, deben de comunicar los datos pertinentes (cambio de salario, altas y bajas), en un periodo no mayor a 5 días hábiles.
  - Tener los registros sobre nóminas, días trabajados y salarios. Se tienen que conservar esos datos durante 5 años después de la fecha de elaboración.
  - Determinar las cuotas obrero patronal que tengan bajo su cargo y reportar el importe al IMSS.

El artículo 14 del Reglamento de la Ley del Seguro Social en materia de afiliación, clasificación de empresas, recaudación y fiscalización del IMSS, establece que cuando un patrón se registre ante el IMSS, el patrón debe recibir un documento de identificación que contenga:

- Número de registro patronal asignado por el Instituto. Este registro identifica individualmente a cada patrón y permite comprobar el cumplimiento de sus obligaciones para la Seguridad Social de sus empleados.
- Nombre, denominación o razón social completos del patrón. Es decir, el nombre de la empresa.
- Actividad, clase y fracción. Es la clasificación de la empresa para determinar el pago de la prima en el Seguro de Riesgos de Trabajo, conforme al Catálogo de Actividades del artículo 196 del Reglamento, cada empresa deberá conocer perfectamente la actividad que va a desempeñar. Esto para poder identificarse dentro del Catálogo por división, grupo económico, fracción actividad y la clase.
- Domicilio de la empresa.
- Firma del patrón o representante legal.
- Nombre y firma de las personas autorizadas por el patrón para presentar avisos de afiliación. Normalmente, el patrón designa a unas personas en la presentación de cualquier tipo de aviso de afiliación, que asisten en representación suya.
- Número patronal de identificación electrónica. Conocido mejor como firma o certificado digital.

El Registro Patronal (RP) es el número o clave asignado por el IMSS, a un patrón, cuando éste se inscribe a dicho instituto. De esta manera el IMSS identifica de manera individual a cada patrón y verifica el cumplimiento de sus obligaciones establecidas en la Ley del Seguro Social y su reglamento

Según el Artículo 12 del Reglamento de afiliación, las personas físicas o morales están obligadas a registrarse como patrón cuando:

- Se comienzan a utilizar los servicios de uno o varios trabajadores.
- Se constituya como sociedad cooperativa. Es decir, cuando nazca la empresa.
- Inicie la vigencia su convenio de incorporación con el Instituto.
- Para trámites en línea y pre registro, según la página web del IMSS:

Comprobante de domicilio del patrón.

Primera y última hoja del Poder Notarial para actos de dominio, de administración o poder especial en donde se especifique que puede realizar toda clase de trámites y firmar documentos ante el IMSS; así como, la hoja donde aparezca el nombre del representante legal.

Primera y última hoja de la Escritura Pública o Acta Constitutiva que contenga el sello del Registro Público de la Propiedad y del Comercio, así como, la hoja donde aparezca el nombre del representante legal.

Firma electrónica avanzada (FIEL) expedida por el Servicio de Administración Tributaria (SAT).

Para el trámite en sucursal:

- Registro Federal de Contribuyentes (RFC) del domicilio fiscal y/o Aviso de apertura de establecimiento. Copia.
- Comprobante del domicilio del centro de trabajo. Original y copia.
- Croquis de localización del domicilio del centro de trabajo. Original.
- Escritura Pública o Acta Constitutiva que contenga el sello del Registro Público de la Propiedad y del Comercio. Original y copia.
- Poder Notarial para actos de dominio, de administración o poder especial en donde se especifique que puede realizar toda clase de trámites y firmar documentos ante el IMSS. Original y copia.
- Identificación oficial vigente del representante legal. Original y copia.
- Registro Federal de Contribuyentes (RFC) del representante legal. Copia.
- Clave Única de Registro de Población (CURP) del representante legal. Copia.
- Formato “Aviso de Registro Patronal Personas Morales en el Régimen Obligatorio (ARPPM)” impreso por el empleado del Instituto, deberá ser firmado de manera autógrafa por el patrón en presencia de la persona que atienda el trámite

#### Ecológico.

Los desechos que tendrá la implementación de dicho proyecto serán sillas, mesas y manteles rotos cuando suceda esto, para contribuir a la conservación y a la mejora del medio ambiente en cuanto a estos desechos, se reparan aquellos que tengan daños menores y que no representen excesivos costos. Para el caso de las mesas, sillas y manteles que tengan daños mayores estas se llevarán al tiradero municipal para su reciclaje.

Se necesitara de agua para el lavado del mobiliario, se necesitara el registro municipal de agua potable y el pago bimestral es de \$151 pesos. Se lavara el mobiliario con detergente ecológico y el lavado de las mesas serán con cubetas. Los manteles serán lavados con el menor desperdicio de agua posible.

Urbina Rent es una empresa que no tiene impacto ecológico dañino, ya que se enfoca en la reutilización y no al consumo masivo. Por otro lado la gente cuando realiza fiestas suele consumir mucho desechable, es por eso que Urbina Rent dará a conocer lo dañino que es para el planeta el consumo de los desechables y fomentar más el uso de “platos y vasos” biodegradables.

#### Análisis de las 5 fuerzas de Porter.

##### 1. Nuevos competidores

Al principio se tendrán pocos competidores ya que nos destacaremos con mobiliario que aún no se renta en Chetumal. Es por eso que aprovecharemos ese lapso de tiempo para fidelizar al cliente.

- Sentirán que Urbina Rent es más eficaz con el servicio.
- Sentirán Urbina rent se preocupa por la higiene de su equipo de mobiliario.



## 2. Negociación de los proveedores.

Es necesario hacer una negociación con una empresa dedicada a la impresión de pegatinas, ya que están serán con las que se piensa personalizar las mamparas y sobre todo tener la seguridad de contar con ese insumo.

## 3. Negociación con los clientes.

Los clientes podrán buscar rentadoras de mesas y sillas por internet, en el momento que ellos tengan tiempo, pero el tiempo en que les pueden contestar es tardado, en cambio sí se encuentran con nuestra tienda online podrán saber si el mobiliario que necesitan está disponible en ese mismo momento.

## 4. Productos sustitutos.

Los productos sustitutos son que un cliente prefiera festejar su cumpleaños en un restaurante o en un local donde ya te incluyan las sillas y mesas si así fuera el caso aún podemos hacer que renten amenidades para el entretenimiento de sus invitados.

## 5. Rivalidad entre competidores

La innovación es la nueva experiencia de como adquieren nuestro servicio, facilitando y agilizando la obtención del mismo. Cosa que los competidores no tienen, solo esperan a que el cliente se contacte y no responden de manera rápida.

Análisis FODA

Debilidades	Amenazas
Falta de financiamiento para el crecimiento del negocio.	Fenómenos naturales.
Falta de organización del registro del inventario.	Competencia actual en el mercado.
Que los clientes no sepan usar una plataforma online.	Apertura de una empresa que ofrezca un servicio similar.
Fortalezas	Oportunidades
Buen trato al personal.	Las personas siempre tienen algo que celebrar.
Conocimiento del mercado.	Posibilidad de crecimiento rápido en el mercado.
Servicio eficaz e innovador	Introducir nuevas amenidades según la demanda.
Promoción y publicidad atractiva para el cliente.	Posicionamiento estratégico.

Tabla 1 Análisis FODA de Urbina Rent.

Fuente: Elaboración propia.

Matriz Ansof



Figura 13 Matriz Ansof Urbina Rent.

Fuente: Elaboración propia.

Definición del producto.

El servicio a ofrecer es el de renta de mobiliario para fiestas que sea diferente a lo que comúnmente se tiene en la ciudad de Chetumal, la diferencia que se hará con respecto a los demás es la agilidad del servicio con la implementación de una tienda online donde se ofrecerá el mobiliario para rentar y donde el cliente pueda hacer todo tipo de cotizaciones con respuestas inmediatas.

Prototipo del producto / Servicio.

Prototipo de la tienda online.

Inicio de la tienda Online.

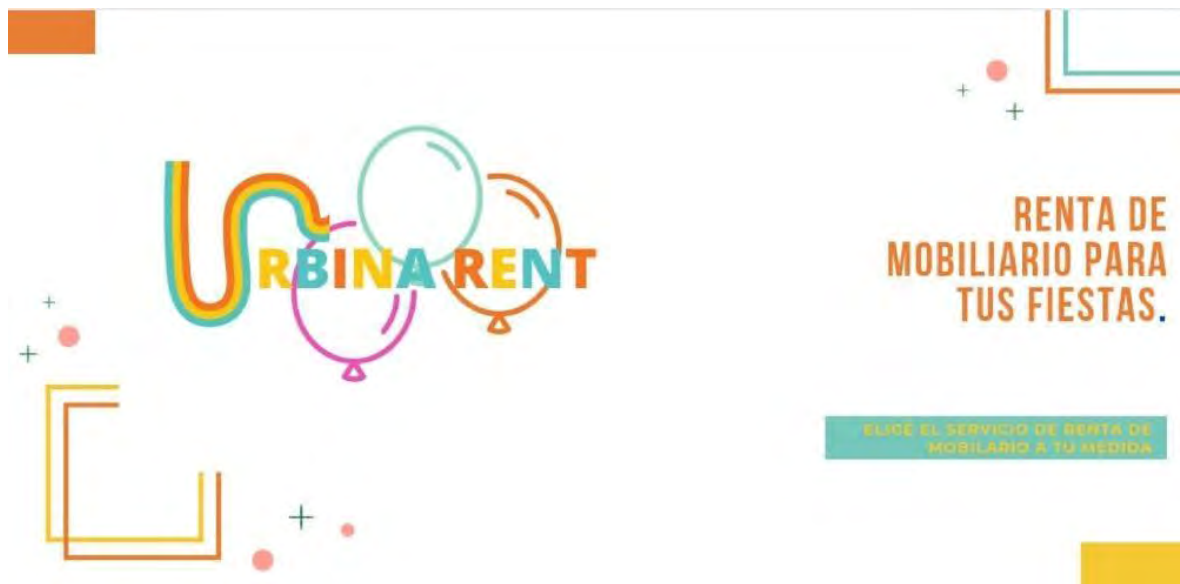


Figura 14 Inicio de la tienda online (Prototipo)

Fuente: Elaboración propia.

En primer lugar podrá el cliente observar el logo de nuestra empresa y una breve explicación del servicio que ofrecemos.



Figura 15 Prototipo de la tienda online.

Fuente: Elaboración propia.

De igual manera se dará una Bienvenida para los cliente, también una pequeña y clara explicación del manejo de la tienda online.



Figura 16 Catálogo de la tienda online (Prototipo)

Fuente: Elaboración propia.

Al iniciar la tienda online, estará conformada por 4 catálogos distintos del mobiliario, dando una mayor agilidad a la compra.

Descipcion del catalogo

Catalogo 1



Figura 17 Prototipo de catálogo 1 Urbina Rent.

Fuente: Elaboración propia.

Catalogo 2

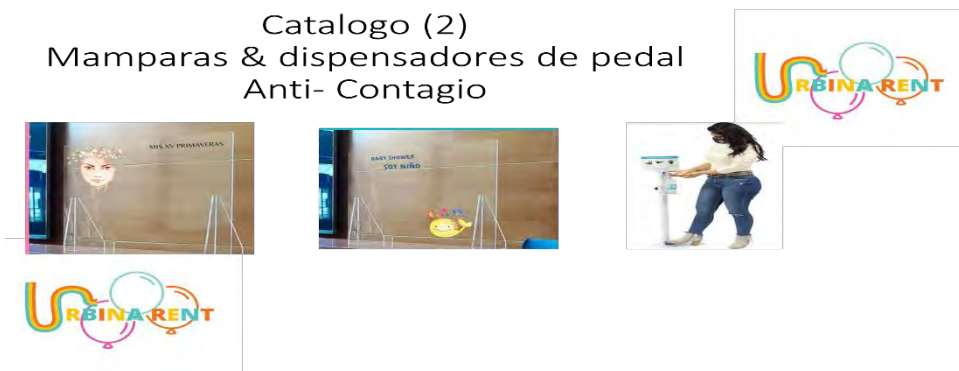


Figura 18 Prototipo de catálogo 2.

Fuente: Elaboración propia.

### Catalogo 3



Figura 19 Prototipo de catálogo 3.

Fuente: Elaboración propia.

### Catalogo 4

Catalogo 4  
Amenidades para adolescentes y adultos  
Toro mecánico – Mesa de Hockey –  
Mesa de Futbolito - Bocina Karaoke



Figura 20 Prototipo de catálogo 4.

Fuente: Elaboración propia

Al seleccionar el catálogo de mobiliario que necesitan, podrán elegir la cantidad y hasta color, en el caso de los manteles.



Figura 21 Prototipo de datos en la tienda online.

Todo lo seleccionado se va al carrito, al momento le saldrá el costo del mobiliario y podrá proporcionarlo su dirección.

Mesas	3
Sillas	30
Mantel	4
Torito mecánico	1
<b>Total</b>	\$
Horario que va recibir.	14:00
Hora de entrega.	10:00

Dirección	Col. Forjadores esq. Aron mercado #33
Nombre completo	Isidora Marino Ross
Número de celular 1	983 123 456
Número de celular 2	983 234 432
<input type="button" value="enviar"/>	

Figura 22 Cierre de compra de la tienda online (prototipo).

Fuente: Elaboración propia.

Matriz BCG.



Figura 23 Matriz BCG de Urbina Rent.

Fuente: Elaboración propia.

## Perfil del consumidor

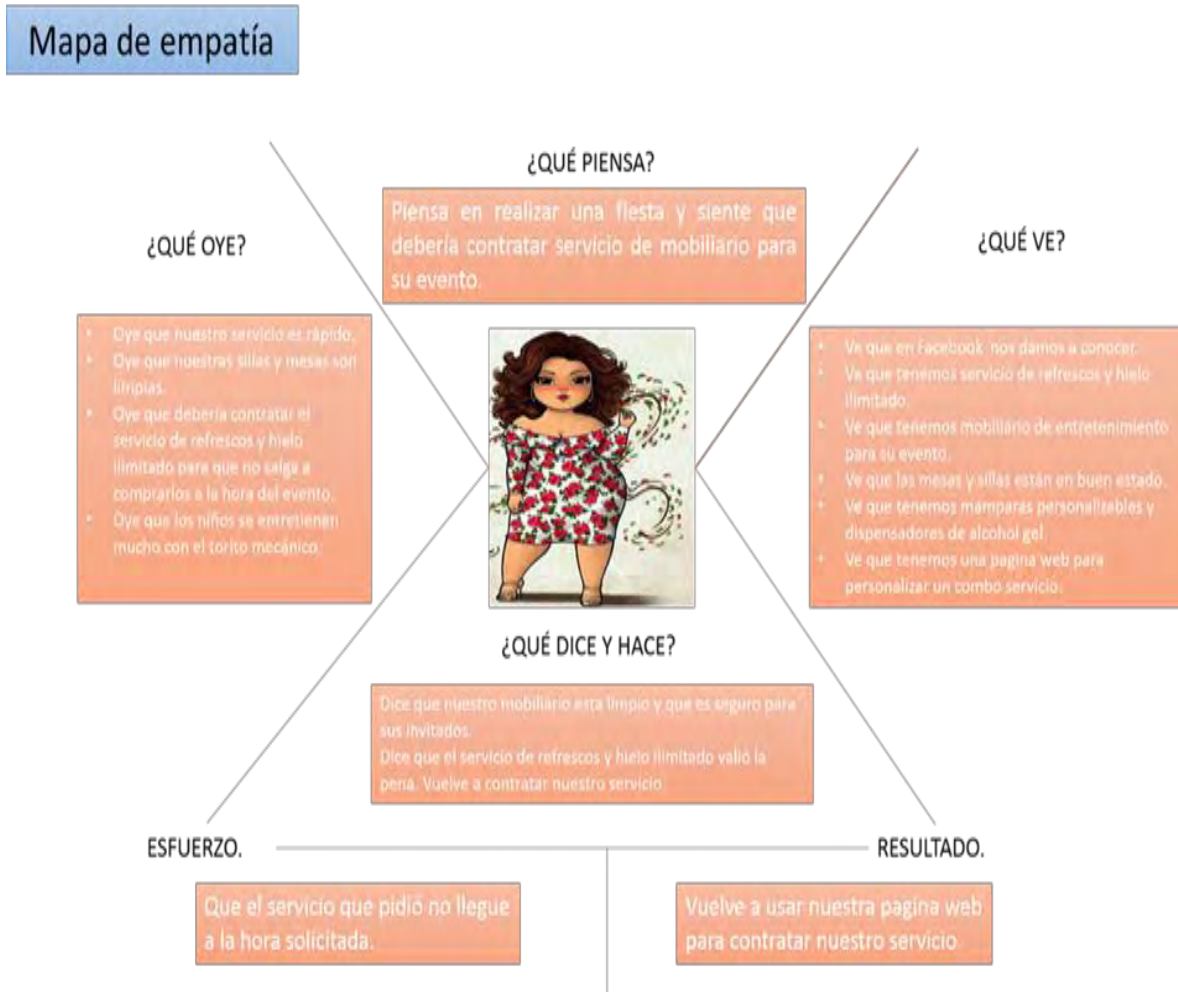


Figura 24 Mapa de empatía Urbina Rent.

Fuente: Elaboración propia.



## Método canvas



Figura 25 Método canva. Urbina Rent.

Fuente: Elaboración propia.

Proyección de la demanda.

Tamaño de mercado.

Se localiza en el Sureste de México. Es la capital del Estado de Quintana Roo y cabecera del municipio de Othón P. Blanco, su nombre proviene de Chetumal, que en lengua maya significa "El lugar donde crecen los árboles rojos". Urbina Rent estará ubicada en el estado de Quintana Roo en la ciudad de Chetumal. Se tomaron datos del INEGI se encontró que en el año 2010 se tienen 122,647 habitantes en el municipio de Othón P. Blanco.

Análisis de la demanda.

Se va recabar información para la obtención de la demanda como si consumen amenidades para sus fiestas, con qué frecuencia lo hacen y que influye para que demanden nuestro producto.

Fuentes primarias.

Para obtener información de la demanda es necesaria e importante la recopilación de datos, es por eso que se va realizar una encuesta a 100 personas de la ciudad de Chetumal Quintana Roo saber si le gusta la idea de que en Chetumal se rente entretenimiento que no es lo habitual y saber qué porcentaje demandara el producto. Con el servicio primario que ofrecemos que es la renta de mesas y sillas queremos saber si el cliente está satisfecho, si podemos mejorar y que quiere que se haga diferente.

Encuesta.

A continuación se presentan las encuestas que ayudaran a la recolección de datos, se presentan 2 una que sirvió para saber el nivel de satisfacción que el cliente tiene con Urbina Rent y otra que va servir para saber si se va demandar las amenidades para fiestas.

*Encuesta de satisfacción del cliente.*



Muchas gracias por rentar nuestro servicio de renta de mesas, sillas y manteles para tu evento. Para nosotros es importante tenerte como cliente. Para **Urbina Rent** su principal objetivo siempre es mejorar la forma en que hacemos las cosas y por ello le pedimos que nos ayude compartiendo su opinión con nosotros.

