



UNIVERSIDAD
DON VASCO, A.C.

UNIVERSIDAD DON VASCO, A. C.

INCORPORACIÓN No. 8727-02

A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

**Proyecto de inversión para la
creación de una sucursal de
Ferreconstrucciones del Centro,
en la ciudad de Lázaro
Cárdenas, Michoacán.**

Tesis

Que para obtener el título de:

Licenciado en Administración

Presenta:

Gerardo David Pereira Mendoza

Asesor:

L.A. Carmen Lucía Mora Ochoa



Uruapan, Michoacán. 09 de septiembre de 2014



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.

ÍNDICE

Introducción-----	05
CAPÍTULO I GENERALIDADES DE LAS EMPRESAS-----	08
1.1 Concepto-----	08
1.2 Elementos que conforman la empresa-----	09
1.3 Responsabilidad-----	12
1.3.1 Tipos de Responsabilidad-----	13
1.4 Organización-----	15
1.5 Trabajo-----	15
1.6 Empresario-----	17
1.7 Sistema administrativo-----	18
1.8 Recurso-----	18
1.8.1 Recursos de Operación -----	18
1.8.2 Recursos Humanos-----	18
1.8.3 Recursos Técnicos -----	20
1.8.4 Recursos Materiales -----	20
1.8.5 Recursos Financieros-----	20
CAPÍTULO II ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO DE INVERSIÓN----	21
2.1 Concepto de Proyecto de Inversión-----	22
2.1.2 Importancia de los Proyectos de Inversión -----	22

2.2 Estudio de Mercado-----	23
2.2.1 Generalidades del Estudio de Mercado-----	24
2.2.1.1 Objetivos -----	24
2.2.1.2 Concepto de Objetivos-----	24
2.2.2 Importancia del Estudio del Mercado-----	25
2.2.3 Elementos del Estudio de Mercado-----	25
2.2.3.1 Mercado -----	25
2.2.3.2 Oferta-----	26
2.2.3.2.1 Tipos de Oferta-----	26
2.2.3.2.2 Elementos para Analizar la Demanda-----	27
2.2.3.3 Demanda -----	27
2.2.3.3.1 Concepto-----	28
2.2.3.3.2 Factores que Determinan la Demanda-----	28
2.2.3.3.3 Tipos y Clasificación de la Demanda-----	28
2.2.4 Recopilación de información -----	30
2.2.4.1 Fuentes de Información-----	30
2.2.4.2 Muestreo-----	31
2.2.5 Precio-----	32
2.2.5.1 Tipos de Precio-----	33
2.2.5.2 Determinación de Precios -----	33
2.2.6 Producto-----	34
2.2.6.1 Comercialización del Producto-----	35
2.2.6.2 Canales de Distribución-----	35
2.2.6.2.1 Tipos de Canales -----	35
2.3 Estudio técnico-----	35
2.3.1 Objetivos-----	36
2.3.2 Tamaño de la Planta-----	36

2.3.3 Localización de la Planta-----	36
2.3.4 Ingeniería del Proyecto-----	37
2.3.5 Organización Administrativa-----	37
2.3.5.1 Organigramas -----	37
2.3.5.2 Descripción de Puestos -----	37
2.3.5 Organización Jurídica-----	37
2.4 Estudio Financiero-----	38
2.4.1 Estado de Resultados-----	38
2.4.2 Estado de Flujo de Efectivo-----	39
2.4.3 Razones Financieras-----	40
2.5 Valuación Financiera-----	42
2.5.1 Valor Presente-----	43
2.5.2 Tasa de Rendimiento-----	45
2.6 Tasa Interna de Rendimiento-----	45
2.7 Fuentes de Financiamiento -----	45

CAPÍTULO III CASO PRÁCTICO “PROYECTO DE INVERSIÓN DE UNA SUCURSAL DE FERRE-CONSTRUCCIONES DEL CENTRO EN LÁZARO CÁRDENAS MICHOÁCAN”----- 48

3.1 Metodología de la Investigación-----	49
3.1.1 Objetivos-----	49
3.1.2 Hipótesis-----	50
3.1.3 Técnicas de Investigación -----	51
3.1.4 Antecedentes de la Empresa FERRECONSTRUCCIONES DEL CENTRO----	51
3.1.5 Justificación -----	54
3.2 Estudio de Mercado-----	54

3.2.1 Demanda-----	55
3.2.2 Muestra-----	55
3.2.3 Diseño para la Investigación -----	55
3.2.4 Análisis de la Información-----	57
3.3 Perfiles de los Puestos-----	60
CÉDULAS FINANCIERAS -----	74
CONCLUSIONES -----	81
BIBLIOGRAFÍA-----	83

INTRODUCCIÓN

Este proyecto se basara en presentar una propuesta para conocer si es factible abrir una sucursal de material de construcción en la ciudad de Lázaro Cárdenas, puesto que la mayoría de las viviendas no cuentan con la calidad suficiente del material empleado en dichas construcciones.

Un proyecto de inversión se desprende de la búsqueda de una solución a un problema para satisfacer necesidades reales. En un proyecto de inversión es importante tomar en cuenta varios elementos como lo son el estudió de mercado, estudio financiero y técnico entre otros, para así poder llevar a cabo un buen desarrollo general de la empresa.

La escasez de recursos financieros en nuestro país y los altos costos en las inversiones privadas y públicas, han llevado a los tomadores de decisiones a buscar diversos mecanismos que les permitan aplicarlos de manera eficiente. México ha experimentado cambios estructurales en materia de inversiones, por lo que resulta indispensable efectuar evaluaciones de proyectos que nos permitan determinar la conveniencia social y así poder lleva a cabo las inversiones programadas, postergarlas o simplemente cancelarlas.

Lo cual permitiría la optimización de recursos naturales, económicos y financieros, permitiendo así la consecución de un moderno, orgulloso y equitativo país, con mejores oportunidades de bienestar, progreso y empleo para cada habitante y, al mismo tiempo, asegurara el aprovechamiento racional y responsable de los recursos y riquezas potenciales. Al coordinar acciones y conciliar propósitos entre los sectores de gobierno, privado y social, los planes, programas y obras de

infraestructura que lo forman instauraran los cimientos a fin de que la nación mexicana alcance su pleno desarrollo.

Es por ello que hacer justicia social con el recurso más importante del país, se aseguro que la construcción es una actividad comercial de cual vive, en forma directa o indirecta, toda la población del país.

A raíz de la internacionalización de la economía, hoy en día se debe partir de las experiencias anteriores, es decir, no se pueden cometer los mismos errores de antes, pues hacerlo estaría amenazando la rentabilidad, el crecimiento, y supervivencia. Por el contrario, se busca adaptar, asimilar y crear nuevos conocimientos en la evaluación y generar procesos de cambio en su cultura organizacional para adaptarse rápidamente a las condiciones del entorno, considerando las nuevas alternativas de desarrollo a través de los proyectos de inversión.

El cual origina un importante cúmulo de información, especialmente sobre la demanda, la oferta, la estructura económica y competitiva del mercado, flujo de fondos, que concluye en lo que denominamos “evaluación del proyecto”.

Es decir, en todo ese proceso se hace abstracción la empresa y del empresario y finaliza en la presentación de una “caja de herramientas”, fundamental para la toma de decisiones, logrando así asegurar su viabilidad económica, técnica y operativa; es decir, el proyecto tiene su razón de ser en la medida en que permite una aproximación, en una determinación apriorística, al éxito en la puesta en marcha y en el funcionamiento de idea original.

Así pues existen nuevas tendencias de los mercados de materiales en construcción y, consecuentemente, de las políticas para la construcción. Muchas

de las consecuencias ubican en condiciones de desventaja competitiva a los productores nacionales, obligándolos a incorporar en sus procesos de producción y posproducción nuevas estrategias hasta antes poco experimentadas, muchas de ellas relacionadas con la modernización de las casas, departamentos, etc.

Como se había mencionado anteriormente, el proyecto de inversión es todo un proceso que se a de seguir con la finalidad de obtener las herramientas necesarias para la toma de decisiones, por tal motivo en el presente proyecto podremos encontrar la información necesaria.

En el primer capítulo trataremos de lo que es una empresa, de los elementos que contiene, la responsabilidad y sus tipos, la organización de la misma, trabajo, empresario, sistema administrativo, recursos y sus tipos.

Posteriormente en el siguiente capítulo se hablara de los aspectos generales del proyecto de inversión, así como el concepto y su importancia, estudiaremos lo que es un estudio de mercado, sus objetivos y los elementos que contiene, estudio técnico, estudio financiero, valuación financiera, fuentes de financiamiento, entre otros.

Por último se realizara el capítulo más importante donde desarrollaremos todos los datos obtenidos como son entrevistas, estudios de mercado e investigación para saber si es viable establecer una nueva sucursal en la ciudad de Lázaro Cárdenas Michoacán.

CAPÍTULO I

GENERALIDADES DE LA EMPRESA

Debemos comprender el significado de empresa, el capítulo que a continuación se muestra, introduce una gran gama de formas en las que nos basamos para poder forjar un criterio propio de empresa. Se muestran diversos conceptos, hablándose también de temas relacionados y otros que deben saberse a fin de lograr su comprensión y determinar la importancia del Factor Humano como agente primordial en las empresas.

1.1. CONCEPTO

La empresa se considera un ente que produce bienes para satisfacer las necesidades, estos bienes pueden ser materiales o de servicios.

“Una empresa está formada por maquinas, personas y sistemas que al unirse logran producir bienes o servicios para satisfacer las necesidades de un mercado, y con ello lograr un beneficio económico.” (REYES, 2001: 164)

“Se considera empresa a la persona física o moral que sola o asociada con una o mas personas desarrolla actividades o tratos de comercio, servicios o transformación.” (CANACINTRA, 2000)

“Aquella persona física o moral que lleva a cabo operaciones de carácter económico con un objetivo lucrativo o no, para la satisfacción social en el aspecto comercial, industrial, cultural y de servicios a través de proyectos de inversión.” (NAFIN, 2000)

De las definiciones anteriores podemos concluir que la empresa es un conjunto de capital, organización y trabajo.

El capital no es el factor principal, ni debe mencionarse en primer término. A su vez, la organización al igual que el capital, se expresa como un término objetivo, como si la organización fuera algo ya dado sin mencionar como o por quien se dio, además se reviste de un carácter estático porque parece que la organización es algo terminado y definido, puesto allí, como se pone el capital. Aunque el trabajo como concepto integrador de la empresa no puede dársele el tono objetivo y estático, se menciona junto a otros factores constitutivos de la empresa de una manera equivocada pues la organización es meramente sustancial en trabajo, en personas.

El trabajo es el componente principal de toda empresa por lo que diremos que planeado, organizado, integrado, dirigido y controlado por personas capaces manejando los distintos recursos de capital y/o inversión se puede llegar a potenciar su alcance. De esta manera queda reivindicado el trabajo en el lugar primordial que le corresponde, tanto respecto de la organización como respecto del capital. Así la única descripción apta para la consideración moral de personas que aportan conjuntamente su trabajo directivo, su trabajo operativo, y su inversión.

1.2 ELEMENTOS QUE CONFORMAN LA EMPRESA

Reyes Ponce (1998) dice: “Como se comentó la empresa está formada por bienes materiales, humanos y técnicos”.

Materiales

- a) El edificio, que se refiere a las instalaciones que se tiene hará lograr la producción, la maquinaria que va a ayudar al ser humano a incrementar su capacidad productiva de éste, y todos aquellos instrumentos o herramientas que complementen la maquinaria y al ser humano para la labor productiva.
- b) Las materias primas, que es material que se utiliza para transformarlo en el producto que nosotros vamos a elaborar, además de las materias auxiliares, que no son aquellos materiales que aun que no forman parte del producto son necesarios para la producción, como pueden ser los lubricantes, aditivo, además del inventario que se tenga en existencia, aunque éste se trate de comercializar lo más rápido posible, mientras se encuentre la empresa es parte del patrimonio del capital.
- c) Dinero, este sobre todo se va a referir al capital de la empresa, el cual está constituido por valores, obligaciones, etc., aunque no debemos de olvidar aquel efectivo que podamos tener en la empresa para pagos que debamos hacer.

Humanos

Son los elementos, o el factor eminentemente activo en la empresa y desde luego es, el que no puede omitirse, ejecuta acciones para dirigir maquinaria y equipo, la diversidad de éste hará a la empresa más rica. “Las reuniones que se realizan regularmente con los mismos asistentes dan lugar a sus propios tipos de comportamientos”. (CROSBY, 2000:120)

- a) Existen los obreros, cuyo trabajo es predominantemente manual, estos pueden tener una gran experiencia y son a los que se les llama calificados; o no calificados si no tienen pericia o experiencia en el trabajo.

- b) Los empleados, que son aquellos cuyo trabajo viene siendo más intelectual y de servicio; este trabajo es mejor conocido como trabajo de oficina y éstos también pueden ser calificados o no calificados.
- c) Existen también los supervisores, cuya misión primordial es la de vigilar que se de un cumplimiento exacto de los planes y órdenes.
- d) Los técnicos, que son personas que buscan crear nuevos diseños de productos, sistemas administrativos, métodos, controles, etc., para que la empresa tenga un mejor desempeño en la producción y comercialización de su producto.
- e) Altos ejecutivos son las personas en quienes predomina la función administrativa.
- f) Directores son aquellos cuya función básica es fijar los grandes objetivos y políticas, aprobar los planes más generales y revisar los resultados finales.

Técnicos

Son las relaciones estables en que deben coordinarse las diversas actividades, funciones, mecanismos y personas. Existen distintos sistemas; como los sistemas de producción y sistemas de organización y administración.

- a) Los sistemas de producción, tales como fórmulas, patentes, métodos etc. Sistemas de ventas como el autoservicio, la venta a domicilio, a crédito, por medio de Internet, etc. Sistemas de finanzas que pueden ser las distintas combinaciones del capital con el prestado etc.

b) Sistemas de organización y administración, consisten en la forma como deben estar estructurada una empresa, es decir, su separación de funciones, su número de niveles jerárquicos, el grado de centralización o descentralización de la empresa, etc.

1.3. RESPONSABILIDAD

La responsabilidad es una propiedad inherente a la libertad, el hombre es libre porque hay una discontinuidad entre los estímulos que le apremian, y las respuestas con las que a ellos reacciona. Esto significa que la conducta del hombre no es una prolongación de las circunstancias en su entorno, si no que arranca propiamente de sí mismo y por ello puede responder y actuar libremente.

