



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS**

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN  
CAMPUS I

**Proyecto de Inversión de Fundas Ecológicas para  
Smartphones en Tuxtla Gutiérrez.**

TESIS

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE  
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN  
CON TERMINAL EN FINANZAS.

PRESENTA:

**José Ángel Sánchez López PS1848**

Directora de Tesis

Dra. Joselyne Guadalupe Pérez Hernández

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas; Enero de 2023



**COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN  
Y POSGRADO**

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas; 11 de enero de 2023  
Oficio No. D/CIP/TIP/003/2023.

**ASUNTO: AUTORIZACIÓN DE EMPASTADO**

**C. JOSÉ ÁNGEL SÁNCHEZ LÓPEZ  
CANDIDATO AL GRADO DE MAESTRO EN  
ADMINISTRACIÓN CON TERMINAL EN FINANZAS.  
PRESENTE**

Por este medio me permito informarle que se AUTORIZA la impresión de su tesis titulada: **PROYECTO DE INVERSIÓN DE FUNDAS ECOLÓGICAS PARA SMARTPHONES EN TUXTLA GUTIÉRREZ**. Toda vez que ha sido liberada según oficio sin número, de fecha junio 08 de 2022, suscrito por la Dra. Joselyne Guadalupe Pérez Hernández, Directora de la tesis mencionada.

Cabe mencionar que se ha constatado que ha cumplido con los procedimientos administrativos y académicos relacionados con la modalidad de evaluación propuesta, conforme a lo dispuesto en el Reglamento General de Investigación y Posgrado y de Evaluación Profesional para los egresados de la Universidad, así como con el Plan de Estudios correspondiente.

**Atentamente**

**"POR LA CONCIENCIA DE LA NECESIDAD DE SERVIR"**

**Dra. Blanca Esthela Montoya Ramírez**  
Encargada de la Coordinación



C.c.p. Archivo Minutario  
\*BEMR/ssg



FFCA-147

Boulevard Belisario Domínguez, Km 1081, sin número, Terán. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, México C.P.29050. Tels.  
(961) 61 5 42 49 y 61 5 13 26 ext. 112  
E-mail: [posgradofca2018@gmail.com](mailto:posgradofca2018@gmail.com)





Código: FO-113-09-05

Revisión: 0

**CARTA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LA TESIS DE TÍTULO Y/O GRADO.**

El (la) suscrito (a) José Ángel Sánchez López  
Autor (a) de la tesis bajo el título de "Proyecto de Inversión de fundas  
ecológicas para smartphones en Tuxtla Gutiérrez  
"  
presentada y aprobada en el año 2023 como requisito para obtener el título o grado de Maestro en administración con terminal en finanzas, autorizo a la Dirección del Sistema de Bibliotecas Universidad Autónoma de Chiapas (SIBI-UNACH), a que realice la difusión de la creación intelectual mencionada, con fines académicos para que contribuya a la divulgación del conocimiento científico, tecnológico y de innovación que se produce en la Universidad, mediante la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Consulta del trabajo de título o de grado a través de la Biblioteca Digital de Tesis (BIDITE) del Sistema de Bibliotecas de la Universidad Autónoma de Chiapas (SIBI-UNACH) que incluye tesis de pregrado de todos los programas educativos de la Universidad, así como de los posgrados no registrados ni reconocidos en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad del CONACYT.
- En el caso de tratarse de tesis de maestría y/o doctorado de programas educativos que sí se encuentren registrados y reconocidos en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC) del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), podrán consultarse en el Repositorio Institucional de la Universidad Autónoma de Chiapas (RIUNACH).

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas; a los 17 días del mes de Enevo del año 2023.

  
José Ángel Sánchez López  
Nombre y firma del Tesista o Tesistas

## **Agradecimientos**

Agradezco a Dios por haberme otorgado a unos padres y hermanos que me brindaron siempre su amor y apoyo y que gracias a ellos crecí con las enseñanzas de superación, sacrificio, y humildad para realizarme personalmente y profesionalmente.

Agradezco a la escuela por darme la oportunidad de ser parte de ella y a cada catedrático por brindarme sus conocimientos para ser un mejor estudiante día con día.

Agradezco a mi directora de tesis por su apoyo y consejos para guiarme durante todo el desarrollo de la tesis.

# Indice

<b>Portada</b> .....	<b>1</b>
<b>Oficio de Autorización de Impresión de Tesis</b> .....	<b>2</b>
<b>Carta de Autorización para la Publicación Electrónica de la Tesis</b> .....	<b>3</b>
<b>Agradecimientos</b> .....	<b>4</b>
<b>Introducción</b> .....	<b>10</b>
<b>Antecedentes</b> .....	<b>12</b>
<b>Objetivos de la investigación</b>	
Objetivo General.....	13
Objetivos Específicos.....	14
<b>Justificación</b> .....	<b>14</b>
<b>Capítulo I. Marco Conceptual</b> .....	<b>16</b>
1.1 Proyecto de Inversión.....	16
1.2 Etapas de un proyecto.....	16
1.3 Estados financieros .....	18
1.4 Estudio de mercado .....	20
1.5 Segmentación de mercado.....	23
1.6 Estudio de técnico .....	24
1.7 Servicios de venta .....	24
1.8 Control de ventas .....	25
1.9 Conceptualización .....	26
1.9.1 Funda de celular.....	26
1.9.2 Localización del proyecto .....	26
1.9.3 Macro-localización.....	26
1.9.4 Micro-localización.....	27

1.9.5 Estructura administrativa .....	27
1.9.6 Costo.....	27
1.9.7 Costos fijos.....	27
1.9.8 Costos variables.....	28
1.9.9 Ingresos .....	28
1.9.10 Egresos .....	28
1.9.11 Punto de equilibrio.....	28
1.9.12 Valor Actual Neto (VAN) .....	29
1.9.13 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	29
<b>Capítulo II. Estudio de mercado.....</b>	<b>30</b>
2.1 Tipo de investigación.....	30
2.2 Diseño de la investigación.....	31
2.3 Objetivos del Estudio de Mercado .....	32
2.4 Descripción del servicio.....	32
2.5 Descripción del producto .....	32
2.6 Descripción del cliente.....	33
2.7 Estudio de la demanda.....	33
2.8 Encuestas y resultados .....	34
2.8.1 Interpretación de resultados .....	38
2.9 Análisis de resultados.....	47
2.10 Análisis del servicio .....	47
2.11 Análisis de competencia.....	48
2.12 Comercialización .....	49
2.13 Precio.....	50
2.14 Plaza .....	50
2.15 Producto.....	50
2.16 Publicidad.....	51
2.17 Canal de comercialización.....	52

<b>Capítulo III. Estudio Técnico.</b>	<b>53</b>
3.1 Objetivos del estudio técnico	53
3.2 Localización	53
3.3 Descripción del proceso de producción y servicio	56
3.4 Proceso del servicio	58
3.5 Diseño de logotipo	60
3.6 Distribución de las áreas	60
3.7 Recursos y materiales utilizados	61
3.8 Estudio organizacional	63
3.9 Objetivos de la organización de la empresa	63
3.10 Empresa	63
3.10.1 Misión	63
3.10.2 Visión	64
3.10.3 Principios	64
3.10.4 Valores	64
3.10.5 Objetivos generales	64
3.11 Organización de la empresa	65
3.12 Perfil y descripción de puestos	66
<b>Capítulo IV. Estudio Financiero.</b>	<b>68</b>
4.1 Objetivos	68
4.2 Inversiones	68
4.3 Activos fijos	69
4.4 Activos circulantes	70
4.5 Materia prima	70
4.6 Mano de obra	70
4.7 Gastos de administración	71

4.8 Gastos de ventas .....	71
4.9 Estructura de costos e ingresos .....	72
4.10 Evaluación financiera .....	73
4.11 Flujo de caja .....	73
4.12 Periodo de recuperación del capital.....	74
<b>Conclusión.. .....</b>	<b>78</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>77</b>
<b>Fuentes de información.....</b>	<b>79</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla1. Calculo de la muestra del estudio.....	36
Tabla 2. Competencia directa .....	48
Tabla 3. Estimación de tiempo del proceso del servicio .....	59
Tabla 4. Número de empleados. ....	60
Tabla 5. Maquinaria y equipo utilizado para la inversión inicial .....	61
Tabla 6. Puesto Gerente general .....	66
Tabla 7. Área de producción .....	66
Tabla 8. Área de marketing y ventas .....	67
Tabla 9. Puesto de Repartidor .....	67
Tabla 10. Valores de las inversiones fijas .....	70
Tabla 11. Valor de las inversiones circulantes.....	71



## ÍNDICES DE CUARDO E IMÁGENES

Cuadro 1. Subcategorías de segmentación .....	23
Cuadro 2. Proceso de Control de Ventas .....	25
Cuadro 3. Encuesta de investigación de mercado para medir la viabilidad del proyecto de fundas ecológicas para Smartphone.....	37
Cuadro 4. Canal de distribución .....	52
Cuadro 5. Proceso de producción de las fundas ecológicas .....	57
Cuadro 6. Organigrama de Ecofundas .....	65
Imagen 1. Tuxtla Gutiérrez.....	54
Imagen 2. Mapa de Chiapas .....	55
Imagen 3. Materiales artesanales .....	57
Imagen 4. Logotipo .....	60

## **Introducción.**

Tuxtla Gutiérrez Chiapas, se ha convertido en una ciudad altamente vulnerable en lo que respecta a la materia ambiental; porque analizando el problema de la velocidad con que prevalece la contaminación en la ciudad, hay una vulnerabilidad ambiental porque ha causado diferentes desastres naturales.

Por ello surge la idea de la investigación y la creación de un proyecto de inversión, en la cual se realizó una evaluación de la viabilidad financiera y administrativa, para obtener la factibilidad del proyecto de inversión, y que al mismo tiempo que se cumpla con los objetivos disminuir la contaminación ambiental, adquiriendo menos fundas de plásticos.

En esta tesis se desarrolla el proceso de investigación y el desarrollo de un proyecto de inversión, con el objetivo calcular si el negocio es factible y apoyar a la disminución de la contaminación ambiental.

En el capítulo I, estará compuesto por la conceptualización acerca del objeto del estudio, en la cual se realizara un proyecto de inversión, se definió los conceptos principales que se utilizaría con su estructuración y en ello orientar el lineamiento del proyecto.

En el capítulo II que corresponde a la Metodología de la investigación, se describe los métodos aplicados para el desarrollo de la investigación, abordando el problema, los objetivos y la justificación del proyecto.

En el capítulo III, se encuentra el Estudio de mercado, en donde se desarrolla la planificación del estudio de mercado, para obtener información sobre el estado actual del segmento de mercado determinado, con la finalidad de conocer en profundidad el nicho al que se pretende llegar, y analizar la competencia, así como también su grado de viabilidad y rentabilidad.

En el capítulo IV, describe el Estudio técnico. Se determinó la localización más adecuada en base a factores que indican su mejor ubicación. También se describe el proceso de producción tomando en cuenta los criterios y conocimiento de los artesanos de la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Finalmente se establece la implementación de la empresa con la lista y los presupuestos de los equipos y mobiliarios que harán la funcionalidad del proyecto de inversión.

Finalmente el capítulo V, en el que se plasma el Estudio financiero, ahí se encuentra el resultado final, que indica si el negocio es sustentable, viable y rentable en el tiempo, con elementos la integración de información económica-financiera.

Y en la parte final de este trabajo se encuentran las Conclusiones de todo del trabajo de investigación.

## **Antecedentes.**

En la actualidad debido al ritmo de vida de las diferentes familias, se utilizan bolsas de plástico para facilitar el traslado de diversos objetos y compras que realizan en las plazas y centros comerciales; esto provoca que los materiales plásticos estén presentes en todo momento de nuestra vida diaria; pero también actualmente se ha publicado que el plástico es un gran contaminante del medio ambiente, porque en el medio ambiente se va fragmentando en trozos pequeños que atraen y acumulan sustancias tóxicas, que después se presentan como toxinas en la vida animal, en la flora, en todas las reservas naturales y en el medio ambiente, que vienen siendo consumidas por el ser humano.

Razón por la que hay muchas instituciones y organizaciones no gubernamentales, que preocupadas por la situación de riesgo de salud en los seres humanos, han levantado la voz para concientizar a las personas y así evitar este uso desmedido de los materiales plástico.

Por ejemplo, según El Herald de Chiapas digital, el día sábado 15 de junio de 2019, en la sección local del periodista Isaí López: “en Chiapas se producen diario 1.5 millones de toneladas de residuos sólidos, equivalentes a 3 mil 625 toneladas diarias, lamentablemente es muy elevado el consumo de plástico; Y lo peor es que no hay estrategia gubernamental o privada para abordar el problema de manera integral”.

Ahí mismo también se escribe que, El presidente de la Comisión de Ecología y Cambio Climático del Congreso del Estado de Chiapas, Juan Salvador Camacho Velasco, afirma que cada vez es mayor el volumen en el consumo de plástico, lamentablemente se desechan en unos cuantos minutos o segundos y para degradarse se requiere de 100 a 500 años, causando una irreversible contaminación de los cuerpos de agua.

En el periódico digital El Cuarto Poder del Estado de Chiapas, del día 29 de abril de 2021, en la sección de Chiapas, del periodista Adolfo Abosaid, menciona que: La pre contingencia ambiental que se está presentando sobre el área Metropolitana de Chiapas, a causa de las partículas suspendidas en el aire, no representa un signo de alarma, pero sí un llamado de atención para la sociedad en general, y aumenta la necesidad de implementar políticas públicas preventivas, puntualizó Ramón Corzo Toledo, encargado del Monitoreo de la Calidad de Aire en la Secretaría de Medio Ambiente e Historia Natural (SEMAHN).

