



UNIVERSIDAD DON VASCO, A. C.

INCORPORACIÓN No. 8727-02

A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

**Proyecto de inversión para la
ampliación de un taller de
manufactura textil, en la
comunidad de San Felipe de
los Herreros, Michoacán.**

Tesis

Que para obtener el título de:

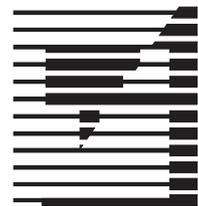
Licenciado en Administración

Presenta:

Salvador Fuentes Alonso

Asesor:

L.A. Erika Lourdes Calvillo Rodríguez



Uruapan, Michoacán. 27 de enero de 2014



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

AGRADECIMIENTOS

A DIOS:

Por darme la oportunidad de vivir y la salud suficiente para llegar hasta donde estoy, por permitirme superarme día tras día, por poner en mi vida a las personas adecuadas para poder madurar y lograr mis sueños, mis objetivos. Gracias padre.

A MIS PADRES: PRIMITIVO FUENTES Y LIDUVINA ALONSO

De quienes heredé los sueños, los valores y el coraje para vencer los problemas que hay en mi camino, por el apoyo incondicional y el amor que me brindan en todos los sentidos.

A MIS HERMANOS: KARLA Y OSCAR

Por permitirme compartir mis alegrías, mis logros e impulsarme a seguir adelante para poder ser un hermano ejemplar.

AL RESTO DE MI FAMILIA:

Por estar siempre conmigo en todo momento y por darme cada día un motivo más para culminar este proyecto.

A MIS AMIGOS:

Por su sinceridad, comprensión, confianza, por hacerme ver que la vida es maravillosa y que todo es para bien. Gracias a todos y cada uno de ustedes por creer en mí cuando más lo necesite. Este logro es compartido y estoy seguro que es el primero de muchos más.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	3
CAPÍTULO 1	
LA EMPRESA Y LA MANUFACTURA TEXTIL	7
1.1.- CONCEPTO DE EMPRESA	7
1.2.- CLASIFICACION DE LA EMPRESA.....	8
1.3.- ELEMENTOS DE LA EMPRESA	13
1.4.- CARACTERÍSTICAS DE LA MANUFACTURA.....	16
1.5.- ASPECTOS GENERALES DE MICHOACÁN	18
1.6.- DESARROLLO DE LA INDUSTRIA TEXTIL EN MICHOACÁN	19
CAPÍTULO 2	
LA ADMINISTRACIÓN	22
2.1.- CONCEPTO DE ADMINISTRACIÓN.....	22
2.2.- IMPORTANCIA DE LA ADMINISTRACIÓN.....	23
2.3.- CARACTERÍSTICAS DE LA ADMINISTRACIÓN	24
2.4.- PRINCIPIOS DE ADMINISTRACIÓN.....	25
2.5.- PROCESO ADMINISTRATIVO.....	30
CAPÍTULO 3	
PROYECTOS DE INVERSIÓN Y TOMA DE DECISIONES	37
3.1.- ORÍGENTES Y ANTECEDENTES DE PROYECTOS DE INVERSIÓN...	38
3.2.- CONCEPTO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN.....	39
3.3.- NIVELES DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	43
3.4.- ETAPAS PRINCIPALES DE UN PROYECTO	47
3.5.- LA IMPORTANCIA DE INVERTIR	50
3.6.- TOMA DE DECISIONES EN LA INVERSIÓN.....	50
3.7.- TOMA DE DECISIONES ASOCIADAS A UN PROYECTO:	51

CAPÍTULO 4

DESARROLLO Y EVALUACIÓN DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN 53

4.1.- ESTUDIO DE MERCADO	53
4.2.- ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	57
4.3.- LEY DE LA DEMANDA	59
4.4.- OFERTA.....	61
4.5.- PRECIO	65
4.6.- INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	68
4.7.- ESTUDIO TÉCNICO	76
4.8.- PROCESO ADMINISTRATIVO Y JURÍDICO ORGANIZACIONAL.....	82
4.9.- ESTUDIO FINANCIERO	86

CAPÍTULO 5

PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA AMPLIACIÓN DE UN TALLER DE MANUFACTURA TEXTIL EN LA COMUNIDAD DE SAN FELIPE DE LOS HERREROS, MICHOACÁN. 105

5.1.- METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	105
5.2.- ESTUDIO DE MERCADO	107
5.3.- EVALUACION DEL PROYECTO	109
5.4.- ESTUDIO TÉCNICO	117
5.5.- ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y JURÍDICO.....	119
5.6.- ESTUDIO FINANCIERO	125

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFÍA

INTRODUCCIÓN

Vivimos en un constante cambio y las empresas tienen que ir a la par con esos cambios, crecer y estar preparados para lo que pueda acontecer como consecuencia de ellos. Es por eso que las empresas requieren estar mejor preparadas y mejor organizadas, para poder subsistir en el mercado y poder competir con sus productos.

La formación de un licenciado en administración es ayudar a descubrir las habilidades y talentos que tienen todos como estudiantes, que no solo es para que lleguen a formar parte de una empresa, si no para ser personas emprendedoras, para crear empresas generadoras de fuentes de empleos, aprovechando eficientemente los recursos con los que se cuenta y maximizar utilidades.

Por eso es necesario que un negocio esté a la vanguardia en actualizaciones para poder prever las posibles oportunidades de crecimiento a corto y largo plazo. Esto con la finalidad de que nuestros productos y servicios se puedan expandir en el mercado.

Hoy en día sabemos que es un tanto difícil establecer un negocio cualquiera, pero si sabemos ver las oportunidades y ventajas de nuestro entorno social podemos crear un negocio rentable y factible con gran aceptación en el mercado con la posibilidad de expandirse en la región. Además de ser rentable debe de tener una característica que lo haga diferente de la competencia ya que es muy difícil mantener un negocio si no se le brinda un plus o ventaja competitiva a sus productos o servicios.

Esta es la base del siguiente trabajo de investigación: “PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA AMPLIACIÓN DE UN TALLER DE MANUFACTURA TEXTIL EN LA COMUNIDAD DE SAN FELIPE DE LOS HERREROS, MICHOACÁN”.

Este es un trabajo que, además de ayudar a comprobar la viabilidad de la inversión de este taller de manufactura, es una herramienta con la que nos podemos llegar a evaluar ya que se aplicaran los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera. Es la prueba donde comprobamos las fortalezas y debilidades con las que contamos como administradores y así detectar todas aquellas áreas que necesitan reforzarse.

Para poder desarrollar este trabajo se necesitó plantear un objetivo y como se ha mencionado anteriormente uno de los principales objetivos es comprobar la rentabilidad y factibilidad de la inversión de capital en la ampliación del taller de manufactura textil, conocer cuales productos tienen mayor demanda para poder satisfacer las necesidades de las personas y ganar poco a poco mercado.

La mayoría de nosotros hemos tenido la necesidad de adquirir alguna vez una mochila, maleta u otro accesorio que nos facilite el transporte de objetos personales a cualquier parte que vayamos, pero para algunas personas les resulta un poco complicado adquirirlas ya que la zona en donde viven está muy lejana a la ciudad o municipio más cercano para poder comprarlas, y también porque el precio es muy elevado a su presupuesto. Es por ello que este taller, le da prioridad a estas comunidades que necesitan de estos productos y les brinda comodidad y garantía en todos sus productos.

Para realizar nuestro trabajo realizaremos la metodología diseñada especialmente para este fin, se diseñará una investigación de mercados que vendrá a representar la principal técnica de obtención de información. Por medio de esta podremos identificar las verdaderas necesidades de la empresa, debemos tener las bases bien cimentadas para asegurar el éxito de la empresa, así podemos ofrecer mayor estabilidad a nuestros clientes, es decir, usuarios y empleados de la empresa. A los primeros, garantizar que se contará con productos de mejor calidad y al mejor precio. A los empleados para asegurar su ingreso, su trabajo y su sano ambiente laboral. Pero como todo trabajo de investigación, debe perseguir una finalidad, que en este caso es comprobar la hipótesis, la que se plantea, es necesaria para poder justificar un proyecto de inversión, una verdad que mediante un proceso de investigación comprobaremos si es real o falsa. De aquí en adelante todas nuestras actividades deberán ir dirigidas a la comprobación del planteamiento mencionado anteriormente y si los resultados finales son positivos podemos dar luz verde a la inversión de esta empresa.

El siguiente trabajo está formado por cinco capítulos que son:

Capítulo 1: LA EMPRESA Y LA MANUFACTURA TEXTIL, en este capítulo se va hablar de los conceptos generales para el desarrollo de este trabajo, al igual que el giro que tendrá la empresa, así como el desarrollo de la manufactura en el país, en el estado y en su entorno, así como su aplicación en el sector textil.

Capítulo 2: LA ADMINISTRACIÓN: en este capítulo se dará a conocer los conceptos básicos que se tomaran en cuenta en este proyecto, así como conocer el proceso administrativo y la importancia que tiene para que una empresa optimice recursos.

Capítulo 3: PROYECTOS DE INVERSIÓN Y TOMA DE DECISIONES, en este capítulo se darán a conocer los orígenes y antecedentes de los proyectos de inversión así como conocer lo importante que son las inversiones para cualquier emprendedor y saber cómo tomar la mejor decisión y en base en que para poder invertir correctamente y el negocio pueda ser rentable y factible.

Capítulo 4: DESARROLLO Y EVALUACIÓN DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN, este capítulo tiene por objeto que el empresario, antes de realizar una inversión tan grande como esta pueda llegar a ser, antes que nada debe conocer bien los tipos de mercados que existen en cuanto a oferta y demanda para después llegar a una evaluación y así determinar si le conviene o no aventurarse.

Capítulo 5: PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA AMPLIACIÓN DE UN TALLER DE MANUFACTURA TEXTIL EN LA COMUNIDAD DE SAN FELIPE DE LOS HERREROS, MICHOACÁN. Este capítulo consiste en identificar y ordenar todos los factores de inversión, costos e ingresos que puedan deducirse de los estudios previos, ya que con estos estudios realizados el empresario tomará la decisión que más le convenga, esta decisión es mucho más fácil y segura con los resultados arrojados de esta investigación.

CAPÍTULO 1

LA EMPRESA Y LA MANUFACTURA TEXTIL

En este capítulo se describen de manera clara el concepto de empresa que será la base para desarrollar el trabajo, se especifica en que rubro se ubica el proyecto y el tamaño del mismo. También menciona los elementos principales de la empresa que son fundamentales para realizar las tareas, además de saber la importancia del proceso administrativo dentro de la organización para llevar un control de las actividades, y por último describe el desarrollo de la manufactura en el país, en el estado y en su entorno así como su aplicación con el material textil.

1.1.- CONCEPTO DE EMPRESA

Según José Antonio Fernández Arena

Es la unidad productiva o de servicio que, constituida según aspectos prácticos o legales, se integra por recursos y se vale de la administración para lograr sus objetivos.

Según Anthony Jay

Instituciones para el empleo eficaz de los recursos mediante una junta directiva para mantener y aumentar la riqueza de los accionistas y proporcionarles seguridad y prosperidad a los empleados.

Según Lourdes Munch Galindo

Grupo social en el que, a través de la administración del capital y el trabajo, se producen bienes y/o servicios tendientes a la satisfacción de las necesidades de la comunidad.

Con la información anterior concluyo que la empresa es un organismo social que cuenta con vida jurídica propia que opera con tecnología legalmente autorizada para elaborar bienes y/o servicios con el fin de satisfacer necesidades del mercado, mediante una retribución que le permita recuperar sus costos y obtener un beneficio económico además de canalizar los recursos para la mejora continua en su personal, productos y procesos.

1.2.- CLASIFICACIÓN DE LA EMPRESA

Los criterios más habituales para establecer una tipología de las empresas, son los siguientes:

Según el Sector de Actividad:

- Empresas del Sector Primario: También denominado extractivo, ya que el elemento básico de la actividad se obtiene directamente de la naturaleza: agricultura, ganadería, caza, pesca, extracción de áridos, agua, minerales, petróleo, energía eólica, etc.

- **Empresas del Sector Secundario o Industrial:** Se refiere a aquellas que realizan algún proceso de transformación de la materia prima. Abarca actividades tan diversas como la construcción, la óptica, la maderera, la textil, etc.
- **Empresas del Sector Terciario o de Servicios:** Incluye a las empresas cuyo principal elemento es la capacidad humana para realizar trabajos físicos o intelectuales. Comprende también una gran variedad de empresas, como las de transporte, bancos, comercio, seguros, hotelería, asesorías, educación, restaurantes, etc.

Según el Tamaño: Existen diferentes criterios que se utilizan para determinar el tamaño de las empresas, como el número de empleados, el tipo de industria, el sector de actividad, el valor anual de ventas, etc. Sin embargo, e indistintamente el criterio que se utilice, las empresas se clasifican según su tamaño en:

- **Grandes Empresas:** Se caracterizan por manejar capitales y financiamientos grandes, por lo general tienen instalaciones propias, sus ventas son de varios millones de dólares, tienen miles de empleados de confianza y sindicalizados, cuentan con un sistema de administración y operación muy avanzado y pueden obtener líneas de crédito y préstamos importantes con instituciones financieras nacionales e internacionales.

- Medianas Empresas: En este tipo de empresas intervienen varios cientos de personas y en algunos casos hasta miles, generalmente tienen sindicato, hay áreas bien definidas con responsabilidades y funciones, tienen sistemas y procedimientos automatizados.
- Pequeñas Empresas: En términos generales, las pequeñas empresas son entidades independientes, creadas para ser rentables, que no predominan en la industria a la que pertenecen, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que las conforman no excede un determinado límite.
- Microempresas: Por lo general, la empresa y la propiedad son de propiedad individual, los sistemas de fabricación son prácticamente artesanales, la maquinaria y el equipo son elementales y reducidos, los asuntos relacionados con la administración, producción, ventas y finanzas son elementales y reducidos y el director o propietario puede atenderlos personalmente.

Según la Propiedad del Capital: Se refiere a si el capital está en poder de los particulares, de organismos públicos o de ambos. En sentido se clasifican en:

- Empresa Privada: La propiedad del capital está en manos privadas.

- Empresa Pública: Es el tipo de empresa en la que el capital le pertenece al Estado, que puede ser Nacional, Provincial o Municipal.
- Empresa Mixta: Es el tipo de empresa en la que la propiedad del capital es compartida entre el Estado y los particulares.

Según el Ámbito de Actividad: Esta clasificación resulta importante cuando se quiere analizar las posibles relaciones e interacciones entre la empresa y su entorno político, económico o social. En este sentido las empresas se clasifican en:

- Empresas Locales: Aquellas que operan en un pueblo, ciudad o municipio.
- Empresas Regionales: Son aquellas cuyas ventas involucran a varias regiones.
- Empresas Nacionales: Cuando sus ventas se realizan en prácticamente todo el territorio de un país o nación.
- Empresas Multinacionales: Cuando sus actividades se extienden a varios países y el destino de sus recursos puede ser cualquier país.

Según el Destino de los Beneficios: Según el destino que la empresa decida otorgar a los beneficios económicos (excedente entre ingresos y gastos) que obtenga, pueden categorizarse en dos grupos:

- Empresas con Ánimo de Lucro: Cuyos excedentes pasan a poder de los propietarios, accionistas, etc.
- Empresas sin Ánimo de Lucro: En este caso los excedentes se vuelcan a la propia empresa para permitir su desarrollo.

Según la Forma Jurídica: La legislación de cada país regula las formas jurídicas que pueden adoptar las empresas para el desarrollo de su actividad. La elección de su forma jurídica condicionará la actividad, las obligaciones, los derechos y las responsabilidades de la empresa. En ese sentido, las empresas se clasifican en términos generales en:

- Unipersonal: El empresario o propietario, persona con capacidad legal para ejercer el comercio, responde de forma ilimitada con todo su patrimonio ante las personas que pudieran verse afectadas por el accionar de la empresa.
- Sociedad Colectiva: En este tipo de empresas de propiedad de más de una persona, los socios responden también de forma ilimitada con su patrimonio, y existe participación en la dirección o gestión de la empresa.

- Cooperativas: No poseen ánimo de lucro y son constituidas para satisfacer las necesidades o intereses socioeconómicos de los cooperativistas, quienes también son a la vez trabajadores, y en algunos casos también proveedores y clientes de la empresa.
- Comanditarias: Poseen dos tipos de socios: a) los colectivos con la característica de la responsabilidad ilimitada, b) los comanditarios cuya responsabilidad se limita a la aportación de capital efectuado.
- Sociedad de Responsabilidad Limitada: Los socios propietarios de éstas empresas tienen la característica de asumir una responsabilidad de carácter limitada, respondiendo solo por capital o patrimonio que aportan a la empresa.
- Sociedad Anónima: Tienen el carácter de la responsabilidad limitada al capital que aportan, pero poseen la alternativa de tener las puertas abiertas a cualquier persona que desee adquirir acciones de la empresa. Por este camino, estas empresas pueden realizar ampliaciones de capital, dentro de las normas que las regulan.

1.3.- ELEMENTOS DE LA EMPRESA

La empresa está formada esencialmente por tres clases de elementos: bienes materiales, hombres y sistemas.

1.3.1. Bienes Materiales:

- Ante todo integran la empresa: sus edificios, las instalaciones que estos se realizan para adaptarlos a la labor productiva. La maquinaria que tiene por objeto multiplicar la capacidad productiva del trabajo humano, y los equipos, aquellos instrumentos o herramientas que complementan y aplican más al detalle la acción de la maquinaria.
- Las materias primas, o sea lo que ha de salir transformado en productos. Las materias auxiliares es decir, aquellas que aunque no forman parte del producto, son necesarias para la producción como combustibles, refacciones, etc. Los productos terminados que aunque normalmente se trata de venderlos cuanto antes, es indiscutible que casi siempre hay imposibilidad, y aun convivencia, de no hacerlo, desde luego para tener, por ejemplo, un inventario a fin de satisfacer pedidos, o para mantenerse siempre en el mercado. Puesto que forma parte del capital, debe considerarse parte de la empresa.
- Dinero. Toda empresa necesita cierto efectivo, lo que se tiene como disponible para pagos diarios, urgentes, etc. Pero sobretodo, la empresa posee como representación del valor de todos los bienes mencionados, un capital., constituido por valores, acciones, obligaciones, etc.

1.3.2. Hombres:

Son el elemento eminentemente activo en la empresa y, desde luego el de máxima dignidad.

- Existen ante todos obreros, aquellos cuyo trabajo es predominantemente manual, suelen clasificarse en calificados y no calificados según tengan conocimientos
- Los empleados cuya labor es de categoría más intelectual y de servicio conocidos más bien con el nombre de trabajo de oficina. Pueden ser también calificados o no calificados.
- Existen además los supervisores inmediatos, cuya misión fundamental es vigilar el cumplimiento exacto de los planes y órdenes señalados.
- Los técnicos, personas que con base en un conjunto de reglas buscan crear nuevos diseños de productos, sistemas administrativos, métodos, controles, etc.
- Altos ejecutivos, personas quienes predomina la función administrativa sobre la técnica.
- Directores, cuya función básica es fijar los grandes objetivos y políticas, aprobar los planes más generales y revisar los resultados finales.

1.3.3. Sistemas:

Son las relaciones estables en que deben coordinarse las diversas cosas, las diversas personas, o estas con aquellas. Puede decirse que son los bienes inmateriales de la empresa.

- Existen sistemas de producción, tales como fórmulas, patentes y métodos.

- Sistemas de finanzas así como a las distintas combinaciones del capital propio y prestado.
- Sistemas de organización y administración, consisten en la forma de la estructura de la empresa, es decir, su separación de funciones, su número de niveles jerárquicos, el grado de centralización o descentralización, etc.

Para que la empresa pueda trabajar adecuadamente, depende de estos tres elementos, cuando uno de ellos falta, es muy difícil que pueda producir un producto o brindar un servicio, por lo que es fundamental evaluarlos y en su caso dar mantenimiento periódicamente para su adecuado funcionamiento.

1.4.- CARACTERÍSTICAS DE LA MANUFACTURA

La humanidad siempre ha tenido la necesidad de transformar los elementos de la naturaleza para poder aprovecharse de ellos. En un sentido genérico a esa transformación de la naturaleza es a lo que le podríamos llamar industria. Al elemento de la naturaleza que vamos a transformar le llamamos materia prima ya al objeto transformado y dispuesto para usar lo llamamos producto elaborado. Si el producto obtenido necesita una segunda elaboración se trata de un producto semielaborado.

Manufactura:

Significa fabricar o producir objetos o mercancías manualmente o por medios mecánicos. Sin embargo desde el punto de vista moderno envuelve todas las

actividades necesarias para transformar la materia prima en producto terminado, para entregar el producto al cliente y soportar el desempeño del producto en el campo. Este concepto de manufactura empieza con el concepto de la entrega del producto, incluye actividades de diseño y especificaciones y se extiende hasta la entrega y actividades de ventas, por lo tanto involucra la integración de todos los sistemas de información.

En México el sector de manufactura es de gran importancia para la economía, ya que genera empleos y contribuye al crecimiento del país.

La industria fue el motor de la economía desde el siglo XIX y hasta la segunda guerra mundial era el sector económico que más aportaba al producto interno bruto (PIB), y el que más mano de obra ocupaba, pero desde entonces y con el aumento de la productividad gracias a la mejora de las máquinas, y el desarrollo de los servicios, ha pasado a un segundo término. Sin embargo, continúa siendo esencial, puesto que no puede haber servicios sin desarrollo industrial.

Hacia finales del siglo XVII, y durante el siglo XIX, el proceso de transformación de los recursos de la naturaleza sufre un cambio radical, que se conoce como revolución industrial. Este cambio consiste, básicamente, en la disminución del tiempo de trabajo necesario para transformar un recurso en un producto útil, gracias a la utilización, en el proceso, de máquinas. Esto permite reducir los costos unitarios y aumentar la productividad, si bien es necesario incrementar los costos totales, lo que hace imprescindible la acumulación de capital. Para entonces está plenamente asentado en modo de producción capitalista, que pretende la consecución de un

beneficio aumentando los ingresos y disminuyendo los gastos. Con la revolución industrial el capitalismo adquiere una nueva dimensión y la transformación de la naturaleza alcanza límites insospechados hasta entonces.

1.5.- ASPECTOS GENERALES DE MICHOACÁN

El estado de Michoacán es un lugar tradicional e histórico, por ser la cuna del imperio Purehépecha o también llamado Tarasco, mismo que surgió y se propago por el centro del país, llegando a ser uno de los más poderosos de todo México.

Michoacán toma su nombre de una voz náhuatl que significa lugar de pescadores. Está ubicado en el extremo suroeste de la mesa central, con una superficie de 59,864 km. cuadrados y comprende entre sus límites naturales casi 217 Km de costa en el litoral del Pacífico, desde la desembocadura del río Balsas, hasta la del río Coahuayana. Colinda al este con los Estados de México y Guerrero, al norte con Querétaro, Guanajuato y parte de Jalisco; al oeste con Colima y Jalisco, y al sur con Guerrero.

El estado se encuentra integrado por 113 municipios y está dividido a su vez en ocho regiones: los bajos, sierra madre del sur, plan de tierra caliente, ladera sur, mil cumbres, meseta tarasca, valles de Zamora y región central.

El clima es muy variado de acuerdo a la diversidad del terreno; cálido subhúmedo con temperatura media de 26°C; cálido seco en Tierra Caliente, donde se alcanzan

temperaturas de 32°C en verano y 25°C en invierno; templado hacia las sierras, valles y mesetas, con temperaturas medias entre 17°C y 20°C.

Tiene una Geografía de:

Latitud 32° 43' - 14° 32' N

Longitud 100° 4' - 103° 44'

Población.