1. Al pensar en su experiencia más reciente con **Urbina Rent** ¿Cómo fue la calidad del servicio al cliente que recibió?

- A) Excelente
- B) Neutral
- C) Mala
- D) Pésima

2. Ahora piense acerca de las características y beneficios que otorga la renta de mesas y sillas **Urbina Rent** ¿Qué tan satisfecho está usted con el servicio?

- A) Muy insatisfecho
- B) Insatisfecho
- C) Normal
- D) Conforme
- E) Muy satisfecho

3. Considerando tu experiencia con nuestro servicio ¿Cuál es la probabilidad de que recomiendes nuestra marca a un amigo o familiar? Marque con una tachada el número que piense que sea la probabilidad de su recomendación, considerando 0 como poco probable y 10 muy probable.



Muy poco probable

Muy probable

4. ¿Con que frecuencia nos renta mesas y sillas?

- A) Semanal
- B) Mensual
- C) Trimestral
- D) Semestral
- E) Anual

5. ¿Cómo consideras la información sobre nuestro servicio que proporcionamos en nuestra página de Facebook?

- A) Muy buena. Era precisa y no me queda duda alguna del servicio que ofrecen
- B) Buena. Me permitió conocer las características generales del servicio, aunque aún tenía dudas (Precios, Promociones, que rentan etc.)
- C) Media. Pude conocer algunas características
- D) Baja. No pude obtener la información que deseaba.

6. ¿Cómo fue la atención al resolver tus dudas?

- A) Rápida. Contestaron al momento
- B) Un poco rápida. Tuve que esperar, pero contestaron
- C) Lenta, no había asesor en línea y me tuve que contactar por llamada o WhatSapp
- D) Insuficiente. no tuve respuesta

7. Si piensas en alguna otra empresa que proporcione el mismo servicio ¿Cuál es su calificación para nuestra marca?

- A) Es la mejor opción entre todas
- B) Es la mejor opción hasta ahora, pero buscare alternativas
- C) Es buena opción pero creo que hay mejores
- D) Es mi última opción, ya que no me satisface en lo absoluto.

8. ¿Qué le ha parecido la relación entre calidad ofrecida y el precio?

- A) Es más la calidad del servicio a comparación con el precio
- B) Su calidad de servicio va acorde al precio
- C) El precio no va acorde a su mala calidad de servicio

9. ¿Le ha inspirado confianza la atención recibida?

- A) Mucha confianza. Trato amable
- B) Poca confianza. No resolvieron mis dudas
- C) Nada de confianza. Trato prepotente

10. ¿Cómo consideras la limpieza de los productos que rentamos?

- A) Muy mala
- B) Mala
- C) Regular
- D) Bien

E) Excelente

11. ¿Qué otro producto te gustaría rentar para tus fiestas, que no contamos en este momento?  
Responde abiertamente.

12. Si tienes algún comentario o sugerencia háznoslo saber...

## Encuesta 2

*Implementar servicio de renta de amenidades nuevas para eventos. Chetumal, Quintana roo.*

Buen día, esta es una encuesta realizada por Alexia Morales quien es estudiante de la carrera de Sistemas Comerciales de la Universidad de Quintana Roo. Agradecería que pudieras responder la encuesta. TUS RESPUESTAS SON ANÓNIMAS.

1. ¿Qué edad tiene usted?

- Menos de 18 años
- Entre 18 a 23 años
- Entre 24 a 29 años
- 30 a 35 años
- 35 a 40 años
- 41 a 46
- 47 a 52
- 53+

2. ¿Es usted hombre o mujer?

- Mujer
- Hombre

3. ¿Tienes hijos?

- Si
- No

4. ¿Ha rentado alguna vez amenidades para el entretenimiento de tus eventos?

Ejemplo: trampolín, karaoke, pinta caritas, brincolin inflable etc.

- Si
- No

5. ¿Dónde has rentado brincolines o trampolines te han brindado un buen servicio?

- Ofrecen excelente servicio (trato amable, eficientes, mobiliario en buen estado etc.)
- Ofrecen un servicio estándar (el servicio al cliente es lento, mobiliario algo viejo etc.)
- Ofrecen un servicio pésimo (Rento su mobiliario porque no hay más opciones, parece que te hiciera un favor)

1. ¿En qué lugares suele buscar la renta de amenidades para el entretenimiento de su evento?

- Google
- Facebook
- Periódico
- Otras

7. ¿Con que frecuencia rentas amenidades para el entretenimiento de tu evento?

- Semanal
- Mensual
- Trimestral
- Semestral
- Anual

8. ¿Recuerdas el nombre de la empresa a la que le rentaste amenidades para tu evento? (Brincolin, trampolín etc.)

- Si recuerdo su nombre
- No recuerdo su nombre

9. ¿Estaría dispuest@ a rentar nuevas amenidades para el entretenimiento de tu evento que no son las que comúnmente rentas en Chetumal?

- Muy probable
- Poco probable
- Nada probable

10. ¿En qué temporada considera que renta más las amenidades para su evento?

- Primavera
- Verano
- Otoño
- Invierno

11. ¿Rentarías un toro mecánico para adultos? (CONSIDERANDO QUE CADA AMENIDAD CONTARA CON UN DISPENSADOR DE ALCOHOL GEL DE PEDAL)

- Si
- No

12. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por la renta del toro mecánico para adultos? Por 6 horas

- 1000 a 800 pesos
- 800 a 600 pesos
- 600 a 550 pesos

13. ¿Estaría dispuesto a rentar un futbolito para el entretenimiento de su evento? (CONSIDERANDO QUE CADA AMENIDAD CONTARA CON UN DISPENSADOR DE ALCOHOL GEL DE PEDAL)

- Si
- No

14. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por la renta de un futbolito para tu evento? por 6 horas

- 600 a 500
- 450 a 300
- 300 a 250

15. ¿Estarías dispuesto a rentar un torito mecánico para niños? (CONSIDERANDO QUE CADA AMENIDAD CONTARA CON UN DISPENSADOR DE ALCOHOL GEL DE PEDAL)

- Si
- No

16. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por la renta del torito mecánico? por 6 horas

- 1000 a 800
- 800 a 600
- 550 a 450

17. ¿Estarías dispuesto a rentar una MESA DE HOCKEY para el entretenimiento de tu evento? (CONSIDERANDO QUE CADA AMENIDAD CONTARA CON UN DISPENSADOR DE

ALCOHOL GEL DE PEDAL)

- Si
- No

18. ¿Cuánto pagarías por la renta de una mesa de Hockey? por 6 horas

- 1000 a 800
- 750 a 600
- 500 a 450

19. ¿Rentarías un carrusel para niños para el entretenimiento de tu evento?

(CONSIDERANDO QUE CADA AMENIDAD CONTARA CON UN DISPENSADOR DE ALCOHOL GEL DE PEDAL)

- Si
- No

20. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la renta de un carrusel mecánico para niños?

- 1500 a 1000 pesos
- 1000 a 800 pesos
- 750 a 600

21. ¿Rentarías karaoke pequeño para un evento pequeño en casa?

- Si
- No

22. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por la bocina karaoke? por 12 horas

- 500 a 450
- 450 a 350
- 300 a 250

23 ¿Qué tan interesante le parece la idea de introducir las amenidades antes mencionadas para el entretenimiento de tu evento?

(CONSIDERANDO QUE CADA AMENIDAD CONTARA CON UN DISPENSADOR DE ALCOHOL GEL DE PEDAL) 1 Nada interesante 5 Muy interesante

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

23. ¿Rentarías mamparas para la protección de tus invitados más vulnerables? ejemplo: abuelos

- Si
- No



24. ¿Te gustaría personalizarlas para que valla acorde a tu evento? Ejemplo en la imagen

- Me encantaría
- Si me gustaría
- No me gustaría

25. ¿Cuánto pagarías por la renta de una mampara? Precio de una sola mampara y sin personalizar

- 100 a 80 pesos
- 80 a 60 pesos
- 50 pesos

## Resultados.

### Nivel de satisfacción del cliente (50 clientes encuestados)

#### Edad del cliente

Numero de encuestados	Edad
0	18 a 23 años
13	24 a 30 años
12	31 – 36 años
11	37 a 42 años
10	43 a 46
2	47 a 54
4	55+

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2 Edad del cliente Urbina Rent.

Los resultados de la encuesta adultos jóvenes y adultos no

arrojaron que nuestros clientes son mayores a 46 años.

#### Calidad del servicio percibido

Numero de encuestados	Calidad percibida
42	Excelente
10	Neutral
0	Mala
0	Pésima

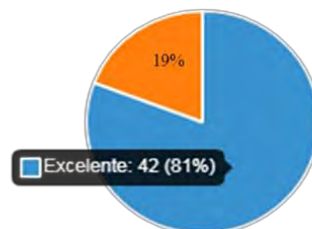
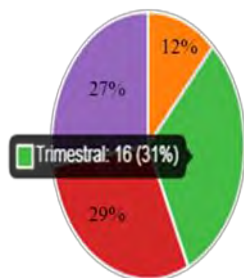


Tabla 3 Calidad del servicio percibido.

Fuente: Elaboración propia.

El 81% de nuestros clientes consideran que la calidad del servicio es excelente.

### Frecuencia de renta



Fuente: Elaboración propia.

El 31% de los encuestados solicitan el servicio de renta de mesas y sillas, el 29% de los encuestados adquieren nuestro servicio cada 6 meses, el 37% adquiere nuestro servicio 1 vez al año y el 6% es el que adquiere nuestro servicio cada mes.

Numero de encuestados	Frecuencia de renta
Semanal	0
Mensual	6
Trimestral	16
Semestral	15
Anual	14

Tabla 4 Frecuencia de renta.

### Probabilidad de que nos recomienden

Numero de encuestados	Probabilidad de que nos recomienden.
Promotores	46 = 86%
Pasivos	5 = 10%
Detractores	1 = 4%



Tabla 5 Probabilidad de recomendación.

Fuente: Elaboración propia.

Los clientes que puntúan con un 9 o 10 se las conocen como “Promotores”. Están satisfechos y recomendarían tu empresa, que es el 86 % de los encuestados.

Los clientes que puntúan 7 u 8 son conocidos como “Pasivos”. Satisfechos pero no maravillados, por lo que hay posibilidad de que cambien de marca, que es el 10% de los clientes encuestados.

Lo clientes que nos colocan puntos del 0 al 6. Son los conocidos como “Detractores”, no están contentos con el servicio y podrían ayudar a crear una idea negativa. Que es el 4 % de los clientes encuestados.



Figura 26 Probabilidad de que un cliente nos recomiende.

Fuente: Imagen de google.

La probabilidad de que un cliente nos recomiende (NPS) = 82% de probabilidad de que un cliente nos recomiende.

### Información de Urbina Rent en Facebook

encuestados	Calidad de información en página de Facebook
30	Muy buena información
8	Buena información
13	Muy poca información i
1	Nula información

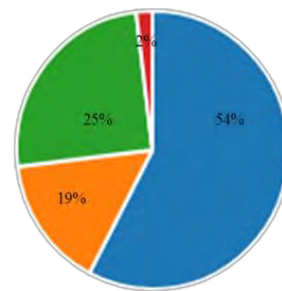


Tabla 6 Calidad de información.

Fuente: Elaboración propia.

El 54% de los clientes encuestados consideran que en el Facebook se proporciona una muy buena información y el 19% consideran que no se brinda la información necesaria que especifique bien el servicio: Precios, tipo de mobiliario etc.

## Rapidez de contestación en Facebook

Encuestados	Eficiencia contestando a los clientes en Facebook
28	Rápida
8	Un poco rápida
16	Lenta
0	Insuficiente

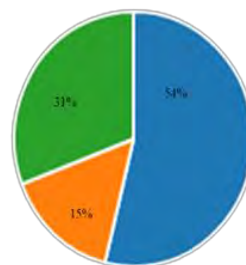


Tabla 7 Rapidez en Facebook. Fuente: Elaboración propia.

El 54% opinan que contestamos los mensajes rápido y el 31% de los encuestados opinan que contestamos muy lento y en la mayoría de los casos tienen que contactarnos por llamada o por whatsapp.

## Calidad / Precio

Encuestados	Calidad precio
22	Es más la cálida ofrecida a comparación con el precio.
30	Su calidad del servicio va acorde con el precio
0	El precio no va acorde con su mala calidad

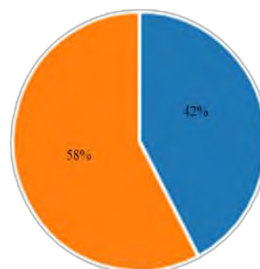
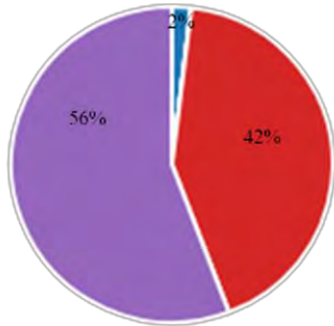


Tabla 8 Calidad vs precio.

Fuente: Elaboración propia.

El 58% de los clientes encuestados consideran que nuestra calidad de servicio va acorde con al precio que rentamos el mobiliario que ofrecemos. El 42% de los encuestados considera que la calidad del servicio es mayor en comparación con el precio. Si mejoramos los aspectos del servicio tenemos la posibilidad de aumentar el precio del servicio.

## Limpeza del mobiliario



Limpeza	Encuestados
Excelente	29
Bien	22
Regular	0
Mala	0
Muy mala	1

Tabla 9 Limpeza del mobiliario.

Fuente: Elaboración propia.

## Resultados de encuesta 2.

Implementación de amenidades para el entretenimiento en fiestas.

## Edad de los posibles clientes.

Encuestados	Edad
4	Menos de 18
32	18 a 23
20	24 a 29
12	30 a 35
17	36 a 40
11	41 a 46
2	47 a 52
2	53+

Tabla 10 Edad amenidades.

Fuente: Elaboración propia.

La mayoría de los encuestados eran jóvenes mayores de edad de entre 18 a 29 años y adultos de entre 30 a 46 años no mayores a 47 años.

## Sexo de los encuestados.

Encuestados	Sexo
Hombre	31
Mujer	69

Tabla 11 Sexo de los encuestados.

Fuente: Elaboración propia.

## Hijos

Encuestados	Hijos
59	Si
41	No

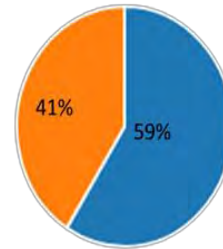


Tabla 12 Tienen hijos sí o no.

Fuente: Elaboración propia.

## Análisis de la pregunta anterior

Encuestados	Si tiene hijos	No tiene hijos
Mujer	35	34
Hombre	23	8

Tabla 13 Analisis de los encuestados con y sin hijos.

Fuente: Elaboración propia.

El 59 % de los encuestados tienen hijos y el 41% de los encuestados no tienen hijos. El 35 % de los encuestados son mujeres con hijos y el 23% son hombres con hijos. 34% de las encuestadas son mujeres sin hijos y el 8% de los encuestados son hombres sin hijos.

## Rentan amenidades

Encuestados	Rentan amenidades
No	32
Si	68

Tabla 14 Los encuestados rentan o no rentan amenidades.

Fuente: Elaboración propia.

El 68% de los encuestados han rentado amenidades para su evento como karaoke, trampolines, brincolines, pinta caritas o caballetes. 32% no han rentado amenidades para sus eventos.

## Análisis de la pregunta anterior

Encuestados	No tiene hijos	Ha rentado amenidades	No ha rentado amenidades
Hombre	8	3	5
Mujer	34	19	15

Tabla 15 Análisis de pregunta.

Fuente: Elaboración propia.

Encuestados	Tienen hijos	Han rentado amenidades	No han rentado amenidades
Hombre	23	20	3
Mujer	35	26	9

Tabla 16 Análisis de pregunta. Elaboración propia.

Fuente:

El 60% de los hombres que no tienen hijos no han rentado amenidades para sus eventos y el 40% de los hombres encuestados que no tienen hijos si han rentado amenidades para su entretenimiento.

El 48% de las encuestadas que no tienen hijos, no han rentado amenidades para sus eventos y el 52% por ciento de las encuestadas que no tienen hijos si ha rentado amenidades para sus eventos.

En conclusión podemos decir que es más probable que una mujer que no tiene hijos rente amenidades para sus eventos, a que un hombre sin hijos rente amenidades, renta más el hombre con hijos.

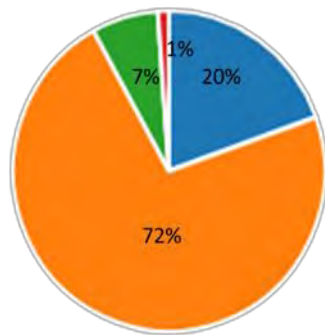
**Servicio de la competencia.**

Encuestados	Calidad de servicio
29	Servicio excelente
25	Servicio estándar
13	Servicio pésimo

*Tabla 17 Servicio de la competencia.*

El 44 % de las personas encuestadas que han rentado amenidades para sus eventos han recibido un servicio excelente. El 38% de los encuestados han recibido servicio estándar alegando que el mobiliario estaba viejo y el 18% del encuestado recibieron un servicio pésimo.

**Lugares que el cliente frecuenta para rentar el servicio.**



Encuestado	Lugares donde buscan amenidades
13	Google
49	Facebook
5	Periódico
1	Radio

*Tabla 18 Búsqueda de amenidades.*

El 72% de las personas que rentan amenidades para sus eventos buscan por Facebook quien renta, el 20% de las personas que rentan amenidades para su evento lo buscan por medio del buscador Google y el 8% busca amenidades de maneras no online.



### Posicionamiento de la competencia.

Encuestados.	Recuerdan el nombre de la empresa.
50	No
18	Si

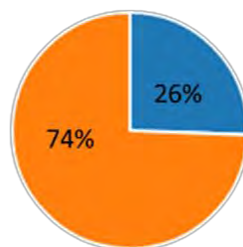


Tabla 19 Posicionamiento de la competencia.

Fuente: Elaboración propia.

El 76% de los encuestados que han rentado amenidades respondieron no recordar el nombre de la empresa donde rentaron estas amenidades, el 26% de los encuestados si recuerdan el nombre donde rentaron.

### Probabilidad del consumo del servicio.

Encuestados	Probabilidad de rentar nuevas amenidades
59	Muy probable
37	Poco probable
4	Nada probable

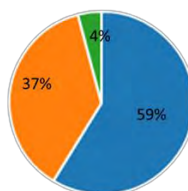


Tabla 20 Probabilidad de que renten amenidades.

Fuente: Elaboración propia.

El 59% de los encuestados consideran que es muy probable que renten amenidades nuevas para sus eventos, el 37% de los encuestados consideran que es poco probable que renten amenidades para sus eventos y el 4% de los encuestados no ven probable la renta de amenidades para sus eventos.

