



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES "ACATLAN"

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL LANZAMIENTO DE UNA NUEVA REVISTA "MI HIJO Y YO"



SEMINARIO TALLER EXTRACURRICULAR

280477

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE: **LICENCIADO EN ECONOMIA** PRESENTA: **SERGIO SANCHEZ PAREDES**

ASESOR: LIC. JESUS ADRIAN MADRAZO GRANADOS





Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MÉXICO

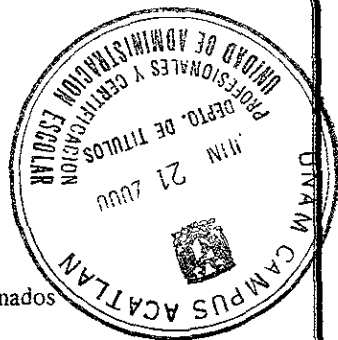
ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES - ACATLÁN

SEMINARIO TALLER EXTRACURRICULAR DE TITULACIÓN "Estrategias del Desarrollo Industrial y Viabilidad Económica II"

ECONOMÍA

Estudio de Factibilidad para el Lanzamiento de una Nueva Revista "Mi Hijó y Yo"

Nombre: Sergio Sanchez Paredes
No. De Cuenta: 8957281 - 4
Generación: 1989 - 1993
Asesor: Lic. Jesus Adrián Madrazo Granados



2000

DEDICATORIAS

Este trabajo quizá nunca lo hubiera realizado sin el apoyo de las siguientes personas e instituciones. motivo por el cual quiero hacer patente mi más sincero agradecimiento.

A mi Madre:

Joaquina Paredes Rojas. Por contar siempre con su apoyo incondicional por sus consejos. Con cariño, como una muestra de agradecimiento.

A la memoria de mi padre(†):

Víctor Sánchez Martínez.

A mi hermano.

Mario, por su apoyo durante mis estudios.

A mi Esposa.

Elia Nava Pérez, por todo su apoyo y dedicación, por todas y cada una de las palabras de aliento.

A mi Hijo:

Sergio Oswaldo Sánchez Nava, por ser un gran aliciente en mi superación personal.

A la Universidad Nacional Autónoma de México – ENEP Acatlán.

A los profesores:

- Lic. Jesús Adrián Madrazo Granados.
- Lic. Francisco E. Madrazo Granados.
- Lic. Sergio Trinidad Rodríguez Méndez.
- Lic. Agustín Pérez Aguilera.
- Act. Carlos Moctezuma Hernández

- Lic. David Torres Hernández.

Por su tiempo, su confianza, su esfuerzo y dedicación que se reflejan en cada hoja de este trabajo.

A mis amigos y compañeros.

A los que dudaron,

A los que creyeron, y

A los que me apoyaron.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I	3
1.1 MARCO TEORICO	3
1.1.1 Proyecto.....	3
1.1.2 Proceso de la evaluación de proyectos.....	4
1.1.3 Estudio de mercado.....	6
1.1.4 Estudio técnico.....	8
1.1.5 Estudio económico – financiero.....	11
1.1.6 Resumen ejecutivo.....	15
CAPITULO II	16
2.1 OBJETIVOS, MISION Y FILOSOFIA.....	16
2.1.1 Objetivos	16
2.1.2 Misión.....	16
2.1.3 Filosofía.....	16
CAPITULO III	17
3.1. ESTUDIO DE MERCADO.....	17
3.1.1 Definición del mercado y del producto.....	17
3.1.2 Características del producto.....	17
3.1.3 Competencia.....	18
3.1.4 Perfil del consumidor.....	20
3.1.5 Tamaño de la muestra.....	20
3.2 ENCUESTA.....	22
3.3 RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	25
3.4 DEMANDA Y OFERTA.....	28
CAPITULO IV.....	30
4.1 ESTUDIO TECNICO	30
4.1.1 Tamaño del proyecto.....	30
4.1.2 Localización del proyecto.....	30
4.1.3 Macrolocalización.....	31
4.1.4 Microlocalización.....	33
4.1.5 Equipo para la producción.....	35
4.1.6 Organización técnica y administrativa.....	35

4.2 ORGANIZACIÓN	37
4.2.1 Formación jurídica de la empresa.....	37
CAPITULO V.....	38
PRESUPUESTOS Y EVALUACIÓN ECONOMICA - FINANCIERA	38
5.1 Ingresos.....	38
5.2 Costos variables de producción.....	39
5.3 Costos fijos de producción.....	40
5.4 Gastos de administración y venta.....	41
5.5 Presupuesto de inversión.....	42
5.6 Depreciación y amortización.....	44
5.7 Valor de rescate	45
5.8 Punto de equilibrio.....	46
5.9 Estado de resultados proforma 1993 - 2002	47
5.10 Flujo de caja.....	48
5.11 Tasa de rendimiento mínima aceptable (TREMA).....	48
5.12 Valor presente neto.....	49
5.13 Tasa interna de retorno (TIR).....	49
5.14 Periodo de recuperación de la inversión.....	50
5.15 Análisis Financiero y Sensibilidad del proyecto.....	51
CAPITULO VI.....	54
CONCLUSIONES	54
BIBLIOGRAFIA	56