Así mismo señala que Corzo Toledo, explicó que es necesario y urgente que se implemente un sistema de monitores de la calidad del aire, para recibir información desde diferentes puntos de la ciudad y municipios, luego dar a conocer esta problemática y que la ciudadanía tome conciencia y sus precauciones.

Razón por la que es muy importante considerar que cuando se tenga que usar el plástico, se haga de manera más responsable y consciente porque se está poniendo al medio ambiente, a los animales y, en definitiva, a todo ser vivo.

## **Objetivos de la investigación.**

Los objetivos que persigue la investigación se encuentran dentro de los cinco componentes que conforman el Planteamiento del Problema de Investigación y nos ayudan a establecer qué se pretende en lo particular con la investigación, siendo éstos las guías de estudio, además de que hay que tenerlos presentes durante todo el desarrollo y ser congruentes entre sí (Sampieri, Torres, 2018).

### **Objetivo General.**

Desarrollar un proyecto de inversión para analizar la factibilidad en el uso y ventas de fundas ecológicas para equipos electrónicos (Smartphones y

tabletas), para contribuir a la reducción de la contaminación en nuestro medio ambiente.

### **Objetivos Específicos.**

- Describir las características que determinan el concepto de un proyecto de inversión para su funcionamiento.
- Investigar y desarrollar la metodología de un proyecto de inversión.
- Realizar el estudio de mercado para identificar la demanda y la competencia de las fundas de inversión
- Calcular los estados financieros para conocer la rentabilidad y viabilidad del proyecto de inversión e interpretar los resultados obtenidos.

### **Justificación.**

En el siglo XX, los ecologistas, ya tenían sus dudas sobre qué pasaría con el planeta a causa de las fundas plásticas. La preocupación, a nivel mundial se dio cuando, en 1997 se descubrió el Gran Parche de basura del pacífico.

La fabricación de fundas de plásticos, afecta también la salud de los seres humanos. Estos contaminantes orgánicos persistentes, entran y se bio-acumulan en la cadena alimentaria, que también resulta en una concentración aun mayor de contaminantes en peces, incluyendo las especies consumidas por los seres humanos (Tanaka, 2013).

México tiene un gran potencial desde el punto de vista industrial y de negocios que se pueden realizar a través del aprovechamiento de bambú, señaló Hormilson Cruz en el periódico El Economista de la Ciudad de México Digital, el día 03 de abril de 2016, en la sección de estados de la periodista Laura Quintero.

El especialista explicó que la región con mayor potencial de cultivo de bambú está en el sureste del país, ya que por las condiciones climáticas podría realizarse sin necesidad de riego, pero se puede establecer en cualquier otra entidad.

Explicaron que una hectárea de bambú tiene 400 cepas, las cuales llegan a producir bambú por más de 60 años sin necesidad de resembrar; cada una da entre 10 y 12 culmos, (vara cilíndrica de entre 20 y 26 metros, con un diámetro de tres pulgadas).

El bambú es una planta que se reproduce muy rápidamente y puede ser cortada para la construcción a partir de cuatro años después de su siembra. Es muy ligera, lo que facilita mucho su uso en los procesos de construcción. Ya se produce y usa para la construcción en regiones de Chiapas como Palenque. En los Altos de Chiapas, es una herramienta totalmente apropiable, ya que tiene la especificidad de adaptarse a cualquier tipo de clima y altitud.

Este trabajo de investigación, es importante porque por medio de la elaboración de un proyecto de inversión y la aplicación un estudio de mercado de fundas ecológicas, se demuestra la factibilidad y rentabilidad para la empresa, además de colaborar en la reducción de la contaminación ambiental por el uso de las fundas de plástico.

# Capítulo 1. Marco Conceptual.

En este capítulo se expresan conceptos importantes de literatura especializada de diversos autores, que están relacionados a las partes y variables que integran la estructura de un proyecto de inversión.

## 1.1 Proyecto de Inversión

Es la cantidad de recursos materiales, humanos y tecnológicos que se requiere para la producción y/o distribución de un producto con el fin de satisfacer una determinada necesidad humana”. (Besley, 2000, p. 2).

Baca (2006), define un proyecto de inversión como un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general.

Un proyecto de inversión, es una propuesta de acción que, a partir de la utilización de los recursos disponibles, considera posible obtener ganancias. Estos beneficios, que no son seguros, pueden ser conseguidos a corto, mediano o largo plazo. (Pérez, Gardey, 2009)

## 1.2 Etapas de un proyecto

**Primera Etapa: Concepción de la Idea:** En esta etapa, comienza el ciclo de cada proyecto, su finalidad es la de identificar los proyectos que sean adecuados a las necesidades económicas y sociales del país, y se encuentra caracterizada por la naturaleza del proyecto y del grupo promotor (Pimentel, 2008, pág. 14).

Identificación de un problema, aprovechamiento de una oportunidad o satisfacción de una necesidad. Sin “idea” no hay proyecto. Pero hay que contrastar la idea. (Alarcón, 2011, p. 2)



**Segunda Etapa: El Estudio de Pre factibilidad:** Consiste en una breve investigación sobre el marco de factores que afectan al proyecto, así como de los aspectos legales que lo afectan. Así mismo, se deben investigar las diferentes técnicas (si existen) de producir el bien o servicio bajo estudio y las posibilidades de adaptarlas a la región. (Pimentel, 2008, p.17)

Este estudio profundiza el examen en fuentes secundarias y primarias en investigación de mercado, detalla la tecnología que se empleará, determina los costos totales y la rentabilidad económica del proyecto y es la base en que se apoyan los inversionistas para tomar una decisión. (Baca, 2010, p. 5)

**Tercera Etapa: Formulación del Proyecto:** Las fases de la pre-factibilidad y factibilidad se distinguen entre sí, tanto por la profundidad de los estudios como por los aspectos tratados. En general, podríamos decir que uno de los primeros tópicos a ser analizado, después de identificar en forma exhaustiva al producto, es el estudio de mercado, el cual tiene como objetivo la determinación de su demanda en el área de influencia. (Pimentel, 2008, p. 17)

**Cuarta Etapa: Evaluación.** El inversionista o financista evaluará el proyecto a fin de determinar si este se adapta o no a sus objetivos o intereses; en ese sentido, es conveniente señalar que existen varias formas de evaluar un proyecto, dependiendo de quien realiza la evaluación, ésta se puede clasificar en Evaluación Social y en Evaluación Privada. (Pimentel, 2008 p. 19)

Es el análisis más profundo que se le hace a un proyecto de inversión; que la evaluación, aunque es la parte fundamental del estudio, dado que es la base para decidir sobre el proyecto, depende en gran medida del criterio adoptado de acuerdo con el objetivo general del proyecto. En el ámbito de la inversión privada, el objetivo principal no es necesariamente obtener el mayor rendimiento sobre la inversión. En los tiempos actuales de crisis, el objetivo principal puede ser que la empresa sobreviva, mantener el mismo segmento del mercado, diversificar la

producción, aunque no se aumente el rendimiento sobre el capital, etcétera. (Baca, 2010, p. 4).

**Quinta Etapa: Ejecución del Proyecto.** Inicia el momento en que se toma la decisión de ejecutar el proyecto y termina cuando finaliza la ejecución y la empresa o negocio queda listo para iniciar 13 operaciones. En esta etapa se distinguen dos momentos que son la consecución de la autorización y financiamiento (legalización de la empresa, permisos y licencias y la de ejecución propiamente. (Sandoval, 2012, p. 2)

### **1.3 Estados financieros**

De acuerdo al autor Ezequiel (1995), Los estados financieros son los documentos primordialmente numéricos, elaborados en forma generalmente periódica, con base en los datos obtenidos de los registros contables, y que reflejan la situación o el resultado financiero a que se ha llegado en la realización de las actividades por un periodo o por una fecha determinada.

De acuerdo a la N.I.F (Normas de Información Financiera), los estados financieros principales que toda la empresa debe generar o emitir, para reflejar de forma clara y simplificada el resultado las operaciones contables obtenidos de un periodo determinado.

#### **1.- Estados de Resultados:**

De acuerdo con Gitman (2000), también explica que el estado de resultados proporciona un resumen financiero de los resultados operativos de la empresa durante un periodo determinado.

Es un indicador confiable para medir los resultados económicos de un negocio y para evidenciar el grado de efectividad, con que una organización ha trabajado; además permite a la empresa tomar decisiones que pueden ser importantes en su existencia.

## **2.- Balance General:**

Según la NIF (Normas de Información Financiera), se entiende por balance general o estado de situación financiera, al estado financiero básico en el que se refleja la situación financiera de la empresa con relación a sus recursos (activos) y obligaciones (pasivo y capital/patrimonio).

La estructura del Balance General de acuerdo a la NIF es la siguiente:

Activo circulante o a corto plazo: representan los recursos que están disponibles para la empresa a un corto periodo de tiempo o que son fácilmente convertibles en efectivo.

Activo no circulante o a largo plazo: representan los recursos que están disponibles para la empresa a un periodo de tiempo más largo (mayor a un año) o que se espera recibir un beneficio económico a futuro.

Pasivo circulante o a corto plazo: representan las obligaciones que la entidad ha adquirido y deben ser cubiertas en un lapso de tiempo menor a un año (CxP).

Pasivo no circulante o a largo plazo: representan las obligaciones que la entidad ha adquirido y deben ser cubiertas en un lapso de tiempo mayor a un año (CxP).

Capital: se conforma de la aportación de los socios y de la utilidad o pérdida del periodo en que una entidad ha estado en operación.

## **3.- Flujo de Efectivo:**

El Presupuesto de caja, o pronóstico de caja, es un estado de entradas y salidas de efectivo planeadas de la empresa. Esto lo usa para calcular sus necesidades de efectivo a corto plazo, dedicando especial atención a la planificación de los excedentes y faltantes de caja. (Gitman, 2010)

#### **4.- Estado de variaciones en el Capital Contable:**

Según la NIF (Normas de Información Financiera), se define como el capital contable o patrimonio contable es el valor residual de los activos de la entidad, una vez deducidos todos sus pasivos. Por lo anterior también se denomina como activos netos.

#### **1.4 Estudio de mercado**

La economía, es la ciencia que estudia el mercado con objeto de elegir la mejor forma de asignar recursos limitados a la producción de bienes y servicios, que satisfagan las necesidades y los deseos ilimitados de los individuos y las empresas. Para decidir respecto de la mejor opción de inversión, la empresa debe investigar las relaciones económicas actuales y sus tendencias, y proyectar el comportamiento futuro de los agentes económicos que se relacionan con su mercado particular. (Chain, 2011, p. 45)

El estudio de mercado, es la recopilación del análisis de antecedentes que permite determinar la conveniencia o no, de ofrecer un bien o servicio para atender una necesidad, además es conveniente tener una noción amplia del mercado, incluyendo todo el entorno que rodeará a la empresa: consumidores, usuarios, proveedores, competidores y limitaciones de tipo político legal, económico o social. (Miranda, 2003, pp. 88-90)

Los términos generales más relevantes para analizar en un estudio de mercado para un proyecto de inversión:

- **Demanda**

La demanda, es una función que depende del comportamiento de algunas variables, tales como: el nivel de ingreso de los consumidores, el patrón de gasto de los mismos, la tasa de crecimiento de la población, el comportamiento de los precios tanto de los bienes sustitutos como complementarios, preferencias de los

consumidores y naturalmente de la acción de los entes gubernamentales. (Miranda, 2011, p. 97)

Para Kotler, Cámara, Grande y Cruz, autores del libro "Dirección de Marketing" (1998), la demanda es: "el deseo que se tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago".

Simón Andrade, autor del libro "Diccionario de Economía" (2015), proporciona la siguiente definición de demanda: "Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca".

- **Oferta de mercado**

Es la cantidad de bienes y servicios que una empresa, puede ofrecer a los consumidores relacionados directamente con la cantidad de demandantes, ya que no hay empresa productora si no hay consumidor. La oferta es también una variable que depende de otras, tales como: los costos y disponibilidad de los insumos, las restricciones determinadas por el gobierno, los desarrollos tecnológicos, las alteraciones del clima (especialmente en la oferta agrícola y agroindustrial), los precios de los bienes sustitutos y complementarios, la capacidad instalada de la competencia, etcétera. (Miranda, 2011, p. 112)

Los términos generales más relevantes para analizar en un estudio de mercado para un proyecto de inversión:

- **Producto**

El producto, es la variable por excelencia del marketing mix, ya que engloba tanto a los bienes como a los servicios que comercializa una empresa. Es el medio por el cual se satisfacen las necesidades de los consumidores". (Espinosa, 2014)

- **Precio**

El precio, es la variable del marketing, por la cual entran los ingresos a una empresa. Antes de fijar los precios de nuestros productos, debemos estudiar ciertos aspectos como el consumidor, mercado, costes, competencia, etcétera. (Espinosa, 2014)

El precio, es uno de los cuatro pilares fundamentales de la mezcla de marketing (producto, precio, plaza y promoción). Es una valoración efectuada sobre un producto y que, traducida a unidades monetarias, expresa la aceptación o no del consumidor hacia el conjunto de atributos de dicho producto, atendiendo a su capacidad para satisfacer necesidades. (Velasco, 1996)

- **Promoción**

Abarca una serie de actividades, cuyo objetivo es: informar, persuadir y recordar las características, ventajas y beneficios del producto. (Espinosa, 2014)

La promoción, se puede definir como la “comunicación que informa, persuade y recuerda a los consumidores potenciales sobre un producto, con objeto de influir en su opinión o generar una respuesta”. (Hair, 2002)

### **Plaza**

También conocida como Posición o Distribución, incluye todas aquellas actividades de la empresa, que ponen el producto a disposición del mercado meta”. (Espinosa, 2014)

- **Competitividad**

Competitividad, es la capacidad de una empresa u organización, de cualquier tipo, para desarrollar y mantener algunas ventajas comparativas que le permitan disfrutar y sostener una posición destacada en el entorno socio económico en que actúa (Valiotti, 2008).

