

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

Proyecto de inversión pista de patinaje Skate Park

Autor: Ana Isabel Olivia Aldana Hernández

**Tesis presentada para obtener el título de:
Lic. En Administración de Empresas [sic]**

**Nombre del asesor:
Norma Laura Gódinez**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación “Dr. Silvio Zavala” que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo “Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada”, se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





UVAQ M.R.

**UNIVERSIDAD
VASCO DE QUIROGA**

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

PROYECTO DE INVERSIÓN "PISTA DE PATINAJE
SKATE PARK"

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PRESENTA

ANA ISABEL OLIVIA ALDANA HERNÁNDEZ

ASESOR

LAE. NORMA LAURA GÓDINEZ

CLAVE: 16PSU0009E

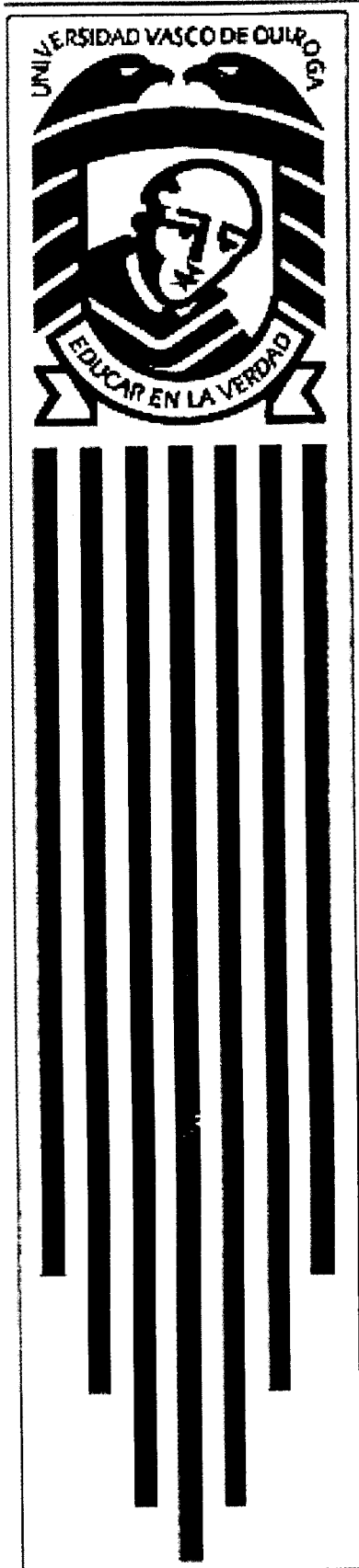
ACUERDO: LIC060914



T1122

MORELIA, MICH.

OCTUBRE 2008




**UNIVERSIDAD
VASCO DE QUIROGA**

**FACULTAD DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACION DE
EMPRESAS**

**"PROYECTO DE INVERSIÓN PISTA DE PATINAJE SKATE
PARK"**

TESIS

Que para obtener el Título de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Que presenta:

ANA ISABEL OLIVIA ALDANA HERNÁNDEZ

CLAVE: 16PSU0009E NO. ACUERDO: LIC060914

Asesor:

LAE. NORMNA LAURA GODINEZ

MORELIA, MICH.

OCTUBRE 2008

INDICE

CAPITULO 1 INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO	4
2.1 DEFINICIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	4
2.2 TIPOS DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	5
2.3 PARTES DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN	6
2.4 OBJETIVOS DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	28
2.5 CONCESIÓN	29
2.6 FINANCIAMIENTO	36
2.6.1 GUBERNAMENTALES	36
2.6.2 PRIVADOS	38
CAPITULO 3 ESTUDIO DE MERCADO	42
3.1 OBJETIVOS	42
3.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	43
3.3 DEMANDA: ÁREA GEOGRÁFICA Y SEGMENTACIÓN	43
3.4 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	45
3.5 ANÁLISIS DE LA DEMANDA	47
3.5.1 DEMANDA HISTÓRICA Y ACTUAL	52
3.5.2 PRONÓSTICO DE LA DEMANDA	53
3.6 ANÁLISIS DE LA OFERTA	54
3.6.1 OFERTA HISTÓRICA Y ACTUAL	54
3.6.2 PRONÓSTICO DE OFERTA	55
3.7 BALANCE OFERTA-DEMANDA	56
3.7.1 MERCADO POTENCIAL	56
3.8 COMERCIALIZACIÓN	57
3.8.1 ANÁLISIS DE PRECIOS	57
3.8.2 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	57
3.8.3 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	57



3.8.4 IMAGEN CORPORATIVA	58
3.9 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO	59
CAPITULO 4 ESTUDIO TÉCNICO	60
4.1 OBJETIVOS	60
4.2 ESPECIFICACIONES Y CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO	60
4.3 LOCALIZACIÓN	62
4.3.1 MACRO LOCALIZACIÓN	62
4.3.2 MICRO LOCALIZACIÓN	66
4.3.3 CROQUIS DE DISTRIBUCIÓN	68
4.4 CAPACIDAD O TAMAÑO DE LA EMPRESA	69
4.5 PROCESO PRODUCTIVO DEL SERVICIO	69
4.6 OBRA CIVIL Y ACONDICIONAMIENTO	71
4.6.1 MAQUINARIA Y EQUIPO	71
4.6.2 MATERIALES, INSUMOS Y SERVICIOS	72
4.6.3 MANO DE OBRA	73
4.7 ORGANIZACIÓN	76
4.7.1 LEGAL	76
4.7.2 OPERATIVA	77
4.8 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO TÉCNICO	78
CAPITULO 5 ESTUDIO ECONÓMICO	79
5.1. OBJETIVO	79
5.2. INVERSIONES	79
5.3. FINANCIAMIENTO	81
5.4. PRESUPUESTO DE INGRESOS	82
5.5. PRESUPUESTO DE EGRESOS	82
5.5.1. DEPRECIACIONES	83
5.5.2. AMORTIZACIONES	85
5.5.3. CLASIFICACIÓN DE COSTOS Y GASTOS	86
5.6. PUNTO DE EQUILIBRIO	86

5.7.	ESTADO DE RESULTADOS Y PORCIENTOS INTEGRALES	88
5.8.	BALANCE GENERAL	89
5.9.	EVALUACIÓN FINANCIERA	90
5.9.1.	RAZONES FINANCIERAS	90
5.9.2.	FLUJO NETO DE EFECTIVO	91
5.9.3.	TASA INTERNA DE RETORNO	91
5.9.4.	PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	92
5.9.5.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	93
5.10	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO	95
C A P I T U L O 6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL PROYECTO		98
6.1	CONCLUSIONES	98
6.2	RECOMENDACIONES	99
6.3	BIBLIOGRAFÍA	100
6.4	ANEXOS	101

CAPITULO 1

INTRODUCCIÓN

Existen muchas propuestas para resolver necesidades en una sociedad que requiere de diferentes factores para poder desenvolverse, lugares donde las personas que integran esta sociedad disfruten de lugares de esparcimiento. Con el crecimiento que está teniendo nuestra ciudad de Morelia, Michoacán, y siendo una ciudad donde gran parte de sus ingresos se tienen por parte del turismo, se necesitan de proyectos innovadores que generen más visitas y más empleos que motiven la reactivación de la situación económica. Utilizando los recursos disponibles con creatividad y entusiasmo, se puede llevar un buen proyecto viable al mejoramiento de la vida de la comunidad.

En el presente trabajo de investigación, se pretende realizar el análisis preliminar de la factibilidad para la construcción de una “pista de patinaje” en la ciudad de Morelia, cuyo principal objetivo es ofrecer un buen servicio, sano esparcimiento y un espacio para la convivencia familiar. El proyecto se divide en tres estudios básicos: Estudio de Mercado, Estudio Técnico y Estudio Económico-Financiero. En cada uno de ellos, se describen los objetivos que se pretenden alcanzar y la conclusión a la que en cada uno se llegó. Al final del trabajo se concluye con un resumen de los resultados obtenidos y un análisis de la viabilidad de la puesta en marcha del negocio.

Se realizará un estudio, para demostrar que las razones por las que queremos poner en marcha este proyecto, valen la pena. En Morelia se necesitan más lugares de entretenimiento que ayuden a la recreación de la sociedad.

La hipótesis de este proyecto es Descriptiva la cual “Se afirma que el 100% de los niños, jóvenes y adultos que radican en Morelia les gusta divertirse, por lo que se sabe estarán interesados en el servicio que ofrecerá en la pista de patinaje”.

El objetivo general del proyecto es “Elaborar y desarrollar un proyecto de inversión de una pista de patinaje que contribuya al esparcimiento de la población en la ciudad de Morelia”.

Los objetivos específicos son los siguientes:

- a) Desarrollar un Proyecto de Inversión de una pista de patinaje
- b) Identificar el segmento de mercado a que va dirigido el proyecto
- c) Determinar su viabilidad técnica

- d) Determinar los costos en cada una de las etapas del proyecto
- e) Cumplir con los requerimientos de esparcimiento de la población en la ciudad de Morelia
- f) Determinar la viabilidad financiera del proyecto de inversión

En este primer capítulo se introduce en forma general, los objetivos y lo que se pretende alcanzar al realizar este Proyecto de investigación.

El capítulo 2 se refiere al marco teórico, donde se explica el significado de un proyecto de inversión, las partes de un proyecto de inversión, tipos de proyectos de inversión y sus objetivos. También por otra parte se explica de que se trata la concesión comercial, una parte importante de este capítulo es donde se ve el financiamiento que ofrece las empresas gubernamentales y privadas.

El capítulo 3 es el caso práctico del que se habla, donde se hace un estudio de mercado determinando los objetivos que se pretenden cumplir, en este capítulo se determina el mercado potencial a donde se dirigirá el proyecto, de acuerdo con estadísticas tomadas del INEGI, donde mediante la fórmula de la determinación del tamaño de la muestra, se aplicaron 100 encuestas representativas de nuestro mercado potencial para determinar si la gente aceptaría el proyecto de tener a su disposición una Pista de patinaje como entretenimiento recreativo. Se hace la descripción del servicio y las áreas con las que contará dicho proyecto, ya que aparte de la pista de patinaje, se tendrán áreas como restaurante, cafetería y un escenario de música en vivo. Aquí mismo se maneja una propuesta para lo que será la Imagen Corporativa, donde se decidió tomar colores sencillos pero que al mismo tiempo reflejaran una empresa de fortaleza, estabilidad y creatividad.

Siguiendo con la capitulación, en el capítulo 4 se presenta al Estudio Técnico, esta parte es muy interesante, define la localización del proyecto y de acuerdo con las encuestas y la factibilidad del mismo, se determina el lugar más viable donde los visitantes les gustaría acudir; asimismo se hace una descripción de cómo estarán ubicadas todas las áreas con las que cuenta el proyecto. De acuerdo con la investigación se determinó que se atenderán a 134 400 personas al año atendiendo aproximadamente a un 10 % de nuestro mercado potencial. Es importante mencionar que dentro de este capítulo se menciona la cotización aproximada de lo que será la obra civil y el acondicionamiento de la pista Skate Park, así como la maquinaria, el equipo fundamental y el recurso humano que es imprescindible para echar a andar el proyecto.

En el capítulo 5 titulado Estudio Financiero, se mencionan los objetivos con esencia de analizar la viabilidad del proyecto. Después de una evaluación general, el resultado del propósito arroja

que si es viable un proyecto como este para la ciudad de Morelia. Se cuantifican los recursos necesarios para la realización de la Pista de Patinaje, las inversiones fijas y diferidas, así como el capital de trabajo. Aquí se comprende y se proyecta el futuro financiero de este proyecto mediante todos los estados financieros proyectados.

Para la elaboración de este proyecto de inversión se tuvieron las siguientes limitantes:

- ✚ Obtener acceso a información financiera de los Grandes corporativos como Cinopolis y el Bol Morelia, se tuvo que recurrir a preguntas indirectas del personal de la empresa.
- ✚ Obtener la información exacta de lo que estaba investigando dentro de la página INEGI.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

2.1 DEFINICIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN

Descrito en forma general, *“un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendente a resolver, entre muchas, una necesidad humana.”*¹

En esta forma, puede haber diferentes ideas, inversiones de monto distinto, tecnología y metodologías con diversos enfoques, pero todas ellas destinadas a satisfacer las necesidades del ser humano en todas sus facetas, como pueden ser: educación, alimentación, salud, ambiente, cultura, etcétera.

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

La evaluación de un proyecto de inversión, cualquiera que ésta sea, tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable. Sólo así es posible asignar los escasos recursos económicos a la mejor alternativa.

Por tal motivo un proyecto de inversión es la recopilación de información necesaria para implementar una actividad productiva que permita a sus promotores obtener utilidades (rentabilidad).

Otra definición: *“Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias.”*²

Responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la prestación de servicios.

¹ Baca Urbina. “Evaluación de Proyectos. Análisis y Administración del Riesgo. 2ª edición. México, 1991. Ed. Mc Graw Hill

² Op. Cit Baca Urbina. “Evaluación de Proyectos. Análisis y Administración del Riesgo. 2ª edición. México, 1991. Ed. Mc Graw Hill

2.2 TIPOS DE PROYECTOS DE INVERSIÓN

Se distinguen tres niveles de profundidad en un estudio de evaluación de proyectos. Al más simple se le llama *perfil, gran visión o identificación* de la idea, el cual se elabora a partir de la información existente, el juicio común y la opinión que da la experiencia. En términos monetarios sólo presenta cálculos globales de las inversiones, los costos y los ingresos, sin entrar a investigaciones de terreno.

El siguiente nivel se denomina *estudio de prefactibilidad o anteproyecto*. Este estudio profundiza la investigación en fuentes secundarias y primarias en investigación de mercado, detalla la tecnología que se empleará, determina los costos totales y la rentabilidad económica del proyecto, y es la base en que se apoyan los inversionistas para tomar una decisión.

El nivel más profundo y final es conocido como *proyecto definitivo*. Contiene básicamente toda la información del anteproyecto, pero aquí son tratados los puntos finos. Aquí no sólo deben presentarse los canales de comercialización más adecuados para el producto, sino que deberá presentarse una lista de contratos de venta ya establecidos; se deben actualizar y preparar por escrito las cotizaciones de la inversión, presentar los planos arquitectónicos de la construcción, etc. La información presentada en el *proyecto definitivo* no debe alterar la decisión tomada respecto a la inversión, siempre que los cálculos hechos en el anteproyecto sean confiables y hayan sido bien evaluados.³

Ya se mencionó que el primer nivel de profundidad en un estudio de evaluación es el de *perfil*, el cual comienza con la identificación de una idea que culmina, tras un proceso, con la instalación física de la planta.

Todo empieza con una idea. Cada una de las etapas siguientes es una profundización de la idea inicial, no sólo en lo que se refiere al conocimiento, sino también en lo relacionado con investigación y análisis. La última parte del proceso es, por supuesto, la cristalización de la idea con la instalación física de la planta, la producción del bien o servicio y, por último, la satisfacción de una necesidad humana o social, que fue lo que en un principio dio origen a la idea y al proyecto.

³Baca Urbina. "Evaluación de Proyectos. Análisis y Administración del Riesgo. 2ª edición. México, 1991. Ed. Mc Graw Hill

2.3 PARTES DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN

Toda persona que pretenda realizar un estudio y la evaluación de un proyecto, ya que sea estudiante, consultor de empresas o inversionista, la primera parte que deberá desarrollar y presentar en el estudio es la Introducción, la cual debe contener una breve reseña histórica del desarrollo y los usos del producto, además de precisar cuáles son los factores relevantes que influyen directamente en su consumo. Se recomienda ser breve, pues los datos aquí anotados sólo servirán, como su nombre lo indica, como una introducción al tema y al estudio.

La siguiente parte que se desarrollará, sin ser capítulo aparte, debe ser el “Marco de desarrollo”, “Marco de referencia” o “Antecedentes del estudio”, donde el estudio debe ser situado en las condiciones económicas y sociales, y se debe aclarar básicamente por qué se pensó en emprenderlo; a qué persona o entidades beneficiará; qué problema específico se resolverá; si se pretende elaborar determinado artículo sólo porque es una buena opción de inversión, sin importar los beneficios sociales o nacionales que podría aportar, etcétera.

No hay que olvidar que muchos artículos, sobre todo los suntuarios, se elaboran bajo éste último criterio, y no por este hecho deberá omitirse un estudio que justifique tal inversión, desde todos los puntos de vista.

En el mismo apartado deberán especificar los objetivos del estudio y los del proyecto. Los primeros deberán ser básicamente tres, a saber:

1. Verificar que existe un mercado potencial insatisfecho y que es viable, desde el punto de vista operativo, introducir en ese mercado el producto objeto del estudio.
2. Demostrar que tecnológicamente es posible producirlo, una vez que se verificó que no existe impedimento alguno en el abasto de todos los insumos necesarios para su producción.
3. Demostrar que es económicamente rentable llevar a cabo su realización.⁴

⁴ Baca Urbina. “Evaluación de Proyectos. Análisis y Administración del Riesgo. 2ª edición. México, 1991. Ed. Mc Graw Hill

Un proyecto de inversión se divide en:

1. Estudio De Mercado

Con este nombre se denomina la primera parte de la investigación formal del estudio; consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.

Aunque la cuantificación de la oferta y demanda pueda obtenerse fácilmente de fuentes de información secundarias en algunos productos, siempre es recomendable la investigación de las fuentes primarias, pues proporcionan información directa, actualizada y mucho más confiable que cualquier otro tipo de fuente de datos. El objetivo general de esta investigación es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado. El investigador del mercado, al final de un estudio meticuloso y bien realizado, podrá palpar o sentir el riesgo que se corre y la posibilidad de éxito que habrá con la venta de nuevo artículo o con la existencia de un nuevo competidor en el mercado. Aunque hay factores intangibles importantes, como el riesgo, que no es cuantificable, pero que es perceptible, esto no implica que puedan dejarse de realizar estudios cuantitativos. Por el contrario, la base de una buena decisión siempre serán los datos recabados en la investigación que se hizo en estadísticas del Inegi.

Por otro lado, el estudio de mercado también es útil para prever una política adecuada de precios, estudiar la mejor forma de comercializar el producto y contestar la primera pregunta del estudio: ¿Existe un mercado viable para el producto que se pretende elaborar? Si la respuesta es positiva, el estudio continúa. Si la respuesta es negativa, se plantea la posibilidad de un nuevo estudio más preciso y confiable; si el estudio hecho ya tiene esas características, lo recomendable sería detener la investigación.

2. Estudio Técnico

Esta parte del estudio puede subdividirse a su vez en cuatro partes, que son: Determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis administrativo.

La determinación de un tamaño óptimo es fundamental en esta parte del estudio. Hay que aclarar que tal determinación es difícil, pues las técnicas existentes para su determinación son interactivas y no existe un método preciso y directo para hacer el cálculo. El tamaño también depende de los turnos trabajados, ya que para un cierto equipo instalado, la producción varía directamente de

acuerdo con el número de turnos que se trabaje. Aquí es necesario plantear una serie de alternativas cuando no se conoce y domina a la perfección la tecnología que se empleará.

Acerca de la determinación de la localización óptima del proyecto, es necesario tomar en cuenta no sólo factores cuantitativos, como pueden ser los costos de transporte, de materia prima y el producto terminado, sino también los factores cualitativos, tales como apoyos fiscales, el clima, la actitud de la comunidad y otros.

Es importante recordar que los análisis deben ser integrales, pues si se realizan desde un solo punto de vista conducirán a resultados pocos satisfactorios.

Sobre la ingeniería del proyecto se puede decir que, técnicamente, existen diversos procesos productivos opcionales, que son básicamente los muy automatizados y los manuales. La elección de alguno de ellos dependerá en gran parte de la disponibilidad de capital. En esta misma parte están englobados otros estudios, como el análisis y la selección de los equipos necesarios, dada la tecnología seleccionada; en seguida, la distribución física de tales equipos en la planta, así como la propuesta de la distribución general, en la que por fuerza se calculan todas y cada una de las áreas que formarán la empresa.




Algunos de los aspectos que no se analizan con profundidad en los estudios de factibilidad son el organizativo, el administrativo y el legal. Esto se debe a que son considerados aspectos que por su importancia y delicadeza merecen ser tratados a fondo en la etapa de proyecto definitivo. Esto no implica que deba pasarse por alto, sino, simplemente, que debe mencionarse la idea general que se tiene sobre ellos, pues de otra manera se debería hacer una selección adecuada y precisa del personal, elaborar un manual de procedimientos y un desglose de funciones, extraer y analizar los principales artículos de las distintas leyes que sean de importancia para la empresa, y como esto es un trabajo y minucioso, se incluye en la etapa de proyecto definitivo.

3. Evaluación Económica

Una vez realizado el Estudio de Mercado y el Estudio Técnico, se determina una lista de todo lo necesario para poner en marcha el proyecto; esto es lo que se conoce como la "Inversión Inicial".







Esta inversión inicial estará formada por todos los activos necesarios para la operación de la empresa.

Estas inversiones pueden ser:

-  Inversiones Fijas.
-  Inversiones Diferidas.
-  De Capital de Trabajo.









Inversiones Fijas:

Son activos tangibles, aquellos bienes de la empresa que son de su propiedad y que se pueden ver y tocar, con una vida útil mayor de un año y convertibles en efectivo en mas de un año en forma de depreciación. Estas inversiones a nivel general pueden ser:

-  Terrenos
-  Edificios
-  Maquinaria
-  Equipo
-  Mobiliario
-  Vehículos de transporte y herramientas

Inversiones Diferidas:

Son el conjunto de activos intangibles necesarios para el funcionamiento. Organización o legalización del proyecto; factibles de convertirse a efectivo mediante su amortización. A nivel general pueden ser:




-  Patentes de invención.
-  Marcas.
-  Diseños comerciales o industriales.
-  Nombres comerciales.
-  Transferencia de tecnología o asistencia técnica.
-  Gastos preparativos y de instalación.
-  Contratos de servicios.
-  Gastos de constitución, trámites y permisos.

Inversiones en capital de trabajo:

Representa la inversión adicional (distinto de la inversión fija y la inversión diferida) con que hay que contar para que empiece a funcionar la empresa; esto es, son los recursos que se requieren para la primera “producción” antes de recibir ingresos por ventas; por lo tanto, cubre rubros como materia prima, mano de obra, pago de servicios, etc. La finalidad la de contar con el suficiente efectivo para sufragar los gastos iniciales de la empresa.

El capital de trabajo esta constituido por el dinero necesario con el que hay que contar para que una empresa o proyecto empiece a trabajar. Contablemente, el capital de trabajo se define como la diferencia entre el activo circulante y el pasivo circulante; sin embargo para fines prácticos de la evaluación de proyectos, el capital de trabajo representara el capital adicional a la inversión fija y diferida con la que habrá de financiarse la empresa antes de recibir ingresos.

Este capital se divide principalmente en los siguientes rubros:

-  Activo Circulante:
-  Caja y bancos.
-  Inventario.

Depreciaciones y Amortizaciones:

La depreciación y amortización tienen el mismo uso, su diferencia radica en que la depreciación le corresponde solo al activo fijo, mientras que la amortización es propia del activo diferido.

Los activos fijos se deprecian ya que con el uso y/o paso del tiempo tienden a disminuir su valor. Las depreciaciones deben basarse en la ley tributaria y los cargos hechos en forma contable.