Sin embargo esta conclusión arrastra consigo otra que no puede eludirse, la conducta humana no debe imputarse a las circunstancias que lo rodean o a los estímulos que la incitan, sino a sí misma. Si el hombre es libre entonces es responsable. Hay una congruencia entre lo tangible y lo intangible, porque para el materialismo el hombre es solo materia y el socialismo para el que el hombre ha de ser responsables de la sociedad en que vive.

Pero no porque haya determinados conceptos éticos que han sido marginados de los usos de costumbres, materiales y de la administración, podemos decir lo mismo del concepto de responsabilidad. Al contrario debería de afirmarse que el concepto de responsabilidad resulta clave en la actual dirección de empresas y que ésta, en buena parte consiste en la atribución de responsabilidad y en procurar que los hombres se hagan responsables de sus actos, asimismo de las funciones que se les asignan.

1.3.1 TIPOS DE RESPONSABILIDAD

a) Responsabilidad consecuente es aquella que nos capacita para responder a las consecuencias de nuestros actos. Para su mejor comprensión se muestran los siguientes significados:

Responsabilidad liberal y responsabilidad socialista: El liberalismo económico es una doctrina social que se enfatiza como el valor más importante en la comunidad, la libertad de emprender, pero deja simultáneamente al arbitrio de cada uno la determinación de aquellas consecuencias de sus actos de las que sería responsable. Una reacción opuesta es la socialista, el hombre es responsable de todo lo que ocurra en la comunidad. Si el liberalismo minimiza los alcances de la responsabilidad del socialismo es excesivamente pináculo, nadie puede ser responsable de todo porque entonces nadie es responsable de nada.

Responsabilidad por círculos concéntricos: Éste se fundamenta en el sentido común y en la realidad de las cosas. Yo no soy responsable de aquello que arbitrariamente decida ni de aquello que no guarde relación con mis actos. Podría expresarse de la siguiente manera, yo soy responsable de mi propio ser, y de su fundamento, después soy responsable de mi familia, luego de la empresa, luego de las otras empresas asociadas conmigo y así sucesivamente. Esta responsabilidad por círculos no sustituye mis responsabilidades sino que las gradúa con sentido común vivido de la realidad de las cosas.

b) Responsabilidad Antecedente. Las razones de mis actos que no necesitan sustentarse en otras, porque dan cuenta de sí mismos, se denominan principios, por ello la responsabilidad antecedente pide que la conducta humana se apoye directa o indirectamente en principios de conducta válidos por sí mismos. Lo

anterior implica lo que sigue: el hombre que actúa sin tener en cuenta los principios en los que se basa, su actuación es irresponsable.

Un dilema ético que se le presenta al director de toda empresa es que no siempre aparecen compatibles los principios a que debo atenerme y los resultados que he de lograr, se trata de la aparente adversidad entre la convicción y las consecuencias y de la pugna ética establecida entre ellas.

c) Responsabilidad Congruente. Cada persona tiene la responsabilidad de guardar una congruencia con respecto a su proyecto de vida, ésta se encuentra supeditada a la responsabilidad con respecto a los principios que es la congruencia natural, así que la primera congruencia del hombre es aquella por la que concuerda con ese mismo que es él, y ello constituye su primer deber ético, insustituible.

Lo anteriormente fijado para las personas ha de retirarse para las empresas, en cuanto a comunidades de personas que son cuando las empresas tienen una historia ética, han de ser fieles a ella si quieren ser coherentes, si desean que las demás entidades sociales sepan a que atenerse. Para tener un socio confiable debo conocer su forma de conducta y él debe tener esa congruencia que solo proporcionan los principios de valores absolutos y los proyectos de vida de los que nos hemos responsabilizado en una fuerte autodeterminación.

d) Responsabilidad Trascendente. La empresa y el hombre han de ser responsables de la misión a la que están destinados. En el caso del hombre la misión personal es un destino señalado para él por parte de Dios al que se puede responder positiva e inteligentemente o negativa e irracionalmente. Esta misión va tomando cuerpo a través de circunstancias que configuran lo que se denomina

deber de estado, el cual, en ocasiones nos significa obligaciones en las que nos vemos como evidentemente irremplazables. “Las tareas complejas están hechas de un concepto, la tarea está hecha” (CROSBY, 2000:37)

1.4 ORGANIZACIÓN

Como seres humanos cumplimos con las etapas de la vida, el trabajo es una herramienta indispensable y existente en cada persona para la autorrealización que a la vez está aunada a cada etapa que vivimos, inherentes a nuestros objetivos que comúnmente conocemos como intereses personales. Cada logro de ciertos intereses nos conmueve y motiva para lograr otros que a su vez, son posteriormente crecientes conforme transcurre el tiempo.

El bienestar personal conlleva una magnitud de formas de vida en las que rigen ciertas normas, la unión es una forma de encaminar los intereses de cada individuo miembro del grupo que posteriormente pueden formar grupos más grandes y así una organización con objetivos específicos.

Para Earl F. Lundgren la organización es percibida como “un sistema compuesto de elementos o subsistemas, tan relacionados entre si e integrados, que forman un todo que presenta atributos únicos”. (RODRÍGUEZ, 2002:16)

F. Pozo Navarro la define como “un sistema de partes interrelacionados, operando una conjuntamente con otras, a fin de cumplir los objetivos del todo y los individuales de los elementos participantes”. (RODRÍGUEZ, 2002:16)

1.5 TRABAJO

El desarrollo de las organizaciones desempeña un papel importante en la economía de todos los países, el trabajo es la fuente principal de toda empresa,

constituye el sostenimiento de cada ser humano en la obtención de dinero para satisfacer sus necesidades personales y las de su familia.

A través del trabajo, las personas producen los bienes y servicios que la sociedad demanda para que satisfagan también sus necesidades en forma directa o por medio de ingresos para poder adquirirlos, y que para las organizaciones es primordial durante su vida.

Es pues un ciclo recíproco en la vida de los seres humanos y de las organizaciones, los primeros por obtener ciertos productos y servicios a cambio de una suma determinada de dinero, las segundas por obtener dinero a cambio de sus productos y servicios plasmados por medio del trabajo.

Contigolo G. menciona acerca del trabajo, "son todas las actividades desarrolladas en una empresa, para cumplir las dos funciones básicas: registro e información". (RODRÍGUEZ, 2002:3)

Pérez Botija dice al respecto "trabajo es una actividad personal, prestada mediante contrato, por cuenta y bajo dirección ajena, en condiciones de dependencias y subordinación". (RODRÍGUEZ, 2002:3 IBID)

Reyes Ponce define trabajo como "la actividad humana aplicada a la producción de bienes o servicios y por ello, realizada con sujeción a normas de eficiencia". (RODRÍGUEZ, 2002:3 IBID)

K. Marx establece en "El capital" que "trabajo es un proceso entre la naturaleza y el hombre, en el que éste realiza, regula y controla mediante su propia acción, su intercambio de materias con la naturaleza". (RODRÍGUEZ, 2002:3)

La definición de Reyes Ponce como define el trabajo para mi es la mas importante ya que todo es una actividad para realizar producción de bienes o servicios.

1.6 EMPRESARIO

Reyes Ponce (1998) dice: “si la esencia de la empresa se encuentra en la coordinación de los elementos humanos y materiales y de las funciones técnicas que completas y coordinadas logran la producción de bienes y servicios para el mercado, quien realce esta coordinación será el empresario.

Debemos de entender por empresario al que emprende.

Existe en estos tiempos modernos una gran complejidad para determinar en quien se de exclusivamente la función empresarial; de hecho esta función parece repetirse entre muchos de los que integran la empresa, aun que en esto tiene mucho que ver el tamaño de la empresa, ya que en las más pequeñas la mayoría de las veces es el mismo dueño el que hace la labor empresarial. Dicha función requiere de los siguientes elementos para su buen desarrollo:

a) Asunción de riesgo: Este es el elemento más claro “Es empresario el que liga su suerte con la de la empresa”, por lo tanto no es empresario el que invierte su dinero y que por este recibe intereses fijos, porque no arriesga, ni sus ganancias dependen de la prosperidad de la empresa.

b) Creatividad o innovación: También se puede dar el nombre de empresario al que tiene la idea de hacer surgir la empresa, o que tiene la idea de ampliarla, cambiar sus objetivos, añadir nuevos productos, adaptar nuevos sistemas de producción, ventas etc. La creatividad es señalada como lo principal en el carácter de empresario.

c) Decisiones fundamentales y finales: “Esto es que el empresario debe de tener la última decisión en forma inapelable, aquellas funciones y actividades de las que depende de tomar el empresario”.

1.7 SISTEMA ADMINISTRATIVO

Se aboca a la coordinación de los recursos, (humanos, técnicos, materiales y financieros) con el fin de lograr el cúmulo de los objetivos organizacionales. La tarea de un administrador es básicamente la de integrar y coordinar recursos de operación muchas veces cooperativos, pero otras tantas conflictivos. Bajo el principal motivo de cumplir los objetivos establecidos, operando de la manera necesaria en forma eficaz y eficiente.

1.8 RECURSOS

Hablando de términos administrativos, podemos apreciar los recursos humanos, técnicos, materiales y financieros, disponibles de una empresa para que la misma pueda operar en forma constante y conveniente a sus planes, metas y objetivos.

1.8.1 RECURSOS DE OPERACIÓN

Cualquier recurso requiere de procesos complejos de administración necesitan ser captados y aplicados dentro del sistema organizacional, desarrollados y controlados para que el sistema organizacional se desenvuelva adecuadamente.

1.8.2 RECURSOS HUMANOS

Estos abarcan todo lo relacionado con el Factor Humano, no sólo el esfuerzo o la actividad humana, sino que también otros factores como los conocimientos que tenga la persona, las aptitudes con las que cuente, experiencias que ha tenido a

lo largo de su vida tanto en el ambiente laboral como fuera de él, sus propios intereses en grados de importancia, habilidades que ha adquirido.

Joaquín Rodríguez Valencia menciona, “Las personas que trabajan para una organización; las habilidades que poseen y su conocimiento acerca del sistema de trabajo, son de gran valor para los administradores”. (RODRÍGUEZ, 2002:36)

Son pues, los más importantes para una organización, el personal es quien puede mejorar y perfeccionar el empleo, el diseño de los recursos materiales y técnicos. Constituyen los recursos más diversos y complejos de una organización, son ellos capaces de procesar los recursos inertes, lo cual no sucede a la inversa. Pueden mejorar o limitar el desarrollo de cada departamento, ya que se encuentran en todos los departamentos que en su conjunto sería desarrollar o estancar a la organización como una unidad. Por tal importancia, el personal y su capacitación es indispensable desde su inicio, y posteriormente en periodos de meses o años, seguir aumentando sus conocimientos y habilidades mediante la capacitación. “nunca podemos suponer que las personas están preparadas para hacer un trabajo diferente al que están acostumbradas; la capacitación es obligada para realizar cualquier actividad”. (CROSBY, 2000:29)

No existen pues, organizaciones sin personal; sin embargo Chiavenato dice: “las organizaciones no existen simplemente para tener personas. Es decir, el tener personal no constituye un objetivo de las organizaciones; los recursos humanos son el medio para que la organización alcance sus objetivos”. (RODRIGUEZ, 2002:36)

1.8.3 RECURSOS TÉCNICOS

A éstos los consideraremos como todos los medios informativos que nos proporcionan una orientación de gran utilidad para desarrollar soluciones ante aspectos cotidianos que pueden ocurrir en circunstancias comunes o críticas. Podemos integrar como parte de los recursos técnicos, los sistemas de producción y la tecnología con las que se manejan, los procesos de producción, los sistemas de ventas y de promoción.

1.8.4 RECURSOS MATERIALES

Podemos entenderlos como todos los bienes físicos tangibles necesarios para la realización de las actividades, funciones y operaciones. Quedando incluidos dentro de esta clasificación, los edificios, terrenos, maquinaria, equipo, herramientas, instalaciones, materias primas y su proceso de transformación.

1.8.5 RECURSOS FINANCIEROS

Comprenden todos aquellos elementos de origen monetario, ya sean propios o ajenos, con los que cuenta la empresa para realizar sus funciones. Entre los recursos financieros propios están: dinero en efectivo, acciones, utilidades, ingresos por ventas. Entre los recursos financieros ajenos están: préstamos de acreedores, proveedores, créditos bancarios.

Como conclusión a este capítulo se comprende que debemos tomar en cuenta todos los elementos que conforman a la empresa, para así de esta manera conocer más de cerca del trabajo que se desarrolla en la misma tomando de base los tipos de recurso ya que estos son muy importantes ya que estableciéndolos bien nos podrán redituar más en nuestras utilidades, bajando costos entre otros

CAPÍTULO II

ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO DE INVERSIÓN

En este capítulo definiremos claramente lo que es un proyecto de inversión y los pasos a seguir para su desarrollo, ya que este es un plan prospectivo de una unidad de acción capaz de materializar algún aspecto del desarrollo económico o social, considerando el empleo de una cierta técnica y medios necesarios para su realización y adecuación con miras a obtener un determinado resultado o ventaja; así como también hablaremos del estudio de mercado, estudio técnico, análisis financiero y evaluación económica de los proyectos de inversión.

Un proyecto de inversión se desprende de la búsqueda de una solución a un problema para satisfacer necesidades reales. Entonces podemos decir que el proyecto de inversión es la solución aterrizada, como un plan para satisfacer necesidades ya definidas. En la actualidad es necesario establecer bien los lineamientos que se deben de tomar para poder llevar a cabo la satisfacción de las necesidades como empresa y además será necesario establecer los recursos que necesitamos y la manera en cómo se aplicarán.

Para formular y evaluar el proyecto será necesario definirlo desde distintos puntos de vista, para poder evaluar y aceptar un proyecto de inversión a fin de asegurar su funcionamiento y posible éxito. La evaluación de un proyecto busca presentar un ordenamiento de preferencias entre las distintas alternativas, a partir de criterios de decisión previamente definidos a través de algún método de evaluación específico. En este apartado abordaremos algunos puntos que se deben de tomar en cuenta para hacer un estudio de los proyectos de inversión como la información que se requiere, determinación de inversión en activos fijos,

determinación de capital de trabajo, estimación de costos y presupuestos, análisis de punto de equilibrio.

2.1 CONCEPTO DE PROYECTO DE INVERSIÓN

“Es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, de entre muchas, una necesidad humana”. (BACA, 2000:2)

“Es la agregación de las iniciativas individuales de múltiples empresarios en diversos sectores y regiones de actividad económica”. (HERNANDEZ, 1998:28)

“Es un conjunto de antecedentes que permiten juzgar las ventajas y desventajas que presenta la asignación de recursos (llamados también insumos) a un centro o unidad productora donde serán transformados en bienes o servicios”. (MELNICK, 1978:11)

Podemos decir entonces, formando nuestro propio criterio, que proyecto de inversión, es un plan en donde se contempla el desarrollo de empresa susceptible de crearse con distintos fines, y bajo el objetivo de satisfacer una necesidad.