## 1.5 Segmentación de mercado

La segmentación de mercado es un método por el cual se pueden dividir a los clientes potenciales en distintos grupos, los cuales, permiten que las empresas puedan enviar mensajes personalizados a las audiencias correctas. La segmentación en término general puede dividirse en otras grandes categorías como podría ser la segmentación por ubicación, categorías, por edades, etc. Al usar estas técnicas, las campañas de marketing son más efectivas debido a que impactan a las personas correctas con contenido adaptado a cada uno de ellas.

La segmentación, normalmente se divide en cuatro subcategorías:

Cuadro 1. Subcategorías de segmentación



**Fuente:** Elaboración propia con base a información obtenida.

## **1.6 Estudio técnico**

Para ello, en este estudio se busca determinar las características de la composición óptima de los recursos, que harán que la producción de un bien o servicio, se logre eficaz y eficientemente. Para esto, se deberán examinar detenidamente las opciones tecnológicas que es posible implementar, así como sus efectos sobre las futuras inversiones, costos y beneficios. (Chain, 2011, p. 123)

El estudio técnico, es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal. (Baca, 2010)

## **1.7 Servicios de Venta**

El Diccionario de Marketing de Cultural S.A., define a la venta como "un contrato en el que el vendedor se obliga a transmitir una cosa o un derecho al comprador, a cambio de una determinada cantidad de dinero". También incluye en su definición, que "la venta puede considerarse como un proceso personal o impersonal mediante el cual, el vendedor pretende influir en el comprador.

Una metodología que se utilizara para las ventas es:

SPIN Selling.

Según la página de internet rdstation (<https://www.rdstation.com/es/ventas/>) El SPIN Selling es una metodología que incluye orientaciones sobre cuáles son las preguntas correctas en un proceso comercial para aumentar las tasas de ventas, basadas en 4 palabras:

1. Situación
2. Problema
3. Implicación
4. Necesidad



Es decir, el cliente a veces no conoce que posee un problema y que existe una solución. De esta forma, hacer las preguntas correctas en una venta, son esenciales para que el prospecto perciba por su cuenta que posee un problema y que tú puedes ayudarlo con una solución.

Adicionalmente, al posicionarse como referencia en el tema, el cliente percibirá que sabes de lo que estás hablando y eso ayuda en la toma de decisión. Frente a tanta competencia presente en el mercado, este es un factor que separan a los vendedores que cierran negociaciones de los vendedores que no llegan a hacerlo.

## 1.8 Control de Ventas

El control de ventas es un conjunto de metodologías y sistemas orientado a analizar, medir y monitorizar el rendimiento de nuestra fuerza de ventas en una empresa. Según la página de internet Master Marketing (<https://www.mastermarketing-valencia.com/ventas-y-gestion-comercial/blog/claves-controlar-ventas/>).

**Cuadro 2. Proceso de Control de Ventas**



Diagrama de proceso.

**Fuente:** Elaboración propia con base a la información obtenida

## **1.9 Conceptualización**

### **1.9.1 Funda de celular**

También se llama carcasa, al accesorio que protege determinadas estructuras o elementos. Los teléfonos celulares o móviles, por citar un caso, disponen de una carcasa que muchas veces puede quitarse y ser reemplazada por otra. Ese intercambio de carcasas suele realizarse por motivos estéticos.

De este modo el artículo cumple con una doble función de protección y de decoración del teléfono en cuestión.

### **1.9.2 Localización del proyecto**

El estudio y análisis de la localización de los proyectos, puede ser muy útil para determinar el éxito o fracaso de un negocio, ya que la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto, no solo considera criterios económicos, sino también criterios estratégicos, institucionales, técnicos, sociales, entre otros. (Vázquez, 2009)

### **1.9.3 Macro-localización**

Es el estudio que tiene por objetivo determinar la región o territorio en la que el proyecto tendrá influencia con el medio. Describe sus características, se establecen ventajas y desventajas que se pueden comparar alternativos para la ubicación de la planta; y solo se requiere analizar los factores de localización de acuerdo a su alcance geográfico (Kerly et al, 2013).

#### **1.9.4 Micro-localización**

Tiene el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar la planta industrial, siendo este sitio el que permite cumplir con los objetivos del lograr la más alta rentabilidad o producir el mínimo costo unitario. (Vázquez, 2009)

#### **1.9.5 Estructura administrativa**

Es el sistema de relaciones formales, que establecen en el interior de una organización/empresa para que ésta alcance sus objetivos de conservación, productivos y económicos. (Rengel, 2011)

#### **1.9.6 Costo**

Es la suma del valor de los insumos y factores productivos (materias primas directas, materias primas indirectas, trabajo, amortizaciones, gastos generales, capital, etc.) que han sido necesarios para la producción y distribución de un bien o de un servicio. (Martino, 2001, p. 91)

#### **1.9.7 Costos fijos**

Son aquellos costos en que necesariamente se tienen que incurrir al iniciar operaciones, es decir representan los costos que debe pagar el Proyecto aun cuando no se produzca nada. Se definen como Costos Fijos porque permanecen constantes a los diferentes niveles de producción mientras el Proyecto se mantenga dentro de los límites de su capacidad productiva, según el tamaño de la planta. (Hernández, 2009)

### **1.9.8 Costos variables**

Son aquellos que varían al variar el volumen de producción, los costos variables se mueven en la misma dirección del nivel de producción. Vale decir, varían en forma directa con el cambio de volúmenes de producción. A menor nivel de producción los costos variables se incrementan y a menor producción los mismos costos disminuyen. (Hernández, 2009)

### **1.9.9 Ingresos**

Un ingreso es el incremento de los activos o el decremento de los pasivos de una entidad, durante un periodo contable, con un impacto favorable en la utilidad o pérdida neta o, en su caso, en el cambio neto en el patrimonio contable y, consecuentemente, en el capital ganado o patrimonio contable, respectivamente. (Marrufo, 2011, p. 4)

### **1.9.10 Egresos**

Son decrementos de los activos o incrementos de los pasivos de una entidad, durante un periodo contable, con la intención de generar ingresos y con un impacto desfavorable en la utilidad o pérdida neta o, en su caso, en el cambio neto en el patrimonio contable y, consecuentemente, en su capital ganado o patrimonio contable respectivamente. (Marrufo, 2011, p. 7)

### **1.9.11 Punto de equilibrio**

La determinación del punto de equilibrio, es uno de los elementos centrales en cualquier tipo de negocio, pues nos permite determinar el nivel de ventas necesarias para cubrir los costos totales, en otras palabras, el nivel de ingresos que cubre los costes fijos y costes variables. (Bravo, 2010)

### **1.9.12 Valor Actual Neto (VAN)**

Constituye un indicador de gran utilidad en la evaluación de proyectos de inversión. Se considera que una firma debe aceptar proyectos de inversión, cuando estos aumenten su valor Actual Neto. (Pimentel, 2008, p.175)

### **1.9.13 Tasa Interna de Retorno (TIR)**

Es aquella tasa de descuento, que hace que el valor presente neto del flujo de efectivos sea igual a cero, o bien; es la tasa de descuento mediante la cual se iguala el valor presente de los beneficios o ingresos con el valor presente de los costos, egresos o inversión. (Pimentel, 2008, p.177)

## **Capítulo 2. Estudio de Mercado.**

Aplicar el proyecto de inversión y estudio de mercado, es especialmente útil para analizar aspectos como hábitos de compra, región de operación, requerimientos de productos o análisis de la competencia para asegurar el buen desempeño del negocio. También ayudará a comprender de mejor forma su utilidad y las ventajas que tiene de reducir al máximo los riesgos, permitiéndote comprender mejor el entorno de la empresa

En este capítulo también se escribirá la posible forma de solución al problema, enunciando diferentes tipos de investigación aplicable en este estudio realizado.

### **2.1 Tipo de investigación.**

Esta investigación se utilizó un enfoque cuantitativo, Según Sampieri, Collado y Baptista (2003), el enfoque cuantitativo, es el uso de la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento.

La metodología de este trabajo de investigación, tiene un enfoque cuantitativo, porque se aplicaron encuestas con preguntas cerradas a personas que se encontraban en plazas comerciales, después se graficaron y se analizaron los resultados obtenidos para conocer la factibilidad del producto del proyecto de inversión.

La muestra probabilística aleatoria simple, Sampiere et. Al (2003), la definen como un subgrupo de la población en el que todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser elegidos. La muestra de este trabajo de investigación corresponde a un muestreo probabilístico porque las personas a las que se les aplicó la encuesta fueron seleccionadas de manera aleatoria.

## **2.2 Diseño de la investigación**

El diseño de la presente investigación se sustenta en la utilización de un marco teórico. De acuerdo a Balestrini (1998), se define como “el plan global de investigación que integra de un modo coherente y adecuadamente correctas técnicas de recolección de datos a utilizar”.

En el diseño de la investigación se define lo que es un proyecto de inversión, describiendo conceptos y elementos que constituyen los procesos para el desarrollo de un proyecto de inversión, considerando en forma primordial y adecuada el equipo, el producto y el cliente; así como también en esta parte se encuentra la parte técnica y económica que sustenta la viabilidad y factibilidad del proyecto de inversión.

El estudio de mercado para este trabajo se llevó acabo en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, se enfocó en diferentes edades y genero de personas aplicando la observación sistemática, obtención de datos, medición, experimentación, análisis, y la formulación de la hipótesis, para después para obtener la información de la investigación realizada, con el objetivo de tener una gran conclusión para la toma de decisiones para el proyecto de inversión.

## **2.3 Objetivos del Estudio de Mercado**

- Detectar y medir la necesidad actual y futura del producto
- Establecer la segmentación de la demanda determinada del producto.
- Analizar la oferta en el establecimiento, estimando los precios y competencia.
- Fomentar las estrategias de mercado con las 4P. (Producto, Precio, Plaza, Promoción)

## **2.4 Descripción del servicio**

El presente proyecto, se basa en la creación de una empresa en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas; que fabricará fundas ecológicas para celulares y tabletas, hechas de materiales ecológicos como son la madera y el bambú, con el propósito de establecer un estilo y protección a los equipos móviles, ayudando a la protección del medio ambiente con la disminución de uso de plásticos.

## **2.5 Descripción del producto**

El producto consiste de una funda hecha de material de madera y bambú para una mayor durabilidad y, de un diseño de pirograbado color negro pudiéndolo personalizar a tu gusto con accesorios de ámbar, jade u otros, garantizando un estilo único.



## **2.6 Descripción del cliente**

La encuesta se aplicó en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez Chiapas, a estudiantes de la Escuela Bancaria y Comercial, Universidad Valle de México, Universidad Valle del Grijalva, y a las personas que visitaban la Plaza Crystal, buscando conocer las opiniones y la prefactibilidad del producto, para finalmente establecer diferentes tipos de clientes sin distinción de género, raza, edades, y color de piel.

## **2.7 Estudio de la demanda**

El estudio de la demanda, es primordial en el estudio de mercado, ya que permite recopilar datos y analizar aspectos sobre nuestros potenciales consumidores, saber qué es lo que desean, para así tener datos objetivos de nuestras promociones y determinar una mejor decisión.

De acuerdo con un estudio elaborado por la Asociación de Consumidores de Tecnología, los smartphones tienen en promedio una esperanza de vida de 4.7 años. Se trata del dispositivo electrónico con menos vida útil, aunque es el más utilizado. We Are Social —agencia global que cada año publica el Global Digital Report sobre la penetración digital en el mundo— reportó en abril 2019 que actualmente más de 5 mil millones de personas en el mundo son usuarios únicos de un celular, 2.7 por ciento más que en el mismo periodo de 2018 y más de dos tercios de éstos son smartphones. Hablamos del 80 por ciento de la población mundial.

En la mayoría de los casos, la esperanza de vida de estos dispositivos, se acorta debido a caídas o golpes. Un estudio realizado por la startup española “Donde Reparó”, calcula que en ese país se rompen aproximadamente 4 millones de celulares al año, es decir, el diez por ciento de los celulares en circulación. Siguiendo esa tendencia y teniendo en cuenta los datos de usuarios de dispositivos celulares smartphones en México publicados en abril 2019 por el INEGI, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y el Instituto Federal de

Telecomunicaciones, en nuestro país hablaríamos de al menos 7 millones de dispositivos rotos cada año.

Para prolongar e incluso doblar la vida útil del celular, los expertos recomiendan prestar atención también a la protección física del mismo.

## **2.8 Encuestas y resultados**

En virtud del encierro y confinamiento, y después la aplicación del semáforo epidémico debido a la pandemia del Covid – 19, la movilidad de las personas en la ciudad se fue dando de manera muy paulatina, y por los tiempos para terminación de la presente tesis, se decidió aplicar la cantidad total de la muestra, 384 encuestas, aunque se prologará el tiempo de la aplicación, pero aplicando las medidas de seguridad sanitarias durante el desarrollo del trabajo.

La encuesta, se aplicó a 384 personas de 15 a 29 años en diferentes lugares como: plaza cristal, Escuela Bancaria y Comercial, Universidad Valle de México y la Universidad Valle del Grijalva, 1 persona por encuesta.

En el diseño de la investigación se aplicó el método cuantitativo, por y mediante la aplicación de una encuesta, a efecto de brindarle validez con los resultados numéricos de la investigación. Por lo que el método cuantitativo y según Scheaffer y Mendenhall (1987) y Cochran (1975) citados por Muñoz (2007).