### Segmentación de mercado

#### Segmentación de mercado de amenidades para eventos.

Se tomaron datos del INEGI, se encontró que en el año 2010 habían 122,647 habitantes en el municipio de Othón P. Blanco, basándonos en los resultados de la encuesta el mercado potencial tiene el rango de edad de 35 a 45 años que es un total de 34,502 habitantes y se tomara el 68 % de esta población que son 23,462 basándonos en el encuesta siendo el porcentaje que si han rentado amenidades para su evento. Para la proyección de la demanda se tomó en cuenta tasa de crecimiento poblacional del 1.10%

Segmentación de mercado para la renta de sillas y mesas.

Se tomaron datos del INEGI, se encontró que en el año 2010 habían 122,647 habitantes en el municipio de Othón P. Blanco, basándonos en los resultados de la encuesta el mercado potencial tiene el rango de edad de 30 a 45 años que es un total de 48,997 habitantes y se tomara el 83 % de esta población que son 40,667 basándonos en el encuesta siendo el porcentaje de clientes que creen que somos la mejor opción entre otras rentadoras de mesas y sillas. Para la proyección de la demanda se tomó en cuenta la tasa de crecimiento poblacional del 1.10%

Demanda histórica.

Tabla de la demanda histórica de amenidades para fiestas.

Año	Demanda
2010	23,461
2011	23,719
2012	23,980
2013	24,244
2014	24,510
2015	24,780
2016	25,053
2017	25,328
2018	25,607
2019	25,889
2020	26,173

Tabla 21 Tabla de la demanda histórica de amenidades para fiestas.

Fuente: INEGI

Tabla de la demanda historica de renta de mesas y sillas.

Año	Demanda
2010	40,667
2011	41,114
2012	41,567
2013	42,024
2014	42,486
2015	42,953
2016	43,426
2017	43,904
2018	44,387
2019	44,875
2020	45,368

Tabla 22 Demanda histórica de la renta de mesas y sillas.

Fuente: INEGI

Proyección de la demanda histórica

Proyección de la demanda histórica de amenidades para eventos.

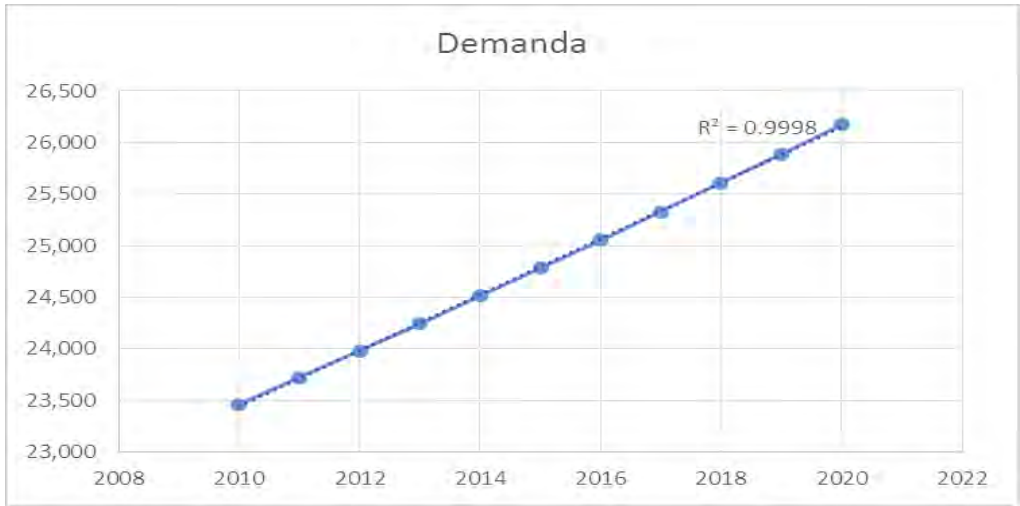


Figura 27 Proyección de la demanda histórica de amenidades para fiestas.

Fuente: Elaboración propia

La demanda historia ha ido en aumento en los 4 años anteriores hasta hoy 2020

Proyección de la demanda de renta de mesas y sillas.

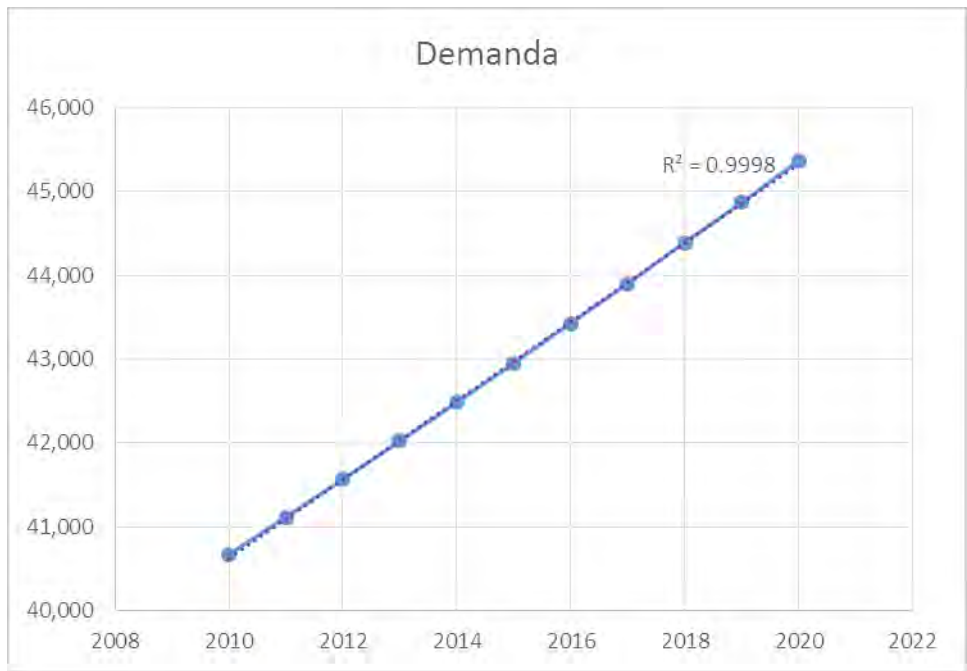


Figura 28 Proyección de la demanda histórica de mesas y sillas.

Fuente: Elaboración propia

Proyección de la demanda.

Proyección de la demanda renta de amenidades para fiestas.

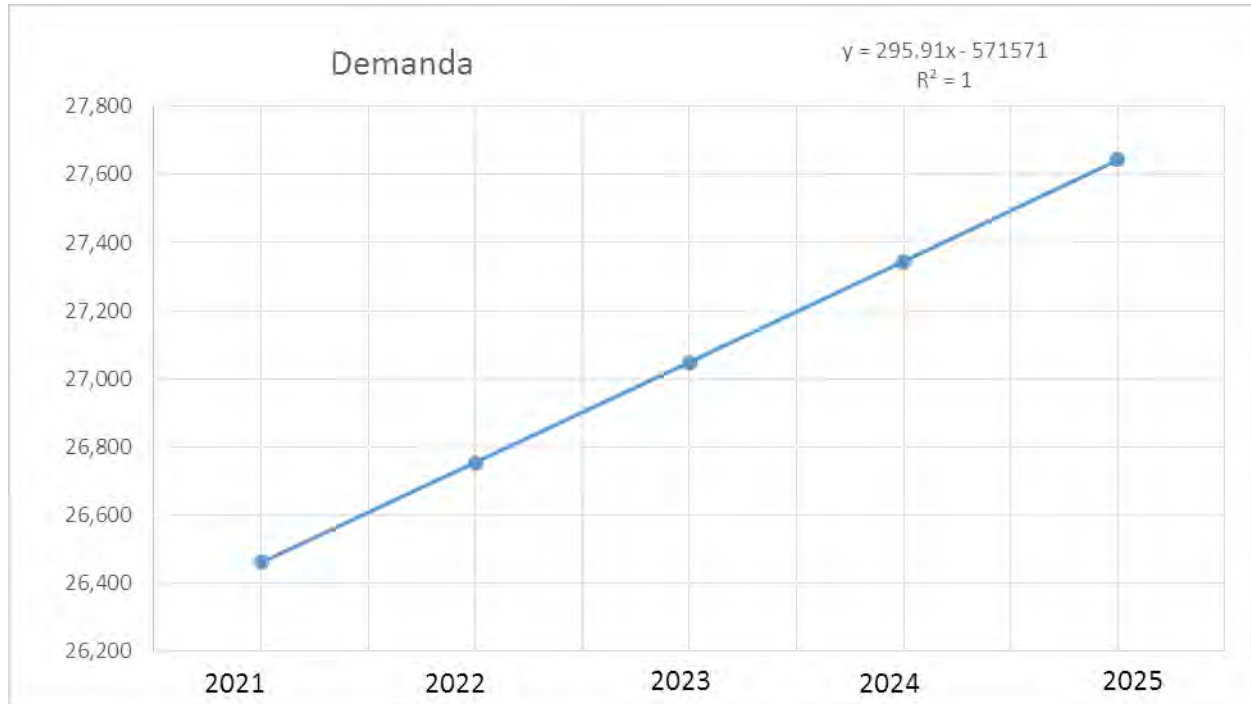


Figura 29 Proyección de la demanda de amenidades para eventos.

Fuente: Elaboración propia

Tabla de la demanda de renta de amenidades para fiestas.

Año	Demanda
2021	26,461
2022	26,752
2023	27,047
2024	27,344
2025	27,645

Tabla 23 Tabla de la demanda de renta de amenidades para fiestas.

Fuente: Elaboración propia

## Proyección de la demanda de renta de mesas y sillas

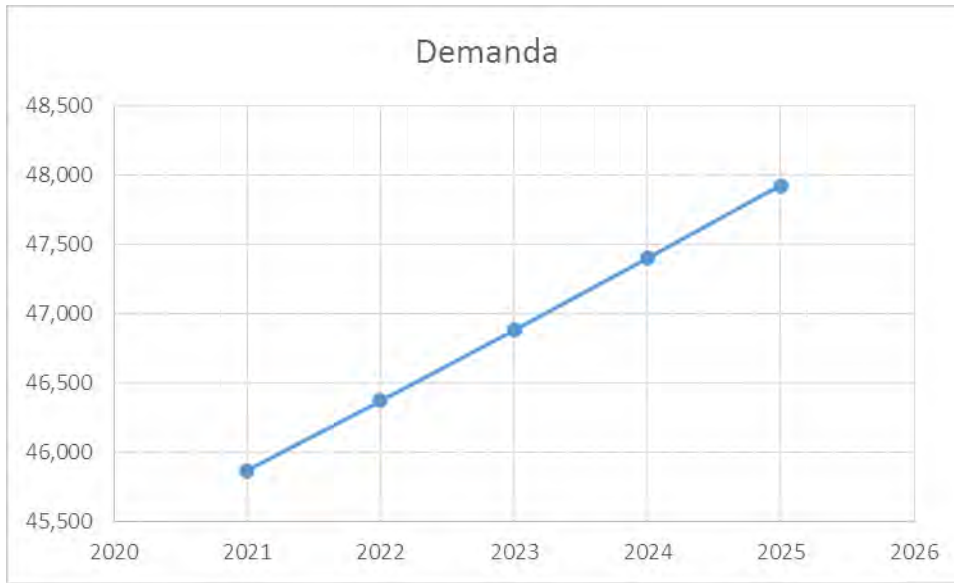


Figura 30 Proyección de la demanda de renta de mesas y sillas.

Fuente: Elaboración propia.

Proyectando la demanda para la renta de mesas y sillas podemos observar que va en aumento cada año.

### Tabla proyección de la demanda de renta de mesas y sillas

Año	Demanda
2021	45,867
2022	46,372
2023	46,882
2024	47,398
2025	47,919

Tabla 24 Proyección de la renta de mesas y sillas.

Fuente: Elaboración propia.

## Demanda Optimista y pesimista

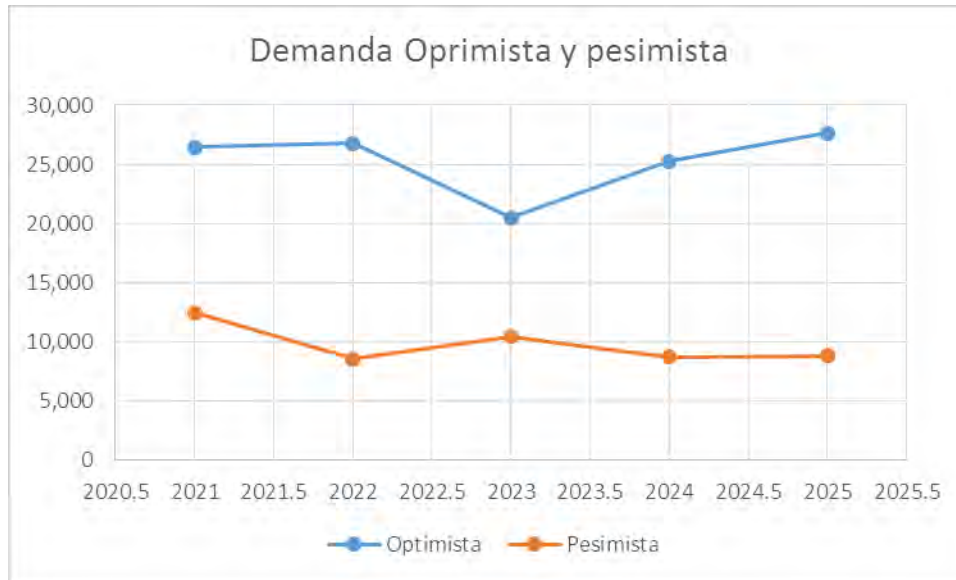


Figura 31 Proyección de la demanda optimista y pesimista.

Fuente: Elaboración propia

Pensando negativamente podemos pensar que el mercado objetivo el porcentaje que no renta amenidades aumente y que las ventas de vayan hacia abajo.

Mercado del proveedor.

Buscaremos una imprenta posicionada en el mercado que tenga calidad de imagen, sobre todo que sea conocida como una empresa buena.

Ejemplos de imprentas de calcomanías posicionadas en Chetumal Quintana Roo.

InvitArte



Figura 32 Publicidad de Invitarte.

GodAl



Figura 33 Trabajo GodAl.

Proyección de ventas.

Proyección de renta de amenidades para eventos.

Año	Demanda potencial	Participación del mercado	Cantidad de servicios a realizar	Precio de venta	Ventas anuales totales
2021	26,461	10%	2,646	\$500.00	\$1,323,059
2022	26,752	10%	2,675	\$500.00	\$1,337,613
2023	27,047	10%	2,705	\$500.00	\$1,352,326
2024	25,244	10%	2,524	\$500.00	\$1,262,200
2025	26,173	10%	2,617	\$500.00	\$1,308,664

Tabla 25 Proyección de renta de amenidades para eventos.

Les presento la tabla que se realizó para tener una proyección de ventas, somos una empresa pequeña así que tenemos una participación de mercado del 10% y un precio estándar de \$500 ya que rentaremos amenidades de hasta \$1500, 800 y \$350, basados en la respuesta de la encuesta.

Proyección de renta de mesas y sillas.

Año	Demanda potencial	Participación del mercado	Cantidad de servicios a realizar	Precio de venta	Ventas anuales totales
2021	45,867	10%	4,587	\$100.00	\$458,675
2022	46,372	10%	4,637	\$100.00	\$463,720
2023	46,882	10%	4,688	\$100.00	\$468,821
2024	47,398	10%	4,740	\$100.00	\$473,978
2025	47,919	10%	4,792	\$100.00	\$479,192

Tabla 26 Proyección de renta de mesas y sillas.

La tabla de proyección de venta del servicio de renta de mesas y sillas está proyectada para abarcar el 10% del mercado potencial, iniciar poco a poco, el precio \$100 es el precio estándar de la renta de 1 mesa con 10 sillas y un mantel.

### Capítulo 3. ESTUDIO TECNICO.

Estrategia de marketing.

Objetivos de mercadotecnia a corto plazo.

- Darnos a conocer en la zona geográfica. (colonias cercanas)
- Implementar una campaña publicitaria para dar a conocer la tienda online y como deben usarla. 1 semana cada mes por 12 meses.
- Dar a conocer el lanzamiento de los nuevos productos. (mamparas, carrusel, torito mecánico y mesa de hockey)
- 60% de las rentas sean por la tienda online.

Objetivos a mediano plazo

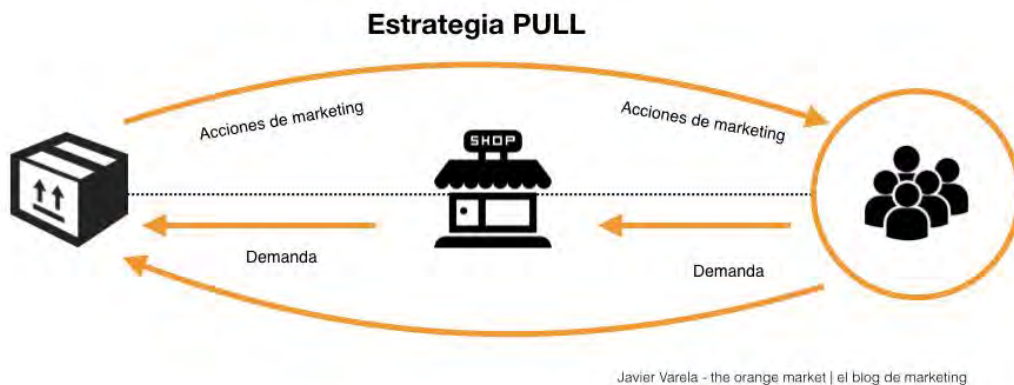
- Aumentar los likes en la página un 10% Cada mes.
- Obtener rentas entre semana mínimo 1 amenidad a la semana.
- Obtener rentas entre semana mínimo de 2 mesas completas entre semana.

Objetivos de mercadotecnia a largo plazo.

- Aumentar la presencia en el mercado un 10%
- Alcanzar la satisfacción de los clientes y hacer que sus expectativas sean superadas.
- Lograr que el 80% de los clientes se vuelvan fieles o frecuentes

## Publicidad

## Tácticas pull



*Tabla 27 Estrategia pull.*

*Fuente: Imagen de google.*

Una estrategia de marketing pull implica motivar a los clientes a buscar su marca en un proceso activo. Es hacer que el cliente venga a nuestra marca.

- Publicidad y promoción en mass media
- Marketing de referencias (boca a boca)
- Estrategias de diferenciación
- Inbound marketing, marketing de contenidos



Plan de actuación. (4p del marketing.)

Estrategia de producto.

- Dejar un aroma a chicle las amenidades de entretenimiento lavándolo con un jabón neutro y posterior mente enjuagar con agua con aroma a chicle e instalar un difusor aromático. (Marketing olfativo)



Figura 34 Estrategia de producto.

Fuente: Elaboración propia

- Todas las sillas tienen el logo de la empresa en el respaldo. Esta estrategia de producto sirve para diferenciar y posicionar la marca. Al rentar nuestro mobiliario todas nuestras sillas estarán marcadas con nuestro logo, si al cliente le gusto la experiencia que vivió con el mobiliario, probablemente nos busque para su evento.



Figura 35 Prototipo de sillas Urbina Rent.

Fuente: Elaboración propia

- Las amenidades de entretenimiento tendrán una lona con el logo de la empresa y que servicios se ofrecen. Ayudando a diferencias y a posicionar la marca.