INTRODUCCIÓN

En general 1999 ha sido un año favorable para la economía mexicana:

- Por cuarto año consecutivo, la economía mostró una tasa de crecimiento significativa, lo cual fue posible en un contexto de inflación descendente.
- El dinamismo económico permitió la creación de más de 850 mil nuevos empleos en el periodo enero – noviembre, y que los salarios de los trabajadores se incrementaran en términos reales.
- Los flujos de inversión extranjera continuaron financiando la mayor parte del déficit en cuenta corriente.

Los objetivos principales de la política económica para el año 2000 son:

- Propiciar la mayor expansión sustentable de la actividad productiva y del empleo.
- Perseverar en el esfuerzo de reducción sostenible de la inflación.
- Canalizar más recursos al gasto social

Con base en el documento de Criterios Generales de Política Económica 2000, las estimaciones para el año 2000, muestran un horizonte de estabilidad macroeconómica, que se detalla como sigue:

Producto Interno Bruto.- Se estima que para el año 2000 la economía del país crecerá en 4.5%, es decir, superior a lo esperado para el cierre de 1999 (3.7%)

Inflación.- Se esperan avances en el control de la inflación y que ésta no exceda del 10.0%, lo que significa 2.3 puntos menos que la cifra de cierre de 1999 (12.32%).

Tasa de interés.- Los Cetes a 28 días se ubicarán en rendimientos promedio del 16.4%, mostrando así una disminución con respecto a la cifra promedio de 1999 (21.4%)

Tipo de cambio.- Se espera que la cotización del dólar se ubique en promedio en el año 2000 en 10.4 pesos por dólar, lo que significaría una depreciación del 8.9% con respecto al promedio de 1999 (9.55)

Inversión extranjera directa.- Para el año 2000 se estima un monto de 11,250 millones de dólares, cifra similar a la esperada para 1999 (11,225).

Con este panorama es de esperarse que los negocios muestren comportamientos positivos en inversión y consumo. El ambiente económico será propicio para que los esfuerzos de venta se traduzcan en una mayor demanda.

El presente trabajo corresponde a la evaluación de un proyecto de inversión de una revista dirigida a padres con hijos menores de tres años de edad, así como para mujeres embarazadas.

El estudio esta dividido en seis capítulos que siguen la metodología propia de la evaluación de proyectos.

En el primer capítulo se describe el marco teórico del proyecto así como el proceso de evaluación de proyectos con sus diferentes etapas, como son estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico financiero.

En el segundo capítulo se resaltan los objetivos, la misión y filosofía que se pretende para la implantación del proyecto en cuestión

En el tercer capítulo se presenta el estudio de mercado del cual destaca la definición del mercado y del producto, la competencia, el perfil del consumidor, resultados de la encuesta y el análisis de la oferta y la demanda.

En el cuarto capítulo se desarrolla el estudio técnico donde se analiza el tamaño del proyecto, la localización del mismo, así como el equipo para la producción y la organización técnica y administrativa

El quinto capítulo contiene la evaluación económica y financiera del proyecto en lo que se refiere a ingresos, costos, presupuesto de inversión, valor de rescate, punto de equilibrio, estado de resultados proforma, flujo de caja, tasa de rendimiento mínima aceptable, valor presente neto, tasa interna de retorno, periodo de recuperación de la inversión así como un análisis financiero y de sensibilización del proyecto.

El Sexto capítulo contiene las conclusiones del proyecto y la bibliografía utilizada

CAPITULO I

1.1 MARCO TEORICO

Para la instalación y puesta en marcha de un proyecto de inversión pequeño, mediano o grande es necesaria la realización de un estudio que permita determinar la viabilidad técnica, económica y financiera del motivo de inversión. Este estudio se conoce como estudio de factibilidad, en el cual se detallan los rubros del mercado (demanda, oferta, precios, comercialización, etc.) los aspectos técnicos (localización, tamaño del proyecto, tecnología; costos, gastos, organización, etc.) y los aspectos financieros (presupuestos, estados financieros, rentabilidad financiera, formas de financiamiento, etc.), que permitan una mejor toma de decisiones.

La realización de los estudios de factibilidad implica la interrelación de una sene de conceptos que constituyen el marco teórico de la evaluación económica y financiera de los proyectos de inversión.

Este apartado se dirige a definir esos conceptos a fin de que se cuente con la base teórica necesaria para su formulación.

1.1.1 Proyecto.

De acuerdo con el Manual de Proyectos de Desarrollo Económico de la Organización de las Naciones Unidas, un proyecto se define como: *"El conjunto de antecedentes que permite estimar las ventajas y desventajas económicas que se derivan de asignar ciertos recursos para la producción de determinados bienes o servicios"*.