El proceso implicó los pasos siguientes:

1. Establecimiento de objetivos: Se definió el diseño, los alcances e instrumentación de la encuesta de una manera clara y concisa.
2. Población objetivo: Se definió cuidadosamente la población que fue muestreada. Se definió la población de 15 años a 29 años, para la especificación de la unidad de análisis.
3. Marco muestral: Se seleccionó el marco muestral y la población objetiva. Este marco muestral estuvo constituido por jóvenes que influyen en nuestro mercado.

Las muestras según Hernández, Fernández y Baptista. (2002, p. 312), es un “subgrupo” en el que la población se divide en segmentos y se selecciona una muestra para cada segmento”.

4. Diseño de muestreo: Se seleccionó el diseño de muestreo, incluyendo el número de elementos en la muestra, de tal manera que la muestra proporcione suficiente información para los objetivos de la encuesta.

5. Método de medición: En la investigación se utilizó como instrumento de medición, una encuesta con 13 preguntas; que se diseñaron de manera abarcarán y midieran todas las variables del proyecto de investigación; las preguntas se redactaron de forma sencilla, clara, directa, fácil de comprender y de forma cerrada; con el propósito de que las respuestas que se obtuvieran fueran las más confiables posibles, para obtener información más estandarizada.

El tamaño de la muestra correspondió a 384 personas a entrevistar.

La fórmula para calcular el tamaño de muestra es la siguiente:

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

Z= Nivel de confianza

p= Probabilidad de éxito, o proporción esperada

q= Probabilidad de fracaso

d= Precisión (error máximo admisible en términos de proporción).

Formula:

$$n = \frac{(Z)^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(Nd)^2 + (Z)^2 \cdot p \cdot q}$$

Según el Censo de INEGI (2020), la población joven de 15 a 29 años en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez Chiapas es de 154, 380 personas.

Tabla1. Calculo de la muestra del estudio

Localidad	Casas o viviendas potenciales (N)	Nivel de confianza (Z)	Probabilidad de éxito (p)	Probabilidad de fracaso(q)	Precisión (d)	Tamaño de muestra (n)
Tuxla Gutiérrez	154380	1,96	0,95	0,05	0,03	384
<b>Total</b>	<b>154380</b>					<b>384</b>

<b>Nivel de confianza:</b>	<b>95%</b>
<b>Za:</b>	1.96%
<b>Precisión:</b>	3%
<b>Proporción:</b>	95%
<b>Probabilidad de fracaso:</b>	5%

Fuente: Elaboración propia con base a la información obtenida.

**Cuadro 3. Encuesta de investigación de mercado para medir la viabilidad del proyecto de fundas ecológicas para Smartphone.**



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS  
FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN CAMPUS I  
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO



Encuesta de investigación de mercado para medir la viabilidad del proyecto de fundas ecológicas para Smartphone.

NOMBRE (OPCIONAL) \_\_\_\_\_ EDAD \_\_\_\_\_ SEXO \_\_\_\_\_

1.- ¿USTED TIENE UN CELULAR SMARTPHONE O UNA TABLETA/IPAD)

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

2.- ¿SU SMARTPHONE O TABLETA/IPAD TIENEN CON UNA FUNDA?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

3.- ¿CUÁL ES EL PROMEDIO DE FUNDAS QUE TIENES?

Ninguna \_\_\_\_\_ DE 1-3 \_\_\_\_\_ DE 4-6 \_\_\_\_\_ DE 7-10 \_\_\_\_\_

4.- ¿QUÉ ES LO PRIMERO QUE BUSCAS EN UNA FUNDA?

PRECIO \_\_\_\_\_ MARCA \_\_\_\_\_ CALIDAD \_\_\_\_\_ PROTECCIÓN \_\_\_\_\_

5.- ¿HAS UTILIZADO FUNDAS ECOLOGICAS?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

6.- ¿TE GUSTARÍA UTILIZAR FUNDAS ECOLÓGICAS PARA PROTEGER TU CELULAR O TABLETA/IPAD?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

7.- ¿TE GUSTARIA DECORAR TU FUNDA ECOLOGICA CON MATERIALES ARTESANALES (AMBAR, PIEDRAS ARTESANALES, ETC)?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

8.- ¿PAGARÍAS UN EXTRA POR UN DISEÑO PERSONALIZADO PARA TU FUNDA?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

9.- ¿CON QUÉ FRECUENCIA COMPRARIAS UNA FUNDA ECOLÓGICA?

DIARIO \_\_\_\_\_ SEMANAL \_\_\_\_\_ MENSUAL \_\_\_\_\_ ANUAL \_\_\_\_\_ OTRA \_\_\_\_\_

10.- ¿CUÁNTO ESTARÍAS DISPUESTO A PAGAR POR UNA FUNDA ECOLÓGICA?

DE 300 A 450 \_\_\_\_\_ DE 450 A 600 \_\_\_\_\_ OTRO \_\_\_\_\_

11.- ¿EN DÓNDE TE GUSTARÍA O SERÍA MAS ACCESIBLE COMPRAR UNA FUNDA ECOLÓGICA?

REDES SOCIALES \_\_\_\_\_ EN EL NEGOCIO \_\_\_\_\_ EN OTROS NEGOCIOS \_\_\_\_\_

12.- ¿CREES QUE EL PRODUCTO GENERE UN CUIDADO AL MEDIO AMBIENTE CON LA DISMINUCIÓN DE FUNDAS DE PLASTICOS?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

13.- ¿RECOMENDARÍAS EL PRODUCTO SI ES DE TU AGRADO?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

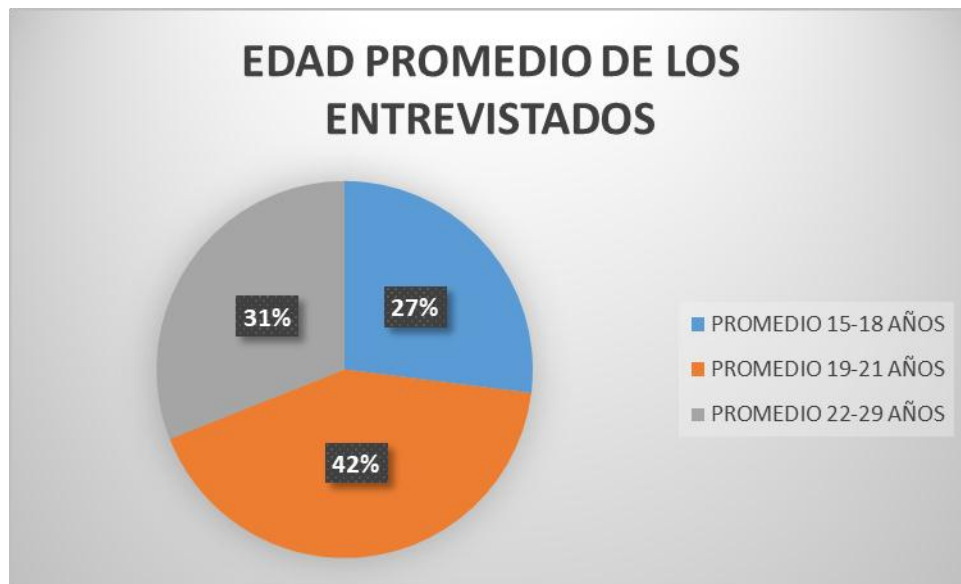
¡¡ GRACIAS !!

Fuente: Elaboración Propia

### 2.8.1 Interpretación de resultados

En este apartado se indica la interpretación de la encuesta a través de gráficas, mostrando los resultados obtenidos de la información recabada de las personas que participaron para nuestro estudio de mercado.

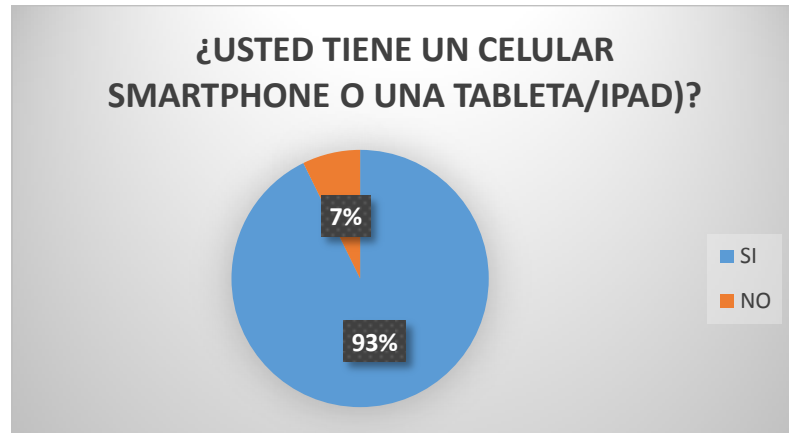
**Gráfica 1. Edad promedio de los entrevistados**



**Fuente:** Elaboración Propia con información obtenida.

La edad promedio de la mayor cantidad de personas que contestaron fue de 19 años a 21 años, la cantidad fue de 42%, en segundo lugar con el 31% fue entre la edad de 22 a 29 años; se considera que lo anterior se debe a que la aplicación de las encuestas se llevó a cabo en las universidades y en las plazas comerciales, así mismo es importante señalar que nuestro mercado está enfocado hacia los jóvenes.

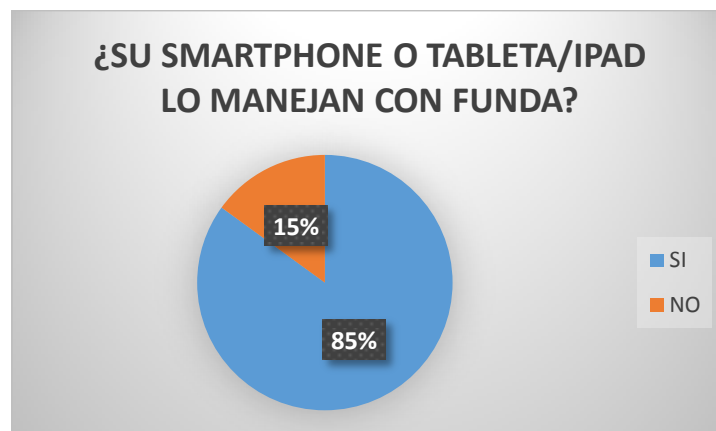
**Gráfica 2. Personas que tienen un celular Smartphone o Tableta/ Ipad**



Fuente: Elaboración Propia con información obtenida.

El resultado fue que el 93% de las personas encuestadas tenía un celular smartphone o una tablet/ipad, indicando que tenemos un mercado amplio para la compra de nuestro producto.

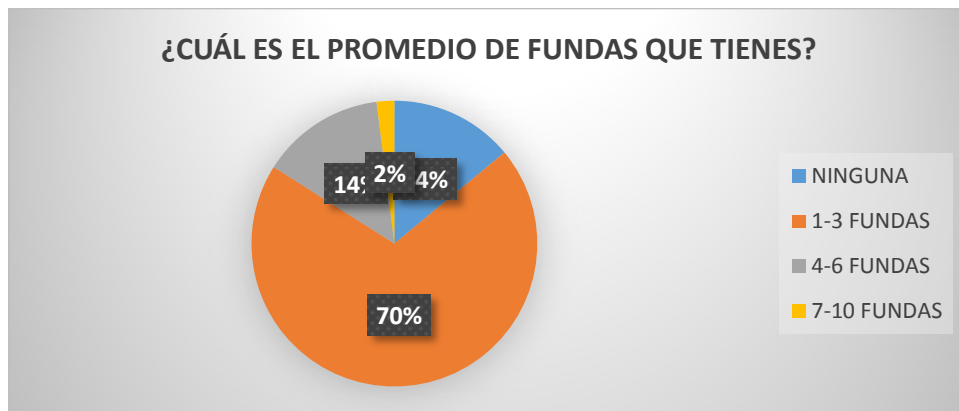
**Gráfica 3. Personas que tienen funda en su celular Smartphone o Tableta/ Ipad**



Fuente: Elaboración Propia con información obtenida.

El resultado fue, que el 85% de las personas encuestadas indicaron que “Si” tienen una funda en su smartphone o tableta/lpad, y el 15% respondieron que “No” manejan su equipo móvil con funda.

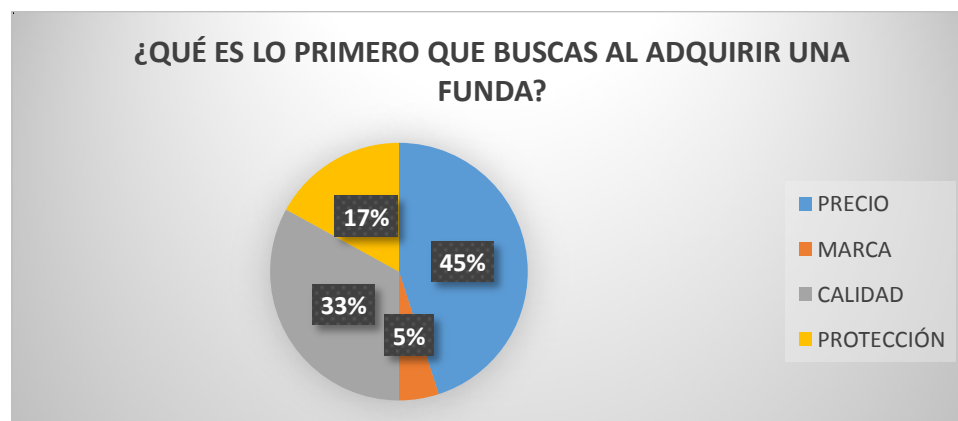
**Gráfica 4. Promedio de fundas que tienen las personas**



Fuente: Elaboración Propia con información obtenida.

El resultado indica lo siguiente: el 70% tienen un promedio de 1 a 3 fundas, el 14% de los encuestados tienen un promedio de 4 a 6 fundas, el 2% tienen un promedio de 7 a 10 fundas y el 14% no tienen ninguna funda.