El objeto de realizar depreciaciones y amortizaciones en los activos tiene la finalidad de recuperar la inversión que se hace en ellos y estar en posibilidades de reemplazarlos cuando se necesiten, por lo que no representan una salida real de efectivo sino únicamente una disminución del valor de la inversión.

Financiamiento

Se dice que una empresa esta financiada cuando "ha pedido capital en préstamo para cubrir sus necesidades económicas".⁵

La función del financiamiento es sencillamente el esfuerzo por proporcionar los fondos que necesitan las empresas en las más favorables condiciones en orden de los objetivos del negocio. Este concepto tiene un merito de hacer resaltar la esencia de la función financiera; mantener al negocio abastecido para lograr sus metas.

El financiamiento va más allá que la procuración de fondos. Tiene que ver también con la efectiva utilización de los mismos en las actividades de los negocios. El dinero tiene un costo y las decisiones que se adoptan en las empresas tienen que tener en consideración los costos y problemas involucrados en la obtención de los fondos y ponderarlos en relación con las utilidades añadidas u otras ventajas que puedan lograrse a través del uso del dinero agregado.

Por otra parte, es importante señalar la importancia de la diversificación de las inversiones, en más de un proyecto o forma de inversión ya que esto hace más rentable al capital.

Para los fines de un proyecto de inversión, en base a las necesidades de capital del mismo, se elegirá una de las siguientes opciones para obtener fondos.

- ✚ Política agresiva: Especifica que los activos circulantes deberán ser financiados con pasivos circulantes y los activos fijos con pasivos fijos y capital contable. Esta política presenta altos rendimientos y altos riesgos, sobretodo de caer en insolvencia o falta de capacidad de pago.
- ✚ Política conservadora: Esta política propone que los activos circulantes sean financiados con pasivos fijos y los activos fijos deberán ser financiados con pasivos fijos y capital contable; esta política presenta bajos rendimientos con bajos riesgos por la alta capacidad de pago que genera.
- ✚ Política mixta: Se propone que el activo circulante sea financiado por una combinación de pasivos circulantes y pasivos fijos y el activo fijo será financiado con pasivo fijo y capital contable, el resultado de esta política será un mediano riesgo y un mediano rendimiento.
- ✚ La política de financiamiento se maneja únicamente por los activos circulantes, ya que el activo fijo difícilmente podrá ser financiado con recursos de corto plazo ya que la empresa

⁵ BACA Urbina, Gabriel. (2000), Evaluación de Proyectos, Mc Graw Hill, México, segunda edición, p.148

deberá presentar unas utilidades tales que cubrieran en periodos menores de un año el activo fijo total de la empresa.

En base a estas políticas se tienen las siguientes fuentes de financiamiento:

Emisión de Acciones:

Las acciones son documentos que testifican la propiedad de una o más unidades de capital de una empresa. Las acciones son emitidas por la empresa misma y pueden ser:

- ✚ Acciones preferentes: Son acciones sobre las cuales se paga un dividendo a una tasa fija antes de cualquier otro que pueda pagarse sobre las acciones comunes de la empresa. Una acción preferente funciona como un crédito por parte de los socios hacia la empresa en forma de valores, que se redimen a un plazo determinado y con dividendos especificados. La ventaja de estas acciones no es financiera sino operativa, ya que el capital debe pagarse en un término y plazo establecido sea cual fuere el resultado de la empresa.
- ✚ Acciones comunes: Representaron el capital social común de la empresa. Existe un capital mínimo legal para poder constituir la empresa, el cual se puede manejar en forma de acciones nominativas que proporcionan una parte del activo de la empresa en forma proporcional de obligaciones y derechos. Las acciones comunes se emiten para constituir la empresa o para ampliar el capital de la misma; es una forma de financiamiento obligatoria y la recuperación de capital se da con la venta de los títulos y/o la liquidación de la empresa. Las ganancias se obtendrán por dividendos comunes, siempre que la empresa haya generado utilidades y se acuerde por mayoría de los socios la repartición.

Créditos

A través de un crédito podemos financiar inversión fija y el capital de trabajo del proyecto. En general el financiamiento que reciben las empresas mediante crédito debe ser a corto plazo para financiar capital de trabajo transitorio (el capital de trabajo que crece temporalmente) ya que el capital de trabajo permanente debe ser financiado por el capital de los propietarios. Además existe el crédito a largo plazo para financiar proyectos. Tanto el crédito a corto como a largo plazo puede ser con o sin garantía específica, pero en cualquiera de los casos debe buscarse la capacidad de pago de la

empresa para la recuperación del mismo, por tanto debe existir un fuerte lazo entre las proyecciones, los recursos actuales y la viabilidad en la generación de recursos futuros.⁶

Por su plazo los créditos pueden ser: de corto plazo (menor de un año); mediano plazo (entre uno y cinco años); y de largo plazo (mayor de cinco y menor de 35 años).

Por el destino del capital, los créditos pueden ser: hipotecarios (para bienes inmuebles); refaccionarios (para activos fijos); de avío (capital de trabajo, materia prima, insumos); directos (sin garantía); comerciales (para importación -exportación); prendarios.

Costo de Capital

Como su nombre lo indica, representa el costo de dinero tornado en préstamo. A la suma combinada de los pagos por los intereses de las entregas al fondo de amortización y de los pagos finales al vencimiento, se le llama "carga de la deuda". Generalmente al importe de los intereses se le llama "servicio de la deuda". El costo de capital contenido en un convenio de financiación puede ser determinado en cuantía, hallando la diferencia entre el producto neto realmente a disposición del prestatario y la carga total incurrida durante el arreglo.

PRESUPUESTO DE INGRESOS

La evaluación financiera de un proyecto de inversión debe hacerse a precios constantes mediante proyecciones, ya que no es posible predecir la inflación.

El presupuesto de ingresos debe mencionar:

- ✚ El precio de venta.
- ✚ Unidades a vender.
- ✚ Fuentes de otros ingresos (si los hay).

Precio

Es necesario complementar la investigación con algunos estudios económicos previos que permitan asegurar el éxito de la empresa.

⁶ DIEZ, de Castro, Ingeniería Financiera. Mc Graw Hill, México, 1998, tercera edición

El primer estudio que debe elaborarse es sobre el precio del producto. Para ello es necesario conocer como resuelve la economía sus tres problemas fundamentales; que producir, como producir y para quien producir, y esto se deduce por la oferta y la demanda, las que a su vez determinan el precio de un producto.

Es necesario situar el producto en relación de la oferta de productos que existen y el impacto económico que tendrá en un mercado el aumento de la oferta, con J_0 que conociendo esta, podrá determinar el precio del producto y la cantidad de unidades que aceptara el mercado.

Costo del producto

Una vez determinado el precio al que el empresario puede vender el producto, se requiere realizar un estudio de costos para saber si estos permiten vender el producto al precio que fija el mercado. Para esto es necesario determinar el costo por unidad del producto en todos sus elementos que son:

- ✚ Materiales.
- ✚ Mano de obra.
- ✚ Gastos indirectos.

Además es necesario conocer que costos son fijos y cuales son variables para poder determinar el punto de equilibrio.

PRESUPUESTO DE EGRESOS

En este documento se presentaran todos los costos a incurrir necesarios para el funcionamiento de la empresa. Es necesario mencionar que el análisis se presenta a precios constantes, es decir, que el precio actual no va a presentar variaciones.

Llamamos costos a los recursos medidos en unidades monetarias, dados a cambio para adquirir bienes y/o servicios.

Estos costos sirven como base para la evaluación económica del proyecto sin tender a controlar los gastos futuros, ya que es imposible predecir con exactitud cuando se va a gastar en determinado rubro o año.

Existen diferentes tipos de costos a saber, pero en general se clasifican de la siguiente manera:

- ✚ Costos de producción.
- ✚ Gastos de operación.
- ✚ Gastos financieros.

Costos de producción

Los elementos o factores de estos costos se pueden analizar desde dos puntos de vista:

1. En cuanto a su forma de intervención en el proceso productivo:

✚ Costos directos: Son aquellas erogaciones cuyos montos y cantidades pueden ser identificados plenamente en el aspecto físico o de valor, y se pueden cuantificar y aplicar en la unidad producida, proceso o área específica, o sea que intervienen directamente en la producción. Además deben ser parte importante o principal dentro del costo. Principalmente son:

- Materia prima directa.
- Mano de obra directa.

✚ Costos indirectos: Son aquellas erogaciones hechas en la producción, comunes a muchos artículos cuyos montos no son identificables o localizados con precisión en una unidad producida, proceso o área, por lo que se aplican en base de un prorrateo de acuerdo a criterios de proporcionalidad y equidad. Principalmente son:

- Materia prima indirecta.
- Mano de obra indirecta.
- Otros gastos de fabricación.

2. En cuanto a su propia naturaleza para formar el proceso productivo:

✚ Materia prima directa: Son los principales bienes usados en la producción, elemento que se va a convertir en un artículo o satisfactor con la adición de mano de obra directa y de los gastos de tipo indirecto. Estos costos incluyen los fletes de compra, de almacenamiento y manejo.

✚ Mano de obra directa: Es el esfuerzo humano necesario, físico y mental, para transformar la materia prima en unidades de servicio, o de consumo que puede correlacionarse y asignarse al producto en forma posible, ya que casi siempre aumenta o disminuye proporcionalmente con el número de unidades producidas.

✚ Gastos indirectos de fabricación: Son los accesorios necesarios que, aun cuando forman parte del costo, no pueden conocerse o identificarse plenamente y con exactitud, las cantidades que han invertido en la producción de un artículo. Para su incorporación al costo, se requiere de un prorrateo. Como ejemplos tenemos:

- Mano de obra indirecta (supervisor, gerente en turno, control de calidad, etc.).
- Materiales indirectos (envases, lubricantes, etiquetas, pegamentos, etc.).
- Rentas.
- Seguros.
- Energéticos.
- Servicios.
- Depreciaciones.

Para poder realizar un presupuesto de costo de producción es necesario conocer las bases técnicas del producto o servicio a vender, las cuales deben indicar que materiales lleva el producto, de que calidad y en que cantidad. Además, una vez pronosticadas las ventas, se debe manejar un volumen de producción que permita cumplir con ese pronóstico, y en base a ese volumen se costearán los materiales a utilizar, la materia prima necesaria y los gastos indirectos de fabricación implicados.

Gastos de operación

Estos gastos comprenden todas las erogaciones necesarias para poder vender el producto y hacerlo llegar al consumidor. Se dividen principalmente en:

✚ Gastos de venta: Estos gastos agrupan las erogaciones derivadas de la venta de un producto o

servicio y que son necesarios para promover las operaciones mercantiles y cerrar la venta como consecuencia directa del cambio de propiedad de los bienes.

✚ Gastos de administración: Son los costos provenientes de planear, coordinar y controlar las operaciones de la empresa. Además de incluir los sueldos y salarios del área administrativa pueden tomarse en cuenta rubros como: investigación y desarrollo, planeación, selección de personal, relaciones públicas, etc.

Gastos financieros

Representan las erogaciones (intereses) que se deben pagar a cambio de capitales obtenidos como préstamo.

Estos gastos financieros se calculan al momento de determinar las tablas de amortización de las deudas según la fuente de financiamiento que se haya elegido.

Costos fijos y variables

Los Costos Fijos son aquellos que no aumentan proporcionalmente en función del volumen de producción, es decir, permanecen constantes se produzca o no. Son costos variables en su unidad pero fijos en su totalidad.

Son Costos Variables aquellos costos que aumentan de manera proporcional con el volumen de producción, por lo tanto son cambiantes en su totalidad pero fijos en su unidad.

El hecho de clasificar los costos en fijos y variables se hace necesario para poder determinar posteriormente el punto de equilibrio de la empresa (nivel de operación a partir del cual la empresa genera utilidades).

PUNTO DE EQUILIBRIO

El Punto de Equilibrio se define como el nivel de ventas en el cual los costos fijos más los variables son iguales a los ingresos, es decir, es el punto a partir del cual la empresa genera utilidades.

ESTADO DE RESULTADOS

El Estado de Resultados es el que muestra la diferencia entre los ingresos y egresos que tiene una empresa en un determinado periodo.

El Estado de Resultados es un resumen de la operación de un negocio durante un tiempo determinado. Su objetivo principal es medir el resultado de dicha operación determinando la utilidad o pérdida que haya arrojado, lo que permite analizar que tanto mejoro el negocio durante cierto periodo.

El Estado de Resultados se presenta en un formato en el que las partidas son agrupadas según las funciones a las que pertenecen, ofreciendo cifras de utilidad para análisis financiero y operativo de la empresa.

Los renglones que integran el Estado de Resultados son:

- ✚ Ventas.
- ✚ Costo de lo vendido.
- ✚ Utilidad bruta.
- ✚ Gastos de operación
- ✚ Utilidad de operación.
- ✚ Otros ingresos y gastos.
- ✚ Utilidad antes de intereses e impuestos.
- ✚ Gastos y productos financieros.
- ✚ Utilidad antes de impuestos.
- ✚ ISR y PTU.
- ✚ Utilidad neta.

La finalidad de analizar el Estado de Resultados es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta.

Esto se obtiene restando a los ingresos todos los costos en que se incurra y los impuestos que se deben pagar.

El Estado de Resultados, sintetiza información obtenida en partes anteriores del desarrollo, como lo son los ingresos (basados en el pronóstico de ventas y el precio unitario), los costos, depreciaciones y amortizaciones, gastos financieros (intereses de créditos a corto y largo plazo), etc.




Es importante recordar que en la evaluación financiera de un proyecto solamente se están proyectando los posibles resultados a obtener en una empresa determinada y por esto se le llama Estado de Resultados PRO - FORMA.

Por lo general la proyección se hace en base a la vida útil determinada para el proyecto, la que se calcula tomando en cuenta la duración del 80% de sus activos y/o el pronóstico de mercado del proyecto.




BALANCE GENERAL

También conocido como "Estado de Posición Financiera", es un documento que muestra la situación financiera de la empresa en un momento dado. Por un lado, muestra los recursos con que cuenta la empresa (Activo), y por otro, los derechos que existen sobre esos recursos (Pasivo y Capital). Cualquier actividad realizada en la empresa tiene un doble efecto, origina recursos y aplica recursos. De manera más explícita se tiene lo siguiente:

¿En que se emplean los recursos? (aplicación).



-  Para aumentar el activo (compras).
-  Para disminuir el pasivo (pago a acreedores).
-  Para disminuir el capital contable (pago de dividendos).

¿De donde se obtienen los recursos? (origen).

-  De disminuir el activo (venta), disminuir derechos de la empresa.
-  De aumentar el pasivo (financiamiento), mas obligaciones.
-  De aumentar el capital contable (emisión de acciones o retención de utilidades), aumentando así las obligaciones de la empresa.

La utilidad o pérdida que se determine mediante un Estado de Resultados se reflejan a través de aumentos o disminuciones de capital contable en el Balance General.

Cuentas principales del Balance General

-  Capital: Representa la participación de los propietarios en la empresa asumiendo riesgos a cambio de la obtención de beneficios.
-  Activo: Representa los recursos económicos de las empresas, sus derechos.

 Pasivo: Representa las deudas y obligaciones de la empresa.

La suma de los derechos (Activo), deberá ser siempre igual a la suma de las obligaciones (Pasivo y Capital). Cuando se realiza la evaluación económica de un **proyecto**, se recomienda solo referirse al BALANCE GENERAL INICIAL, ya que en base a lo antes descrito, el Balance muestra la posición de una empresa en un momento determinado, la cual puede cambiar por cualquier operación que se realice.

Se podría presentar un balance de cada uno de los años de vida útil de la empresa pero lo anterior nos llevan a suponer el destino de las ganancias ya que se puede decidir entre distribuir la mayoría de las utilidades, reinvertir en el propio negocio, invertir en otras empresas, entre otras.

Un criterio general es que para fines de evaluación todas las utilidades de los ejercicios durante la vida útil que se considere para el proyecto, se retienen con la finalidad de conocer el retorno de la inversión, es decir, el tiempo en el cual se podrá recuperar el dinero invertido en el proyecto.

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

Es el flujo de fondos durante un periodo específico de tiempo, normalmente los doce meses de un año financiero. Las fuentes de flujo de efectivo son por lo general las siguientes: utilidades netas, emisión de nuevos valores, venta de activos, etc.

El Estado de Flujo de Efectivo es sumamente importante para juzgar la capacidad financiera de la empresa. Si el análisis indica que la empresa puede continuar la integración de sus activos así como pagar un dividendo justo a sus accionistas y que puede hacer esto estrictamente con el flujo de efectivo generado por las utilidades, ello significa solidez financiera. A la inversa, si una empresa para poder financiar sus gastos actuales y en su desarrollo futuro se ve obligada a emitir continuamente nuevas acciones o bonos o a solicitar nuevos créditos, esto constituye un factor negativo que arroja dudas sobre la viabilidad a largo plazo de la empresa.

Este Estado de Flujo de Efectivo, para efectos de la evaluación de proyectos sirve para determinar periodo por periodo el efectivo de la empresa que deberá manejarse en el Balance General de acuerdo a los movimientos generados por la misma en el periodo anterior.

Consta de dos partes:

✚ El origen de los recursos.

- Por un aumento de capital.
- Por un aumento de pasivos.
- Por una disminución de activos (venta)

✚ La aplicación de los recursos.

- En una disminución de capital contable.
- En una disminución de pasivos.
- En un aumento de activos.

RAZONES FINANCIERAS⁷

Las Razones Financieras son un indicador del estado que guarda una empresa, mediante relaciones entre los rubros contables. No pretenden explicar todo el contexto o evaluarla completamente, pero si pueden informar como se esta desarrollando el negocio o, en el caso de un proyecto de inversión, si los indicadores resultantes son adecuados para el éxito del mismo o evitar arriesgar mas capital.

Razón simple

Razón Simple es una relación de magnitud entre dos cifras que se comparan entre si.

Las razones simples se clasifican de la siguiente manera:

- ✚ Estáticas: Son aquellas que tienen elementos provenientes de un estado financiero estático (Balance General).
- ✚ Dinámicas: Son aquellas que tienen elementos provenientes de un estado financiero dinámico (Estado de Resultados).
- ✚ Dinámico - estáticas: Son aquellas que tienen un elemento (antecedente) proveniente de un estado financiero dinámico y otro (consecuente) de un estado financiero estático.

• ⁷ AGUIRRE, Manual de Ingeniería Financiera, IMEF, México, 2001, quinta edición.

- ✚ Estático - dinámicas: Son aquellas cuyo antecedente proviene de un estado financiero estático y el consecuente de uno dinámico.

El número de razones simples que pueden obtenerse de los estados financieros de una empresa es limitado; corresponde al criterio y sentido común del analista, determinar el número de razones financieras que tengan significado práctico para poder determinar puntos débiles, probables anomalías, etc. y servir de base para la toma de decisiones.

En base a lo anterior, las razones que se obtengan varían de una empresa a otra, según el objetivo particular que persiga el analista.

Razones más útiles para los fines de evaluación financiera

5.4.5 Razones de Riesgo

- ✚ Liquidez inmediata: (Prueba del Acido o Razón Severa). Representa la capacidad de pago inmediata de la empresa.

$$\frac{\text{ACTIVOS CIRCULANTES LIQUIDOS}}{\text{PASIVO CIRCULANTE}}$$

Para ser considerada favorable el resultado debe ser mayor que 1. Es importante mencionar que los activos circulantes líquidos son aquellos cuya disponibilidad o capacidad para convertirse en efectivo es inmediata.

- ✚ Índice de capital de trabajo: Representa las garantías de pago a corto plazo.

$$\frac{\text{ACTIVO CIRCULANTE}}{\text{PASIVO CIRCULANTE}}$$

Para ser favorable el resultado debe ser mayor que 2.

- ✚ Endeudamiento: Representa la propiedad de la empresa en manos de terceros.

$$\frac{\text{PASIVO TOTAL}}{\text{ACTIVO TOTAL} * 100}$$

Para ser favorable el resultado debe ser menor al 50%.

- 🚦 Índice de apalancamiento: Representa el grado de apoyo que presenta la empresa con capital externo.

$$\frac{\text{PASIVO TOTAL}}{\text{CAPITAL CONTABLE}}$$

Para ser favorable el resultado debe ser menor que 1.

- 🚦 Solvencia a largo plazo: Representa la protección a los pasivos de la empresa.

$$\frac{\text{ACTIVO TOTAL}}{\text{PASIVO TOTAL}}$$

Para ser favorable el resultado debe ser mayor de 2.

Razones de rendimiento

- 🚦 Rendimiento de los socios: Representa el porcentaje de ganancia por cada peso invertido por los socios en la empresa.

$$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{CAPITAL CONTABLE}} * 100$$

Una razón alta representa una mayor actividad de la inversión propia en la generación de utilidades; una razón baja representa que el manejo del capital no tiene el dinamismo suficiente.

- 🚦 Rendimientos sobre la inversión: Representa el rendimiento propio de la empresa.

$$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{ACTIVO TOTAL}} * 100$$

Determina la efectividad total de la administración para producir utilidades con el total de los recursos que se emplean para generar las ventas.



Rentabilidad de las acciones:

$$\frac{\text{UTILIDAD POR ACCIÓN}}{\text{VALOR DE LAS ACCIONES}} * 100$$

VALOR DE LAS ACCIONES: Capital contable / Numero de acciones. NO. DE ACCIONES: Capital social / Valor nominal de las acciones. UTILIDAD POR ACCION: Utilidad neta / Numero de acciones.

Permite conocer la efectividad para generar utilidades en base al dinero invertido.



Rendimiento de operación:

$$\frac{\text{UTILIDAD DE OPERACIÓN}}{\text{ACTIVO TOTAL}} * 100$$

Nos indica el uso de los recursos de la empresa y su eficiencia para lograr utilidades. Su complemento representa el costo de capital ya que la utilidad de operación solo contiene los gastos que se generan con la actividad normal de la empresa (ventas y administración).



Porcentaje de utilidad sobre ventas:

$$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{VENTAS NETAS}} * 100$$

Nos muestra la eficiencia con la que la administración de la empresa utiliza sus recursos.

FLUJO NETO DE EFECTIVO

Ya se mencionó con anterioridad que el principal objetivo de los Estados Financieros es la obtención del Flujo Neto de Efectivo, el cual sirve para medir la rentabilidad del proyecto.

Dentro de la evaluación financiera, y para fines prácticos, el Flujo Neto de Efectivo se obtiene sumando a la utilidad neta los cargos calculados por depreciación y amortización, y restándole los pagos de capital que se realicen a lo largo del año.

$$\text{FNE} = \text{Utilidad neta} + \text{Depreciaciones y Amortizaciones} - \text{Pagos de Capital}$$

Para algunos autores es discutible el hecho de sumar la utilidad neta, la depreciación y la amortización total. Sin embargo, la lógica nos indica que los cargos por depreciación y amortización son un mecanismo fiscal ideado por el gobierno para que el proyecto recupere la inversión hecha en cualquiera de sus fases y representa en realidad dinero sobrante ya que nunca se desembolsa el dinero.

Una observación importante dentro del Flujo Neto de Efectivo es indicar las cantidades que se deben descontar por compras de activos ya que estas, no se verán reflejadas en el Estado de Resultados como ingresos, pero si representan una salida de capital para el proyecto.

El Flujo Neto de Efectivo debe calcularse al igual que el Estado de Resultados, por cada año de vida útil del proyecto y, por lo general, se acostumbra para fines prácticos, utilizar el mismo esquema del Estado de Resultados y añadirle dos renglones más para determinarlo.