Gabriel Baca Urbina lo define como *"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.

¹ Baca Urbina Gabriel "EVALUACION DE PROYECTOS, Análisis y administración del Riesgo" 2ª Edición McGraw Hill 1990

En términos generales un proyecto se puede definir como la unidad de actividad de cualquier naturaleza, que requiere para su realización del uso o consumo inmediato o a corto plazo de algunos recursos escasos o al menos limitados (ahorro, divisas, mano de obra calificada, etc.) aun sacrificando beneficios actuales asegurados, con la esperanza de obtener, en un período mayor, beneficios mayores sean estos financieros, económicos o sociales.

Las técnicas, procedimientos y/o metodología utilizadas para obtener, manejar e interpretar esos antecedentes, constituyen precisamente la materia de estudio de la IDENTIFICACIÓN, FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN.

Lo anterior permite la situación de interpretar para prever el posible FUTURO sobre la base de datos y análisis fundamentados y de ahí a asumir RIESGOS. Estos riesgos bajo esta metodología son MEDIDOS y culminan en DECISIONES FUNDAMENTADAS.

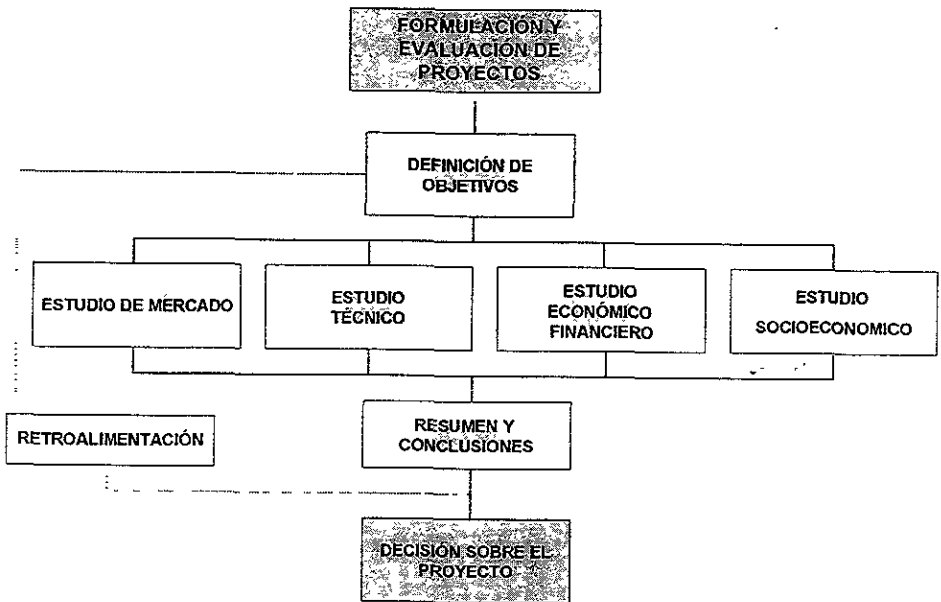
1.1.2 Proceso de la evaluación de proyectos.

La evaluación de proyectos constituye el elemento más importante para la toma de decisiones, al justificar el empleo de factores productivos y la rentabilidad de un propósito de inversión. Asimismo, tienen la gran ventaja de servir de punto de apoyo para la obtención de los recursos.

Con la finalidad de verificar si un propósito de inversión es viable y si es recomendable otorgar el apoyo solicitado, es indispensable llevar a cabo la evaluación de cada proyecto para determinar su viabilidad económica y social. Esto sólo es posible si se cuenta con un documento integral que incluya los aspectos de mercado, técnico de producción, administrativos, financieros, económicos, ecológicos y sociales requeridos para emitir juicios de valor sobre dicho proyecto.

La estructura general de la metodología de la evaluación de proyectos puede ser representada por el siguiente diagrama:

ESTRUCTURA GENERAL DE LA EVALUACIÓN DE PROYECTOS



➤ *Estudio de mercado.*

Es la primera parte de la investigación formal del estudio, consta básicamente de la determinación y la cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de comercialización.

➤ *Estudio técnico.*

Contiene la información técnica para demostrar que se podrá producir o construir competitivamente.

➤ *Análisis económico financiero*

Refleja cuantitativamente la conveniencia o no de llevar a cabo la inversión.

➤ *Análisis socio - económico.*

Proporciona el beneficio posible para la sociedad desde el punto de vista económico y social.

➤ *Resumen y conclusiones.*

Proporciona la visión global del proyecto.

La parte descriptiva o narrativa del texto contendrá la información suficiente para que una entidad no vinculada al proyecto pueda formarse una concepción clara de los elementos que lo constituyen. Por lo tanto, la profundidad y extensión del estudio dependerá del grado de complejidad del proyecto y la magnitud de la inversión. Cualquier documento que respalde algún argumento específico se incluirá como anexo.