Figura 36 Prototipo de lona Urbina rent.



Figura 37 Prototipo de torito mecánico Urbina rent.

Fuente: Elaboración propia

### Estrategia de precio.

- Estrategia de precios con relacion a la competencia y conforme el cliente este dispuesto a pagar (con una encuesta).

### Estrategia de Promoción.

Estrategia de promocion y ofertas para días entre semana, que son los días que menos rentas se realizan. Queremos mantener la página activa, que los clientes tengan interacción con nosotros, por esa razón implementaremos sorteos como estrategia de promoción. De igual manera con esta dinámica buscamos atraer nuevos posibles clientes. También implementaremos las estrategias de descuentos y de 2x1 para activar las ventas de los días que menos ventas tenemos.

(LUNES Y M;ARTES)



(RIFA ENTRE SEMANA)



Figura 38 Prototipo promoción.

Fuente: Elaboración propia

(LUNES Y MARTES)



Figura 39 Prototipo de promoción.

Fuente: Elaboración propia

Estrategia de ventas y distribución.

Implementación de la página web para agilizar el proceso de renta.

Para poder mejorar el servicio de renta de mesas y sillas, debemos saber escuchar al cliente, después de la encuesta realizada, es necesario diseñar una manera de agilizar el servicio, esa manera es, diseñando una tienda online, que permite al usuario, tener la información de nuestro inventario con tan solo entrar a la tienda en línea.

1. Nos busca por medio de Facebook. Se informa de que servicio ofrecemos y como lo puede conseguir.
2. Entra a nuestra tienda online revisa el catalogo y podrá observar si lo que quiere rentar lo tenemos disponible. Podrá elegir y personalizar el servicio, hora de envío, hora de entrega. Nos proporcionará, dos números de teléfono, dirección, quien hace el pedido y enviar al momento.
3. Nosotros al recibir esa información, realizaremos una llamada donde se pretende crear un vínculo más formal, donde confirmaremos que hemos recibido su pedido del servicio y el cliente confirmara el suyo.
4. A los 15 o 20 minutos antes de la hora acordada con el cliente, el cliente paga el servicio y se baja todo el mobiliario. A la hora que se acordó la hora de recibir el mobiliario de regreso, el cliente entrega y se le agradece por contratar nuestro servicios.

Darse a conocer en las colonias cercanas a la bodega para bajar el costo de distribución.

Instalar alguna amenidad (Al azar) y colocarla en un parque 2 domingos al mes.

- Parque de forjadores
- Habitación 3 (domo de payo obispo)
- Habitación 1 (Domo de solidaridad)

Dejar que los niños se suban gratis y vivan la experiencia y repartir tarjetas de presentación.

Tarjeta de presentación.



Figura 40 Tarjeta de presentación PARTE DELANTERA.



Figura 41 Tarjeta de presentación PARTE DE ATRAS.

Estrategia de promoción y comunicación.

- Daremos a conocer la tienda online por medio de un video breve de cómo debe usarse, mostrando lo beneficiosa y eficaz que es. Se hará publicidad pagada por medio de Facebook. El primer año 1 semana al mes.



Figura 42 Estrategia de comunicación..



Fuente: Elaboración propia

- Realizaremos el lanzamiento de las nuevas amenidades por Facebook 1 semana cada mes por 12 meses.



Figura 43 Estrategia de comunicación.



Figura 44 Prototipo de mampara babyshower.

Figura 45 Estrategia de comunicación.



Figura 46 Prototipo de mampara.

Revisión del plan en tiempo real.

Control del plan de marketing online.

Tabla de publicaciones en Facebook del video para enseñar a usar la página web.

Aun costado se aprecia la fecha en la que empezara la semana de publicidad y cuando termina. Cada mes tiene fechas diferentes, los que están en amarillo son fechas importantes en el año: por ejemplo el día del niño, día del padre, día de la madre, día de muertos. Etc.

Itinerario publicitario de la tienda online.

Fecha	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	octubre	Noviembre	Diciembre
1-7												
7-14												
1-7												
23-30												
3-10												
1-7												
1-7												

1-7												
9-16												
23-30												
1-7												
23-30												

Tabla 28 Itinerario publicitario de la tienda online.

Fuente: Elaboración propia

Iniciando el año no tendremos ninguna renta en la tienda online, queremos que el 60% de las rentas se realicen por medio de la tienda online. Cada mes se realizara un cálculo de las ventas que se realicen por llamada, whatsapp o Facebook o tienda online. Para ver si el video que publicitamos está dando resultado.

Revisión del plan de marketing online de la publicidad de la tienda online.

Mes de ventas	Número de rentas en Whatsap	Número de rentas en Facebook	Número de rentas en llamada	Número de rentas en Tienda online.
Enero				
Febrero				
Marzo				
Abril				
Mayo				
Junio				
Julio				
Agosto				
Septiembre				
Octubre				
Noviembre				
Diciembre				

Tabla 29 Control y revisión del plan de marketing online de la publicidad de la tienda online.

Fuente: Elaboración Propia



Control del plan de marketing online de la publicidad de las amenidades.

Este itinerario de la publicación de la publicidad para dar a conocer las amenidades nos ayudara a llevar el control de las publicaciones semanales que se deben realizar por mes.

Itinerario publicitario de las amenidades

Fecha	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	octubre	Noviembre	Diciembre
1-7												
7-14												
1-7												
23-30												
3-10												
1-7												
1-7												
1-7												
9-16												
23-30												
1-7												
23-30												

Tabla 30 Itinerario publicitario de las amenidades.

Fuente: Elaboración Propia.

Estas publicaciones además de dar a conocer los nuevos productos, pretendemos aumentar los like 10% mensuales.

Control del aumento de seguidores en Facebook.

Facebook Analytics.

Facebook Insights

Proporciona métricas detalladas sobre tus publicaciones y el engagement que obtienen. El análisis de la audiencia, incluido en el desglose demográfico y de ubicación, puede ayudarte a comprender mejor a tus seguidores.

En esta herramienta nos da un total mensual de seguidores obtenidos.



Figura 47 Facebook analytics.

Adicional nos proporciona la edad y el sexo de los seguidores y hasta sus gustos.



Figura 48 Facebook analytics.

Para tener un mejor control se realizara una tabla para llevar el control mensual de todo el año del aumento de los seguidores, herramienta que nos ayudara a saber si las campañas publicitarias son del gusto de nuestros seguidores y saber en qué podemos mejorar.

Mes	Seguidores 10% de crecimiento de seguidores.	Seguidores reales.	Meta: Cumplida/No cumplida.
Enero			
Febrero			
Marzo			
Abril			
Mayo			
Junio			
Julio			
Agosto			
Septiembre			
Octubre			
Noviembre			
Diciembre			

Tabla 31 Control de seguidores.

Fuente: Elaboración Propia.

Estrategia de responsabilidad social de la empresa.



*Figura 49 ESR*

*Fuente: Imagen de google.*

La responsabilidad social empresarial es el compromiso consiente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción de un bien común.

- Al ser una empresa de servicios y no llevar a cabo ninguna actividad productiva, la empresa de responsabilidad social referida al medio ambiente. Pero tenemos ideas para fomentar el respeto al medio ambiente.
- Realizando campañas publicitarias referentes al cuidado del medio ambiente, haciendo referencia al no uso de desechos peligrosos reciclables y no reciclables, para así contribuir a la reducción de la contaminación del entorno.
- Aliarnos con la empresa ‘‘Plastichet’’ que renta vasos y platos de plástico fomentando la renta de productos reutilizables.
- Brindaremos nuestro servicio sin costo de honorarios que estén disponibles a favor de las causas sociales que han decidido apoyar.
- Fomentar el desarrollo humano y profesional de la comunidad laboral de la empresa y de sus familias.

Ejemplo de actividad a realizar.

El 30 de diciembre que es día del niño y el adolescente llevar las amenidades a la ciudad de los niños para que pasen un momento divertido, agradable y sin ningún costo.



Figura 50 ejemplo de ESR

Fuente: google.com

En diciembre del año pasado regalamos tortas a las personas indigentes y a las personas que se encontraban fuera de los hospitales en día festivo.

DEJA DE ESTRESARTE POR NO ENCONTRAR LOS REGALOS CORRECTOS PARA NAVIDAD, ESTA ÉPOCA NO SE TRATA DE ESO, ES DAR A QUIEN NO TIENE, DE SER MEJOR PERSONAS 🍁  
rentadora de mesas y sillas urbina a punto de regalar de corazón más de 100 tortas a las personas fuera de los hospitales que vienen de fuera. ❤️  
LES DESEAMOS A TODOS FELIZ NAVIDAD ❤️ 🍁



Figura 51 Urbina rent regalando tortas a gente de la calle.

Fuente: Elaboración Propia.

### Estrategia de Sustentabilidad.

Cuando se habla de sustentabilidad, estás obligado a enfocarte hacia aquellas acciones que permitan “sustentar” a la vida en general (incluyendo la humana) y a las actividades económicas en particular (de tu empresa o proyecto). Esto tiene que ver con los costos totales de cada empresa y es justo ahí en donde el término sostenibilidad entra en un gran dilema.

Entre los beneficios que la organización podrá encontrar al incorporar una estrategia de sustentabilidad se encuentran los siguientes:

- Consolidación empresarial a largo plazo
- Atracción de nuevos clientes que buscan la opción más sustentable para sus consumos
- Facilidades que favorecen la supervivencia del negocio mediante la administración responsable de los recursos naturales.
- Mantenimiento de relaciones positivas con la sociedad
- Crecimiento económico de la compañía.

Es por eso que la sustentabilidad del proyecto radica en sus 8 pasos en la cadena de valor de este:

1	Investigación y desarrollo	Urbina Rent estará en constante investigación para el desarrollo y sustentabilidad del negocio. De un principio queremos mejorar la experiencia de compra para los clientes que no ha sido la mejor, según la encuesta realizada. Estaremos manejando una base de datos que nos ayudara a medir si el cliente es frecuente, ocasional o si ya no volvió a solicitar nuestro servicio. Tendremos en cuenta las tendencias de entretenimiento y estar lista para las adaptaciones del mercado.
2	Seguridad del producto	Nuestros clientes tendrán la seguridad de que están adquiriendo un servicio de calidad ya que pretendemos satisfacer las expectativas del cliente. Cumpliendo completamente con las políticas de puntualidad del servicio.
3	Materias primas	Para garantizar la sustentabilidad de nuestra materia prima del servicio es importante el debido mantenimiento y tener cuidado en su manejo.
4	Producción	Para llevar a cabo la producción del servicio es importante estar pendiente de las actualizaciones de nuestra tienda online, contar con un celular especialmente para las llamadas de confirmación y que el transporte este con el mantenimiento adecuado para transportar el servicio.
5	Logística	Se tendrá una estructura logística para no entorpecer o atrasar el servicio.
6	Uso: promoción del consumo sustentable	Promovemos el consumo de plásticos reutilizables y no aprobamos el consumo masivo de desechos tóxicos.
7	Uso: Negocio	El servicio de Urbina Rent estará ubicado en la ciudad de Chetumal donde atenderá de manera online a su segmento de mercado.
8	Entrega	La entrega del servicio es a domicilio. Contaremos con transporte para llevar nuestro servicio hasta donde el cliente lo esté solicitando.

Tabla 32 Proyecto de sustentabilidad.

Fuente: Elaboración Propia.

Análisis de la localización de la empresa.

Macro localización.

Urbina Rent está ubicado en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo. México.



Figura 52 Macrolocalización.

Fuente: Google maps.

### Aspectos geográficos de Quintana Roo

La entidad se localiza en la Península de Yucatán en el Sureste de la República Mexicana con las coordenadas geográficas extremas al norte  $21^{\circ} 35'$ , al sur  $17^{\circ} 49'$  de latitud norte; al este  $86^{\circ} 42'$ , al oeste  $89^{\circ} 25'$  de longitud oeste. (INAFED)

### Orografía

El relieve de Quintana Roo es predominantemente plano y no presenta elevaciones de importancia. La Sub provincia Costa Baja de Quintana Roo ocupa el 20.88% del territorio, abarcando el sureste de la entidad; el sistema de topo formas predominante son la llanura, seguida de la playa y los arrecifes.

### Clima

El 99% de la superficie del estado presenta clima cálido subhúmedo y el 1% cálido húmedo, localizado en la isla de Cozumel.

La temperatura media anual del estado es de  $26^{\circ}\text{C}$ , la temperatura máxima promedio es de  $33^{\circ}\text{C}$  y se presenta en los meses de abril a agosto, la temperatura mínima promedio es de  $17^{\circ}\text{C}$  durante el mes de enero.

La precipitación media estatal es alrededor de 1 300 mm anuales, las lluvias se presentan durante todo el año, siendo más abundantes en los meses de junio a octubre.

El clima cálido subhúmedo favorece el cultivo de caña de azúcar, chile jalapeño, maíz, arroz, hortalizas y frutales como chicozapote, naranja, toronja, papaya, limón agrio, mango y piña entre otras. (INEGI)



## Micro localización

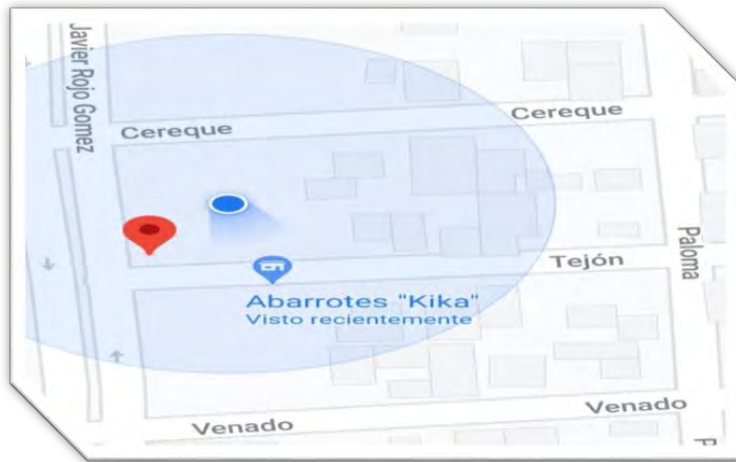


Figura 53 Microlocalizacion.

Fuente: Google maps.



Figura 54 Bodega Urbina rent.

Fuente: Elaboración propia.

La retadora de mesas y sillas Urbina Rent está ubicada en la colonia Nuevo Progreso Calle tejón Entre calle Paloma y AV. Javier Rojo Gómez.

La ubicación se debe al siguiente motivo:

Contamos con una bodega propia donde podemos tener el mobiliario sin ningún problema, cuenta con los servicios de agua, luz, la bodega tiene una medida de 4m x 10m el terreno donde se



encuentra tiene una medida de 16 metros x 22 metros teniendo así la posibilidad de ampliar la bodega de ser necesario, está completamente bardeado y muy seguro, no tenemos planeado cambiar la ubicación, ya que estamos en un área donde las colonias de alrededores se encuentran nuestro mercado objetivo socioeconómico.

### Matriz de localización

Matriz de localización del proyecto					
Factor de análisis	Ponderación del factor	Nuevo progreso		Fraccionamiento Caribe	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Infraestructura	40%	10	4	6	2.4
Mercado	30%	10	3	10	3
Comunicaciones	20%	9	1.8	9	1.8
Restricciones ambientales	10%	7	0.7	6	0.6
	100%	36	9.5	31	7.8

Figura 55 Matriz de localización.

Fuente: Elaboración Propia.

### Análisis de localización de la empresa.

Chetumal: Grado de marginación urbana por AGEB, 2010

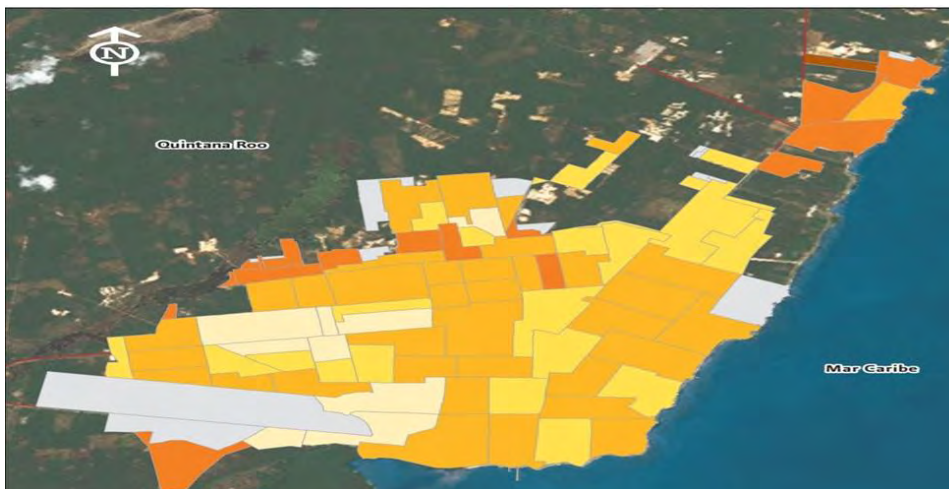


Figura 56 Grado de marginación urbana en Chetumal.

Fuente: Estimaciones de CONAPO con base en el INEGI, censo de población y vivienda 2010.



Estaremos ubicados en un área de marginación ALTO con un nivel socioeconómico bajo que es donde se encuentra parte del mercado objetivo, de igual manera tenemos facilidad de desplazamiento hacia las distintas colonias con nivel de marginación MEDIO-BAJO.

Después de analizar la matriz de localización del proyecto se llegó a la conclusión que la localización de la empresa estará situada en la colonia nuevo progreso por las siguientes razones: ya tenemos la infraestructura de la bodega situada en la siguiente dirección: colonia nuevo progreso entre paloma y avenida Javier rojo Gómez calle jaguar donde cabe perfectamente nuestro mobiliario que tenemos actualmente: mesas, sillas, manteles, con posibilidad de construir para ampliar la bodega. Estamos cerca de dos avenidas principales que conectan con facilidad a las colonias de nuestro segmento de mercado.

Tecnología y equipo.

<b>Mobiliario para rentar</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
<p><b>Mesas</b></p> 	15	Mesa plegable lifetime 1.8m	\$1000	\$15,000
<p><b>Manteles blancos</b></p> 	15	Tela tergal 2 metros	\$125	\$1875

<p><b>Dispensadores de alcohol gel</b></p> 	7	Dispensadores de metal de pedal.	\$400	2,800
<p><b>Mamparas</b></p> 	20	Mamparas de acrílico 4mm con patas de metal	\$350	\$7000
<p><b>Sillas</b></p> 	250	Sillas metálicas beige acojinadas	\$250	\$62,500
<p><b>Torito mecánico infantil</b></p> 	1	Toro mecánico infantil para 75 kilos ideal para negocios incluye colchón normal 4x4, motor para inflarlo 5 años de garantía.	\$65,500	\$65,500
<p><b>Toro mecánico para adolescentes y adulto.</b></p> 	1	Toro mecánico uso rudo con impresión, colchoneta 4.5 por 4.5, 2.80 de alto. 1 cuerpo de toro con asiento baqueta, caja de controles e instructivo de uso.	\$79,000	\$79,000
<p><b>Carrusel mecánico mediano</b></p>	1	Carrusel mecánico de 6 piezas metal con fibra de vidrio 6 a 12 año	45,000	\$45,000

				
<p><b>Mesa de Hockey</b></p> 	1	Mesa de Hockey angleshot 84 pulgadas	\$13,000	\$13,000
<p><b>Mesa de futbolito</b></p> 	1	Diversiones bajo modelo plegable azul hierro vacio	\$6,999	\$6,999
<p><b>Bocina Karaoke</b></p> 	2	Bocina karaoke pantalla 8 recargable mic bt mirror kas-1015	\$2,373	\$4,746

Tabla 33 Mobiliario para rentar.