Para fines de la evaluación financiera se debe hacer un resumen de los flujos de efectivo anuales empezando desde el inicio del proyecto, es decir, el año "0", que tendrá un Flujo Neto de Efectivo negativo formado principalmente por aportaciones hechas por los socios para iniciar el proyecto.

Cabe señalar también que para la evaluación se debe considerar al final de la vida útil del proyecto un año más con un FNE que contenga los siguientes rubros conocidos como "Valores Rescatables" del proyecto como son:

- ✚ Capital de taboo inicial.
- ✚ Terreno.
- ✚ Valor de rescate de activos fijos.
- ✚ Parte no amortizada de activos diferidos.
- ✚ Pasivos pendientes.

EVALUACIÓN ECONÓMICA

La Evaluación Económica constituye una parte vital del análisis de la factibilidad de un proyecto, es en este tiempo donde se debe elegir el método que habrá de emplearse para comprobar la rentabilidad económica del proyecto. Se sabe que el dinero disminuye su valor real con el paso del

tiempo, a una tasa aproximadamente igual a su nivel de inflación vigente, por lo tanto, el método elegido deberá tomar en cuenta el valor del dinero a través del tiempo.

Periodo de Recuperación de las Inversiones

El Periodo de Recuperación de la Inversión significa el número de años requeridos para recuperar una inversión (un proyecto), vía flujos de efectivo.

$$PRI = \frac{\text{INVERSIÓN INICIAL}}{\text{FLUJO DE EFECTIVO ANUAL}}$$

Si los flujos de efectivo no son iguales (no hay anualidades) hay que descontar el FNE de cada año de la inversión inicial hasta llegar a 0.

Tasa Interna de Retorno

La Tasa Interna es el rendimiento promedio por cada periodo de operación de la empresa durante su vida útil. Para poder obtener la Tasa Interna de Retorno es necesario primero conocer el concepto del Valor Presente Neto, el cual consiste en descontar el valor de cada FNE a una tasa igual al costo de capital de la empresa para poder compararlos con la inversión inicial.

Entre mas largo sea el periodo de vida útil del proyecto será mayor el rendimiento. Al rendimiento efectivo se le debe sumar la tasa de inflación para conocer el RENDIMIENTO A PRECIOS CORRIENTES. Entonces TIR es casi igual al resultado de dividir la utilidad entre el PRI en forma porcentual.

Como conclusiones se tiene que:



- ✚ Si $TIR = 0$, el proyecto se encuentra en un punto de equilibrio financiero donde no pierde ni gana, solo se recupera la inversión.
- ✚ Si $TIR < 0$, se pierde parte de la inversión.
- ✚ Si $TIR > 0$, se recupera la inversión con una ganancia porcentual promedio durante la vida útil del proyecto.

Análisis de Sensibilidad:⁸

El Análisis de Sensibilidad consiste en determinar que tanto afectaría al proyecto un cambio en algún rubro para determinar la flexibilidad del mismo.

Una vez que se calculan los resultados y los FNE con los cambios realizados se determina la TIR, para observar los impactos de los cambios en el rendimiento del proyecto, para saber que pasaría con los resultados en caso de que las condiciones cambiaran por alguna razón.

Los cambios principales que pueden manejarse para un Análisis de Sensibilidad son:

-  Disminución en los ingresos o el precio de venta.
-  Aumento en los costos.

Efectos Inflacionarios en los Proyectos de Inversión:⁹

A nivel general, inflación significa que los precios suben, y que con el dinero actual se compra cada vez menos, es decir, el dinero pierde valor con el paso del tiempo.

El fenómeno inflacionario ocasiona problema para todos. Los bancos disminuyen su poder. Las demandas de aumento de salario se vuelven mas frecuentes. Para el inversionista que desea conservar su capital durante la inflación, el problema principal es que su dinero valdrá menos al próximo año.

La inflación es un movimiento ascendente del nivel medio de precios. Su opuesto es la deflación. El límite entre inflación y deflación es la estabilidad de precios que se da cuando el nivel medio de precios no se mueve.

Existen dos tipos estándar de inflación: la inflación lenta y la rápida. La inflación lenta es la que los economistas keynesianos dicen es necesaria para la prosperidad de una economía. Ellos indicaban que debía ser un máximo de 4% anual en la oferta monetaria que se refleja en los precios y en el costo de la vida, que el gobierno afirma que puede controlar y que se dice que la gente esta

⁸ DIEZ, de Castro, Ingeniería Financiera. Mc Graw Hill, México, 1998, tercera edición. DIEZ, de Castro, Ingeniería Financiera. Mc Graw Hill, México, 1998, tercera edición.

⁹ DIEZ, de Castro, Ingeniería Financiera. Mc Graw Hill, México, 1998, tercera edición

preparada para tolerar. La inflación rápida se da cuando el gobierno trata de reforzar el ímpetu al aumentar la tasa, que entonces se sale de control y llega en ocasiones a provocar caos financieras

$$\frac{\text{NIVEL DE PRECIOS AÑO ACTUAL} - \text{NIVEL DE PRECIOS AÑO ANTERIOR}}{\text{NIVEL DE PRECIOS AÑO ANTERIOR}}$$

$$\text{Inflación} \quad * 100$$

$$\text{NIVEL DE PRECIOS AÑO ANTERIOR}$$

El valor del dinero es la cantidad de bienes y servicios que se pueden comprar con una cantidad dada de dinero. Cuando una economía experimenta inflación, el valor del dinero disminuye. La tasa a la cual baja el valor del dinero es igual a la tasa de inflación.

Cada una de estas variables de evaluación, son propuestas exhaustivas y dependerá de cada proyecto la forma en que se utilicen, siempre buscando que proporcionen parámetros confiables para su evaluación.

2.4 OBJETIVOS DE PROYECTOS DE INVERSIÓN

Día a día y en cualquier sitio donde nos encontremos, siempre hay a la mano una serie de productos o servicios proporcionados por el hombre mismo. Desde la ropa que vestimos, los alimentos procesados que consumimos hasta las modernas computadoras que apoyan en gran medida el trabajo del ser humano. Todos y cada uno de estos bienes y servicios, antes de venderse comercialmente, fueron evaluados desde varios puntos de vista, siempre con el objetivo final de satisfacer una necesidad humana. Después de ello, alguien tomó la decisión de producirlo en masa, para lo cual tuvo que realizar una inversión económica.

Por tanto, siempre que exista una necesidad humana de un bien o servicio habrá necesidad de invertir, pues hacerlo es la única forma de producir un bien o servicio. Es claro que las inversiones no se hacen sólo porque alguien desea producir determinado artículo o piensa que produciéndolo ganará dinero. En la actualidad, una inversión inteligente requiere una base que la justifique. Dicha base es precisamente un proyecto bien estructurado y evaluado que indique una pauta que debe seguirse. De ahí se deriva la necesidad de elaborar proyectos.

Cada que se elabore un proyecto, es muy importante definir el objetivo que se pretende alcanzar a través. Los objetivos representan los resultados que el proyecto espera obtener, expresados

cuantitativamente y/o cualitativamente, y determinados para realizarse transcurrido un tiempo específico.¹⁰

2.5 CONCESIÓN

"Contrato de concesión comercial es aquella convención por la cual un comerciante denominado concesionario, pone su empresa de distribución al servicio de un comerciante o industrial denominado concedente, para asegurar exclusivamente, sobre un territorio determinado, por un tiempo limitado y bajo la vigilancia del concedente, la distribución de productos de los que se le ha concedido el monopolio de reventa" ¹¹

Ésta definición del profesor Champaud, resalta los siguientes elementos:

- a) La puesta a disposición de la empresa del concesionario a favor del o de la concedente en forma exclusiva.
- b) La limitación geográfica (el territorio objeto de la concesión).
- c) La permanencia y el control (bajo vigilancia del concedente por un plazo determinado).
- d) El otorgamiento de un privilegio (el monopolio de reventa)

Estas convenciones de exclusividad de venta caracterizan a una época en la que el contrato de venta comercial evoluciona en el pasaje de una economía librecambista a una economía de cambios organizados, en la que los fabricantes se aíslan de los clásicos mayoristas y minoristas. Los acuerdos entre productores y distribuidores han dado a luz a las redes de concesionarios, en particular de productos de alta técnica y de lujo. La relación entre éstos y el concedente se efectúa a tenor de un "contrato marco", que es idéntico para todos los miembros de la red. Así es dable observar que existe:

Necesidad de uniformidad, evidencia en un contrato tipo, también llamado contrato reglamento.

Obligatoriedad de identificación del producto con un sistema especializado de venta, por medio de una red de comercialización de distribuidores vinculados por el contrato reglamento con el concedente.

¹⁰ Baca Urbina. "Evaluación de Proyectos. Análisis y Administración del Riesgo. 2ª edición. México, 1991. Ed. Mc Graw Hill

¹¹ <http://www.monografias.com/trabajos15/concesion-comercial/concesion-comercial.shtml>

Cierta permanencia en las relaciones para una mejor colocación de la producción. El contrato de concesión presupone una relación continua en el tiempo entre el concedente y sus concesionarios.

Coordinación entre pretensiones dispares (concedente-concesionario). Esta dicotomía implica un conflicto entre el principio de autonomía y el de seguridad. La concesión comercial promete al concesionario una seguridad económica y al menos una seguridad mayor que la que tiene el comerciante individual, con el sacrificio de parte de su independencia económica.

Para el concedente las ventajas son múltiples: No debe en primer lugar arriesgar un capital adicional, ni sobredimensionar con personal propio su empresa. En caso de fuerza mayor o de circunstancias imprevistas, un tercero corre eventualmente con los riesgos. No crea necesariamente vínculos directos, fuente de enojosos problemas con terceros.

Tiene no obstante ciertas desventajas: Debe tratar con un comerciante autónomo, que busca maximizar su provecho; que no responde, ni obedece como un empleado y que, sólo indirectamente, se preocupa del negocio del productor, cual es la fabricación, en la medida que éste no le pueda entregar el producto a que se obligó.

El concesionario a su vez, tiene ventajas ciertas al ingresar a una concesión: En primer lugar limita el riesgo comercial, al vender un producto conocido al amparo de una marca registrada, que tiene un mercado propio; en segundo lugar, lo hace protegido por el respaldo técnico del concedente y al amparo de una red de concesionarios en los que encuentra sustento y cooperación en el desempeño de su gestión profesional; por último, goza de un monopolio sobre su territorio, que el propio concesionario juzga apto. Su remuneración resultante, de la diferencia del precio de compra con el de reventa ha sido previamente calculada por la concedente y su esfuerzo y habilidad personal le permiten, sin mayor riesgo que los vaivenes del mercado y de la economía, acrecentar su rentabilidad.¹²

Es claro sin embargo que no todo es ventajas para el concesionario. Para el cumplimiento de esos postulados el concesionario sacrifica, en aras de obtener una seguridad, cierto margen de libertad individual. Debe cumplir con mecanismos y normas para identificarse y uniformarse con sus colegas y está sujeto a los arbitrios del concedente; no a sus caprichos, pero sí a sus necesidades. Debe esforzarse en vender y por ende en comprar productos, a veces difíciles de colocar; mantener inventario de repuestos que inmovilizan parte de su capital en giro, atender y prestar garantías de

¹² <http://www.monografias.com/trabajos15/concesion-comercial/concesion-comercial.shtml>

calidad del producto y, en general, comprometer una inversión propia importante erigiendo instalaciones de venta o servicio o adquiriendo herramientas o equipos que le exige su concedente.

En este contexto, los derechos y obligaciones de cada parte tienden a privilegiar la actuación del concesionario-fabricante frente a cada uno de los concesionarios, resultante de un contrato tipo o reglamento, que el concesionario debe aceptar, con muy pocas aunque importantes opciones, para poder ser concesionario.

Elementos del Contrato de Concesión.

a) Autorización Para Adquirir Productos del Concedente. Este es el objeto principal del contrato de concesión: el concedente decide separar una actividad que le compete y otorga esa autorización al concesionario. Debe surgir claramente esa delegación por parte del concedente para que pueda determinarse la existencia de una concesión; de lo contrario podemos estar en presencia de contratos diferentes (locación de obra, de servicios).

El privilegio de adquirir productos del concedente es de la esencia de la concesión y ésta no puede existir sin el derecho del concesionario de comprar para revender los productos del concedente en una zona determinada, diferenciándose del suministro en que en este último existe una garantía respecto de las cantidades mínimas mensuales a proveer, que no es típica de la concesión, en la que la fábrica no adquiere compromisos al respecto, aunque sea de su conveniencia vender más productos.

b) Prestación o Explotación de la Concesión a nombre Propio. La prestación del servicio de pre y posventa a nombre, por cuenta y a riesgo del concesionario es otra finalidad común que ambas partes tienen en mira al contratar. El concedente celebra el contrato para prestar el servicio, para asegurarlo, incluso en mejores condiciones, a los terceros. Por su parte el concesionario asume como principal obligación y adquiere también como principal derecho, la realización de la explotación concedida.

c) Autonomía. El concesionario desempeña sus funciones con autonomía, en el sentido de que no se encuentra vinculado por una relación de dependencia jurídica, pero sí existe una subordinación técnica y económica que pone en manos del concedente importantes decisiones, como por ejemplo zona en que el concesionario debe actuar, modo de efectuar las ventas, stock de repuestos que debe mantener, la determinación del precio sugerido de reventa y la participación del concesionario o su ganancia le es fijada por el concedente.

d) Exclusividad. Se trata de una exclusividad de aprovisionamiento, sin ella no hay concesión comercial: es típica y característica de este contrato. El concesionario de hecho es exclusivo en su zona. Puede también serlo por contrato, pero ello no es característico ni necesario. La exclusividad de aprovisionamiento implica también que no pueden comercializarse productos de otra marca y comporta la obligación del concedente de sólo aprovisionar a aquellos que son sus concesionarios designados y no vender directamente al consumidor, con excepción de ciertas situaciones especiales (empleados, exportaciones, ventas a ciertos consumidores).

e) Control. Siendo el contrato de concesión una delegación de actividad, el control de dicha actividad por el concedente es un elemento esencial, el que se manifiesta en la posibilidad de reglamentación y de vigilancia y es consecuencia de que el concedente necesita uniformar la actividad del concesionario y por tal razón se reserva la facultad de controlarlo, así como también la de modificar las condiciones en que presta la actividad en ciertos aspectos, como por ejemplo precios, descuentos, materiales o mercadería a utilizar en la prestación, utilización de los emblemas e insignias del concedente etc.

2.5.1 Características del Contrato de Concesión.

1.- Consensual. El contrato de concesión se perfecciona con el mero consentimiento, que crea ya las obligaciones emergentes del contrato, aun cuando se acostumbra celebrarlo por escrito.

2.- Es preparatorio, normativo de otros negocios.

3.- De tracto sucesivo, pues necesariamente se cumple en el tiempo.

4.- Bilateral. Pues ambas partes resultan obligadas luego de su formación, teniendo vigencia los efectos particulares de esta clase de acuerdos: el pacto comisorio, la excepción de contrato no cumplido etc.

5.- Oneroso. Hay ventajas recíprocas, que se otorgan la una teniendo en vista a la otra. El concesionario obtiene una ventaja económica consistente en lo que los terceros abonaran por encima del precio que el debe pagar al concedente, más una fluida demanda de un producto conocido; el concedente recibe el precio del concesionario y a la vez los beneficios de la de la difusión de sus productos de marca por medio de la red de sus concesionarios

6.- Conmutativo. Ello independiente de la existencia del riesgo propio de los negocios, consistente en que ni concedente ni concesionario saben en definitiva si el negocio en cuestión será beneficioso.

7.- Intuito Personas. Por tanto no cedible ni transferible; por ello termina por la ocurrencia de eventos que afecten a la persona de las partes, tales como la quiebra y el convenio que puedan afectarlas

8.- Principal. Pues su vigencia no depende de otros actos o contratos.

9.- Es un contrato empresarial o también llamado de "colaboración entre empresas". Ello porque no hay vínculo de subordinación o dependencia entre las partes celebrantes, ya que ambos son empresarios o comerciantes que realizan un negocio de mutuo beneficio, corriendo cada cual con los riesgos correspondientes.

10.- Contrato entre Comerciantes. La concesión se caracteriza por ser un contrato que se celebra entre comerciantes, titulares de empresas.¹³

2.5.2 Duración

Se trata siempre de un contrato de tracto sucesivo. Se puede pactar por tiempo indefinido, con cláusula de desahucio dada con cierta anticipación, o por tiempo determinado, con cláusula de renovación automática, que opera salvo oposición manifiesta por alguna de las partes con la anticipación prevista en el contrato. Es posible pero no usual, un negocio de esta especie con plazo determinado no renovable automáticamente.

Se suele afirmar que la incertidumbre sobre la no renovación de la concesión conspira contra la igualdad de las partes y resiente la autonomía jurídica del concesionario, sin embargo, la jurisprudencia francesa ha sostenido firmemente el derecho del concedente de no renovar el contrato, habiendo declarado que la no renovación no constituye un abuso del derecho sino una facultad contractual.

2.5.3 Obligaciones del Concesionario

Señalado ya cuales son las finalidades de las partes al celebrar un contrato de concesión, es obvio que sus cláusulas han sido predispuestas y preparadas por el concedente a quien, a fin de uniformar las obligaciones de los miembros de su red comercial. Las cláusulas de modalidades más usuales que crean obligaciones para el concesionario son:

¹³ <http://www.monografias.com/trabajos15/concesion-comercial/concesion-comercial.shtml>

- ✚ Cláusula de mínimo: Se acostumbra estipular que el concesionario, en un determinado periodo, por ejemplo un año, deba hacer compras por un mínimo preestablecido, sea en cantidad o en valor de mercaderías.
- ✚ Obligación de mantenimiento de stocks: Estos contratos pueden imponer al concesionario la obligación de mantener un stock determinado de mercadería o de sus repuestos o accesorios, a disposición del público consumidor.
- ✚ Obligación de prestar servicios a clientes: También es usual en estos contratos que el concesionario se obligue a efectuar prestaciones de servicios a los clientes, como por ejemplo atender los reclamos de la clientela y contar con una estación de servicio para revisiones y reparaciones. Deber acotarse que el fin del pacto de estas obligaciones tiene por mira un objetivo común a los intereses de ambas partes, que pretende una mejor atención al cliente, lo que redundará en definitiva en la conservación y aumento de la clientela. Normalmente los servicios que la concesión obliga respecto del cliente no son gratuitos.

El cliente debe convenirlos y pagarlos de acuerdo a las reglas generales de derecho. Los servicios del concesionario para responder de la garantía del producto, si se le imponen al concesionario, son de cuenta y cargo del concedente.

Obligaciones en cuanto a propaganda: Generalmente se obliga al concesionario a no hacer propaganda de los bienes materia de la concesión sin previa aprobación del concedente. Pero también se acostumbra imponer al concesionario ciertas obligaciones de propaganda y publicidad, como la consistente en emplear la marca del concedente en su establecimiento, indicando su calidad de concesionario.

Otros rubros que al concedente le interesa normar y que por tanto generarán obligaciones para el concesionario, son los siguientes:

- ✚ Aprovisionarse exclusivamente del concedente.
- ✚ Tener instalaciones adecuadas para la venta y servicio.
- ✚ Respetar el territorio de los restantes concesionarios.
- ✚ Mantener un capital de trabajo adecuado a su giro.
- ✚ Adoptar sistemas administrativos, financieros y contables del concedente.
- ✚ No comercializar productos competitivos del concedente.

2.5.4 Derechos del Concesionario

A su vez, el concesionario tiene derecho a:

- ✚ El otorgamiento de un privilegio de reventa de los productos en una zona determinada, ella puede ser zonal o nacional.
- ✚ Comprar del concedente en condiciones más ventajosas.
- ✚ Que el concedente respete y haga respetar su monopolio de reventa en su territorio si estuviera establecido. A propósito de este derecho, la comisión antimonopolios chilena ha declarado en numerosos fallos que existe conducta contraria a la libre competencia cuando un vendedor discrimina en sus ventas respecto de su clientela. Fallos posteriores han admitido que pueda haber en estos contratos discriminación no arbitraria, que no sería violatoria de las normas que resguardan la libre competencia. Estos casos serían causales que autorizarían distintos precios a diversos compradores, como por ejemplo el volumen de la compra, la forma de pago y otras condiciones económicas de los negocios. En cuanto a la posibilidad de que el concedente pueda pactar condiciones distintas con sus diversos distribuidores, la Comisión también ha consagrado la vigencia de los mismos principios; y aun ha admitido discriminaciones entre los diversos concesionarios por operar en distintos mercados, aceptándose en ciertos casos la existencia de ellos en el mismo país o región.
- ✚ Usar gratuitamente la insignia y nombre comerciales del concedente.
- ✚ Puede decirse que el concesionario asume una obligación de hacer, no promete un resultado. Se obliga a aplicar su actividad en forma permanente en interés del fabricante quien solamente se obliga a mantener una corriente de aprovisionamiento de productos o mercaderías conocidas en el mercado. ¹⁴

2.5.5 Obligaciones del Concedente

1.- Mantener una corriente de aprovisionamiento de productos o mercaderías. Queda a su arbitrio decidir sobre la cuota que periódicamente le asigne al concesionario, como la oportunidad del cumplimiento, de manera que por este medio puede regular la gestión comercial del concesionario hasta llegar a convertirla en antieconómica, disminuyendo en tal medida las entregas que conduzca a una explotación no redituable. Con respecto a la cuestión de determinar hasta donde es legalmente admisible el ejercicio de la facultad de fijar unilateralmente los cupos mínimos de venta, entendemos que los criterios a utilizar, como parámetro, son la uniformidad y la proporcionalidad. Si la reducción obedece a parámetros objetivos y generales, es admisible.

2.- Liquidar las operaciones en garantía en forma oportuna.

¹⁴ <http://monografias.com/trabajos15/concesion-comercial/concesion.shtml> 2008

3.- Establecer políticas de garantía, talleres de comercialización y suministro de repuestos uniformes para toda la red.

4.- Promover y publicitar los productos en forma global.

5.- Proporcionar a los concesionarios información técnica y capacitación para una mejor atención del usuario.

Lo señalado precedentemente, pone de manifiesto la existencia de una relación de confianza y de respeto mutuo entre concesionario y concedente. Las políticas de este último afectan la vida de la concesión, su rentabilidad y eficiencia. A su vez, el mal servicio del concesionario tiene un efecto nocivo sobre la red y el concedente. Sin duda, las características comentadas de esta forma de distribución comercial constituyen un contrato nuevo, proveniente del derecho administrativo, ligado a un privilegio de aprovisionamiento exclusivo de productos a favor de un comerciante independiente, en virtud del cual, el concesionario, para asegurar su lucro, debe resignar parte de su autonomía jurídica, subordinando e integrando su actividad económica a los recaudos que con carácter uniforme para la red de distribución le requiere el concedente

2.6 FINANCIAMIENTO

2.6.1 GUBERNAMENTALES

En el estado de Michoacán, la búsqueda del desarrollo social se lleva a cabo a través de los diferentes Programas que tiene implementado el Gobierno del Estado de Michoacán. Cada uno de ellos tiene muy diversos objetivos, pero en su conjunto buscan el aminoramiento de la pobreza y el desarrollo social de la población del estado. Cada programa se encuentra financiado a través de los diversos Fondos, propios del Gobierno estatal o federal, o de instituciones como FIRA¹⁵, Nacional Financiera (NAFIN) y Banco de Comercio Exterior, entre los más importantes. La colocación de los recursos financieros a las comunidades, sociedades o personas, se hace a través de diversas instituciones financieras. Las más comunes son la Banca tradicional (de desarrollo o comercial) y algunas veces utilizan otras instituciones como Uniones de Crédito, Sociedades financieras de Objeto Limitado (Sofoles), Arrendadoras financieras, Almacenes Generales de Depósito, Agentes PROCREA, Empresas de factoraje o las Financieras Rurales. A continuación se describen algunos programas a través de los cuales se pudiera pedir apoyos financieros para la implementación de Proyectos de Inversión en el Estado de Michoacán.