2.1.2 IMPORTANCIA DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN

La sociedad está integrada por diferentes grupos sociales e incluso dentro de ellos existen diferencias, desde tiempos remotos la necesidad de organizarse entre varias personas para llevar a cabo algún trabajo se ha efectuado con bastante eficacia.

Los avances científicos y tecnológicos han logrado el bienestar de la sociedad pero también han traído consigo formas distintas de vida, hemos ido creciendo en

un marco que conforme pasa el tiempo es cada vez más indispensable un plan de vida para poder llevar a cabo.

Al elaborar un estudio de mercado se puede conocer hasta cierto punto su viabilidad y el grado de aceptación por parte de la sociedad, resulta así de vital importancia su estudio en el plan de una empresa que pretende ser inaugurada, expandir su mercado o elaborar una nueva línea de productos.

Es indispensable pues, su estudio, por otro lado para la sociedad es también cierto que el crecimiento poblacional ha ido aumentando y conforme a esto pasa la apertura de nuevas empresas forma un papel fundamental al propiciar empleos y así un círculo de vida en el que producen para obtener dinero y por otra parte su empleado por obtener artículos algunas veces de la misma empresa pero sin lugar a duda de muchas otras que necesitan.

2.2 ESTUDIO DE MERCADO

Es un plan general, el cual se realizó durante el estudio técnico y práctico del mismo proyecto, por lo cual la información obtenida es real, recabada meramente del exterior y del lugar en el que se desea implantar la empresa.

Al evaluar un proyecto es preciso determinar el mercado en el cual deberá operar, ya que es el lugar donde las personas reflejan sus intereses, deseos y necesidades, proporcionando así al ser humano a realizar una jerarquía de sus necesidades y a establecer su propia identidad en relación con los bienes que desea poseer o adquirir, así como también el productor refleja sus condiciones de costo y tecnología, de la manera que ambos interactúen entre sí de la forma más óptima.

“Primera parte de la investigación formal del estudio; consta básicamente en la determinación y cuantificación de la oferta y demanda, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”. (BACA, 2000:7)

Ahora bien podemos concluir que el estudio de mercado es un proceso sistemático a través del cual se recopila e interpreta información necesaria, con el propósito de ayudar a la toma de decisiones.

2.2.1 GENERALIDADES DEL ESTUDIO DE MERCADO

Estudiaremos lo que el estudio de mercado pretende con su desarrollo dentro del ámbito de los proyectos.

2.2.1.1 OBJETIVOS

Urbina Baca, considera que los objetivos básicos son:

- a) Verificar que existe un mercado potencial insatisfecho y que es viable, desde el punto de vista operativo, introducir el producto.
- b) Demostrar que tecnológicamente es posible producirlo, corroborando que no existen barreras en el abastecimiento de los insumos y materias primas.
- c) Demostrar que es rentable el proyecto, por medio de los estudios que se hacen al mismo.

2.2.1.2 CONCEPTO

“Área geográfica, en el cual concurren oferentes y demandantes que se interrelacionan entre sí, para el intercambio de un bien o servicio”. (HERNANDEZ, 2001:46)

Para efectos del proyecto lo tomaremos como el potencial de clientes segmentados en una parte territorial determinada que podrán adquirir nuestros productos.

2.2.2 IMPORTANCIA DEL ESTUDIO DE MERCADO.

La importancia del estudio de mercado proviene de la forma como se realicé, de tal manera que dicho estudio sea capaz de brindar información necesaria considerando una muestra significativa, que nos pueda conducir a una mejor toma de decisiones, y a crear ideas sobre bases reales, controlando, dirigiendo y disciplinando acciones que habrán de seguirse, así como también auxilia en la creación de estrategias más eficaces, y ayuda a decidir cómo deben ser combinadas las actividades.

Su importancia radica fundamentalmente en ser una valiosa fuente de información que permite tomar decisiones, ya sea creando ideas o seleccionando las alternativas más convenientes de acuerdo con el mercado y los objetivos establecidos.

2.2.3 ELEMENTOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

Al realizar el estudio del mercado de un proyecto, es preciso reconocer todos y cada uno de los elementos que, con su actuación, tendrán algún grado de influencia sobre las decisiones que se tomarán al definir la estrategia del proyecto, los cuales son:

2.2.3.1 MERCADO

El mercado surge desde el momento en que se unen grupos de vendedores y compradores, y permite que se articule el mecanismo de la oferta y demanda.

Por lo tanto es el lugar donde se realiza cualquier conjunto de transacciones o acuerdos de negocios entre compradores y vendedores de bienes y servicios.

2.2.3.2 OFERTA

Podemos conocer donde estamos respecto de nuestra competencia directa e indirecta por medio de este concepto.

“Cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos poner a disposición del mercado a un precio determinado”.

(IBID: 43)

Competencia: Personas, empresas o proveedores que ofrecen al mercado un producto o servicio similar al que ofrece nuestra organización. Se pueden considerar aquellos productos o servicios con resultados similares como competencia indirecta.

2.2.3.2.1 TIPOS DE OFERTA

Existen tipos de oferta según varios autores, sólo mencionaremos algunas de las más importantes:

a) “Oferta competitiva o de libre mercado: Tipo de oferta en la que los productores se encuentran en circunstancias de libre competencia; existe cierta cantidad de productores del mismo artículo que la participación en el mercado está determinada por la calidad, precio y servicio que ofrecen al consumidor.

b) Oferta oligopólica. Se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por sólo unos cuantos productores. Tratar de penetrar estos mercados

no sólo implica riesgos por el control que se tiene hacia los consumidores, sino muchas ocasiones resulta imposible.

c) Oferta monopólica. Existe solamente un oferente del bien o servicio, por tal motivo, su dominio es total en su oferta dentro del mercado y por ello que impone precio del bien o servicio, calidad y cantidad del mismo. Se considera monopolista al oferente que posee más del 95% del mercado aún cuando exista(n) otro(s) oferente(s)". (IBID:44)

2.2.3.2.2. ELEMENTOS PARA ANALIZAR LA DEMANDA

a) Número de productores

b) Localización.

c) Capacidad instalada

d) Planes de expansión

e) Inversión fija.

2.2.3.3 DEMANDA

Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado está dispuesto a adquirir a un precio y durante un periodo de tiempo determinado, de tal manera que se logre la satisfacción de las necesidades específicas.

Nos indica el grado de requerimientos de nuestro producto en el mercado, es decir, que tan consumido es nuestro producto por los demandantes.

2.2.3.3.1 CONCEPTO

“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita, para buscar la satisfacción de una necesidad específica, a un precio determinado”. (IBID:17)

Demanda potencial insatisfecha. La cantidad de bienes y servicios que es probable que el mercado consuma en años futuros sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacerla.

2.2.3.3.2 FACTORES QUE DETERMINAN LA DEMANDA

- A) Precio del bien
- B) Ingresos de los consumidores
- C) Gusto de los consumidores
- D) Expectativas y satisfacción.
- E) Publicidad

2.2.3.3.3 TIPOS Y CLASIFICACIÓN DE LA DEMANDA

En relación con la oportunidad:

- a) Demanda insatisfecha.- Es aquella en la cual lo producido u ofrecido no satisfacen las necesidades requeridas por el mercado.
- b) Demanda satisfecha.- Es aquella en la cual lo producido y ofrecido satisfacen las necesidades requeridas por el mercado. En la cual se reconocen dos tipos de demanda satisfecha, los cuales son:

- Satisfecha saturada: Es aquella que surge cuando ya no se requieren más bienes o servicios, porque las necesidades están plenamente satisfechas.

- Satisfecha no saturada: Es aquella que surge cuando aparentemente ya no se requieren más bienes o servicios, pero que mediante el uso de herramientas mercadotécnicas se puede incursionar en este mercado.

En relación con la necesidad:

a) Demanda de bienes necesarios.- Son aquellos bienes de primera necesidad que el ser humano ocupara para un buen desarrollo y crecimiento.

b) Demanda de bienes no necesarios.- Son aquellos bienes que no son de primera necesidad para el desarrollo y crecimiento del ser humano, ya que satisfacen un gusto y no una necesidad.

En relación a su temporalidad:

a) Demanda continua.- Es aquella que permanece durante largos periodos, debido al crecimiento y desarrollo de la sociedad.

b) Demanda cíclica o estacional.- Es aquella que permanece durante un periodo de tiempo determinado de acuerdo a las condiciones climatológicas o comerciales.

En relación a su destino:

a) Demanda de bienes finales.- Es aquella en la cual el consumidor adquiere bienes que no requieren de algún procedimiento antes de ser consumidos.

b) Demanda de bienes intermedios.- Es aquella en la cual el consumidor adquiere bienes que requieren de algún procedimiento antes de ser consumidos.

2.2.4 RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN

Las distintas formas en las que nos podemos allegar de información pueden servir para su recopilación oportuna, así mismo para una buena veracidad.

“Observación directa. Consiste en acudir directamente con las personas que se desean analizar, observando la conducta que muestran en su comportamiento de grupo e individual. Este método es aplicado en tiendas que se quieren observar los hábitos de conducta que los clientes muestran al comprar.

Método de experimentación. Se obtiene información directa del usuario, usando y observando cambios de conducta, como ejemplo pondremos un producto que se modifica su envase determinando si por ese hecho tiende a consumirse es mayor cantidad o menos. Se puede estudiar la causa y efecto del acto que modifica el comportamiento de compra en los consumidores y sus variables.

Acercamiento al usuario. Similar a la entrevista, por esta forma de llegar al cliente podemos determinar cuestiones que para nosotros son importantes como oferentes, pero bien este método puede ser ambivalente y sus resultados; preguntarle a un cliente sus preferencias en los productos que consume, marcas y demás, no siempre es la verdad. Las preguntas deben ser muy claras y concisas, su esquema de formulación debe ser acertado para permitirnos conocer la verdad del cliente y sus preferencias”. (BACA: 31)

2.2.4.1 FUENTES DE INFORMACIÓN

Las mencionadas anteriormente son clasificadas dentro de la recopilación de la información en dos tipos de fuentes:

- a) Fuentes primarias. Es obtener información directamente del usuario o consumidor del producto.
- b) Fuentes secundarias. Se obtiene información de documentos, libros, estadísticas, etc.

2.2.4.2 MUESTREO

Al recopilar información es necesario seguir un proceso, para que la muestra refleje en forma real los datos del mercado potencial. Existen dos tipos generales de muestreo:

- a) “Probabilístico. Cada uno de los elementos de la muestra tiene la misma probabilidad de ser muestreado.
- b) No probabilístico. La probabilidad de no es la misma para todos los elementos de ser muestreado”. (IBID:33)

Cada proyecto difiere a los demás por ello que el procedimiento de muestreo debe ser para cada uno el que mejor se adecue a las necesidades del mismo. En el primero, cada uno de los elementos de la muestra tiene la misma probabilidad de ser muestreado y el muestreo no probabilístico, la probabilidad de ser muestreado no es igual para todos los elementos del segmento.

“Determinación del tamaño de la muestra. Habiendo determinado el tipo de muestreo debemos calcular el tamaño o espacio de la muestra que ha de servirnos en nuestras investigaciones, para lo cual se deben tomar en cuenta distintas variables empleando la siguiente fórmula:

σ

$$n = \frac{E^2}{\sigma^2}$$

Donde σ (signa) es la desviación estándar, la cual se puede calcular por referencias de criterios hechos a otros estudios, o bien, utilizando una prueba piloto.

Z es el nivel de confianza deseado para el estudio a realizar, en la mayoría de los casos se realiza con un nivel de confianza de un 95%, su valor se obtiene de la tabla, en ese caso $z = 1.96$, con una probabilidad total de 0.05, a la media de la población caería fuera del intervalo 3°.

Finalmente, E es el error máximo permitido, entre la media de la muestra y la media de la población ($\bar{X} \pm E$). (IBID: 34)

2.2.5 PRECIO

Es aquella cantidad monetaria que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar dicho bien o servicio, cuando exista una estabilidad entre la oferta y la demanda.

El precio es una vertiente dentro del estudio del mercado con muchas variables para poder designarlo, en algunos mercados y el precio está determinado por los oferentes que controlan el mercado, en otros se encuentra manipulado por la cantidad de clientes que adquieren los servicios y productos que ofrecen; es sencilla su comprensión, por que donde los productos no son perecederos como artículos no orgánicos los oferentes pueden controlar el precio mediante el control de artículos en existencia, o también donde se de el mono u oligopolio; y por el contrario clientes que compran son pocos y los oferentes muchos.

Concepto: “Es la cantidad monetaria en la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”. (IBID: 48)

Juega un papel primordial en las leyes del mercado, especialmente la oferta y la demanda, es equitativo cuando la oferta y la demanda están equilibradas.

2.2.5.1 TIPOS DE PRECIO:

a) Internacional.- Es aquel que se usa en artículos de importación y exportación y por lo general se cotiza en dólares.

b) Regional externo.- Es el precio vigente solo en cierta parte del continente, se utiliza por los acuerdos hechos en los países integrantes. Por ejemplo Centroamérica en América.

c) Regional Interno.- Es aquel que se establece vigente en una sola parte del país, el cual normalmente se establecen artículos que se producen y se consumen en esa región.

d) Local.- Es el que rige a una población o poblaciones aledañas, no hay acuerdo establecido para regirlo.

e) Nacional.- Es aquel que se establece en todo el país, el cual se utiliza en artículos que poseen un control oficial, de acuerdo a su especificación.

2.2.5.2 DETERMINACIÓN DEL PRECIO

Es tal la importancia del precio, que mostraremos algunas recomendaciones para formarnos una idea de la determinación del mismo, ya que existen parámetros

establecidos para fijarlo y por ello es vital su importancia, más, mencionaremos solo ideas importantes en su determinación.

- a) La base del precio de venta es el costo de producción, administración y ventas mas una ganancia.
- b) Tomar en cuenta la demanda potencial del producto y las estrategias del comportamiento económico del país.
- c) Observar, analizar y vigilar la reacción de la competencia.
- d) Si contamos con intermediarios debemos conocer su comportamiento y el precio final que le dan.
- e) Contar con planes estratégicos de mercado para penetrar, conservar y aumentarlo.
- f) Políticas gubernamentales que puedan afectarnos o beneficiarnos en la producción de nuestros bienes o servicios.