Fuente: Elaboración propia

Mobiliario de oficina y computo	UNIDADES	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
<b>Impresora</b> 	1	Impresora canon pixman G1110	\$2,999	\$2,999
<b>laptop</b> 	1	Acer Aspire 5/Intel core i5/ 15.6 pulgadas/ 512gb SSD/ 8gb de RAM color plata	\$14,999	\$14,999
<b>Calculadora</b> 	1	Casio Fx-82ms-sc-mh Calculadora Científica 2 Líneas 10 D	\$350	\$350
<b>Cartuchos de tinta</b> 	1	juego de 4 botellas canon gl-190/negra/cian/magenta/amarilla originales	\$1,329	\$1,329
<b>Escritorio</b> 	1	Escritorio Ermes Chocolate	\$1300	\$1300
<b>Asiento de escritorio</b> 	1	Silla para oficina Neiva negra	\$399	\$399

<p><b>Dispensador de agua Fría/Caliente</b></p> 	1	<p>Dispensador de agua fría/caliente Sistema termoeléctrico basado en un sistema de refrigeración por placas Enfría hasta 1 litro de agua de forma continua Carga superior para garrafones de hasta 20 Lts</p>	\$1,119	\$1,119
<p><b>Cesto de basura</b></p> 	1	<p>BOTE DE BASURA orgánico e inorgánico</p>	\$159	\$159
<p><b>Paquete de hojas blancas en tamaño carta</b></p> 	1	<p>Papel Bond 500 Hojas Ecológico</p>	\$89	\$89
<p><b>Celular</b></p> 	1	<p>Telcel Kodak KD50 32 GB Amarillo telcel</p>	\$1499	\$1,499
<p><b>Botiquín de primeros auxilios</b></p>	1	<p>Botiquín De Primeros Auxilios Con Bolsa Protectora</p>	\$299	\$299


				
---	--	--	--	--

Tabla 34 Mobiliario de oficina.

Fuente: Elaboración propia


EQUIPO DE TRANSPORTE	UNIDADES	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
<p><b>Estaquita.</b></p> 	1	Camioneta estaquita. Version 4×2 4 Cil Nacionales 1.6 Litros Estandar Con Vidrios Manuales Radio Am Fm USB Mp3 Llantas Al 90%	\$150,000	\$150,00

Tabla 35 Equipo de transporte.

Fuente: Elaboración propia

Total de inversión	\$ 456,674.00
--------------------	---------------



# Distribución de planta y equipo

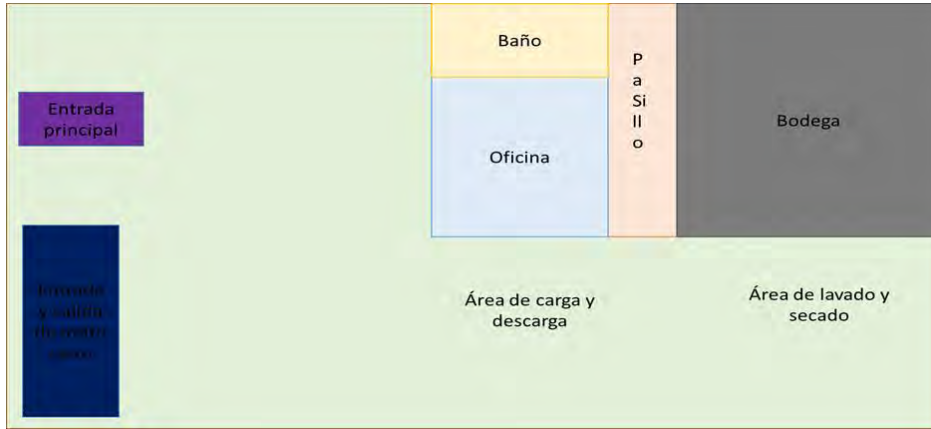


Tabla 36 Distribucion de la bodega.

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia



Materiales e insumos.

Los materiales e insumos son todos aquellos elementos que están directamente relacionados con la producción en una empresa.

<b>Jabón para lavadora</b>	
<b>Jabón multi usos</b>	
<b>Fibras para lavar</b>	
<b>Cloro</b>	
<b>Lavadora/secadora</b>	
<b>Gasolina</b>	
<b>Mantenimiento de mobiliario</b>	

Tabla 37 Materiales e insumos.

Fuente: Elaboración propia

Descripción del proceso del servicio.

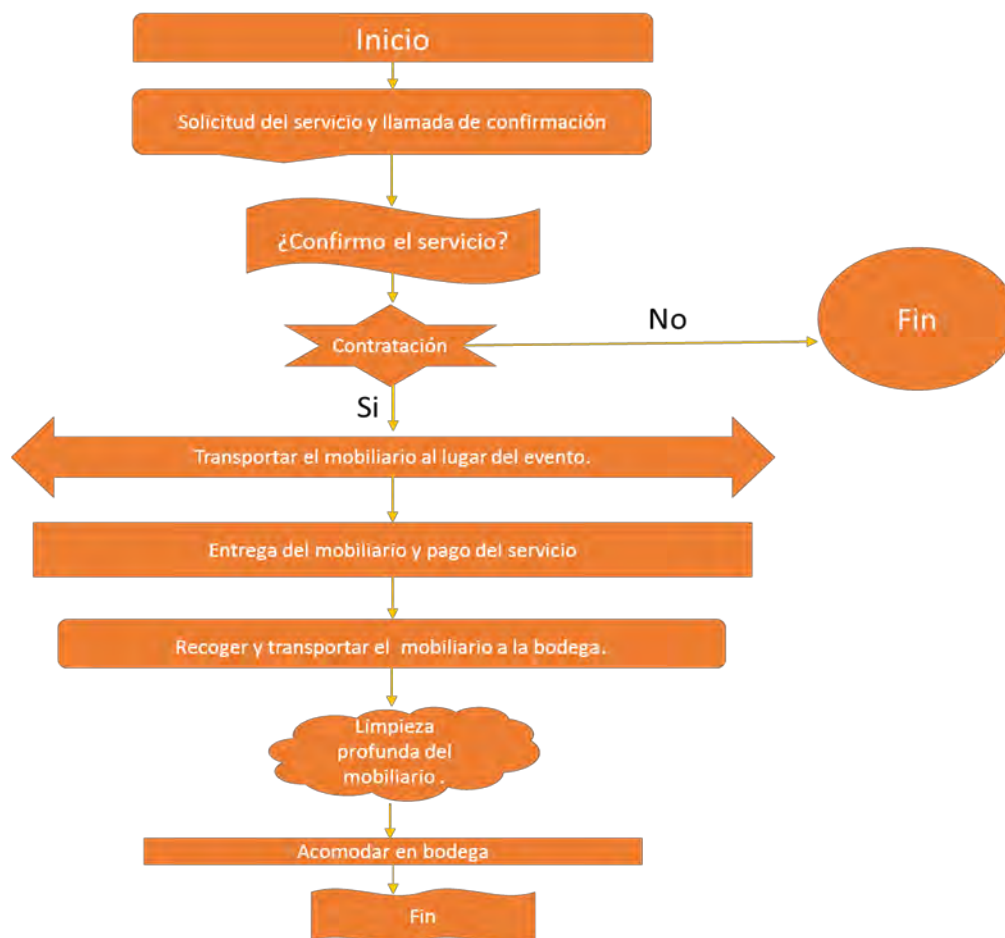


Tabla 38 Proceso del servicio Urbina rent.

Fuente: Elaboración propia.

## Descripción

1. Inicio: para iniciar el servicio Urbina Rent, se tendrá que entrar a la tienda online y personalizar el servicio que se necesite, al finalizar se envía la solicitud del servicio.
2. Solicitud del servicio y llamada de confirmación: En este punto el cliente ya envió la solicitud del servicio para su evento, Urbina Rent se pone en contacto con el cliente con una llamada telefónica y se le describe el servicio que pidió, fecha, hora, dirección, nombre, etc.

3. ¿Confirmando el servicio?: En este paso el cliente debe confirmar su servicio, si el cliente no contesta las llamadas en los teléfonos que proporcionó en la tienda online, el servicio queda cancelado.
4. Contratación: en este punto el cliente ya confirmó el servicio, se agenda el servicio con fecha, hora, nombre y se le dice la cantidad que tiene que pagar (Aunque en la tienda online ya le dice automáticamente).
5. Transportan el mobiliario al lugar del evento: El mobiliario se saca de bodega, se sube a la moto carro y se entrega puntualmente.
6. Entregar y cobrar: el cliente firma la contratación del servicio y paga.
7. Recoger y transportar el mobiliario a la bodega: en este paso el encargado del transporte va a recoger el mobiliario rentado a la hora acordada con el cliente.
8. Limpieza profunda del mobiliario: antes de guardar el mobiliario se tiene que lavar y posteriormente guardar y termina el servicio.

Cursograma

Gestión personal

### Organigrama de la empresa.



*Fuente: Elaboración propia*

Necesidades de planta laboral y proceso de contratación.



## Puestos de trabajo

<b>Gerente Administrativo</b>	
<b>Escolaridad</b>	Licenciatura o técnica en administración o cursando
<b>Sexo</b>	indistinto
<b>Edad</b>	23 a 24
<b>Estado Civil</b>	Indistinto
<b>Tipo trabajo</b>	Tiempo completo
<b>Duración</b>	indefinido
<b>Funciones principales</b>	Se encarga de administrar los recursos financieros y recursos humanos de la empresa, asegurarse de que los empleados cuentan con todas las herramientas necesarias, así como asegurar que la operación está funcionando correctamente, hacer las llamadas a los clientes, recibir el pago de los clientes y asegurarse del correcto registro contable de los ingresos y egresos de la empresa. Atraer nuevos clientes y ofrecer promociones.

<b>Chofer</b>	
<b>Escolaridad</b>	Preparatoria o cursándola
<b>Sexo</b>	Masculino
<b>Edad</b>	19 a 35 años
<b>Estado Civil</b>	Indistinto
<b>Tipo trabajo</b>	Por comisión
<b>Duración</b>	Indefinido
<b>Licencia</b>	Moto/carro
<b>Principales funciones</b>	Es el encargado de subir el mobiliario al motocarro, saber dónde va llevar el mobiliario, en que horario lo tiene que recoger, tener control de la gasolina y llevar el control de almacén.

<b>Auxiliar general</b>	
<b>Escolaridad</b>	Preparatoria o cursando
<b>Sexo</b>	Masculino
<b>Edad</b>	19 a 35 años
<b>Estado Civil</b>	Indistinto
<b>Tipo trabajo</b>	Por comisión
<b>Duración</b>	indefinido
<b>Principales funciones</b>	Es la persona encargada de lavar el mobiliario y ayudar al chofer en las entregas del mobiliario, también puede ser requerido para cuidar los toros mecánicos y el carrusel.

Evaluación del desempeño.

ÁREA DEL DESEMPEÑO	MUY BAJO	BAJO	MODE- RADO	ALTO	MUY ALTO	PUNTAJE
	1	2	3	4	5	
<b>ORIENTACIÓN DE RESULTADOS</b>						
Termina su trabajo oportunamente						
Cumple con las tareas que se le encomienda						
Realiza un volumen adecuado de trabajo						
<b>CALIDAD</b>						
No comete errores en el trabajo						
Hace uso racional de los recursos						
No Requiere de supervisión frecuente						
Se muestra profesional en el trabajo						
Se muestra respetuoso y amable en el trato						

<b>RELACIONES INTERPERSONALES</b>						
Se muestra cortés con el personal y con sus compañeros						
Brinda una adecuada orientación a sus compañeros.						
Evita los conflictos dentro del trabajo						
<b>INICIATIVA</b>						
Muestra nuevas ideas para mejorar los procesos						
Se muestra asequible al cambio						
Se anticipa a las dificultades						
Tiene gran capacidad para resolver problemas						
<b>TRABAJO EN EQUIPO</b>						
Muestra aptitud para integrarse al equipo						
Se identifica fácilmente con los objetivos del equipo						
<b>ORGANIZACIÓN</b>						
Planifica sus actividades						
Hace uso de indicadores						
Se preocupa por alcanzar las metas						
<b>PUNTAJE TOTAL:</b>						

Tabla 39 Evaluación de desempeño laboral.

Gestión legal.

### **Tipo de empresa**

Sociedad de Responsabilidad Limitada: tras la denominación de la sociedad se agrega "S. de R.L." Según el artículo 58 de la Ley General de Sociedades Mercantiles (LGSM), en este tipo de sociedad la responsabilidad de los socios está limitada al monto de su aportación; en otras palabras, en caso de daños y perjuicios elaborados en una mala administración de la empresa u otros hechos contraproducentes para la sociedad, los socios solo responde con el dinero que hayan aportado al capital social de la S. de R.L., sin que su patrimonio personal sea afectado.

La Sociedad de Responsabilidad Limitada, es ideal para empresas de tipo familiar, ya que puede limitar la participación de nuevos socios en la empresa. Según el artículo 65 de LGSM, pueden ingresar nuevos socios siempre y cuando se posea la mayoría de las partes sociales o si en los estatutos se establece otros criterios específicos que vayan conforme a la ley.

Esto quiere decir, que los socios pudieran establecer ciertos candados para el ingreso de nuevos socios, limitando también el tema de venta de acciones y salida de accionista.

En la S. de R.L. se admite que la administración sea llevada a cabo a través de uno o más gerentes, quienes podrán ser los socios o personas extrañas a la sociedad; esto último, no ocurre en otras sociedades.

Por ello, la administración de esta sociedad es flexible, porque además puede ser de forma temporal o por tiempo indefinido, así como se puede reemplazar en cualquier momento que lo dispongan los socios en asamblea y esto tiene una explicación muy sencilla y una gran ventaja para los socios, ya que en empresas de tipo familiar, se puede designar a una persona de su confianza que se encargue de la administración de la empresa y rinda cuentas, y la familia solo se enfoca en hacer lo que saben, teniendo la facilidad de aprobar su administración o reemplazarla por la de otra persona, de acuerdo a sus resultados.



Acta constitutiva de la empresa.

### **Acta Constitutiva Urbina Rent S. DE R.L. C.V.**

En el estado de Urbina Rent en el municipio de Urbina Rent a los 20 días del mes de noviembre del año 2020 siendo las 13 horas, queda asentado que las personas, cuyos nombres y domicilios aceptan los acuerdos mencionados a continuación.

Primero. – De manera libre y por voluntad propia, los presentes se reúnen para el levantamiento de una Sociedad de Responsabilidad Limitada

Segundo. - Que a partir de este momento la sociedad queda denominada con el nombre de Urbina Rent S. DE R.L. C.V. con domicilio físico establecido en la calle Tejón número 599 interior S/n, en el municipio de Othón P. Blanco , estado de Quintana Roo

Tercera.- Se rige para los efectos necesarios por las leyes vigentes para la operación de empresas de este giro en el país.

Cuarto.- La duración de la sociedad será de 10.- DENOMINACIÓN: - La denominación de la Sociedad es: seguida de las palabras SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA DE CAPITAL VARIABLE, o su abreviatura S. DE R.L. DE C.V.

ARTICULO 2o.- OBJETO:- El objeto de la sociedad es: a).- Compra, venta, importación, exportación, representación, distribución y comercialización de toda clase de bienes y servicios, pudiendo para tal efecto, proporcionar y recibir servicios, asesoría y consultoría en materia industrial, mercantil, jurídica, financiera, fiscal, contable, técnica, mercadotécnica, administrativa y en general cualquiera otra asesoría de negocios, relacionada con la promoción, administración o manejo de sociedades;

b). Constituir, promover y organizar toda clase de sociedades mercantiles o civiles, así como adquirir, poseer acciones o participaciones en las mismas.

c). Adquirir, poseer y enajenar bonos, acciones, participaciones y valores de cualquier clase, así como celebrar reportos, entrar en comandita, en sociedad, en asociación en participación y, en general, celebrar toda clase de operaciones, activas o pasivas con dichos valores.

d). Adquirir, construir, fabricar, importar, disponer, exportar, y en general negociar con toda clase de maquinaria, equipo materias primas y cualesquiera otros elementos necesarios a las empresas en las que tenga participación social o relación comercial.

e). Solicitar, obtener registrar, comprar, arrendar, ceder o en cualquier otra forma disponer de y adquirir marcas, nombres comerciales, derechos de autor, patentes, invenciones y procesos.

ARTICULO 3o.- DURACION: - La duración de la Sociedad es de 99 noventa y nueve años contados a partir de la fecha de constitución de la sociedad.

Quinto.- Cada integrante de la sociedad realizó un aporte de

Yolanda Urbina Córdova \$22,000

Alex Morales Urbina \$10,000

Alexia Yuridy Morales Urbina \$9000

Sexto. – en caso de que la sociedad se disuelva, sin importar las condiciones y siempre y cuando se apeguen a las leyes vigentes, ARTICULO 27o.- CAUSAS DE DISOLUCION: La sociedad se disolverá en los casos previstos por el artículo doscientos veintinueve de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

ARTICULO 28o.- LIQUIDACION: La Asamblea que acuerde la disolución nombrará uno o más liquidadores, fijará sus emolumentos facultades, obligaciones y el plazo de liquidación.

ARTICULO 29o.- PROCEDIMIENTO: La liquidación se sujetará a las bases consignadas por el artículo doscientos cuarenta y dos de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

GENERALES:

CERTIFICACIONES; YO, EL NOTARIO, CERTIFICO:

I.- Que los comparecientes me exhiben el permiso que la Secretaría de Relaciones Exteriores el día 20 de Noviembre de 2020 para la Constitución de esta sociedad, al cual correspondió el número 1135, folio 001587 y expediente 005689/2012-66 el que agrego al apéndice de esta escritura con la letra “A “, y anexaré el testimonio que expida.

II.- Que lo relacionado e inserto concuerda fielmente con sus originales que tengo a la vista.

III.- Respecto a los comparecientes:

a) Que los conozco y a mi criterio tienen capacidad legal.

b) Que les hice conocer el contenido del Artículo dos mil quinientos cincuenta y cuatro del Código Civil del Distrito Federal, y sus correlativos en las demás entidades Federativas., que dice:

“En todos los poderes generales para PLEITOS y COBRWANZAS, bastará que se diga que se otorga con todas las facultades generales y las especiales que requieran cláusula especial conforme a la Ley, para que se entiendan conferidos sin limitación alguna.