¹⁵ FIRA: Fideicomiso Instituido en Relación a la Agricultura, pertenece a Banco de México

Nombre del Programa: **Programa de Apoyo al Empleo (PAE) – Proyectos de Inversión Productiva**

Institución: Secretaría del Trabajo y Secretaría de Desarrollo Económico

Programa dirigido a todas aquellas personas desempleadas o subempleadas, de 16 años o más, a la población vulnerable o en desventaja económica, interesadas en iniciar o consolidar un proyecto productivo generador de empresas, sin acceso al crédito formal. Los montos van de \$15,000 a \$100,000 pesos,

Nombre del Programa: **Esquema Simplificado de Financiamiento a la Pequeña y Mediana Empresa.**

Institución: Banco de Comercio Exterior (BANCOMEXT)

Objetivo: Apoyo a personas físicas y morales con recursos financieros para capital de trabajo y equipamiento.

Existen otros Programas, tales como:

- ✚ Programa de Financiamiento Rural, de FIRA.
- ✚ Esquema de Financiamiento para el pequeño exportador, de BANCOMEXT.
- ✚ Programas del Fondo Mixto para la Reactivación del Desarrollo Económico del estado de Michoacán (FOMICH), como PYME – FIDERMEX.
- ✚ Programa de Apoyo para la Capitalización al Comercio, la Industria y los Servicios (ACCIS) de FONAES.
- ✚ Programa de microcréditos CONFIANZA EN LAS MUJERES “Con mujer, en conjunto con la Secretaría de Desarrollo Social, el Instituto Michoacano de la Mujer y FOMICH.
- ✚ FOMAGRO, Fondo de riesgo compartido para el fomento de la agroindustria en colaboración con la SAGARPA y FIRCO. La aportación es desde \$2, 000,000 de pesos.
- ✚ Programa de Desarrollo Forestal, PRODEFOR en colaboración con la Comisión Forestal de Michoacán, CONAFOR.
- ✚ CODECO, es un programa de desarrollo sustentable que une los esfuerzos de migrantes, comunidades rurales y Gobierno para la promoción de negocios en el campo rentables y de crecimiento social y económico.

Las Instituciones financieras colocadoras de créditos, tienen como objetivo en general apoyar la modernización de los sectores rurales ofreciendo servicios financieros que mejoren la calidad del trabajo, producción y vida de las personas, comunidades y empresas involucradas en los sectores rurales. El financiamiento que otorgan básicamente va encaminado a satisfacer las necesidades de:

- ✚ Capital de trabajo
- ✚ Reemplazo y/o modernización de maquinaria y equipo
- ✚ Incrementar la capacidad instalada
- ✚ Financiar proveedores.

En general estos financiamientos se realizan a través de créditos de Habilitación o Avío, Refaccionario, Simple, y Simple revolvente. Se financian tanto a personas físicas como a personas morales, pero algo importante es que éstas cuenten con experiencia comprobable en el ramo al que incursionen (estados financieros, declaraciones de impuestos, etc.), estén registradas en la SHCP y tengan garantías hipotecarias (de preferencia) que otorgar.

Como se puede observar, aún que se hacen grandes esfuerzos para aminorar la pobreza y buscar el desarrollo social y económico con estos programas, la forma en la que se hace llegar los recursos se evalúa en forma tradicional, toda vez que la mayoría de los financiamientos que se otorgan buscan que los beneficiados puedan ofrecer garantías hipotecarias o al menos prendarias que sirvan de aval en el otorgamiento de los recursos financieros. En algunos de los programas ponen cierta importancia a la capacidad organizativa de las personas, pero aún así la parte de las garantías siempre tiene un peso mayor que la de la formación del capital social en los individuos de las comunidades. Asimismo, esta capacidad debe estar ya desarrollada en las comunidades y se observa realmente poco apoyo en la educación y capacitación de las comunidades en forma continua para la creación de un capital social formal en las mismas.

2.6.2 Privados

Empresas privadas como los bancos nacionales buscan apoyar a las empresas mediante financiamientos para la construcción, equipamiento, modernización, descentralización, reubicación, ampliación o compra de instalaciones productivas, parques industriales y proyectos turísticos, financiar el desarrollo tecnológico y diseño, así como la compra de equipo de cómputo

Beneficios

- ✚ Financiamiento en condiciones preferenciales de tasa de interés y en la moneda en que venderás mayoritariamente tus productos.
- ✚ Plazo de financiamiento adecuado al retorno de tu inversión, pudiendo ser de hasta 20 años para créditos en dólares de los E.U.A., y de hasta 10 años en pesos.
- ✚ El porcentaje de financiamiento puede ser hasta del 100% del valor del proyecto.
- ✚ Se pueden financiar equipos nuevos o usados de origen nacional o extranjero, y que hayan sido comprados dentro de los 6 meses anteriores a la fecha de disposición del crédito.

Requisitos

- ✚ Contar con un presupuesto que detalle las características de la inversión
- ✚ Presentar la documentación financiera necesaria para la calificación de una línea de crédito
- ✚ Generar las divisas necesarias para el pago del financiamiento

Sociedades de inversión de capitales (SINCAS)

Las sociedades de inversión son entidades jurídicas que tienen objetivos muy concretos y por esta razón se encuentran reguladas por una disposición legal creada ex profeso para estos efectos, que es la Ley de Sociedades de Inversión, y cuya versión más reciente está en vigor desde finales el año 2000.

Las finalidades de este tipo de sociedades se encuentran claramente definidas en el artículo 1º de la Ley de la Materia, y consisten en:

- a) El fortalecimiento y descentralización del mercado de valores
- b) El acceso del pequeño y mediano inversionista a dicho mercado.
- c) La diversificación del capital.
- d) La contribución al financiamiento de la actividad productiva del país.
- e) La protección de los intereses del público inversionista

Existen cuatro diferentes clases de sociedades de inversión: las de renta variable, las de instrumentos de deuda, las de capitales y las de objeto limitado.

A su vez, las sociedades de inversión pueden ser abiertas o cerradas:

- ✚ Abiertas: son aquellas que tienen la obligación de recomprar las acciones representativas de su capital social o de amortizarlas con Activos Objeto de Inversión integrantes de su patrimonio, a menos que conforme a los supuestos previstos en los citados prospectos, se suspenda en forma extraordinaria y temporal dicha recompra. Se consideran Activos Objeto de Inversión a los valores, títulos y documentos a los que les resulte aplicable el régimen de la Ley de Mercado de Valores (LMV) inscritos en el Registro Nacional o listados en el Sistema Internacional de Cotizaciones, así como otros valores, recursos en efectivo, bienes, derechos y créditos, documentados en contratos e instrumentos, incluyendo aquellos referidos a operaciones financieras derivadas, y los que sean susceptibles de formar parte integrante del patrimonio de la Sociedad de Inversión.

- ✚ Cerradas: son aquellas que tienen prohibido recomprar las acciones representativas de su capital social y amortizar acciones con Activos Objeto de Inversión integrantes de su patrimonio, a menos que sus acciones se coticen en una bolsa de valores, supuesto en el cual se tendrían que ajustar a lo establecido en la LMV para efectuar dicha recompra. Las sociedades de inversión de renta variable invierten la mayor parte de su capital en acciones de diversas empresas que cotizan en el mercado de valores. Mediante este medio, las personas físicas o las morales, al adquirir acciones de una sociedad de renta variable (que también es pública), están efectuando, indirectamente, inversiones en empresas que cotizan en bolsa, pero su riesgo se ve sensiblemente disminuido por la gran gama de valores propiedad de la misma sociedad de inversión, que además está manejada por expertos en la materia.

Esto propicia el acceso al mercado de valores de personas que no cuentan con una amplia capacidad de recursos, y permite, además, el tener una inversión realizable prácticamente a la vista, puesto que estas sociedades están autorizadas para adquirir sus propias acciones cuando un inversionista desea retirarse. Este tipo de sociedades puede, a su vez, ser sociedades diversificadas o especializadas. Las diversificadas son aquellas que ajustan su régimen de inversión a los límites establecidos mediante disposiciones emitidas por la CNBV, mientras que las especializadas determinan a su propio régimen de inversión y lo revelan en el prospecto de información emitido para el público inversionista.

Las sociedades de inversión en instrumentos de deuda (anteriormente denominadas sociedades de inversión de renta fija) llevan a cabo inversiones en títulos y valores crediticios emitidos

por empresas públicas o por el gobierno federal, que, en términos generales, ofrecen rendimientos garantizados. A través de la adquisición de las acciones de estas sociedades de inversión, un inversionista generalmente puede lograr rendimientos más atractivos que los que obtendría de efectuar una inversión directa en un determinado tipo de valores. Además normalmente se tiene una mayor facilidad de acceso a este tipo de inversiones, pues los montos mínimos de inversión requeridos son accesibles, existiendo también la ventaja de poder obtener una recuperación inmediata de los recursos, pues estas entidades, que son empresas públicas, también están facultadas para adquirir sus propias acciones cuando un inversionista desee recuperar su inversión. Al igual que las sociedades de inversión de renta variable, las de inversión en instrumentos de deuda pueden ser, a su vez, diversificadas o especializadas.

Tanto las sociedades diversificadas como las especializadas pueden ser también tipificadas, si a través de su prospecto se obligan al cumplimiento de un objetivo predominante, en cuyo caso, deben mantener cuando menos el 60% de su activo total en la clase de valores o instrumentos cuyas características sean acordes a dicho objetivo.

Las sociedades de inversión de capitales (SINCAS) tienen el propósito fundamental de promover a empresas en desarrollo o con problemas financieros y operativos que requieren de recursos a mediano y largo plazo. Los recursos respectivos se canalizan a las empresas promovidas a través de aportaciones de capital, las cuales tienen un carácter temporal, pues una vez logrados los objetivos previstos, las sociedades de inversión enajenan las acciones de su propiedad, a través de una colocación en el mercado de valores o su venta a los accionistas de la propia empresa promovida o a terceros. A diferencia de las otras sociedades de inversión, SINCAS no tienen que ser empresas públicas, aunque sí pueden serlo, como tampoco lo deben ser sus empresas promovidas.¹⁶

¹⁶ <http://aef.org.mx> - Academia de Estudios Fiscales de la Contaduría Pública

CAPITULO 3

CASO PRÁCTICO

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado, identifica el área y segmento de mercado en el cual se cuantificará la demanda y la oferta que existe en el servicio que se ofrecerá en el proyecto.

En este estudio se determina el tipo de mercado, se fija el precio y se diseña la presentación del servicio, así como el canal de comercialización. Y por ende se define si el proyecto es factible para llevarlo a cabo.

El presente estudio de Mercado se realizó en la ciudad de Morelia, Michoacán, debido a que la población de la ciudad, conformarán nuestro mercado meta o demandantes más potenciales del proyecto. Se analizarán los resultados obtenidos en una serie de encuestas, en las que se buscará determinar el precio que los consumidores estarían dispuestos a pagar, lo que la competencia ofrece, los canales de distribución que se podrán utilizar y los medios de comunicación para dar a conocer el proyecto.

3.2 OBJETIVOS

El objetivo del estudio de mercado es el siguiente:

- ✚ Determinar y cuantificar la Oferta que en materia de diversiones, se ofrece en la ciudad de Morelia.
- ✚ Establecer la demanda insatisfecha que representará una oportunidad para este proyecto.
- ✚ Conocer la opinión de los habitantes de Morelia, Michoacán acerca de la construcción de una pista de patinaje en la ciudad donde se ofrecerán los servicios de restaurante, música en vivo y cafetería, además de la pista de patinar.
- ✚ Determinar los precios que el mercado ofrece en materia de diversión familiar.


3.3 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO


El servicio que se pretende dar es a favor de las personas entre 10 y 30 años de edad, que gusten de pasar un rato agradable en compañía de su familia, amigos, etc., en un lugar de entretenimiento y diversión, donde se podrá disfrutar de una pista de patinaje que ofrecerá además de patinar, un restaurante, música en vivo y cafetería; a continuación se describe el servicio que brindará la pista de patinaje:

Pista de Patinaje: La pista de patinaje será ovalada para el mayor aprovechamiento de espacio y una mayor seguridad para las personas principiantes que accedan a ella. El diseño está con las más estrictas normas de seguridad y diseñadas para fácil uso de ella. Contará en algunas partes con rampas para las personas mas avanzadas y secciones para principiantes, buscando como se comenta excelentes medidas de seguridad.

Los costos de la pista de patinar serán variados, se cobrará dependiendo del servicio que quiera utilizar el usuario, ya sean los siguientes:

- Entrada a la pista de patinaje
- Entrada a la pista de patinaje con instructor
- Entrada a la pista de patinaje con equipo de patines

 Restaurante y cafetería: Será estilo SNACK ofreciendo en el menú una amplia gama de comida rápida y bocadillos así como refrescantes bebidas y diferentes variedades de café con un precio accesible y sobre todo un sabor inigualable.

 Música en vivo: Está será una gran variante innovadora dentro del rubro, ya que durante las actividades de la pista se podrá amenizar con piezas musicales de excelente gusto. De acuerdo a datos del INEGI en fines de semana y en el horario de mayor presencia juvenil en la pista, es el de 5 de la tarde a 10 de la noche.

3.4 DEMANDA: ÁREA GEOGRÁFICA Y SEGMENTACIÓN

El área que se considera es sólo para los habitantes de Morelia, Michoacán y a los turistas que vengán a la ciudad y busquen una forma de entretenimiento muy innovadora.

El segmento que se ha tomado para ofrecer este servicio fue para hombres y mujeres de 10 a 30 años de edad, siendo del nivel socioeconómico medio y alto.

Se tiene como dato que en la ciudad de Morelia habitan 630 532 ciudadanos de los cuales un 47.7% son hombres y un 52.3% son mujeres de 10 y 30 años de edad¹⁷

Para conocer la cantidad de personas que cuentan con las posibilidades económicas adecuadas para adquirir nuestro servicio dentro de este rango de edades, dividiremos el total del porcentaje dado anteriormente en personas de los 10 a los 24 años, hijos de familia con un buen nivel de poder adquisitivo; y personas entre los 25 y 30 años que ya cuentan con empleo e ingreso.

De acuerdo a datos del INEGI Morelia cuenta con 155 133 familias en total. Como sabemos, cada familia tiene un promedio de 4 integrantes, que multiplicadas por 4, nos da el total de la población.

Con el fin de obtener la cantidad de salarios mínimos que una familia requiere para que sus hijos tengan acceso de nuestro servicio, nos valemos del patrón de gasto por jefe de familia, dato otorgado por el INEGI. Donde encontramos que el jefe de familia gasta el 15% de su salario en esparcimiento.

Con este antecedente, consideramos el dato de 8 salarios mínimos la cantidad de ingreso mínima necesaria por jefe de familia para adquirir nuestro servicio, siendo el salario mínimo en Morelia actualmente de \$44.05. Con este sueldo, se dedicarían \$300 semanales aproximadamente para destinarlo al esparcimiento por familia.

Según el INEGI, en Morelia existen 130 000 jefes de familia que perciben 8 salarios mínimos o más, que multiplicados por los 2 hijos promedio por familia nos dan un total de 260 000 hijos con posibilidades económicas altas que van de los 0 hasta los 24 años de edad.

Restando a esta cantidad el número de habitantes dentro de los 0 a los 9 años en la ciudad (130 146) se tiene que:

$$260\ 000 - 130\ 146 = 129\ 854 \text{ hijos de los 10-24 años}$$

Dentro del segundo grupo de 25 a 30 años tomamos en cuenta el índice del PEA (Población Económicamente Activa) para conocer su nivel de captación de ingreso.

Según el INEGI, 35 079 habitantes de entre esas edades son económicamente activas, por lo que aunado a los datos anteriores, tenemos que:

$$35\ 079 + 129\ 854 = 164\ 933$$

¹⁷ Datos tomados del último conteo (2005) del INEGI

Nuestro mercado potencial es el 26.15% (164 933 personas) que tendrán la oportunidad de recibir por algún medio familiar, ingreso para asistir a un centro recreativo como la pista de patinaje.

3.5 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para llevar a cabo esta investigación del estudio de mercado, es necesario determinar la demanda actual en el área de mercado seleccionada, lo cual se hizo tomando una muestra representativa del mercado al cual va dirigido nuestro servicio.

Al obtener dicha información se realizó un estudio de campo, donde se diseñó una encuesta para determinar la frecuencia de las personas que visitan lugares de entretenimiento. Dicha encuesta será una muestra del total de nuestra población, determinándola de la siguiente manera:

$$N = \frac{\delta^2 p q n}{e^2 (n-1 + \delta^2 p q)}$$

Donde:

$\delta = 1.96$ (95% de la población)

$e = 3\%$ (Error estimado)

$p = 50\%$ (Probabilidad de acierto)

$q = 50\%$ (Probabilidad de fallas)

$n =$ (Habitantes demanda potencial en Morelia)

$N =$ Tamaño de la muestra (número de encuestas)

$$N = \frac{(1.96)^2 (.5) (.5)(156,326)}{(.03)^2 (156,326 - 1) + (1.96)^2 (.5)(.5)}$$

$N = 106.70 = 106$ encuestas

La encuesta se aplicó a una muestra de 100 personas en las colonias de Villa Universidad, Lomas de Vista Bella, Boulevard García de León, Centro, y la colonia Eréndira de Morelia, Michoacán; es la siguiente:

**ENCUESTA PARA DETERMINAR EL INTERÉS DE UNA MUESTRA DE LA POBLACIÓN SOBRE EL PROYECTO
“PISTA DE PATINAJE”**

Objetivo: Determinar la frecuencia de las personas que visitan lugares de entretenimiento.

Sexo:

Edad:

1. ¿Con qué frecuencia sales a lugares de entretenimiento?

1-3 veces por semana 1 vez cada 15 días 1 vez al mes Nunca

2. ¿A dónde sueles ir a divertirte?

Cine____ Café____ Bar____ Antro____
Otro____

3. ¿Con quién sales a divertirte?

Amigos____ Familiares____ Novio(a)____ Otros____

4. ¿Cuánto sueles gastar cuando sales a divertirte?

50-100____ 100-200____ 200-400____ Más de 400____

5. Si existiera la opción de tener una pista de patinaje, ¿acudirías?

Sí____ No____

6. ¿Qué servicios te gustaría que hubiese en dicha pista?

Restaurante____ Cafetería____ Música en vivo____

7. ¿Cuánto estarías dispuesto a gastar en una salida a la pista de patinaje?

50-100____ 100-200____ 200 en adelante____

8. ¿Dónde te gustaría que estuviese ubicada la pista de patinaje?

Santa María____ Centro____ Boulevard____ Otro____

9. ¿Qué promociones te gustaría ver dentro de la pista de patinaje?

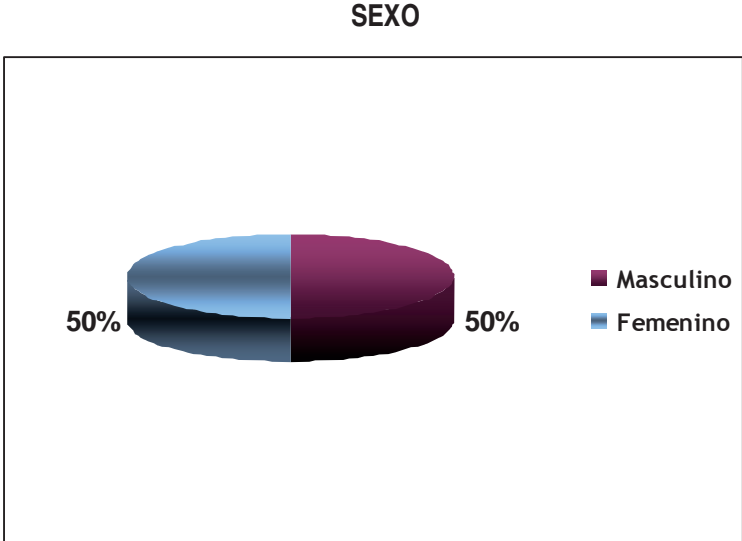
2x1 bebidas__ Tiempo extra de patinaje____ No cover__ Otro____

¡Gracias por su tiempo y atención!

3.6 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para analizar lo que el mercado insatisfecho requiere, es necesario aplicar la encuesta antes mencionada, a personas de 10 a 30 años de edad, que son nuestros prospectos para nuestro proyecto, una vez reunidos todos estos datos se determina si la demanda esta satisfecha o insatisfecha y si es viable introducir el servicio al mercado seleccionado.

A continuación se presentan las gráficas resultantes de la aplicación de las encuestas en distintas partes de la ciudad.



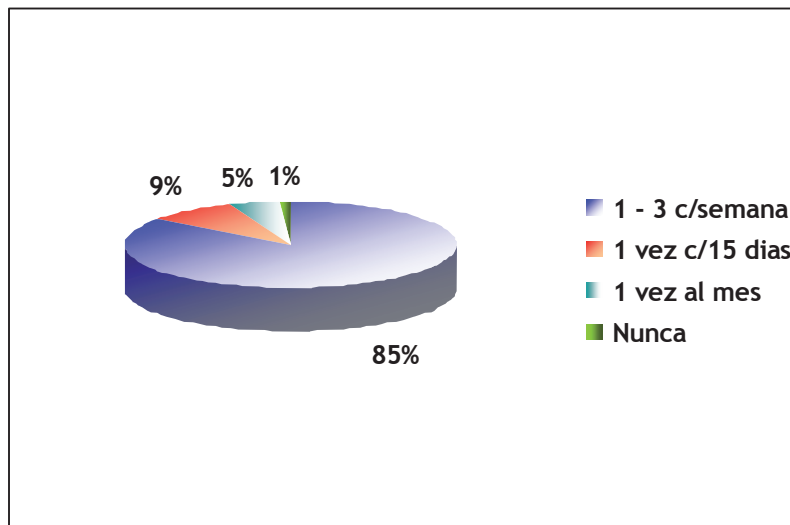
De las encuestas realizadas se obtuvieron los siguientes resultados:

El 50% de las personas encuestadas fueron Hombres; así como el 50% fueron mujeres.

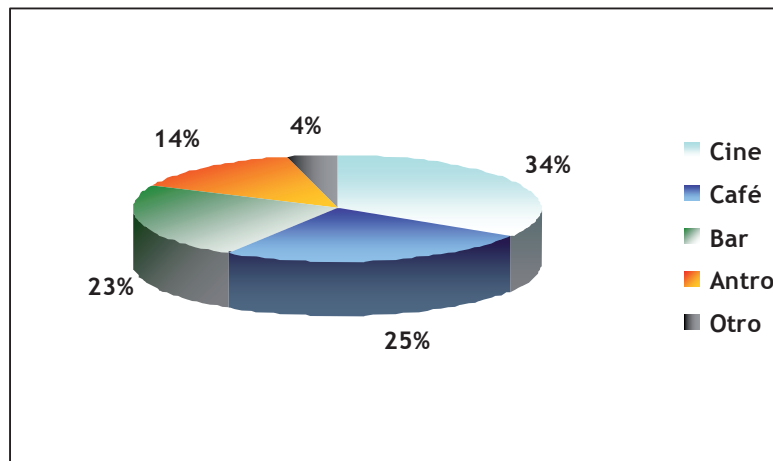
1. ¿Con qué frecuencia sales a lugares de entretenimiento?