2.2.6 PRODUCTO

Es aquel artículo que cuenta con las características, propiedades y calidad necesaria para ser comercializado o elaborado.

“Es la combinación o conjunto de características unidas de una forma fácilmente identificables, que el comprador puede aceptar como algo que le sirve para satisfacer una necesidad”. (RODRÍGUEZ, 2000:295)

2.2.6.1 COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

La comercialización es la actividad que le permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.

2.2.6.2 CANALES DE DISTRIBUCION

Es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores.

2.2.6.2.1 TIPOS DE CANALES

Productos de consumo popular.

- a) Productores- consumidores.
- b) Productores- minoristas- consumidores.
- c) Productores-agentes mayoristas- minoristas- consumidores

Productos industriales.

- a) Productor- usuario industrial.
- b) Productor- distribuidor industrial- usuario industrial.
- c) Productor- agente- distribuidor industrial

2.3 ESTUDIO TÉCNICO

Consiste en determinar las necesidades del proyecto en cuanto a la infraestructura de la empresa. Determinar las necesidades de la obra, maquinaria, equipos, tecnología, localización de la planta, cantidad y calidad de los insumos requeridos.

2.3.1 OBJETIVOS

a) “Verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto o servicio que se pretende.

b) Analizar determinar el tamaño, la localización, los equipos, las instalaciones, y la organización, que se requieren para realizar el proceso productivo”. (BACA, 2000:84)

2.3.2 TAMAÑO DE LA PLANTA

Capacidad a instalar con que debe contar la planta, para su óptimo funcionamiento en sus operaciones normales y su máximo aprovechamiento. Se resumiera de un plan realizado por expertos que analicen estudios de movimientos de personas y maquinaria, traslado de mercancía, etc. En este apartado se debe tomar en cuenta reducir los costos de inversión iniciales y en el momento que se necesite ampliar la planta.

2.3.3. LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

Es importante el lugar se habrá de implantar la empresa físicamente, su ubicación debe ser en un sitio que permita la buena fluidez de los canales de distribución, del producto terminado, insumos, materia prima, y factor humano, asimismo, debe ser la adecuada localización en el lugar que se desea.

“La localización contribuye en mayor medida a que se logre la tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (social)”. (IBID: 98)

2.3.4 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Consiste en analizar todo lo relacionado a la instalación y funcionamiento de la empresa, desde la adquisición de la maquinaria y equipo; su funcionamiento, utilización, sistemas de costos, y organización.

2.3.5 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

Determinar cómo se formara y como se encontrara estructurada la empresa. Dentro de esta, se incluye el organigrama, descripción de puestos, perfil del trabajador. Son consideradas también, en las operaciones administrativas las vacaciones, incentivos, seguridad social, vivienda, aguinaldos, y demás.

2.3.5.1 ORGANIGRAMAS

Son una representación grafica de la estructura empresarial; existen varias formas de laborarse, horizontales, verticales, en círculo. Son de gran ayuda para la empresa; al facilitar el factor humano y el puesto que ocupa; los departamentos que forman la empresa y en la forma en que están estructurados. Facilita también, los puestos, autoridad, responsabilidad, jerarquías.

2.3.5.2 DESCRIPCION DE PUESTOS

Forma parte de los organigramas. Define las operaciones que se van a realizar en cada departamento por los miembros de la organización. Staff técnico a consultar si es necesario, requisitos para cada puesto, habilidades, conocimientos.

2.3.5 ORGANIZACIÓN JURIDICA

Se pretende analizar la empresa desde una perspectiva en el marco legal con que debe contar el proyecto para regulación del mismo y en la forma en la que está

constituida la entidad. Las obligaciones derivadas de impuestos fiscales, de la empresa y terceras personas son también necesarias.

2.4 ESTUDIO FINANCIERO

También conocido como estudio económico, consiste en analizar la estructura financiera de la organización, los costos, estados financieros, proyectados, evaluación financiera y fuentes de financiamiento.

“La parte del análisis económico pretende determinar cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, el costo total de la operación de la planta (debe contener las funciones de producción, administración y ventas), así como indicadores que servirán de base en la parte final del proyecto para realizar entonces la evaluación”. (IBID: 160)

En conclusión se utilizan los siguientes títulos para denominar este estado financiero: estado de la posición financiera, estado de conciliación financiera, estado de activo, pasivo y capital y estado de contabilidad.

2.4.1 ESTADO DE RESULTADOS

Este estado, junto con el de situación financiera, el de variación en capital contable y el de cambios en la situación financiera, forman el grupo de los estados financieros básicos.

El estado de resultados muestra los efectos de las operaciones de una empresa y su resultado final, en forma de un beneficio o una pérdida.

El objetivo del estado de resultados es mostrar un resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la

entidad durante un periodo determinado, para evaluar el futuro, ya que este es una buena base como indicador.

El estado de resultados es eminentemente dinámico en cuanto a que expresa, en forma acumulativa, la cifra de ingresos , costos y gastos resultantes en un periodo determinado; no puede considerarse estático, ya que la acumulación de cifras tiene un carácter de movimientos, a diferencia del estado de situación financiera, cuyo carácter es preponderantemente financiero.

Sin embargo, el balance, para poder llenar plenamente su objeto, requiere complementarlo con las relaciones anexas detallando la composición de los saldos activos y pasivos con el estado de pérdidas y ganancias.

En conclusión a través de este se realiza una lista tanto de los bienes con los que se dispone y por otra la de los individuos, sociedades o instituciones que se reunieron en el negocio, a fin de analizar la propiedad de la empresa y la proporción en que intervienen los acreedores y los accionistas o dueños de tal propiedad, expresados en términos monetarios, también conocida como el balance.

2.4.2 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

Este estado se formula para informar sobre los cambios ocurridos en la situación financiera de la entidad entre dos fechas.

Como se ha visto anteriormente, el estado de situación financiera, muestra la situación financiera a una fecha determinada; el estado de resultado de resultados muestra el resultado de las operaciones durante un periodo determinado. El estado que nos ocupa complementa la información para el usuario de los estados

financieros sobre las fuentes y orígenes de los recursos de la entidad, así como su aplicación o empleo durante el mismo periodo, esto es, los cambios sufridos por la entidad en su estructura financiera entre dos fechas.

A este estado se le ha conocido con diversos nombres, como:

- a) Estado de origen y aplicación de recursos o fondos.
- b) Estado de fondos.
- c) Estado de cambios en la situación financiera.
- d) Análisis de los cambios en el capital del trabajo.

Aun que cabe mencionar que dichas denominaciones dependen principalmente del enfoque que se le de en cuanto a su preparación y formas de presentación.

En conclusión a través de este se pueden mostrar en un orden especial, los cambios de las operaciones practicadas en un periodo determinado así como los recursos que ha obtenido y la aplicación que se ha hecho de los mismos.

2.4.3 RAZONES FINANCIERAS

Las cantidades contables tienen poco significado en sí mismas, de manera que el establecer si una cantidad es adecuada, es decir, si está mejorando y empeorando, o si esta dentro o fuera de proporción, consiste en relacionarlas o compararlas con otras partidas.

Para ello es indispensable el análisis financiero a través de razones financieras, las cuales son la relación de una cifra con otra dentro o entre los estados financieros de una empresa, las cuales permiten ponderar y evaluar los resultados de las operaciones de la compañía.

Por lo tanto, es importante considerar el análisis financiero, puesto que el desarrollo de la empresa es de interés para todo tipo de usuarios.

Guajardo Cantú (1998) dice: "Las principales razones financieras se encuentran clasificadas dentro de cinco rubros, las cuales se presentan a continuación:

1.- Razones de rentabilidad:

- a) Margen de utilidad
- b) Rendimiento sobre la inversión
- c) Rendimiento sobre el capital contable

2.-Razones de liquidez

- d) Razón circulante
- e) Prueba de liquidez

3.- Razones de utilización de los activos:

- f) Rotación de cuentas por cobrar
- g) Periodo promedio de cobranza
- h) Rotación de inventarios
- i) Rotación de activos fijos
- j) Rotación de activos totales.

4.- Razones de utilización de pasivo

- k) Relación de pasivos a activos totales

El primer grupo referente a la rentabilidad de una empresa busca evaluar la cantidad de utilidades obtenidas con respecto a la inversión que las originó, ya sea a través de activo o de capital.

El segundo grupo referente a la liquidez, consiste en analizar si el negocio tiene la capacidad suficiente para cumplir con las obligaciones contraídas por y para sus operaciones.

El tercer grupo referente a la utilización de los activos, indica que tantas veces al año vende sus inventarios o cobra la totalidad de sus cuentas a cargo de sus clientes, en cambio en lo referente a la utilización de activos fijos nos indica que tan productivos han sido los activos fijos en términos de generación de ventas.

El cuarto grupo referente a la utilización de pasivos, evalúa la situación general de endeudamiento respecto a sus activos y la cantidad generadora de sus utilidades.

2.5 VALUACIÓN FINANCIERA

Sin duda, éste es uno de los puntos de mayor interés, ya que si con anterioridad se definió el destino de los recursos y parte de los costos monetarios del proyecto, en esta sección se calcularán y expondrá lo concerniente

Existen indicadores tanto estáticos como dinámicos, los primeros son el tiempo de recuperación de la inversión, el ingreso por peso invertido, el ingreso promedio por peso de inversión, etc., de tal manera que cumplen con su función técnico-económica, pero al evaluar el proyecto, en términos financieros, con inversiones distintas y flujos monetarios calculados en un periodo determinado, pierden importancia de tal manera que en este caso permite el empleo de criterios dinámicos, ya que su función viene siendo matemático-financiera al emplearse al

determinar la pérdida del valor del dinero a través del tiempo, y su posible recuperación de las inversiones realizadas.

Los indicadores dinámicos de mayor aceptación son el valor presente neto y la tasa interna de retorno.

2.5.1 VALOR PRESENTE (VPN)

“Este método también es conocido como valor actual neto (VAN), el cual se define como la cantidad monetaria obtenida después de actualizar los flujos anuales, calculados en proyección n años, y de compararlos con la inversión que se trate”. (CORTAZAR, 1993:44)

El VAN o VPN, también lo podemos identificar como la cantidad monetaria con un valor futuro que se tendría que guardar hoy para hacer frente a obligaciones futuras, con base en una determinada tasa porcentual de pérdida de valor de dinero la cual pudiera ser; la tasa de interés, bancaria, el costo promedio porcentual de créditos en instituciones financieras relevantes, el índice de inflación proyectado, el costo promedio de la divisa principal, etc.

Su importancia radica en la toma de decisiones de la inversión ya que muestra los beneficios o pérdidas, en unidades monetarias, a valores actualizados en que puede incurrir una empresa.

Cortázar Martínez (1994) dice: “El VPN se emplea para actualizar las utilidades o pérdidas generadas por un proyecto, en n años, descontándolas con base en una tasa porcentual y mediante sumas compararlas con s inversión: $VPN = EVAY - EVAE$, lo que significa que la suma de los valores actualizados de los egresos, arroja como resultado un valor presente neto”.

En caso de ser positivo, el resultado indica que, a valores actualizados, la suma de flujos de utilidades cubre totalmente el costo de inversión y arroja sobre éste un remanente.

En caso contrario, al obtenerse resultados negativos existe la posibilidad de que con las utilidades actualizadas ni siquiera se cubra el costo de inversión, y así se presente una pérdida para el proyecto en cuestión.

Es necesario destacar que el criterio de los evaluadores es importante para la aceptación del proyecto, pues deben analizarse los requerimientos sociales y nacionales que de él existan y no formular la determinación de inversión sólo con base en la finalidad de los números obtenidos, en función de satisfacer las necesidades de un grupo poblacional, de ampliar los niveles productivos o tecnológicos de algún sector económico.

El cálculo del VPN requiere de los siguientes pasos:

- a) Determinar y ordenar los ingresos y egresos.
- b) Escoger una tasa porcentual (i) de descuento que se considere apropiada para el proyecto.
- c) Actualizar los valores de los egresos e ingresos, ya sea al aplicar el factor de actualización calculada.
- d) Realizar la igualdad con la suma de valores actualizados de los ingresos y la de los valores actualizados de los egresos.

2.5.2 TASA DE RENDIMIENTO

Este método se calcula por medio de las utilidades anuales promedio, por lo tanto considera las utilidades y no flujos de efectivo, ya que en contabilidad se calculan las utilidades sobre base acumulativas derivada de los registros efectuados.

La tasa de rendimiento se calculará dividiendo las utilidades anuales netas promedio esperadas entre el valor promedio de la inversión. Ya calculada la tasa 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.

Podríamos decir que este método no 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, sin embargo permite conocer la tasa de rendimiento y evaluarla.

2.6 TASA INTERNA DE RENDIMIENTO

Podríamos decir que aquí es rentable meter esta nueva sucursal de ferreconstrucciones del centro debido a que la tasa interna de rendimiento nos da la rentabilidad del 84.16%. Debido a el estudio ya antes mencionado.

2.7 FUENTES DE FINANCIAMIENTO.

En la actualidad todo tipo de empresa requiere de la obtención de recursos tanto internos como externos a corto, mediano o largo plazo para llevar a cabo las operaciones normales de las mismas, es por ello que toda empresa requiere de un financiamiento el cual es una operación a través de la cual la empresa obtiene recursos financieros de terceros, necesarios para la puesta en marcha, desarrollo

y gestión de cualquier proyecto o actividad económica, dichos recursos económicos obtenidos deben ser retornados durante el plazo y distribuidos a un tipo de interés fijo o variable, previamente preestablecido.

Por lo tanto el financiamiento del proyecto señala las fuentes de recursos financieros necesarios para su ejecución y funcionamiento, y describe los mecanismos a través de los cuales se canalizarán a los usos específicos del proyecto.

Las fuentes de financiamiento están definidas desde el punto de vista de la empresa. Las fuentes externas son todos los fondos originados en el exterior; debido a que la empresa no obtiene suficientes fondos para continuar sus actividades principales; mientras que el capital generado dentro de la misma empresa proviene de fuentes internas.

Como se había mencionado anteriormente las fuentes de financiamiento las podemos clasificar considerando su plazo de realización y se dividen en:

- a) Corto plazo.- Son aquellos financiamientos que se contratan a plazo no mayor de un año, destinado generalmente a operaciones circulares de la entidad.
- b) Mediano plazo.- Son aquellos financiamientos que su contratación abarca por lo general de uno a cinco años.
- c) Largo plazo.- Son aquellos que se contratan por períodos mayores de cinco años y por lo regular se utilizan para la adquisición de activos fijos.