Su población total para el año de 2010 es de 4, 351,037 habitantes de los cuales 2, 102,109 son hombres y 2, 248,928 son mujeres.

El estado de Michoacán es un estado rico en tradiciones y costumbres además de contar con una de las mejores gastronomías del país y actualmente cuenta con varias industrias productivas en distintos sectores lo que facilita el empleo a muchos michoacanos y a la economía del estado.

1.6.- DESARROLLO DE LA INDUSTRIA TEXTIL EN MICHOACÁN

La actividad del hilado y tejido floreció en Puebla, Querétaro y Guadalajara. En la primera, la manufactura del algodón facilitaba al comercio interior un producto anual elevado. En Michoacán, como en otras entidades, la actividad de hilados y tejidos de algodón y lana creció en proporción a la necesidad de su población. Entre 1794 y 1800, el número de establecimiento se duplico, al pasar de 34 a 250 el número de fábricas.

La actividad textil en Michoacán alcanzó un grado de desarrollo considerable entre 1790 y 1810. Los habitantes de más de 27 pueblos tenían como industria principal la producción de una variedad de artículos de algodón y lana., elaboraban mantas, telas baratas para la confección de vestidos, rebosos, paños, frazadas, sayales, jergas de uso doméstico, producción orientada al consumo de las masas populares.

La industria se desenvolvía salvando los continuos conflictos sociales y políticos, a pesar de la carencia de vías de comunicación y la pobreza de capitales disponibles y otros factores no menos adversos.

1.6.1. Textiles Artesanales

Una de las técnicas artesanales más antiguas en Michoacán, que actualmente se sigue practicando es la de los textiles elaborados en telares manuales y los bordados, a través de la cual se elaboran infinidad de artículos como ropa, servilletas, manteles y trajes regionales.

Los textiles artesanales son elaborados en varias regiones de Michoacán, entre las cuales se encuentran Cherán, Pátzcuaro, Acuitzio, Angamicutiro, Áporo, Aquila, Buenavista, Chucándiro, Churintzio, Erongarícuaro, Los Reyes, Maravatío, Nahuatzen, Nuevo Parangaricutiro, Numarán, Ocampo, Peribán, Quiroga, Santa Ana Maya, Senguio, Tacámbaro, Tangamandapio, Tangancícuaro, Tingambato, Turicato, Zamora, Zacapu, Ziracuaretiro, Uruapan, Zitácuaro, Tzinzuntzan y Tlalpujahuá.

Destacando en la industria textil las ciudades de Uruapan, Morelia, Zacapu y La Piedad, apoyadas por las comunidades que elaboran textiles artesanales, como son: Tócuaro, San Felipe de los Herreros, Pátzcuaro, Cocucho y Nuevo Parangaricutiro.

1.6.2. Materiales Empleados

Para su elaboración se emplean gran cantidad de telas de algodón y colores lisos, entre las que se destacan la manta, el bramante y la popelina, así como hilazas de vivos colores y matices, agujas de mano de diversos tamaños, aros de madera para mantener estirada la tela mientras se aplican los bordados y telares de madera individuales o de mano.

Actualmente los materiales textiles tienen una amplia diversidad en cuanto a su textura, tamaño, calidad, etc. Y con la llegada de la maquinaria ha surgido una nueva etapa donde la transformación de la materia prima, en este caso las telas, ha encontrado un proceso donde se elaboran productos de manera rápida y en grandes cantidades con el objetivo de comercializarlos, esto no quiere decir que se haya sustituido al empleo artesanal, sino que las exigencias del mercado ha hecho que se utilicen nuevas formas de emplear las cosas y con ello se busquen nuevos diseños para lograr satisfacer a la sociedad.

CAPÍTULO 2

LA ADMINISTRACIÓN

2.1.- CONCEPTO DE ADMINISTRACIÓN

Actualmente la administración representa no solo el gobierno y la conducción de una empresa, sino también todas las actividades relacionadas con la planeación, organización, dirección y control de la actividad empresarial.

En este capítulo se darán a conocer los conceptos básicos, características de administración y la descripción del proceso administrativo.

La palabra administración viene del latín ad (junto de) y ministratio (prestación de servicios) y significa la acción de prestar servicios, colaborar o ayudar.

(CHIAVENATO, 1993:3)

(Terry, 1992:3)

La administración es un proceso distintivo que consiste en planear, organizar, ejecutar y controlar, desempeñando para determinar y lograr los objetivos manifestados, mediante el uso de seres humanos y de otros recursos.

Henry Fayol

Consiste en prever, organizar, mandar, coordinar y controlar.

Con esta información concluyo que la administración es el esfuerzo humano coordinado para obtener la optimización de todos los recursos a través del proceso administrativo, a fin de lograr los objetivos constitucionales.

2.2.- IMPORTANCIA DE LA ADMINISTRACIÓN

Es indiscutible que quien realiza por sí mismo una función no merece ser llamado administrador, pero desde el momento que delega en otros determinadas funciones (siempre que estas funciones se realicen en un organismo social), dirigiendo y coordinando lo que los demás realizan, comienza a recibir el nombre de administrador (administración).

La experiencia nos enseña y los estudios sociológicos se encargan de justificar esta apreciación, que el hombre se agrupa en sociedad, principalmente por su insuficiencia para lograr todos sus fines por sí solo.

La sociedad, es la unión moral de hombres que en forma sistemática coordinan sus medios para lograr un bien común. Éste por lo tanto, es el objeto sobre el que recae la administración. El hombre al tratar de satisfacer sus necesidades en la sociedad, lo hace con la mira inmediata de lograr ésta a través del mejoramiento de una serie de funciones que él solo no podría realizar, o que lograría de manera imperfecta. La administración busca en forma directa la obtención de resultados, máxima eficiencia en la coordinación, y solo a través de ella se puede aprovechar los recursos materiales, tales como capital, materias primas, máquinas, etc.

2.3.- CARACTERÍSTICAS DE LA ADMINISTRACIÓN

Existen cuatro características básicas que dan forma a la gestión o administración en general:

1.- Su Universalidad.

El fenómeno administrativo se da donde existe un organismo social porque en él tiene siempre que existir coordinación sistemática de medios. La administración se da por lo mismo en el estado, en el ejercicio, en la empresa, en una sociedad religiosa, etc. Y los elementos esenciales en todas esas clases de administración serán los mismos aunque lógicamente existan variantes accidentales.

2.- Su Especificidad.

Aunque la administración va siempre acompañada de otros fenómenos de índole distinta (en la empresa: funciones económicas, contables, productivas, mecánicas, jurídicas). El fenómeno administrativo es específico y distinto a los que acompaña. Se puede ver un magnífico ingeniero de producción y un pésimo administrador. Cuanto más grande sea el organismo social, la función más importante de un jefe es la administración y disminuye la importancia de sus funciones técnicas.

3.- Su Unidad Temporal.

Aunque se distingan etapas, fases y elementos del fenómeno administrativo, este es único y por lo mismo en todo momento de la vida de una empresa se están dando en mayor o en menores grados todos o la mayor parte de los elementos administrativos. Así al hacer los planes no por eso se deja de mandar, controlar, organizar, etc.

4.- Su Unidad Jerárquica.

Todos cuantos tienen carácter de jefes en un organismo social participan en distintos grados y modalidades de la misma administración. Así en una empresa forman “un solo cuerpo administrativo desde el secretario general hasta el último mayordomo”.

La administración es básica para toda actividad que se quiera ejercer y es necesario que se tomen en cuenta estas características para que pueda tener un control adecuado.

2.4.- PRINCIPIOS DE ADMINISTRACIÓN

La función administrativa solo tiene por órgano y por instrumento el entorno social. Mientras que las otras funciones ponen en juego la materia prima y las máquinas, la función administrativa solo se encarga del personal.

Para que el personal tenga un buen funcionamiento dentro de la organización debe adaptarse a las normas y reglas fijadas.

1.- División del trabajo:

Tiene por finalidad producir más y mejor con el mismo esfuerzo. La especialización permite adquirir una habilidad, una seguridad y precisión que acrecen su rendimiento. Cada cambio de ocupación o de tarea implica un esfuerzo de adaptación que disminuya la producción.

2.- Autoridad-Responsabilidad:

La autoridad consiste en el derecho de mandar y en el poder de hacerse obedecer. En un jefe se distingue la autoridad legal inherente a la función y la autoridad personal formada de inteligencia, saber, experiencia, valor moral, de aptitud de mano, etc. En un buen jefe la autoridad personal es un complemento indispensable de la autoridad legal.

No se concibe la autoridad sin la responsabilidad, sin una sanción (recompensa o penalidad) que acompaña al ejercicio del poder. La responsabilidad es un corolario de la autoridad, su consecuencia natural (autoridad-nace una responsabilidad).

3- Disciplina:

Consiste en la obediencia, la asiduidad, la actividad, la presencia y los signos exteriores de respeto realizados conforme a las convenciones de la empresa y sus agentes. El estado de disciplina de un cuerpo social depende esencialmente del valor de los jefes. Además del mando, otro de los factores que influyen sobre la disciplina son los convenios, los cuales deben ser claros y dar satisfacción a ambas partes en todo o que sea posible.

4- Unidad de Mando:

Para la ejecución de un acto cualquiera un agente debe recibir órdenes de un jefe. Desde el momento en que dos jefes ejercen su autoridad sobre el mismo hombre/servicio se observan estas consecuencias: la dualidad cesa por la desaparición/anulación de uno de los jefes y la salud social renace; o el organismo

continúa debilitándose, pero en ningún caso se produce la adaptación del organismo social a la dualidad de mando.

5- Unidad de Dirección:

Un solo jefe y un solo programa para un conjunto de operaciones que tienden al mismo fin. Es la condición necesaria para la unidad de acción, la coordinación de fuerzas y de la convergencia de esfuerzos. La unidad de mando no puede existir sin la unidad de dirección, pero no deriva de ésta. La unidad de dirección se crea mediante una buena constitución del cuerpo social, la unidad de mando depende del funcionamiento del personal.

6- Subordinación del interés particular al interés general:

En una empresa el interés de un agente o grupo no debe prevalecer contra el interés de la empresa. Cuando dos intereses de orden diverso, pero igualmente respetables, se contraponen, se debe buscar la forma de conciliarlos.

Los medios para esta conciliación son: la firmeza y buen ejemplo de los jefes, deben ser tan equitativos como sea posible y tener una atenta vigilancia.

7- Remuneración del personal:

Constituye el precio del servicio prestado, debe ser equitativa y, en lo que sea posible, dar satisfacción al personal y a la empresa, al empleador y al empleado. Modos de retribución: pago por jornal, pago por tarea, pago por pieza, primas, participación en los beneficios, subsidios en especie, instituciones de bienestar, satisfacciones honoríficas.

8- Centralización:

Es un hecho natural que consiste en que todo organismo, las sensaciones convergen hacia el cerebro o la dirección y en que de ésta o aquél parten las órdenes que ponen en movimiento todas las órdenes del organismo. La medida de la centralización o descentralización puede ser constantemente variable, ya que el valor absoluto o relativo del jefe y de los agentes está sujeto a continua transformación.

9- Jerarquía:

Está constituida por la serie de jefes que va desde la autoridad superior a los agentes inferiores. La vía jerárquica es el camino que sigue, pasando por todos los grados de la jerarquía, las comunicaciones que parten de la autoridad superior o las que le son dirigidas.

10- Orden:

Un lugar para cada cosa y cada cosa en su lugar (orden material). Un lugar para cada persona y cada persona en su lugar (orden social). El orden debe tener por resultado evitar las pérdidas de materiales y de tiempo, el lugar debe ser elegido para facilitar las operaciones tanto como sea posible, si no es así el orden es aparente, y puede encubrir un desorden real. El orden perfecto implica un lugar juiciosamente elegido, el orden aparente no es sino una imagen falsa o imperfecta del orden real.

11- Equidad:

La justicia es la realización de los convenios establecidos. A menudo es necesario interpretar o suplir la insuficiencia de estos convenios. Para que el personal sea estimulado a emplear en sus funciones toda la buena voluntad y sacrificio de que es capaz, hay que tratarlo con benevolencia. La equidad es el resultado de la combinación de la benevolencia con la justicia. La equidad no excluye la energía ni el rigor, exige en su aplicación buen sentido, experiencia y contacto. El jefe tiene como mayor preocupación el hacer penetrar el sentimiento de equidad en todos los niveles de la escala jerárquica.

12- Estabilidad del personal:

Un agente necesita tiempo para iniciarse en una función nueva y llegará desempeñarla bien, admitiendo que esté dotado de las aptitudes necesarias. En general, el personal dirigente de empresas prósperas es estable; el de las en bancarrota es inestable: la inestabilidad es a la vez causa y consecuencia de las malas situaciones. Sin embargo, los cambios de personal son inevitables: edad, enfermedad, retiro, muerte, que perturban la constitución del cuerpo social.

13- Iniciativa:

Es la posibilidad de concebir y de ejecutar, es un poderoso estimulante de la actividad humana. En todos los niveles de la escala social, el celo y la actividad de los agentes son acrecentados por la iniciativa. Se debe estimular y desarrollar esta facultad lo más que se pueda; sin embargo, se debe considerar en sus limitaciones, enmarcadas dentro de los principios de autoridad, disciplina, etc.

14- Unión del personal:

La unión hace la fuerza. Para su desarrollo, se debe cumplir el principio de la unidad de mando y evitar el peligro de dividir el personal y abusar de las comunicaciones escritas. Las relaciones deben ser verbales en lo posible, es más rápido, claro y armónico.

Los principios de administración tienen en cuenta generalmente el éxito de las asociaciones y la satisfacción de los intereses económicos. Es indispensable para todo tipo de empresa cumplir con funciones administrativas y para ellos es fundamental basarse en principios.

2.5.- PROCESO ADMINISTRATIVO

Un proceso es una forma sistemática de hacer las cosas. Se habla de la administración como un proceso para subrayar el hecho de que todos los gerentes, sean cuales fueran sus aptitudes o habilidades personales, desempeñan ciertas actividades interrelacionadas con el propósito de alcanzar las metas que desean.

Un proceso es el conjunto de pasos o etapas necesarias para llevar a cabo una actividad. La administración comprende varias fases, etapas o funciones, cuyo conocimiento exhaustivo es indispensable a fin de aplicar el método, los principios y las técnicas de esta disciplina, correctamente.

Es el conjunto de fases o etapas sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración, mismas que se interrelacionan y forman un proceso integral.

PREVISIÓN:

Consiste en la determinación, técnicamente realizada, de lo que se desea lograr por medio de un organismo social y la investigación y la valoración de cuáles serán las condiciones futuras en que dicho organismo habrá de encontrarse, hasta determinar los diversos cursos de acción posibles.

Así pues, la inversión comprende tres etapas:

1. **Objetivos.** A esta etapa corresponde fijar los fines. Como estos son muy diversos y están ligados entre sí, veremos las distintas clases al hablar de la previsión.
2. **Investigaciones.** Se refiere al descubrimiento y análisis de los medios con que puede contarse: información y supuestos.
3. **Alternativas.** Trata de la adaptación genérica de los medios encontrados, a través de la información a los fines propuestos, para ver cuántas posibilidades de acción distintas existen.

La previsión es la pauta que guiará al proceso, es la etapa donde se establecen claramente el plan de acción que se va a seguir, si no se lleva a cabo correctamente lo más probable es que existan errores en el transcurso del proceso y esto requerirá de tiempo y esfuerzo para corregirlos y retrasar el curso de acción.

PLANEACIÓN:

Consiste en la determinación del curso concreto de acción que se habrá de seguir, fijando los principios que lo habrán de presidir y orientar la secuencia de operaciones

necesarias para alcanzarlo y la fijación de criterios, tiempos, unidades, etc., necesarias para su realización. Comprende las siguientes etapas:

1. Políticas. Principios para orientar la acción.
2. Procedimientos. Secuencia de operaciones o métodos.
3. Programas. Fijación de tiempos requeridos para cada acción.
4. Presupuestos. Son programas que precisan unidades, costos, etc.
5. Estrategia y Táctica. Son el ordenamiento de esfuerzos y recursos para alcanzar los objetivos amplios en el primer caso y concretos en el segundo.

En esta etapa se requiere de inteligencia y precisión para establecer los diferentes puntos ya que estos quedarán fijos y serán indispensables para continuar el curso de acción si no se planea adecuadamente lo más probable es que la organización sea deficiente.

ORGANIZACIÓN:

Se refiere a la estructuración técnica de las relaciones que deben darse entre las funciones jerarquías y obligaciones individuales necesarias en un organismo social para su mayor eficiencia. En la misma definición se advierten claramente las tres etapas:

1. Funciones. La determinación de cómo deben dividirse y asignarse las grandes actividades especializadas, necesarias para lograr el fin general.

2. Jerarquías. Fijar la autoridad y responsabilidad correspondiente a cada nivel existente dentro de una organización.
3. Puestos. Las obligaciones y requisitos que tiene en concreto cada unidad de trabajo susceptible de ser desempeñada por una persona.

En la organización es muy importante la delegación de actividades, si se saben dar claras y precisas el resultado será muy efectivo y favorable lo que permitirá pasar a la siguiente etapa con gran precisión.

INTEGRACIÓN:

Consiste en los procedimientos para dotar al organismo social de todos aquellos elementos, tanto humanos como materiales, que la mecánica administrativa señala como necesarios para su más eficaz funcionamiento, escogiéndolos, introduciéndolos, articulándolos y buscando su mejor desarrollo.

Aunque la integración comprende cosas y personas, lógicamente es más importante la de las personas y sobre todo, la de los elementos administrativos o de mando. De acuerdo a esto comprende:

1. Selección. Técnicas para encontrar y escoger los elementos más adecuados.
2. Introducción. La mejor manera para lograr que los nuevos elementos se articulen lo más rápida y óptimamente que sea posible al organismo social.

3. Desarrollo. Todo elemento en un organismo social busca y necesita progresar, mejorar en cuanto a la capacitación, el adiestramiento y la formación del personal.

La capacidad de cada individuo es fundamental en esta etapa ya que de ello dependerá el funcionamiento en cada una de las áreas que desempeñe, por lo que se requiere de una comunicación ascendente y descendente para que se cumplan correctamente los objetivos.

DIRECCIÓN:

Es impulsar, coordinar y vigilar las acciones de cada miembro y grupo de un organismo social, con el fin de que el conjunto de todas ellas realice del modo más eficaz los planes señalados. Por lo tanto, comprende las siguientes etapas:

1. Autoridad y mando. Es el principio del que deriva toda la Administración y, por lo mismo, su elemento principal, que es la dirección.

Dentro de este elemento tiene importancia especialísima el problema de las decisiones

2. Comunicación. Es como el sistema nervioso de un organismo social, pues lleva al centro director todos los elementos que deben conocerse, y de

este las ordenes de acción necesaria hacia cada órgano y célula, debidamente coordinadas.

3. Delegación. Es la forma técnica para comunicar a los subordinados la facultad de decidir sin perder el control de lo que se ejecuta.

4. Supervisión. La función última de la Administración es revisar si las cosas se están haciendo tal y como se habían planeado y ordenado.

Si los procedimientos utilizados por cada uno de los integrantes son correctos y precisos la dirección será más fácil de llevar a cabo y se ahorrará tiempo para ejercer otras actividades. Por ello es importante cumplir en tiempo y forma cada una de las etapas.

CONTROL

Consiste en el establecimiento de sistemas que permitan medir los resultados actuales y pasados, en relación de los esperados, con el fin de saber si se ha obtenido lo que se esperaba, a fin de corregir y mejorar, y además para formular nuevos planes. Comprende para esto tres etapas:

- Establecimiento de estándares y controles. Porque sin éstos es imposible hacer la comparación, base de todo control. Este paso es propio del administrador.

- Operación de los controles. Esta suele ser una función propia de los técnicos especialistas de cada uno de ellos.
- Evaluación de resultados. Esta es una función administrativa, que vuelve a constituir un medio de planeación.

El proceso administrativo es la base para que una organización pueda ejercer sus actividades, ya que si se lleva a cabo correctamente, lo más probable es que los objetivos y metas planteadas serán logrados satisfactoriamente, ya que se establecen tiempos y fechas para terminar las actividades, por lo que le permite a la organización optimizar recursos y ahorrar tiempo, dinero y esfuerzo.

CAPÍTULO 3

PROYECTOS DE INVERSIÓN Y TOMA DE DECISIONES

En este capítulo se darán a conocer los orígenes y antecedentes de los proyectos, así como conocer la importancia de las inversiones y que proyecto es el más adecuado para poder tomar la mejor decisión e invertir correctamente.

La capacidad de un administrador es tan extensa para saber actuar ante cualquier situación como optimizar los recursos y cumplir con todos los objetivos.

Dentro de sus funciones están planificar, coordinar, dirigir, evaluar y se aplican en las distintas áreas funcionales de la organización con un objeto centrado de sobresalir y tomar buenas decisiones. El administrador moderno debe desarrollar habilidades gerenciales eficientes que le permitan implementar nuevas ideas y estrategias de mejora para guiar correctamente los negocios y logre mantener un nivel competitivo.

La licenciatura en Administración está diseñada con un enfoque interdisciplinario que brinda una sólida formación de base en economía, finanzas, marketing, operaciones, recursos humanos, liderazgo y negocios internacionales donde a través de la práctica de los mismos puede emprender cualquier negocio además de utilizar un léxico adecuado y conocer la cultura organizacional de la empresa y de sí mismo.

3.1.- ORÍGENES Y ANTECEDENTES DE PROYECTOS DE INVERSIÓN

El origen de cualquier proyecto se deriva de una necesidad de productos o servicios proporcionados por el hombre mismo, desde la ropa que vestimos, los alimentos procesados que consumimos, computadoras que apoyan en gran medida el trabajo del ser humano. Todos y cada uno de estos bienes y servicios, antes de venderse comercialmente, fueron evaluados desde varios puntos de vista, siempre con el objetivo final de satisfacerse una necesidad humana.

Antes de tomar una decisión sobre un proyecto es necesario que esté sometido al análisis multidisciplinario de diferentes especialistas en algunas ramas tales como la estadística, investigación de mercados, de operaciones, ingeniería, finanzas, producción, entre otras.

Pues una decisión de este tipo no puede ser tomada por una sola persona con un enfoque limitado o ser analizado solo desde un punto de vista.

Los proyectos de inversión pueden surgir de los distintos departamentos de una empresa y de los distintos niveles jerárquicos de una organización. El departamento de mercadotecnia podrá proponer la capacitación del personal de ventas, o bien, la contratación de más agentes de venta; el departamento de producción podrá desear la adquisición de nuevo equipo de reemplazo o se estudiara la conveniencia de fabricar unas partes que actualmente compre la empresa; el departamento de contraloría considerará la posibilidad de adquirir el equipo adecuado o rentarlo así como una alternativa de continuar utilizando un sistema de registro la establecido; la gerencia general deseara atacar nuevos mercados o bien introducir nuevos

productos al mercado; a niveles jerárquicos más elevados se podrá estudiar la conveniencia de adquirir o funcionar otro negocio. O bien se podrán estudiar las alternativas de vender uno de los negocios que se tengan o continúan operándolos.

Si se desea hacer una instalación para mejorar las condiciones de producción deben tomarse en cuenta las razones financieras internas y externas que pueden afectar dichas decisiones además de realizar pruebas de campo y entrevistas sobre productos nuevos para el momento de realizar su introducción al mercado.

Para lograr la mejor solución así como la más accesible es necesario conseguir antecedentes y lograr el máximo aprovechamiento de los recursos económicos y monetarios con que se cuentan, así como utilizar en forma racional los satisfactores con los que cuenta el analista.