En todos los casos será indispensable indicar, con precisión, las fuentes de consulta y las bases y los supuestos adoptados, mantener un principio de congruencia en la información; si bien la profundidad y extensión serán distintas según sea el grado de complejidad del proyecto. Se recomienda dar un índice, tanto del texto, como de los anexos y las gráficas del estudio.

Finalmente es útil recordar que la calidad del estudio esta en relación directa con la seriedad y profesionalismo de la investigación y los procedimientos utilizados. Existen muchos estudios de calidad que enfocan su contenido al objetivo concreto y con la información precisa, por lo que es recomendable que los estudios se plasmen en el menor número de páginas posibles, sin descuidar, evidentemente, que contengan la información necesaria.

1.1.3 Estudio de mercado.

En el Estudio de Mercado se busca responder a las preguntas ¿qué vender? ¿a quién? ¿cuánto vender? ¿en dónde vender? ¿como y a qué precios vender?, determinándose con precisión necesidades a satisfacer y/o carencias de índole social detectadas o demandadas por la propia población o los niveles de gobierno

El contenido del estudio de mercado puede simplificarse en cinco temas:

- a) Definición del producto o productos en estudio.
- b) Delimitación del mercado meta o zona de influencia del proyecto
- c) Análisis de la demanda, es decir de la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

- d) Análisis de la oferta o de la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.
- e) *Sistemas actuales de comercialización y estrategias de penetración en el mercado.*

El estudio de mercado constituye la base fundamental del proyecto. Mediante el estudio de oportunidades y riesgos se establece una expectativa razonable de que el proyecto será capaz de penetrar en los mercados meta, transformando la demanda en facturación o en la satisfacción de necesidades sociales.

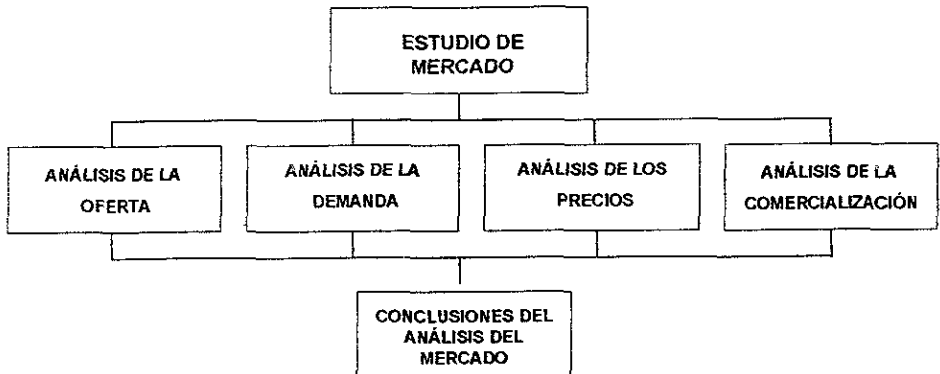
Con la realización de este proyecto se obtendrán beneficios de empleos, actividad económica, beneficios económicos, beneficios de servicios directos a la población, entre otros.

Todos estos aspectos se cuantificarán y se traducirán de manera objetiva en parámetros, índices o cantidades concretas según sea el caso y su unidad de medida.

También se debe ponderar como alternativa que sucede en caso de no realizarse este proyecto.

A continuación se muestra una estructura básica del estudio de mercado.

ESTRUCTURA DEL ESTUDIO DE MERCADO



1.1.4 Estudio técnico.

Bajo esta denominación se analizan los aspectos relativos a:

- a) Localización.
- b) Tamaño.
- c) Ingeniería del proyecto.
- d) Organización empresarial.

En la formulación de cualquier proyecto de inversión, independientemente del sector económico a que se oriente, una parte fundamental, es el Estudio Técnico.

En el estudio técnico se procura contestar a las preguntas ¿cómo producir lo que el mercado demanda? ¿Cuál debe ser la combinación de factores productivos? ¿Dónde producir ¿qué materias primas e insumos se requieren? ¿Qué equipos e instalaciones físicas se necesitan? ¿Cuánto y cuándo producir?, en el caso técnico las preguntas prevalecen en los proyectos tanto sociales como de carácter económico.

En la formulación de los proyectos de inversión se debe cumplir, de manera consecutiva, con la estructuración del Estudio de Mercado y del Estudio Técnico. Las unidades y términos esperados en ambos estudios son heterogéneos tales como: peso, volumen, distancia, tiempo, unidades monetarias, así como coeficientes e índices de rendimiento, relaciones tales como hora-hombre, hora-maquinaria, entre otros.

El Estudio Técnico también debe ser congruente con los objetivos del proyecto de inversión y con los niveles de profundidad del estudio en su conjunto. En otros términos, el Estudio Técnico puede desarrollarse en los niveles de idea, prefactibilidad, factibilidad y proyecto definitivo.