En los poderes generales, para ACTOS DE DOMINIO, bastará que se den ese carácter para que el apoderado tenga todas las facultades de dueño, tanto en el relativo a los bienes como hacer toda clase de gestiones a fin de defenderlos.

Cuando se quisieren limitar en los tres casos antes mencionados, las facultades de los apoderados, se consignarán las limitaciones a los poderes serán especial.

Los notarios insertarán este Artículo en los testimonios de los poderes que otorguen”.

c) que les advirtió que de acuerdo con el Artículo VEINTISIETE del Código Fiscal de la Federación, en el plazo de treinta días a partir de su firma, deben inscribir esta sociedad en el Registro Federal del Contribuyente y justificarlo así al suscrito Notario de otra forma se hará la denuncia a que se refiere dicho precepto y

d) Haberles leído en alta voz y en forma clara, explicando su valor circunstancias y valores correspondientes, así como el que manifestaran su conformidad, firma el presente el día 20 de Noviembre de 2020 procediendo a Autorizarlo en forma definitiva, en ciudad de Chetumal Q. Roo en fecha arriba citada.

SELLOS DE AUTORIZACIÓN AUTORIZACION DE LA SECRETARIA DE ECONOMIA  
Para la constitución de Urbina Rent S. R.L. DE C.V., se obtuvo de la Secretaría de Economía la autorización correspondiente, según permiso No. 1356 Expediente No. 36, que Yo, el Notario, doy fe tenerlo a la vista, lo agrego al apéndice de mi protocolo, con el número correspondiente a esta acta, y transcribo a la letra como sigue.

Cello de inscripción en el registro público de la propiedad y del comercio.

## Impuestos

**El ISR y el IVA:** el ISR consiste en aplicar un porcentaje a la utilidad que se tenga que puede variar desde un 1% hasta un 30% entre más sea la utilidad más será el porcentaje que se tendrá que pagar y el IVA es todo el IVA de mis ingresos menos el IVA que pague en mis compras y gastos, esta diferencia será el IVA que tenga que pagar.

## Leyes y normas que condicionan el proyecto

- Apertura de cuenta bancario únicamente del negocio
- Diseño del logotipo y registro de marca

Es necesario registrar todos los nombres, logos y cualquier símbolo o representación característica de la empresa ante el Instituto Mexicano de Propiedad intelectual para asegurarse de que la empresa no será plagiada y estar protegido a que esto pase.

- Obtención del registro patronal del IMSS
  - Darse de alta como patrón y registrar a sus trabajadores. Además, deben de comunicar los datos pertinentes (cambio de salario, altas y bajas), en un periodo no mayor a 5 días hábiles.
  - Tener los registros sobre nóminas, días trabajados y salarios. Se tienen que conservar esos datos durante 5 años después de la fecha de elaboración.
  - Determinar las cuotas obrero patronal que tengan bajo su cargo y reportar el importe al IMSS.

El artículo 14 del Reglamento de la Ley del Seguro Social en materia de afiliación, clasificación de empresas, recaudación y fiscalización del IMSS, establece que cuando un patrón se registre ante el IMSS, el patrón debe recibir un documento de identificación que contenga:

- Número de registro patronal asignado por el Instituto. Este registro identifica individualmente a cada patrón y permite comprobar el cumplimiento de sus obligaciones para la Seguridad Social de sus empleados.
- Nombre, denominación o razón social completos del patrón. Es decir, el nombre de la empresa.
- Actividad, clase y fracción. Es la clasificación de la empresa para determinar el pago de la prima en el Seguro de Riesgos de Trabajo, conforme al Catálogo de Actividades del artículo 196 del Reglamento, cada empresa deberá conocer perfectamente la actividad que va a desempeñar. Esto para poder identificarse dentro del Catálogo por división, grupo económico, fracción actividad y la clase.
- Domicilio de la empresa.
- Firma del patrón o representante legal.
- Nombre y firma de las personas autorizadas por el patrón para presentar avisos de afiliación. Normalmente, el patrón designa a unas personas en la presentación de cualquier tipo de aviso de afiliación, que asisten en representación suya.
- Número patronal de identificación electrónica. Conocido mejor como firma o certificado digital.

El Registro Patronal (RP) es el número o clave asignado por el IMSS, a un patrón, cuando éste se inscribe a dicho instituto. De esta manera el IMSS identifica de manera individual a cada patrón y verifica el cumplimiento de sus obligaciones establecidas en la Ley del Seguro Social y su reglamento

Según el Artículo 12 del Reglamento de afiliación, las personas físicas o morales están obligadas a registrarse como patrón cuando:

- Se comienzan a utilizar los servicios de uno o varios trabajadores.
- Se constituya como sociedad cooperativa. Es decir, cuando nazca la empresa.
- Inicie la vigencia su convenio de incorporación con el Instituto.
- Para trámites en línea y pre registro, según la página web del IMSS:

Comprobante de domicilio del patrón.

Primera y última hoja del Poder Notarial para actos de dominio, de administración o poder especial en donde se especifique que puede realizar toda clase de trámites y firmar documentos ante el IMSS; así como, la hoja donde aparezca el nombre del representante legal.

Primera y última hoja de la Escritura Pública o Acta Constitutiva que contenga el sello del Registro Público de la Propiedad y del Comercio, así como, la hoja donde aparezca el nombre del representante legal.

Firma electrónica avanzada (FIEL) expedida por el Servicio de Administración Tributaria (SAT).

Para el trámite en sucursal:

- Registro Federal de Contribuyentes (RFC) del domicilio fiscal y/o Aviso de apertura de establecimiento. Copia.
- Comprobante del domicilio del centro de trabajo. Original y copia.
- Croquis de localización del domicilio del centro de trabajo. Original.
- Escritura Pública o Acta Constitutiva que contenga el sello del Registro Público de la Propiedad y del Comercio. Original y copia.
- Poder Notarial para actos de dominio, de administración o poder especial en donde se especifique que puede realizar toda clase de trámites y firmar documentos ante el IMSS. Original y copia.
- Identificación oficial vigente del representante legal. Original y copia.
- Registro Federal de Contribuyentes (RFC) del representante legal. Copia.
- Clave Única de Registro de Población (CURP) del representante legal. Copia.
- Formato “Aviso de Registro Patronal Personas Morales en el Régimen Obligatorio (ARPPM)” impreso por el empleado del Instituto, deberá ser firmado de manera autógrafa por el patrón en presencia de la persona que atiende el trámite.

## Capítulo 4. ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO Y EVALUACIÓN FINANCIERA.

### Presupuesto de inversión

#### Inversión fija.

Aquí se describe todo el mobiliario que Urbina Rent necesita comprar para poder brindar el servicio de renta de mesas, sillas y amenidades para fiestas.

CONCEPTO DE INVERSION	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (\$)	INVERSION TOTAL (\$)	RECURSOS		
					FINANCIAMIENTO	SOCIOS	OTROS
<b>INVERSION FIJA</b>							
Mesa plegable lifetime 1.8m	articulo	15	\$ 100.00	\$ 1,500.00		\$ 1,500.00	
manteles blancos de tela tergal (2 metros)	articulo	15	\$ 125.00	\$ 1,875.00		\$ 1,875.00	
Dispensadores de metal de pedal.	articulo	7	\$ 400.00	\$ 2,800.00		\$ 2,800.00	
Mamparas de acrílico 4mm con patas de metal	articulo	10	\$ 350.00	\$ 3,500.00		\$ 3,500.00	
Sillas metálicas beige acojinadas	articulo	200	\$ 250.00	\$ 50,000.00		\$ 50,000.00	
Toro mecánico infantil para 75 kilos ideal para negocios	articulo	1	\$ 65,500.00	\$ 65,500.00		\$ 65,500.00	
Toro mecánico uso rudo	articulo	1	\$ 79,000.00	\$ 79,000.00		\$ 79,000.00	
Carrusel mecánico de 6 piezas metal con fibra de vidrio	articulo	1	\$ 45,000.00	\$ 45,000.00		\$ 45,000.00	
Mesa de Hockey angleshot 84 pulgadas	articulo	1	\$ 13,000.00	\$ 13,000.00		\$ 13,000.00	
Mesa de futbolito diversiones bajo modelo plegable azul hierro vacío uso rudo	articulo	1	\$ 6,999.00	\$ 6,999.00		\$ 6,999.00	
Bocina karaoke pantalla 8 recargable mic bt mirror kas-1015	articulo	2	\$ 2,373.00	\$ 4,746.00		\$ 4,746.00	
Impresora canon pixman G1110	articulo	1	\$ 2,999.00	\$ 2,999.00		\$ 2,999.00	
Lap-top Acer Aspire	articulo	1	\$ 14,999.00	\$ 14,999.00		\$ 14,999.00	
Casio Fx-82ms-sc-mh Calculadora Científica 2 Líneas 10 D	articulo	1	\$ 350.00	\$ 350.00		\$ 350.00	
Escritorio Ermes Chocolate	articulo	1	\$ 1,300.00	\$ 1,300.00		\$ 1,300.00	
Silla para oficina Neiva negra	articulo	1	\$ 399.00	\$ 399.00		\$ 399.00	
Dispensador de agua fría/caliente	articulo	1	\$ 1,119.00	\$ 1,119.00		\$ 1,119.00	
Papel Bond 500 Hojas Ecológico	articulo	1	\$ 89.00	\$ 89.00		\$ 89.00	
Telcel Kodak KD50 32 GB Amarillo telcel	articulo	1	\$ 1,499.00	\$ 1,499.00		\$ 1,499.00	
Camioneta estaquita nissan semi nueva 2016	articulo	1	\$150,000.00	\$ 150,000.00		\$ 150,000.00	
Lavadora automatica	articulo	1	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00		\$ 10,000.00	

Tabla 40 inversión fija.

Fuente: Elaboración propia.

<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 456,674.00</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 456,674.00</b>	<b>\$ -</b>
-----------------	--	--	--	----------------------	-------------	----------------------	-------------

De inversión fija son \$456,674.00



## Inversión total

TOTAL (\$)	\$	463,331.80	\$	-	\$	463,331.80	\$	-
TOTAL (%)		1.00		0.00		1.00		0.00

La inversión inicial total será \$463,331.80

Memorias de cálculo.

Producto	Venta semana	costo	Venta mensual	ingreso mensual
Mesas	4	\$ 50.00	17	\$ 867
Sillas	20	\$ 8.00	87	\$ 693
Manteles	4	\$ 40.00	17	\$ 693
1 mesa con 10 sillas y 1 mantel	10	\$ 110.00	43	\$ 4,767
Mamparas	10	\$ 40.00	43	\$ 1,733
Toro mecanico infantil con dispensador	2	\$ 700.00	9	\$ 6,067
Toro mecanico con dispensador	2	\$ 1,500.00	9	\$ 13,000
Mesa de Hockey con dispensador	2	\$ 500.00	9	\$ 4,333
Mesa de futbolito con dispensador	2	\$ 400.00	9	\$ 3,467
Carrusel mecanico con dispensador	2	\$ 1,500.00	9	\$ 13,000
Bocina Karaoke	2	\$ 300.00	9	\$ 2,600

Tabla 43 Memorias de cálculo.

Fuente: Elaboración propia.

TOTAL	0	-	0	\$51,220.00
-------	---	---	---	-------------

En la tabla podemos observar las ventas semanales y mensuales que Urbina rent desea realizar, de igual manera se observa el precio de venta de cada producto. Urbina rent quiere rentar 4 mesas semanales que en total serian 17 mesas rentadas mensualmente en \$50 cada una dando un total de \$867 mensuales, rentar 20 sillas semanales (87 sillas mensuales) en \$8 pesos cada uno dando un total de \$693 mensuales, rentar 4 manteles semanales (17 manteles mensuales) a \$40 cada uno dando un total de \$693, rentar 10 mesas completas (1 mesa completa con 10 sillas y 1 mantel) a \$110 (43 mesas completas mensuales) dando un total de \$4,767, rentar 10 mamparas semanales (43 mamparas mensuales) \$40 dando un total de \$1733, rentar 2 toros mecánicos infantiles semanalmente (9 toros mecánicos infantiles mensuales) a \$700 dando un ingreso mensual de \$6,067, rentar dos toros mecánicos para adultos (9 toros mecánicos mensuales) a \$1,500 dando un ingreso mensual de \$13,000, rentar 2 mesas de hockey semanales (9 rentas mensuales) a \$500 dando un total de \$4,333 mensual, rentar dos mesas de futbolitos a la semana (9 mesas de futbolito mensual) a \$400 dando un ingreso mensual de \$3,467, rentar dos veces a la semana el carrusel mecánico (9 veces mensuales rentar el carrusel) dando un ingreso total de \$13,000, rentar 2 bocinas karaokes a la semana (9 bocinas karaokes mensuales) dando un ingreso mensual de \$2600

Urbina rent basado en la tabla anterior de ventas mensuales, en total tendría un ingreso mensual de \$52,220.

## Proyección de ingresos por mes.

Proyección de Ingresos por Mes (\$)												
Concepto/mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Mesas	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Precio por PRODUCTO	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00
Ingresos por venta 1	\$ 1,733.33	\$ 1,733.33	\$ 1,733.33	\$ 1,733.33	\$ 1,733.33	\$ 1,733.33	\$ 1,733.33	\$ 1,733.33	\$ 1,733.33	\$ 1,733.33	\$ 1,733.33	\$ 1,733.33
Sillas	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130
Precio por PRODUCTO	\$ 8.00	\$ 8.00	\$ 8.00	\$ 8.00	\$ 8.00	\$ 8.00	\$ 8.00	\$ 8.00	\$ 8.00	\$ 8.00	\$ 8.00	\$ 8.00
Ingresos por venta 2	\$ 1,040.00	\$ 1,040.00	\$ 1,040.00	\$ 1,040.00	\$ 1,040.00	\$ 1,040.00	\$ 1,040.00	\$ 1,040.00	\$ 1,040.00	\$ 1,040.00	\$ 1,040.00	\$ 1,040.00
Manteles	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22
Precio por PRODUCTO	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00
Ingresos por venta 3	\$ 866.67	\$ 866.67	\$ 866.67	\$ 866.67	\$ 866.67	\$ 866.67	\$ 866.67	\$ 866.67	\$ 866.67	\$ 866.67	\$ 866.67	\$ 866.67
1 mesa con 10 sillas y 1 mantel	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
Precio por PRODUCTO	\$ 110.00	\$ 110.00	\$ 110.00	\$ 110.00	\$ 110.00	\$ 110.00	\$ 110.00	\$ 110.00	\$ 110.00	\$ 110.00	\$ 110.00	\$ 110.00
Ingresos por venta 4	\$ 4,766.67	\$ 4,766.67	\$ 4,766.67	\$ 4,766.67	\$ 4,766.67	\$ 4,766.67	\$ 4,766.67	\$ 4,766.67	\$ 4,766.67	\$ 4,766.67	\$ 4,766.67	\$ 4,766.67
Mamparas	43.33333333	43.33333333	43.33333333	43.33333333	43.33333333	43.33333333	43.33333333	43.33333333	43.33333333	43.33333333	43.33333333	43.33333333
Precio por PRODUCTO	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00
Ingreso por Venta 5	\$ 1,733.33	\$ 1,733.33	\$ 1,733.33	\$ 1,733.33	\$ 1,733.33	\$ 1,733.33	\$ 1,733.33	\$ 1,733.33	\$ 1,733.33	\$ 1,733.33	\$ 1,733.33	\$ 1,733.33
Toro mecanico infantil con dispensador	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
Precio por PRODUCTO	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00
Ingreso por venta 6	\$ 6,066.67	\$ 6,066.67	\$ 6,066.67	\$ 6,066.67	\$ 6,066.67	\$ 6,066.67	\$ 6,066.67	\$ 6,066.67	\$ 6,066.67	\$ 6,066.67	\$ 6,066.67	\$ 6,066.67
Toro mecanico con dispensador	8.66666667	8.66666667	8.66666667	8.66666667	8.66666667	8.66666667	8.66666667	8.66666667	8.66666667	8.66666667	8.66666667	8.66666667
Precio por PRODUCTO	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
Ingreso por venta 7	\$ 13,000.00	\$ 13,000.00	\$ 13,000.00	\$ 13,000.00	\$ 13,000.00	\$ 13,000.00	\$ 13,000.00	\$ 13,000.00	\$ 13,000.00	\$ 13,000.00	\$ 13,000.00	\$ 13,000.00
Mesa de Hockey con dispensador	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
Precio por PRODUCTO	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00
Ingreso por venta 8	\$ 4,333.33	\$ 4,333.33	\$ 4,333.33	\$ 4,333.33	\$ 4,333.33	\$ 4,333.33	\$ 4,333.33	\$ 4,333.33	\$ 4,333.33	\$ 4,333.33	\$ 4,333.33	\$ 4,333.33
Mesa de futbolito con dispensador	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
Precio por PRODUCTOS	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00
Ingreso por venta 9	\$ 3,466.67	\$ 3,466.67	\$ 3,466.67	\$ 3,466.67	\$ 3,466.67	\$ 3,466.67	\$ 3,466.67	\$ 3,466.67	\$ 3,466.67	\$ 3,466.67	\$ 3,466.67	\$ 3,466.67
Carusel mecanico con dispensador	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
Precio por PRODUCTO	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
Ingreso por venta 10	\$ 13,000.00	\$ 13,000.00	\$ 13,000.00	\$ 13,000.00	\$ 13,000.00	\$ 13,000.00	\$ 13,000.00	\$ 13,000.00	\$ 13,000.00	\$ 13,000.00	\$ 13,000.00	\$ 13,000.00
Bocina Karaoke	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
Precio por PRODUCTO	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00
Ingreso por venta 11	\$ 2,600.00	\$ 2,600.00	\$ 2,600.00	\$ 2,600.00	\$ 2,600.00	\$ 2,600.00	\$ 2,600.00	\$ 2,600.00	\$ 2,600.00	\$ 2,600.00	\$ 2,600.00	\$ 2,600.00

Tabla 44 Proyección de ingresos por mes.

Fuente: Elaboración propia.

Total ingresos (ing. 1 + ing. 2)	\$ 51,220.00	\$ 51,220.00	\$ 51,220.00	\$ 51,220.00	\$ 51,220.00	\$ 51,220.00	\$ 51,220.00	\$ 51,220.00	\$ 51,220.00	\$ 51,220.00	\$ 51,220.00	\$ 51,220.00	\$ 614,640.00
----------------------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	---------------

En esta tabla, esta desglosado claramente las rentas mensuales que Urbina rent quiere tener que le genera un ingreso de \$51,220, por ende Urbina rent tendrá un ingreso anual de \$614,640.