Por tanto siempre que exista una necesidad humana, habrá necesidad de invertir, pues es la única forma de producir un bien o un servicio, está claro que las inversiones no son solo porque alguien quiere arriesgar su dinero, al contrario es gente especializada, informada y perfectamente asesorada del comportamiento de cierto sector productivo, que tiene bases para realizar un proyecto bien estructurado y fundamentado tanto en razones técnicas como en la experiencia.

3.2.- CONCEPTO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN

Cuando decidimos iniciar un negocio del tipo que sea lo primero que queremos saber es si va a funcionar o no, antes que decidamos invertir el capital que tenemos. Será

necesario realizar un estudio preliminar en el que podamos identificar todos aquellos elementos dentro del mercado que determinaran el éxito o fracaso del mismo, a este estudio le denominamos proyecto de inversión.

Los proyectos de inversión surgen de necesidades individuales y colectivas que tienen que satisfacer las personas. Para asignar bien los recursos de un proyecto de inversión hay que tener en cuenta la realidad social, cultural y política en la que se quiere realizar el proyecto. Es importante determinar el impacto que tenga una inversión sobre el bienestar de la comunidad local.

Concepto de Proyecto:

Es la unidad de inversión menor que se considera en la programación. Por lo general constituyen un esquema coherente, desde el punto de vista técnico, cuya ejecución se encomienda a un organismo público o privado y que puede llevarse a cabo con independencia de otros proyectos

(Enciclopedia Contable Universal, Europea Americana. Editorial Espasa, S.A. Madrid Barcelona).

Conjunto de datos, cálculos y dibujos articulados en forma metodológica, que dan los parámetros de cómo ha de ser y cuanto ha de costar una obra o tarea. Esta información se somete a evaluaciones para fundamentar una decisión de aceptación o rechazo.

(L.A. Ernestina Huerta y L.C. Carlos Siu Villanueva. Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión para Bienes de Capital).

De lo anterior concluyo que es una serie de planteamientos encaminados a la producción de un bien o un servicio, con el empleo de una cierta metodología y con el objetivo de obtener determinado resultado o desarrollo económico y social.

Concepto de Inversión:

Empleo productivo de bienes económicos, que da como resultado una magnitud de estos mayor que la empleada.

Aportación de recursos para obtener un beneficio futuro.

(Hernandez Suarez, 2005)

Así que se puede decir que inversión es el conjunto de recursos que se emplean para producir un bien o un servicio y generar una utilidad.

Concepto de Proyectos de Inversión:

Es un conjunto de planes detallados que tienen por objetivo aumentar la productividad de la empresa para incrementar las utilidades o la prestación de servicios, mediante el uso óptimo de los fondos en un plazo razonable.

Es un plan al que se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos para producir un bien o servicio útil.

(Lawrence S. Gitman. Fundamentos de Administración Financiera.)

Por lo tanto concluyo que es una serie de planes que se piensan poner en marcha para dar eficacia a alguna actividad u operación económica o financiera, donde se asigna un monto de capital e insumos con el fin de producir un bien o un servicio en las mejores condiciones y conseguir una retribución.

Hoy en día encontramos una serie de productos o servicios que son proporcionados por el hombre mismo, lo vemos en cualquier lugar donde vallamos desde los productos básicos como el vestido, la alimentación, hasta los instrumentos tecnológicos que utilizamos para realizar nuestras actividades diarias. A todos estos productos o servicios que nos rodean, pasaron por una serie de evaluaciones, estudios y presupuestos antes de lanzarlos al mercado con el único fin de poder satisfacer una necesidad humana.

Después de esto, comenzaron a producirse varios productos de diferentes características en un gran volumen por lo que se tuvieron que realizar grandes inversiones económicas para lograrlo.

Así que para todas las necesidades que tengamos, ya sea de un bien o un servicio, siempre habrá la necesidad de invertir. Todo proyecto de inversión tiene un soporte que es evaluado cuidadosa y detenidamente para poder realizar una inversión efectiva que le permita conseguir una buena posición en el mercado. Es por eso que existe la necesidad de realizar proyectos.

3.3.- NIVELES DE PROYECTOS DE INVERSIÓN

Se refiere a la profundidad con que la investigación se realiza, así tenemos:

3.3.1. Estudio general de gran visión:

Consiste en identificar el objetivo que se quiere alcanzar, con la finalidad de planear en forma acertada cualquier detalle que pueda ayudarnos a perfeccionar dicho proyecto.

Para realizar la investigación se debe partir del conocimiento total del proyecto, para lo cual se intercambian ideas con los inversionistas, aclarando dudas respecto del impacto que tendrá el proyecto en la empresa y la sociedad.

Una vez realizado lo anterior, se procede a efectuar una visita en el lugar donde se piensa establecer la empresa, es decir, conocer el medio ambiente tanto físico como social, por ejemplo:

- Vías de comunicación.
- Medios de información.
- Planteles educativos.
- Topografía del terreno.
- Hospitales.
- Urbanización.
- Integración social de zona (liderazgos formales o informales, etc.).

Lo anterior se hace, con el fin de detectar posibles obstáculos que pueden impedir el funcionamiento futuro de la empresa.

Con la información anterior se procede a elaborar un documento llamado PERFIL, detallando las fortalezas y debilidades del proyecto, así como los posibles obstáculos que se tendrían, para que estos puedan ser superados. Lo anterior es de vital importancia, ya que muchos proyectos pueden ser desechados en este momento o bien modificados para que puedan realizarse.

3.3.2. Proyecto preliminar (estudio previo de factibilidad)

Se lleva a cabo con el objeto de obtener información sobre el proyecto a realizar, sin hacer investigaciones de campo para conocer el ambiente y el ámbito de aplicación del proyecto.

Es decir nos da una idea de las alternativas que se tienen en las condiciones que lo rodean.

Los aspectos a tomar en cuenta en esta fase son:

a) Antecedentes del proyecto

Aquí se presenta un resumen de las circunstancias que dieron origen a la idea del proyecto.

b) Aspectos de mercado

Se analizan las variables económicas que lo pueden afectar.

c) Aspectos técnicos

Se hará un análisis sobre el equipo o innovaciones tecnológicas con las que contará el proyecto.

d) Aspectos financieros

Se cuantifican las fuentes de ingresos y egresos.

e) Evaluación de proyecto

Se analizarán las condiciones externas, así como los indicadores financieros y económicos.

3.3.3. Proyecto definitivo (estudio de factibilidad)

En esta etapa se elabora el documento del proyecto que se integra con los análisis económicos, financieros, etc. Estableciendo los elementos cuantificables y toman decisiones acertadas, considerando los siguientes aspectos:

3.3.3.1. Estudio de mercado

Estudio de la oferta y la demanda junto con las muestras, las entrevistas y los cuestionarios.

3.3.3.2. Estudio de disponibilidad de insumos

Se analizan las condiciones y la organización de la producción y su destino.

3.3.3.3. Localización y tamaño

Se define en qué lugar se va a ubicar el proyecto, utilizando un análisis de los diferentes lugares alternativos.

3.3.3.4. Ingeniería de proyecto

Se estudian los elementos de diseño y las especificaciones necesarias.

3.3.3.5. Inversión y financiamiento

Tener bien definido el financiamiento del proyecto y condiciones en que se otorga, tomando en cuenta como el proyecto cubrirá sus deudas.

3.3.3.6. Proyecciones financieras

Se realizan estados financieros pro-forma como estado de resultados, estado de origen y aplicación de recursos, balance general y flujo de caja.

3.3.3.7. Evaluación financiera

Se elaboran análisis para medir la rentabilidad del proyecto (contables y de valores descontados).

3.3.3.8. Evaluación económica social

Se mide el impacto del proyecto en la sociedad.

3.3.3.9. Organización del proyecto

Se establece la forma de organización y administración, así como del organigrama de la empresa.

3.3.4. Proyecto final (definitivo)

Contiene toda la información, tratando los puntos más importantes, algunas veces se presenta una lista de contratos de venta y puede presentar por escrito la cotización de la inversión.

Con estos estudios realizados se puede garantizar que el proyecto de inversión a realizar será satisfactorio y tendrá un margen de utilidad considerable siempre y cuando se establezcan estándares y normas a seguir para su buen funcionamiento.

3.4- ETAPAS PRINCIPALES DE UN PROYECTO

Un proyecto tiene cinco etapas básicas para su elaboración y son las siguientes:

3.4.1. Estudios preliminares

Son aquellos que sirven como base para investigar sólidamente el proyecto, se busca conceptualizar la idea del mismo. Tratando de limitar los rangos de la inversión.

3.4.2. Anteproyecto

También llamado estudio previo de factibilidad, consiste en comprobar mediante información detallada, a través de estadísticas, la magnitud de la competencia, etc., mostrar la viabilidad del proyecto en un folleto junto con la semblanza del mismo.

Etapas en la que se precisan los elementos y formas de las que consta la inversión que se piensa llevar a cabo.

3.4.3. Estudio de factibilidad

Se presentan alternativas de solución a los problemas del proyecto, se presenta documento del proyecto integrado por los análisis de mercado, de ingeniería, económicos, financiero y el plan de ejecución. Se establecen los elementos cuantificables y no cuantificables del proyecto.

3.4.4. Montaje y ejecución

Se elabora un programa de actividades, fijación de tiempos para realizar las operaciones y existen diferentes técnicas y procedimientos para los planes de ejecución, como: manuales de objetivos y políticas, diagramas de procesos y flujos, graficas de Gantt, pronósticos y presupuestos.

3.4.5. Funcionamiento normal

El potencial de un proyecto o servicio, necesita de indicadores que representen la posibilidad de introducciones en un mercado considerado, así la existencia y la disponibilidad de materias primas, tecnología y equipo para producir.

Se refiere a la implantación del proyecto y capacitación del personal, mantenimiento y venta del bien, así como las fuentes de financiamiento aplicables.

Los proyectos de inversión surgen de las diferentes necesidades, a través de una adecuada asignación de los recursos, teniendo en cuenta la realidad social, cultural y política en la que el proyecto pretende desarrollarse, es ahí donde se encuentra la importancia que tiene el buscar al impacto que puede tener determinada inversión sobre el bienestar de la comunidad en la que pueda desarrollarse.

3.5.- LA IMPORTANCIA DE INVERTIR

Nos hemos acostumbrado a gastar dinero indiscriminadamente, incluso un dinero que no tenemos, valiéndonos de los créditos bancarios.

Encima lo derrochamos en productos que no dan ningún rendimiento, simplemente para darnos lujos y aparentar.

Sin embargo cuando se habla de invertir nos ponemos a temblar sin darnos cuenta de que se puede invertir de manera inteligente. Y no sólo de dinero, sino también de tiempo o recursos. Se puede invertir de distintas formas, el dinero se puede invertir en un fondo mutuo esperando asegurar un capital que garantice mantener nuestro nivel de vida en la etapa de retiro o convertir en realidad alguno de nuestros sueños hacia futuro.

Invertir el dinero es ponerlo en algún tipo de instrumento financiero, llámese acciones, bonos, fondos, en espera de más dinero a cambio.

3.6.- TOMA DE DECISIONES EN LA INVERSIÓN

La decisión de inversión está dada por un desembolso de efectivo del que se espera obtener una cantidad superior (rendimiento) en un futuro. El alto riesgo que implica para la empresa esta decisión requiere estar sustentada en un proyecto de inversión sólido que indique si es o no viable desde un punto de vista financiero ya que una

vez tomada es prácticamente irreversible y trae importantes consecuencias financieras. Para ello es importante determinar los siguientes aspectos:

- El lugar más conveniente para ejercer la actividad
- Los proveedores
- Las maquinarias y procesos a utilizar
- El tipo de recursos humanos necesarios.
- El precio de venta del producto para ser competitivo

Una vez evaluadas las distintas alternativas será posible tomar decisiones en lo referente a la elección de proveedores, la contratación de los recursos humanos, la adquisición de maquinarias y materias primas, los procesos a adoptar y la determinación del precio de venta, entre otras.

3.7.- TOMA DE DECISIONES ASOCIADAS A UN PROYECTO:

Existen diversos mecanismos operacionales por los cuales un empresario decide invertir recursos económicos en un determinado proyecto. Los niveles de decisión son múltiples y variados, puesto que en el mundo moderno cada vez en menor la posibilidad de tomar decisiones en forma unipersonal.

Toda toma de decisión implica un riesgo, algunas tienen un menor grado de incertidumbre y otras altamente riesgosas. Resulta lógico pensar que frente a decisiones de mayor riesgo, exista como consecuencia una opción de mayor rentabilidad. En el complejo mundo moderno, donde los cambios de toda índole se

producen a una velocidad vertiginosa, resulta imperiosamente necesario disponer de un conjunto de antecedentes justificados que aseguren una acertada toma de decisiones y hagan posible disminuir el riesgo de equivocarse al decidir la ejecución de un determinado proyecto.

A ese conjunto de antecedentes en donde se establecen las ventajas y desventajas que tiene la asignación de recursos para una idea o un objetivo determinado se denomina evaluación de proyectos.

(Reinaldo, Sapag, Chain,2003)

Las decisiones de un proyecto de inversión son de las más complejas, pero también son de las más importantes que debe tomar en cuenta el grupo directivo de la organización, según su propio enfoque y experiencia.

Dichas decisiones son complicadas porque, aun cuando normalmente es posible estimar el monto a invertir, es difícil calcular las utilidades que se obtendrán. Pero sin lugar a dudas la inversión es básica para cada uno de nosotros tanto en lo personal como en lo profesional y debemos aprender a ahorrar e invertir para que en un futuro logremos obtener ganancias esperadas.

Toda toma de decisión es importante y complicada pero si se tiene una buena proyección y una planeación adecuada será más sencillo poder tomarla y generar ahorros que nos favorezcan en un futuro.

CAPÍTULO 4

DESARROLLO Y EVALUACIÓN DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN

La finalidad de este capítulo es dar a conocer al emprendedor las características generales sobre la creación de un negocio, desde la ubicación del posible negocio como sus competidores hasta el precio que debe manejar, además de saber las opciones tiene para invertir y como poder colocar su negocio en el giro más apto para poder detectar una oportunidad de mercado adecuada para la oferta y así poder determinar si es conveniente continuar.

4.1. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado de un proyecto es uno de los análisis más importantes y complejos. Más que centrar la atención al consumidor y la cantidad del producto que demandara, tiene que estudiar los mercados, proveedores, competidores y distribuidores.

Definición de Mercado:

Es el área geográfica en la que concurren oferentes y demandantes que se interrelacionan para el intercambio de un bien o un servicio.

(José Silvestre Méndez. Fundamentos de Economía. Segunda Edición. McGraw Hill.)

Desde el punto de vista de los mercadólogos, el mercado puede definirse como el conjunto de consumidores y/o compradores que ejercen una demanda específica sobre un producto o tipo de producto.

Así puedo concluir que el mercado puede ser un lugar físico y también se refiere a las transacciones de un cierto tipo de bien o servicio, en cuanto a la relación que existe entre la oferta y la demanda.

4.1.1. TIPOS DE MERCADOS

Los mercados se clasifican de varias maneras. En este trabajo nos referimos a dos:

De acuerdo con el área geográfica:

Locales. Mercados localizados en un ámbito geográfico muy restringido.

Regionales. Son los que abarcan varias localidades, integradas en una región geográfica o económica.

Nacionales. Son los mercados que integran la totalidad de las operaciones comerciales internas que se realizan en un país.

Globales. Es el conjunto de operaciones comerciales entre países.

De acuerdo a lo que se ofrece:

De mercancías: cuando se ofrecen bienes producidos para su venta.

De servicios: son mercados que ofrecen servicios. El más importante es el mercado de trabajo.

(Hernández, Hernández, Abraham. 2005)

El mercado es esencial para que se pueda dar la transacción, más allá de la ubicación del mismo, lo importante es que el demandante y el ofertante lleguen a un acuerdo que sea conveniente para ambos.

4.1.2. DEMANDA

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que en el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

(Baca, Urbina, Gabriel.2006)

En economía se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor, o por el conjunto de consumidores.

Se puede definir que demanda es la cantidad de bienes y servicios que son adquiridos por el consumidor en el mercado a un determinado precio para lograr satisfacer sus necesidades.

La demanda es una función matemática expresada de la siguiente manera:

$$Q_{dx} = F (P, I, G, N, P_s, P_c)$$

Donde:

Q_{dx} = es la cantidad demandada del bien o servicio.

P = precio del bien o servicio.

I = ingreso del consumidor.

G = gustos y preferencias.

N = número de consumidores.

P_s = precio de bienes sustitutos.

P_c = precio de bienes complementarios.

Además, existe una demanda que siempre se exógena en los modelos ya que no está determinada por ninguna circunstancia estudiada (endógena) en el modelo, tal es el caso de productos que son consumidos indiferentemente a ciertos factores económicos como lo son las vacunas que necesariamente tienen que comprar los estados por determinadas leyes o condiciones sociales.

La demanda puede ser expresada gráficamente por medio de la curva de la demanda. La pendiente de la curva determina como aumenta o disminuye la demanda ante una disminución o un aumento del precio. Este concepto se denomina la elasticidad de la curva de demanda.

En relación con la elasticidad, la demanda se divide en tres tipos:

4.1.2.1. Elástica: cuando la elasticidad de la demanda es mayor a 1, la variación de la cantidad demandada es porcentualmente superior a la del precio.

4.1.2.2. Inelástica: cuando la elasticidad de la demanda es menor a 1, la variación de la cantidad demandada es porcentualmente inferior a la del precio.

4.1.2.3. Elasticidad unitaria: cuando la elasticidad de la demanda es 1, la variación de la cantidad demandada es porcentualmente igual a la del precio.

(Cortázar, Martínez, Alfonso.2005)

4.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El análisis estadístico de la demanda es un conjunto de procedimientos estadísticos designados para descubrir los factores reales más importantes que afectan a las ventas y su influencia negativa. Los principales factores y que más se analizan son: precio, ingresos, población y promoción.

Los análisis de la demanda estadística se están convirtiendo en un método cada vez más popular para hacer pronósticos. Sin embargo el usuario debe tener precaución acerca de algunos problemas que podrían disminuir la validez o el uso de la ecuación de la demanda estadística: muy pocas observaciones, mucha correlación entre las

variables independiente, violación de las hipótesis de distribución normal, doble proceso y surgimiento de nuevas variables con las que no se contaba.

4.2.1. IMPORTANCIA DE LA CURVA DE DEMANDA

La cantidad demandada de un bien es aquella que está dispuesto a adquirir los compradores en un periodo determinado (por ejemplo en un día, en un año, etc.). Depende del precio del bien y de otros factores, incluidos los precios de otros bienes, las rentas y los gastos de los compradores.

La función de demanda es la relación entre la cantidad demandada de un bien y su precio. Al representarla gráficamente se mantienen constantes los demás factores que pueden afectar a la cantidad demandada, como los precios de otros bienes. La función de demanda indica la cantidad que querrían adquirir los compradores a cada uno de los precios.

4.2.2. MÉTODOS DE PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Son mecanismos que tienen como finalidad determinar con cierta exactitud las situaciones futuras del mercado mediante el análisis del presente. Actualizando la relación existente entre una variable dependiente y otra independiente. Algunos de estos métodos son:

4.2.2.1. Series de tiempo. Consiste en el estudio, análisis y medición de valores de una variable a través del tiempo a intervalos uniformes. Su objetivo es

determinar un patrón básico en su comportamiento que permita hacer la proyección futura.

4.2.2.2. Método de medias móviles. Este método es recomendable cuando la serie es muy irregular, su inconveniente es que se pierden algunos términos de la serie sin dar una expresión analítica del fenómeno lo que ocasiona que no se pueda hacer la proyección de los datos a futuro.

4.2.2.3. Método de mínimos cuadrados. Se basa en calcular la ecuación de una curva para una serie de puntos dispersos sobre una gráfica, curva que se considera el mejor ajuste, entendiéndose por tal, cuando la suma algebraica de las desviaciones de los valores individuales respecto a la media es cero y cuando la suma del cuadrado de las desviaciones es mínima. (Baca Urbina, 2001,p.p.20)

4.3.- LEY DE LA DEMANDA

Relación negativa entre el precio y la magnitud de la demanda: al subir el precio disminuye la cantidad demandada. Al bajar el precio, la cantidad demandada aumenta. Es decir: que el precio reduce la demanda. Por lo tanto, la relación entre la cantidad de demanda y el precio es directamente proporcional, es decir, cuanto más demanda de un producto en igualdad de condiciones, mayor será el precio que adquirirá en el mercado y cuanto menor sea la demanda, menor será el precio, con

vistas de que al disminuir el precio, aumente la demanda, es a mayor precio, menores cantidades y viceversa.

4.3.1. Demandante

Aplicado a la economía, no guarda relación directa con la demanda descrita.

Se conoce como demandante a todo individuo que desee productos ofrecidos por el mercado, independientemente de si los adquieren o no. Un demandante que opera en el mercado para obtener los bienes que desea se transforma en un consumidor.

4.3.2. CONSUMO

La estrategia comercial que se establezca tendrá repercusión directa en los ingresos y egresos del proyecto y será influido principalmente por las características del consumidor y en forma secundaria por el competidor.

La imposibilidad de conocer los gustos, deseos y necesidades de cada individuo que potencialmente puede transformarse en un demandante para el proyecto, hace necesario la agrupación de estos de acuerdo con algún criterio lógico. Los criterios de agrupación dependerán, a su vez, del tipo de consumidor que se estudie. Al respecto podemos considerar a dos grandes agrupaciones que existen:

- a) La del consumidor institucional que se caracteriza por decisiones generalmente muy racionales basada en variables técnicas del producto, en su calidad, precio, oportunidad de la entrega y la disponibilidad de repuestos.
- b) La del consumidor individual que toma decisiones de compra basados en consideraciones de carácter más bien emocionales, como la moda, exclusividad de producto, prestigio de marca, etc.

4.4. OFERTA

Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

(Gabriel, Baca, Urbina.2006)

Es la cantidad de bienes o servicios que se ponen a la disposición del público consumidor en determinadas cantidades.

(Nassir, Sapag, Chain.2003)

Se puede definir que la oferta es la cantidad de bienes o servicios que se ponen a disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para que los pueda adquirir.

4.4.1. Tipos de oferta:

Con propósito de análisis se hace la siguiente clasificación de la oferta. En relación con el número de oferentes se reconocen tres tipos:

4.4.1.1.- Oferta competitiva o de mercado libre. Es la que los productores se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que existe tal cantidad de productores del mismo artículo, que la participación en el mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor. También se caracteriza porque generalmente ningún productor domina el mercado.

4.4.1.2.- Oferta oligopólica (del griego oligos, poco). Se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por solo unos cuantos productores. El ejemplo clásico es en el mercado de automóviles nuevos.

4.4.1.3.- Oferta monopólica. Es en la que existe un solo productor del bien o servicio, y por tal motivo, domina totalmente el mercado imponiendo calidad, precio y cantidad.

Entre los datos indispensables para hacer un mejor análisis de la oferta están:

- Números de productores.
- Localización.

- Capacidad instalada y utilizada.
- Calidad y precio de los productos.
- Planes de expansión.
- Inversión fija y número de trabajadores.

4.4.2.- Proyección de la oferta

Al igual que en la demanda, aquí es necesario hacer un ajuste con tres variables siguiendo los mismos criterios, a saber, que de cada una de las terceras variables analizadas, como pueden ser el PIB, la inflación o el índice de precios, se obtenga el coeficiente de correlación correspondiente. Para hacer la proyección de la oferta se tomara aquella variable cuyo coeficiente de correlación sea más cercano a uno.