El Estudio Técnico aporta información muy valiosa, cualitativa y cuantitativamente respecto a los factores productivos que deberá contener una nueva unidad de operación, esto es: la tecnología, magnitud de los costos de inversión, los costos y gastos de producción, en función a un programa de producción, el tiempo de inmovilización de los

recursos, así como todas las previsiones para que la nueva unidad productiva no tenga efectos nocivos en el ambiente ecológico.

La información del Estudio Técnico junto con la derivada del Estudio de Mercado serán materia prima para la valoración de los presupuestos de inversión y funcionamiento del proyecto de inversión. Con esta información, denominados indicadores de evaluación, se llega finalmente a conocer la bondad económica y financiera del proyecto.

El objetivo general de los Estudios Técnicos es demostrar si el proyecto de inversión es o no técnicamente factible, justificando además, desde un punto de vista económico, haber seleccionado la mejor alternativa en tamaño, localización y proceso productivo para abastecer el mercado demandante del bien o servicio a producir. Todo ello en función de la disponibilidad y/o restricción de los recursos y factores productivos tales como

Materias primas y sus fuentes de abastecimiento, alternativas tecnológicas accesibles al proyecto, disponibilidad financiera para el mismo, disponibilidad de los recursos humanos necesarios, además de costos y factores exógenos al proyecto como son la política de la empresa o del grupo inversionista, la política económica del país, etc.

Los Estudios Técnicos para una evaluación de proyecto deben considerar fundamentalmente cuatro grandes bloques de información:

➤ ***El estudio de materias primas.***

Definir las características, requerimientos, disponibilidad, costo, ubicación, etc. de las materias primas e insumos necesarios para la producción de bienes o servicios. Este estudio influye de manera significativa en la determinación del tamaño del proyecto, localización, selección de tecnología y equipos.

➤ ***El estudio de localización general y específica del proyecto.***

El estudio de localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto, es decir, la opción que, cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto, contribuya a minimizar los costos de inversión y los costos y gastos durante el período productivo del proyecto.

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social).

➤ ***Dimensionamiento o tamaño de la planta.***

En general, el tamaño de un proyecto está definido por su capacidad física y/o real de producción de bienes o servicios, durante un período de operación, que se considera normal para las condiciones y tipo de proyecto de que se trata

Esta capacidad puede plantearse por indicadores como el monto de inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra o algún otro de sus efectos sobre la economía, como puede ser la generación de ventas o de valor agregado.

➤ ***Estudio de ingeniería del proyecto.***

Los objetivos del estudio de ingeniería es probar la viabilidad técnica del proyecto, aportando información que permita su evaluación técnica y económica, y proporcionando los fundamentos técnicos sobre los que se diseñará y ejecutará el proyecto.

1.1.5 Estudio económico – financiero.

La evaluación financiera se puede definir como el conjunto de instrumentos que permiten determinar la conveniencia de poner en práctica un proyecto de inversión comparando su viabilidad económica con otras opciones.

El estudio de estos aspectos tiene además como propósito diseñar una estrategia, que permita al proyecto allegarse de los recursos necesarios para su ejecución y generar la suficiente liquidez y solvencia para sus operaciones. Aporta también la información necesaria para evaluar el proyecto en su conjunto y estimar su rentabilidad.

Este rubro contestará a las preguntas: ¿Cuándo invertir? ¿Cuánto invertir? ¿Como financiarlo? ¿Cuáles son las utilidades esperadas? ¿Qué factores influyen sobre el rendimiento del proyecto? ¿Cuál es el grado de riesgo asumido?

La información que considerará es la situación del entorno económico y social donde se desarrolla el proyecto, los resultados obtenidos del análisis de los aspectos de mercado (oferta, demanda, precios, proyecciones), comercialización, distribución, técnicos y administrativos; los presupuestos de inversión total, ventas, costos y gastos (análisis operativo); los estados financieros proforma (proyecciones) indicando las bases o supuestos de cálculo.

Los estados financieros son el producto sintético y final del proceso de registrar la forma exacta, sistemática y cronológica de todas las operaciones de una entidad económica.

Sin embargo, para obtener los estados financieros proforma se procede de forma distinta. En este caso al no haber registros, se parte del flujo de caja (o del presupuesto de caja) que debe reflejar los ingresos y su fuente, así como las salidas de dinero (es decir su aplicación) y deberá elaborarse con base en los supuestos de alguna estructura financiera y de los presupuestos de inversión, ingresos y gastos, tomando en cuenta también, el calendario de inversión y el programa de producción estimados.

Con base en las conclusiones del estudio de mercado, las cantidades y precios probables de ventas se sintetizan en una serie cronológica proyectada. El producto obtenido de

cantidades y precios permite integrar el presupuesto de ingresos del estudio económico - financiero. De la misma manera, el estudio técnico concluye con una función y un programa de producción, que permiten integrar la función de costos del proyecto, que sirve de base para elaborar el presupuesto de egresos en el estudio financiero.