**Gráfica 5. Lo primero que buscan las personas al adquirir una funda**

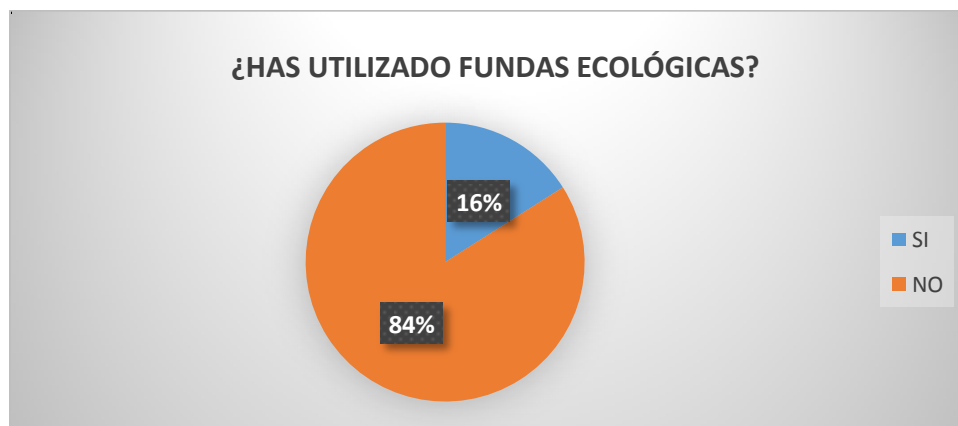


Fuente: Elaboración Propia con información obtenida.



El resultado indica que el 45% de las personas buscan adquirir una funda por su precio, el 33% por la calidad de la funda, el 17% por la protección a su smartphone o tableta y el 5% busca adquirir una funda por el estatus de la marca de la funda.

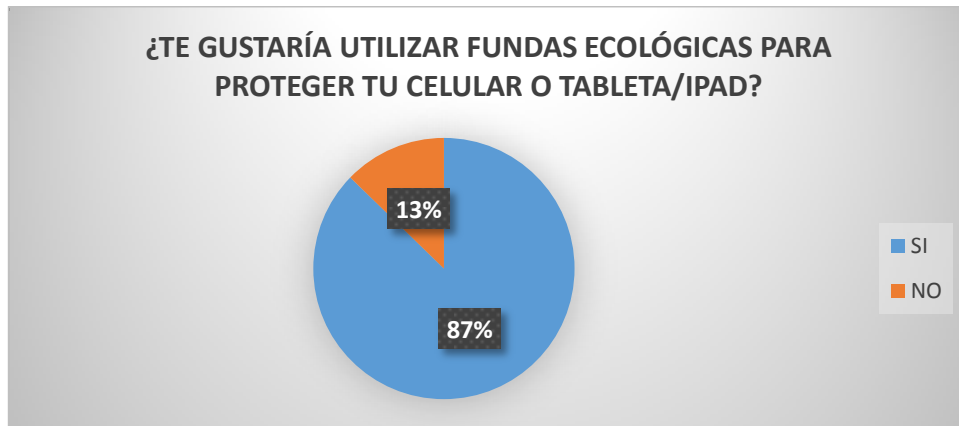
**Gráfica 6. Personas que han utilizado fundas ecológicas**



Fuente: Elaboración Propia con información obtenida.

El resultado indica que las personas que utilizan fundas para su smartphones o tabletas solo el 16% han utilizado fundas ecológicas, y el 84% no han utilizado fundas ecológicas.

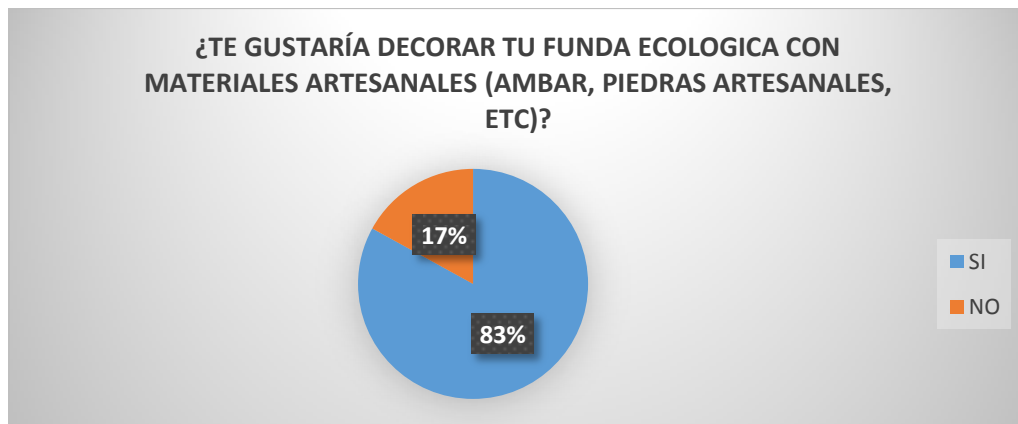
**Gráfica 7. Personas utilizarían fundas ecológicas para la protección de su celular o tableta/ipad**



Fuente: Elaboración Propia con información obtenida.

El resultado fue que al 87% de las personas encuestadas si les gustaría adquirir unas fundas ecológicas, indicando que será un proyecto factible para la empresa.

**Gráfica 8. Personas que decorarían sus fundas ecológicas con materiales artesanales**



Fuente: Elaboración Propia con información obtenida.

El resultado indica que el 83% de las personas que hicieron la encuesta les gustaría decorar su funda ecológica y el 17% no les interesaría decorar su funda con otros materiales.

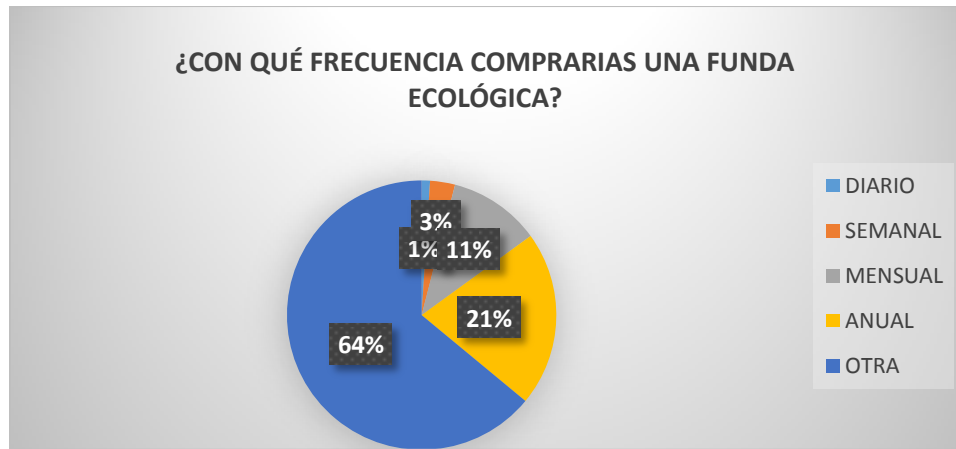
**Gráfica 9. Personas que pagarían un extra por un diseño personalizadas sus fundas ecológicas con materiales artesanales**



Fuente: Elaboración Propia con información obtenida.

El 82% de las personas encuestadas pagarían un extra por personalizar su funda, el valor de la funda aumentaría, pero tendrán un diseño único; y el 18% no pagaría algo adicional precio por personalizar su funda.

**Gráfica 10. Frecuencia de compras que comprarían las personas fundas ecológicas**



Fuente: Elaboración Propia con información obtenida.

El resultado fue el 1% compraría diario una funda ecológica, semanal 3%, mensual 11%, anual 21%, en otras dependía de lo desgastado de la funda, pero donde tenía más frecuencia fue de 6 meses con un 36% y 4 meses con 20% y 15% en diferente orden de fecha.

**Gráfica 11. Precio que pagarían las personas por sus fundas ecológicas**



Fuente: Elaboración Propia con información obtenida.

El resultado fue: el 61% estaría dispuesto a pagar por una funda ecológica en el rango de \$300 a \$450 pesos, el 30% a \$450 a \$600 pesos, en otros; el más utilizado era un rango de \$200 a \$300 con un 7% y el resto de 2 % fueron diferentes rangos de precios.

**Gráfica 12. Lugar más accesible de compra para las fundas ecológicas**



Fuente: Elaboración Propia con información obtenida.

El 48% de las personas encuestadas les gustaría adquirir su funda por redes sociales, el 35% en el negocio y el 17% en otros negocios.

**Gráfica 13. Personas que creen que al adquirir nuestras fundas cuidaran al medio ambiente.**



Fuente: Elaboración Propia con información obtenida.

El resultado indica: el 89% cree que al adquirir nuestra funda generara un cuidado al medio ambiente.

**Gráfica 14. Personas que recomendarían las fundas ecológicas si los productos fueron de su agrado.**



Fuente: Elaboración Propia con información obtenida.

El resultado indica que el 93% personas encuestadas recomendaría el producto a sus familiares y amigos, porque el producto es de su agrado, y solo el 7% no lo recomendaría.

## **2.9 Análisis de Resultado**

Los resultados obtenidos, indican que el proyecto es factible, de acuerdo a las respuestas de las preguntas realizadas; Con respecto a las respuestas de las preguntas 1, 2 y 3, se observa que el porcentaje es mayor al 80% en cada una de las respuestas, y manifiestan que hay una demanda y compra muy alta de celulares smartphones o tablets en Tuxtla Gutiérrez Chiapas, y los encuestados afirman que comprarían una funda que proteja su equipo móvil, y también expresan que están de acuerdo en apoyar con el cuidando el medio ambiente, y con la adquisición de la funda con personalizado único.

## **2.10 Análisis del servicio**

El proyecto de negocio, consiste en ofrecer las mejores fundas ecológicas para aparatos electrónicos (Smartphones y tabletas), mediante procesos innovadores y de alta calidad, con el fin de proteger y proporcionar la máxima satisfacción otorgando un estilo único.

A diferencia de las demás empresas, en este proyecto de negocio, en su proceso de fabricación, se utiliza la madera y el bambú, con pirograbados personalizados en la funda para su fabricación.

El comportamiento medioambiental de la madera y el bambú, son superior al de otros productos empleados, siendo natural, biodegradable, reciclable, recurso renovable, un excelente aislante y no tóxico.

Otra ventaja competitiva del proyecto de inversión con respecto al negocio, es que toda la materia prima es totalmente reciclable, y usamos el trabajo de artesanos del municipio dándole un valor especial al producto.

Se utilizará como punto de venta el comercio electrónico, especialmente las redes sociales, ya que, en la actualidad, estas tienen un gran auge dentro de nuestro mercado meta, que son los jóvenes. Decidimos enfocarnos en ellos, porque, son los que principalmente compran fundas para su celular con más frecuencia, por la apariencia que la funda le pueda dar al celular, a comparación de los adultos que ellos utilizan las fundas hasta que el producto se desgaste mucho y tenga que cambiarla (funcionalidad).

### 2.11 Análisis de competencia

En nuestro proyecto de inversión, nuestra competencia directa serían las empresas o personas que venden por medio de Internet, y las otras empresas que se convierten en competencia indirecta son las establecidas en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, aunque no es exactamente el mismo producto, siguen siendo fundas para dispositivos móviles.

#### Datos de las empresas que compiten por nuestro mercado objetivo.

**Tabla 2. Competencia directa**

<b>Empresa</b>	<b>Producto</b>	<b>Ubicación (Plaza)</b>	<b>Precio</b>	<b>Promoción</b>
<b>USAMS</b>	Venta de accesorios para celulares y tabletas (fundas, cargadores, audífonos, baterías y de más).	Local ubicado en "Plaza Jardines".	Maneja los precios más altos del mercado. Sus precios son entre \$500-\$1000	Cuentan con un sistema que reconoce al cliente, ofreciéndole 10% de descuento en la segunda compra, 20% en la tercera, y así sucesivamente.



<b>Planeta iPhone</b>	Venta de accesorios para celulares y tabletas (fundas, cargadores, audífonos, baterías y de más).	Matriz se encuentra en 6ª. Poniente entre 1a y 2a Norte # 213. Col. Centro. Pero cuentan con 4 sucursales más en Tuxtla Gutiérrez, una en San Cristóbal y otra en Comitán.	Maneja precios menores a Usams pero superiores a Mobo. Sus precios son entre \$300-\$700	Ofrecen membrecías que te van sumando puntos al comprar, y esos puntos los puedes cambiar como monedero electrónico para la tienda.
<b>Mobo</b>	Venta de accesorios para celulares y tabletas (fundas, cargadores, audífonos, baterías y de más).	Cuentan con más de 200 sucursales alrededor de todo el país. En Tuxtla Gutiérrez hay 3 sucursales.	Esta empresa maneja los precios más accesibles dentro el mercado. Sus precios entre: \$250-\$600	Ofrecen productos semi-nuevos a precios más accesibles, y también cuentan con cupones de descuento.

Fuente: Elaboración propia con información obtenida.

## 2.12 Comercialización

Para Kotler & Armstrong (2012), la comercialización se define como, una serie de actividades que intervienen en el proceso por el cual un producto está disponible para el consumo, tales como compra, venta y distribución.

### **2.13 Precio:**

Los precios se fijarán en función del costo más margen, ya que el proceso de elaboración de los productos, engloba mucha dedicación, perfección y mantenimiento.

Se estima que las fundas tengan un precio base en el mercado de \$400 pesos en celulares y \$650 pesos en tabletas; pero si el cliente o comprador quiere agregar alguna piedra preciosa, ámbar o naturaleza muerta, el precio de la misma aumentará, ya que mediante los resultados de la investigación de mercado concluimos que esa es lo que el cliente está dispuesto a pagar, es importante hacer referencia de que el cumple con las expectativas de un buen equilibrio económico de la empresa, llamándolo precio de equilibrio y de margen, ya antes mencionado.