4.4.3.- ANÁLISIS DE LA OFERTA

El análisis de la oferta consiste en plantear la oferta y la empresa de manera que el mercado al que se dirige comprenda y valore su ubicación en relación con la competencia: para su posicionamiento, la empresa debe comprender la manera que en el mercado meta, define sus valores y elige los diferentes vendedores. La tarea de posicionamiento consiste en tres pasos:

1. La campaña debe identificar las posibles diferencias del producto, los servicios, el personal y las imágenes que podrán señalarse en relación con la competencia.

2. La empresa debe aplicar los criterios de elegir las diferencias más importantes.
3. Debe identificarse eficazmente el posicionamiento del producto para que la empresa pueda dar el siguiente paso, o sea, planear sus estrategias competitivas de mercado y comercialización.

En la oferta de una empresa los bienes ofrecidos pueden incluir algunos servicios adicionales. De hecho, la oferta puede ir desde un simple bien, hasta un bien que incluya otros bienes y servicios menores lo cual debe promocionarse y hacerlo del conocimiento de los consumidores pues esas características en muchos casos marcan la diferencia en la decisión de compra. Algunas de las situaciones que presentan son:

1. Solo un bien tangible: aquí la oferta consiste primordialmente en un bien tangible como puede ser un jabón o la sal. Sin que ningún servicio acompañe el producto.
2. Un bien tangible acompañado de servicios: aquí la oferta consiste en un bien tangible acompañado por uno a más atractivo al consumidor.
3. Un servicio principal acompañado de bienes y de servicios menores: aquí la oferta consiste en un servicio principal, junto con algunos servicios adicionales y/o bienes de apoyo.

4. Solo un servicio: aquí la oferta consiste primordialmente en un servicio únicamente.

4.5.- PRECIO

Es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y demanda están en equilibrio.

(Gabriel Baca Urbina.2006)

Es la expresión del valor que se le asigna a un producto o servicio en términos monetarios y de otros parámetros como esfuerzo, atención o tiempo, etc.

(Coss, Bu Raúl, 1986)

Así se puede definir el precio, como el valor monetario asignado a un bien o servicio.

El precio no es solo dinero e incluso no es el valor propiamente dicho de un producto tangible o servicio (intangible), sino un conjunto de percepciones y voluntades a cambios de ciertos beneficios reales o percibidos como tales.

Muchas veces los beneficios pueden cambiar o dejar de serlo, esto lo vemos en la moda o productos que transmiten status en una sociedad. El trueque es el método por excelencia utilizado para adquirir un producto, pero se entiende el trueque incluso como el intercambio de un producto por dinero.

En el mercado libre, el precio se fija mediante la ley de la oferta y la demanda. En el caso de monopolio el precio se fija mediante la curva que maximiza el beneficio de la empresa en función de los costos de producción.

A lo largo del tiempo los precios pueden crecer (inflación) o decrecer (deflación). Estas variaciones se determinan mediante el cálculo del índice de precios, existiendo varios como el denominado índice de precios al consumidor, índice de precios de consumo o índice de precios al consumo (IPC), el (IPI), (índice de precios industriales), etc.

El producto o servicio que se intercambia tiene valor para el público en la medida que es capaz de brindarle un beneficio, resolverle un problema, satisfacerle una necesidad o cumplirle un deseo., por ello, la palabra clave de esta definición conceptual de precio es valor.

Analizar la relación que se da entre el valor y el precio permite identificar la estrategia de precio que a largo plazo puede resultar exitosa para una compañía.

El precio puede estudiarse desde dos perspectivas. La del cliente, que lo utiliza como una referencia de valor y la de la empresa, para la cual significa una herramienta por la que convierte su volumen de ventas en ingresos.

4.5.1.- Técnicas para determinar el precio

Método de costo adicionado, que consiste en determinar el precio de venta de un bien, de la presentación de un servicio o de la contraprestación de cualquier otra operación, entre partes relacionadas, multiplicando el costo del bien, del servicio o de la operación de que se trate por el resultado de sumar a la unidad el porcentaje de utilidad bruta que hubiera sido pactada entre partes independientes en operaciones comparables. Para los efectos de esta fracción, el por ciento de utilidad bruta se calculará dividiendo la utilidad bruta entre el costo de ventas.

Método de precio comparable no controlado, que consisten en considerar el precio o el monto de las contraprestaciones que se hubieran pactado con o entre partes independientes en operaciones comparables.

Método de precio de reventa, que consiste en determinar el precio de adquisición de un bien, de la prestación de un servicio o de la contraprestación de cualquier otra operación entre partes relacionadas, multiplicando el precio de reventa, o de la prestación del servicio o de la operación de que se trate por el resultado de disminuir de la unidad, el por ciento de utilidad bruta que hubiera sido pactado con o entre partes independientes en operaciones comparables. Para los efectos de esta fracción, el por ciento de utilidad bruta se calculará dividiendo la utilidad bruta entre las ventas netas.

Es indispensable conocer el precio del producto en el mercado, no por el simple hecho de saberlo, sino porque será la base para calcular los ingresos probables en varios años. Por tanto, el precio que se proyecte no será el que se use en el estado

de resultados, ya que esto implicaría que la empresa vendiera directamente al público o consumidor final, lo cual no siempre sucede, por tanto, es importante considerar cual será el precio al que se considerara en el cálculo de los ingresos.

4.6.- INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

La American Marketing Association (AMA) la define como la recopilación sistemática, el registro y el análisis de los datos acerca de los problemas relacionados con el mercado de bienes y servicios.

Con esta información se puede definir que es la recopilación y análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizado de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing.

Se trata de una potente herramienta, que debe permitir a la empresa obtener la información necesaria para establecer las diferentes políticas, objetivos, planes y estrategias más adecuadas a sus intereses.

4.6.1.- Carácter interdisciplinario de la investigación de mercados

Para poder llevar a un buen término un análisis de mercado, es necesario aplicar diversos conocimientos adquiridos a través de las siguientes materias:

La economía aplicada, psicología y la sociología. En la medida en que el funcionamiento del sistema económico se apoya en decisiones de mercado el análisis del comportamiento del consumidor necesita conocimientos de psicología, la sociología se hace necesaria para el estudio de los grupos e instituciones del mercado.

La filosofía por la destacada importancia que tiene la lógica en la investigación aplicada.

La estadística y las matemáticas por su aporte fundamental en la cuantificación de los hechos detectados en la investigación.

La comunicación, por el dialogo que se produce de forma permanente en el trabajo de campo.

La dirección empresarial, ya que los objetivos que se persiguen con la investigación están estrechamente ligados al diseño de una estrategia y al cumplimiento de unas metas de venta, precios, productos y distribución.

La capacidad innovadora, aplicada al desarrollo de nuevos métodos eficaces y diferenciados, en el diseño de soluciones rentables.

4.6.2.- Contribución de la investigación de mercados

En la toma de decisiones básicas. La investigación de mercados proporciona la información necesaria para la maduración de decisiones básicas de largo alcance de la empresa que requieren un análisis cuidadoso de los hechos.

Cuando las soluciones alternativas de los problemas son complejas, la toma de decisiones sin su auxilio es peligrosa

4.6.3.- En la tarea directiva

La investigación de mercados proporciona al directivo conocimientos válidos sobre como tener los productos en el lugar, momento y precio adecuados. No garantiza soluciones correctas pero reduce considerablemente los márgenes

de error en la toma de decisiones.

4.6.4.- En la rentabilidad de la empresa

Básicamente contribuye al aumento de beneficio empresarial pues:

- permite adaptar mejor los reductos a las condiciones de la demanda.
- Perfecciona los métodos de promoción.
- Hace por una parte más eficaz el sistema de ventas y rendimiento de los vendedores, por otra reduce el coste de ventas.
- Impulsa a los directivos a la reevaluación de los objetivos previstos.
- Estimula al personal al saber que su empresa tiene un conocimiento completo de su situación en el mercado y que se dirige hacia unos objetivos bien seleccionados.

4.6.5.- Aplicaciones de la investigación de mercados

Si esquematizamos las aplicaciones que tienen para la empresa, se detectan las siguientes utilidades:

- Análisis del consumidor:
 - a) Usos y actitudes
 - b) Análisis de motivaciones.
 - c) Posicionamiento e imagen de marcas.
 - d) Tipologías y estilos de vida.
 - e) Satisfacción de la clientela.
- Efectividad publicitaria
 - a) pre test publicitaria:
 - b) pos test publicitario:
 - c) seguimiento (tracking) de la publicidad.
 - d) Efectividad promocional.
- Análisis de producto:
 - a) Test de concepto:
 - b) Análisis multiconcepto, multiatributo.
 - c) Análisis de sensibilidad al precio.
 - d) Test de producto.
 - e) Test de envase y/o etiqueta.
 - f) Test de marca.
- Estudios comerciales:
 - a) Áreas de influencia de establecimientos comerciales.

- b) Imagen de establecimientos comerciales.
- c) Comportamiento del comprador e punto de venta.
- Medios de comunicación:
 - a) Audiencia de medios.
 - b) Efectividad de soportes.
 - c) Análisis de formatos contenidos.
- Estudios sociológicos y de opinión pública:
 - a) Sondeos electorales.
 - b) Estudios de movilidad y transporte.
 - c) Investigación sociológica.
 - d) Estudios institucionales.

4.6.6.- Las herramientas de la investigación de mercados son:

4.6.6.1.- Cuestionarios

El cuestionario no solo debe permitir una correcta interpretación de la información buscada, sino que también tiene que ser diseñado de tal forma que facilite al máximo las posibilidades de un tratamiento cuantitativo de los datos recogidos, ya que en los estudios cualitativos se denominan guías de tópicos. Es decir, hay dos aspectos que se deben tener en cuenta:

Por un lado, el cuestionario es el punto de encuentro, en la relación de comunicación, entre el entrevistador y el entrevistado. De ahí la importancia de que el cuestionario

posibilite una corriente de comunicación, fácil y exacta, que no dé lugar a errores de interpretación y permita cubrir todos los objetivos.

Por otra parte, el cuestionario es un formulario, es decir, un impreso en el que se registran datos e información, por lo que en su elaboración se definen ya los códigos de tabulación y el formato, de manera que la labor del procesado de datos resulte simple. Asimismo, la experiencia aconseja que se aproveche la realización de las encuestas piloto para probar el cuestionario diseñado, incluso después de los estudios necesarios.

Un buen cuestionario debe tener las siguientes propiedades:

Claridad del lenguaje. Hay que procurar términos que sean suficientemente claros, lo que evitara errores de interpretación.

Respuestas fáciles. Para evitar incorrecciones como consecuencia de la fatiga, hay que elaborar preguntas cuyas respuestas no supongan gran esfuerzo mental. Evitar, en lo posible, preguntas molestas. Si a pesar de ello es preciso realizadas, conviene introducir al entrevistado en el espíritu de la encuesta.

No influir la respuesta. Hay que dejar entera libertad a la hora de elegir la respuesta, sin influir de ninguna forma al entrevistado.

Dentro del cuestionario, se pueden realizar diferentes tipos de preguntas:

Abiertas y cerradas. Abiertas son aquellas en que el entrevistado puede dar libremente su respuesta. Por el contrario, en las cerradas el entrevistado debe elegir una o varias.

Preguntas para ordenar. En ellas se pide al entrevistado que según su criterio coloque por orden los términos que se le indican.

Preguntas proyectivas. Se pide la opinión el entrevistado sobre una persona, marca o situación que se le muestre.

Preguntas de control. Sirven para proporcionar una idea de la verdad y sinceridad de la encuesta realizada, es conveniente incluir una o dos en todo el cuestionario. En el caso de detectar en las preguntas de control falsedad de criterio, se ha de proceder a la eliminación de todo ese cuestionario.

4.6.6.2.- La entrevista

La entrevista es una conversación entre dos o más personas, en la cual uno es el que pregunta (entrevistador). Estas personas dialogan con arreglo a ciertos esquemas o pautas de un problema o cuestión determinada, teniendo un propósito profesional.

La entrevista es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el tema propuesto.

4.6.6.2.1.- El entrevistado

Deberá ser una persona que interese a la comunidad. El entrevistado es la persona que tiene alguna idea o alguna experiencia importante que transmitir.

4.6.6.2.2.- El entrevistador

Es el que dirige la entrevista, debe dominar el dialogo, presenta al entrevistado y el tema principal, hace preguntas adecuadas y cierra la entrevista.

4.6.6.3.- Encuestas

Una buena encuesta es aquella en que todos los individuos encuestados presentan características similares a la población, es decir, la encuesta debe parecerse a la población general, en alguna características que el investigador considere importante, de acuerdo con el producto o servicio que se está estudiando.

Una encuesta es un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población o instituciones, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos.

4.6.6.4.- Observación

La observación es una actividad realizada por un ser vivo (como un ser humano), que detecta y asimila el conocimiento de un fenómeno, o el registro de los datos

utilizando instrumentos. El término también puede referirse a cualquier dato recogido durante esta actividad.

La observación consiste en la medida y registro de los hechos observables, según el método científico, y por lo tanto, medida por instrumentos científicos.

Además, estas observaciones deben ser realizadas profesionalmente, sin la influencia de opiniones o emociones.

El estudio de mercado es la base principal para saber si un proyecto será rentable o no, para ello se busca un mercado adecuado que tenga una buena ubicación para enfocarse a la sociedad que pueda adquirir el producto o servicio (mercado meta) y a través de ello encontrar un demandante y un ofertante que estén de acuerdo en el precio para poder realizar una transacción.

4.7.- ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico permite obtener información para cuantificar las inversiones y los gastos de operación relativos a dichas inversiones.

El objetivo de este estudio tiene por objeto la obtención de la información necesaria para determinar el monto de las inversiones así como de los costos de operación pertenecientes a esta área. Su propósito es determinar las condiciones técnicas de relación del proyecto (materias primas, maquinaria, mano de obra, etc.); en este estudio se incluyen los aspectos de tamaño, localización, organización e ingeniería. Abarca el tamaño, procesos productivos y localización del proyecto.

4.7.1.-TAMAÑO ÓPTIMO DE LA PLANTA

El tamaño de la planta es la capacidad que tiene esta para producir una cantidad determinada de artículos en periodos de tiempo fijo. La importancia de fijar el tamaño idóneo que se debe tener deriva de la necesidad de cubrir una porción de mercado de acuerdo a los recursos que se poseen.

Partiendo de la capacidad instalada que se pretende tener se produce a determinar todo lo necesario para producir la cantidad de unidades fijadas. Estos estudios los realizan generalmente ingenieros, ya que el análisis requerido es muy minucioso, incluye estudios de tiempos y movimientos, optimización de recursos humanos y materias primas, diseño, márgenes de capacidad a utilizar, sobrecarga y reserva de la capacidad a utilizar, cantidad y características de la maquinaria y mano de obra entre otros.

Los factores que se deben tomar con base para definir el tamaño de la planta son:

- Tamaño del mercado y la demanda.
- Capacidad de recursos financieros, materiales y humanos.
- Suministros e insumos de materiales.
- Problemas de transporte.
- Aspectos políticos.
- Capacidad administrativa.

Un tamaño excesivo de una planta ocasiona inversiones innecesarias y un tamaño inferior al requerido por el mercado ocasiona problemas para satisfacerlo.

4.7.2.- MÉTODOS PARA LA DETERMINACION DEL TAMAÑO DE LA PLANTA

4.7.2.1. Método de Lange.

Es un modelo basado en la hipótesis de que existe una relación funcional entre el monto de la inversión y la capacidad productiva, que permite considerar la inversión inicial como medida y la capacidad de producción y por tanto el tamaño.

La fórmula del costo total mínimo sería la siguiente:

n-1

Costo Total = $I^0 (C) + \sum \frac{C}{(1+i)^t} = \text{mínimo}$

$$T=0 (1+i)^t$$

Donde:

C = costos de producción.

I^0 = inversión inicial.

i = tasa de descuento.

t = periodos considerados en el análisis.

4.7.2.2. Método de Escalación:

Es un método útil cuando la disponibilidad del capital de la inversión, y se refiere a considerar la capacidad de los equipos disponibles en el mercado, analizando las ventajas y desventajas de elaborar cierto número de horas.

4.7.3. UBICACIÓN ÓPTIMA DE LA PLANTA

Una vez que se fija el tamaño óptimo de la planta el siguiente paso consiste en fijar el lugar donde sea más conveniente establecer la planta. El propósito es el de encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto, es decir, la opción que, cubriendo las exigencias o requerimientos de proyecto, contribuya a minimizar los costos de inversión y los costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto.

La selección de alternativas se realiza en dos etapas. En la primera se analiza y decide la zona en la que se localizara la planta; y en la segunda, se analiza y elige el sitio, considerando factores como costos, topografía y situación de los terrenos propuestos. A la primera etapa se le conoce como estudio de macrolocalización o macroubicación y a la segunda de microlocalización o microubicación. En algunos proyectos su localización esta ya predeterminada, como en los casos de la silvicultura, en la agricultura, la industria petrolera, las plantas hidroeléctricas, etc.

En algunos proyectos, la localización se encuentra limitada por el requerimiento de alguna condición geográfica, o la existencia de un recurso abundante, en su mayoría la localización de los proyectos depende de los costos de transporte de las materias

primas e insumos, así como el costo de transporte de producto terminado hacia los centros de consumo, rigiéndose por el criterio de que la localización óptima es aquella que maximiza el beneficio del proyecto o que logra el mínimo costo unitario.

Posteriormente se someterán las alternativas de localización a la revisión de los aspectos comerciales, laborales, operacionales, económicos y sociales.

Sin ser rigorista se aconseja tomaré en cuenta los factores mencionados a continuación para seleccionar el área donde se ubica el proyecto:

- a) El mercado y las fuentes de materias primas.
- b) Disponibilidad de mano de obra
- c) Infraestructura

Se debe ser muy cuidadoso para que lo que planee sea realizable, pues resulta inoperante elaborar planes demasiado ambiciosos sin tomar en cuenta los factores mencionados o ser demasiado optimistas y no tomarlos en cuenta pensando que aun así se obtendrán resultados satisfactorios.

4.7.4. INGENIERÍA DEL PRODUCTO

Objetivo General

Busca resolver todo lo relacionado con la instalación y funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva.

Proceso de Producción

Es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirla en artículos mediante una determinada función de manufactura.

4.7.5. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Aparentemente la distribución de la planta no pareciera tan importante una vez que se ha determinado el tamaño y su localización, sin embargo es fundamental para lograr la optimización de los recursos invertidos, además establece condiciones que afectan o favorecen en la operación y realización de los procesos productivos.

Los objetivos principales de la distribución de la planta son:

- Lograr la integración total de todos los factores que afectan la distribución.
- Establecer la mínima distancia de recorrido en el manejo de los insumos y la maquinaria.
- Hacer uso en su caso del espacio cúbico ya que la mayoría de las veces no se considera el espacio vertical.
- Establecer seguridad y bienestar para los trabajadores.
- Considerar la flexibilidad por los posibles cambios que se puedan suscitar estableciendo una distribución con facilidades de reajuste.

4.8. PROCESO ADMINISTRATIVO Y JURÍDICO ORGANIZACIONAL

Se refiere a los factores propios de la actividad ejecutiva de la administración del proyecto: organización, procedimientos administrativos y aspectos legales, su énfasis se enfoca básicamente 2 aspectos:

- La forma jurídica de la empresa.
- La organización técnica y administración de la empresa.

La primera se refiere a los lineamientos, leyes y reglamentos que deben considerarse en todos los aspectos, ya sean civiles, penales, mercantiles, fiscales, en materia federal, estatal y municipal con el objeto de situar el proyecto en el marco jurídico más conveniente. Se establece si su constitución será a través de una persona física o por una persona moral adoptando algún tipo de sociedad.

Podemos decir que se refiere a aspectos externos hacia el cumplimiento de la normatividad existente mientras que la organización técnica y administrativa de la empresa son aspectos internos que establecen entre otras cosas la fijación de los objetivos, el proceso de trabajo, la contratación del personal, trámites gubernamentales, selección de proveedores y en general la determinación de los costos de administración.

Para el establecimiento de la organización funcional de las operaciones de la empresa es necesaria a determinación y establecimiento de los siguientes aspectos:

Organigrama. Es un instrumento en donde se representa de forma gráfica la estructura organizacional de una empresa, es decir, los puestos, niveles jerárquicos y la línea de autoridad y responsabilidad respectiva.

Objetivos. Los cuales deben establecerse de manera particular para cada departamento y general para toda la organización, mismos que deberán reunir las características de ser claros, alcanzables y medibles.

Descripción de puestos. La cual se refiere a describir el alcance, los objetivos, la autoridad, la responsabilidad y las relaciones de cada una de las posiciones o puestos de la empresa. Así como, establecer las habilidades y características del personal requerido para cada puesto y una guía para el desarrollo de cada integrante de la organización.

4.8.1. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

La organización puede definirse como ``la estructura técnica de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social, con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos señalados`` (REYES citado por Hernández: 2001, 86)

La empresa debe seleccionar la estructura organizacional adecuada, en base a sus necesidades funcionales y presupuestales, especificando de manera clara la autoridad y responsabilidad asignada a cada puesto, definiendo las funciones y las

características y las habilidades del personal idóneo para ocupar cada uno de dichos puestos.

4.8.2. ORGANIZACIÓN JURÍDICA

En México, existen diversas legislaciones o normatividades que regulan los distintos factores que conforman una empresa. Estas normas repercuten directamente en el funcionamiento de la organización, por lo cual es básico su análisis y estudio.

A continuación se mencionan las disposiciones básicas que deben considerarse en las distintas etapas del desarrollo del proyecto:

a) Mercado

1. Legislación sanitaria sobre permisos que deben obtenerse, la forma de presentación de producto, sobre todo en el caso de alimentos.
2. Elaboración y seguimiento de contratos con proveedores y clientes.
3. Permisos de vialidad y sanitarios para transporte de producto.

b) Localización

1. Estudios de posesión y vigencia de los títulos de bienes raíces.
2. Litigios, prohibiciones, contaminación ambiental, uso intensivo de agua en determinadas zonas.
3. Apoyos fiscales por medio de exención de impuestos, a cambio de ubicarse en determinadas zonas.

4. Gastos notariales, transferencias, inscripción en registro público de la propiedad y el comercio.
5. Determinación de los honorarios de los especialistas o profesionales que efectúen todos los trámites necesarios.

c) Estudio Técnico

1. Transferencia de tecnología
2. Compra de marcas, patentes y pago de regalías.
3. Aranceles y permisos necesarios en caso de importar maquinaria o materia prima.
4. Leyes contractuales.

d) Administración y Organización

1. Leyes que regulan la contratación de personal sindicalización y de confianza. Y pago de PTU.
2. Prestaciones sociales a los trabajadores.
3. Leyes sobre seguridad industrial mínima y obligaciones patronales en accidentes de trabajo.

e) Aspecto Financiero y Contable

1. Ley del impuesto sobre la renta.
2. Ley del impuesto al activo.
3. Ley del impuesto al valor agregado.

4. Leyes de instituciones de crédito y contractuales, en caso de que la empresa adquiera un financiamiento.

En el estudio técnico se determinan todos los elementos que se requieren para iniciar la operación del proyecto, al igual que en el estudio de mercado la información requiere ser preparada con gran cuidado pues la negligencia o los errores pueden ocasionar pérdidas significativas.

4.9.- ESTUDIO FINANCIERO

Con este estudio se pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos que utilizaremos para la realización de nuestro proyecto, cuál será el costo total de la operación de la fábrica, así como otra serie de indicadores que servirán para la base de la parte final y definitiva del proyecto. Éste estudio nos ayuda a demostrar la rentabilidad económica y la viabilidad financiera del proyecto y aportar las bases para su evaluación económica.

Es la última etapa del análisis de factibilidad, a través de la cual se realiza la evaluación económica del proyecto, a fin de cuantificar los recursos necesarios para llevar a cabo dicho proyecto y definir el costo de operación de la empresa.