Concluiremos en este capítulo que un proyecto de inversión se contempla con el desarrollo de una empresa susceptible donde se crea con diferentes fines, con el objetivo de satisfacer una necesidad. Así mismo ver y concluir que es una

herramienta muy importante para la creación de una empresa porque gracias a este procedimiento podemos recopilar e interpretar la información necesaria para así tomar las decisiones.

Incluso podemos ver lo necesario que es hacer un estudio de mercado, para poder realizar o instalar este nuevo proyecto en Lázaro Cárdenas, y así contemplar si es o no rentable el negocio.

CAPÍTULO III

CASO PRÁCTICO

PROYECTO DE INVERSIÓN DE UNA SUCURSAL DE FERRE- CONSTRUCCIONES DEL CENTRO EN LAZÁRO CÁRDENAS MICHOÁCAN.

Este capítulo se refiere al caso práctico y plasma la idea de lo que es la venta de materiales para construcción, tomando en cuenta que cuente el material con la mayor calidad, que el precio sea accesible para las personas mejorando su calidad de vida y que se puedan adquirir por medio de créditos o otros medios de financiamiento, mencionando los requisitos para que los clientes puedan obtener este tipo de materiales.

En resumen se va a explicar de dónde se obtuvieron los datos, como puede ser el caso de entrevistas a empresas, libros, revistas, maestros e información a través de los diversos medio electrónicos, como es el caso de las consultas en Internet.

Todo éxito de cualquier empresa por diversos que sean sus giros, va íntimamente ligado con lo relacionado al factor humano, en cualquier momento las buenas intenciones del personales dan a conocer mediante lo cuantitativo y cualitativo de los productos, aquellos que tienen años en el mercado principalmente es por la aceptación del público, pero a trasfondo se deja ver que el público las acepta por que son de alta calidad y para ello se requirió de todo un equipo de personas altamente capacitadas y encaminadas a cumplir con sus objetivos.

La planeación en todo momento es lo que la diferencia las rutas de las organizaciones, algunas simplemente realizan todas sus actividades cotidianas por el hecho de que lo tienen que hacer, otras por el contrario las actividades que

desempeñan las hacen con gusto, por que se propicia por todos los miembros del cuerpo operativo un ambiente laboral en las que dan ganas de trabajar.

El presente capitulo es lo que la empresa debe ser como tal, el caso real de lo que se pretende, afirmando los objetivos mencionados en el capítulo anterior de lo que persigue un proyecto de inversión. Contiene todos los elementos de la organización descritos de manera específica y sus principales objetivos son “corroborar que existe una necesidad insatisfecha en la sociedad” y “determinar la importancia del proyecto en su rentabilidad”. Es pues, el presente capítulo, lo que se pretende con la investigación del proyecto de inversión durante su estudio y realización.

3.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Son las generalidades que se realizaron durante la investigación, justificando lo que se pretende obtener en el presente proyecto de inversión. Consiste en la forma que nos basaremos para poder darle seguimiento a nuestro caso práctico.

3.1.1 OBJETIVOS

Acompañarán al caso práctico durante su investigación y determinación.

GENERALES:

Establecer una nueva sucursal en Lázaro Cárdenas Michoacán.

Buscar clientes a nivel nacional.

Manejar el capital existente de ferreconstrucciones para no pedir créditos financieros.

Aprovechar los recursos ya existentes para nueva inversión en la empresa.

Administrar los recursos materiales, tecnológicos, humanos y financieros.

Trabajar y manejar el capital financiero de manera que sea más productivo.

Ofrecer fuentes de trabajo a los habitantes de la misma ciudad.

ESPECÍFICOS:

Subsidiar de nuestros productos a proveedores y clientes finales para una mejor construcción.

Tramitar la documentación que es necesaria para poder llevar a cabo el proyecto.

Realizar un análisis exhaustivo para ver la rentabilidad del proyecto.

METAS

Establecer una nueva sucursal en la ciudad de Lázaro Cárdenas.

Abastecer a toda la región.

Ser el líder en nuestro producto.

Tener el reconocimiento de los clientes como un producto líder en el mercado.

Explotar nuevos mercados

3.1.2 HIPÓTESIS

1.- La localidad de Lázaro Cárdenas cuenta con un mercado disponible para realizar la inversión de una nueva sucursal de ferreconstrucciones del centro.

2.-Existe la necesidad de construir viviendas.

3.- Los costos por la adquisición de materiales de construcción son accesibles para las personas.

4.- El presente proyecto es rentable avalando la aportación del inversionista.

3.1.3 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Por medio de las técnicas de investigación vamos a obtener conocimientos básicos sobre nuestro tema en específico, de tal manera que es importante definir nuestras fuentes de información, necesarias para la recolección de datos, como lo podrían ser:

Cuestionario

Entrevista

Estadísticas

Libros

Revistas

Contacto con proveedores

Consulta de normas de seguridad, leyes, reglamentos, etc.

3.1.4 ANTECEDENTES DE LA EMPRESA DE FERRECONSTRUCCIONES DEL CENTRO

Ha nacido, por la necesidad de satisfacer la gran demanda de la sociedad en la compra de materiales. Esto a través de un largo y arduo trabajo de cuestionamientos e incluso por darnos cuenta nosotros mismos que la construcción es primordial para cualquier persona, su consumo debe ser aceptable y confiable; aceptable por que la población lo demanda; y confiable por que la misma es cada vez mas critica en cuestiones.

Los tiempos han ido cambiando poco a poco, actualmente exige la sociedad material de buena calidad a precios económicos y accesibles para cualquier tipo de persona. Es pues, mucho mas exigente que hace algunos años, por lo que surgió la necesidad de crear la nueva sucursal en la zona que pudiese brindar estos requisitos y aun mas, cumpliendo con las normas y estándares en su producción, “FERRECONSTRUCCIONES DEL CENTRO”, pretende pues, la satisfacción de necesidades.

El desarrollo del proyecto con las consideraciones de su entorno resulta favorable cuando logremos aprovecharlas. Se da el beneficio sociedad-empresa en la oferta de nuestros productos al estudiar la zona mercado meta, por ello la estudiaremos.

Lázaro Cárdenas es una ciudad costera en el estado de [Michoacán](#), [México](#), ubicada en la costa colindante con el estado de Guerrero. Se caracteriza por la fabricación y exportación de [acero](#) de primera categoría, a nivel mundial. La ciudad toma su nombre de [Lázaro Cárdenas](#), quien fuera presidente de la República Mexicana desde el 30 de noviembre de 1934 al 1 de diciembre de 1940.

El gran proyecto industrializador de la costa michoacana denominado en su conjunto “Cuarto Polo de Desarrollo”, empezó a cristalizarse a partir de la década de los [1970s](#). Dicho proyecto, como ya es sabido, fundamentó su viabilidad en los ricos yacimientos ferríferos de Las Truchas, cuya riqueza mineral ya era conocida en el período post clásico y descrita en el lienzo de Jucutacato, donde se detalla con dibujos y textos, la migración de cuatro grupos nahuas a través de Michoacán en busca de minerales. Una de estos grupos se trasladó hacia Apatzingán y Aguindo, dirigiéndose hacia la región costera.



Orografía Sierra Madre del Sur y planicies costañeras; Cerros Situntitlán, La Olla, Santa Bárbara y Verde.

Hidrografía Ríos: Balsas, Chuta y Habilla; Arroyos: Colomo y Verde; Presa José María Morelos.

Clima Clima tropical con lluvias en verano. Tiene una precipitación pluvial anual de 1,276.8 milímetros y una temperatura media anual de 27.8°C.

Principal ecosistema Bosque tropical deciduo: papaya, zapote, mango, tepeguaje, congolote, parota y ceiba, palma, coco, anona, coyol, enandi y cuéramo. Fauna: armadillo, cacomixtle, zorro, tlacuache, venado, coyote, nutria, ocelote, jabalí, pato, cerceta, faisán y especies marinas.

Recursos naturales Yacimientos minerales, principalmente de hierro/ferro.

Características y uso del suelo Los suelos datan de los períodos precámbrico, paleozoico, mesozoico y cenozoico; corresponden principalmente a los del tipo lateríticos, café grisáceo y café rojizo. Su uso es primordialmente ganadero y forestal; en menor proporción agrícola.

3.1.5 JUSTIFICACIÓN

Se pretende establecer una nueva sucursal para abastecer mejor la ciudad de Lázaro Cárdenas Michoacán y sus alrededores siendo el mejor y realmente reconocido a nivel nacional.

Ya que nuestros productos son de un calidad inigualable y reconocida por su gran calidad ya que somos los únicos en Uruapan que cuenta con una gran gama de molduras que no se encuentran en cualquier lugar.

Por eso realizamos el proyecto para ver que tan beneficioso puede ser la inversión para llevarla a cabo, por eso realizamos el análisis ya que en esta ciudad fue donde más demanda el producto por la gran demanda de los infonavit.

La implementación de nuevas propuestas de exportación atrajera consigo beneficios a los accionistas y por lo tanto a la misma localidad.

3.2 ESTUDIO MERCADO

Dentro de este estudio pretendemos determinar detalladamente los pasos que debe seguir el estudio de mercado, es importante reconocer que cualquier información obtenida mostrará elementos importantes de análisis, entonces, resulta importante también, destacar que la información debe ser real, confiable, veraz. Contiene lo relacionado con el comportamiento del mercado para poder conocer sus costumbres, contiene también lo relacionado con la oferta y demanda principalmente.

Hoy en día se han dado nuevas tendencias de los mercados de productos de construcción y, consecuentemente, las políticas para la construcción, han cambiado debido a las consecuencias que ubican en desventaja competitiva,

obligándolos a incorporar nuevas estrategias, muchas de ellas relacionadas con la modernización, sobre todo aquel referido a la inducción de desarrollo del medio a través de la transferencia de tecnología.

3.2.1 DEMANDA

La temporada de consumo de nuestros productos consiste, en que, el promedio de la demanda alta, y la demanda baja. Ya que debido a ciertas circunstancias también ay temporadas altas y bajas en las compras de los materiales debido al tiempo climatología.

3.2.2 MUESTRA

Primeramente se ha obtenido información del INEGI, en la cual nos muestra que Lázaro Cárdenas cuenta con un poco mas de 16000 habitantes, pero para efectos de cálculos tomaremos en cuenta los alrededores, por lo que estableceremos como población de 18000 habitantes en edad mayor a 20 años.

Determinación de la muestra:

$$n = \frac{O^2 * p * ku * N}{(e^2 * (N - 1)) + (O^2 * p * ku)}$$

$$n = \frac{(1.96 * 1.96) * 18000 * .95 * .05}{((.05 * .05) * (18000 - 1)) + ((1.96 * 1.96) * .95 * .05)}$$

3.2.3 DISEÑO PARA LA INVESTIGACIÓN

En los estudios previos a realizar, se diseño un cuestionario el cual servirá de herramienta para la investigación, el cual se aplicara en las cuadras antes mencionadas, y para concretar la investigación se aplicaran 80 encuestas.

El siguiente cuestionario debe aplicarlo el encuestador al encuestado anotando en la respuesta en orden de mención.

1.- ¿Compras materiales de construcción?

A) SI B) NO

EN CASO DE CONTESTAR B), ABANDONAR LA ENCUESTA Y AGRADECER.

2.- ¿Que tan seguido compras materiales?

A) A LA SEMANA B) CADA 15 DIAS C) OTROS

3.- ¿Comparas la calidad de materiales?

A) SI B) NO

4.- ¿Que estándares de calidad manejas para l comparación?

5.- ¿Te dejas guiar mas por la calidad o por el precio? _____

6.- ¿Que tan importante consideras la publicidad?

A) MUCHO B) POCO C) REGULAR

7.- ¿Qué tipo de promociones te agradaría más?

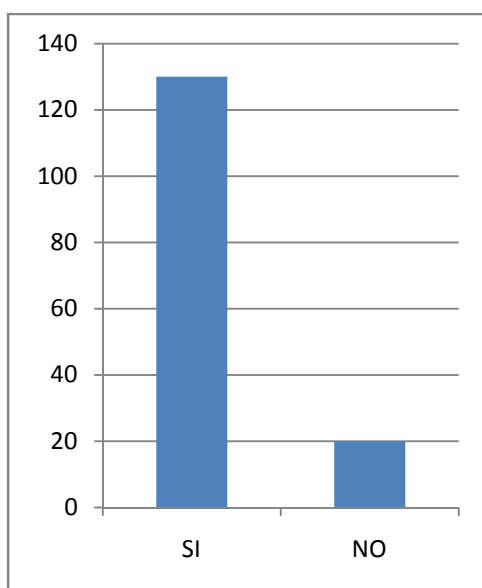
A) DESCUENTOS B) CREDITO C) VALES D) 3X2

MUCHAS GRACIAS POR SU AMABILIDAD

3.2.4 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

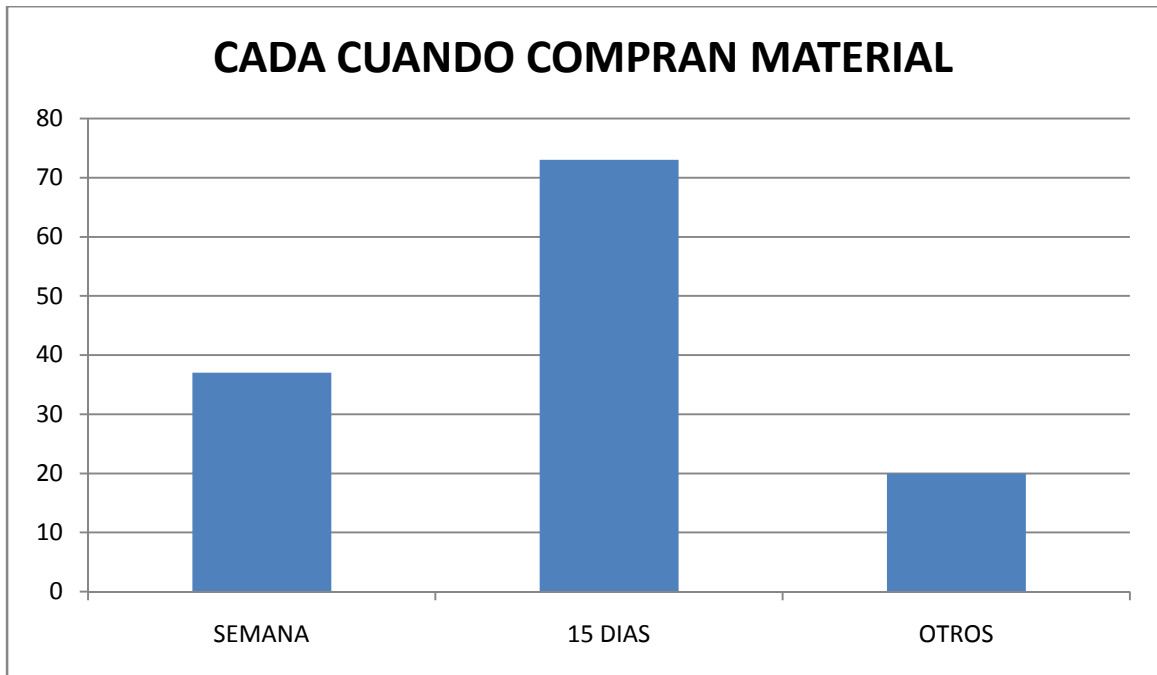
Al aplicar las encuestas, se obtuvieron resultados diferentes, la cantidad total de cuestionarios aplicados fueron 150. Todos fueron contestados conforme lo esperado, solamente 20 personas no compran materiales de construcción y por lo consiguiente abandonaron la encuesta.