La forma que los clientes podrán pagar es en efectivo o por tarjeta, ya sea de débito o crédito, dando el respectivo número de cuenta.

### **2.14 Plaza:**

En virtud de que al 48% de los encuestados prefieren la adquisición del producto por medio de redes sociales. Por el momento y para iniciar, las ventas se realizarán por medio de redes sociales (Facebook e Instagram). Se cuenta con un local exclusivo para el área de producción y oficinas administrativas, ubicado en la 9ª Sur oriente, colonia centro. Esto para facilitar el crecimiento económico y productivo, brindando un espacio de trabajo confortable.

### **2.15 Producto:**

La empresa se encarga de elaborar fundas para celulares y tabletas de las marcas más reconocidas en el mercado, fabricadas solamente de materiales ecológicos, como la madera y el bambú, ya que son materiales que no daña al

medio ambiente en el momento que se desecha o se tiran, son resistentes y diferentes a las demás fundas.

Obtendremos el material del bambú, que es uno de los árboles que más rápido crece en el planeta y en algunos estados de México; siendo un recurso renovable, por consiguiente, el suministro de esta materia prima es muy fácil de conseguir; la madera que se va a utilizar para la funda, se va a conseguir en las carpinterías que se encuentran en el municipio de Tuxtla Gutiérrez Chiapas, de preferencia se va a utilizar madera de residuos o sobras; porque la madera que no usen, se va a reciclar, es importante mencionar que también es con la finalidad de disminuir la tala de árboles.

El producto tendrá un costo directo promedio, ya que es hecho a mano por artesanos que son maestros en artes plásticas, lleva un proceso de manufactura que se basa en pirografía, moldeo y adaptación que le proporciona detalles más elegantes y estéticos.

Los diseños siempre serán diferentes e innovadores, ya que la pirografía permite hacer una amplia gama de ilustraciones, se ofrecerán diseños elegantes, estéticos y de calidad; en lo que respecta a la imagen, puede ser desde un atardecer, hasta un simple lápiz, todo de acuerdo al gusto y petición del cliente.

## **2.16 Publicidad:**

Tendremos la presentación de nuestros productos en lugares estratégicos y pagando a influencers para que estos sean comunicados y vistos por los habitantes de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas en redes sociales, con el pago o con el obsequio de una funda con un gasto total de 3,000 a 3,500 pesos.

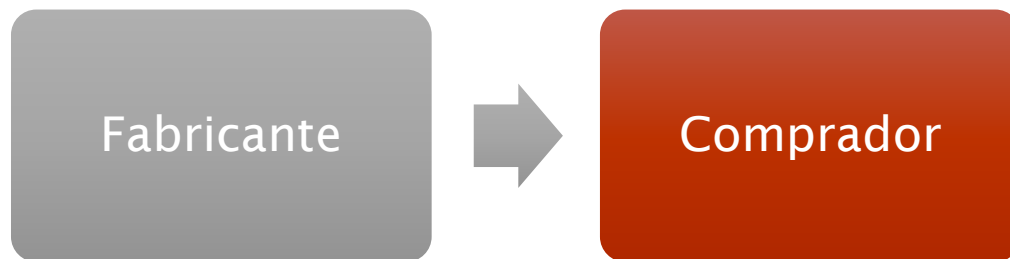
Como incentivo a corto plazo para fomentar la compra de nuestros productos, se harán promociones que estarán en nuestras redes sociales, llegarán a cada uno de nuestros clientes o usuarios, para hacerlos saber, concientizarlos y promover la compra. Además, se le va a otorgar un año de garantía por servicio.

También habrá ofertas y descuentos para aquellos clientes que hayan realizado varias compras y el monto del descuento se hará conforme a la frecuencia de estas.

## 2.17 Canal de comercialización

La forma en que se venderá el producto, será de manera directa con el cliente, utilizando el canal de distribución 1, en términos de mercadotecnia.

**Cuadro 4. Canal de distribución**



Fuente: Elaboración Propia con información obtenida.

La comercialización se realizará por medio de las redes sociales del negocio, las redes serán como punto de venta, si una persona se interesa o pide algún diseño en especial, hace su solicitud y la entrega se realizará en el domicilio del cliente, razón por la que se tendrá atención al cliente de manera constante en las redes sociales; también se informará a los usuarios sobre los productos, los diseños, promociones, etc. También se subirá un catálogo electrónico con más diseños o sugerencias, para mantener la innovación y satisfacción.

## **CÁPITULO III. Estudio Técnico.**

El análisis se realizó tomando en cuenta las mejores localizaciones, procesos de atención y equipo que sirven para la oferta de servicios.

La importancia radica, en llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan tener una apreciación de los recursos necesarios para el mismo, proporcionando información útil para el desarrollo organizacional y financiero.

### **3.1 Objetivos del estudio Técnico**

- ✓ Determinar la localización más adecuada en base a factores que determinan su mejor ubicación.
- ✓ Definir el tamaño y capacidad del proyecto.
- ✓ Diseñar la distribución y procesos.
- ✓ Definir los recursos materiales y humanos necesarios para la operación de la empresa.

### **3.2 Localización**

La localización de la empresa es fundamental, para el buen desempeño de la misma, siendo el objetivo principal, analizar los lugares o medios donde existe la posibilidad de mejor ubicación estratégica para el proyecto, para de esta manera establecer un lugar o redes sociales (Facebook & Instagram) para ofrecer un servicio eficiente.

Macro - localización:

La macro - localización del proyecto de Fundas Ecológicas estará ubicada en:  
País: México. Región: Sureste. Estado: Chiapas Ciudad: Tuxtla Gutiérrez.

### Imagen 1. Tuxtla Gutiérrez



Fuente: Google Maps

El municipio de Tuxtla Gutiérrez está ubicado en la Depresión Central presentando relieve montañoso tanto al sur como al norte.

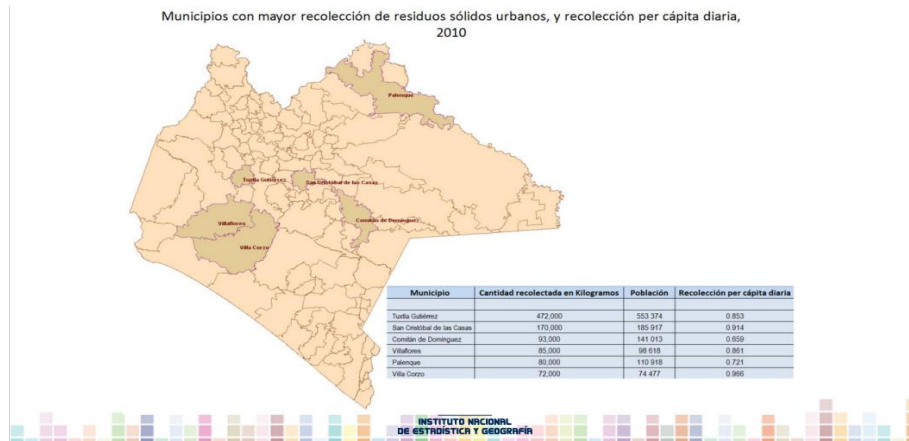
Chiapas posee una gran variedad de recursos naturales, desafortunadamente su explotación irracional ha devastado extensas áreas de bosques y selvas, provocando la pérdida de especies de flora y fauna silvestre.

Dentro de sus límites, se encuentran, el Centro Ecológico Recreativo El Zapotal y La Reserva Estatal Cerro Mactumatzá. Además, abarca parte de la Zona Protectora Forestal Vedada Villa Allende y del Parque Nacional Cañón del Sumidero.

Chiapas es un estado con gran biodiversidad. En él radica la tercera parte total de la flora y 80% de las especies de árboles tropicales del país, el 35% de vertebrado mesoamericano, el 65% de las aves de México, así como el 55% de los mamíferos y el 30% de los anfibios y el 28% de reptiles, ello significa que el 44.5% de las especies de vertebrados terrestres reportados para el país están presentes en el estado.

En Chiapas 6 municipios, en los que reside una cuarta parte de la población estatal, se recogen el 51% de todos los residuos; Tuxtla Gutiérrez registra la mayor proporción con 472 toneladas.

Imagen 2. Mapa de Chiapas



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía

Es por ello que se requiere del compromiso para preservar el capital natural del estado de Chiapas, de tal manera que se busque el ordenamiento, protección, e integración ecológica del territorio de manera sustentable a través de los establecimientos de políticas de conservación del medio ambiente y política gubernamental dirigida a la atención y mitigación del fenómeno de cambio climático.

Micro - localización:

Ciudad: Tuxtla Gutiérrez, Chiapas

Medios: Facebook & Instagram

Dirección: 9ª Sur oriente, colonia centro.

### **3.3 Descripción del proceso de producción y servicio**

En la descripción del proceso de producción se ha tomado en cuenta el criterio y el conocimiento de los artesanos de Tuxtla Gutiérrez del estado de Chiapas. Todos los datos obtenidos servirán para el manejo de los diferentes procesos que se realizarán para el producto y el servicio de la empresa.

#### **1.- Recolección materia prima: bambú y residuos de madera:**

El Administrador general, se encargará de la revisión de la recolección de la materia prima encargada por su personal y proveedores, observando que la cantidad y calidad sea la indicada.

#### **2.- Selección de la mejor materia prima:**

El artesano procederá a la revisión de la calidad, es decir, que la materia prima esté en las mejores condiciones, para elaborar y brindar un producto de calidad.

#### **3.- Transformación: Medir, moldear, cortar y lijar:**

Consistirá en la realización del producto, el artesano revisará los tamaños (medidas) del Smartphone o Tablet que el cliente ha solicitado, para después moldear, cortar y lijar la materia prima mediante el uso de instrumentos especializados, brindando un servicio eficiente y de calidad.

#### **4.- Personalización de las fundas a gusto del cliente: Pintar, pirograbar, accesorios, limpiar y empacar:**

El artesano pintara la funda, para después realizar el diseño con pirograbado y agregar los accesorios solicitados por los clientes, estableciendo un producto único y de calidad.

Tipos de accesorios.



Imagen 3. Materiales Artesanales



Fuente: Elaboración propia.

### 5.- Entregar o enviar el producto

El administrador de la empresa revisará el producto terminado, para verificar la calidad en el producto terminado, para finalmente enviar o hacer la entrega de la funda al cliente.

Cuadro 5. Proceso de producción de las fundas ecológicas



Fuente: Elaboración Propia

## **3.4 Proceso del servicio**

### **1.- Bienvenida al cliente**

Se establecerá un speech de bienvenida, con saludo de forma amable, y con una atención de calidad al cliente durante todo el servicio.

### **2.- Sugerir y comentar si existe alguna promoción al cliente**

Se escuchará al cliente, en lo que necesita o requiere, para después comentarle al cliente si hay alguna promoción y se sugerir algunos diseños.

### **3.- Anotar el modelo y las especificaciones que requiere el cliente**

Se anotará el modelo y las todas las especificaciones indicadas por el cliente, para establecer bien las medidas de la funda para el equipo, se le va a leer las indicaciones de su solicitud para revisar que todo esté completamente bien, con la finalidad de brindar un producto satisfactorio.

### **4.- Establecer fecha de entrega y cobro del producto.**

Se establecerá con el cliente, una fecha para la entrega o envío del producto. Así mismo se realizará el proceso de cobro/pago del producto.

### **5.- Guardar el archivo con el adjunto de una imagen o foto**

Se revisará el pedido y se guardará en una carpeta, para tener la información de las características de lo solicitado del cliente, después se imprimirán los documentos para entregárselos a los artesanos.

### **6.- Realizar el proceso del producto**

Se aplicará el proceso de producción establecido por el administrador de la empresa, buscando la satisfacción del cliente.

### **7.- Entrega del producto y despedida del cliente**

Entregar el producto al cliente en la fecha estimada, y verificar la satisfacción del cliente, para después despedirse y agradecer su compra.

**Tabla 3. Estimación de tiempo del proceso del servicio**

<b>N°</b>	<b>Descripción</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Responsable</b>
1	<b>Bienvenida al cliente</b>	1 minuto	Personal
2	<b>Sugerir y comentar si existe alguna promoción al cliente</b>	3 minuto	Personal
3	<b>Anotar el modelo y las especificaciones que requiere el cliente</b>	3 minutos	Personal
4	<b>Establecer fecha de entrega y cobro del producto</b>	5 minutos	Personal
5	<b>Guardar el archivo con el adjunto de una imagen o foto</b>	2 minutos	Personal
6	<b>Realizar el proceso del producto</b>	1440 minutos	Artesano
7	<b>Entrega del producto y despedida del cliente</b>	5 minutos	Personal / Administrador
<b>TOTAL DE MINUTOS</b>		1459 minutos	

Fuente:  
Elaboración Propia

### 3.5 Diseño de logotipo



Imagen 4. Logotipo. Elaboración Propia.

### 3.6 Distribución de las áreas

Tabla 4. Número de empleados:

EMPLEADOS	CANTIDAD
Gerente general	1
Gerente de marketing y ventas	2
Artesanos	2
Contador	1
Total	6

Fuente: Elaboración Propia

### 3.7 Recursos y materiales utilizados

#### Materiales utilizados:

El proyecto de inversión, se basó en fabricar fundas para celulares y tabletas, con la utilización de materiales ecológicos, como son la madera y el bambú, que garantiza estilo y protección a los equipos.