El inversionista hará asignaciones importantes de recursos al proyecto, solo si espera en un futuro recuperar una cantidad mayor a la erogación realizada, es decir, espera utilidades de acuerdo con el monto de la inversión y el riesgo que se corra.

La utilidad puede definirse como el resultado de la productividad de la inversión del capital y esta deberá darse de acuerdo con los resultados de las operaciones del negocio y a las expectativas de los accionistas. Los accionistas y los encargados de administrar los recursos financieros de la empresa, deberán tener presente que como consecuencia del uso del capital requerirán obtener una utilidad de por lo menos el equivalente a la tasa fijada como costo del capital, que puede definirse como la tasa de rendimiento que deberán recibir los inversionistas como motivo de sus aportaciones.

La tasa de rendimiento mínima fijada por la empresa se puede determinar con base en aspectos internos y externos, es decir, tomando en cuenta los porcentajes de utilidad que ella misma generara y los créditos de los mercados de capitales, respectivamente. Esto es de suma importancia para efectuar la evaluación del proyecto de inversión.

Este estudio financiero tiene como finalidad demostrar que existen recursos suficientes para llevar a cabo el proyecto de inversión, así como de un beneficio, en otras palabras, que el costo del capital invertido será menor que el rendimiento que dicho capital obtendrá.

Principales Objetivos:

Identificar todos los ingresos y egresos que se tendrán en el negocio para poder así, calcular los costos totales, flujos de efectivo y las utilidades que tendrán.

Determinar con alguna medida cuantitativa, cual es el riesgo al realizar determinada inversión monetaria.

Administrar el riesgo de tal forma que pueda prevenirse la bancarrota de una empresa.

4.9.1.- EL PRESUPUESTO

Un presupuesto en un contexto muy general es la estimación anticipada de los gastos a incurrir, recursos a invertir, así como los ingresos que se esperan en un periodo futuro de tiempo determinado.

Esta herramienta es fundamental en el estudio financiero de un proyecto de inversión ya que para su realización se requiere de la realización de presupuestos de diversos tipos.

4.9.1.1.- PRESUPUESTO DE INVERSIÓN INICIAL

A este presupuesto le conoce como inversión total inicial: fija y diferida sin embargo debemos tener cuidado en su contenido ya que si se denomina de esta forma no incluye el capital del trabajo, en este caso si se ha considerado como parte de este. La información que presenta es referente a adquisición a todos los activos fijos (tangibles) y diferidos (intangibles), que se requieren para iniciar la operación de la empresa así como el capital del trabajo.

Considerando este presupuesto de forma general podemos decir que está formado por tres sub presupuestos o elementos fundamentales:

- 1) De activos fijos tangibles. Los activos tangibles son aquellos que se pueden tocar físicamente y que son la base de la producción y operación de la empresa. Comprende las instalaciones, la maquinaria, el equipo de transporte, la herramienta instrumental, el mobiliario, así como cualquier otro equipo que se requiera. Se les llama activo fijo pues la empresa los adquiere con la finalidad de utilizarlos y no venderlos, además son bienes de los que la empresa no puede prescindir fácilmente.

- 2) De activos diferidos intangibles. A diferencia de los anteriores estos no se pueden tocar ni su valor se aprecia físicamente, sin embargo también son bienes necesarios para la operación de la empresa. En este tipo de activos encontramos el crédito comercial, las marcas y patentes, los diseños industriales, los gastos realizados anticipadamente como los de instalación u organización. Representan derechos pendientes de aprovechar cuya otra diferencia con los fijos es que estos se amortizan y los otros se deprecian.

Es muy recomendable elaborar una lista de todos los activos fijos y diferidos que se requieran en la ejecución del proyecto.

- 3) Del capital de trabajo. En la vida de una empresa y de forma contablemente el capital de trabajo se obtiene de restar al activo circulante el importe total del pasivo circulante. Para efectos de un proyecto también forma parte de la

inversión inicial ya que en un primer término las inversiones se realizan en activos fijos y diferidos que en estricto sentido al inicio del proyecto son inversiones inamovibles por lo que se requiere de una cantidad adicional para iniciar la operación y funcionamiento de la empresa pues se requiere adquirir los insumos necesarios para la producción, pagar la mano de obra así como tener disponible efectivo para los gastos diarios que se presenten. Pero la misma manera que se realizan estas inversiones se pueden ser sujeto de crédito con proveedores, acreedores, impuestos por pagar u otros conceptos que nos otorguen financiamiento a corto plazo. El capital de trabajo está formado por los recursos que se deben tener para iniciar operaciones.

El capital de trabajo se entrega por tres rubros básicamente: valores e inversiones, inventario y cuentas por cobrar.

- a) Valores e inversiones. Este concepto va más allá del que comúnmente conocemos: caja y bancos. La diferencia radica en que hoy en día la empresa debe contar con el dinero suficiente para solventar además de los gastos cotidianos, también los imprevistos. Aunado a lo anterior cada vez hay más instrumentos de inversión con plazos muy cortos que proporcionan rendimientos superiores a los que otorgan las cuentas de cheques que se manejan, evitando así tener el dinero en forma ociosa, lo ideal es buscar siempre instrumentos que se ajustan a nuestras necesidades y permitan la inversión y recuperación en las fechas requeridas para hacer frente a las obligaciones contraídas. Toda acción que busque incrementar los recursos de la empresa promueve y eleva la rentabilidad de la misma.

Existen algunos modelos para calcular el monto de efectivo que se debe tener disponible tal el caso del modelo Baumol que su pone es posible programar con exactitud las fechas y las necesidades de dinero más una cantidad extra como margen de seguridad.

b) Inventario. Existen diferentes tipos de inventario como son los inventarios de artículos terminados y en proceso en los cuales establecer una formula general para su obtención es muy complicado, no así para el inventario de materia prima al cual le es aplicable el modelo de lote económico. Este modelo considera algunos costos que se incrementan cuando se tiene un inventario más alto como los gastos de almacenamiento, obsolescencia y seguros mientras que por el otro lado también existen costos que disminuyen cuando el inventario es mayor con la obtención de descuentos en las compras y los costos derivados por interrupciones en la producción por falta de materia prima. Este modelo busca el equilibrio entre los costos que aumentan y los que disminuyen con el objetivo de optimizar el manejo de inventario.

Su fórmula es:

$$\text{Lote económico} = LE = \frac{\sqrt{2FU}}{CP}$$

Donde:

LE= Es la cantidad optima a adquirir cada vez que se compre materia prima para inventario.

F= Son los costos fijos de colocar y recibir una orden de compra.

U= Al consumo anual en unidades de materia prima. (lts, kg, ton.)

C= Es el costo para mantener el inventario, considerando una tasa de rendimiento que se obtendrá si el dinero destinado a la compra de materiales se invirtiera en otro medio.

P= Precio de compra unitario.

- c) Cuentas por cobrar. Cuando se inician las operaciones se debe considerar el plazo por el que se otorgara crédito a las primeras ventas. Las cuentas por cobrar determinan el monto de la inversión necesaria como consecuencia de dichas ventas a crédito y el periodo promedio en el que se recuperara el capital.

$$\text{Cuentas por cobrar.} = \frac{\$ \text{ventas anuales}}{365} * \text{p.p.r.}$$

Donde p.p.r. es el periodo promedio de recuperación.

Una vez que se ha analizado lo concerniente el capital de trabajo en las inversiones que se efectúan es importante analizar también la contraparte en este caso es el pasivo circulante constituido con las deudas adquiridas a corto plazo, sin embargo lo interesante surge al momento de determinar la cantidad de recursos apropiados para solventar una parte de la inversión necesaria en el capital del trabajo.

El criterio que se estableció es la determinación de la tasa circulante:

$$\text{T.C.} = \text{Tasa circulante} = \frac{\text{activo circulante}}{\text{pasivo circulante}}$$

El valor promedio en la industria es de 2.5 lo que significa que por cada 2.5 pesos invertidos se debe financiar 1 sin que esto afecte de manera significativa las finanzas de la empresa.

4.9.1.2.- PRESUPUESTO DE OPERACIÓN

Este presupuesto está formado por los ingresos y erogaciones que se esperan derivados de la operación del proyecto teniendo como objetivo determinar los flujos de efectivo que se obtendrán a lo largo de cada periodo

4.9.1.3.- PRESUPUESTO DE INGRESOS

Es también llamado presupuesto de ventas. Una vez que se va a proyectar el presupuesto de operación este es el primer presupuesto a elaborar ya que en base a la información obtenida en el estudio técnico y de mercado en cuanto a oportunidades del mercado, capacidad de producción, estrategias y canales de comercialización a utilizar, se está en condiciones de pronosticar de manera objetiva los ingresos que se esperan obtener y determinar a su vez las erogaciones que se deberán realizar para generar la cantidad de mercancías requeridas para generar dichos ingresos.

4.9.1.4.- PRESUPUESTO DE EGRESOS

Muy frecuentemente se habla de los costos en los que se incurre para elaborar o comercializar un determinado artículo, sin embargo no existen definiciones absolutas para este concepto debido a que se tiene una aplicación muy amplia.

“costo es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro o en forma virtual.” (Baca Urbina, 2001, p.p.161).

Algunos diferencian los costos de los gastos en base al criterio de que los costos son recuperables y los gastos, sin embargo es importante considerar que en un sentido más estricto ambos son recuperables a menos que se obtuviera una pérdida como resultado de las operaciones realizadas.

Por último se puede decir que los costos son las inversiones que se obtuvieron que realizar para la generación y venta de producto.

4.9.2.- PUNTO DE EQUILIBRIO

“El punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios. Si los costos de una empresa solo fueran variables, no existiría problema para calcular el punto de equilibrio” (Baca Urbina, 2001, p.p. 171).

Se denomina punto de equilibrio ya que si se expresa gráficamente se determina un punto donde los ingresos provenientes de las ventas son iguales a los costos fijos y variables que los generaron, en cuyo caso no hay utilidad ni pérdida.

Es muy importante señalar que esta es una técnica que proporciona información de análisis y planeación fijando desde el principio la cantidad de artículos que se deben vender para no generar pérdidas y de ahí proyectar las ventas de acuerdo con los rendimientos que se desean obtener, por tanto su finalidad en ningún momento es evaluar la rentabilidad de una inversión.

Su determinación es de la siguiente forma:

$$P.E. = \frac{C.F.}{(P.V.-C.V.)}$$

Donde:

P.E= Punto de equilibrio.

CF= Costos fijos totales.

PV= Precio de venta.

CV= Costos variables totales.

Algunas de las desventajas que presenta en la dificultad en algunos casos para clasificar los costos fijos y los variables, además de que no se considera el tiempo pues calcula sobre unos costos dados, por tanto si estos cambian el punto de equilibrio también cambia.

4.9.3.- COSTO DE CAPITAL

Es conocido también como a tasa mínima de rendimiento (TMAR). El costo de capital es el rendimiento mínimo que aceptara un inversionista al destinar sus recursos a un proyecto. Algunos consideran como tasa mínima la que otorgan las instituciones financieras, que es la que se obtendría si la inversión se efectuase ahí en el lugar de llevar a cabo el proyecto, sin embargo los efectos inflacionarios provocan que aún con esta tasa el valor de los rendimientos obtenidos no sean netos y que la mayoría de las veces el poder adquisitivo de la inversión se vea disminuido. Tomando en cuenta esta variable económica la tasa que ofrezca el costo de capital debe ser superior o por lo menos igual al índice inflacionario para mantener o aumentar según sea en caso el poder adquisitivo del capital invertido.

El costo de capital se determina:

$$K = \frac{i - B f}{M}$$

Donde:

I = Intereses, gastos y comisiones.

B f = Beneficio fiscal.

M = Monto.

4.9.4.- ANÁLISIS DE LA VIABILIDAD DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN

En todas las empresas es necesario, en mayor o en menos medida, hacer frente a inversiones sobre las que se vaya a basar la operación del negocio. El análisis de la viabilidad de una inversión consiste en el hecho de plantearnos si los ingresos derivados de nuestro proyecto de negocio van a ser suficientes para hacer frente a los compromisos adquiridos con los inversionistas que ponen a nuestra disposición el dinero para financiarlo (accionistas y terceros suministradores de financiación), y en qué medida ese proyecto va a ser rentable.

4.9.5.- MÉTODOS PARA LA EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN

Una vez que se ha reunido la información necesaria acerca del proyecto de inversión en estudio el siguiente paso es evaluarlo y llevarlo a cabo o no.

Generalmente los proyectos de inversión se evalúan de acuerdo al periodo de la recuperación de la inversión y a su rendimiento, si un proyecto supera la exigencia de ser recuperable en un tiempo mínimo establecido considerando los rendimientos generados durante ese tiempo entonces se realiza la comparación respectiva entre el tasa real de rendimiento contra la tasa mínima de rendimiento requerida.

Al evaluar un proyecto de inversión se toman en cuenta dos aspectos importantes: primero, considerar o el valor del dinero en el tiempo y segundo, considerar una cantidad igual a la que se invertiría en bienes como si se invirtiera en valores y generará un interés.

Los métodos de evaluación que se consideran el valor del dinero a través del tiempo son:

- a) El método de la tasa interna de rendimiento. (T.I.R.)
- b) El método del valor presente neto. (V.P.N.)

En cambio los métodos que no consideran el valor del dinero en el tiempo son:

- a) El método del periodo de recuperación de la inversión.
- b) El método de tasa de rendimiento contable.

4.9.5.1.- MÉTODO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO

Se entiende por tasa interna de retorno a la tasa máxima que el inversionista está dispuesto a pagar a quién financia el proyecto.

Como en su cálculo se consideran flujos de efectivo descontados se le conoce también aunque no en forma usual como tasa de rendimiento descontada.

La tasa interna de retorno busca el momento hasta el cual el inversionista podrá ganar, para ello buscara aquella tasa en la cual el valor presente neto sea igual a 0; para lograr esto es necesario que la diferencia entre el valor actual del flujo y la inversión se iguale a 0.

La TIR se calcula considerando dos variables, primero cuando los flujos moderados o el proyecto son iguales, determinando el periodo de recuperación de la inversión, posteriormente la tasa de rendimiento y la tasa mínima requerida, para compararlas y

determinar si es posible aceptar o si se debe rechazar el proyecto. Segundo cuando los flujos generados son desiguales, se recomienda obtener un promedio de flujos y determinar una tasa promedio siguiendo el procedimiento descrito para el primer paso.

Las ventajas de este método son:

- a) Considera el valor del dinero a través del tiempo.
- b) No se requiere conocer la tasa de descuento para poder realizar los cálculos.

Las desventajas de este método son:

- a) Cuando los flujos de efectivo generados por el proyecto no son uniformes se requieren más cálculos los cuales pueden ser más tediosos.
- b) Al determinar la tasa de descuento necesaria para igualar el valor presente de los flujos con el valor de la inversión se obtendrá dos o más tasas lo cual complica la interpretación de los resultados.
- c) Se pueden realizar conclusiones erróneas cuando los flujos del proyecto a través de los años son negativos y positivos.

4.9.5.2.- MÉTODO DEL VALOR PRESENTE NETO

En este método los flujos generados por un proyecto habrán de descontarse a la tasa de rendimiento requerida que los inversionistas esperan que la compañía obtenga; así, si el valor presente de los flujos es inferior al valor de la inversión, se rechazara

el proyecto pues su aprobación se requiere que la suma de los flujos de efectivo sea cero o más.

El valor presente de una inversión se define como la cantidad máxima que una compañía estaría dispuesta a invertir a un proyecto a la diferencia entre el valor presente de los flujos y el valor de la inversión se denomina valor presente neto.

Existen otras formas de expresar el criterio de aceptación como por ejemplo en decir que se aceptara el proyecto si es que el valor presente de los ingresos de efectivo rebasa el valor presente de las salidas de efectivo.

Para poder aplicar el método del valor presente neto, es necesario determinar cuatro elementos básicos:

- 1) El valor neto de la inversión.
- 2) Los flujos anuales netos esperados, además del valor de desecho del proyecto.
- 3) La vida del proyecto.
- 4) La tasa de descuento, o tasa de rendimiento requerida.

Las desventajas de este método son:

- a) Se necesita conocer la tasa de rendimiento requerida para poder proceder a evaluar los proyectos.
- b) Un error en la determinación de la tasa de rendimiento requerida repercute en la evaluación de los proyectos.

- c) Un aumento o disminución en la tasa de rendimiento requerida puede cambiar la jerarquización de los proyectos.

Las ventajas de este método son:

- a) Si considera el valor de dinero en el tiempo.
- b) Siempre es más conveniente contar con proyectos que proporcione el mayor valor presente de sus flujos esperados que es precisamente lo que este método nos proporciona.
- c) Es posible calcular el valor presente de los flujos de un proyecto independientemente de que en algún año los flujos sean negativos.

4.9.5.3.- MÉTODO DE LA TASA DE RENDIMIENTO

Este método se calcula a razón de las utilidades anuales promedio por lo que se considera utilidades y no flujos de efectivo, debido a que en contabilidad se calculan las utilidades sobre bases acumulativas derivada de los registros efectivos.

La tasa de rendimiento se calculara dividiendo las utilidades anuales netas promedio de rendimiento para una propuesta se le puede comparar con la tasa de rendimiento requerida para determinar si se debe aceptar o rechazar una propuesta específica.

Las desventajas de este método son:

- a) No se toma en cuenta el valor del dinero en el tiempo, considerando en igual forma que las utilidades netas sean generadas en los primeros o en los últimos años de vida del proyecto.

- b) En ocasiones el promedio de utilidades netas, no resulta ser cifra representativa puesto que se ve afectada por los valores extremos ya sea utilidades o pérdidas que se salgan notablemente de rango de datos utilizados al determinar la medida.
- c) Su cálculo se complica cuando la inversión no se hace en su totalidad al inicio de la vida del proyecto.
- d) Se consideran utilidades en lugar de flujos y estas se ven disminuida por las depreciaciones y amortizaciones entre otras.

Las ventajas de este método son:

- a) Es comúnmente utilizado para evaluar proyectos de inversión.
- b) Las decisiones de inversión a largo plazo repercuten en las utilidades de la empresa y sobre el monto de lo invertido por lo que afecta la tasa de rendimiento que se utiliza para evaluar a la administración.
- c) Permite conocer la tasa de rendimiento y evaluarla, pues aunque sea alta es muy importante el tiempo en que habrá de tardarse en generar los beneficios, lo que pudiese ocasionar que no se lleve a cabo el proyecto.

4.9.5.4.- MÉTODO DEL PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Este método nos indica el número de años necesarios para recobrar nuestra inversión inicial en efectivo, es la razón de la inversión inicial fijada dividida entre los ingresos anuales de efectivo durante el periodo de recuperación.

El periodo de recuperación de la inversión se puede calcular de dos formas: si los flujos de ingresos netos son variables o uniformes; en caso de que sean variables, será necesario sumar los flujos esperados hasta que esta suma iguale la inversión inicial.

Como nos hemos dado cuenta la elaboración de un proyecto de inversión no es una tarea sencilla, se requiere de profesionistas de diversas áreas bien capacitados, con gran visión y experiencia que conjunten sus conocimientos y habilidades otorgando seguridad al inversionista antes de destinar sus recursos a un determinado plan.

El diseño y elaboración de un proyecto de inversión se vuelve indispensable para optimizar los recursos financieros de toda entidad dentro de una economía cada vez más cambiante y con agresivas competencias donde no necesariamente solo el fuerte puede vencer sino el más inteligente.

Es por eso que todas las etapas deben ser estudiadas y evaluadas en forma minuciosa pues su importancia es esencial ya que el incurrir en errores en cualquiera de ellas nos llevaría a tomar decisiones equivocadas. El elaborar un proyecto de inversión permite tener a la mano la información necesaria para tomar la decisión correcta, además de implantar los controles necesarios para que al desarrollarlo se tenga éxito.

La elaboración de cada proyecto es particular e independiente pues su enfoque se define de acuerdo a la naturaleza del mismo, en nuestro caso además de la metodología que todo proyecto debe tener se deben considerar aspectos generales y básicos que establecen las leyes mexicanas como del país de destino para la

exportación e incursión de nuestros productos en los mercados internacionales en los que pretendemos penetrar.

CAPÍTULO 5

PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA AMPLIACIÓN DE UN TALLER DE MANUFACTURA TEXTIL EN LA COMUNIDAD DE SAN FELIPE DE LOS HERREROS, MICHOACÁN.

Este capítulo consiste en identificar y ordenar todos los factores de inversión, costos e ingresos que puedan deducirse de los estudios previos.

5.1.- METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

5.1.1. Objetivo General: Diseñar un proyecto de inversión para la ampliación de un taller de manufactura textil en la comunidad de San Felipe de los Herreros, Michoacán. Además de:

- Obtener rentabilidad estimada y aceptación en la región.
- Ganar parte del mercado ya establecido mediante nuestro producto diferenciado.
- Generar empleo y autoempleo.
- Mantener un status social reconocido en toda la región.

5.1.2. Hipótesis: A partir de la aplicación de un proyecto de inversión se detectará la viabilidad de establecer un taller de manufactura textil en la comunidad de San Felipe de los Herreros.

5.1.3. Justificación: El proyecto propuesto busca, mediante la aplicación de la teoría y los conceptos básicos de mercado, técnicos, financieros, administrativos y jurídicos, analizar factores internos y externos que intervengan en el desarrollo del estudio de factibilidad para el diseño. Lo anterior permitirá llevar a la realidad los conceptos teóricos.

Esta inversión no solo tiene beneficios económicos, sino que también proporcionan muchas ventajas competitivas. La calidad y el precio de un producto son dos de los factores más dominantes y que tienen más influencia en la decisión de compra, la satisfacción del cliente y también la cuota de mercado. Así, para que una empresa logre calidad y bajo precio, debe realizar inversiones tecnológicas para la manufactura avanzada.

Logrando de esta manera mantenerse en los mercados dinámicos de estos periodos de globalización.

La marginación y las condiciones de vida requieren de un crecimiento económico más acelerado, sustentando de manera muy importante en la estabilidad, modernidad y competitividad de su sector productivo. Esto conlleva la necesidad de contar con recursos humanos con la capacidad científica y técnica para desarrollar y adaptar tecnología en las áreas que actualmente permiten a una industria sobrevivir a las condiciones cambiantes del mercado, flexibilizar su oferta, reducir costos, y asegurar su posición de competencia a nivel nacional.

5.2.- ESTUDIO DE MERCADO

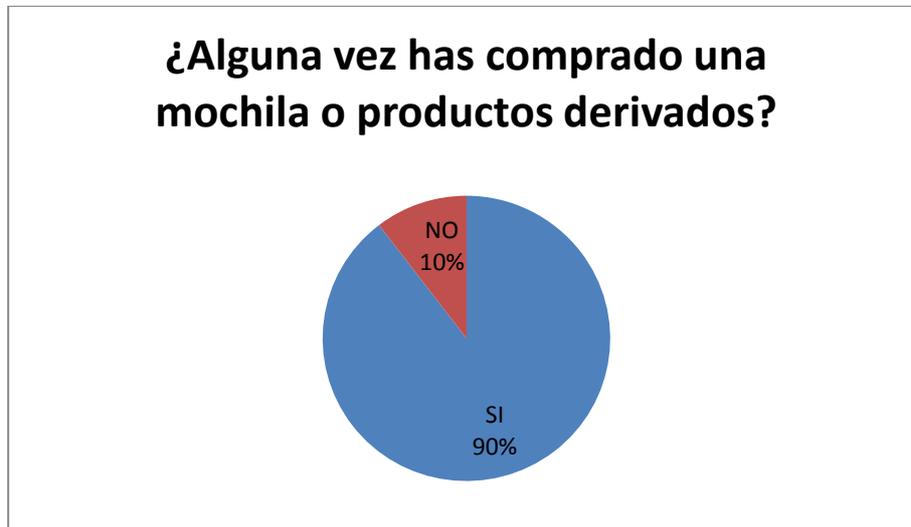
En este punto se debe demostrar que existe una oportunidad de negocio. Servirá como base para diseñar las estrategias. Es una labor de investigación a partir de datos internos y externos.