## Proyección mensual de egresos.

PROYECCION MENSUAL DE EGRESOS (\$)													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Insumos	\$ 408.80	\$ 408.80	\$ 408.80	\$ 408.80	\$ 408.80	\$ 408.80	\$ 408.80	\$ 408.80	\$ 408.80	\$ 408.80	\$ 408.80	\$ 408.80	\$ 4,905.60
Mano de Obra	\$ 9,104.00	\$ 9,104.00	\$ 9,104.00	\$ 9,104.00	\$ 9,104.00	\$ 9,104.00	\$ 9,104.00	\$ 9,104.00	\$ 9,104.00	\$ 9,104.00	\$ 9,104.00	\$ 9,104.00	\$ 109,248.00
Agua	\$ 155.00	\$ 155.00	\$ 155.00	\$ 155.00	\$ 155.00	\$ 155.00	\$ 155.00	\$ 155.00	\$ 155.00	\$ 155.00	\$ 155.00	\$ 155.00	\$ 1,860.00
Energia Electrica	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 3,600.00
Telefono e internet	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 3,000.00
Contador	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 7,200.00
GASOLINA	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00	\$ 16,800.00
promocion y publicidad	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 13,217.80</b>	<b>\$ 13,217.80</b>	<b>\$ 13,217.80</b>	<b>\$ 13,217.80</b>	<b>\$ 13,217.80</b>	<b>\$ 13,217.80</b>	<b>\$ 13,217.80</b>	<b>\$ 13,217.80</b>	<b>\$ 13,217.80</b>	<b>\$ 13,217.80</b>	<b>\$ 13,217.80</b>	<b>\$ 13,217.80</b>	<b>\$ 147,613.60</b>
Saldo Mensual	\$ 38,002.20	\$ 38,002.20	\$ 38,002.20	\$ 38,002.20	\$ 38,002.20	\$ 38,002.20	\$ 38,002.20	\$ 38,002.20	\$ 38,002.20	\$ 38,002.20	\$ 38,002.20	\$ 38,002.20	\$ 456,026.40
Saldo Acumulado	\$ 38,002.20	\$ 76,004.40	\$ 114,006.60	\$ 152,008.80	\$ 190,011.00	\$ 228,013.20	\$ 266,015.40	\$ 304,017.60	\$ 342,019.80	\$ 380,022.00	\$ 418,024.20	\$ 456,026.40	

Tabla 45 Proyección mensual de egresos.

Fuente: Elaboración propia.

En esta tabla se visualizan los egresos mensuales de Urbina rent que son los insumos \$409 mensual, mano de obra \$9,104, agua \$155 mensual, energía eléctrica \$300 mensual, pagos al contador \$600, gasolina \$1,400 mensual y la promoción y publicidad de \$1000. Sumando todos los egresos mencionados, mensualmente Urbina rent tiene un egreso de \$ que anualmente serian \$146,614, los \$13,218 mensuales se le restan a los ingresos mensuales que son = \$51,220 menos



\$13,218 quedando un saldo mensual total de \$38,002.20. Así que en total Urbina rent tendría una ganancia total de \$456,026.

Proyección de costo

PROYECCION DE COSTOS						
COSTOS DEL PROYECTO	COSTOS	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
costos variables	MENSUALES	1	2	3	4	5
Insumos	\$ 408.80	\$ 4,905.60	\$ 5,150.88	\$ 5,408.42	\$ 5,678.85	\$ 5,962.79
Gasolina	\$ 1,400.00	\$ 16,800.00	\$ 17,640.00	\$ 18,522.00	\$ 19,448.10	\$ 20,420.51
<b>costos fijos</b>						
Agua	\$ 155.00	\$ 1,860.00	\$ 1,953.00	\$ 2,050.65	\$ 2,153.18	\$ 2,260.84
Energia Electrica	\$ 300.00	\$ 3,600.00	\$ 3,780.00	\$ 3,969.00	\$ 4,167.45	\$ 4,375.82
Telefono e Internet	\$ 250.00	\$ 3,000.00	\$ 3,150.00	\$ 3,307.50	\$ 3,472.88	\$ 3,646.52
Contador	\$ 600.00	\$ 7,200.00	\$ 7,560.00	\$ 7,938.00	\$ 8,334.90	\$ 8,751.65
Mano de obra	\$ 9,104.00	\$ 109,248.00	\$ 114,710.40	\$ 120,445.92	\$ 126,468.22	\$ 132,791.63
Promocion y publicidad	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,600.00	\$ 13,230.00	\$ 13,891.50	\$ 14,586.08
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 13,217.80</b>	<b>\$ 158,613.60</b>	<b>\$ 166,544.28</b>	<b>\$ 174,871.49</b>	<b>\$ 183,615.07</b>	<b>\$ 192,795.82</b>

Tabla 46 Proyección de costos.

Fuente: Elaboración propia.

Consiste en la proyección de los costos de la empresa por mes y posteriormente refleja los costos por año. Como se puede notar, no se está incluyendo el alquiler de alguna bodega, ya que la bodega es un patrimonio familiar y el contador tendrá un pago significativo ya que su servidora llevará todas las cuentas financieras de Urbina rent.

Costos totales

COSTOS FIJOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua	\$ 1,860.00	\$ 1,953.00	\$ 2,050.65	\$ 2,153.18	\$ 2,260.84
Energia Electrica	\$ 3,600.00	\$ 3,780.00	\$ 3,969.00	\$ 4,167.45	\$ 4,375.82
Telefono e Internet	\$ 3,000.00	\$ 3,150.00	\$ 3,307.50	\$ 3,472.88	\$ 3,646.52
Contador	\$ 7,200.00	\$ 7,560.00	\$ 7,938.00	\$ 8,334.90	\$ 8,751.65
Mano de obra	\$ 109,248.00	\$ 114,710.40	\$ 120,445.92	\$ 126,468.22	\$ 132,791.63
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 124,908.00</b>	<b>\$ 131,153.40</b>	<b>\$ 137,711.07</b>	<b>\$ 144,596.62</b>	<b>\$ 151,826.45</b>

COSTOS VARIABLES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Insumos	\$ 4,905.60	\$ 5,150.88	\$ 5,408.42	\$ 5,678.85	\$ 5,962.79
Gasolina	\$ 16,800.00	\$ 17,640.00	\$ 18,522.00	\$ 19,448.10	\$ 20,420.51
Promocion y publicidad	\$ 12,000.00	\$ 12,600.00	\$ 13,230.00	\$ 13,891.50	\$ 14,586.08
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 33,705.60</b>	<b>\$ 35,390.88</b>	<b>\$ 37,160.42</b>	<b>\$ 39,018.45</b>	<b>\$ 40,969.37</b>

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>\$ 124,908.00</b>	<b>\$ 131,153.40</b>	<b>\$ 137,711.07</b>	<b>\$ 144,596.62</b>	<b>\$ 151,826.45</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>\$ 33,705.60</b>	<b>\$ 35,390.88</b>	<b>\$ 37,160.42</b>	<b>\$ 39,018.45</b>	<b>\$ 40,969.37</b>
<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>\$ 158,613.60</b>	<b>\$ 166,544.28</b>	<b>\$ 174,871.49</b>	<b>\$ 183,615.07</b>	<b>\$ 192,795.82</b>

Tabla 47 Costos totales.

Fuente: Elaboración propia.

Consiste en el análisis de los costos fijos y costos variables que se realizarán a lo largo de la apertura de Urbina rent, siendo los costos fijos el agua, la energía eléctrica, el internet, el contador y la mano de obra, ya que estos se tienen que realizar aunque la empresa no este brindando el servicio, en pocas palabras, los costos fijos se van a pagar aunque la empresa Urbina rent no tenga rentas de su mobiliario.

Por otro lado se tienen los costos variables que son la de insumos y gasolina, estos pueden variar, porque depende de la utilidad que se les esté dando.

En la tabla se puede visualizar las proyecciones anuales de los costos que están entre 158,613.60 a 192,795.82 a lo largo de 5 años.

### Proyección de ingresos

CONCEPTO	PRECIO DE VENTA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mesas	\$ 50.00	\$ 10,400.00	\$ 10,920.00	\$ 11,466.00	\$ 12,039.30	\$ 12,641.27
Sillas	\$ 8.00	\$ 8,320.00	\$ 8,736.00	\$ 9,172.80	\$ 9,631.44	\$ 10,113.01
Manteles	\$ 40.00	\$ 8,320.00	\$ 8,736.00	\$ 9,172.80	\$ 9,631.44	\$ 10,113.01
1 mesa con 10 sillas y 1 mantel	\$ 110.00	\$ 57,200.00	\$ 60,060.00	\$ 63,063.00	\$ 66,216.15	\$ 69,526.96
Mamparas	\$ 40.00	\$ 20,800.00	\$ 21,840.00	\$ 22,932.00	\$ 24,078.60	\$ 25,282.53
Toro mecanico infantil con dispensador	\$ 700.00	\$ 72,800.00	\$ 76,440.00	\$ 80,262.00	\$ 84,275.10	\$ 88,488.86
Toro mecanico con dispensador	\$ 1,500.00	\$ 156,000.00	\$ 163,800.00	\$ 171,990.00	\$ 180,589.50	\$ 189,618.98
Mesa de Hockey con dispensador	\$ 500.00	\$ 52,000.00	\$ 54,600.00	\$ 57,330.00	\$ 60,196.50	\$ 63,206.33
Mesa de futbolito con dispensador	\$ 400.00	\$ 41,600.00	\$ 43,680.00	\$ 45,864.00	\$ 48,157.20	\$ 50,565.06
Carrusel mecanico con dispensador	\$ 1,500.00	\$ 156,000.00	\$ 163,800.00	\$ 171,990.00	\$ 180,589.50	\$ 189,618.98
Bocina Karaoke	\$ 300.00	\$ 31,200.00	\$ 32,760.00	\$ 34,398.00	\$ 36,117.90	\$ 37,923.80

Tabla 48 Proyección de ingresos.

Fuente: Elaboración propia.

<b>TOTAL</b>	\$ 614,640.00	\$ 645,372.00	\$ 677,640.60	\$ 711,522.63	\$ 747,098.76
--------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

Consiste en la proyección de ingresos recibidos por la renta de las mesas, sillas, manteles y amenidades por año, con proyección hasta el quinto año.

### Estado de resultados

CONCEPTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
( + ) VENTAS	\$ 614,640.00	\$ 645,372.00	\$ 677,640.60	\$ 711,522.63	\$ 747,098.76
COSTOS FIJOS	\$ 124,908.00	\$ 131,153.40	\$ 137,711.07	\$ 144,596.62	\$ 151,826.45
COSTOS VARIABLES	\$ 33,705.60	\$ 35,390.88	\$ 37,160.42	\$ 39,018.45	\$ 40,969.37
( - ) COSTOS TOTALES	\$ 158,613.60	\$ 166,544.28	\$ 174,871.49	\$ 183,615.07	\$ 192,795.82
( = ) UTILIDAD BRUTA	\$ 456,026.40	\$ 478,827.72	\$ 502,769.11	\$ 527,907.56	\$ 554,302.94
( - ) DEPRECIACION	\$ 72,037.90	\$ 75,639.80	\$ 79,421.78	\$ 83,392.87	\$ 87,562.52
( = ) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 383,988.50	\$ 403,187.93	\$ 423,347.32	\$ 444,514.69	\$ 466,740.42
( - ) IMPUESTOS	\$ 61,438.16	\$ 40,318.79	\$ 42,334.73	\$ 44,451.47	\$ 46,674.04
( = ) UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 322,550.34	\$ 362,869.13	\$ 381,012.59	\$ 400,063.22	\$ 420,066.38

Tabla 49 Estado de resultados.

Fuente: Elaboración propia.

El estado de resultados analiza la utilidad después de restar todo tipo de gasto, impuesto, y depreciación.

La utilidad del año 1 se proyecta a la cantidad de \$322,550.34 lo cual indica un índice positivo significando que el negocio es rentable y su recuperación de lo invertido será a un corto plazo.

### Costo de depreciaciones

ACTIVO FIJO	VALOR ORIGINAL	TASA	AÑOS	DEP ANUAL	VALOR RESCATE
Mesa plegable lifetime 1.8m	\$ 1,500.00	10%	10	\$ 150.00	\$ 1,350.00
manteles blancos de tela tergal (2 metros)	\$ 1,875.00	10%	10	\$ 187.50	\$ 1,687.50
Dispensadores de metal de pedal.	\$ 2,800.00	10%	10	\$ 280.00	\$ 2,520.00
Mamparas de acrílico 4mm con patas de metal	\$ 3,500.00	10%	10	\$ 350.00	\$ 3,150.00
Sillas metálicas beige acojinadas	\$ 50,000.00	10%	10	\$ 5,000.00	\$ 45,000.00
Toro mecánico infantil para 75 kilos ideal para negocios	\$ 65,500.00	10%	10	\$ 6,550.00	\$ 58,950.00
Toro mecánico uso rudo	\$ 79,000.00	10%	10	\$ 7,900.00	\$ 71,100.00
Carrusel mecánico de 6 piezas metal con fibra de vidrio	\$ 45,000.00	10%	10	\$ 4,500.00	\$ 40,500.00
Mesa de Hockey angleshot 84 pulgadas	\$ 13,000.00	20%	5	\$ 2,600.00	\$ 10,400.00
Mesa de futbolito diversiones bajo modelo plegable azul hierro vacío uso rudo	\$ 6,999.00	10%	10	\$ 699.90	\$ 6,299.10
Bocina karaoke pantalla 8 recargable mic bt mirror kas-1015	\$ 4,746.00	20%	5	\$ 949.20	\$ 3,796.80
Impresora canon pixman G1110	\$ 2,999.00	10%	10	\$ 299.90	\$ 2,699.10
Lap-top Acer Aspire	\$ 14,999.00	30%	10	\$ 1,499.90	\$ 13,499.10
Casio Fx-82ms-sc-mh Calculadora Científica 2 Líneas 10 D	\$ 350.00	10%	10	\$ 35.00	\$ 315.00
Escritorio Ermes Chocolate	\$ 1,300.00	10%	5	\$ 260.00	\$ 1,040.00
Silla para oficina Neiva negra	\$ 399.00	10%	4	\$ 99.75	\$ 299.25
Dispensador de agua fría/caliente	\$ 1,119.00	10%	4	\$ 279.75	\$ 839.25
Telcel Kodak KD50 32 GB Amarillo telcel	\$ 1,499.00	30%	4	\$ 374.75	\$ 1,124.25
Camioneta estaquita nissan semi nueva 2016	\$ 150,000.00	20%	4	\$ 37,500.00	\$ 112,500.00
Lavadora automatica	\$ 10,000.00	25%	4	\$ 2,500.00	\$ 7,500.00

Tabla 50 Costo de depreciación.

Fuente: Elaboración propia.

<b>TOTAL</b>	<b>\$ 456,585.00</b>			<b>\$ 72,015.65</b>	<b>\$ 384,569.35</b>
--------------	----------------------	--	--	---------------------	----------------------

El valor orinal es del mobiliario y equipo adquirido es de \$456,585.00, la depreciación anual brinda un total de \$72,015.65, restando esta cantidad de depreciación al valor original, se obtiene un valor de rescate del mobiliario y equipo adquirido de \$384,569.35.

### Flujo de efectivo

#### FLUJO DE EFECTIVO

CONCEPTOS / AÑO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) VENTAS	\$ -	\$ 614,640.00	\$ 645,372.00	\$ 677,640.60	\$ 711,522.63	\$ 747,098.76
(+) VALOR DE RESCATE	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 384,569.35
(=) INGRESOS TOTALES	\$ -	\$ 614,640.00	\$ 645,372.00	\$ 677,640.60	\$ 711,522.63	\$ 1,131,668.11
COSTOS FIJOS	\$ -	\$ 124,908.00	\$ 131,153.40	\$ 137,711.07	\$ 144,596.62	\$ 151,826.45
COSTOS VARIABLES	\$ -	\$ 33,705.60	\$ 35,390.88	\$ 37,160.42	\$ 39,018.45	\$ 40,969.37
(=) COSTOS TOTALES	\$ -	\$ 158,613.60	\$ 166,544.28	\$ 174,871.49	\$ 183,615.07	\$ 192,795.82
COMPRA ACTIVO FIJO	\$ 456,585.00		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
COMPRA ACTIVO DIFERIDO	\$ 6,249.00		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
COMPRA CAPITAL DE TRABAJO	\$ 408.80		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) SALDO FINAL	-\$ 463,242.80	\$ 456,026.40	\$ 478,827.72	\$ 502,769.11	\$ 527,907.56	\$ 938,872.29

Tabla 51 Flujo de efectivo.

Fuente: Elaboración propia.

La siguiente tabla está en proyección anualmente, teniendo como un total el año cero o año de apertura la cantidad de \$ 463,242.80, en el año 1 se obtiene la cantidad de \$456,026.40, reflejando los ingresos obtenidos al año de la apertura de este proyecto. Se pretende que cada año se tenga un 16% de incremento en las utilidades, ya que en los objetivos a mediano plazo se incrementaran la capacidad del cubrimiento de demanda este servicio.

### Punto de equilibrio

CONCEPTOS / AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$ 614,640.00	\$ 645,372.00	\$ 677,640.60	\$ 711,522.63	\$ 747,098.76
COSTOS FIJOS	\$ 124,908.00	\$ 131,153.40	\$ 137,711.07	\$ 144,596.62	\$ 151,826.45
COSTOS VARIABLES	\$ 33,705.60	\$ 35,390.88	\$ 37,160.42	\$ 39,018.45	\$ 40,969.37
COSTOS TOTALES	\$ 158,613.60	\$ 166,544.28	\$ 174,871.49	\$ 183,615.07	\$ 192,795.82
PUNTO DE EQUILIBRIO \$	\$ 132,155.12	\$ 138,762.87	\$ 145,701.02	\$ 152,986.07	\$ 160,635.37
PUNTO DE EQUILIBRIO %	22%	22%	22%	22%	22%

Tabla 52 Punto de equilibrio.

Fuente: Elaboración propia.

El punto de equilibrio consiste en el porcentaje que se tiene que recibir del total de ingresos al año para no tener una perdida ni una ganancia, denominándolo el punto de equilibrio.

En los próximos 5 años se tiene que mantener un equilibrio de un 22%

Análisis de rentabilidad.

### ANALISIS DE RENTABILIDAD (VAN, TIR, B/C)

TASA DE ACTUALIZACION

AÑO	INGRESOS	COSTOS	FLUJO DE EFECTIVO	TASA (1+t) <sup>-n</sup>	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
AÑO 0	\$ -		-\$ 463,242.80	1.00000	\$ -	\$ -
AÑO 1	\$ 614,640.00	\$ 158,613.60	\$ 456,026.40	0.89286	\$ 548,785.71	\$ 141,619.29
AÑO 2	\$ 645,372.00	\$ 166,544.28	\$ 478,827.72	0.79719	\$ 514,486.61	\$ 132,768.08
AÑO 3	\$ 677,640.60	\$ 174,871.49	\$ 502,769.11	0.71178	\$ 482,331.19	\$ 124,470.08
AÑO 4	\$ 711,522.63	\$ 183,615.07	\$ 527,907.56	0.63552	\$ 452,185.49	\$ 116,690.70
AÑO 5	\$ 1,131,668.11	\$ 192,795.82	\$ 938,872.29	0.56743	\$ 642,138.88	\$ 109,397.53
TOTAL	\$ 3,780,843.34	\$ 876,440.26	\$ 2,441,160.28		\$ 2,639,927.89	\$ 624,945.66

VAN	\$ 2,014,982.22
TIR	102.11%
B/C	4.22

Tabla 53 Análisis de rentabilidad.