1.- ¿Compras materiales de construcción?

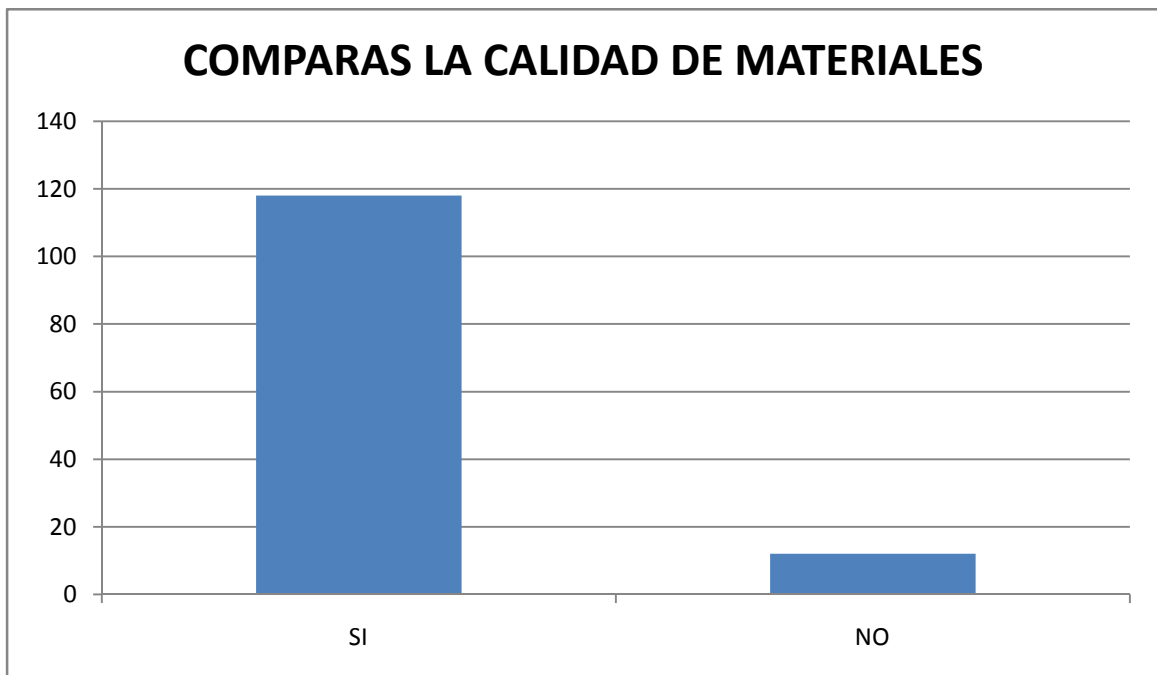


COMPRAN MATERIAL PARA CONSTRUCCIÓN

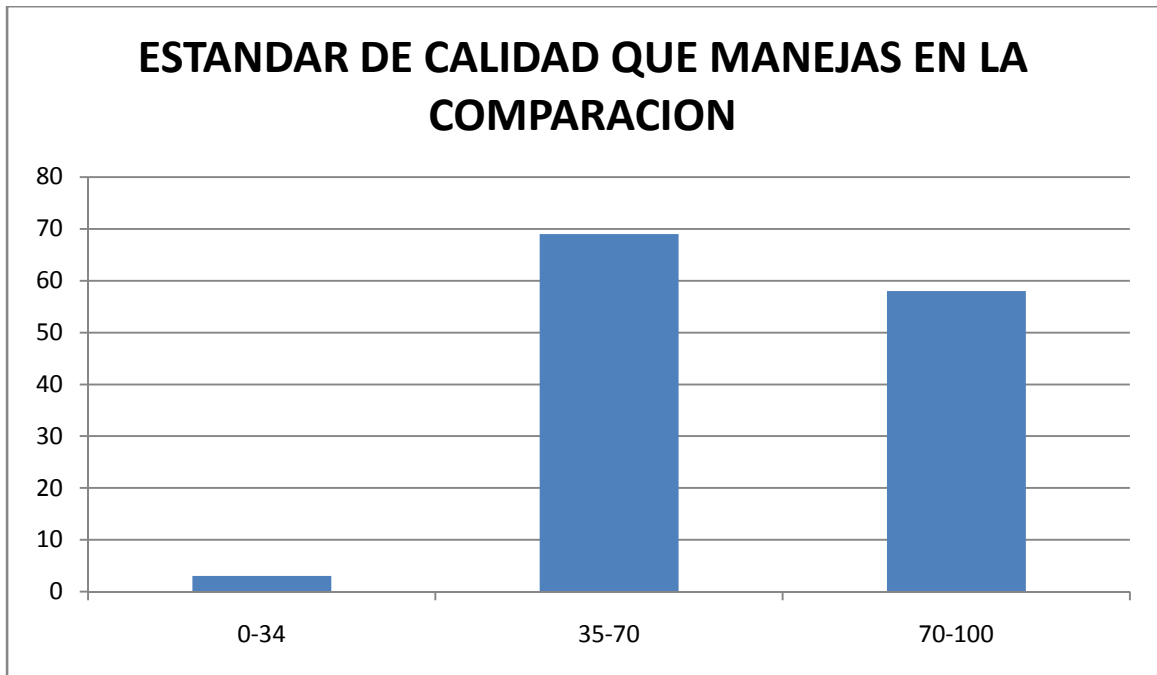
2.- ¿Qué tan seguido compras material de construcción?



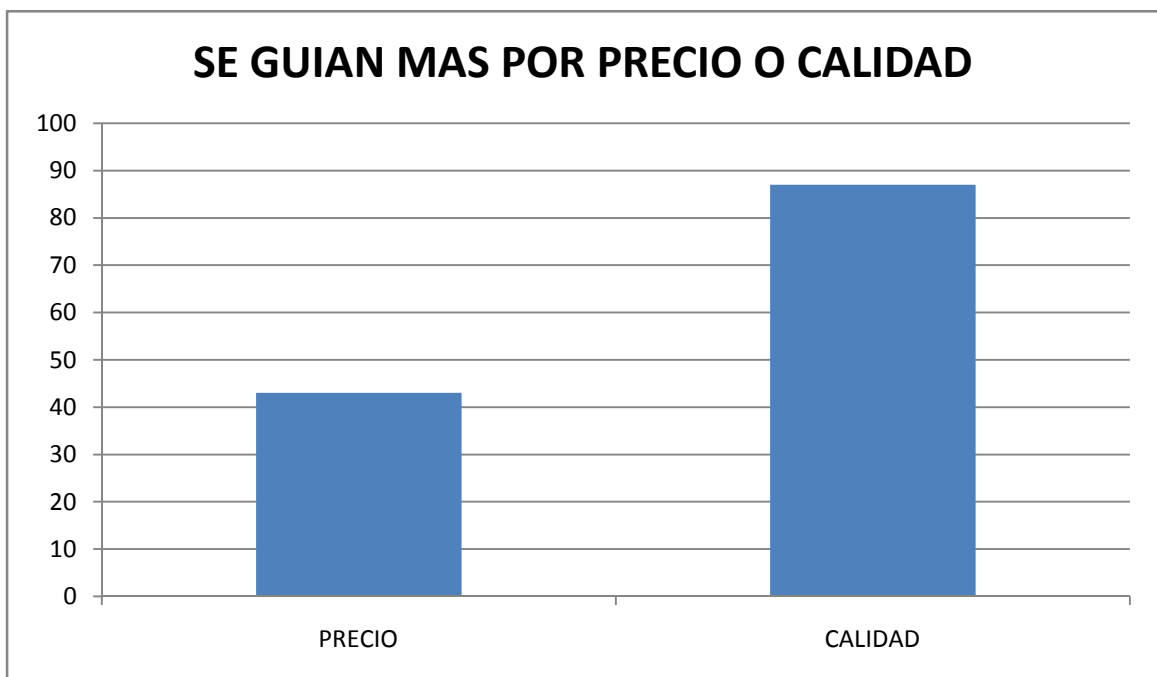
3.- ¿Comparas la calidad de materiales?



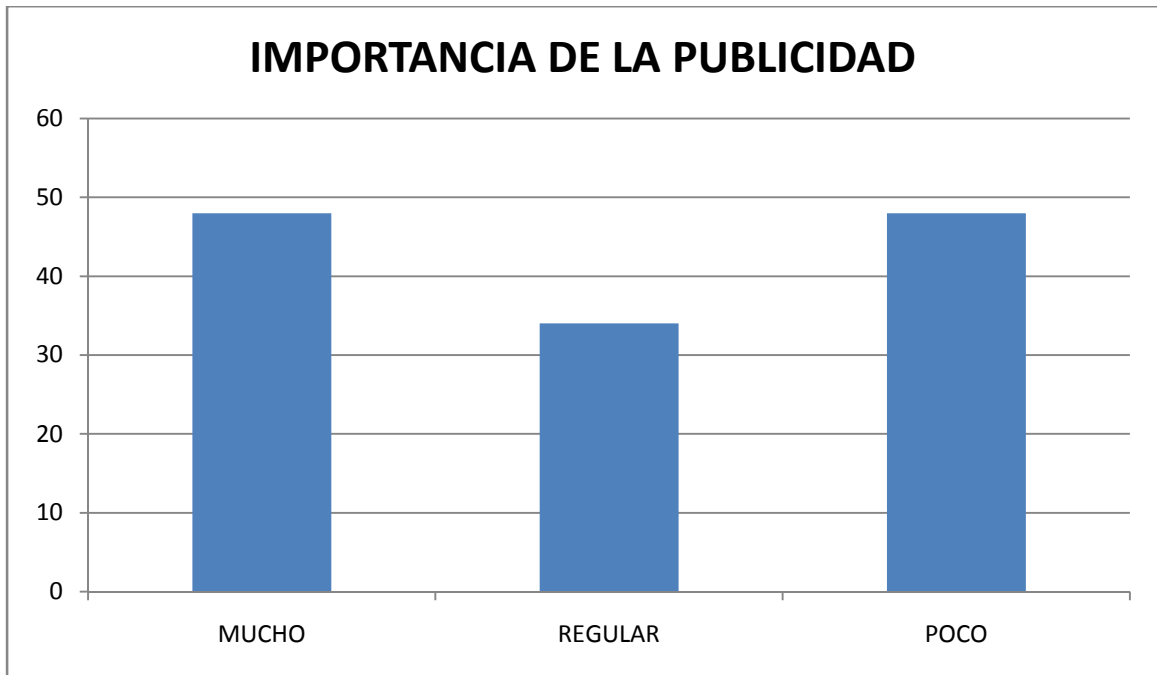
4.- ¿Qué estándares de calidad manejas para la comparación?



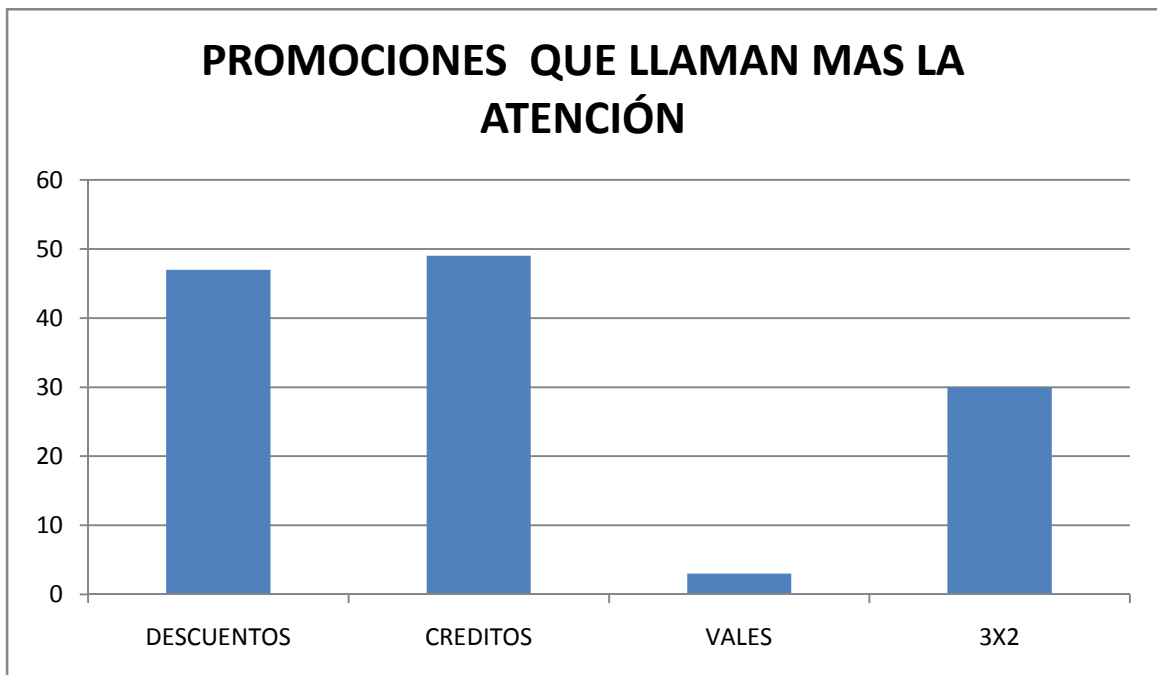
5.- ¿Te dejas guiar más por la calidad o por el precio?



6.- ¿Qué tan importante consideras la publicidad?



7.- ¿Qué tipo de promociones te agradaría más?