La conjunción de los presupuestos de ingresos y egresos del proyecto, y el presupuesto o programa de inversiones, sirven de base para determinar la estructura financiera más conveniente, y se está con ello en posibilidad de formular el flujo de efectivo, que permite elaborar los estados financieros proforma y la evaluación correspondiente.

Los presupuestos son planes formales escritos en términos monetarios. Determinan la trayectoria futura que se piensa seguir o lograr para algún aspecto del proyecto, como pueden ser las ventas, los costos de producción, los gastos de administración y ventas, los costos financieros, los rubros de inversión, entre otros.

Lo conducente es elaborar primero el presupuesto de inversión total que incluye terreno, construcción, instalación, equipos, mobiliario, capital de trabajo, gastos de preapertura y gastos financieros durante la construcción. Como segundo paso son los presupuestos detallados de obra, instalación y equipos sobre la base de precios unitarios con valores de ejecución precisos.

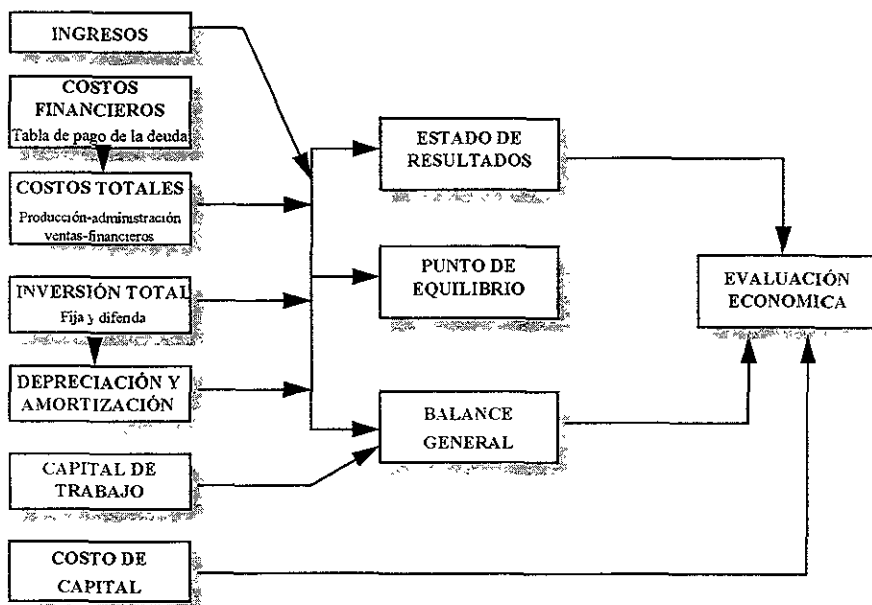
El estudio económico - financiero (además de elaborar los diferentes presupuestos y estados financieros) tiene como finalidad aportar una estrategia que permita al proyecto allegarse los recursos necesarios para su implantación y contar con la suficiente liquidez y solvencia, para desarrollar ininterrumpidamente operaciones productivas y comerciales

Los aspectos económico - financieros determinarán la conveniencia que tiene el proyecto en términos de recuperación de la inversión, capacidad de generación de recursos para pagar el crédito, así como los efectos sobre la liquidez, el rendimiento y el riesgo del proyecto.

A continuación se presentan los distintos presupuestos que se requieren en la elaboración de un estudio económico:

Presupuestos.	De inversión.	Fija Diferida. Circulante o Capital de Trabajo.
	De ingresos de operación.	Producto(s) principal(es) Subproducto(s). Otros.
	De egresos de operación	Costos de producción. Gastos de administración Gastos de venta. Gastos financieros.
	De impuestos.	

ESTRUCTURACIÓN DE UN ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO



Como instrumentos de análisis financiero se utilizan los siguientes indicadores:

- a) Análisis del punto de equilibrio
- b) Análisis del flujo de caja.
- c) Análisis de sensibilidad.

PUNTO DE EQUILIBRIO.- El punto de equilibrio se define como la cantidad de producto en la cual el proyecto iguala a sus ingresos totales a sus costos totales. Niveles superiores a esta producción implican ganancias y niveles inferiores pérdidas.

Para su calculo se parte de las siguientes ecuaciones:

$$\begin{aligned} \text{Valor de las ventas} &= \text{Costos de Producción} \\ \text{Valor de las ventas} &= \text{Volumen de ventas X Precio de Venta Unitario} \\ \text{Costos de Producción} &= \text{Costos Fijos + Costos Unitarios Variables + Volumen de ventas} \end{aligned}$$

FLUJO DE EFECTIVO.- Para desarrollar el análisis financiero del flujo de efectivo es necesario elaborar los siguientes presupuestos:

- a) Presupuesto de Ventas.
- b) Presupuesto de Costos de Producción.
- c) Presupuesto de Gastos de Administración y Ventas.
- d) Presupuesto de Gastos Financieros
- e) Presupuesto de Inversión.