**Tabla 5. Maquinaria y equipo utilizado para la inversión inicial**

DESCRIPCIÓN	PIEZAS	PRECIO	PRECIO TOTAL
Motocicleta Italika DT 110cc Blanca 2020	1PZ	\$15,499.00	\$15,499.00
Escritorio Ermes Chocolate	4PZAS	\$1,399.00	\$5,596.00
DMO Silla para Oficina Neiva Negra	6PZAS	\$399.00	\$2,394.00
Computadora De Escritorio dell vostro 3268	2PZAS	\$7,399.00	\$14,798.00
Aire acondicionado "MIRAGE"	1PZ	\$5,550.00	\$5,550.00

Máquina de Pirograbado	2PZAS	\$499.00	\$998.00
Caladora "BOSCH"	2PZAS	\$1,709.00	\$3,418.00
Oleo Pinturas	2PZAS	\$199.00	\$398.00
juego Brocha	10 PZAS	\$169.00	\$169.00
Resina	1L.	\$160.00	\$160.00
Mandil de Carpintería	2PZAS	\$599.00	\$1,198.00
Lentes de carpintería	2PZAS	\$35.00	\$70.00
Lámparas	6PZAS	\$100.00	\$600.00
Multifuncional Epson Expression XP-2101	1PZ	\$1,599.00	\$1,599.00
Cascos para protección motociclista	1PZ	\$1,029.00	\$1,029.00
		<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>\$53,476.00</b>

Fuente: Elaboración Propia

### **3.8 Estudio organizacional**

El concepto de planeación, se entiende como el proceso de definir objetivos y estrategias, además del control en los sistemas organizacionales, porque se busca incrementar la eficiencia y bienestar de la empresa por medio de estrategias planificadas, creando un cambio en sus actitudes, valores y estructura, logrando una mejor adaptación para la empresa.

### **3.9 Objetivos de la organización de la empresa**

- Definir la misión y visión que regirá la empresa.
- Diseñar los valores que tendrá la empresa desde su creación.
- Determinar la estructura orgánica estructural y funcional de la empresa.
- Establecer las obligaciones requeridas para creación de la empresa.

### **3.10 Empresa**

El nombre de la empresa es: “Ecofundas”, es una microempresa que está dirigido a todo tipo de consumidor, porque los productos son personalizados, y no tienen necesariamente relación con su forma de vida, valores sociales, cultura o demografía.

#### **3.10.1 Misión**

Misión: Ofrecer los mejores productos al mercado, mediante procesos únicos y de alta calidad, para la máxima satisfacción del cliente y cuidado de los equipos móviles.

### **3.10.2 Visión**

Visión: Posicionarnos en el mercado nacional en el mediano plazo, como la empresa líder en fabricación de fundas hechas de materiales ecológicos, ofreciendo productos de calidad y económicos.

### **3.10.3 Principios**

- Cuidar a nuestros clientes, consumidores y el mundo en que vivimos.
- Vender sólo productos de los que podamos estar orgullosos.
- Ser siempre honestos y responsables de nuestras actividades.
- Tener buena predisposición al sugerir los servicios al cliente.
- Respeto por nuestros empleados, consumidores, clientes, proveedores y asesores externos para juntos obtener el éxito.

### **3.10.4 Valores**

- Responsabilidad: puntualidad, disciplina, trabajo y equidad.
- Compromiso: con todos los clientes que visten y adquieran el producto.
- Excelencia: calidad eficiencia y productividad.
- Respeto: calidad humana dentro y fuera de la empresa.
- Cordialidad: atención, amabilidad y agilidad.

### **3.10.5 Objetivos Generales**

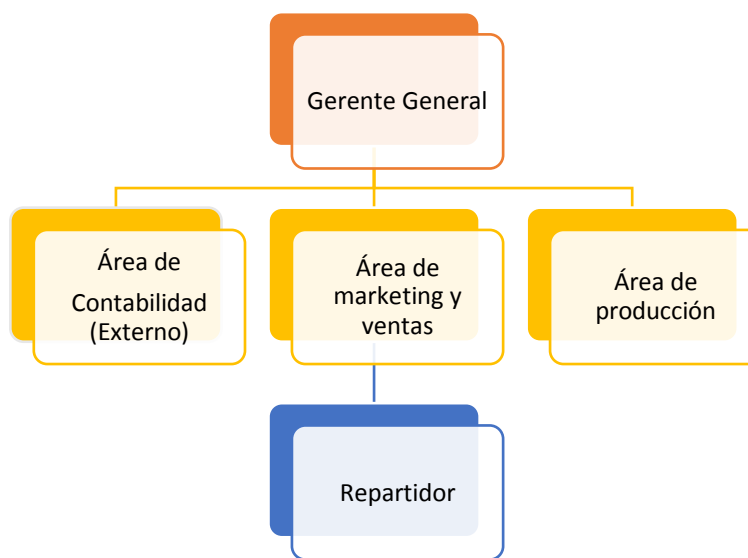
- A corto plazo (6 meses): Aumentar las ventas en un 25% respecto al inicio de operaciones.
- A mediano plazo (12 meses): Recuperar la inversión en menos de 1 año, y posicionarnos en Tuxtla Gutiérrez.



- A largo plazo (5 años): Consolidarse y expenderse en diferentes estados de la República Mexicana, teniendo ventas anuales con más del 300% con respecto al primer año.

### 3.11 Organización de la empresa

**Cuadro 6. Organigrama de Ecofundas**



Fuente: Elaboración Propia

### 3.12 Perfil y descripción de puestos

**Tabla 6. Puesto Gerente general**

<b>Nombre del puesto: Gerente General.</b>	
<b>Depende de: Ningún puesto.</b>	
<b>Perfil</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Sexo: Indistinto</li><li>• Lic. en Administración de Empresas.</li><li>• Experiencia mínima: 3 años</li><li>• Edad: Mayor de 26 años.</li></ul>	<b>Funciones</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Administrar y organizar las funciones de la empresa.</li><li>• Supervisar los diferentes departamentos de la misma.</li><li>• Manejo del departamento de los recursos humanos.</li></ul>

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 7. Área de producción**

<b>Nombre del puesto: Área de producción (artesanos).</b>	
<b>Depende de: Gerente General.</b>	
<b>Perfil</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Sexo: Masculino.</li><li>• Edad: Mayor a 30 años.</li><li>• Maestro de artes plásticas.</li><li>• Conocimientos artesanales y pirograbados.</li><li>• Experiencia mínima: 2 años.</li></ul>	<b>Funciones</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Elaboración de fundas.</li><li>• Personalización de las fundas con el pirograbado.</li></ul>

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 8. Área de marketing y ventas**

<b>Nombre del puesto: Área de marketing y ventas.</b>	
<b>Depende de: Gerente General.</b>	
<b>Perfil</b>	<b>Funciones</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sexo: Femenino.</li> <li>• Edad: Mayor de 25 años.</li> <li>• Lic. en estudios mercadológicos.</li> <li>• Experiencia mínima: 1 año.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hacer promoción mediante el internet.</li> <li>• Manejo de las redes sociales.</li> <li>• Busca y mejora de estrategias de ventas.</li> </ul>

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 9. Puesto de Repartidor**

<b>Nombre del puesto: Repartidor.</b>	
<b>Depende de: Área de marketing y ventas.</b>	
<b>Perfil</b>	<b>Funciones</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sexo: Masculino.</li> <li>• Licencia de conducir.</li> <li>• Edad: Mayor a 25 años.</li> <li>• Experiencia en manejo de motocicletas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Repartición de las fundas.</li> </ul>

Fuente: Elaboración Propia

## **CÁPITULO IV. Estudio Financiero**

En esta fase, se abordará la última parte de la evaluación del proyecto, orientada a la factibilidad y la rentabilidad de la empresa Ecofundas.

### **4.1 Objetivos:**

Establecer la clasificación de los diferentes activos de la inversión inicial de Ecofundas.

Constituir las proyecciones de las inversiones circulantes para cada uno de los años de vida útil del proyecto, tomando en cuenta la tasa de inflación.

Determinar el financiamiento para la inversión del proyecto.

Establecer la relación de ingresos y egresos para cada uno de los años del proyecto de inversión.

Establecer la sensibilidad del proyecto, tomando en cuenta el soporte de incremento en los costos y la disminución en los ingresos.

### **4.2 Inversiones**

Son aquellas inversiones iniciales que son la base inicial para que la Ecofundas empiece a organizarse para prestar el servicio, destacándose los activos fijos, activos diferidos y activos circulantes, los tres tipos de activos son complementarios ya que si la empresa no tuviere una de las clasificaciones no podría posesionarse en el mercado a operar con el servicio.

### **4.3 Activos Fijos**

Comprende de las inversiones físicas y tangibles como el vehículo, la maquinaria y equipo que son indispensables para prestar el servicio óptimo y de calidad.

#### **Vehículo:**

Es una Motocicleta Italika, DT 110cc, Color Blanco 20; misma que será utilizada para las entregas del producto o de cualquier otra eventualidad, para uso exclusivo de la empresa. Esta motocicleta tendrá un costo de \$15,499, según la página de Walmart.

#### **Muebles:**

Se ha tomado en cuenta los muebles de oficina, para el administrador y los gerentes, incluyendo los muebles para la elaboración de las fundas solicitadas por los clientes.

#### **Equipo de Oficina:**

Está integrado por todos los bienes de uso, para el administrador y los empleados.

#### **Equipo de Cómputo:**

Incluye los bienes utilizados para el manejo de computadoras e impresoras que serán utilizadas para por el administrador y los empleados, para los diseños y documentos para la realización de las fundas.

**Tabla 10. Valores de las inversiones fijas**

<b>VALOR DE LAS INVERSIONES FIJAS</b>	
Vehículo	\$15,499.00
Muebles	\$7,990.00
Equipos de oficina	\$6,150.00
Equipos de cómputo	\$16,397.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$46,036.00</b>

Fuente: Elaboración propia

#### **4.4 Activos circulantes**

Es aquel activo líquido, donde la empresa hace uso diario para operar y poder brindar el servicio de calidad y excelencia a todos los clientes, y se compone de materia prima, mano de obra, gastos administrativos y ventas.

#### **4.5 Materia Prima**

Por ser una empresa de servicios la materia prima se compone de la madera y el bambú que será utilizada para la elaboración de las fundas ecológicas, la programación de adquisición de la materia prima será mensualmente, con una estimación de un alza de precios del 25% en el sexto mes.

#### **4.6 Mano de obra**

Está formada por los artesanos, porque están ligados a la realización de las fundas, se establecerá pagos mensualmente, con posibilidad de bonos extras, dependiendo la demanda.

#### 4.7 Gastos de administración

Son los gastos generados por la administración, en el que se incurrirá dentro de la etapa administrativa, es decir contiene las actividades administrativas y el pago de la renta mensual del local. Además, comprende los sueldos y salarios para el personal, tomando en cuenta también otros gastos administrativos como teléfono, luz internet, etc.).

#### 4.8 Gastos de ventas

Son los gastos estipulados para la publicidad, que para el caso de Ecofundas se harán a través de los influencers de las Redes Sociales como Facebook & Instagram, se realizara publicidad cada 3 meses, estableciendo un incremento a partir del segundo gasto de publicidad de \$500 pesos.

**Tabla 11.- Valor de las inversiones circulantes**

<b>VALOR DE LAS INVERSIONES CIRCULANTES</b>		
<b>Especificación</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor Anual Neto</b>
<b>Materia Prima</b>	\$1,188	\$17,523
<b>Gastos Administración</b>	\$32,800	\$400,050
<b>Gastos de Ventas</b>	\$3,000	\$17,000
<b>TOTAL</b>	<b>\$36,988</b>	<b>\$434,573</b>

Fuente: Elaboración propia

## 4.9 Estructura de costos e ingresos

Es la diferencia entre lo que cuesta el servicio y el ingreso es toda la recaudación de prestar el servicio al cliente y es necesario determinar cuánto va a costar brindar el servicio y qué ingreso se tendrá en el transcurso del tiempo.

### Costos:

	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
<b>Gastos</b>							
Inversión inicial	-\$ 53,476.00						
Renta	-\$ 1,500.00	-\$ 1,500.00	-\$ 1,500.00	-\$ 1,500.00	-\$ 1,500.00	-\$ 1,500.00	-\$ 1,500.00
Salarios		-\$ 28,000.00	-\$ 28,000.00	-\$ 28,000.00	-\$ 28,000.00	-\$ 28,000.00	-\$ 28,000.00
Comisiones							
Publicidad	-\$ 3,000.00			-\$ 3,500.00			-\$ 3,500.00
Gastos administrativos (agua, teléfono, internet, luz)		-\$ 1,500.00	-\$ 1,500.00	-\$ 1,500.00	-\$ 1,500.00	-\$ 1,500.00	-\$ 1,500.00
Compra de materia prima	-\$ 1,188.00	-\$ 1,188.00	-\$ 1,188.00	-\$ 1,188.00	-\$ 1,188.00	-\$ 1,188.00	-\$ 1,485.00
Envío		-\$ 4,800.00	-\$ 4,800.00	-\$ 4,800.00	-\$ 4,800.00	-\$ 4,800.00	-\$ 6,000.00
Empaque	-\$ 1,800.00	-\$ 1,800.00	-\$ 1,800.00	-\$ 1,800.00	-\$ 1,800.00	-\$ 1,800.00	-\$ 2,250.00
<b>Total de Egresos</b>	-\$ 60,964.00	-\$ 38,788.00	-\$ 38,788.00	-\$ 42,288.00	-\$ 38,788.00	-\$ 38,788.00	-\$ 44,235.00