3.3. PERFILES DE LOS PUESTOS.

TITULO DEL PUESTO: gerente general

CLAVE: 001

UBICACIÓN FISICA: segundo nivel jerárquico

PUESTO DEL JEFE INMEDIATO:

SUBORDINADOS: directores de área

CONTACTOS PERMANENTES: directores de área

HABILIDAD

ESTUDIOS: licenciatura

EXPERIENCIA: 3 años

CONOCIMIENTOS: 2 idiomas (inglés y español)

ESFUERZO

FISICO: 20%

MENTAL: 80%

AUDITIVO: 50%

VISUAL: 50%

RESPONSABILIDAD

PRODUCTO: 100%

DATOS: analista

EQUIPO: supervisa

PERSONAL: coordina

DINERO: administra

CONDICIONES DE TRABAJO

RIESGOS: estrés, presión.

HAMBIENTE: cordial

PERSONALES:

EDAD: de 30 a 40 años

SEXO: indistinto

ESTATURA: indistinta

ESTADO CIVIL: indistinto

NACIONALIDAD: mexicana

OTRAS HABILIDADES

Manejo de computadora y de grupos de personal

ANALISIS DE PUESTOS DE ALTO DESEMPEÑO

TITULO DEL PUESTO: gerente administrativo

CLAVE: 002

UBICACIÓN FISICA: segundo nivel jerárquico

PUESTO DEL JEFE INMEDIATO: director general

SUBORDINADOS: auxiliar administrativo

CONTACTOS PERMANENTES: todas las áreas

HABILIDAD

ESTUDIOS: licenciatura

EXPERIENCIA: 2 años

CONOCIMIENTOS: manejo de paquetes contables y en general de todas las áreas

ESFUERZO

FISICO: 20%

MENTAL: 80%

AUDITIVO: 50%

VISUAL: 40%

RESPONSABILIDAD

PRODUCTO: 80%

DATOS: analiza

EQUIPO: revisa

PERSONAL: controla

DINERO: administra

CONDICIONES DE TRABAJO

RIESGOS: estrés y tensión

HAMBIENTE: cordial

PERSONALES:

EDAD: de 24 a 45 años

SEXO: masculino

ESTATURA: indistinta

ESTADO CIVIL: indistinto

NACIONALIDAD: mexicana

OTRAS HABILIDADES

MANEJO DE PC, Y DE INVENTARIOS

ANALISIS DE PUESTOS DE ALTO DESEMPEÑO

TITULO DEL PUESTO: gerente de mercadotecnia

CLAVE: 003

UBICACIÓN FISICA: segundo nivel jerárquico

PUESTO DEL JEFE INMEDIATO: director general

SUBORDINADOS: auxiliar de mercadotecnia

CONTACTOS PERMANENTES: gerente de finanzas y director general

HABILIDAD

ESTUDIOS: licenciatura

EXPERIENCIA: 2 años

CONOCIMIENTOS: 2 idiomas (inglés y francés)

ESFUERZO

FISICO: 30%

MENTAL: 80%

AUDITIVO: 70%

VISUAL: 70%

RESPONSABILIDAD

PRODUCTO: 90%

DATOS: analiza

EQUIPO: coordina

PERSONAL: coordina

DINERO: administra

CONDICIONES DE TRABAJO

RIESGOS: estrés

HAMBIENTE: cordial

PERSONALES:

EDAD: 24 a 45

SEXO: indistinto

ESTATURA: indistinta

ESTADO CIVIL: indistinto

NACIONALIDAD: mexicana

OTRAS HABILIDADES

Manejo de computadora y conocimiento de mercados

ANALISIS DE PUESTOS DE ALTO DESEMPEÑO

TITULO DEL PUESTO: auxiliar de administrativo

CLAVE: 002.1

UBICACIÓN FISICA: tercer nivel jerárquico

PUESTO DEL JEFE INMEDIATO: gerente administrativo

SUBORDINADOS: vigilante

CONTACTOS PERMANENTES: gerente administrativo, auxiliar de mercadotecnia

HABILIDAD

ESTUDIOS: técnico en contabilidad

EXPERIENCIA: 1 año

CONOCIMIENTOS: manejo de paquetes contables y nóminas

ESFUERZO

FISICO: 30%

MENTAL: 70%

AUDITIVO: 40%

VISUAL: 40%

RESPONSABILIDAD

PRODUCTO: 50%

DATOS: captura

EQUIPO: apoyo

PERSONAL: apoyo

DINERO: revisión

CONDICIONES DE TRABAJO

RIESGOS: tensión

HAMBIENTE: cordial

PERSONALES:

EDAD: de 25 a 35

SEXO: indistinto

ESTATURA: indistinta

ESTADO CIVIL: indistinta

NACIONALIDAD: mexicana

OTRAS HABILIDADES

Manejo de copiadora, fax y pc

ANALISIS DE PUESTOS DE ALTO DESEMPEÑO

TITULO DEL PUESTO: auxiliar de mercadotecnia

CLAVE: 003.1

UBICACIÓN FISICA: tercer nivel jerárquico

PUESTO DEL JEFE INMEDIATO: gerente de mercadotecnia

SUBORDINADOS: notificador

CONTACTOS PERMANENTES: gerente de mercadotecnia, notificador y auxiliar de finanzas

HABILIDAD

ESTUDIOS: bachillerato económico administrativo o pasante de administración

EXPERIENCIA: 1 año

CONOCIMIENTOS: inglés en un 50%

ESFUERZO

FISICO: 50%

MENTAL: 60%

AUDITIVO: 40%

VISUAL: 50%

RESPONSABILIDAD

PRODUCTO: 60%

DATOS: análisis y captura

EQUIPO: maneja

PERSONAL: auxilia

DINERO: no maneja

CONDICIONES DE TRABAJO

RIESGOS: tensión

HAMBIENTE: cordial

PERSONALES:

EDAD: indistinto

SEXO: indistinto

ESTATURA: indistinta

ESTADO CIVIL: indistinta

NACIONALIDAD: mexicana

OTRAS HABILIDADES

Habilidad de palabra, buena presentación

ANALISIS DE PUESTOS DE ALTO DESEMPEÑO

TITULO DEL PUESTO: vigilante

CLAVE: 002.2

UBICACIÓN FÍSICA: cuarto nivel jerárquico

PUESTO DEL JEFE INMEDIATO: auxiliar de finanzas

SUBORDINADOS: no tiene

CONTACTOS PERMANENTES: notificador, auxiliar de finanzas.

HABILIDAD

ESTUDIOS: secundaria terminada

EXPERIENCIA: 5 años

CONOCIMIENTOS: manejo de instrumentos de defensa personal

ESFUERZO

FÍSICO: 100%

MENTAL: 30%

AUDITIVO: 20%

VISUAL: 70%

RESPONSABILIDAD

PRODUCTO: 10%

DATOS: no maneja

EQUIPO: apoyo

PERSONAL: apoyo

DINERO: no maneja

CONDICIONES DE TRABAJO

RIESGOS: muerte y lesiones

HAMBIENTE: desagradable

PERSONALES:

EDAD: de 30 a 65

SEXO: masculino

ESTATURA: 1.70 mts

ESTADO CIVIL: casado

NACIONALIDAD: mexicana

OTRAS HABILIDADES

ANALISIS DE PUESTOS DE ALTO DESEMPEÑO

TITULO DEL PUESTO: notificador

CLAVE: 003.2

UBICACIÓN FISICA: cuarto nivel jerárquico

PUESTO DEL JEFE INMEDIATO: auxiliar de mercadotecnia

SUBORDINADOS: no tiene

CONTACTOS PERMANENTES: vigilante, auxiliar de mercadotecnia

HABILIDAD

ESTUDIOS: preparatoria o equivalente

EXPERIENCIA: no necesaria

CONOCIMIENTOS: manejo de computadora

ESFUERZO

FISICO: 80%

MENTAL: 50%

AUDITIVO: 40%

VISUAL: 50%

RESPONSABILIDAD

PRODUCTO: 10%

DATOS: reporta

EQUIPO: apoyo

PERSONAL: apoyo

DINERO: no maneja

CONDICIONES DE TRABAJO

RIESGOS: accidente, agresiones verbales

HAMBIENTE: agradable

PERSONALES:

EDAD: de 20 a 35

SEXO: masculino

ESTATURA: 1.60 mts

ESTADO CIVIL: indistinto

NACIONALIDAD: mexicano

OTRAS HABILIDADES

Amplio conocimiento de la ciudad y de sus alrededores

ANALISIS DE PUESTOS DE ALTO DESEMPEÑO

TITULO DEL PUESTO: secretaria

CLAVE: 001.1

UBICACIÓN FISICA: funciona como staff

PUESTO DEL JEFE INMEDIATO: gerente general

SUBORDINADOS: no maneja es de apoyo

CONTACTOS PERMANENTES: gerentes de área y gerente general

HABILIDAD

ESTUDIOS: preparatoria o equivalente

EXPERIENCIA: 3 años

CONOCIMIENTOS: manejo de 2 idiomas inglés y francés

ESFUERZO

FISICO: 10%

MENTAL: 80%

AUDITIVO: 90%

VISUAL: 70%

RESPONSABILIDAD

PRODUCTO: 70%

DATOS: captura y analiza

EQUIPO: coordina

PERSONAL: supervisa

DINERO: no maneja

CONDICIONES DE TRABAJO

RIESGOS: stress y tensión

HAMBIENTE: cordial

PERSONALES:

EDAD: de 24 a 35

SEXO: femenino

ESTATURA: 1.60

ESTADO CIVIL: soltera

NACIONALIDAD: mexicana

OTRAS HABILIDADES

Facilidad de palabra y amabilidad

CÉDULAS

BALANCE GENERAL

BALANCE			
ACTIVO		PASIVO	
activo circulante		pasivo circulante	
efectivo	\$50,000.00	Proveedores	\$30,000.00
bancos	\$200,000.00	acreedores diversos	\$115,000.00
clientes	\$34,512.68	anticipo de clientes	
inventario en mercancía	\$115,295.00	total corto plazo	\$145,000.00
total circulante	\$399,807.68		
no circulante		total pasivo	\$145,000.00
edificio y construcciones	\$550,000.00		
equipo de transporte	\$375,000.00	CAPITAL	
mobiliaria y equipo	\$49,500.00	capital social	\$385,000.00
total no circulante	\$974,500.00	resultado del ejercicio	\$844,307.68
suma activo	\$1,374,307.68	total capital	\$1,229,307.68
		suma pasivo mas capital	\$1,374,307.68

ESTADO DE RESULTADOS

ESTADO DE RESULTADOS		
ventas netas		\$5,781,116.00
costo de ventas		
compras netas	\$2,384,254.00	
inventarió inicial	\$365,950.00	
total disponible	\$2,750,204.00	
inventario final	\$415,250.00	
TOTAL COSTO VENTAS	\$2,334,954.00	
utilidad bruta		\$3,446,162.00
GASTOS		
gastos de venta	\$124,585.00	\$0.04
gastos de admón.	\$86,224.00	\$0.02
gastos financieros	\$44,862.00	\$0.01
otros gastos y productos	\$0.00	
TOTAL DE GASTOS	\$255,671.00	
UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$3,190,491.00

CÉDULA DE VENTAS

AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
------	------	------	------	------

PRODUCTO UNICEL MT3						
VARIACIÓN DE PRECIO	0	0	0.05	0.02	0.05	0.01
VARIACIÓN DE VENTAS	0	0	0.12	0.05	0.1	0.05
PRECIO	320	336.192	353.0016	360.061632	378.064714	381.845361
UNIDADES	315	4381.37702	4907.14226	5152.49937	5667.74931	5951.13677
VENTAS	100800	1458467.36	1732229.07	1855217.33	2142776.02	2272413.97
PRODUCTO VARLLA X TONELADA						
VARIACIÓN DE PRECIO	0	0	0.02	0.01	0	0.03
VARIACIÓN DE VENTAS	0	0	0.06	0.07	0.03	0.05
PRECIO	9800	10295.88	10501.7976	10606.8156	10606.8156	10925.02
UNIDADES	1200	20003.0893	21203.2746	22687.5039	23368.129	24536.5354
VENTAS	11760000	203884085	222672499	240642169	247861434	268062141
PRODUCTO CEMENTO						
VARIACIÓN DE PRECIO	0	0	0.05	0.02	0.01	0.01
VARIACIÓN DE VENTAS	0	0	0.1	0.05	0.03	0.05
PRECIO	2000	2080.8	2184.84	2228.5368	2250.82217	2273.33039
UNIDADES	250	3374.83563	3712.31919	3897.93515	4014.8732	4215.61686
VENTAS	500000	6959625.28	8110823.46	8686691.92	9036765.61	9583489.93
PRODUCTO TABIQUE NC						
VARIACIÓN DE PRECIO	0	0	0	0.03	0	0.05
VARIACIÓN DE VENTAS	0	0	0.06	0.08	0.12	0.08
PRECIO	2150	2280.935	2280.935	2349.36305	2349.36305	2466.8312
UNIDADES	305	4618.25948	4895.35505	5286.98345	5921.42147	6395.13519
VENTAS	655750	10409673	11165986.7	12421043.6	13911568.8	15775719
VENTAS TOTALES	13016550	222711850	243681538	263605122	272952545	295693764

CÉDULA COSTO DE VENTAS

	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
PRODUCTO UNICEL MT3					
VARIACIÓN DE PRECIO	0	0.03	0.02	0.03	0.04
COSTO	328.879	338.74537	345.520277	355.885886	370.121321
UNIDADES	4381.37702	4907.14226	5152.49937	5667.74931	5951.13677
COSTO DE VENTAS	1440942.89	1662271.72	1780293.01	2017071.98	2202642.61
PRODUCTO VARILLA X TONELADA					
VARIACIÓN DE PRECIO	0.02	-0.02	0.01	0.06	-0.02
COSTO	9588	9396.24	9490.2024	10059.6145	9858.42225
UNIDADES	20003.0893	21203.2746	22687.5039	23368.129	24536.5354
COSTO DE VENTAS	191789620	199231057	215309004	235074370	241891527
PRODUCTO CEMENTO					
VARIACIÓN DE PRECIO	0	0.05	0.03	0.03	0.02
COSTO	1751	1838.55	1893.7065	1950.5177	1989.52805
UNIDADES	3374.83563	3712.31919	3897.93515	4014.8732	4215.61686
COSTO DE VENTAS	5909337.18	6825284.44	7381545.13	7831081.23	8387087.99
PRODUCTO TABIQUE NC					
VARIACIÓN DE PRECIO	0.025	0.025	0.025	0.025	0.025
COSTO	2050	2101.25	2153.78125	2207.62578	2262.81643
UNIDADES	4618.25948	4895.35505	5286.98345	5921.42147	6395.13519
COSTO DE VENTAS	9467431.94	10286364.8	11387005.8	13072282.7	14471016.9