El 85% de las personas encuestadas suelen salir de una a tres veces por semana, mientras que el 9% sale 1 vez cada quince días, el 5% una vez al mes y sólo el 1% no sale.

Esta encuesta refleja contundentemente que el estilo de vida diario de las personas en Morelia necesita excepcionalmente lugares de esparcimiento y diversión.

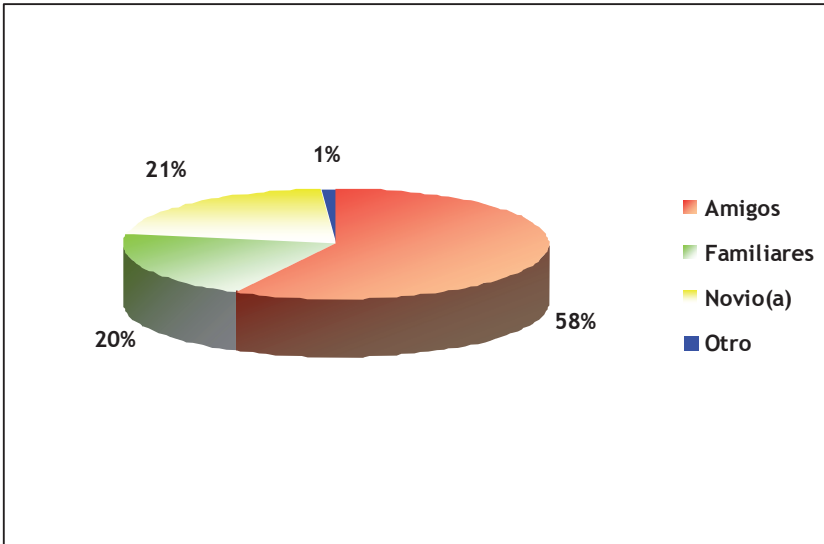


2. ¿A dónde sueles ir a divertirte?



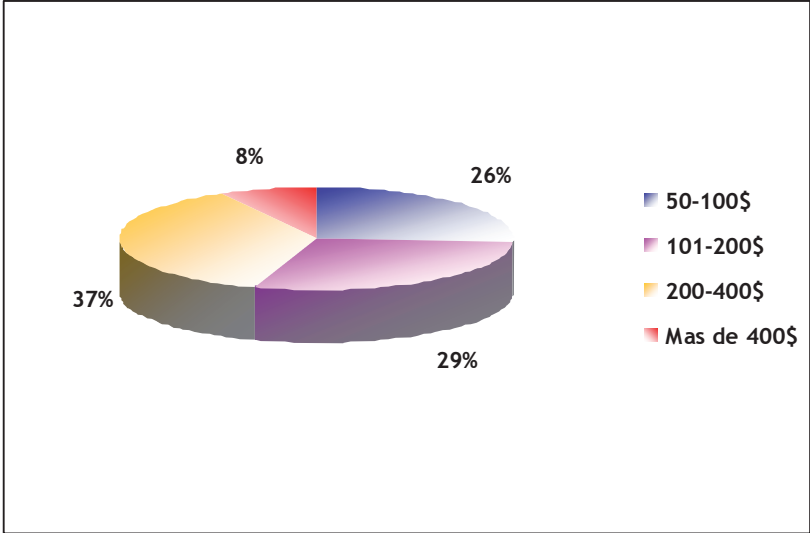
Los resultados arrojados en esta encuesta se puede notar la influencia publicitaria a la hora buscar una opción de esparcimiento ya que el cine salio por encima del promedio, debido a la mercadotecnia y monstruosa publicidad así como el ambiente desinhibido y espontáneo de un antro o bar.

3. ¿Con quién sales a divertirte?



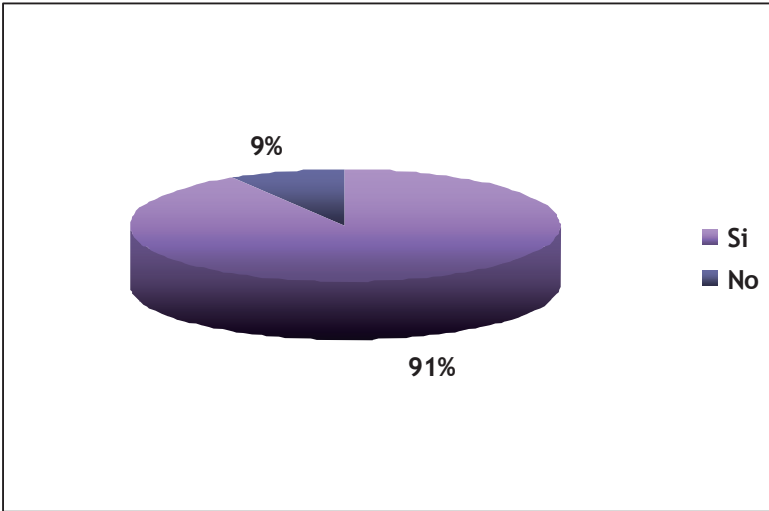
Las personas hoy en día reflejan mayores lazos con sus amigos que con sus familiares a la hora de la diversión ya que buscan una salida de plena camaradería y un ambiente de libertad.

4. ¿Cuánto sueles gastar cuando sales a divertirte?



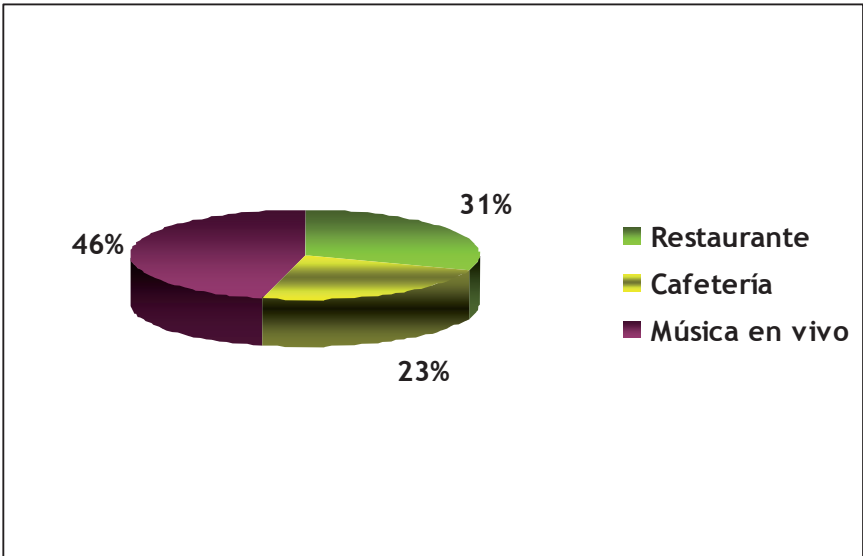
Algo muy importante que nos dimos cuenta al realizar esta encuesta observamos que las alternativas en esta ciudad no requieren una cantidad exuberante para poder pasar un rato ameno y es por eso que la opción de nuestra pista encaja en el parangón económico común.

5. Si existiera la opción de tener una pista de patinaje, ¿acudirías?



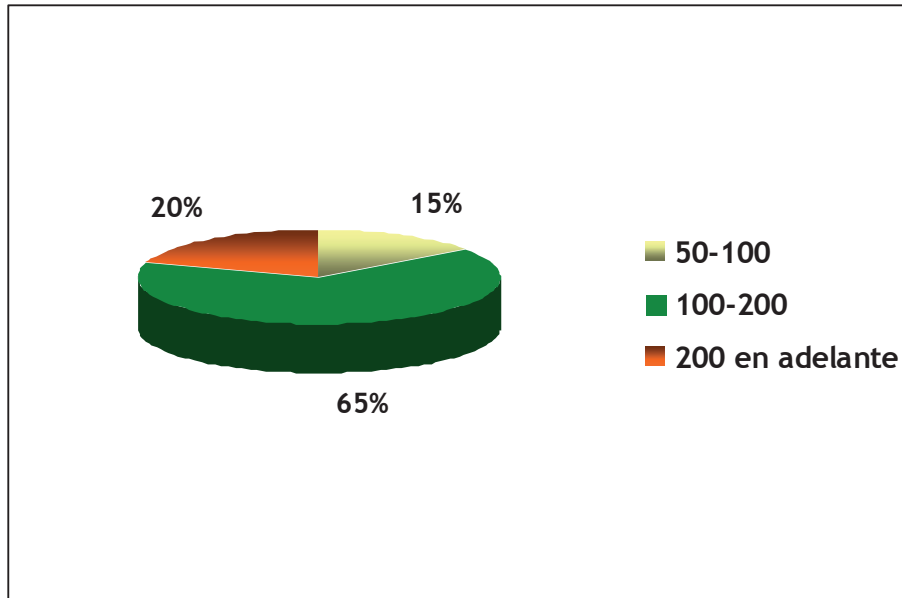
Esta pregunta es muy importante para nuestro proyecto, ya que va dirigido directamente al interés que tienen las personas en una alternativa nueva de diversión en este caso nuestra afamada pista de patinaje.

6. ¿Qué servicios te gustaría que hubiese en dicha pista?



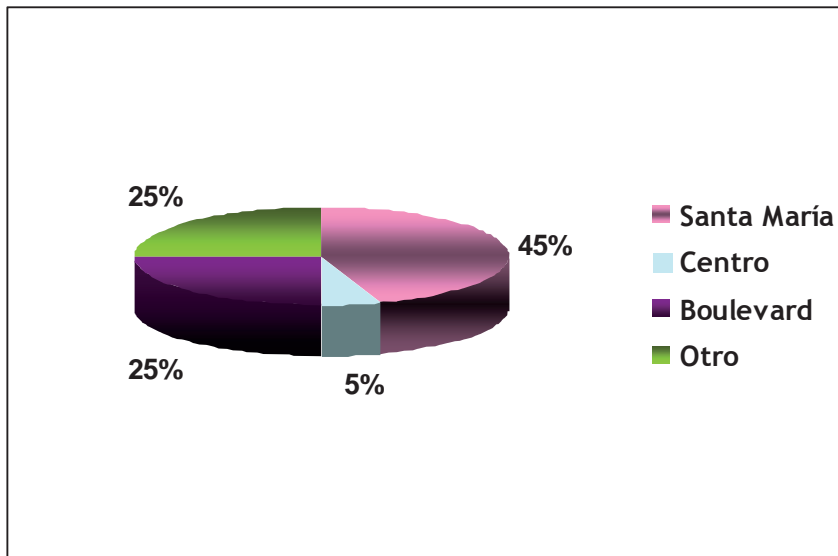
Debido a la equidad de las respuestas en esta pregunta se ve que es conveniente incorporar estos servicios dentro de nuestro establecimiento para dar mejor calidad de entretenimiento.

7. ¿Cuánto estarías dispuesto a gastar en una salida a la pista de patinaje?



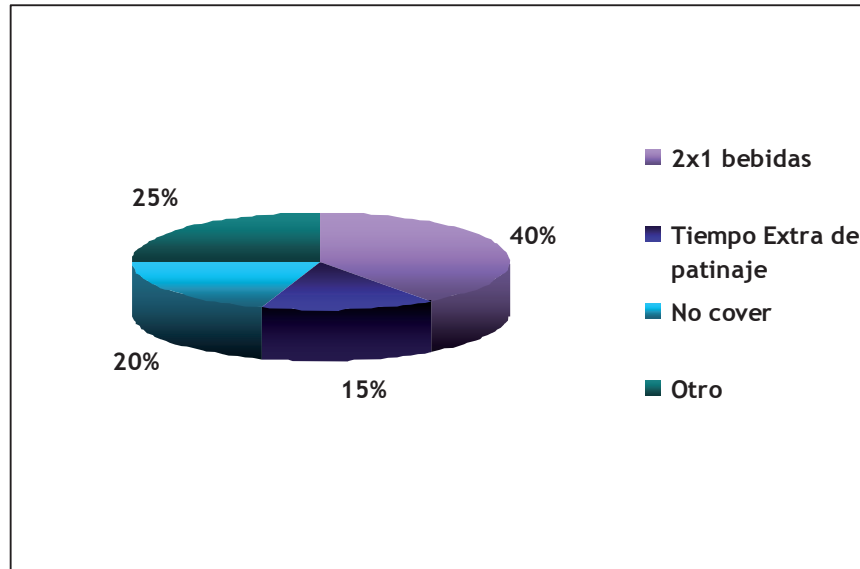
Tal como la pregunta 4 nos da un patrón para observar la cantidad de dinero que la gente esta dispuesta a gastarse en el servicio que nosotros brindaremos a nuestros consumidores.

8. ¿Dónde te gustaría que estuviese ubicada la pista de patinaje?



Esta pregunta nos responde nuestras dudas acerca de la mejor ubicación para este tipo de instalación ya que los consumidores buscan irremediamente un lugar céntrico y de fácil acceso.

9. ¿Qué promociones te gustaría ver dentro de la pista de patinaje?



Esta pregunta nos refleja que las posibilidades de promociones son muy socorridas por los consumidores ya que como bien conocemos una excelente campaña de mercadotecnia atraerá a cualquier tipo de personas para que conozcan nuestra excelente y divertida pista de patinaje.

3.6.1 DEMANDA HISTÓRICA Y ACTUAL

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Año	Ingreso por turismo	Número de turismo
2003	1'755'000,000	243,652
2004	1'790'100,000	248,625
2005	1'848'950,107	253,700

Fuente: Inegi 2006

Durante el 2003 la derrama económica que dejó el turismo en Morelia fue de mil 1'755, 000, 000 millones pesos, en el 2004 se tuvo un incremento del 2 por ciento en el número de visitantes, comparado con el mismo periodo del año pasado.

En el 2005 se tuvo una afluencia de 245 625 turistas, que se incrementó en un 5% en las vacaciones dando un total de 253 700 turistas.

DEMANDA ACTUAL

Actualmente, la pista tendrá una demanda potencial de 164 933 que son las personas de entre 10 y 30 años con ingresos superiores a 8 salarios mínimos, las cuales puedan sufragar los gastos de los servicios que la divertida pista otorga.

Entre este rango de personas se encuentran los resultados en base a las encuestas las cuales arroja que el 91 % les agradaría la idea ó acudirían a este novedoso servicio los cuales nos da un total de 150,090. Por lo tanto, sumando el 30% de turistas que en las visitas que realizan tienen la necesidad de visitar la pista serían 76 110 turistas, lo cual nos daría un resultado de 226 200 personas al año.¹⁸

Por consiguiente, la frecuencia de entretenimiento que nos dieron las encuestas, los 226 200 habitantes estarían expresados de la subsiguiente forma:

INTENCIÓN DE FRECUENCIA	PORCENTAJE SEGÚN ENCUESTA	PONDERACIÓN DE MERCADO
1-3 por semana	85%	192,270 personas
1 vez cada 15 días	9%	20,358 personas
1 vez al mes	5%	11,310 personas
Nunca	1%	2,262 personas

Elaboración propia.

3.6.2 PRONÓSTICO DE LA DEMANDA

Como bien sabemos es necesario aplicar la tasa de inflación de crecimiento anual de la población para determinar la demanda pronosticada.

Los datos del crecimiento que analizaremos serán de la ciudad de Morelia y son los siguientes:

Tasa de crecimiento. (censo Quinquenal)	AÑOS
3.20%	1.1990-1995
1.70%	2.1995-2000
1.73%	3.2000-2005
1.40%	4.2005-2010

Fuente: INEGI

¹⁸ Datos tomados de la página de la Secretaría de Turismo del estado

Con la tasa pronosticada del año 2005-2010, se aplica a la demanda actual anteriormente mencionada para obtener nuestra demanda pronosticada, que quedaría de la siguiente manera:


TASA DE CRECIMIENTO	PONDERACIÓN DE MERCADO	DEMANDA FUTURA PRONOSTICADA
1.40%	192,270 personas	194,962
1.40%	20,358 personas	20,643
1.40%	11,310 personas	11,468
1.40%	2262 personas	2,294
TOTAL		229,367 HABITANTES

Elaboración propia.

$$229,367(\text{habitantes}) * 100 (\text{gasto promedio de las personas}) = \$ 22'936,700$$

3.7 ANÁLISIS DE LA OFERTA

En la oferta actual de la ciudad de Morelia, en el área de entretenimiento, según las encuestas se destacan:

-  Cinépolis
-  Bol Morelia

3.7.1 OFERTA HISTÓRICA Y ACTUAL

Histórica

El Bol Morelia esta ubicado en la ciudad de Morelia y con domicilio en Boulevard García de León No. 490, colonia nueva Chapultepec sur, pertenece a un grupo de empresas, que por más de 30 años se han dedicado al servicio, en especial al área de gastronomía, entre ellas los Restaurantes el Cerro de la Silla (México, D.F.), Restaurante Rocco el Argentino (México, D.F.), Restaurante el Tirolo (Guadalajara, Jal.).

Cinépolis: Organización Ramírez lanzó en México, en 1994, a Cinépolis como marca, con su primer complejo cinematográfico de 10 salas en la ciudad de Tijuana.

Dos años después, Cinépolis introdujo el concepto de las salas tipo estadio en sus complejos Querétaro y Culiacán. Concepto que hoy en día es característico de todas sus salas.

La innovación ha sido pieza clave en el éxito de Cinépolis, tal como lo demuestra el hecho de haber sido la primera empresa exhibidora mexicana en contar con Macro pantallas de 22 metros de largo, Omnipantallas de 260 metros cuadrados.

Actual

Bol Morelia

Sigue ubicado en la misma dirección después de muchos años estando posicionado en la mente del consumidor en el Boulevard García de León No. 490, colonia nueva Chapultepec sur.

Cinepolis

Actualmente cuenta con tres sucursales en: Plaza Morelia, La Huerta y Centro.

Para determinar el pronóstico de la oferta se tomó en cuenta el ingreso de las empresas, donde se obtuvieron por medio de observación los siguientes datos Ingresos del Bol Morelia \$ 85,000 mensuales; afluencia mensual 945 personas

Ingresos de Cinepolis \$ 6´000,000 mensuales; afluencia mensual 66, 667

Oferta Actual: \$6´085,000

67,612 personas

Podemos decir, que nuestra oferta actual se encuentra representada en dinero por la aportación que hace, en este caso el Estado de Michoacán, al PIB dentro del sector servicios, que sería:

\$6 442 772 según el INEGI

Distribuidos en los porcentajes antes mencionados de los principales ofertantes.

3.7.2 PRONÓSTICO DE OFERTA

Mediante estos datos se determinó el porcentaje para obtener el mercado potencial, por medio de los datos de la Secretaría de Economía en el sector de Servicios.

Crecimiento PIB Servicios	%	PIB del sector en pesos
2004	2%	6,232,540
2005	2.30%	6,442,772
2006	2.90%	6,629,613
2007	3.20%	6,841,761
2008 Pronóstico	3.50%	7,081,223
2009 Pronóstico	3.90%	7,357,391
2010 Pronóstico	4.2%	7,666,401
2011 Pronóstico	4.67%	8,024,422

Fuente: Inegi

De acuerdo a la tabla anterior, podemos aplicar la tasa correspondiente al año por pronosticar la oferta al número de ofertantes que existen en la actualidad.

Entonces, tenemos una oferta pronosticada al quinto año de \$8, 024,422, que posteriormente se enfrentaran en el balance de oferta y demanda.

3.8 BALANCE OFERTA-DEMANDA

En pesos: \$ 22'936,700 - \$6'085,000= \$16'851,700

En personas: 226 200 - 67,612 – 2,262 = 156,326 personas

(Población que asistirá a la pista en el futuro – Población que asiste a otros lados – Población que nunca iría a la pista)

Donde 156,326 es nuestra demanda insatisfecha.

3.8.1 MERCADO POTENCIAL

El mercado potencial mediante el balance de la oferta y la demanda es de 156,326 personas.

3.9 COMERCIALIZACIÓN

3.9.1 ANÁLISIS DE PRECIOS

Al realizar el análisis actual e histórico llegamos a la conclusión de que los precios son accesibles para todo el público que busque un entretenimiento teniendo varias opciones. Patinar en el bosque cuando había una pequeña pista de tierra gratuita, mientras tanto en el Bol Morelia el precio era de 25\$ la hora de uso en la pista de patinaje.

Los precios manejados en la pista del Bol son de 50\$ la línea más gastos extras. En Cinepolis una promedio de gasto personal es de 75\$ mas gastos extras como puede ser un snack y en las cafeterías varia también del consumo y calidad del productos que demandas dando un promedio de 50\$.

3.9.2 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Sin canal de distribución: Es dueño de todo el canal. Productor-Consumidor Final.

Productor de servicios: Somos dueños de servicio total y tenedores de todo el canal de distribución.

Intensidad en la distribución exclusiva: Ya que es la única que se encuentra en la ciudad.

3.9.3 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Como medio de comercialización la empresa se promocionará por medio comerciales en televisión y radio en los medios de comunicación locales, y a la vez con anuncios espectaculares situados en distintos puntos estratégicos de esta bella ciudad de Morelia, con el fin de dar a conocer esta nueva alternativa de diversión y así asegurando que el mensaje llegue a los receptores deseados. Se manejarán volantes en hoteles y se les darán promociones para que sus clientes conozcan esta nueva opción.

3.9.4 IMAGEN CORPORATIVA



Los rasgos que se utilizaron dentro del logo de la empresa son sencillos, ya que la empresa quiere reflejar simplicidad pero sobre todo con buen estilo y frescura.

- ✚ El negro representa también autoridad, fortaleza, intransigencia. También se asocia al prestigio y la seriedad.
- ✚ El gris representa estabilidad y el uso inspira a la creatividad y simboliza el éxito.

3.9 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

Después de analizar los datos obtenidos en las encuestas y la oferta que actualmente existe en diversión se puede llegar a la conclusión de que:

El proyecto tiene gran viabilidad para convertirse en una alternativa de entretenimiento en la ciudad de Morelia, debido a que el ciudadano promedio tiene tendencias a salir de una a tres veces por semana a divertirse, y la falta de alternativas de entretenimiento es evidente.

Con la muestra que se tomó al seleccionar el mercado, ayudó a ver las necesidades de los ciudadanos y qué tanta aceptación tiene el proyecto y en base a esto se ve que es un proyecto muy factible para abrir un nuevo centro de entretenimiento que ofrezca nuevas alternativas para la diversión.

Los competidores directos de la Pista de Patinaje son el Bol Morelia y Cinopolis, ambos tienen un buen posicionamiento del mercado y una aceptación en el público, eso es lo que la Pista de Patinaje quiere lograr, estar posicionada en la mente de los consumidores, ofreciendo los servicios innovadores que darán resultado a este proyecto.

Analizando a los competidores de obtuvo el análisis de la oferta donde se pudo constatar el ingreso en pesos y el número de personas que recurren a estos lugares.

Se determinó la demanda potencial, a través del análisis de la oferta y la demanda, donde se hicieron investigaciones históricas y actuales de las dos empresas competidoras y con esto poder cuantificar los posibles ingresos de la empresa.