5.2.1. DISEÑO DEL CUESTIONARIO

Tiene por objetivo recabar aquella información que definirá la orientación del proyecto, nos ayuda a distinguir las necesidades del mercado, las características principales, los antecedentes de las empresas existentes determinan una posible demanda de los productos y servicios y algunos datos extras que servirán de base para el trabajo.

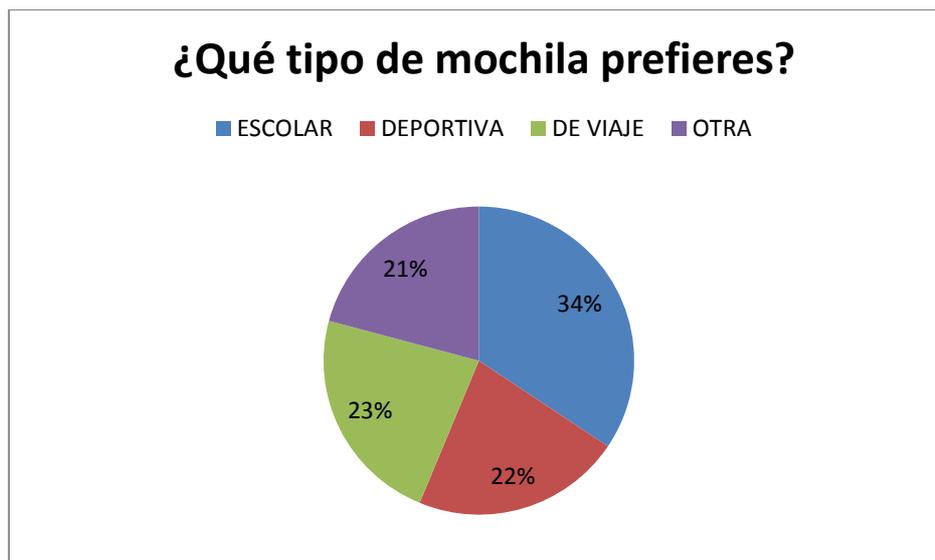
5.3.- EVALUACIÓN DEL PROYECTO

GRÁFICAS E INTERPRETACIONES



FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA 2013.

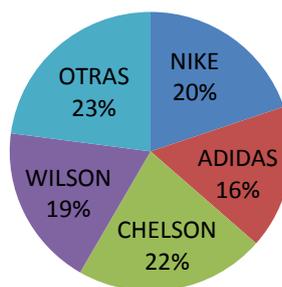
La gráfica anterior nos demuestra que dentro de la comunidad el 90% de las personas han comprado alguna vez una mochila, por lo que es bueno para conseguir nuestro objetivo.



FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA 2013.

Esta gráfica podemos ver que el 34% de las personas prefieren comprar más mochilas de tipo escolar y el 23% prefieren mochilas de viaje. Por lo tanto ya sabemos la preferencia del sector y esto nos permitirá satisfacer con mayor éxito los gustos de las personas.

¿Por favor, mencione las marcas de mochilas que ha comprado o utilizado alguna vez?

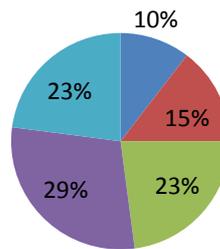


FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA 2013.

En la gráfica anterior se puede ver que el 23% de las personas consultadas ha comprado o adquirido mochilas que no son de marcas comerciales, por lo que representa una oportunidad para nosotros de penetrar en el gusto de las personas con una marca diferente que permita satisfacer las necesidades de la población.

¿Con qué frecuencia compras mochilas?

■ CADA MES ■ CADA 3 MESES ■ CADA 6 MESES
■ CADA AÑO ■ MAS DE UN AÑO

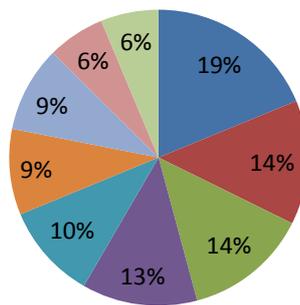


FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA 2013.

Esta gráfica refleja que el 29% de los encuestados compra mochilas cada año, mientras que el 23% las adquiere cada seis meses, esto nos permitirá programar nuestra producción por temporadas al año.

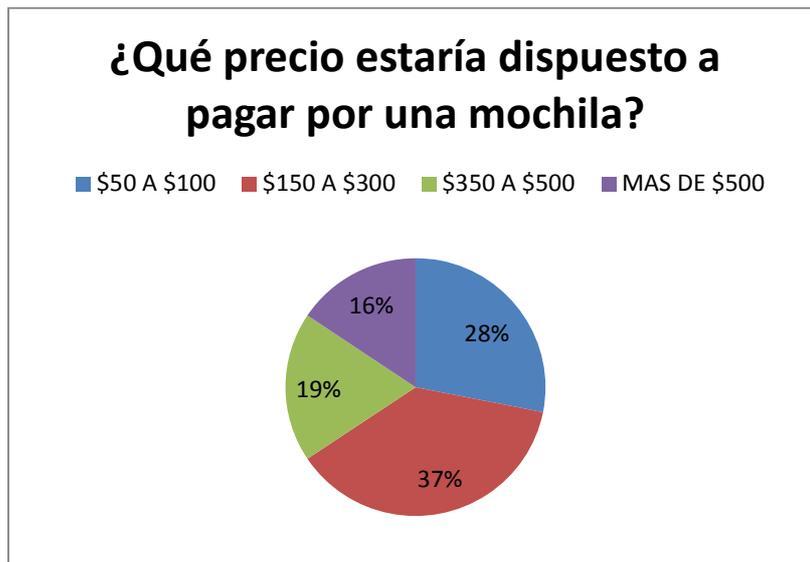
¿Cuál es la importancia que le da usted, al momento de comprar una mochila?

■ CALIDAD ■ COMODIDAD ■ DURABILIDAD
■ DISEÑO ■ PUNTO DE VENTA ■ MATERIAL
■ FUNCIONALIDAD ■ PRECIO ■ TAMAÑO



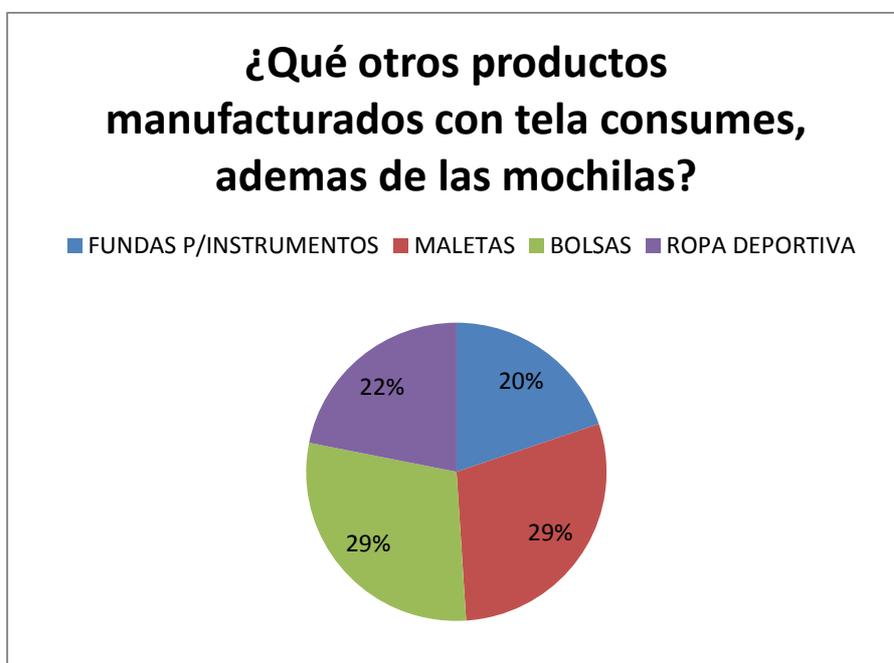
FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA 2013.

En la gráfica se aprecia que el 19% de las personas le dan gran importancia a la calidad al momento de comprar una mochila, mientras que el 14% les importa también la comodidad y la durabilidad. Por lo tanto se debe dar prioridad a estos tres aspectos al diseñar una mochila para que cumpla con los gustos de la población.



FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA 2013.

La gráfica nos permite apreciar que el 37% de las personas invierten de \$150 a \$300 en una mochila aproximadamente, por lo tanto serían nuestras principales entradas de dinero al negocio.



FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA 2013.

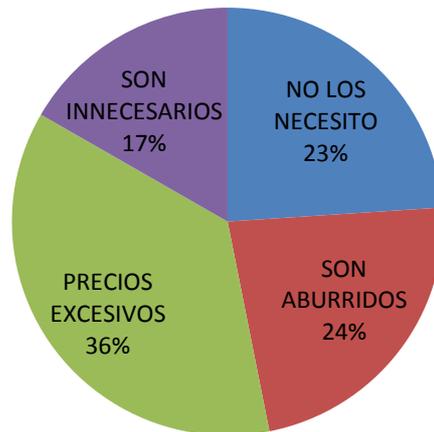
En la gráfica anterior se puede ver que con el 29% las personas consumen también maletas para viajar y bolsas de mano. Esto nos ayudara a producir con más frecuencia estos productos para lanzarlos al mercado y hacer crecer nuestra gama de productos.



FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA 2013.

En esta gráfica se puede apreciar que al 98% de las personas les gustaría adquirir este tipo de productos dentro de la comunidad de San Felipe de los Herreros, con la seguridad de contar con garantía en su inversión.

Por favor, mencione cuál o cuáles son las razones por las cuales no podría adquirir una mochila y sus derivados

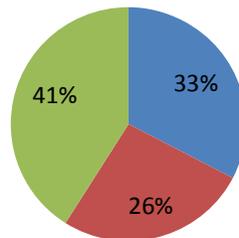


FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA 2013.

La siguiente encuesta nos muestra que el 36% de las personas no comprarían estos productos por tener un precio alto. Mientras que el 24% dice que son aburridos. Por lo tanto debemos innovar en nuestros productos y conocer los cambios de gustos en los consumidores y manejar un precio estable para que las personas puedan adquirirlo con facilidad y satisfaga sus necesidades.

¿Qué diseños te gustaría que tuvieran estos productos?

■ ESTAMPADOS ■ BORDADOS ■ DISEÑOS PERSONALIZADOS



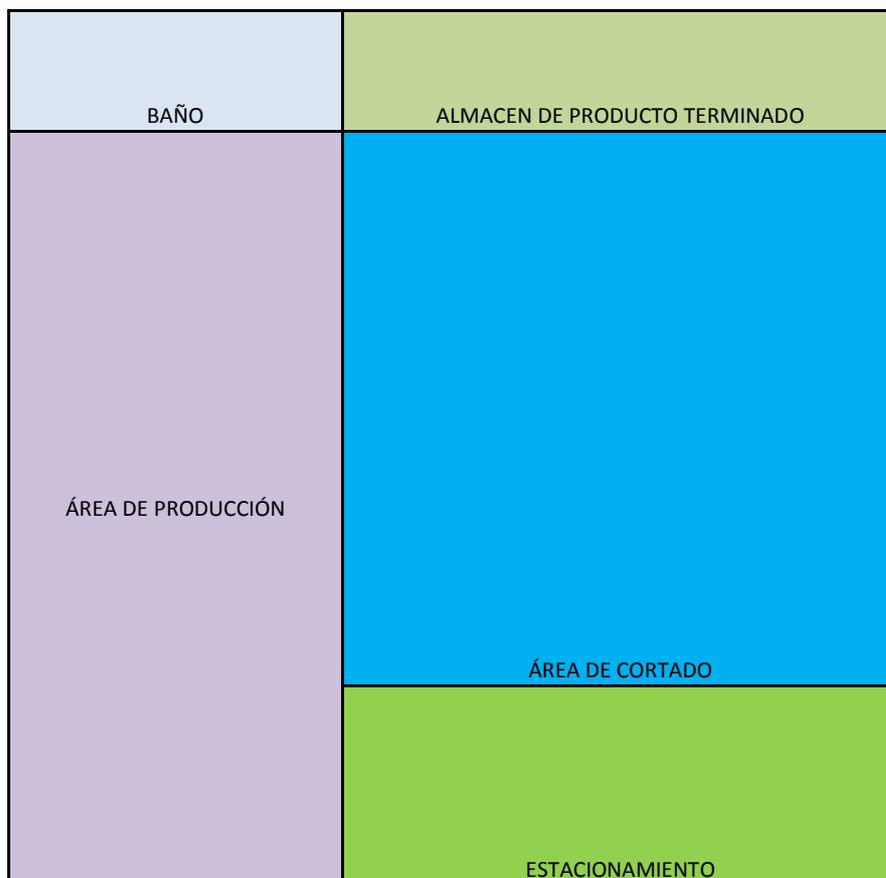
FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA 2013.

En la gráfica se puede ver que al 41% de las personas les gustaría que los productos se elaboraran de acuerdo a sus gustos, por lo que se afirma que son aceptados los diseños personalizados en la comunidad.

5.4.- ESTUDIO TÉCNICO

Sirve para hacer un análisis del proceso de producción de un bien o la prestación de un servicio. Incluye aspectos como: materias primas, mano de obra, maquinaria necesaria, plan de manufactura, inversión requerida, tamaño y localización de las instalaciones, forma en que se organiza la empresa y costos de inversión y operación.

UBICACIÓN DE LA EMPRESA Calle: Guillermo Prieto No. 11 Barrio de Santa Catarina C.P. 60241 San Felipe de los Herreros, Municipio de Charapan, Michoacán, México.



MAQUINARIA



MÁQUINA RECTA BROTHER



MÁQUINA OVER 8 HILOS

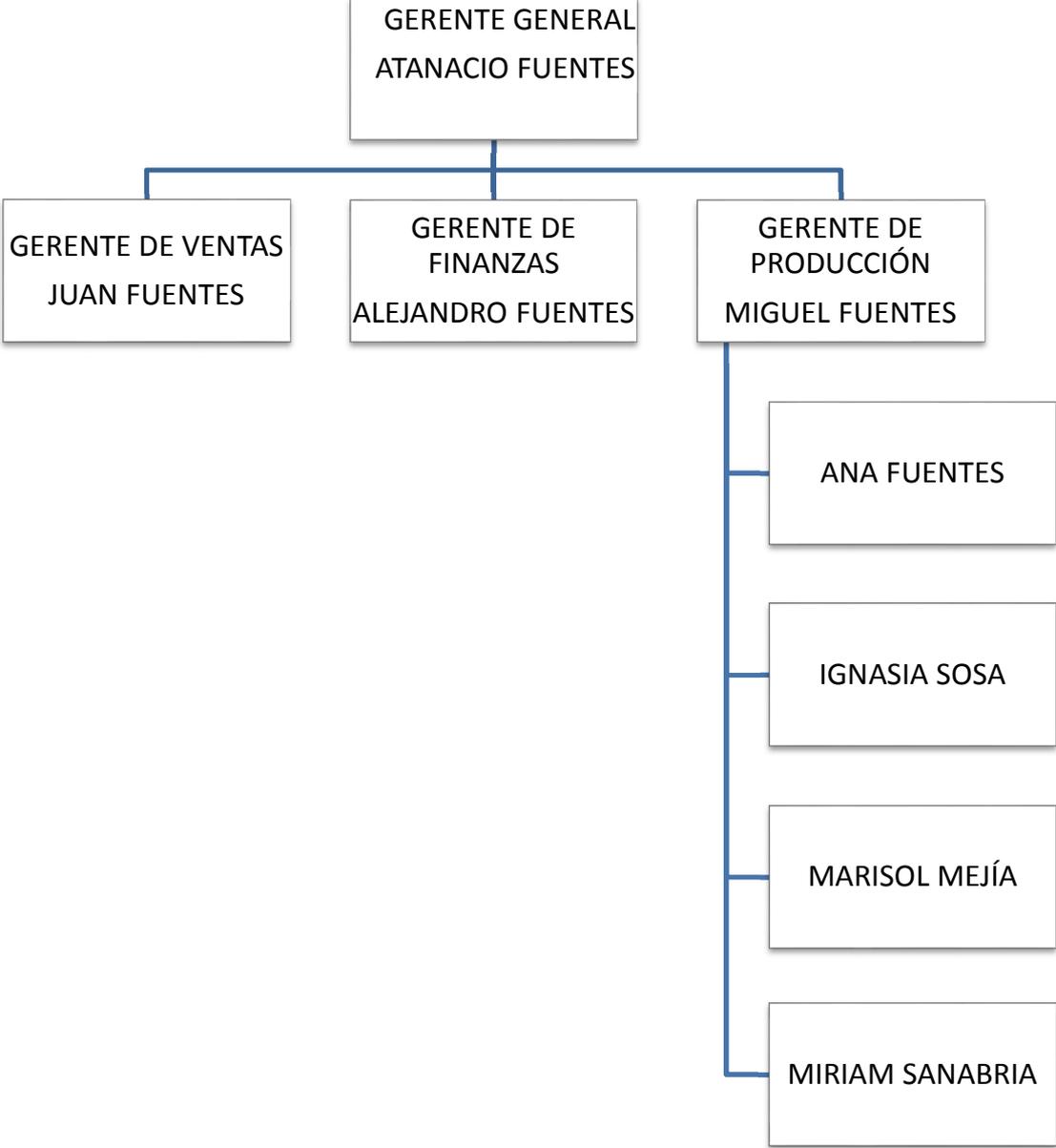


RIVITEADORA TENEX



CORTADORA YAMAHA SILVER

5.5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y JURÍDICO ORGANIZACIONAL



DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

GERENTE GENERAL:

ATANACIO FUENTES SANABRIA

Nombre del Puesto	Gerente General
Nivel Jerárquico	Dirección General
Subordinación	Gerente de ventas, de producción y de finanzas
Supervisión	Ninguno
Relaciones laterales	Ninguno

Actividades:

- Supervisar las tarea de sus gerentes subordinados
- Visitar a los proveedores de las distintas comunidades
- Solicitar a sus subordinados un reporte mensual de sus actividades
- Programar los pagos a sus proveedores y trabajadores

GERENTE DE VENTAS:

JUAN FUENTES SOSA

Nombre del Puesto	Gerente de Ventas
Nivel Jerárquico	Gerencia
Subordinación	Ninguno
Supervisión	Gerente General
Relaciones laterales	Finanzas y Producción

Actividades:

- Entregar en tiempo y forma los pedidos semanales y mensuales a las distintas comunidades
- Llevar una bitácora de los pedidos requeridos semanalmente

- Llevar una bitácora de las ventas realizadas y entregarlas al departamento de finanzas
- Elaborar una lista de actividades de rutina para que las realice su auxiliar

GERENTE DE FINANZAS:

ALEJANDRO FUENTES SOSA

Nombre del Puesto	Gerente de Finanzas
Nivel Jerárquico	Gerencia
Subordinación	Ninguno
Supervisión	Gerente General
Relaciones laterales	Ventas y Producción.

Actividades:

- Realizar un corte de caja de manera mensual
- Llevar una bitácora de los ingresos y egresos mensuales
- Llevar un control de las ventas de contado y de crédito
- Realizar una conciliación contable de manera mensual para verificar que no haya faltantes monetarios
- Entregar un reporte financiero mensual al gerente general

GERENTE DE PRODUCCIÓN:

MIGUEL FUENTES SOSA

Nombre del Puesto	Gerente de Producción
Nivel Jerárquico	Gerencia
Subordinación	Auxiliares de Producción
Supervisión	Gerente General
Relaciones laterales	Finanzas y Ventas

Actividades:

- Elaborar una bitácora de los productos a producir de manera semanal y mensual
- Indicar que partes o piezas elaborara cada maquilador
- Elaborar una bitácora de los errores que se presenten
- Llevar un control de los desperdicios que se presenten
- Establece la meta a cumplir en el mes
- Entregar un reporte de producción mensual al gerente general
- Realiza una junta de manera mensual para mencionar a todos sus subordinados si se han cumplido las metas o no
- Elaborar una lista de actividades a su auxiliar

MAQUILADOR: Se cuenta con cuatro personas en el mismo puesto que realizan las siguientes actividades.

ANA FUENTES, IGNACIA SOSA, MARISOL MEJÍA, MIRIAM SANABRIA.

Nombre del Puesto	Maquilador
Nivel Jerárquico	Operativo
Subordinación	Ninguno
Supervisión	Gerencia de Producción
Relaciones laterales	Ninguno

ACTIVIDADES:

- Elaborar las mochilas con las piezas disponibles
- Llevar un registro de los productos terminados
- Cumplir con su cuota requerida de producción
- Estibar la mercancía terminada

- Realizar mantenimiento a las máquinas mensualmente

NORMAS SOBRE SEGURIDAD INDUSTRIAL

1.- Condiciones de seguridad para la prevención y protección contra incendios.

Esta norma establece las condiciones de seguridad para la prevención contra incendios. Se aplica en aquellos lugares donde las mercancías, materias primas, productos o subproductos que se manejan en los procesos, operaciones y actividades que impliquen riesgos de incendio.

(Nom-002-STPS-1993) de las Normas Oficiales Mexicanas.

2.- Sistemas de protección y dispositivos de seguridad en maquinaria, equipos y accesorios.

Esta norma tiene por objetivo prevenir y proteger a los trabajadores contra los riesgos de trabajo. Se aplica dónde por la naturaleza de los procesos se emplee maquinaria, equipo y accesorios para la transmisión de energía mecánica.

(Nom-004-STPS-1994) de las Normas Oficiales Mexicanas.

3.- Protección personal para los trabajadores en los centros de trabajo.

El objetivo de esta norma es establecer los requerimientos de la selección y uso del equipo de protección personal para proteger al trabajador de los agentes del medio ambiente de trabajo que puedan alterar su salud y vida. Se aplica en todos los centros de trabajo como medida de control personal en aquellas actividades

laborales que por su naturaleza, los trabajadores estén expuestos a riesgos específicos.

(Nom-015-STPS-1994) de las Normas Oficiales Mexicanas.

4.- Señales y avisos de seguridad e higiene.

Establece el código para elaborar señales y avisos de seguridad e higiene; así como las características y especificaciones que éstas deben cumplir. Las señales y avisos de seguridad e higiene que deben emplearse en los centros de trabajo, de acuerdo con los casos que establece el Reglamento General de Seguridad e Higiene en el Trabajo, y no es aplicables a señales o avisos con iluminación propia. Por lo tanto se aplica en todos los centros de trabajo.

(Nom-027-STPS-1994) de las Normas Oficiales Mexicanas.