	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total año 1
<b>Gastos</b>							
Inversión inicial							-\$ 53,476.00
Renta	-\$ 1,500.00	-\$ 1,500.00	-\$ 1,500.00	-\$ 1,500.00	-\$ 1,500.00	-\$ 1,500.00	-\$ 19,500.00
Salarios	-\$ 28,000.00	-\$ 28,000.00	-\$ 28,000.00	-\$ 28,000.00	-\$ 28,000.00	-\$ 28,000.00	-\$ 336,000.00
Comisiones							
Publicidad			-\$ 3,500.00			-\$ 3,500.00	-\$ 17,000.00
Gastos administrativos (agua, teléfono, internet, luz)	-\$ 1,500.00	-\$ 1,500.00	-\$ 1,500.00	-\$ 1,500.00	-\$ 1,500.00	-\$ 1,500.00	-\$ 18,000.00
Compra de materia prima	-\$ 1,485.00	-\$ 1,485.00	-\$ 1,485.00	-\$ 1,485.00	-\$ 1,485.00	-\$ 1,485.00	-\$ 17,523.00
Envío	-\$ 6,000.00	-\$ 6,000.00	-\$ 6,000.00	-\$ 6,000.00	-\$ 6,000.00	-\$ 6,000.00	-\$ 66,000.00
Empaque	-\$ 2,250.00	-\$ 2,250.00	-\$ 2,250.00	-\$ 2,250.00	-\$ 2,250.00	-\$ 2,250.00	-\$ 26,550.00
<b>Total de Egresos</b>	-\$ 40,735.00	-\$ 40,735.00	-\$ 44,235.00	-\$ 40,735.00	-\$ 40,735.00	-\$ 44,235.00	-\$ 554,049.00



## Ingresos:

	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
<b>Ingresos</b>							
Saldo inicial periodo anterior		-\$ 60,964.00	-\$ 51,752.00	-\$ 42,540.00	-\$ 36,828.00	-\$ 27,616.00	-\$ 18,404.00
Ventas		\$ 48,000.00	\$ 48,000.00	\$ 48,000.00	\$ 48,000.00	\$ 48,000.00	\$ 48,000.00
Incremento de ventas							
<b>Total de ingresos</b>	\$ -	-\$ 12,964.00	-\$ 3,752.00	\$ 5,460.00	\$ 11,172.00	\$ 20,384.00	\$ 29,596.00

	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total año 1
<b>Ingresos</b>							
Saldo inicial periodo anterior	-\$ 14,639.00	\$ 4,626.00	\$ 23,891.00	\$ 39,656.00	\$ 58,921.00	\$ 78,186.00	-\$ 47,463.00
Ventas	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 648,000.00
Incremento de ventas	(25%)						
<b>Total de ingresos</b>	\$ 45,361.00	\$ 64,626.00	\$ 83,891.00	\$ 99,656.00	\$ 118,921.00	\$ 138,186.00	\$ 600,537.00

## 4.10 Evaluación financiera

La evaluación financiera, permite cuantificar y determinar los costos que se requerirán para poner en marcha la empresa y los beneficios que se obtendrán como rentabilidad en los periodos que Ecofundas preste los servicios a las personas, para ello se elabora el flujo de efectivo como un primer indicador para determinar la situación financiera.

## 4.11 Flujo de caja

El flujo de caja, permite tomar decisiones sobre la evolución de la empresa durante la vida útil del proyecto, en donde se agrupan las fuentes de acuerdo al origen de los fondos. A este estado financiero se lo obtiene relacionando el total de ingresos con el total de los egresos de cada año de vida útil, para así conocer el flujo de efectivo que la empresa tendrá en el proceso de prestación de los servicios en estudio, teniendo como resultado un aumento cada mes en el flujo de caja, que al final en el mes 12 tenemos un resultado de \$128,627 pesos.

ECOFUNDAS														
Flujo de efectivo de ecofundas al 1ro de Enero del 2022 al 31 de Diciembre del 2022														
	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total año 1
<b>Ingresos</b>														
Saldo inicial periodo anterior		-\$ 60,964.00	-\$ 51,752.00	-\$ 42,540.00	-\$ 36,828.00	-\$ 27,616.00	-\$ 18,404.00	-\$ 14,639.00	\$ 4,626.00	\$ 23,891.00	\$ 39,656.00	\$ 58,921.00	\$ 78,186.00	-\$ 47,463.00
Ventas		\$ 48,000.00	\$ 48,000.00	\$ 48,000.00	\$ 48,000.00	\$ 48,000.00	\$ 48,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 648,000.00
Incremento de ventas								125%						
<b>Total de ingresos</b>	\$ -	-\$ 12,964.00	-\$ 3,752.00	\$ 5,460.00	\$ 11,172.00	\$ 20,384.00	\$ 29,596.00	\$ 45,361.00	\$ 64,626.00	\$ 83,891.00	\$ 99,656.00	\$ 118,921.00	\$ 138,186.00	\$ 600,537.00
<b>Gastos</b>														
Inversión inicial	-\$ 53,476.00													-\$ 53,476.00
Renta	-\$ 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	-\$ 1,500.00	-\$ 19,500.00
Salarios	-\$ 28,000.00	-\$ 28,000.00	-\$ 28,000.00	-\$ 28,000.00	-\$ 28,000.00	-\$ 28,000.00	-\$ 28,000.00	-\$ 28,000.00	-\$ 28,000.00	-\$ 28,000.00	-\$ 28,000.00	-\$ 28,000.00	-\$ 28,000.00	-\$ 336,000.00
Comisiones														
Publicidad	-\$ 3,000.00			-\$ 3,500.00			-\$ 3,500.00			-\$ 3,500.00			-\$ 3,500.00	-\$ 17,000.00
Gastos administrativos (agua, teléfono, internet, luz)		-\$ 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	-\$ 18,000.00
Compra de materia prima	-\$ 1,188.00	-\$ 1,188.00	-\$ 1,188.00	-\$ 1,188.00	-\$ 1,188.00	-\$ 1,188.00	-\$ 1,485.00	-\$ 1,485.00	-\$ 1,485.00	-\$ 1,485.00	-\$ 1,485.00	-\$ 1,485.00	-\$ 1,485.00	-\$ 17,523.00
Envío	-\$ 4,800.00	-\$ 4,800.00	-\$ 4,800.00	-\$ 4,800.00	-\$ 4,800.00	-\$ 4,800.00	-\$ 6,000.00	-\$ 6,000.00	-\$ 6,000.00	-\$ 6,000.00	-\$ 6,000.00	-\$ 6,000.00	-\$ 6,000.00	-\$ 66,000.00
Empaque	-\$ 1,800.00	-\$ 1,800.00	-\$ 1,800.00	-\$ 1,800.00	-\$ 1,800.00	-\$ 1,800.00	-\$ 2,250.00	-\$ 2,250.00	-\$ 2,250.00	-\$ 2,250.00	-\$ 2,250.00	-\$ 2,250.00	-\$ 2,250.00	-\$ 26,550.00
<b>Total de Egresos</b>	-\$ 60,964.00	-\$ 38,788.00	-\$ 38,788.00	-\$ 42,288.00	-\$ 38,788.00	-\$ 38,788.00	-\$ 44,235.00	-\$ 40,735.00	-\$ 40,735.00	-\$ 44,235.00	-\$ 40,735.00	-\$ 40,735.00	-\$ 44,235.00	-\$ 554,049.00
Flujo de caja	-\$ 60,964.00	-\$ 51,752.00	-\$ 42,540.00	-\$ 36,828.00	-\$ 27,616.00	-\$ 18,404.00	-\$ 14,639.00	\$ 4,626.00	\$ 23,891.00	\$ 39,656.00	\$ 58,921.00	\$ 78,186.00	\$ 93,951.00	

## 4.12 Periodo de recuperación del capital

Muestra el periodo de recuperación de la inversión en el transcurso del tiempo en que la empresa tardará en solventar el total de la inversión, mediante el flujo de entradas de efectivo que producirá el proyecto. Este método de evaluación de proyectos ayuda a establecer si es aceptable o no la inversión y se debe tomar en cuenta si el periodo de recuperación es inferior al periodo de vida útil del proyecto, y si el tiempo es mayor no es aconsejable la inversión.

	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7
<b>Total de ingresos</b>	\$ -	-\$ 12,964.00	-\$ 3,752.00	\$ 5,460.00	\$ 11,172.00	\$ 20,384.00	\$ 29,596.00	\$ 45,361.00
<b>Total de Egresos</b>	-\$ 60,964.00	-\$ 38,788.00	-\$ 38,788.00	-\$ 42,288.00	-\$ 38,788.00	-\$ 38,788.00	-\$ 44,235.00	-\$ 40,735.00
Flujo de caja	-\$ 60,964.00	-\$ 51,752.00	-\$ 42,540.00	-\$ 36,828.00	-\$ 27,616.00	-\$ 18,404.00	-\$ 14,639.00	\$ 4,626.00

Con el resultado obtenido, se puede observar que la el periodo de recuperación será en el mes 7 con un total de \$4,626 pesos, presupuestando que a partir de ahí se empezará a generar un margen de ganancias mensualmente y al final del mes 12 tener un total de \$128,627 pesos.

## Conclusión

Después de haber desarrollado y evaluado cada una de las etapas del proyecto de inversión, se concluye lo siguiente:

El proyecto de inversión de Ecofundas, si es comercialmente factible para la venta, debido a que es un producto de innovación, que busca apoyar la disminución de la contaminación ambiental, también existe muy poca competencia en el mercado. Con base a las respuestas del cuestionario tenemos que hay un gran porcentaje de personas que tienen un Smartphone con fundas, y que si estarían dispuestos a adquirir una funda de bambú o madera personalizado, ya que es un producto artesanal e innovador que aporta en la disminución del medio ambiente a lo que habrá menos productos de fundas de plásticos.

Las redes sociales facilitaran poner el producto al alcance de toda persona que requiera adquirir el producto, porque el uso de las redes sociales ha aumentado actualmente en la vida cotidiana de las personas, por ello también la promoción y la publicad de las fundas se llevaría a cabo mediante las redes sociales.

Se tienen identificados, tanto los procesos a seguir para la fabricación las fundas como la explosión de materiales. Asimismo, se tiene conocimiento pleno de los suministros a utilizar, así como, de la maquinaria y equipo necesarios para la producción del producto al igual que para la función de la administración y ventas.

La funda tiene un precio accesible para la economía de las personas, se considera una compra promedio de 120 fundas al mes, generando un tiempo de recuperación de la inversión de 7 meses determinado que el proyecto si es viable financieramente.

El flujo de caja en el mes 12, será de \$128,627 en donde se determinó los flujos de entradas y salidas de caja, indicando que el proyecto tendrá liquidez.

En términos generales la Evaluación del Proyecto de Inversión de la fabricación y comercialización de las fundas ecológicas se puede decir que el proyecto es rentable y aportaría a la disminución del uso de fundas de plásticos, con ello se apoyaría a la reducción de la contaminación ambiental, siendo un producto especial y único.

## Anexos

### Imágenes de la Fundas





## Fuentes de información

- Simón, A. (2018), *Diccionario de Economía* (3.a ed.). Editorial Andrade.
- Kotler P., Cámara D., Grande I., Cruz, I., Prentice, H. (2001), *Dirección de Marketing*, Edición del Mileni.
- Hair, J., Lamb, C., McDaniel, C., (2002). *Marketing* (6.a ed). Editorial Mc Graw Hill.
- Carvalho J. (2008), *Definición de balance General*, Editorial ECOE, ISBN 9586483673.
- Kotler, P. (1991), *Dirección de la mercadotecnia: análisis, planeación y control* (4ª. Ed), México, Editorial Diana, pp.91-92.
- Kotler, P. (1989), *Mercadotecnia; México, Prentice-Hall Hispanoamericana S.A.*, p.4.
- Martino, F. (2001), *Diccionario de conceptos económicos y financieros* (1a. ed.), Chile, Editorial Andrés Bello, ISBN956-13-1697-8.
- Stanton, W., Etzel, M. y Walker, B. (1992) *Fundamentos de Marketing*, México, Mc.Graw-Hill / Interamericana de México, p.6.
- Velasco, E. (1996). *El precio: variable estratégica de marketing*, Madrid, MacGraw-Hill.

### Páginas de Internet

Abosaid, A. (2021). Aumenta mala calidad del aire. 2021, de Cuarto Poder Sitio web: <https://www.cuartopoder.mx/chiapas/aumenta-mala-calidad-del-aire/362587/>

Editorial. (2019). En México se rompen 7 millones de smartphones cada año. 2021, de Canales TI Sitio web: <https://itcomunicacion.com.mx/en-mexico-se-rompen-7-millones-de-smartphones-cada-ano/>

INFADE(Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal),<http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM07chiapas/municipios/07101a.html>

López, I. (2019). Urgente erradicar el consumo de plástico de uso solo uso en Chiapas. 2020, de El Heraldo de Chiapas Sitio web: <https://www.elheraldodechiapas.com.mx/local/urgente-erradicar-el-consumo-de-plastico-de-uso-solo-uso-en-chiapas-3767973.html>

Muñoz, A. (2007). Los Métodos cuantitativo y cualitativo en la evolución de impactos en proyectos de inversión social. Recuperado de <http://www.eumed.net/tesisdoctorales/2007/ams/25.ht>

Jubileo. (2018). Otros Mundos Chiapas: Las ecotecnologías del Centro Alter Natos: El bambú, una alternativa a la madera. 2020, de Jubileo Sur Americas Sitio web: <https://jubileosuramericas.net/otros-mundos-chiapas-las-ecotecnologias-del-centro-alter-natos-el-bambu-una-alternativa-a-la-madera/>

Pérez, J. y Gardey, A. (2009). Definición de proyecto de inversión. 2021, de Definición Sitio web: <https://definicion.de/proyecto-de-inversion/>

Quintero, L. (2019). Chiapas, con la mayor plantación de bambú. 2021, de El economista Sitio web: <https://www.economista.com.mx/estados/Chiapas-con-la-mayor-plantacion-de-bambu-20160403-0043.html>

Lisboa, R. (2019). Qué son los valores de una empresa. 2020, de rockcontent blog Sitio web: <https://rockcontent.com/es/blog/valores-de-una-empresa/>

INEGI 2020 CENSO. <https://censo2020.mx/resultados-por-tema-de.interes-html>.