CAPITULO 4

ESTUDIO TÉCNICO

Para la realización del presente estudio, se realizó el análisis técnico y operativo del proyecto para cubrir los objetivos que son la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, la ingeniería del producto y el análisis administrativo.

La determinación del tamaño óptimo es fundamental, ya que el tamaño de un proyecto es su capacidad instalada y esta es expresada en unidades de producción o prestaciones de un servicio por año. El tamaño depende de la demanda que se calculó en el estudio de mercado, la intensidad en el uso de la mano de obra que se quiera adoptar y la cantidad de turnos de trabajos ya que no es lo mismo producir en un turno que producir en dos turnos.

De la determinación de la localización optima del proyecto, es necesario tomar en cuenta factores cuantitativos y cualitativos. Sobre la ingeniería del proyecto podemos decir que existen procesos productivos opcionales que los hay desde muy automatizados hasta manuales, pero esto dependerá de la disponibilidad de capital para el proyecto.

4.1 OBJETIVOS

Se pretende cuantificar los requerimientos técnicos, humanos y organizacionales para determinar la viabilidad técnica del mismo.

También en esta parte del estudio se determinará la capacidad, localización, personal, materiales y equipo necesario para la operación de la empresa, así como los trámites para su constitución legal.

Se verificará la posibilidad técnica de la prestación del servicio, y la posibilidad de abarcar una determinada parte de la demanda insatisfecha.

4.2 ESPECIFICACIONES Y CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

La pista de patinaje estará construida en una plataforma de concreto, con diversas rampas, y un área comercial y de servicios para la atención al público. La pista contará con una malla de seguridad para así darles a nuestros clientes un nivel de seguridad óptimo evitando accidentes que produzcan un daño físico. Todos nuestros demás servicios contarán con una calidad excepcional que

nos distinguirá, con el objetivo de lograr diferenciar este servicio de las demás diversiones que la población en Morelia, puede acceder.

Se dará el servicio de patinaje, con o sin instructor el cual tendrá un costo de \$40.00 pesos, asimismo se organizarán torneos y competencias. Las principales características del servicio de la Pista de patinaje son las siguientes:

Pista de Patinaje: La pista de patinaje será de ovalada para su mayor aprovechamiento y sobre todo para tener una mayor seguridad para las personas principiantes que accedan a ella. El diseño esta manejado con altas normas de seguridad y sobre todo un fácil uso de ella.

Contará en algunas partes con rampas para las personas mas avanzadas y sobre todo esta pista tendrá excelentes medidas de seguridad. Será una pista con las siguientes características:

- 🚧 De concreto
- 🚧 Acceso a patinetas, bicicletas y patines
- 🚧 Seguridad
- 🚧 Tubos metálicos

El costo del uso de la pista de patinar, será variado dependiendo del servicio que se requiera y el claro ejemplo es el de un instructor personal que vaya enseñando técnicas para mejorar su patinaje y sobre todo un buen asesoramiento de cómo usar los patines. En promedio se espera mensualmente una demanda de 12,508 personas, con el costo del servicio que será de \$40.00

En el área de Restaurante y cafetería, se rentará un lugar para cada espacio a modo de concesiones, para así tener un ingreso por medio de rentas de los lugares.

- 🚧 Restaurante y cafetería: Será estilo SNACK ofreciendo en el menú una amplia gama de comida rápida y bocadillos así como refrescantes bebidas y diferentes variedades de café con un precio accesible y sobre todo un sabor inigualable.
- 🚧 Música en vivo: Está será una gran variante innovadora dentro del rubro, ya que durante las actividades de la pista se podrá amenizar con piezas musicales de excelente gusto.

La empresa se hará cargo de la prestación del servicio de patinaje y administración, y se concesionaria el restaurante, la cafetería y la música en vivo.

4.3 LOCALIZACIÓN

La localización se divide en dos partes, la macro y el micro localización, al hacerlo, en la macro localización se determina a la ubicación geográfica y características de la región donde se pretende instalar a empresa. En nuestro caso la macro localización será en la ciudad de Morelia Michoacán. Dentro de esta misma parte se hace la micro localización, en donde se determina el lugar físico que la empresa operará indicando a su vez calles y dirección.

4.3.1 MACRO LOCALIZACIÓN

En la bella ciudad de Morelia después de haber hecho el estudio de mercado los resultados que nos arrojan es que el 92% de la población destina su tiempo libre a divertirse ya que en esta ciudad no hay varias opciones de esparcimiento y es donde entramos nosotros con una nueva idea la cual es la pista de patinaje.

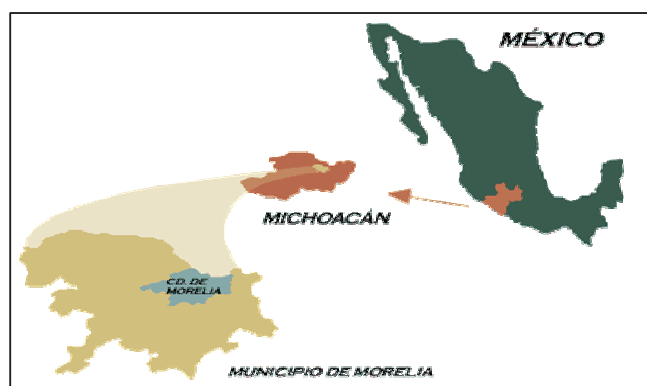


Imagen: Inegi

ASPECTOS GEOGRÁFICO-REGIONALES

❖ Nombre de la localidad

El nombre de la localidad donde se situará nuestra empresa es Morelia, Capital del Estado de Michoacán, situada a una altura de 1951 mts sobre el nivel del mar. Tiene una extensión territorial de 1,199 km² y representa el 2.03 por ciento de la superficie total del Estado

❖ Ubicación Geográfica

Se localiza en la zona centro-norte del Estado. Su cabecera es la capital del Estado de Michoacán. Se ubica en las coordenadas 19°42' de latitud norte y 101°11.4' de longitud oeste, a una altura de 1,951 metros sobre el nivel del mar. Limita al norte con Tarímbaro, Chucándiro y Huaniqueo;

al este con Charo y Tzitzio; al sur con Villa Madero y Acuitzio; y al oeste con Lagunillas, Coeneo, Tzintzuntzan y Quiroga. Su distancia a la capital de la República es de 315 Km.

La ubicación de la ciudad de Morelia es estratégica con respecto a los principales centros de población del País, ya que se encuentra a 315 Km. de la Ciudad de México y a 290 de la de Guadalajara. Se encuentra cercana también a las ciudades de bajío, del centro de la República, así como de las ubicadas en las costas michoacana y guerrerense.

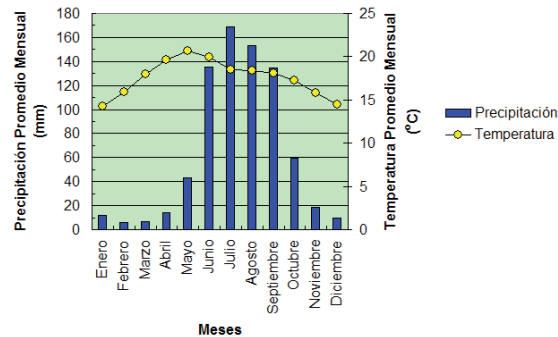
❖ Hidrografía

El municipio se ubica en la región hidrográfica número 12, conocida como Lerma-Santiago, particularmente en el Distrito de Riego Morelia-Queréndaro. Forma parte del lago de Cuitzeo. Sus principales ríos son el Grande y el Chiquito. Sus arroyos más conocidos son la Zarza y la Pitaya. Su presa más importante es la de Cointzio, aunque cuenta con otras menores como las de Umécuaro, Laja Caliente y La Mintzita. También son importantes sus manantiales de aguas termales que son aprovechados como balnearios, figurando Cointzio, El Ejido, El Edén y Las Garzas.

❖ Recursos con los que cuenta la Región

a) Clima

Predomina el clima del subtipo templado de humedad media, con régimen de lluvias en verano de 700 a 1,000 milímetros de precipitación anual y lluvias invernales máximas de 5 milímetros anuales promedio. La temperatura media anual es de 14° a 18° centígrados, aunque ha subido hasta 38° centígrados. Los vientos dominantes provienen del suroeste y del noroeste, con variables en julio, agosto y octubre, con intensidad de 2 a 14.5 Kms. por hora.



❖ Población total

Según el INEGI, la población total de Morelia es de 684 145 habitantes, sin embargo, la información manejada en las áreas del ayuntamiento es que el municipio tiene alrededor de 900,000 habitantes, distribuidos en la ciudad de Morelia, 14 Tenencias, 136 localidades y 20 caseríos, encontrándose además casas dispersas en el medio rural, en tanto que la jurisdicción sanitaria número 1, estima 717,000 habitantes, sin incluir la población que no tiene su domicilio oficial en Morelia, pero que si radica permanentemente en el municipio y que según información del propio INEGI asciende a más de 80,000 personas.

❖ **Tasa de crecimiento de la población**

La Tasa media de crecimiento anual 2000-2005 es de 1.73% en Morelia, Mich.

❖ **Infraestructura**

1) Educación

Para la educación básica existen planteles de enseñanza preescolar, primaria, secundaria y de bachillerato. Para la enseñanza técnica, se cuenta con diversos planteles: CECATI, CBTIS, Instituto Tecnológico Agropecuario, Academia de la Cámara de Comercio, entre otros. Para el nivel superior, se dispone de Normal Urbana Federal, Conservatorio de las Rosas, Instituto Tecnológico de Morelia, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (oficial), Universidad Vasco de Quiroga, Universidad La Salle, Universidad Latina de América, Universidad de Morelia, Instituto Michoacano de Ciencias de la Educación, Escuela Nacional de Educadoras, y otras. Entre las carreras profesionales que se ofrecen son: Ciencias de la Comunicación, Derecho, Historia, Filosofía, Administración de Empresas, Contabilidad, Negocios Internacionales, Informática, Historia del Arte, Biología, Medicina, Enfermería, Odontología, Veterinaria, Arquitectura, e Ingeniería Civil, entre otras. Adicionalmente, en Morelia se encuentran establecidas unidades del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, del Instituto Politécnico Nacional y de la Asociación Michoacana de Ex Alumnos de la Universidad Nacional Autónoma de México, que periódicamente ofrecen cursos y diplomados sobre diversas especialidades.

El 94.9% de la población en Morelia es alfabeto. En el estado de Michoacán, según datos del INEGI el 50.1% de los hombres y el 49.9% de mujeres asisten a preescolar, el 51.2% de los hombres y el 48.8% de mujeres asisten a la primaria, el 48.6% de los hombres y el 51.4% de mujeres asisten a educación secundaria, el 47.5% de los hombres y el 52.5% de las mujeres asisten a profesional técnico, el 45.9% de los hombres y el 54.1% de mujeres asisten a bachillerato, el 37.6% de los hombres y el 62.4% de mujeres estudian alguna licenciatura, el 49.1% de los hombres y el 50.9% de

mujeres acuden a alguna Licenciatura universitaria y tecnológica, y el 47.6% de los hombres y el 52.4% de mujeres cuentan con algún postgrado. Obviamente tomando en cuenta únicamente el municipio de Morelia, este porcentaje se incrementa considerablemente, puesto que la mayoría de los que cuentan con algún tipo de escolaridad media superior a superior estudian en la capital michoacana.

3) Comunicaciones y transportes

Por vía terrestre, la ciudad de Morelia se encuentra comunicada a través de la supercarretera a varias de las principales ciudades de los alrededores.

4) Carreteras

Los primeros pasos que se dieron con respecto a la red caminera en lo que iba a ser la entidad, datan de la época prehispánica, pues Michoacán constituía el territorio de paso entre las regiones situadas al centro y sur de las altas culturas mesoamericanas y las localizadas al occidente y noreste.

En su porción oriental penetran dos caminos importantes provenientes de la ciudad de México, el federal número 15 y el 120. El primero llega a Toluca y de ahí se adentra en territorio michoacano, en donde pasa por Zitácuaro y Ciudad Hidalgo y arriba a la capital estatal Morelia. El segundo entra al estado por Zinapécuaro, se dirige hacia el suroeste hasta converger con la No. 37 y en su recorrido une las poblaciones de Morelia, Pátzcuaro, Villa Escalante, Ario de Rosales y La Huacana.

El eje No. 37 recorre a la entidad de norte a sur y atraviesa las dos grandes provincias fisiográficas que la conforman -Eje Neo volcánico y Sierra Madre del Sur-. Toca ciudades asentadas en las mismas, como La Piedad Cabadas, Purépero, Uruapan, Nueva Italia, Arteaga y Playa Azul.

El estado tiene a su favor su infraestructura carretera, compuesta por más de 8,694 kilómetros, y la que representa la existencia del Puerto Lázaro Cárdenas, con las mejores características para la recepción de barcos de gran calado (ya que es el de mayor profundidad en el Pacífico Mexicano).

6) Aeropuertos

La navegación aérea tiene gran importancia en el estado, ya que muchas localidades no poseen vías de comunicación terrestre, debido a lo accidentado de su territorio. Hay aeropuertos en Morelia, Lázaro Cárdenas y Uruapan.

7) Servicios públicos

Alumbrado Público 88%.

Recolección de Basura 75%.

Mercado 6 mercados.

Rastro 100%.

Panteón 90%.

Seguridad Pública 100%.

Parques y Jardines 900,000 mts2 de áreas verdes.

Según la información publicada por el INEGI del 2005, los indicadores de cobertura de los servicios, nos indican que de las 154 334 viviendas habitadas, tienen energía eléctrica, agua potable y drenaje el 98.5, 95.1 y 94.4, por lo se consideran altos con respecto al resto del estado, pero conviene aclarar que en el medio rural y en las áreas suburbanas de la ciudad de Morelia, las carencias y rezagos se concentran.

4.3.2 MICRO LOCALIZACIÓN

La micro localización es el estudio detallado de la región específica donde se ubicara cualquier tipo de negocio. Una vez que se determina la macro localización se debe determinar la micro localización donde se vaya a ubicar la empresa. Para su ubicación fue necesario tomar en cuenta algunos factores para la decisión, tales como la accesibilidad del lugar, comunicación, oferta del servicio, etc.

De acuerdo a las encuestas se tomaron dos opciones para la micro localización, donde se hicieron en lugares céntricos y donde hay una disponibilidad para establecer el proyecto, la respuesta que tuvo más aceptación por las personas encuestadas fue que estuviera ubicada en el Boulevard García de León, seguida de Santa María, y la que tuvo el tercer lugar fueron distintas opiniones de las personas que no se pudieron concretar en una sola.

Opción A



- ✚ Boulevard García de León.- La pista de patinaje Skate Park se encontrara ubicada en la calle Casa Mata entre el Boulevard García de León y Artilleros del 47.

Opción B



- ✚ Santa María.- La pista de patinaje Skate Park se encontrara ubicada en la calle J.J Tablada rumbo a Jesús del monte entre las escuelas Thomas Jefferson y el Tecnológico de Monterrey.



Imagen: Google: <http://www.astrosmo.unam.mx/~j.lugo/morelia/moreliamapa2.jpg>

CRITERIOS PARA EVALUAR LA LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

CRITERIO	%	A		B	
		CALIF	VALOR	CALIF	VALOR
Costo del terreno	0.35	7	2.45	10	3.5
Facilidad de construcción	0.2	9	1.8	6	1.2
Problemas con la comunidad	0.1	5	0.5	4	0.4
Facilidad de las vías de acceso	0.1	5	0.5	10	1.0
Accesibilidad de suministros	0.15	7	1.05	10	1.5
Opinión de la muestra	0.1	8	0.8	8	0.8
Total		41	7.1	48	8.4

De estos datos se determinó evaluar estas dos posibilidades bajo los siguientes criterios:

Calificación en base del 1 al 10.- Por lo tanto se decidió que a pista estuviera ubicada en la calle J.J Tablada rumbo a Jesús del monte entre las escuelas Thomas Jefferson y el Tecnológico de Monterrey.

4.3.3 CROQUIS DE DISTRIBUCIÓN



Elaboración propia.

Descripción de la distribución

En la entrada de Skate Park además del acceso, hacia la parte izquierda estará el área de caja donde se realizará el cobro y registro de los clientes; mientras que en la parte derecha se encontrará el área de renta del equipo para aquellos que deseen utilizarlo.

Por los costados de la pista se encontrarán los espacios disponibles para rentar a concesión el Restaurante, Bar y Cafetería, donde se ofrecerán una variedad de productos para que en la estancia del consumidor, pueda tener diferentes posibilidades de disfrutar el momento en la Pista de Patinaje Skate Park.

En la parte del fondo de Skate Park, se encontrará el escenario de música en vivo que será usado en las ocasiones donde se presenten artistas en vivo, locales y nacionales.

4.4 CAPACIDAD O TAMAÑO DE LA EMPRESA

De acuerdo a la afluencia ponderada de la demanda de la muestra se determinó que se tendrá la capacidad de atender a 400 personas diarias con una capacidad instalada de 75%, tomadas en base a las personas que frecuentan el Bol Morelia y cinépolis diariamente, lo que nos da un total de 11,200 personas mensuales, correspondientes a un 5% aprox. de nuestro mercado potencial de 226,200 personas.

Se atenderá a un 5% de la demanda insatisfecha existente en Morelia, laborando con una capacidad instalada de 75%, lo que nos deja \$490,000 semanales.

4.5 PROCESO PRODUCTIVO DEL SERVICIO

El flujo del proceso es el siguiente.

- ✚ El cliente llega al acceso de la pista de patinaje, donde podrá acudir a cualquiera de los servicios que desee, ya sea el restaurante, café o ir directamente a la pista.
- ✚ Para ingresar a la pista de patinaje, deberá ir al área de registro, para obtener un ticket que avale su estancia en la pista, donde el personal lo atenderán con cordialidad, se les informará de las promociones que estén vigentes dentro de la pista.

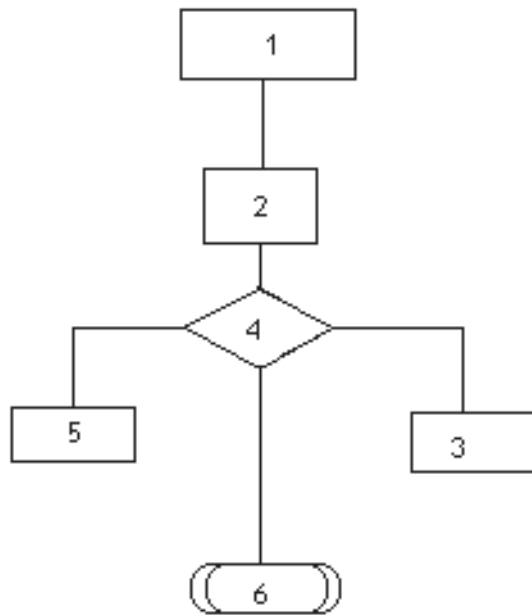
✚ Después de estar registrado podrá tener acceso a la pista de patinaje. Durante la estancia del cliente contará con la supervisión de los encargados de seguridad para dar auxilio en caso de que se presente alguna irregularidad.

👤 Si el cliente decide ir a otra de las opciones de nuestros servicios dependerá del consumo del cliente y su cuenta se le cobrará en el área donde decida ir a consumir.

Diagrama del Flujo de Proceso de la Pista de Patinaje

Actividades:

1. Acceso y serán atendidos cordialmente
2. Registro del cliente y cobro de cuota de acceso a la pista
3. Restaurante, Bar, Cafetería, Música en vivo
4. Pista de Patinaje
5. Vigilancia
6. Salida



4.6 OBRA CIVIL Y ACONDICIONAMIENTO

La obra civil debe estar ubicada en una zona amplia ya que es recomendado para el correcto esparcimiento en las instalaciones.

Para llevar a cabo esta obra, se consultó al Ing. José de Jesús Aldana Ramos, donde en su análisis proyectó que se necesitarán aproximadamente una superficie de 1600 metros cuadrados 40x40 con un costo de producción estimado de **\$5 000 000**. (Que integra la obra hidráulica, eléctrica)

Además la obra civil comprende otros elementos que incluye; una pista de concreto a desnivel, media tubería y rieles de metal de 5 y 10 metros de largo. Zona de Restaurante, cafetería, además de un escenario de música en vivo.

Por otra parte se harán las instalaciones necesarias como el alumbrado de luz, agua, aplanamiento del terreno y el diseño de la imagen de Skate Park. También los materiales precisos para lograr una perfecta cimentación para que con esto se les brinden una mayor seguridad a los usuarios de la pista.

4.6.1 MAQUINARIA Y EQUIPO

En el proyecto de la pista Skate Park se concentrarán una maquinaria y equipo de la siguiente manera:

EQUIPO			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	IMPORTE UNIT.	TOTAL
40	20 PATINES y 20 PATINETAS	180.00	7,200.00
1	CAJA REGISTRADORA	1,500.00	1,500.00
4	EQUIPOS DE HERRAMIENTA Y MANTENIMIENTO	750.00	3,000.00
40	CASCOS Y PROTECCIONES CORPORALES	200.00	8,000.00
10	BOTIQUINES	200.00	2,000.00
5	EXTINTORES DE FUEGO	200.00	1,000.00
1	EQUIPO DE ILUMINACIÓN	5,000.00	5,000.00
20	LOCKERS	200.00	4,000.00
TOTAL			\$31,700.00

Elaboración propia.

MOBILIARIO DE OFICINA			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	IMPORTE UNIT.	TOTAL
2	ESCRITORIOS	1,000.00	2,000.00
7	SILLAS	100.00	700.00
TOTAL			\$2,700.00

Elaboración propia.

EQUIPO DE OFICINA			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	IMPORTE UNIT.	TOTAL
2	COMPUTADORAS	6,000.00	12,000.00
TOTAL			\$12,000.00

Elaboración propia.

EQUIPO	31,700.00
MOBILIARIO DE OF.	2,700.00
EQUIPO DE OFICINA	12,000.00
TOTAL	\$46,400.00

4.6.2 MATERIALES, INSUMOS Y SERVICIOS

Los materiales e insumos mencionados a continuación se clasificarán en directos e indirectos según corresponda, se presenta un listado de todos ellos para conocer lo que se requiere de forma vital para iniciar con la prestación de servicio, ya que sin ellos el servicio, simplemente no podría ser realizado o bien existiría un servicio incompleto que solo daría como resultado clientes insatisfechos.

Material directo

- ✚ Material de Mantenimiento y limpieza de la pista y maquinaria
- ✚ Lijas, ruedas y refacciones para maquinaria
- ✚ Kit de Mantenimiento y limpieza a cascos, rodilleras y coderas
- ✚ Aceite lubricante para patines y patinetas

TOTAL= \$4,400.00

Material Indirecto

- ✚ Material de limpieza Sanitarios.
- ✚ Papelería
- ✚ Señalamientos y letreros

Servicios

ENERGÍA ELÉCTRICA	1,500
AGUA	1,000
TELÉFONO	700
INTERNET	300

4.6.3 MANO DE OBRA

En la mano de obra se especifica el personal que estará laborando para la empresa, con sus respectivos objetivos, funciones y características de cada puesto. Asimismo, se presenta la plantilla del personal requerido:

Número	Clave del puesto	Nombre del puesto	Sueldo
1	PPG01	Gerente Administrativo	10,000
1	PPG03	Gerente de servicios al cliente	10,000
1	PPG03	Contador(honorarios)	1,000
3	CCP01	Instructor de Patinaje	4,000
1	CCP02	Cajera	3,000
3	CCA01	Limpieza	2,000
3	CCA02	Seguridad	2,000
TOTAL			\$32,000

Elaboración propia.