5.6. ESTUDIO FINANCIERO

INVERSIÓN FINANCIAMIENTO					
CONCEPTO		UNIDAD	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
REVETEADORA YAMAHA DE 2 HILOS		PIEZA	1	21460	21460
MÁQUINAS RECTAS BROTHER		PIEZA	10	7800	78000
CORTADORAS YAMAHA		PIEZA	3	6728	20184
TERRENO (MATERIAL + MANO DE OBRA)		MTS ²	200	1250	250000
EQUIPO DE TRANSPORTE (NISSAN CARGA 2010)		UNIDAD	1	275000	275000
TOTAL FINANCIADO					\$ 644,644.00

INVERSIÓN PROPIA					
CONCEPTO		UNIDAD	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
MÁQUINA RECTA BROTHER CAPACIDAD:		PIEZA	8	7800	62400
REVETEADORA TENTEX MODELO CAPACIDAD:		PIEZA	1	16500	16500
MÁQUINA OVER DE 8 HILOS CAPACIDAD:		PIEZA	1	6300	6300
INSTALACIONES (TALLER) 12X4X1.90		MTS ²	150	1000	150000
EQUIPO DE TRANSPORTE (CAMIONETA VAN)		PIEZA	1	150000	150000
TOTAL APORTADO					\$ 385,200.00

INVERSIÓN TOTAL					\$ 1,029,844.00
------------------------	--	--	--	--	------------------------

PRECIOS DE VENTA DE CADA PRODUCTO (MAYOREO)

PRODUCTO	PRESENTACIÓN	PRECIO PÚBLICO	
MOCHILA ESCOLAR	GRANDE	\$ 60	JULIO-AGOSTO
MOCHILA DEPORTIVA	GRANDE	\$ 70	JULIO-AGOSTO
PETACA	CHICA	\$ 70	SEPTIEMBRE
PETACA	GRANDE	\$ 80	SEPTIEMBRE
BOLSA	GRANDE	\$ 50	SEPTIEMBRE
FUNDAS INSTRUMENTOS MUSICALES	GRANDE	\$ 50	ENERO-JUNIO. DICIEMBRE
UNIFORMES ESCOLARES	UNITALLA	\$ 280	OCTUBRENOVIEMBRE
UNIFORMES DEPORTIVOS	UNITALLA	\$ 280	OCTUBRENOVIEMBRE

COSTOS DE PRODUCCIÓN POR PRODUCTO

CONCEPTO	MATERIAL	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	TOTAL
MOCHILA ESCOLAR GRANDE	POLIESTER	mts	2	8	16
	HERRAJES	pza	6	0.8	4.8
	CINTA	mts	1.5	0.5	0.75
	CIERRES	mts	3	1.5	4.5
	HILO	mts	20	0.03	0.6
	POLIPACK	mts	0.5	3.5	1.75
	BIEZ	mts	3	0.12	0.36
					\$ 28.76
CONCEPTO	MATERIAL	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	TOTAL
MOCHILA DEPORTIVA GRANDE	POLIESTER	mts	2	8	16
	HERRAJES	pza	8	0.8	6.4
	CINTA	mts	2	0.5	1
	CIERRES	mts	3.5	1.5	5.25
	HILO	mts	25	0.03	0.75
	POLIPACK	mts	0.5	3.5	1.75
	BIEZ	mts	3	0.12	0.36
					\$ 31.51

CONCEPTO	MATERIAL	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	TOTAL
PETACA CHICA	POLIESTER	mts	1.5	8	12
	HERRAJE REFORZADO	pza	5	3	15
	CINTA	mts	3	1	3
	CIERRES	mts	5	1.5	7.5
	HILO	mts	20	0.03	0.6
	POLIPACK	mts	0	0	0
	BIEZ	mts	0	0	0
					\$ 38.10

CONCEPTO	MATERIAL	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	TOTAL
PETACA GRANDE	POLIESTER	mts	2	8	16
	HERRAJE REFORZADO	pza	5	3	15
	CINTA	mts	4	1	4
	CIERRES	mts	6	1.5	9
	HILO	mts	25	0.03	0.75
	POLIPACK	mts	0	0	0
	BIEZ	mts	0	0	0
					\$ 44.75

CONCEPTO	MATERIAL	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	TOTAL
BOLSA GRANDE	POLIESTER	mts	2	8	16
	HERRAJES	pza	0	0	0
	CINTA	mts	2	1	2
	CIERRES	mts	0	0	0
	HILO	mts	10	0.03	0.3
	POLIPACK	mts	0	0	0
	BIEZ	mts	3	0.12	0.36
					\$ 18.66

CONCEPTO	MATERIAL	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	TOTAL
FUNDAS INSTRUMENTOS MUSICALES	POLIESTER	mts	1.5	8	12
	HERRAJES	pza	4	0.08	0.32
	CINTA	mts	7	0.5	3.5
	CIERRES	mts	2	1.5	3
	HILO	mts	15	0.03	0.45
	POLIPACK	mts	0.5	1	0.5
	BIEZ	mts	0	0	0
	FORRO	mts	1.5	4	6
					\$ 25.77

CONCEPTO	MATERIAL	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	TOTAL
UNIFORMES ESCOLARES	POLIESTER	mts	0	0	0
	HERRAJES	pza	0	0	0
	CINTA	mts	0	0	0
	CIERRES DOBLES	mts	1	4.5	4.5
	HILO	mts	60	0.03	1.8
	POLIPACK	mts	0	0	0
	BIEZ	mts	0	0	0
	BORDADO	pza	2	28	56
	TELA	mts	1.5	38	57
					\$ 119.30

CONCEPTO	MATERIAL	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	TOTAL
UNIFORMES DEPORTIVOS	POLIESTER	mts	0	0	0
	HERRAJES	pza	0	0	0
	CINTA	mts	0	0	0
	CIERRES DOBLES	mts	1	4.5	4.5
	HILO	mts	60	0.03	1.8
	POLIPACK	mts	0	0	0
	BIEZ	mts	0	0	0
	BORDADO	pza	2	28	56
	TELA	mts	1.5	38	57
					\$ 119.30

INSUMOS ANUALES POR PRODUCTO

MOCHILA ESCOLAR	
------------------------	--

UNIDADES VENDIDAS	CANTIDAD	P UNITARIO	TOTAL
	1600	3200	8
	1600	9600	0.8
	1600	2400	0.5
	1600	4800	1.5
	1600	32000	0.03
	1600	800	3.5
	1600	4800	0.12
			\$ 46,016.00

MOCHILA DEPORTIVA				
UNIDADES	CANTIDAD	P UNITARIO	TOTAL	
VENDIDAS				
	1200	2400	8	19200
	1200	9600	0.8	7680
	1200	2400	0.5	1200
	1200	4200	1.5	6300
	1200	30000	0.03	900
	1200	600	3.5	2100
	1200	3600	0.12	432
				\$ 37,812.00

PETACA CHICA			
UNIDADES VENDIDAS	CANTIDAD	P UNITARIO	TOTAL
500	750	8	6000
500	2500	3	7500
500	1500	1	1500
500	2500	1.5	3750
500	10000	0.03	300
500	0	0	0
500	0	0	0
			\$ 19,050.00

PETACA GRANDE

UNIDADES VENDIDAS	CANTIDAD	PUNITARIO	TOTAL
500	1000	8	8000
500	2500	3	7500
500	2000	1	2000
500	3000	1.5	4500
500	12500	0.03	375
500	0	0	0
500	0	0	0
			\$ 22,375.00

FUNDAS INSTRUMENTOS			
UNIDADES VENDIDAS	CANTIDAD	PUNITARIO	TOTAL
18200	27300	8	218400
18200	72800	0.08	5824
18200	127400	0.5	63700
18200	36400	1.5	54600
18200	273000	0.03	8190
18200	9100	1	9100
18200	0	0	
18200	27300	4	109200
			\$ 469,014.00

UNIFORMES ESCOLARES			
UNIDADES VENDIDAS	CANTIDAD	P UNITARIO	TOTAL
200	0	0	0
200	0	0	0
200	0	0	0
200	200	4.5	900
200	12000	0.03	360
200	0	0	0
200	0	0	0
200	400	28	11200
200	300	38	11400
			\$ 23,860.00

UNIFORMES DEPORTIVOS			
UNIDADES VENDIDAS	CANTIDAD	P UNITARIO	TOTAL
200	0	0	0
200	0	0	0
200	0	0	0
200	200	4.5	900
200	12000	0.03	360
200	0	0	0
200	0	0	0
200	400	28	11200
200	300	38	11400
			\$ 23,860.00

PROGRAMA DE PRODUCCIÓN POR MES														
PRODUCTOS		MESES												TOTAL
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
MOCHILA ESCOLAR	GRANDE	0	0	0	0	0	0	800	800	0	0	0	0	1600
MOCHILA DEPORTIVA	GRANDE	0	0	0	0	0	0	600	600	0	0	0	0	1200
PETACA	CHICA	0	0	0	0	0	0	0	0	500	0	0	0	500
PETACA	GRANDE	0	0	0	0	0	0	0	0	500	0	0	0	500
BOLSA	GRANDE	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	0	0	100
FUNDAS INSTRUMENTOS MUSICALES	GRANDE	2600	2600	2600	2600	2600	2600	0	0	0	0	0	2600	18200
UNIFORMES ESCOLARES	UNITALLA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	100	0	200
UNIFORMES DEPORTIVOS	UNITALLA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	100	0	200
UNIDADES		2600	2600	2600	2600	2600	2600	1400	1400	1100	200	200	2600	22500

INGRESOS POR PRODUCTO POR MES														
PRODUCTOS	PRECIO	MESES												TOTAL
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
MOCHILA ESCOLAR	60	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$48,000.00	\$48,000.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$96,000.00
MOCHILA DEPORTIVA	70	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$42,000.00	\$42,000.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$84,000.00
PETACA	70	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$35,000.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$35,000.00
PETACA	80	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$40,000.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$40,000.00
BOLSA	50	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$5,000.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$5,000.00
FUNDAS INSTRUMENTOS MUSICALES	50	\$130,000.00	\$130,000.00	\$130,000.00	\$130,000.00	\$130,000.00	\$130,000.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$130,000.00	\$910,000.00
UNIFORMES ESCOLARES	280	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$28,000.00	\$28,000.00	\$0.00	\$56,000.00
UNIFORMES DEPORTIVOS	280	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$28,000.00	\$28,000.00	\$0.00	\$56,000.00
TOTALES		\$130,000.00	\$130,000.00	\$130,000.00	\$130,000.00	\$130,000.00	\$130,000.00	\$90,000.00	\$90,000.00	\$80,000.00	\$56,000.00	\$56,000.00	\$130,000.00	\$1,282,000.00

PROGRAMA DE PRODUCCIÓN POR AÑO							
PRODUCTOS		AÑOS					TOTAL
		1	2	3	4	5	
MOCHILA ESCOLAR	CHICA	1600	1600	1600	1600	1600	8000
MOCHILA DEPORTIVA	GRANDE	1200	1200	1200	1200	1200	6000
PETACA	CHICA	500	500	500	500	500	2500
PETACA	GRANDE	500	500	500	500	500	2500
BOLSA	GRANDE	100	100	100	100	100	500
FUNDAS INSTRUMENTOS MUSICALES	GRANDE	18200	18200	18200	18200	18200	91000
UNIFORMES ESCOLARES	UNITALLA	200	200	200	200	200	1000
UNIFORMES DEPORTIVOS	UNITALLA	200	200	200	200	200	1000
UNIDADES		22500	22500	22500	22500	22500	112500

INGRESOS POR PRODUCTO POR AÑO							
PRODUCTOS	PRECIO A PÚBLICO	AÑOS					TOTAL
		1	2	3	4	5	
MOCHILA ESCOLAR	\$60.00	\$96,000.00	\$96,000.00	\$96,000.00	\$96,000.00	\$96,000.00	\$480,000.00
MOCHILA DEPORTIVA	\$70.00	\$84,000.00	\$84,000.00	\$84,000.00	\$84,000.00	\$84,000.00	\$420,000.00
PETACA	\$70.00	\$35,000.00	\$35,000.00	\$35,000.00	\$35,000.00	\$35,000.00	\$175,000.00
PETACA	\$80.00	\$40,000.00	\$40,000.00	\$40,000.00	\$40,000.00	\$40,000.00	\$200,000.00
BOLSA	\$50.00	\$5,000.00	\$5,000.00	\$5,000.00	\$5,000.00	\$5,000.00	\$25,000.00
FUNDAS INSTRUMENTOS MUSICALES	\$50.00	\$910,000.00	\$910,000.00	\$910,000.00	\$910,000.00	\$910,000.00	\$4,550,000.00
UNIFORMES ESCOLARES	\$280.00	\$56,000.00	\$56,000.00	\$56,000.00	\$56,000.00	\$56,000.00	\$280,000.00
UNIFORMES DEPORTIVOS	\$280.00	\$56,000.00	\$56,000.00	\$56,000.00	\$56,000.00	\$56,000.00	\$280,000.00
TOTALES		\$1,282,000.00	\$1,282,000.00	\$1,282,000.00	\$1,282,000.00	\$1,282,000.00	\$6,410,000.00

CEDULA DE COSTOS DE PRODUCCIÓN ANUAL

PRODUCTOS	COSTO DE PRODUCCIÓN	AÑOS					TOTAL
		1	2	3	4	5	
MOCHILA ESCOLAR	28.76	\$46,016.00	\$46,016.00	\$46,016.00	\$46,016.00	\$46,016.00	\$230,080.00
MOCHILA DEPORTIVA	31.51	\$37,812.00	\$37,812.00	\$37,812.00	\$37,812.00	\$37,812.00	\$189,060.00
PETACA CHICA	38.1	\$19,050.00	\$19,050.00	\$19,050.00	\$19,050.00	\$19,050.00	\$95,250.00
PETACA GRANDE	44.75	\$22,375.00	\$22,375.00	\$22,375.00	\$22,375.00	\$22,375.00	\$111,875.00
BOLSA GRANDE	18.66	\$1,866.00	\$1,866.00	\$1,866.00	\$1,866.00	\$1,866.00	\$9,330.00
FUNDAS INSTRUMENTOS MUSICALES	25.77	\$469,014.00	\$469,014.00	\$469,014.00	\$469,014.00	\$469,014.00	\$2,345,070.00
UNIFORMES ESCOLARES	119.3	\$23,860.00	\$23,860.00	\$23,860.00	\$23,860.00	\$23,860.00	\$119,300.00
UNIFORMES DEPORTIVOS	119.3	\$23,860.00	\$23,860.00	\$23,860.00	\$23,860.00	\$23,860.00	\$119,300.00
TOTALES		\$643,853.00	\$643,853.00	\$643,853.00	\$643,853.00	\$643,853.00	\$3,219,265.00

PROYECCIÓN DE INGRESOS

INGRESOS POR CONCEPTOS		UNIDADES AÑO					
		1	2	3	4	5	
PRODUCTO	PRESENTACIÓN						
MOCHILA ESCOLAR	GRANDE	1600	2160	2916	3936	5313	15925
MOCHILA DEPORTIVA	GRANDE	1200	1620	2187	2952	3985	11944
PETACA	CHICA	500	1000	2000	4000	8000	15500
PETACA	GRANDE	500	1000	2000	4000	8000	15500
BOLSA	GRANDE	100	135	182	245	330	992
FUNDAS INSTRUMENTOS MUSICALES	GRANDE	18200	27300	40950	61425	82923	230798
UNIFORMES ESCOLARES	GRANDE	200	300	450	607	819	2376
UNIFORMES DEPORTIVOS	GRANDE	200	300	450	607	819	2376
TOTALES		22,500	33,815	51,135	77,772	110,189	295,411

INGRESOS ANUALES						
PRODUCTO	PRECIO	1	2	3	4	5
MOCHILA ESCOLAR	60	\$ 96,000.00	129600	174960	236160	318780
MOCHILA DEPORTIVA	70	\$ 84,000.00	113400	153090	206640	278950
PETACA CHICA	70	\$ 35,000.00	70000	140000	280000	560000
PETACA GRANDE	80	\$ 40,000.00	80000	160000	320000	640000
BOLSA	50	\$ 5,000.00	6750	9100	12250	16500
FUNDAS INSTRUMENTOS MUSICALES	50	\$ 910,000.00	1365000	2047500	3071250	4146150
UNI FORMES ESCOLARES	280	\$ 56,000.00	84000	126000	169960	229320
UNI FORMES DEPORTIVOS	280	\$ 56,000.00	84000	126000	169960	229320

\$ 1,282,000.00 \$ 1,932,750.00 \$ 2,936,650.00 \$ 4,466,220.00 \$ 6,419,020.00
--

PROYECCIÓN DE COSTOS TOTALES					
CONCEPTO/ AÑO	1	2	3	4	5
COSTOS FIJOS					
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$303,380.00	\$303,380.00	\$303,380.00	\$303,380.00	\$303,380.00
GERENTE GENERAL	\$52,780.00	\$52,780.00	\$52,780.00	\$52,780.00	\$52,780.00
MAQUILADORES	\$116,480.00	\$116,480.00	\$116,480.00	\$116,480.00	\$116,480.00
FINANZAS	\$40,040.00	\$40,040.00	\$40,040.00	\$40,040.00	\$40,040.00
VENTAS	\$40,040.00	\$40,040.00	\$40,040.00	\$40,040.00	\$40,040.00
PRODUCCIÓN	\$40,040.00	\$40,040.00	\$40,040.00	\$40,040.00	\$40,040.00
LUZ	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00
AGUA	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00
TELEFONO	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00
GASTOS DE VENTA	\$31,200.00	\$31,200.00	\$31,200.00	\$31,200.00	\$31,200.00
GASOLINA	\$28,800.00	\$28,800.00	\$28,800.00	\$28,800.00	\$28,800.00
ACEITE	\$2,400.00	\$2,400.00	\$2,400.00	\$2,400.00	\$2,400.00
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 334,580.00	\$ 334,580.00	\$ 334,580.00	\$ 334,580.00	\$ 334,580.00
COSTOS VARIABLES					
MOCHILA ESCOLAR	\$46,016.00	\$62,121.60	\$83,864.16	\$113,199.36	\$152,801.88
MOCHILADEPORTIVA	\$37,812.00	\$51,046.20	\$68,912.37	\$93,017.52	\$125,567.35
PETACA CHICA	\$19,050.00	\$38,100.00	\$76,200.00	\$152,400.00	\$304,800.00
PETACA GRANDE	\$22,375.00	\$44,750.00	\$89,500.00	\$179,000.00	\$358,000.00
BOLSA	\$1,866.00	\$2,519.10	\$3,396.12	\$4,571.70	\$6,157.80
FUNDAS INSTRUMENTOS MUSICALES	\$469,014.00	\$703,521.00	\$1,055,281.50	\$1,582,922.25	\$2,136,925.71
UNIFORMES ESCOLARES	\$23,860.00	\$35,790.00	\$53,685.00	\$72,415.10	\$97,706.70
UNIFORMES DEPORTIVOS	\$23,860.00	\$35,790.00	\$53,685.00	\$72,415.10	\$97,706.70
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 643,853.00	\$ 973,637.90	\$ 1,484,524.15	\$ 2,269,941.03	\$ 3,279,666.14
TOTAL GASTOS	\$ 978,433.00	\$ 1,308,217.90	\$ 1,819,104.15	\$ 2,604,521.03	\$ 3,614,246.14

NOMINA SEMANAL CORRESPONDIENTE DEL 07 AL 13 DE ENERO DE 2013

PUESTO	NOMBRE	ED	TOTAL PERCEPCION	ISR	SUBSIDIO	CUOTA OBRERA	TOTAL DEDUCCIONES	TOTAL A PAGAR
GERENTE GENERAL	FUENTES SANABRIA A. ANACIO	175	1015	0	-26.2	24.1	-2.1	1017.1
GERENTE DE VENTAS	JUAN FUENTES	110	770	0	-49.52	18.99	-30.53	800.53
GERENTE DE FINANZAS	ALEJANDRO FUENTES	110	770	0	-49.52	18.99	-30.53	800.53
GERENTE DE PRODUCCIÓN	MIGUEL FUENTES	110	770	0	-49.52	18.99	-30.53	800.53
CORTADOR/MAQUILADOR	ANA FUENTES	80	560	0	-62.96	14.24	-48.72	608.72
MAQUILADOR	IGNACIA SOSA	80	560	0	-62.96	14.24	-48.72	608.72
MAQUILADOR	MARISOL MEJÍA	80	560	0	-62.96	14.24	-48.72	608.72
MAQUILADOR	MIRIAM SANABRIA	80	560	0	-62.96	14.24	-48.72	608.72

\$ 5,565.00

-\$ 288.57

\$ 5,853.57

EXENTO Y GRAVADO

ATANACIO FUENTES	GRAVADO	EXCENTO
SUELDO	1015	
TOTAL	\$ 1015	0

JUAN FUENTES	GRAVADO	EXCENTO
SUELDO	770	
TOTAL	\$ 770	0

ANA FUENTES	GRAVADO	EXCENTO
SUELDO	560	
TOTAL	\$ 560	0

IGNACIA SOSA	GRAVADO	EXCENTO
SUELDO	560	
TOTAL	\$ 560	0

ALEJANDRO FUENTES	GRAVADO	EXCENTO
SUELDO	770	
TOTAL	\$ 770	0

MIGUEL FUENTES	GRAVADO	EXCENTO
SUELDO	770	
TOTAL	\$ 770	0

MARISOL MEJÍA	GRAVADO	EXCENTO
SUELDO	560	
TOTAL	\$ 560	0

MIRIAM SANABRIA	GRAVADO	EXCENTO
SUELDO	560	
TOTAL	\$ 560	0

ISR

ATANACIO FUENTES	
BASE GRAVABLE	1015
LIMITE INFERIOR	969.51
EXCEDENTE	45.49
TARIFA	10.88%
IMPUESTO MARGINAL	4.949312
CUOTA FIJA	56.91
ISRA RETENER	61.859312
SUBSIDIO APLICAR	88.06
ISRA RETENER	\$ -26.200688

JUAN FUENTES	
BASE GRAVABLE	770
LIMITE INFERIOR	114.25
EXCEDENTE	655.75
TARIFA	6.40%
IMPUESTO MARG.	41.968
CUOTA FIJA	2.17
ISR A RETENER	44.138
SUBSIDIO APLICA	93.66
ISR A RETENER	\$ -49.522

ALEJANDRO FUENTES	
BASE GRAVABLE	770
LIMITE INFERIOR	114.25
EXCEDENTE	655.75
TARIFA	6.40%
IMPUESTO MARG.	41.968
CUOTA FIJA	2.17
ISR A RETENER	44.138
SUBSIDIO APLICA	93.66
ISR A RETENER	\$ -49.522

ANA FUENTES	
BASE GRAVABLE	560
LIMITE INFERIOR	114.25
EXCEDENTE	445.75
TARIFA	6.40%
IMPUESTO MARG.	28.528
CUOTA FIJA	2.17
ISR A RETENER	30.698
SUBSIDIO APLICA	93.66
ISR A RETENER	\$ -62.962

IGNACIA SOSA	
BASE GRAVABLE	600
LIMITE INFERIOR	114.25
EXCEDENTE	485.75
TARIFA	6.40%
IMPUESTO MARG.	31.088
CUOTA FIJA	2.17
ISR A RETENER	33.258
SUBSIDIO APLICA	93.66
ISR A RETENER	\$ -60.402

MARISOL MEJÍA	
BASE GRAVABLE	600
LIMITE INFERIOR	114.25
EXCEDENTE	485.75
TARIFA	6.40%
IMPUESTO MARG.	31.088
CUOTA FIJA	2.17
ISR A RETENER	33.258
SUBSIDIO APLICA	93.66
SUBS. A PAGAR	\$ -60.402

MIGUEL FUENTES	
BASE GRAVABLE	770
LIMITE INFERIOR	114.25
EXCEDENTE	655.75
TARIFA	6.40%
IMPUESTO MARG.	41.968
CUOTA FIJA	2.17
ISR A RETENER	44.138
SUBSIDIO APLICA	93.66
ISR A RETENER	\$ -49.522

MIRIAM SANABRIA	
BASE GRAVABLE	600
LIMITE INFERIOR	114.25
EXCEDENTE	485.75
TARIFA	6.40%
IMPUESTO MARG.	31.088
CUOTA FIJA	2.17
ISR A RETENER	33.258
SUBSIDIO APLICA	93.66
SUBS. A PAGAR	\$ -60.402