Fuente: Elaboración propia.

El valor actual neto es el valor presente de todos los flujos del proyecto (positivos y negativos) relevantes en su evaluación. Este método consiste en determinar la equivalencia, en el presente, de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y compararla con el desembolso inicial. En este proyecto el VAN fue positivo con una cantidad de \$2, 014,982.22, debido a que los ingresos fueron \$2, 639,927.89 y los egresos de \$624,945.66 al ser una cantidad positiva representa la variación en el bienestar del proyecto, es decir, el monto que se podría pagar y recuperar la inversión en la tasa deseada.

En cuanto a la TIR, es la rentabilidad media por periodo expresada en porcentaje, que se obtendría por inversión, es decir, la máxima tasa de interés que se podría pagar al endeudarse para financiar el proyecto, sin que se genere pérdidas, en los resultados dio 102.11%

La relación Beneficio-Costo toma los ingresos entre los egresos presentes netos, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica del proyecto, el resultado fue de 4.22, es decir que por cada peso se estaría recuperando un 3.22 pesos.

**Análisis pesimista.**

**Memoria de cálculo pesimista.**

Producto	Venta semana	costo	Venta mensual	ingreso mensual
Mesas	2	\$ 50.00	9	\$ 433
Sillas	10	\$ 8.00	43	\$ 347
Manteles	2	\$ 40.00	9	\$ 347
1 mesa con 10 sillas y 1 mantel	5	\$ 110.00	22	\$ 2,383
Mamparas	5	\$ 40.00	22	\$ 867
Toro mecanico infantil con dispensador	1	\$ 700.00	4	\$ 3,033
Toro mecanico con dispensador	1	\$ 1,500.00	4	\$ 6,500
Mesa de Hockey con dispensador	1	\$ 500.00	4	\$ 2,167
Mesa de futbolito con dispensador	1	\$ 400.00	4	\$ 1,733
Carrusel mecanico con dispensador	1	\$ 1,500.00	4	\$ 6,500
Bocina Karaoke	2	\$ 300.00	9	\$ 2,600

*Tabla 54 Memoria de cálculo pesimista.*

*Fuente: Elaboración propia.*

50% menos rentas.

Análisis de rentabilidad pesimista.

**ANÁLISIS DE RENTABILIDAD (VAN, TIR, B/C)**

TASA DE ACTUALIZACION

AÑO	INGRESOS	COSTOS	FLUJO DE EFECTIVO	TASA (1+t)-n	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
AÑO 0	\$ -		-\$ 463,242.80	1.00000	\$ -	\$ -
AÑO 1	\$ 322,920.00	\$ 158,613.60	\$ 164,306.40	0.89286	\$ 288,321.43	\$ 141,619.29
AÑO 2	\$ 339,066.00	\$ 166,544.28	\$ 172,521.72	0.79719	\$ 270,301.34	\$ 132,768.08
AÑO 3	\$ 356,019.30	\$ 174,871.49	\$ 181,147.81	0.71178	\$ 253,407.51	\$ 124,470.08
AÑO 4	\$ 373,820.27	\$ 183,615.07	\$ 190,205.20	0.63552	\$ 237,569.54	\$ 116,690.70
AÑO 5	\$ 777,080.63	\$ 192,795.82	\$ 584,284.81	0.56743	\$ 440,936.42	\$ 109,397.53
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2,168,906.19</b>	<b>\$ 876,440.26</b>	<b>\$ 829,223.13</b>		<b>\$ 1,490,536.23</b>	<b>\$ 624,945.66</b>

VAN	\$ 865,590.56
TIR	36.40%
B/C	2.39

Tabla 55 Análisis de rentabilidad pesimista.

Fuente: Elaboración propia.

En este análisis de rentabilidad pesimista se disminuyeron todas las rentas del mobiliario y amenidades para eventos en un 50%.

Se obtiene un VAN de \$856,590.56 lo que indica que es algo viable, ya que esta levemente por encima de lo que se invirtió que fueron \$624,945.66.

En cuanto a la TIR, es la rentabilidad media por periodo expresada en porcentaje, que se obtendría por inversión, es decir, la máxima tasa de interés que se podría pagar al endeudarse para financiar el proyecto, sin que se genere pérdidas, en los resultados dio 36.40%

La relación Beneficio-Costo toma los ingresos entre los egresos presentes netos, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica del proyecto, el resultado fue de 2.39, es decir que por cada peso se estaría recuperando un 1.39 pesos.

## Punto de equilibrio pesimista

### PUNTO DE EQUILIBRIO

CONCEPTOS / AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$ 322,920.00	\$ 339,066.00	\$ 356,019.30	\$ 373,820.27	\$ 392,511.28
COSTOS FIJOS	\$ 124,908.00	\$ 131,153.40	\$ 137,711.07	\$ 144,596.62	\$ 151,826.45
COSTOS VARIABLES	\$ 33,705.60	\$ 35,390.88	\$ 37,160.42	\$ 39,018.45	\$ 40,969.37
COSTOS TOTALES	\$ 158,613.60	\$ 166,544.28	\$ 174,871.49	\$ 183,615.07	\$ 192,795.82
PUNTO DE EQUILIBRIO \$	\$ 139,465.02	\$ 146,438.27	\$ 153,760.18	\$ 161,448.19	\$ 169,520.60
PUNTO DE EQUILIBRIO %	43%	43%	43%	43%	43%

Tabla 56 Punto de equilibrio pesimista.

Fuente: Elaboración propia.

Consiste en el porcentaje que se tiene que recibir del total de ingresos al año para no tener una pérdida ni una ganancia, denominándolo el punto de equilibrio. En el primer año sería del 42% lo que indica que se tiene que obtener el 42% de las rentas contempladas para no tener deuda y superar ese porcentaje si se quiere tener ganancia.

## Recuperación de la inversión pesimista

FNE	0	1	2	3	4	5
Utilidad neta		\$ 77,524.23	\$ 87,214.76	\$ 91,575.50	\$ 96,154.27	\$ 100,961.99
(+) depreciación y amortización		\$ 72,015.65	\$ 75,616.43	\$ 79,397.25	\$ 83,367.12	\$ 87,535.47
(-) inversión	\$ 463,242.80					
FNE	-\$ 463,242.80	\$ 149,539.88	\$ 162,831.19	\$ 170,972.75	\$ 179,521.39	\$ 188,497.46
VAN	\$ 865,590.56					
VAN NETO	\$ 402,347.76					
TIR	36.40%					
IR	1.87					
TRI	32					
ANOS	2	3	4	5		
FNE ACOMULADO	\$ 312,371.07	\$ 483,343.82	\$ 662,865.21	\$ 851,362.67		
LI	\$ 150,871.73					
	0.31					
ANOS	2.31	3 AÑOS				
MESES	1.92	2 MESES				
DIAS	27.6	28 DIAS				
<b>RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN</b>		<b>3 AÑOS 2 MESES Y 28 DIAS.</b>				

Tabla 57 Recuperación de la inversión pesimista.

Fuente: Elaboración propia.

3 años, 2 meses y 28 días. La inversión va ser recuperada 1 año más tarde de lo esperado.

Proyección optimista.  
Memoria de cálculo optimista

Producto	Venta semana	costo	Venta mensual	ingreso mensual
Mesas	8	\$ 50.00	35	\$ 1,733
Sillas	40	\$ 8.00	173	\$ 1,387
Manteles	8	\$ 40.00	35	\$ 1,387
1 mesa con 10 sillas y 1 mantel	20	\$ 110.00	87	\$ 9,533
Mamparas	20	\$ 40.00	87	\$ 3,467
Toro mecanico infantil con dispensador	3	\$ 700.00	13	\$ 9,100
Toro mecanico con dispensador	3	\$ 1,500.00	13	\$ 19,500
Mesa de Hockey con dispensador	3	\$ 500.00	13	\$ 6,500
Mesa de futbolito con dispensador	3	\$ 400.00	13	\$ 5,200
Carrusel mecanico con dispensador	3	\$ 1,500.00	13	\$ 19,500
Bocina Karaoke	3	\$ 300.00	13	\$ 3,900

Tabla 58 Memoria de cálculo optimista.

Fuente: Elaboración propia.

Se aumentaron las ventas esperadas en un 50%.

Análisis de rentabilidad optimista

AÑO	INGRESOS	COSTOS	FLUJO DE EFECTIVO	TASA (1+t) <sup>-n</sup>	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
AÑO 0	\$ -		-\$ 463,242.80	1.00000	\$ -	\$ -
AÑO 1	\$ 974,480.00	\$ 158,613.60	\$ 815,866.40	0.89286	\$ 870,071.43	\$ 141,619.29
AÑO 2	\$ 1,023,204.00	\$ 166,544.28	\$ 856,659.72	0.79719	\$ 815,691.96	\$ 132,768.08
AÑO 3	\$ 1,074,364.20	\$ 174,871.49	\$ 899,492.71	0.71178	\$ 764,711.22	\$ 124,470.08
AÑO 4	\$ 1,128,082.41	\$ 183,615.07	\$ 944,467.34	0.63552	\$ 716,916.77	\$ 116,690.70
AÑO 5	\$ 1,569,055.88	\$ 192,795.82	\$ 1,376,260.06	0.56743	\$ 890,324.44	\$ 109,397.53
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5,769,186.49</b>	<b>\$ 876,440.26</b>	<b>\$ 4,429,503.43</b>		<b>\$ 4,057,715.82</b>	<b>\$ 624,945.66</b>

VAN	\$ 3,432,770.16
TIR	180.67%
B/C	6.49

Tabla 59 Análisis de rentabilidad optimista.

Fuente: Elaboración propia.

El valor actual neto es el valor presente de todos los flujos del proyecto (positivos y negativos) relevantes en su evaluación. Este método consiste en determinar la equivalencia, en el presente, de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y compararla con el desembolso inicial. En este proyecto el VAN fue positivo con una cantidad de \$3,432,770.16, debido a que los ingresos fueron \$4,057,715.82 y los egresos de \$624,945.66, al ser una cantidad positiva representa la variación en el bienestar del proyecto, es decir, el monto que se podría pagar y recuperar la inversión en la tasa deseada.

En cuanto a la TIR, es la rentabilidad media por periodo expresada en porcentaje, que se obtendría por inversión, es decir, la máxima tasa de interés que se podría pagar al endeudarse para financiar el proyecto, sin que se genere pérdidas, en los resultados dio 183.24%.



La relación Beneficio-Costo toma los ingresos entre los egresos presentes netos, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica de proyecto, el resultado fue de \$6.49, es decir que por cada peso se estaría recuperando un 5.49 pesos.

### Punto de equilibrio optimista

#### PUNTO DE EQUILIBRIO

CONCEPTOS / AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$ 974,480.00	\$ 1,023,204.00	\$ 1,074,364.20	\$ 1,128,082.41	\$ 1,184,486.53
COSTOS FIJOS	\$ 124,908.00	\$ 131,153.40	\$ 137,711.07	\$ 144,596.62	\$ 151,826.45
COSTOS VARIABLES	\$ 33,705.60	\$ 35,390.88	\$ 37,160.42	\$ 39,018.45	\$ 40,969.37
COSTOS TOTALES	\$ 158,613.60	\$ 166,544.28	\$ 174,871.49	\$ 183,615.07	\$ 192,795.82
PUNTO DE EQUILIBRIO \$	\$ 129,383.14	\$ 135,852.30	\$ 142,644.91	\$ 149,777.16	\$ 157,266.02
PUNTO DE EQUILIBRIO %	13%	13%	13%	13%	13%

Tabla 60 Punto de equilibrio optimista.

Fuente: Elaboración propia.

Consiste en el porcentaje que se tiene que recibir del total de ingresos al año para no tener una pérdida ni una ganancia, denominándolo el punto de equilibrio que sería del 13%.

### Recuperación de la inversión.

FNE	0	1	2	3	4	5
Utilidad neta		\$ 624,834.63	\$ 702,938.96	\$ 738,085.91	\$ 774,990.20	\$ 813,739.71
(+) depreciación y amortización		\$ 72,015.65	\$ 75,616.43	\$ 79,397.25	\$ 83,367.12	\$ 87,535.47
(-) inversión	\$ 463,242.80					
FNE	-\$ 463,242.80	\$ 696,850.28	\$ 778,555.39	\$ 817,483.16	\$ 858,357.32	\$ 901,275.18
VAN	\$ 3,432,770.16					
VAN NETO	\$ 2,969,527.36					
TIR	180.67%					
IR	7.41					
TRI	150					
AÑOS	2	3	4	5		
FNE ACOMULADO	\$ 1,475,405.67	\$ 2,292,888.83	\$ 3,151,246.15	\$ 4,052,521.34		
LI	-\$ 1,012,162.87					
	-0.44					
AÑOS	1.56	1 AÑO				
MESES	1.92	2 MESES				
DIAS	27.6	28 DIAS				

Tabla 61 Recuperación de la inversión optimista.

Fuente: Elaboración propia.

La recuperación de la inversión sería en 1 año dos meses y 28 días.

## Conclusión

Una vez evaluado el proyecto Urbina rent, en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo; se puede concluir que es una alternativa viable, ya que, en los estudios realizados, se obtuvieron resultados favorables.

El proyecto es factible, conforme va creciendo se integraran nuevas amenidades de entretenimiento para ofrecerle a los clientes nuevas experiencias de entretenimiento en sus eventos, aumentar el mobiliario conforme el crecimiento de la demanda del servicio, recalcando que este estudio fue realizado en tiempo de pandemia y que las rentas registradas fueron basadas en la demanda actual de la rentadora de mesas y sillas Urbina 2019-2020, mas encuestas, teniendo en cuenta la nueva normalidad de convivencia social.

El estudio técnico se deriva de una inversión inicial, la más intensa del proyecto de, \$463, 242.80 pesos mexicanos la cual se invirtiera principalmente para la compra de las mesas, sillas, manteles y las amenidades para brindar el servicio, también están contemplados los insumos y capital de trabajo.

De esta evaluación del proyecto con financiamiento se puede apreciar que los indicadores son favorables, tanto la VAN, TIR y la relación costo-beneficio. El VAN fue positivo con una cantidad de \$2,014,982.22, debido a que los ingresos fueron \$2,639,927.89 y los egresos de \$624,945.66 al ser una cantidad positiva representa la variación en el bienestar del proyecto, es decir, el monto que se podría pagar y recuperar la inversión en la tasa deseada.

En cuanto a la TIR, es la rentabilidad media por periodo expresada en porcentaje, que se obtendría por inversión, es decir, la máxima tasa de interés que se podría pagar al endeudarse para financiar el proyecto, sin que se genere pérdidas, en los resultados dio 102.11%.

La relación Beneficio-Costo toma los ingresos entre los egresos presentes netos, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica del proyecto, el resultado fue de 4.22, es decir que por cada peso se estaría recuperando un 3.22 pesos. El tiempo estimado de recuperación se refleja a un corto plazo de 2 años, 2 meses y 28 días, por lo que indica que el proyecto si es factible económicamente.

## Bibliografías.

- (1) Editorial Vértice. (2008). Análisis de mercados. Editorial Vértice
- (2) Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). Generación de modelos de negocio. Barcelona: Deustos SA Ediciones.
- (3) Florescano, E., & Santana, B. (2018). La fiesta mexicana. Tomo I. Fondo de Cultura Económica.
- (4) Baca, G. (2001). Evaluación de proyectos. México: Mc Graw Hill
- (5) Graham y Stefan Zehle., (2008) Cómo diseñar un plan de negocios, 1a. Edición, Buenos Aires.
- (6) Hernández Sampieri, R. (2005) Metodología de la Investigación. I Parte
- (7) H,Igor Ansoff (1965) responsable de introducir el FODA (SWOT en inglés McGraw Hill, primera edición en español, México, p. 98) por primera vez al análisis de opciones estratégicas en su libro “Corporate strategy”: An Analytic Approach for Growth and Expansion (McGrawHill).
- (8) Kinneer, T. C.; Taylor, J. R. (1993) Investigación de Mercados. Un enfoque aplicado. 4º Edición. Editorial: Mc Graw Hill. Colombia.
- (9) Malhotra, N. K. (1997) Investigación de Mercados. Un enfoque práctico. 2º Edición. Editorial: Prentice Hall. México.
- (10) Promer, Ri., (2003) Manual de creatividad. Prentice-Hall Hispanoamericana, México.
- (11) Pérez Soto, J. (1994), Business plan: más allá del presupuesto. Gestión y Planificación Integral., Barcelona.
- (12) Ramírez P. David (2007) Contabilidad Administrativa, Mc Graw Hill., Octava Edición.
- (13) Sainz, J. (2013). El Plan de Marketing en la Práctica. Madrid: ESIC EDITORIAL. pp. 214-215.
- (14) Thompson et. al. (1998), Dirección y administración estratégicas, conceptos, casos y lecturas, "Análisis SWOT. Qué es necesario buscar para medir los puntos fuertes, débiles, las oportunidades y las amenazas de una compañía", Editorial
- (15) Villaran, K (2001) “Mejor plan de negocios”. En Gestión de Negocios, Vol.2, No.2,
- (16) Lanzagorta, J. (14 de febrero de 2013). Planea tus finanzas. Obtenido de ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE HACER UN PLAN DE NEGOCIOS?: <https://planeatusfinanzas.com/importante-hacer-plan-de-negocios/>
- (17) De Noble, A. (1998). Plan de Negocios de Exportación.
- (18) Finch, Brian. Cómo desarrollar un plan de negocios. Barcelona: Gedisa, 2002. 174p.
- (19) (González R. Rene (2004) Elaboración de Planes de Negocios, Mc Graw Hill. Colombia

- (20) Graham y Stefan Zehle., (2008) Cómo diseñar un plan de negocios, 1a. Edición, Buenos Aires.
- (21) Hernández Sampieri, R. (2005) Metodología de la Investigación. I Parte.
- (22) Cohen W. A. (2004). Plan de Mercadotecnia Tercera edición. Editorial CECSA.
- (23) México.
- (24) De la Vega I., (2004), El Plan de Negocio: Una Herramienta Indispensable,  
(25) Departamento de Publicaciones del Instituto de Empresa, Madrid
- (26) Díaz de Santos (1995) El diagnóstico de la empresa, Ediciones Díaz de Santos, P. 37 y 39
- (27) Foa (2007) Fortalecimiento de los sistemas nacionales. Edición Agriculture Org. P. 139
- (28) FRIEND, Graham y Stefan Zehle.Cómo diseñar un plan de negocios, 1a. Edición, Buenos Aires, 2008.312p

## Cronograma de actividades

Actividades	1er Trimestre				2° Trimestre				3er Trimestre				4to Trimestre			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Redacción de Protocolo	X	X														
Investigación de fuentes	X	X	X													
Diseño de Modelo de negocios			X	X												
Descripción de la Empresa						X										
Estudio de Mercado						X	X	X	X							
Estudio técnico							X	X	X							
Análisis Financiero									X	X	X					
Análisis de escenarios									X	X	X					
Interpretación de datos												X				
Plan de negocios final											X	X	X			
Correcciones														X	X	
Presentación de informe final																X