Para obtener el flujo neto de efectivo para el proyecto en si, se realiza la siguiente operación contable

$$\text{Flujo de Efectivo} = \text{Utilidad Neta + Depreciaciones y Amortizaciones + Costos Financieros}$$

El Flujo Neto de Efectivo a Descontar se calcula de la siguiente manera:

$$FNED = - (\text{Inversión Fija, Circulante y Diferida}) + \text{Flujo Neto de Efectivo}$$

Que constituye la base para el cálculo de la TIR, VPN, PRI Y TASA DE RENTABILIDAD.

1.1.6 Resumen ejecutivo.

Los estudios de proyectos de inversión son normalmente amplios y con datos e información de detalle que muchas veces no son consultados por autoridades o ejecutivos, para ello es necesario realizar un documento ejecutivo que contenga los aspectos relevantes y datos más importantes de cada capítulo y del estudio en general

Dicho resumen ejecutivo debe estar realizado de tal forma que algún directivo, funcionario o ejecutivo, así como presentaciones a diferentes foros; puedan tener decisiones al respecto. Se recomienda entonces incluir lo siguiente:

- ↳ **FUNDAMENTACION DEL PROYECTO.** Iniciar la presentación con una breve descripción del origen y las ventajas comparativas del proyecto.
- ↳ **EL MERCADO.** Identificar el segmento que se propone atender en relación con las características particulares del producto o los servicios derivados del proyecto y señalar las expectativas razonables de utilizarlos o venderlos. Dar especial relevancia a la estrategia de utilización o comercialización adoptada.
- ↳ **ESTUDIO TÉCNICO.** Proporcionar los elementos relevantes que muestren la capacidad para producir competitivamente. Destacar las ventajas comparativas de la tecnología, los procesos y la maquinaria seleccionados, el aseguramiento de la calidad, entre otros.
- ↳ **ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.** En relación con el entorno económico, político y social en que se desarrollará la administración, indicar las principales fuerzas, debilidades, riesgos además de las oportunidades y las estrategias con las cuales responde la administración.
- ↳ **ESTUDIO ECONÓMICO.** Presentar los principales indicadores financieros y económicos que demuestren la conveniencia de realizar la inversión, así como los resultados sociales.

CAPITULO II

2.1 OBJETIVOS, MISION Y FILOSOFIA

2.1.1 *Objetivos.*

"MI HIJO Y YO" es una empresa que se dedicará a la producción de una revista para mujeres embarazadas o con hijos de menos de 2 años de edad para su venta a niveles socio económicos medio bajo y medio en el área metropolitana.

Sus objetivos generales son:

- a) Elaborar una revista con la calidad que requiere el mercado.
- b) Promover el uso eficiente de los recursos disponibles en la empresa.
- c) Minimizar los costos de producción.
- d) Generar empleos bien remunerados.
- e) Obtener las mayores ganancias posibles que permitan hacer crecer el negocio y a todos los que participan en el.

2.1.2 *Misión.*

Su misión en el mercado será el de enfocar sus esfuerzos técnicos administrativos, humanos y económicos a *satisfacer las necesidades del mercado con eficiencia y eficacia*

2.1.3. *Filosofía.*

Por su parte, la filosofía de la empresa es la de generar el crecimiento integral, con base a la producción de la revista de alta calidad al menor costo posible, que redunde en un beneficio para la empresa en su conjunto y para la sociedad.

La razón social del proyecto es " MI HIJO Y YO ", con el fin de que muestre el tipo de revista que elaborara la empresa, de que el mercado potencial identifique fácilmente el contenido de la revista

CAPITULO III

3.1. ESTUDIO DE MERCADO

3.1.1 Definición del mercado y del producto.

Se entiende como mercado al lugar donde se reúnen un conjunto de demandantes y oferentes de un bien, y esa ocurrencia puede ser en forma directa o indirecta, por esta razón es la exigencia de realizar el estudio de las interrelaciones que se presentan.

El análisis concienzudo del mercado del proyecto de inversión, es el punto inicial de los estudios, que permitirán con posterioridad, concretizar en la realidad la idea original de inversión.

Se entiende por producto a todo bien o servicio ofrecido en el mercado y que contribuye a satisfacer necesidades o deseos de los clientes que los adquieren

La revista que ofrecerá el proyecto será adquirida por el público para ser usada como medio de orientación en el cuidado de la madre y del bebé.

Los clientes potenciales para este producto son entre otros :

- Mujeres embarazadas
- Mujeres con hijos menores de 2 años.
- Padres con hijos menores de 2 años.
- Instituciones educativas especializadas en el cuidado de la madre y del bebé.

3.1.2 Características del producto.

Un producto posee una serie de atributos tangibles e intangibles. Los tangibles son los relacionados con su presentación física y su uso. Los intangibles se asocian con aspectos estéticos, psicológicos y de prestigio por parte del consumidor

Las características físicas de la revista son las siguientes.