SBC

ATANACIO FUENTES		
SD		145
TOTAL		\$ 145

JUAN FUENTES		
SD		110
TOTAL		\$ 110

ANA FUENTES		
SD		80
TOTAL		\$ 80

IGNACIA SOSA		
SD		80
TOTAL		\$ 80

SBC

ALEJANDRO FUENTES		
SD		110
TOTAL		\$ 110

MIGUEL FUENTES		
SD		110
TOTAL		\$ 110

MARISOL MEJÌA		
SD		80
TOTAL		\$ 80

MIRIAM SANABRIA		
SD		80
TOTAL		\$ 80

CUOTA OBRERA

ATANACIO FUENTES	24.10625
CUOTAA RETENER	\$ 24.10625

JUAN FUENTES	18.2875
CUOTA A RETENER	\$ 18.2875

ANA FUENTES	\$ 13.3
-------------	---------

IGNACIA SOSA	\$ 13.3
--------------	---------

CUOTA OBRERA

ALEJANDRO FUENTES	18.2875
CUOTA A RETENER	\$ 18.2875

MIGUEL FUENTES	18.2875
CUOTA A RETENER	\$ 18.2875

MARISOL MEJÍA	\$ 13.3
---------------	---------

MIRIAM SANABRIA	\$ 13.3
-----------------	---------

CÁLCULO DE LAS DEPRECIACIONES					
PROPIO					
ACTIVOS FIJOS	MOI	TASA DE DEPRECIACIÓN	DEP. ANUAL	POR 5 AÑOS	VALOR RESIDUAL
MÁQUINA BROTHER MODELO CAPACIDAD:	\$ 62,400.00	10%	\$ 6,240.00	\$ 31,200.00	\$ 31,200.00
REVETEADORA TENTEX MODELO CAPACIDAD:	\$ 16,500.00	10%	\$ 1,650.00	\$ 8,250.00	\$ 8,250.00
MÁQUINA OVER DE 8 HILOS CAPACIDAD:	\$ 6,300.00	10%	\$ 630.00	\$ 3,150.00	\$ 3,150.00
INSTALACIONES (TALLER) 12X4X1.90	\$ 150,000.00	5%	\$ 7,500.00	\$ 37,500.00	\$ 112,500.00
EQUIPO DE TRANSPORTE (CAMIONETA)	\$ 150,000.00	25%	\$ 37,500.00	\$ 150,000.00	
FINANCIAMIENTO					
REVETEADORA YAMAHA DE 2 HILOS	\$ 21,460	10%	\$ 2,146.00	\$ 10,730.00	\$ 10,730.00
MÁQUINAS RECTAS BROTHER	\$ 78,000	10%	\$ 7,800.00	\$ 39,000.00	\$ 39,000.00
CORTADORAS YAMAHA	\$ 20,184	10%	\$ 2,018.40	\$ 10,092.00	\$ 10,092.00
TERRENO (MATERIAL + MANO DE OBRA)	\$ 250,000	5%	\$ 12,500.00	\$ 62,500.00	\$ 187,500.00
EQUIPO DE TRANSPORTE (NISSAN CARGA 2010)	\$ 275,000	25%	\$ 68,750.00	\$ 275,000.00	
TOTAL	\$1,029,844.00		\$ 146,734.40	\$ 627,422.00	\$ 402,422.00

CÁLCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO

CONCEPTO/MES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL
INGRESOS	\$0.00	\$116,545.45	\$116,545.45	\$116,545.45	\$116,545.45	\$116,545.45	\$116,545.45	\$116,545.45	\$116,545.45	\$116,545.45	\$116,545.45	\$116,545.45	\$1,282,000.00
COSTOS VARIABLES													
POLIESTER	\$23,233.33	\$23,233.33	\$23,233.33	\$23,233.33	\$23,233.33	\$23,233.33	\$23,233.33	\$23,233.33	\$23,233.33	\$23,233.33	\$23,233.33	\$23,233.33	\$278,800.00
HERRAJES	\$3,015.33	\$3,015.33	\$3,015.33	\$3,015.33	\$3,015.33	\$3,015.33	\$3,015.33	\$3,015.33	\$3,015.33	\$3,015.33	\$3,015.33	\$3,015.33	\$36,184.00
CINTA	\$5,816.67	\$5,816.67	\$5,816.67	\$5,816.67	\$5,816.67	\$5,816.67	\$5,816.67	\$5,816.67	\$5,816.67	\$5,816.67	\$5,816.67	\$5,816.67	\$69,800.00
CIERRES	\$6,512.50	\$6,512.50	\$6,512.50	\$6,512.50	\$6,512.50	\$6,512.50	\$6,512.50	\$6,512.50	\$6,512.50	\$6,512.50	\$6,512.50	\$6,512.50	\$78,150.00
HILO	\$956.25	\$956.25	\$956.25	\$956.25	\$956.25	\$956.25	\$956.25	\$956.25	\$956.25	\$956.25	\$956.25	\$956.25	\$11,475.00
POLIPACK	\$1,166.67	\$1,166.67	\$1,166.67	\$1,166.67	\$1,166.67	\$1,166.67	\$1,166.67	\$1,166.67	\$1,166.67	\$1,166.67	\$1,166.67	\$1,166.67	\$14,000.00
BIEZ	\$87.00	\$87.00	\$87.00	\$87.00	\$87.00	\$87.00	\$87.00	\$87.00	\$87.00	\$87.00	\$87.00	\$87.00	\$1,044.00
FORRO	\$9,100.00	\$9,100.00	\$9,100.00	\$9,100.00	\$9,100.00	\$9,100.00	\$9,100.00	\$9,100.00	\$9,100.00	\$9,100.00	\$9,100.00	\$9,100.00	\$109,200.00
BORDADO	\$1,866.67	\$1,866.67	\$1,866.67	\$1,866.67	\$1,866.67	\$1,866.67	\$1,866.67	\$1,866.67	\$1,866.67	\$1,866.67	\$1,866.67	\$1,866.67	\$22,400.00
TELA	\$1,900.00	\$1,900.00	\$1,900.00	\$1,900.00	\$1,900.00	\$1,900.00	\$1,900.00	\$1,900.00	\$1,900.00	\$1,900.00	\$1,900.00	\$1,900.00	\$22,800.00
TOTAL VARIABLES	\$53,654.42	\$53,654.42	\$53,654.42	\$53,654.42	\$53,654.42	\$53,654.42	\$53,654.42	\$53,654.42	\$53,654.42	\$53,654.42	\$53,654.42	\$53,654.42	\$643,853.00
GASTOS FIJOS													
GASTOS DE VENTA	\$2,600.00	\$2,600.00	\$2,600.00	\$2,600.00	\$2,600.00	\$2,600.00	\$2,600.00	\$2,600.00	\$2,600.00	\$2,600.00	\$2,600.00	\$2,600.00	\$31,200.00
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$25,281.67	\$25,281.67	\$25,281.67	\$25,281.67	\$25,281.67	\$25,281.67	\$25,281.67	\$25,281.67	\$25,281.67	\$25,281.67	\$25,281.67	\$25,281.67	\$303,380.00
TOTAL COSTOS FIJOS	\$27,881.67	\$27,881.67	\$27,881.67	\$27,881.67	\$27,881.67	\$27,881.67	\$27,881.67	\$27,881.67	\$27,881.67	\$27,881.67	\$27,881.67	\$27,881.67	\$334,580.00
TOTAL COSTOS	\$81,536.08	\$81,536.08	\$81,536.08	\$81,536.08	\$81,536.08	\$81,536.08	\$81,536.08	\$81,536.08	\$81,536.08	\$81,536.08	\$81,536.08	\$81,536.08	\$978,433.00
SALDO	-\$81,536.08	\$35,009.37	\$35,009.37	\$35,009.37	\$35,009.37	\$35,009.37	\$35,009.37	\$35,009.37	\$35,009.37	\$35,009.37	\$35,009.37	\$35,009.37	\$303,567.00
SALDO ACUMULADO	-\$81,536.08	-\$46,526.71	-\$11,517.34	\$23,492.03	\$58,501.40	\$93,510.77	\$128,520.14	\$163,529.52	\$198,538.89	\$233,548.26	\$268,557.63	\$303,567.00	

ESTADO DE RESULTADOS					
CONCEPTO / AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por venta	\$1,282,000.00	\$1,932,750.00	\$2,936,650.00	\$4,466,220.00	\$6,419,020.00
Costos de producción	\$ 643,853.00	\$ 973,637.90	\$1,484,524.15	\$2,269,941.03	\$3,279,666.14
Utilidad Bruta (=)	\$ 638,147.00	\$ 959,112.10	\$1,452,125.85	\$2,196,278.97	\$3,139,353.86
Gastos de administración	\$ 303,380.00	\$ 303,380.00	\$ 303,380.00	\$ 303,380.00	\$ 303,380.00
Gastos de ventas	\$ 31,200.00	\$ 31,200.00	\$ 31,200.00	\$ 31,200.00	\$ 31,200.00
Utilidad de Operación (=)	\$ 303,567.00	\$ 624,532.10	\$1,117,545.85	\$1,861,698.97	\$2,804,773.86
Costos financieros (pago del interés)					
Depreciaciones y Amortizaciones	\$ 146,734.40	\$ 146,734.40	\$ 146,734.40	\$ 146,734.40	\$ 40,484.40
Utilidad antes de impuestos (=)	\$ 156,832.60	\$ 477,797.70	\$ 970,811.45	\$1,714,964.57	\$2,764,289.46
ISR	\$47,049.78	\$143,339.31	\$291,243.44	\$514,489.37	\$829,286.84
PTU	\$ 15,683.26	\$ 47,779.77	\$ 97,081.15	\$ 171,496.46	\$ 276,428.95
Utilidad o pérdida Neta	\$ 94,099.56	\$ 286,678.62	\$ 582,486.87	\$1,028,978.74	\$1,658,573.68
Pago del Principal (pago del crédito)	\$ 128,928.80	\$ 128,928.80	\$ 128,928.80	\$ 128,928.80	\$ 128,928.80
Saldo antes de Capitalización	-\$ 34,829.24	\$ 157,749.82	\$ 453,558.07	\$ 900,049.94	\$1,529,644.88
Capitalización del Apoyo					
Dividendos a los socios	-\$ 34,829.24	\$ 157,749.82	\$ 453,558.07	\$ 900,049.94	\$1,529,644.88

CONCEPTOS		
ACTIVO CIRCULANTE		\$139,580.14
Caja		
Bancos		\$83,645.00
Inventarios		\$55,935.14
ACTIVOS FIJOS		\$1,029,844.00
Concepto		Monto (pesos)
INSTALACIONES (TALLER) 12X4X1.90		\$ 400,000.00
REVETEADORA YAMAHA DE 2 HILOS		\$ 21,460.00
REVETEADORA TENTEX MODELO CAPACIDAD:		\$ 16,500.00
MAQUINAS RECTAS BROTHER		\$ 140,400.00
CORTADORAS YAMAHA		\$ 20,184.00
MAQUINA OVER DE 8 HILOS CAPACIDAD:		\$ 6,300.00
EQUIPO DE TRANSPORTE (NISSAN CARGA 2010)		\$ 275,000.00
EQUIPO DE TRANSPORTE (CAMIONETA VAN)		\$ 150,000.00
DEPRECIACIÓN ACUMULADA		0
TOTAL DE ACTIVOS		\$1,169,424.14
PASIVO A CORTO PLAZO		\$0.00
AMORTIZACIÓN ACUMULADA		\$0.00
PASIVO A LARGO PLAZO		\$784,224.14
CRÉDITO A LARGO PLAZO		\$784,224.14
AMORTIZACIÓN ACUMULADA		
TOTAL DE PASIVOS		\$784,224.14
CAPITAL CONTABLE		\$385,200.00
Capital Social		
Aportacion de socios		\$385,200.00
Utilidad de Ejercicios Anteriores		\$0.00
Utilidad del Ejercicio		
ACTIVO-PASIVO =CAPITAL		\$385,200.00

FLUJO NETO DE EFECTIVO						
CONCEPTO / AÑO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ENTRADAS (+)						
Aportaciones de socios	\$ 385,200.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capital		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Crédito	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros financiamientos	\$ 784,224.14	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ingresos por Venta	\$ -	\$ 1,282,000.00	\$ 1,932,750.00	\$ 2,936,650.00	\$ 4,466,220.00	\$ 6,419,020.00
Otros ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL ENTRADAS	\$ 1,169,424.14	\$ 1,282,000.00	\$ 1,932,750.00	\$ 2,936,650.00	\$ 4,466,220.00	\$ 6,419,020.00
SALIDAS (-)						
Inversiones	Activos fijos y diferidos	\$ 1,029,844.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Capital de trabajo	\$ 139,580.14	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Costos de producción, gastos de administración y ventas (no incluye depreciaciones y amortizaciones de activos)	\$ -	\$ 978,433.00	\$ 1,308,217.90	\$ 1,819,104.15	\$ 2,604,521.03	\$ 3,614,246.14
Costos financieros (pago del interés)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
ISR	\$ -	\$ 47,049.78	\$ 143,339.31	\$ 291,243.44	\$ 514,489.37	\$ 829,286.84
PTU	\$ -	\$ 15,683.26	\$ 47,779.77	\$ 97,081.15	\$ 171,496.46	\$ 276,428.95
Pago a Principal (pago del crédito)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL SALIDAS	\$ 1,169,424.14	\$ 1,041,166.04	\$ 1,499,336.98	\$ 2,207,428.73	\$ 3,290,506.86	\$ 4,719,961.92
Valores residuales (+)						\$ 402,422.00
Recuperación de Capital de trabajo (+)						\$ 139,580.14
FLUJO NETO DE EFECTIVO	-\$ 1,169,424.14	\$ 240,833.96	\$ 433,413.02	\$ 729,221.27	\$ 1,175,713.14	\$ 2,241,060.22

PUNTO DE EQUILIBRIO						
Concepto / Año	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5	
Costos fijos	334,580.00	334,580.00	334,580.00	334,580.00	334,580.00	
costos variables	643,853.00	973,637.90	1,484,524.15	2,269,941.03	3,279,666.14	
Ventas totales	1,282,000.00	1,932,750.00	2,936,650.00	4,466,220.00	6,419,020.00	
Punto de equilibrio	(\$)	\$ 672,152	\$ 674,227	\$ 676,625	\$ 680,382	\$ 684,114
	(%)	52%	35%	23%	15%	11%

TASA INTERNA DE RETORNO		TREMA		15%
AÑO	FLUJO	FACTOR DE ACTUALIZACIÒN	FLUJO ACTUALIZA DO	
0	-\$ 1,169,424.14		1	-\$ 1,169,424.14
1	\$ 240,833.96		0.869565217	\$ 209,420.83
2	\$ 433,413.02		0.756143667	\$ 327,722.51
3	\$ 729,221.27		0.657516232	\$ 479,474.82
4	\$ 1,175,713.14		0.571753246	\$ 672,217.80
5	\$ 2,241,060.22		0.497176735	\$ 1,114,203.00
		VAN(15%)		\$ 1,633,614.83
		TIR		28%
		RELACIÒN B/C		
		valores actualiza dos		\$ 2.40

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)		
1	\$ 1,169,424.14	\$ 240,833.96
2	\$ 928,590.18	\$ 433,413.02
3	\$ 495,177.16	\$ 729,221.27
4	-\$ 234,044.11	\$ 1,175,713.14
5	-\$ 1,409,757.25	\$ 2,241,060.22
	\$ 3.68	\$ 0.68

CONCLUSIONES

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto se encuentra dirigido a cumplir con su objetivo principal: Diseñar un proyecto de inversión para la ampliación de un taller de manufactura textil en la comunidad de San Felipe de los Herreros, Michoacán.

Nombre Del Proyecto: Proyecto de Inversión para ampliar un taller de manufactura textil en la comunidad de San Felipe de los Herreros, Michoacán.

Naturaleza De La Actividad Económica: Producción de artículos elaborados con tela tales como: mochilas, fundas, maletas, bolsas, uniformes deportivos y escolares. Se evalúa la factibilidad y viabilidad del proyecto mediante los siguientes estudios:

ESTUDIO DE MERCADO (determinación de oferta, demanda y evolución de precios)

Mercado Estratégico: Paracho, Michoacán.

Cuota del Mercado: 75% del mercado estratégico

Segmento: Mujeres y Hombres de 15 a 35 años

Al concluir nuestro estudio de mercado los resultados nos muestran que a la comunidad de San Felipe de los Herreros y sus alrededores les resulta atractivos los

productos que ofrece el taller en cuanto a sus modelos y calidad, además de aceptar los precios establecidos.

ESTUDIO TÉCNICO (tamaño del proyecto, inversiones en infraestructura y capital de trabajo)

Ubicación de Local: Guillermo Prieto No. 11 Barrio Santa Catarina, San Felipe de los Herreros, Michoacán.

Extensión: 200 mts²

Capital de Trabajo Anual: \$139,580.14

Importe de Recursos Propios: \$385,200

Se determinó que es factible adquirir la maquinaria necesaria, así como la mano de obra y el capital de trabajo necesarios para poner en marcha el proyecto. El tamaño establecido del proyecto queda en 22,500 piezas para el primer año con un factor de incremento de 35% este factor se establece de acuerdo a los años de experiencia en el giro laboral que tiene el gerente del negocio y también porque todos los insumos requeridos para elaborar sus productos se adquieren con un proveedor que le brinda un precio muy especial durante todo el año, ya que siempre se compra mercancía en grandes volúmenes y esto le genera un costo de producción adecuado, por lo que permite al negocio mantener siempre un mismo precio y no aumentarlo.

ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL (requisitos, legislación relacionada al proyecto, permisos)

Actualmente el negocio se encuentra dado de alta en las respectivas autoridades en el Régimen de Incorporación Fiscal (RIF), esto se debe a que las ventas que se

obtienen bimestralmente no rebasan el límite como para registrarse en un régimen más elevado sin embargo, se cuenta con una administración adecuada para el registro de ingresos y egresos que se van presentando y se cumple con todas las obligaciones correspondientes.

Es por eso que con los estudios que se han realizado y con el aumento de demanda que está surgiendo en el sector del negocio, se piensa formar una Sociedad Cooperativa de Responsabilidad Limitada de Capital Variable, con los integrantes fundadores y con nuevas personas que quieran ser parte de este proyecto para poder consolidarlo oficialmente y trabajar con los recursos acumulados para obtener mayores beneficios.

ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO (evaluación financiera del proyecto con capital propio y ajeno)

Los indicadores de los respectivos estudios arrojaron los siguientes valores:

Fecha Inicio del Proyecto: 30.06.2013

Vida Útil Del Proyecto: 5 años (30.06.2018)

VAN: \$ 1, 633,614.83 TIR: 28% PRI: 3.7 años.

El valor actual neto para este proyecto nos refleja que después de 5 años transcurridos se logra recuperar la inversión total, por lo que el valor actual es de \$1, 633,614.33.

La tasa interna de rendimiento resulto del 28% y la TREMA es del 15%, por lo tanto el proyecto es favorable y se acepta para su desarrollo.

La relación del costo-beneficio nos indica que por cada \$1.00 invertido se recupera \$1.40 adicional.

Dentro de los costos de producción por producto, no se considera la compra de la mano de obra, ya que no se trabaja por destajo, se establece un sueldo base fijo para cada uno de los empleados.

Y por último el periodo de recuperación de la inversión total se cubrirá en un lapso de 3 años con 7 meses, por lo tanto a partir de esa fecha se generarán ganancias netas y el negocio comenzara a ser viable.

Finalmente se ha concluido esta investigación que estuvo rodeada de experiencias, conocimientos, cosas buenas y malas como todo en la vida. Pero al finalizar podemos afirmar que se cumplieron los objetivos satisfactoriamente y determinando los indicadores financieros respectivos se concluye que la hipótesis planteada al inicio de la investigación fue confirmada. La inversión para la ampliación del taller de manufactura textil en San Felipe de los Herreros es rentable, así como el objetivo general y los objetivos particulares.

Con esto se concluye también que se reforzaron todos los conocimientos relacionados con las siguientes áreas: finanzas, administración, costos, mercadotecnia, compras, producción, etc. Al realizarse un proyecto de inversión se permite tener contacto con todas estas áreas que son las que conforman una empresa, si alguna de ellas no se toma en cuenta, el trabajo no servirá para hacer efectiva la toma de decisiones.

El hecho de no realizar una investigación en la que poco a poco se vayan integrando los elementos que debe contener un proyecto de inversión, pone en riesgo el capital

aportado debido a que de ninguna manera podemos respaldar o garantizar que este sea recuperado.

Este taller tiene cualidades únicas que lo distinguen de la competencia en el mercado, aunque siempre van a presentarse obstáculos como son la competitividad, el celo profesional, etc. Nuestro personal se distingue por su calidez, su experiencia y su excelente trayectoria en el ramo de manufactura textil, si logramos unir estos elementos, formaremos una empresa unida, de calidad, grande, fuerte que ofrece a sus clientes un buen precio, surtido, trato amable calidad en sus productos y la atención adecuada. Además de ser un fuerte generadora de empleos fijos como temporales con deseos de superarse y con sus proveedores puntualidad en pagos y cada vez más adquisición en grandes volúmenes.

Habiendo efectuado el presente proyecto de inversión del taller de manufactura textil en la comunidad de San Felipe de los Herreros, Michoacán, podemos determinar que el proyecto es viable, esto debido a las respuestas arrojadas durante el proceso de la elaboración del estudio de esta empresa. Ya que esta será exitosa debido a que el personal estará capacitado para poder elaborar productos de buena calidad que los clientes merecen y de esta manera se podrá luchar con la competencia para subsistir dentro del mercado y lograr mantenerse dentro del mismo.

Espero que este trabajo les sirva a los estudiantes que le lleguen a consultar en un futuro no muy lejano y a la conclusión de cuatro años y medio de lucha constante; esta experiencia escolar además de haber cumplido compromisos escolares y familiares es un reto personal, es comprobar que los objetivos que se tienen en la

vida y la carrera en cuanto a ser generadores de fuentes de empleo se pueden lograr y demostrar que es posible, mediante el apoyo y experiencia profesional de personas involucradas en el sector a lo largo de estos años y así fomentar el crecimiento y desarrollo de empleo en la región.

BIBLIOGRAFÍA

BACA Urbina Gabriel, Evaluación de proyectos, Mc Graw Hill, 4ta edición, México, 2001.

COSS Bu Raúl, Análisis y evaluación de proyectos de inversión, Limusa, 2da Edición, México, 2005.

FLEITMAN Jack, Negocios Exitosos, Mc Graw Hill Interamericana Editores, México, 2000.

FONTAINE Ernesto R, Evaluación Social de Proyectos, Alfaomega, 12ª Edición, México, 1999.

HERNANDEZ Hernández Abraham, formulación y evaluación de proyectos de inversión para principiantes, Ecafsa, 4ta Edición, México, 2001.

KEREMITSIS Daw, La industria textil mexicana en el siglo XIX. SEP, Colección SEP, México, 1973.

LERMA Kirchner Alejandro, Administración a través de las áreas funcionales, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM, México, 2012.

NACIONAL Financiera, Guía para la formulación y evaluación de proyectos de inversión, Dirección de Promoción y Desarrollo Empresarial, México, 1999.

SAPAG Chain Nassir, Criterios de evaluación de proyectos, como medir la rentabilidad en las inversiones, Edit. Mc. Graw Hill; España 1993.

STONER J. wankel c, Administración. Prentice-Hall. 5ta Edición, México, 1990.

URIBE Salas José Alfredo, La industria textil en Michoacán 1840-1910; UMSNH, México, 1983.

<http://www.coachdelaempresaria.com>

<http://www.inegi.gob.mx>

<http://www.maestriaenadministracion.uson.mx>