COSTO DE VENTAS	208607332	218004978	235857848	257994806	266952274
-----------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

CÉDULA Y FLUJO

		AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
% de incremento de ventas						
VENTAS		222711850	243681538	263605122	272952545	295693764
CONTADO	0.8	178169480	194945230	210884098	218362036	236555011
30 DÍAS	0.15	33406777.6	36552230.7	39540768.3	40942881.7	44354064.6
60 DÍAS	0.05	11135592.5	12184076.9	13180256.1	13647627.2	14784688.2
CLIENTES	34512.68	34512.68				
SALDO DE CLIENTES						
INVENTARIO INICIAL		115295	135462.921	139526.809	143712.613	148023.991
% DE VARIACIÓN DE INV			0.03	0.03	0.03	0.03
VARIACIÓN INVENTARIO		20167.9211	4063.88763	4185.80426	4311.37839	4440.71974
INVENTARIO FINAL		135462.921	139526.809	143712.613	148023.991	152464.711
COSTO DE VENTAS		207034359	218004978	235857848	257994806	266952274
VARIACIÓN INVENTARIO		20167.9211	4063.88763	4185.80426	4311.37839	4440.71974
COMPRAS		207054527	218009042	235862033	257999117	266956715
CONTADO	0.2	41410905.4	43601808.4	47172406.7	51599823.5	53391343
30 DÍAS	0.6	124232716	130805425	141517220	154799470	160174029
45 DÍAS	0.2	41410905.4	43601808.4	47172406.7	51599823.5	53391343
PROVEEDORES	30000	30000				
SALDO DE PROVEEDORES						
GASTOS DE VENTA	0.04	8908474.02	9747261.52	10544204.9	10918101.8	11827750.6
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	0.02	4454237.01	4873630.76	5272102.44	5459050.9	5913875.29
GASTOS FINANCIEROS	0.01	2227118.5	2436815.38	2636051.22	2729525.45	2956937.64
FLUJO						

			AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
SALDO INICIAL		250000	25000	25000	25000	25000
ENTRADAS						
VENTAS DE CONTADO		178169480	194945230	210884098	218362036	236555011
COBRANZA 30 DÍAS		29904870.6	37008118.4	39291723.5	40826038.9	44069799.4
COBRANZA 60 DÍAS		8844999.35	0	11135592.5	12184076.9	13180256.1
COBRANZA CLIENTES		34512.68				
RECUPERACIÓN INVERSIONES		133812369	16251609.2	52458541.6	63775383.1	68288045.3
INTERESES INVERSIÓN		669061.843	88029.5501	284150.434	345449.992	369893.578
TOTAL DE ENTRADAS		351435294	248292988	314054106	335492985	362463006
SALDO DISPONIBLE		351685294	248317988	314079106	335517985	362488006
SALIDAS						
COMPRAS DE CONTADO		41410905.4	43601808.4	47172406.7	51599823.5	53391343
COMPRAS DE 30 DÍAS		111239096	132898594	140624570	153692616	159726149
COMPRAS DE 60 DÍAS		32912731	0	41410905.4	43601808.4	47172406.7
COMPRA DE CAMIONETA		101770.833	43229.1667	0	0	0
PAGO DE PROVEEDORES		30000	0	0	0	0
PAGO DE ACREEDORES		115000				
GASTOS DE VENTA		8908474.02	9747261.52	10544204.9	10918101.8	11827750.6
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		4454237.01	4873630.76	5272102.44	5459050.9	5913875.29
GASTOS FINANCIEROS		2227118.5	2436815.38	2636051.22	2729525.45	2956937.64

PAGO PRÉSTAMO		45833.3333	0	0	0	0
pago intereses camioneta		6703.52286	1570.53964	0	0	0
IMPUESTOS		140678.851	2231536.64	2618481.65	795986.711	2027273.03
PAGO INTERESES		3767.36111	0	0	0	0
TOTAL SALIDAS		201596316	195834446	250278723	267204940	283015735
EXCESO O INSUFICIENCIA		150088978	52483541.6	63800383.1	68313045.3	79472270.3
PRESTAMOS		0	0	0	0	0
INVERSIONES		150063978	52458541.6	63775383.1	68288045.3	79447270.3
SALDO FINAL		25000	25000	25000	25000	25000

camioneta 275000
al 14.5% de interés

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ENTRADAS	217622925	232041378	261595564	271717602	294174961
SALIDAS	201596316	195834446	250278723	267204940	283015735
FLUJO DE EFECTIVO	16026609.2	36206932.4	11316841.5	4512662.13	11159225.1

	INVERSIÓN NETA	1374307.68		
PERIODO PROMEDIO DE LA	-----		0.086737459	18.25
RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN =	FLUJOS DE EFECTIVO PROMEDIO ANUALES	15844454.1		
PERIODO REAL DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	1	-0.404682214	-147.70901	
			1	2
VALOR PRESENTE NETO = VALOR PRESENTE DE ENTRADAS DE EFECTIVO menos INVERSIÓN NETA				3
	COSTO DE CAPITAL	0.25	12821287.4	23172436.72
	VPN =		45918680.6	este proyecto da mas del 25 porciento
TASA INTERNA DE RETORNO	-0.1424	VPN =	18687744	49229132.88
			116882291	17942002.65
			12.6390163	
	4	5		
	1848386.408	3656654.868		
	8342452.238	24055266.62		

DEPRECIACIÓN

				año1	año2	año3	año4	año5
EDIFICIO Y CONSTRUCCIONES	550000	0.05	27500	27500	27500	27500	27500	27500
EQUIPO DE TRANSPORTE	375000	0.25	93750	93750	93750	93750	93750	93750
MOBILIARIO Y EQUIPO	49500	0.1	4950	4950	4950	4950	4950	4950
TRANSPORTE	170000	0.25	42500	28333.33	28333.33	28333.33	28333.33	28333.33
				154533.33	154533.33	154533.33	154533.33	154533.33

ESTADO DE RESULTADOS

ESTADO DE RESULTADOS

	año 1	año2	año3	año4	año5
VENTAS	222711850	243681538	263605122	272952545	295693764
INV INICIAL	115295	135462.92	139526.809	143712.613	148023.991
COMPRAS	207054527	218009042	235862033	257999117	266956715
DISPONIBLE	207169822	218144505	236001560	258142830	267104739
INV FINAL	135462.921	139526.81	143712.613	148023.991	152464.711
TOTAL COSTO DE VENTAS	207034359	218004978	235857848	257994806	266952274
UTILIDAD BRUTA	15677491.5	25676560	27747274.6	14957738.8	28741489.8
GASTOS					
GTOS VTA	8908474.02	9747261.5	10544204.9	10918101.8	11827750.6
GTOS ADMÓN	4454237.01	4873630.8	5272102.44	5459050.9	5913875.29
GTOS FINANC	2227118.5	2436815.4	2636051.22	2729525.45	2956937.64
intereses de camioneta	6703.52286	1570.5396	0	0	0
DEPRECIACIÓN	154533.333	154533.33	154533.333	154533.333	154533.333
INTERESES PAGADOS	3767.36111	0	0	0	0
	-				-
PRODUCTOS FINANC	669061.843	-88029.55	-284150.434	-345449.992	369893.578
TOTAL GASTOS	15085771.9	17125782	18322741.5	18915761.5	20483203.3
UTILIDAD ANTES DE ISR	591719.619	8550777.7	9424533.15	-3958022.67	8258286.59
IMPTOS	177515.886	2394217.7	2638869.28	-1108246.35	2312320.24
UTILIDAD NETA	414203.733	6156559.9	6785663.87	-2849776.32	5945966.34

TASA PROMEDIO DE RENTABILIDAD	=	UTILIDAD PROMEDIO ----- =	3290524
		INVERSIÓN PROMEDIO	687153.8
			0.3

BALANCE GENERAL

BALANCE GENERAL

	año 1	año2	año3	año4	año5
ACTIVO					
CIRCULANTE					
EFFECTIVO					
BANCOS	25000	25000	25000	25000	25000
CLIENTES	5792500.15	5076698.71	5491773.38	5686511.35	6160286.76
INVERSIONES	16251609.2	52458541.6	63775383.1	68288045.3	79447270.3
INVENTARIO DE MERCANCIAS	135462.921	139526.809	143712.613	148023.991	152464.711
TOTAL CIRCULANTE	22204572.3	57699767.1	69435869.1	74147580.6	85785021.8
NO CIRCULANTE					
EDIFICIO Y CONSTRUCCIONES	550000	550000	550000	550000	550000
MAQUINARIA Y EQUIPO	375000	375000	375000	375000	375000
MOBILIARIO Y EQUIPO	49500	49500	49500	49500	49500
camioneta	145000	145000	145000	145000	145000
DEPRECIACIÓN	154533.333	309066.667	-463600	618133.333	772666.667
TOTAL NO CIRCULANTE	964966.667	810433.333	655900	501366.667	346833.333
SUMA ACTIVO	23169539	58510200.5	70091769.1	74648947.3	86131855.1
PASIVO					
CORTO PLAZO					
PROVEEDORES	21491794.7	18167420.2	19655169.5	21499926.5	22246392.9
ACREEDORES DIVERSOS	0	0	0	0	0
acreedores camioneta	43229.1667	0	0		
INTERESES POR PAGAR					
IMPTOS POR PAGAR	36837.0346	199518.146	219905.773	92353.8622	192693.354
PRESTAMOS	4166.66667	0	0	0	0
TOTAL CORTO PLAZO	21576027.6	18366938.3	19875075.2	21407572.6	22439086.3
TOTAL PASIVO	21576027.6	18366938.3	19875075.2	21407572.6	22439086.3
CAPITAL					
CAPITAL SOCIAL	385000	385000	385000	385000	385000
RESULTADO DE EJER ANT	844307.68	1258511.41	7415071.34	14200735.2	11350958.9
RESULTADO DEL EJERCICIO	414203.733	6156559.93	6785663.87	2849776.32	5945966.34
TOTAL CAPITAL	1643511.41	7800071.34	14585735.2	11735958.9	17681925.2
SUMA PASIVO MÁS CAPITAL	23219539	26167009.7	34460810.4	33143531.5	40121011.5
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-50000	32343190.8	35630958.7	41505415.8	46010843.6

CONCLUSIONES

El presente proyecto de inversión tiene por objetivo la posibilidad viable de abrir dicha sucursal en la ciudad de Lázaro Cárdenas Michoacán, donde se venderá el material para la construcción de las casas, y sus acabados; así como suministrarles lo necesario para que tengan una mejor calidad en sus viviendas.

Para llevar a cabo dicho proyecto se necesitó realizar un análisis de los diversos estudios que se llevaron a cabo, los cuales nos permitieron determinar qué tan estables son y hacer una comparación con otras empresas para así conocer la factibilidad de los clientes hacia el producto.

Para realizar la evaluación de esta empresa se necesitó de varios aspectos que afectan directamente a los proyectos de inversión, por lo tanto fue muy compleja su elaboración y requirió de una gran tarea, ya que su objetivo se basó en tener toda la información necesaria, ya que con esta se pudo tomar una decisión acertada.

En dicho proyecto se consideró que los productos que se fueran a vender, mejorarán las condiciones de vida, ya que en este caso algunos de los habitantes de Lázaro Cárdenas no cuentan con un patrimonio propio y las condiciones en las que habitan son deplorables ya que no tienen los recursos necesarios para abastecerse de material de construcción de alta calidad para la mejora de sus viviendas.

Con la realización de dicho proyecto se puede fortalecer cierto sector, y se mejorarán las condiciones de la ciudad de Lázaro Cárdenas Michoacán permitiendo de esta manera el crecimiento económico y social.

. Así estaremos generando empleos para los habitantes de la ciudad de Lázaro Cárdenas así como también a los pueblos vecinos de la misma.

Uno de los aspectos que se consideraron son las bases económicas las cuales influyen para que el proyecto sea rentable y se obtengan utilidades. Por otro lado se podrán cubrir las necesidades básicas que la sociedad requiere para un mejor bienestar social.

Hoy en día el propósito de un proyecto de inversión, es que el empresario realice su propia evaluación, obteniendo así información necesaria para la estructuración de su plan integral de negocios.

Se puede concluir que la hipótesis que se planteo acerca de que el proyecto de inversión sería o no rentable de que si sería conveniente invertir en esta empresa de acuerdo a la demanda que se tenga en el mercado, resultó ser cierta. Aunque como se menciona anteriormente se puede tener riesgo alto, debido a los diferentes cambios políticos, económicos y sociales que existan en el país.

Por lo tanto si es posible establecer una sucursal en Lázaro Cárdenas con la calidad que se tiene y la modernización que hay para la construcción más eficiente, con más calidad y así mismo con asesoría especializada; a través de la capacitación de su personal.

BIBLIOGRAFÍA

**BACA URBINA Gabriel; Evaluación de Proyectos; Editorial: Mc Graw-Hill; edición en enero de 1993*

**CORTAZAR MARTÍNEZ A Alfonso Introducción al análisis de proyectos de Inversión Editorial: Montesinos*

**COSS BU, Raúl; Análisis y Evaluación De Proyectos De Inversión, editorial Limusa, Grupo Noriega, 1997.*

**HERNANDEZ HERNÁNDEZ Abraham Formulación y evaluación de proyectos de inversión*

**KOCH TOVAR Josefina; Manual del Empresario Exitoso; libro completo en formato DOC comprimido ZIP*

**MORADO, HERNÁNDEZ Elizabeth; Proyecto De Inversión Para La Construcción De Un Gimnasio En La Universidad Don Vasco, A.C.; editorial Universidad Don Vasco, A.C.; Febrero del 2003*

**NASSIR, SAPAG CHAIN; Preparación y Evaluación de Proyectos, Editorial Mc Graw Hill, año 1989 2da edición.*

**SOTO RODRÍGUEZ Humberto; Formulación y Evaluación Técnico-Económico de Proyectos Industriales; seminario de economía de la producción. Septiembre de 1984.*

**TINEO I MARQUET Joan Antón; Historia de la construcción de la caverna a la industrialización Editorial: Montesinos*

**INTERNET*

<http://html.rincondelvago.com/depreciacion.html>

<http://www.definición.org/proyecto>

<http://mailxmail.com/curso/empresa/formulacionproyectos>

<http://www.monografias.com/trabajos11/empre/empre.shtml>

<http://www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversion/proyecto-inversion>