Enseguida se mencionan los puestos principales de la empresa:

a) PUESTO: GERENTE ADMINISTRATIVO

OBJETIVO DEL PUESTO: Brindar una actitud de servicio a sus subordinados, un eficaz liderazgo que guíe a los miembros de la empresa a objetivos comunes, además de orientar para la toma de las decisiones referentes a conflictos actuales y futuro a corto plazo. Proporcionar a la organización fuerza la laboral eficiente para alcanzar los objetivos organizacionales, y aconsejar adecuadamente a otros departamentos.

FUNCIONES DEL PUESTO:

- Analizar y aprobar supuestos presupuestos sobre alguna innovación mejora dentro de la organización.
- Realizar las juntas extraordinarias del consejo de Administración.
- Estar presente en las instalaciones de la empresa para solucionar cualquier tipo de percances y controversias dentro de la operación de las actividades.
- Vigilar y controlar las áreas de actividad de las instalaciones para su eficaz funcionamiento.
- Solicitar las reuniones que sean requeridas con los consultores
- Dirigir a la fuerza de realización del servicio de la empresa.

- Planear los recursos humanos asegurando una colocación adecuada a los tipos y cantidades correctas.

- ✚ Observar y administrar personal idóneo a todos los departamentos de la organización en forma eficiente.
- ✚ Efectuar una adecuada contratación e inducción del nuevo personal a fin de llevar un comienzo productivo.
- ✚ Fijar un sistema de remuneración justa para lograr niveles de desempeño deseado.
- ✚ Ejecutar programas permanentes de capacitación y desarrollo de personal que eleve su capacitación operativa.

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS

- ✚ EXPERIENCIA: 1 año
- ✚ EDUCACIÓN: Licenciado en Administración de Empresas
- ✚ MANEJO DE EQUIPOS DE OFICINA: Excel, Word, NOI

b) PUESTO: GERENTE DE SERVICIOS AL CLIENTE

OBJETIVO DEL PUESTO: Supervisar correctamente al personal de la empresa, atender las necesidades y quejas del cliente, así como llevar el óptimo manejo de la mercadotecnia de la empresa.

FUNCIONES DEL PUESTO:

- ✚ Supervisar todos los trabajos del personal de la empresa
- ✚ Responsabilizarse de la mercadotecnia de la empresa
- ✚ Ejecutar programas permanentes de capacitación y desarrollo de personal que eleve su capacitación operativa.

CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO

- ✚ EDUCACIÓN: LAE o Lic. En Mercadotecnia
- ✚ EXPERIENCIA: 1 año
- ✚ MANEJO DE EQUIPOS DE OFICINA: Microsoft Office

c) PUESTO: CONTADOR PÚBLICO (POR HONORARIOS)

OBJETIVO DEL PUESTO: El principal objetivo del Contador Público, es efectuar controles de cuentas, según las necesidades de la empresa y de presentar propuestas y soluciones. Prestar asesoría contable financiera y firmar los estados financieros de la empresa.

FUNCIONES DEL PUESTO

- ✚ Las aperturas de los libros de contabilidad.
- ✚ Establecimiento de sistema de contabilidad.
- ✚ Estudios de estados financieros y sus análisis.
- ✚ Certificación de planillas para pago de impuestos.
- ✚ Aplicación de beneficios y reportes de dividendos.
- ✚ La elaboración de reportes financieros para la toma de decisiones.

CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO

- ✚ EDUCACIÓN: Contador público
- ✚ EXPERIENCIA: 1 AÑO EN PUESTO SIMILAR
- ✚ MANEJO DE EQUIPOS DE OFICINA: EXCEL, WORD, Inventarios, etc.

d) PERSONAL

INSTRUCTOR

El instructor tendrá actividades relacionadas con la instrucción, enseñanza y guía de los patinadores inexpertos.

CAJERA

La cajera cobrará y expedirá los tickets de entrada a la pista.

PERSONAL DE LIMPIEZA

Se encargará de tener en adecuada higiene y limpieza las instalaciones de la empresa.

PERSONAL DE SEGURIDAD

Se encargará de proveer de seguridad y protección a los usuarios sobre cualquier percance.

4.7 ORGANIZACIÓN

4.7.1 LEGAL

La pista de patinaje tendrá como objetivo principal ofrecer el servicio de una nueva opción de entretenimiento donde se podrá patinar, comer, escuchar música en vivo, y se constituirá bajo el régimen de una sociedad anónima de capital variable, la cual nos permitirá tener una adaptabilidad al entorno económico del país.

A continuación se enlistaran las disposiciones legales para constituirnos como una empresa y tener toda la organización e instalaciones óptimas para brindar el servicio.

- ✚ Escritura publica, acta constitutiva ante notario publico, como una sociedad anónima de capital variable
- ✚ Obtención del RFC mediante el registro como contribuyentes antes SHCP
- ✚ Solicitar los permisos pertinentes para la apertura del establecimiento al H. Ayuntamiento del municipio de Morelia.
- ✚ Solicitar la supervisión ante la Secretaría de Protección Civil sobre la correcta ubicación de las rutas de evacuación y todos los señalamientos de seguridad.

A continuación se mostrara un listado de los impuestos básicos que deberá cumplir la futura empresa:

- ✚ ISR
- ✚ IVA
- ✚ PTU
- ✚ Retenciones.

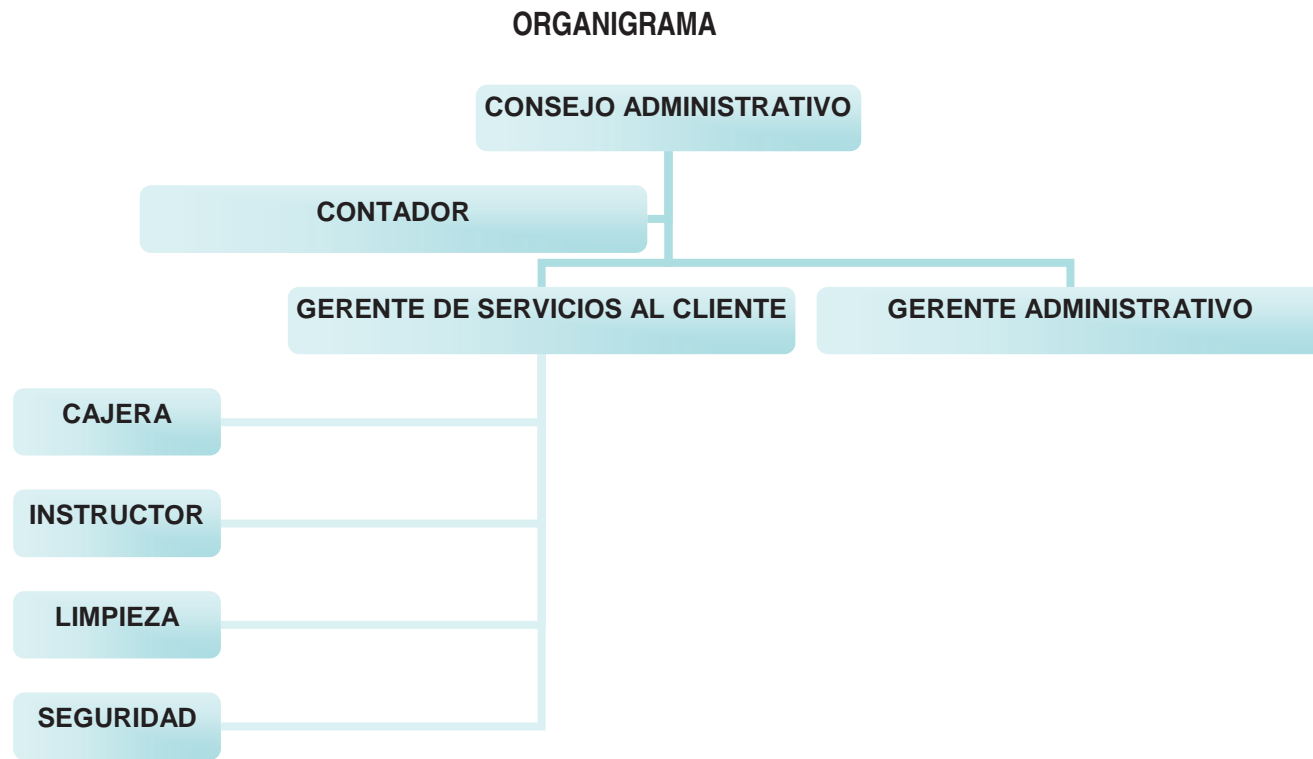
Para darse de alta en el SAT es gratuito para cualquier empresa, los trámites son rápidos y sencillos. La tasa de impuesto que se debe pagar de acuerdo en lo dispuesto a la LISR es del 28%.

Para los gastos notariales en total son \$ 4,000, en la notaria No. 93 donde se tiene que llevar la siguiente documentación:

- ✚ Nombre de los socios o inversionistas de la empresa con copia de sus identificaciones.
- ✚ Tres nombres a propuesta para la empresa

4.7.2

OPERATIVA



4.8 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico, es una herramienta esencial para tener las bases de cómo se realizará la parte técnica de un proyecto, determinando la ubicación de la pista, donde después de un análisis de criterios de la ubicación se ubicará en el Boulevard García de León.

Se estableció que es viable el proceso operativo que se propone y que se llevará a cabo con el personal propuesto, quiénes serán una parte esencial para el desarrollo del proyecto.

Con todo esto, se describe cuánto costará todo el proyecto, haciendo aproximaciones en cuanto al precio, y a los insumos y materiales que se ocuparán, en el lugar determinado donde se establecerá la pista.

De acuerdo a la investigación efectuada y al análisis del estudio técnico podemos considerar que el proyecto en su análisis técnico, es una idea factible, ya que se cuenta con todos los recursos materiales, humanos y técnicos para llevarlo a la realidad, sólo depende del esfuerzo humano y financiero para que se logre.

CAPITULO 5 ESTUDIO ECONÓMICO

5.1. OBJETIVOS

Analizar la viabilidad financiera del proyecto. Se sistematiza la información monetaria de los estudios precedentes y se analiza su financiamiento con lo cual se está en condiciones de efectuar su evaluación.

Identificar y aplicar las diversas herramientas financieras utilizadas para la selección de proyectos de inversión rentables.

Comprender y proyectar el futuro financiero de un proyecto de inversión, mediante la elaboración de Estados Pro forma.

5.2. INVERSIONES

5.2.1. INVERSIONES FIJAS

Nuestra inversión fija comprende un terreno y su obra civil donde se harán todas las operaciones de la empresa, asimismo se tendrá equipo de cómputo y equipo necesario para la empresa. Se tomará en cuenta un 1% para hacer frente a imprevistos que puedan ocurrir durante el tiempo en que se llevará a cabo este proyecto.

INVERSIÓN FIJA	
Terreno	2,000,000.00
Obra civil	5,000,000.00
Equipo	31,700.00
Cómputo	12,000.00
Mobiliario de oficina	2,700.00
	7,046,400.00
Imprevistos (1%)	126,390.00
TOTAL	\$ 7,172,790.00

5.2.2. INVERSIONES DIFERIDAS

Nuestros activos intangibles serán los gastos de constitución que están integrados también por trámites y permisos para la elaboración del proyecto.

INVERSIÓN DIFERIDA	
Gastos de constitución	4,000.00
TOTAL	\$ 4,000.00

5.2.3. INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo para que la empresa empiece a trabajar es el siguiente:

CAPITAL DE TRABAJO		
	Mensual	Anual
Material directo	4,400.00	52,800.00
Sueldos	32,000.00	384,000.00
Energía eléctrica	1,500.00	18,000.00
Agua	1,000.00	12,000.00
Teléfono	700.00	8,400.00
Internet	300.00	3,600.00
Material de limp	3,000.00	36,000.00
Papelería	100.00	1,200.00
Publicidad	2,000.00	24,000.00
	45,000.00	540,000.00
Imprevistos (1%)		
TOTAL	\$ 45,000.00	\$ 540,000.00

Igualmente como la inversión fija se tiene un 1% para imprevistos dándonos \$540,000 anuales.

En resumen se tienen las siguientes inversiones mensual y anual.

RESUMEN DE LAS INVERSIONES (MENSUAL)	
INVERSIÓN FIJA	7,172,790.00
INVERSIÓN DIFERIDA	4,000.00
CAPITAL DE TRABAJO	45,000.00
TOTAL DE LA INVERS	\$ 7,221,790.00

El proyecto se echará a andar con una inversión inicial de \$7'221,790 pesos, de los cuales \$3'000,000 serán financiados con un financiamiento refaccionario a 5 años (vida del proyecto).

RESUMEN DE LAS INVERSIONES (ANUAL)	
INVERSIÓN FIJA	7,172,790.00
INVERSIÓN DIFERIDA	4,000.00
CAPITAL DE TRABAJO	540,000.00
TOTAL DE LA INVERS	\$ 7,716,790.00

El periodo de estudio es a 5 años.

5.3. FINANCIAMIENTO

ESTRUCTURA FINANCIERA

La estructura financiera de la empresa se encuentra conformada por la aportación de los socios y por financiamientos externos (Apoyos gubernamentales, instituciones bancarias).

ESTRUCTURA DE CAPITAL	
FINANCIAMIENTO INTERNO	
CAPITAL SOCIAL	4,221,790.00
# DE ACCIONES COMUNES (VALOR NOMINAL DE \$100)	42,218
FINANCIAMIENTO EXTERNO	
CRÉDITO REFACCIONARIO	3,000,000.00
PLAZO	5 AÑOS
TASA DE INTERÉS	20%

FINANCIAMIENTO

Deuda	3,000,000
Tasa de interés	20%

Año	Deuda	Interés (20%)	Pago	Amortización de K
1	3,000,000	600,000.00	1,003,139	\$ 403,139
2	2,596,861	519,372.18	1,003,139	\$ 483,767
3	2,113,094	422,618.79	1,003,139	\$ 580,520
4	1,532,574	306,514.73	1,003,139	\$ 696,624
5	835,949	167,189.85	1,003,139	\$ 835,949

5.4. PRESUPUESTO DE INGRESOS

Para la realización del presupuesto se tomaron en cuenta 11,200 unidades mensuales (personas que visitarán la pista, que representan el total de la cantidad de capacidad de personas de la pista Skate Park) que realizarán un gasto de \$50 pesos en la pista de patinaje.

En la siguiente tabla se puede observar los ingresos que se presentan por ventas y concesiones.

PRESUPUESTO DE INGRESOS								
Año	UNIDADES MENSUALES	UNIDADES ANUALES	PRECIO DE VENTA	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL	ING X CONCESIONES MEN	ING X CONCESIONES ANUAL	INGRESO ANUAL
1	11,200	134,400	50.00	560,000.00	6,720,000.00	60,000.00	720,000.00	7,440,000.00
2	11,200	134,400	50.00	560,000.00	6,720,000.00	60,000.00	720,000.00	7,440,000.00
3	11,200	134,400	50.00	560,000.00	6,720,000.00	60,000.00	720,000.00	7,440,000.00
4	11,200	134,400	50.00	560,000.00	6,720,000.00	60,000.00	720,000.00	7,440,000.00
5	11,200	134,400	50.00	560,000.00	6,720,000.00	60,000.00	720,000.00	7,440,000.00

5.5. PRESUPUESTO DE EGRESOS

Dentro de la siguiente tabla se puede observar la clasificación de los costos y gastos en los que se incurre en este proyecto.

PRESUPUESTO DE EGRESOS					
Año	UNIDADES MENSUALES	UNIDADES ANUALES	COSTO DEL PRODUCTO	EGRESO MENSUAL	EGRESO ANUAL
1	11,200	134,400	1.10	12,320.00	147,840.00
2	11,200	134,400	1.10	12,320.00	147,840.00
3	11,200	134,400	1.10	12,320.00	147,840.00
4	11,200	134,400	1.10	12,320.00	147,840.00
5	11,200	134,400	1.10	12,320.00	147,840.00

5.5.1. DEPRECIACIONES

Con excepción de los terrenos, la mayoría de los activos tienen una vida útil limitada ya sea por el desgaste resultante del uso, el deterioro físico causado por diferentes circunstancias, etc. La disminución de su valor, causada por los factores antes mencionados, se carga a un gasto llamado depreciación. Esta indica el monto del costo o gasto, que corresponde a cada periodo fiscal. Se han desarrollado varios métodos para estimar el gasto por depreciación de los activos fijos tangibles. Los cuatro métodos de depreciación más utilizados son:

- ✚ Línea recta: igual todos los años de vida útil
- ✚ Unidades producidas: de acuerdo a la producción
- ✚ Suma de los dígitos de los años: mayor los primeros años
- ✚ Doble saldo decreciente: mayor los primeros años

En este proyecto se utilizará el **método de línea recta**, que es aquél donde el activo se desgasta por igual durante cada periodo contable. El método de la línea recta se basa en el número de años de vida útil del activo.

DEPRECIACIONES					
CONCEPTO	VALOR ACTUAL	PERIODO DE DEPRECIACIÓN (AÑOS)	VALOR DE RESCATE	VALOR RESCATE EN PESOS	
<i>Obra civil</i>	5,000,000.00	20	20%	1,000,000.00	
<i>Equipo</i>	31,700.00	3	10%	3,170.00	
<i>Equipo de computo</i>	12,000.00	4	30%	3,600.00	
<i>Mobiliario de oficina</i>	2,700.00	10	0%	0	

Dep en línea recta
 200,000.00
 9,510.00
 2,100.00
 243.00

OBRA CIVIL

AÑO	FACTOR DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACION	VALOR EN LIBROS
0	-	-	5,000,000.00
1	0.077319	386,595.83	4,613,404.18
2	0.077319	356,704.56	4,256,699.62
3	0.077319	329,124.46	3,927,575.16
4	0.077319	303,676.83	3,623,898.32
5	0.077319	280,196.79	3,343,701.53
6	0.077319	258,532.21	3,085,169.32
7	0.077319	238,542.72	2,846,626.61
8	0.077319	220,098.79	2,626,527.81
9	0.077319	203,080.94	2,423,446.88
10	0.077319	187,378.89	2,236,067.99
11	0.077319	172,890.91	2,063,177.08
12	0.077319	159,523.13	1,903,653.95
13	0.077319	147,188.93	1,756,465.02
14	0.077319	135,808.41	1,620,656.61
15	0.077319	125,307.82	1,495,348.79
16	0.077319	115,619.12	1,379,729.67
17	0.077319	106,679.55	1,273,050.13
18	0.077319	98,431.17	1,174,618.95
19	0.077319	90,820.56	1,083,798.40
20	0.077319	83,798.39	1,000,000.01

EQUIPO DE COMPUTO

AÑO	FACTOR DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN	VALOR EN LIBROS
0	-	-	31,700.00
1	0.535841	16,986.16	14,713.84
2	0.535841	7,884.28	6,829.56
3	0.535841	3,659.56	3,170.00

EQUIPO DE TRANSPORTE

AÑO	FACTOR DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN	VALOR EN LIBROS
0	-	-	12,000.00
1	0.259917	3,119.00	8,881.00
2	0.259917	2,308.32	6,572.67
3	0.259917	1,708.35	4,864.32
4	0.259917	1,264.32	3,600.00

MOBILIARIO DE OFICINA

AÑO	FACTOR DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN	VALOR EN LIBROS
0	-	-	2,700.00
1	0.100000	270.00	2,430.00
2	0.100000	270.00	2,160.00
3	0.100000	270.00	1,890.00
4	0.100000	270.00	1,620.00
5	0.100000	270.00	1,350.00
6	0.100000	270.00	1,080.00
7	0.100000	270.00	810.00
8	0.100000	270.00	540.00
9	0.100000	270.00	270.00
10	0.100000	270.00	0.00

Teniendo como resumen lo siguiente:

RESUMEN DE DEPRECIACIONES

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<i>Obra civil</i>	386,595.83	356,704.56	329,124.46	303,676.83	280,196.79
<i>Equipo</i>	16,986.16	7,884.28	3,659.56	16,986.16	7,884.28
<i>Equipo de computo</i>	3,119.00	2,308.32	1,708.35	1,264.32	3,119.00
<i>Mobiliario de oficina</i>	270.00	270.00	270.00	270.00	270.00
TOTAL	406,970.99	367,167.16	334,762.37	322,197.31	291,470.08

5.5.2. AMORTIZACIONES

AMORTIZACIONES

1. AMORTIZACIÓN = INVERSIÓN DIFERIDA/10 AÑOS

AMORTIZACIÓN = **400.00** ANUAL

2. FACTOR DE AMORTIZACIÓN = **0.10**

AÑO	FACTOR DE AMORTIZACIÓN	AMORTIZACIÓN ANUAL	VALOR EN LIBROS
0	-	-	4,000.00
1	0.10	400.00	3,600.00
2	0.10	400.00	3,200.00
3	0.10	400.00	2,800.00
4	0.10	400.00	2,400.00
5	0.10	400.00	2,000.00
6	0.10	400.00	1,600.00
7	0.10	400.00	1,200.00
8	0.10	400.00	800.00
9	0.10	400.00	400.00
10	0.10	400.00	0.00

5.5.3. CLASIFICACIÓN DE COSTOS Y GASTOS

Una vez deducidos los ingresos y egresos que se llevarán a cabo para la realización del presente proyecto, es necesario saber, dentro de los egresos que se tendrán, cuales están relacionados directamente con los gastos de depreciaciones, amortizaciones, materia prima, sueldos, energía eléctrica, agua y teléfono. En la siguiente tabla se presentan los costos y gastos de este proyecto.

CLASIFICACION DE COSTOS Y GASTOS										
CONCEPTOS	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES
Depreciación	406,970.99		367,167.16		334,762.37		322,197.31		291,470.08	
Amortización	400.00		400.00		400.00		400.00		400.00	
Materia Prima		147,840.00		147,840.00		147,840.00		147,840.00		147,840.00
Sueldos	384,000.00		384,000.00		384,000.00		384,000.00		384,000.00	
Energía eléctrica	18,000.00		18,000.00		18,000.00		18,000.00		18,000.00	
Agua	12,000.00		12,000.00		12,000.00		12,000.00		12,000.00	
Teléfono	8,400.00		8,400.00		8,400.00					
Internet	3,600.00		3,600.00		3,600.00		3,600.00		3,600.00	
Material de limp	36,000.00		36,000.00		36,000.00		36,000.00		36,000.00	
Papelería	1,200.00		1,200.00		1,200.00		1,200.00		1,200.00	
Publicidad	24,000.00		24,000.00		24,000.00		24,000.00		24,000.00	
Gastos financieros	600,000.00		519,372.18		422,618.79		306,514.73		167,189.85	
TOTAL	1,494,570.99	147,840.00	1,374,139.34	147,840.00	1,244,981.16	147,840.00	1,107,912.04	147,840.00	937,859.93	147,840.00

5.6. PROYECCIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio muestra las ventas mínimas a realizarse para encontrarse en un punto sin pérdidas ni ganancias, a continuación se presenta dicho punto de equilibrio tomando en cuenta 3 criterios principales; pesos unidades y precios.

PROYECCIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO			
AÑO	PESOS	UNIDADES	PRECIO
1	\$1,524,871.66	30,564	\$12.22
2	\$1,401,998.40	28,101	\$11.32
3	\$1,270,221.69	25,460	\$10.36
4	\$1,130,373.66	22,657	\$9.34
5	\$956,873.94	19,179	\$8.08

PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑO 1

	Costo Fijo	Costo Variable	Unidades	Costo Total	\$ Venta	Punto de Equilibrio
<i>P.E. Unidades</i>	1,494,570.99	147,840.00	134,400	1,642,410.99	50.00	30,564
<i>P.E. Pesos</i>	1,494,570.99	147,840.00	134,400	1,642,410.99	50.00	\$1,524,871.66
<i>P.E. Precio</i>	1,494,570.99	147,840.00	134,400	1,642,410.99	50.00	\$12.22

Ventas totales	\$7,440,000.000
Costo variable unitario	\$1.100
Precio unitario	\$50.000

AÑO 2

	Costo Fijo	Costo Variable	Unidades	Costo Total	\$ Venta	Punto de Equilibrio
<i>P.E. Unidades</i>	1,374,139.34	147,840.00	134,400	1,521,979.34	50.00	28,101
<i>P.E. Pesos</i>	1,374,139.34	147,840.00	134,400	1,521,979.34	50.00	\$1,401,998.40
<i>P.E. Precio</i>	1,374,139.34	147,840.00	134,400	1,521,979.34	50.00	\$11.32

Ventas totales	\$7,440,000.000
Costo variable unitario	\$1.100
Precio unitario	\$50.000

AÑO 3

	Costo Fijo	Costo Variable	Unidades	Costo Total	\$ Venta	Punto de Equilibrio
<i>P.E. Unidades</i>	1,244,981.16	147,840.00	134,400	1,392,821.16	50.00	25,460
<i>P.E. Pesos</i>	1,244,981.16	147,840.00	134,400	1,392,821.16	50.00	\$1,270,221.69
<i>P.E. Precio</i>	1,244,981.16	147,840.00	134,400	1,392,821.16	50.00	\$10.36

Ventas totales	\$7,440,000.000
Costo variable unitario	\$1.100
Precio unitario	\$50.000

AÑO 4

	Costo Fijo	Costo Variable	Unidades	Costo Total	\$ Venta	Punto de Equilibrio
<i>P.E. Unidades</i>	1,107,912.04	147,840.00	134,400	1,255,752.04	50.00	22,657
<i>P.E. Pesos</i>	1,107,912.04	147,840.00	134,400	1,255,752.04	50.00	\$1,130,373.66
<i>P.E. Precio</i>	1,107,912.04	147,840.00	134,400	1,255,752.04	50.00	\$9.34

Ventas totales	\$7,440,000.00
Costo variable unitario	\$1.10
Precio unitario	\$50.00

AÑO 5 2009

	Costo Fijo	Costo Variable	Unidades	Costo Total	\$ Venta	Punto de Equilibrio
<i>P.E. Unidades</i>	937,859.93	147,840.00	134,400	1,085,699.93	50.00	19,179
<i>P.E. Pesos</i>	937,859.93	147,840.00	134,400	1,085,699.93	50.00	\$956,873.94
<i>P.E. Precio</i>	937,859.93	147,840.00	134,400	1,085,699.93	50.00	\$8.08

5.7. ESTADO DE RESULTADOS Y PORCIENTOS INTEGRALES

La primera parte de este estado de resultados se analiza los elementos de las ventas hasta determinar la utilidad y pérdida del ejercicio en ventas.

ESTADO DE RESULTADOS					
CONCEPTO	1	2	3	4	5
Ventas	7,440,000.00	7,440,000.00	7,440,000.00	7,440,000.00	7,440,000.00
Costo Variable	147,840.00	147,840.00	147,840.00	147,840.00	147,840.00
Margen de Contribución	7,292,160.00	7,292,160.00	7,292,160.00	7,292,160.00	7,292,160.00
Costos Fijos	1,494,570.99	1,374,139.34	1,244,981.16	1,107,912.04	937,859.93
Utilidad de Operación	5,797,589.01	5,918,020.66	6,047,178.84	6,184,247.96	6,354,300.07
Utilidad antes de Impuestos	5,797,589.01	5,918,020.66	6,047,178.84	6,184,247.96	6,354,300.07
ISR 28%	1,623,324.92	1,657,045.79	1,693,210.08	1,731,589.43	1,779,204.02
PTU 10%		591,802.07	604,717.88	618,424.80	635,430.01
UTILIDAD NETA	4,174,264.09	3,669,172.81	3,749,250.88	3,834,233.74	3,939,666.05
UTILIDAD RETENIDA	4,174,264.09	7,843,436.90	11,592,687.78	15,426,921.51	19,366,587.56

PORCIENTOS INTEGRALES

PORCIENTOS INTEGRALES					
CONCEPTO	1	2	3	4	5
Ventas	100	100	100	100	100
Costo Variable	1.99	1.99	1.99	1.99	1.99
Margen de Contribución					
Costos Fijos	20.09	18.47	16.73	14.89	12.61
Utilidad de Operación					
Utilidad antes de Impuestos					
ISR 29%	21.82	22.27	22.76	23.27	23.91
PTU 10%	0.00	7.95	8.13	8.31	8.54
UTILIDAD NETA	56.11	49.32	50.39	51.54	52.95

5.8. BALANCE GENERAL

El balance general es una relación detallada de todo lo que una persona o negocio posee (activo) y lo que debe (pasivo) a otros.

BALANCE INICIAL				
CONCEPTO				
ACTIVO				
CIRCULANTE				
Efectivo	166,990.00			
Material Directo	4,400.00	171,390.00		
TOTAL ACTIVO CIRC.			171,390.00	
FIJO				
Terreno	2,000,000.00			
Obra civil	5,000,000.00			
Equipo	31,700.00			
Equipo de cómputo	12,000.00			
Mobiliario de oficina	2,700.00			
	7,046,400.00			
Depreciación	0.00	7,046,400.00		
TOTAL ACTIVO FIJO			7,046,400.00	
DIFERIDO				
Logos y Marcas	4,000.00			
	4,000.00			
Amortización	0.00	4,000.00		
TOTAL ACTIVO DIFERIDO			4,000.00	
TOTAL ACTIVO				7,221,790.00
PASIVO				
CIRCULANTE				
		0.00		
FIJO				
		3,000,000.00		
TOTAL PASIVO				3,000,000.00
CAPITAL				
Capital Social			4,221,790.00	
Utilidades retenidas			0.00	
TOTAL CAPITAL				4,221,790.00
TOTAL P + C				7,221,790.00

BALANCES GENERALES					
CONCEPTO	1	2	3	4	5
ACTIVO					
CIRCULANTE					
Efectivo	4,178,495.97	7,731,469.01	11,235,361.94	14,695,568.60	18,091,155.46
Inventarios	171,390.00	171,390.00	171,390.00	171,390.00	171,390.00
TOTAL ACTIVO CIRC.	4,349,885.97	7,902,859.01	11,406,751.94	14,866,958.60	18,262,545.46
FIJO					
Terreno	2,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00
Obra civil	5,000,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00
Equipo	31,700.00	31,700.00	31,700.00	31,700.00	31,700.00
Equipo de cómputo	12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00
Mobiliario de oficina	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00
Depreciación total (-)	406,970.99	774,138.15	1,108,900.52	1,431,097.83	1,722,567.90
TOTAL ACTIVO FIJO	6,639,429.01	6,272,261.85	5,937,499.48	5,615,302.17	5,323,832.10
DIFERIDO					
Logos y marcas	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00
Amortización total (-)	400.00	800.00	1,200.00	1,600.00	2,000.00
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	3,600.00	3,200.00	2,800.00	2,400.00	2,000.00
TOTAL ACTIVO	10,992,914.98	14,178,320.86	17,347,051.42	20,484,660.77	23,588,377.56
PASIVO					
CIRCULANTE	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
FIJO	2,596,860.89	2,113,093.96	1,532,573.64	835,949.26	0.00
TOTAL PASIVO	2,596,860.89	2,113,093.96	1,532,573.64	835,949.26	0.00
CAPITAL					
Capital Social	4,221,790.00	4,221,790.00	4,221,790.00	4,221,790.00	4,221,790.00
Utilidades retenidas	4,174,264.09	7,843,436.90	11,592,687.78	15,426,921.51	19,366,587.56
TOTAL CAPITAL	8,396,054.09	12,065,226.90	15,814,477.78	19,648,711.51	23,588,377.56
TOTAL P + C	10,992,914.98	14,178,320.86	17,347,051.42	20,484,660.77	23,588,377.56

5.9. EVALUACIÓN FINANCIERA

5.9.1. RAZONES FINANCIERAS

Las razones financieras que se presentan a continuación nos muestran el rendimiento que tendrá la inversión en el presente proyecto. Éste rendimiento como podemos observar en la siguiente tabla aunque no es muy elevado si tiene un comportamiento creciente.

RAZONES FINANCIERAS

CONCEPTO	1	2	3	4	5
REND. SOBRE LA INVERSIÓN	38.0%	25.9%	21.6%	18.7%	16.7%
REND. SOBRE EL CAPITAL	49.7%	30.4%	23.7%	19.5%	16.7%
ROTACIÓN DEL ACTIVO	0.68	0.52	0.43	0.36	0.32

El rendimiento que los socios estarán esperando en los siguientes 5 años sobre la inversión hecha en este proyecto va del 16.7 al 38%, ésta se ve disminuida ya que las utilidades se van reinvertiendo año con año al capital y eso hace que aunque su rendimiento vaya bajando, el valor de la acción que inició con un valor de \$42,218

5.9.2. FLUJO NETO DE EFECTIVO

FLUJO NETO DE EFECTIVO

AÑO	UTILIDAD NETA	(+) DEPRECIACIÓN	(+) AMORTIZACIÓN	PAGO DE K DE CRÉDITO	INVERSIÓN SOCIOS	FLUJO NETO DE EFECTIVO
0	0.00	0.00	0.00	0.00	4,221,790.00	-4,221,790.00
1	4,174,264.09	406,970.99	400.00	403,139.11	0.00	4,178,495.97
2	3,669,172.81	367,167.16	400.00	483,766.93	0.00	3,552,973.04
3	3,749,250.88	334,762.37	400.00	580,520.32	0.00	3,503,892.93
4	3,834,233.74	322,197.31	400.00	696,624.38	0.00	3,460,206.67
5	3,939,666.05	291,470.08	400.00	835,949.26	0.00	3,395,586.86
FNEA=						13,869,365.46

VPN = \$9,617,737.97

El flujo neto de efectivo durante los 5 años de vida del proyecto es de \$13'869,365.46, con lo cual se puede tener garantizado que durante estos años se podrá tener suficiente efectivo para llevar a cabo las operaciones. Del mismo modo, el Valor Presente Neto de la inversión es positivo (de \$9'617,737.97), por lo tanto bajo este parámetro, se considera viable el proyecto.

5.9.3. TASA INTERNA DE RETORNO

La TIR de este proyecto es del 86.90% lo cual quiere decir que la tasa de rendimiento que iguala los flujos de efectivo generados por este proyecto es del mayor a la que los socios están pagando por el crédito solicitado, que fue del 20%.

TIR = 86.90%

5.9.4. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

El PRI es un instrumento de análisis que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

AÑO	FLUJO NETO DE EFECTIVO	FNE ACUMULADO
0	-4,221,790.00	-4,221,790.00
1	4,178,495.97	-43,294.03
2	3,552,973.04	3,509,679.01
3	3,503,892.93	7,013,571.94
4	3,460,206.67	10,473,778.60
5	3,395,586.86	13,869,365.46

PRI= 0.92

El PRI del proyecto es de 0.92 lo cual significa que en 11 meses recuperará la inversión.

5.9.5. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Derivado de los datos del proyecto se considera que el proyecto es sensible a la inflación hasta un 55% (como se observa en la tabla que se muestra a continuación) para que mantenga el rendimiento esperando por los inversionistas.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

INGRESOS	(-) COSTOS VARIABLES	(-) COSTOS FIJOS	(-) GASTOS FINANCIERO	(=) U.A.I.	(-) ISR Y PTU	(=) U. NETA	(+) DEPRECIAC.	(+) AMORT.	(-) CAPITAL CRÉDITO	(-) INV. SOCIOS	(=) FNE
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	4,221,790.00	-4,221,790.00
3,348,000.00	147,840.00	1,494,570.99	600,000.00	1,105,589.01	320,620.81	784,968.20	406,970.99	400.00	403,139.11	0.00	789,200.08
3,348,000.00	147,840.00	1,374,139.34	519,372.18	1,306,648.48	378,928.06	927,720.42	367,167.16	400.00	483,766.93	0.00	811,520.65
3,348,000.00	147,840.00	1,244,981.16	422,618.79	1,532,560.05	444,442.41	1,088,117.63	334,762.37	400.00	580,520.32	0.00	842,759.68
3,348,000.00	147,840.00	1,107,912.04	306,514.73	1,785,733.23	517,862.64	1,267,870.59	322,197.31	400.00	696,624.38	0.00	893,843.52
3,348,000.00	147,840.00	937,859.93	167,189.85	2,095,110.22	607,581.96	1,487,528.26	291,470.08	400.00	835,949.26	0.00	943,449.07

55.00%

FNE= **58,983.01**

0.5500

5.9.6. EFECTO DE INFLACIÓN SOBRE LA RENTABILIDAD DEL PROYECTO

La inflación produce una necesidad de continuos aportes al capital de trabajo lo que ocasiona disminuciones de la rentabilidad, que pueden alcanzar valores relativos muy importantes.

La inflación representada en la siguiente tabla se proyecta a un 5%.

EFECTO DE LA INFLACIÓN SOBRE LA RENTABILIDAD DEL PROYECTO					
AÑO	FNE	SIN INF.	FNE CON INF.	VAN	VAN
				80%	100%
0	-4,221,790.00	-4,221,790.00	-4,221,790.00	-4,221,790.00	-4,221,790.00
1	4,178,495.97	4,387,420.77	4,387,420.77	2,437,455.98	2,193,710.38
2	3,552,973.04	3,917,152.77	3,917,152.77	1,208,997.77	979,288.19
3	3,503,892.93	4,056,194.05	4,056,194.05	695,506.53	507,024.26
4	3,460,206.67	4,205,902.83	4,205,902.83	400,653.75	262,868.93
5	3,395,586.86	4,333,724.91	4,333,724.91	229,350.04	135,428.90
				750,174.06	-143,469.34

TIR= **96.79**

96%

TIR CON INF.= 96%

TIR SIN INF.= 87%

Diferencia 9%

5.9 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO

El proyecto de inversión "Pista de Patinaje Skate Park" se observa VIABLE para llevarse a la ejecución, ya que en todo el análisis se arrojan resultados bastante positivos y beneficiosos para la empresa.

Con estos datos se concluye que este proyecto se genera un flujo que a precios aceptables que durante 5 años se tiene un suficiente margen de utilidad.

Por otra parte los indicadores financieros como TIR, refleja un nivel de rentabilidad a favor de las expectativas de los socios, además estos Indicadores arrojan datos positivos y beneficiosos para el desarrollo y éxito del proyecto de inversión, por lo que tanto a corto plazo como a largo plazo, el proyecto arroja datos atractivos.

Para que este proyecto sea exitoso depende mucho de las decisiones de los inversionistas y del personal administrativo, para que en su momento de llevar a cabo este proyecto se tenga el planteamiento respectivo para llegar al éxito.

Se pretende evaluar con diversos parámetros la viabilidad del mismo. En los siguientes renglones se explicarán los resultados del análisis financiero realizado.

La principal inversión que se tendrá que hacer en el proyecto es la relacionada con el equipo, el terreno y la obra civil, pues es lo que podrá echar a andar el proyecto, por lo cual se va a financiar el 20% de la inversión con un crédito refaccionario que obviamente se aplicará parte a la obra civil, a una tasa del 20% en un periodo de 5 años, mientras que el 80% restante será la participación de los socios y apoyos gubernamentales y SINCAS. Con lo anterior podemos distinguir que la empresa mantiene un buen apalancamiento, pues el crédito que adquirió relativamente es pequeño y según las proyecciones podría ser capaz de cubrir intereses en un futuro si llegara a adquirir algún otro crédito.

El punto de equilibrio: Indica el mínimo de ventas que la empresa debe tener para no perder ni ganancias. En este caso en el año 1 se deberán producir 134 400 unidades y estas ser vendidas en \$12.22. Como se observa en las tablas del punto de equilibrio el precio irá reduciéndose a lo largo del tiempo, hasta llegar al 5to año, en el cual sólo será necesario cubrir 134 400 unidades y

venderlas a \$8.08, esto se debe a que irá reduciendo nuestro adeudo obtenido por el financiamiento externo.

En cuanto a porcentos integrales podemos observar que nuestros costos fijos (incluyen: amortizaciones, depreciaciones, salarios, gastos de mantenimiento, luz, teléfono, etc.) van bajando debido a que la empresa está produciendo más y este costo se reparte entre las unidades producidas, esto se refleja en las utilidades, pues estas irán incrementando. La utilidad neta mostrada en los 5 años supera el 20%, por lo que supera el promedio o la base de comparación del 10% que se refleja en que la empresa está en buen estado.

La materia prima irá relacionada estrechamente con la producción debido a que van a incrementar en igual porcentaje, considerando que cada año se espera que se eleven las ventas en un 10%. La empresa está generando las utilidades que los accionistas desean ganar, por lo que podemos concluir que se encuentra en buenas condiciones.

El Flujo de Efectivo se diseña con el propósito de explicar los movimientos de efectivo proveniente de la operación normal del negocio, tales como la venta de activos no circulantes, obtención de préstamos y aportación de los accionistas y aquellas transacciones que incluyan disposiciones de efectivo tales como compra de activos no circulantes y pago de pasivos y de dividendos.

En cuanto al flujo de efectivo podemos detectar que se tiene un buen control de la entrada y salida de efectivo, ya que después de la inversión de los socios la empresa comienza a recuperarse con las utilidades, amortizaciones, depreciaciones, etc. conforme al paso del tiempo.

El método del Valor Presente Neto es muy utilizado por dos razones, la primera porque es de muy fácil aplicación y la segunda porque todos los ingresos y egresos futuros se transforman a pesos de hoy y así puede verse, fácilmente, si los ingresos son mayores que los egresos. Cuando el VPN es menor que cero implica que hay una pérdida a una cierta tasa de interés o por el contrario si el VPN es mayor que cero se presenta una ganancia. Cuando el VPN es igual a cero se dice que el proyecto es indiferente. Con el argumento siguiente podemos determinar que en nuestro proyecto el VPN es mayor a 0 por lo que se presentan ganancias.

El Periodo de recuperación de la inversión se define como el período que tarda en recuperarse la inversión inicial a través de los flujos de caja generados por el proyecto.

La inversión se recupera en el año en el cual los flujos de caja acumulados superan a la inversión inicial. El PRI del presente proyecto es de 1 año y 3 meses.

La Tasa interna de retorno de una inversión se define como una serie de valores en efectivo. La T.I.R. de un proyecto se define como aquella tasa que permite descontar los flujos netos de operación de un proyecto e igualarlos a la inversión inicial. Para este cálculo se debe determinar claramente cuál es la "Inversión Inicial" del proyecto y cuáles serán los "flujos de Ingreso" y "Costo" para cada uno de los períodos que dure el proyecto de manera de considerar los beneficios netos obtenidos en cada uno de ellos.

En nuestro caso la TIR es de 86.90%, con que concluimos que es bueno debido a que el rendimiento es mayor al de los movimientos, por lo que se considera rentable.

En general, el proyecto de inversión es viable y atractivo para invertir, pues los flujos de efectivo, el rendimiento esperado por los accionistas, las utilidades, etc. Superan las expectativas, tomando en cuenta que la base de ventas está restringida con un crecimiento anual del 10% que en la realidad puede ser mucho más

CAPITULO 6

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL PROYECTO

6.1 CONCLUSIONES

La presente tesis denota a gran escala la importancia que se tiene en realizar todo un estudio detallado del mercado en donde se quiere invertir en un proyecto de inversión. En nuestra bella ciudad "Morelia, Michoacán" existe una gran demanda que hay que satisfacer, se necesitan más lugares de esparcimiento, recreación y entretenimiento y tenemos aquí una propuesta VIABLE lista para desarrollar.

Como beneficio de este proyecto se tendrá más afluencia de turistas, un lugar más donde los niños y jóvenes pueden disfrutar de entretenerse y por que no, realizar un deporte que es divertido.

De acuerdo a como se desarrolló este proyecto, en el estudio de mercado, el mercado potencial al que va dirigido el proyecto es totalmente aceptado y la gente si acudiría a nuestras instalaciones. El precio es muy accesible y el mercado lo acepta y esta dispuesto a pagarlo.

El estudio técnico nos permitió determinar de forma analítica la localización óptima de la empresa, mano de obra y fuerza de trabajo requerida, los requisitos técnicos, la distribución dentro de las instalaciones y la capacidad instalada, con el que concluimos que podremos satisfacer inicialmente un 5% de la demanda insatisfecha.

El estudio financiero nos arrojó resultados muy positivos y beneficiosos para ejecutar el proyecto, con buenas ganancias desde el principio y con un periodo de recuperación a 5 años, lo cual es bastante aceptable.

Todo esto es gracias al estudio que se hace previamente y así decidir si es un proyecto VIABLE para llevarlo a cabo, y asimismo no poner en riesgo el capital de los inversionistas. Es necesario que antes de empezar con un proyecto se tenga la idea de que es lo que se quiere hacer, el porcentaje de riesgo, en que tiempo se recuperara y que se tiene que hacer para que funcione. Se

cumple con los objetivos previstos en el proyecto, lo cual es muy bueno y provechoso para este proyecto.

6.2 RECOMENDACIONES

Se recomienda que se sigan los pasos de este proyecto de inversión para que tenga un desarrollo viable y redituable para los inversionistas y continuar con la elaboración de un Proyecto definitivo.

6.3 BIBLIOGRAFIA

- ✚ BACA Urbina. Evaluación de Proyectos de Inversión. Mc Graw Hill, México 1999 sexta edición en español.
- ✚ HAROLD KOONTZ; HEINZ WEHRICH, Elementos de Administración. Mc Graw Hill, México 1998 6ª edición y 10ª edición.
- ✚ STANLEY B. BLOCK; GEOFREY A. HIRT. Administración Financiera. Mc Graw Hill, México 2005 11ª. Edición.
- ✚ NARESH K. MALHOTRA. Investigación de Mercados, Mc Graw Hill, México 2004 4ª edición.
- ✚ DIEZ, de Castro, Ingeniería Financiera. Mc Graw Hill, México, 1998, tercera edición
- ✚ AGUIRRE, Manual de Ingeniería Financiera, IMEF, México, 2001, quinta edición.
- ✚ FIRA: Fideicomiso Instituido en Relación a la Agricultura, pertenece a Banco de México.

TESIS CONSULTADAS

- ✚ TESIS DE PROYECTOS DE INVERSION – FEB 2007 Itzia Patricia González Ochoa
- ✚ TESIS PROYECTO DE INVERSIÓN SEP 2006 Carlos Murguía Torres.

PAGINAS WEB CONSULTADAS

- ✚ <http://www.monografias.com/trabajos15/concesion-comercial/concesion-comercial.shtml>
- ✚ <http://aef.org.mx> - Academia de Estudios Fiscales de la Contaduría Pública
- ✚ <http://monografias.com/trabajos15/concesion-comercial/concesion.shtml> 2008

6.4 ANEXOS