- 1) *Papel Portada*. El papel a utilizar es couche de 135 gramos para las pastas que se considera uno de los mejores materiales en la edición de revistas
- 2) *Papel Interior*. El papel para el interior de la revista es couche de 90 gramos de la mejor calidad.
- 3) *Tamaño*. El tamaño de la revista es el mas comercial que es el tamaño carta de 21 5 cm. por 22 cm
- 4) *Paginas* La revista tendrá un total de 32 paginas al inicio del proyecto
- 5) *Encuadernación*. Para un fácil manejo en la lectura y la fácil transportación será engrapada a 2 grapas.

Las características de uso son :

- 1) Consulta en el cuidado físico de la madre
- 2) Orientación en el cuidado del bebe.
- 3) Sugerencias de alimentación completa y adecuada de la madre y del bebe.
- 4) Orientación en la elección de un médico

3.1.3 Competencia.

La competencia se emplea en un sentido técnico para clasificar las condiciones de mercado según el grado de control sobre los precios que posean los productores o consumidores.

Estas situaciones abarcan

- a) La competencia pura y perfecta en donde existen muchos productores de manera que ninguno de ellos pueda influir en el precio. Y los competidores potenciales que puedan producir en las mismas condiciones que los productores ya existentes.
- b) Mercados imperfectamente competitivos. En los que los productores individuales pueden influir en los precios hasta cierto punto, dependiendo del número de productores en relación con la demanda total, el grado de diferenciación de los productos según la calidad, el estilo y la localización, y el grado de libertad de los competidores potenciales para producir sustitutos.
- c) Monopolio puro. En el que un vendedor único de un producto único, sin ningún sustituto próximo, posee un control completo sobre el precio.

De acuerdo a las características de la revista se puede considerar como casi perfecto, ya que por el lado del mercado existe la posibilidad de que cualquier oferente pueda entrar en el mercado sin que ello origine efectos generales en el precio y no hay ninguna limitación tecnológica que impida la producción de una revista.

De acuerdo a la investigación directa realizada se encontró que en el mercado existe poco conocimiento de revistas de bebés y dentro de las más conocidas están:

- Padres e Hijos.
- Tedi
- Mi Primer Bebe.

El precio de venta de las revistas existentes en el mercado es de quince pesos.

3.1.4 Perfil del consumidor.

Para el proyecto en estudio el consumidor potencial lo representan mujeres embarazadas, madres y padres con hijos menores de dos años que se encuentren en el área metropolitana

Para el estudio de mercado se determino emplear el método de investigación de campo que comprende observación y encuestas. La encuesta a la vez comprende el cuestionario y la entrevista.

En el cuestionario, se cubrieron los requisitos previos a la elaboración del mismo, los cuales son:

- a) Se determinó el objetivo que se perseguía
- b) Se otorgó un valor a cada pregunta.
- c) Se determinó el tipo de preguntas que se utilizarían. En este caso específico, se empleó una combinación de preguntas abiertas y preguntas cerradas.
- d) Se cuidó que el vocabulario fuera el adecuado para el público que iba dirigido
- e) El cuestionario se elaboró de tal manera que fuera de lo general a lo particular

3.1.5 Tamaño de la muestra.

Para determinar la muestra se consideró el universo que reuniera ciertas características homogéneas, en nuestro caso población femenina ocupada que percibe de dos a cinco salarios mínimos, resultando al año de 1998 de 120,097. Como nuestro universo es finito se procedió a calcular el tamaño de muestra mediante la siguiente formula:

$$n = \frac{\sigma^2 Npq}{e^2 (N - 1) + \sigma pq}$$

Donde:

n	=	Tamaño de la muestra.
σ	=	Coficiente de confianza.
N	=	Universo o población.
p	=	Probabilidad a favor.
q	=	Probabilidad en contra.
e	=	Error de estimación.

Aplicando la formula con un intervalo de confianza del 95% y un error de estimación del 5% y una población de 120,097 se obtiene un total de 383 entrevistas.

3.2 ENCUESTA.

ESTUDIO DE MERCADO

1 - ¿ CONOCE USTED ALGUNA REVISTA PARA BEBES ?

SI () ¿CUAL? _____
NO () CONTINUAR CON PREGUNTA

2.- ¿ A TRAVES DE QUE MEDIO PUBLICITARIO SE ENTERO DE ELLA ?

3.- ¿ COMPRA USTED LA REVISTA DE BEBE ?

SI ()
NO () CONTINUAR CON PREGUNTA

¿PORQUE? _____

4.- ¿ CON QUE FRECUENCIA LA COMPRA ?

5.- ¿ EN QUE LUGAR ADQUIERE LA REVISTA ?

6.- ¿ QUE OPINA DE LA CALIDAD DE LA REVISTA ?

7.- ¿ QUE OPINA DEL CONTENIDO DE LA REVISTA ?

8.- ¿ QUE SECCION DE LA REVISTA LE INTERESA MAS ?

¿ PORQUE ?

9.- ¿ QUE ARTICULOS LE GUSTARIA QUE APARECIERAN EN LA REVISTA Y NO INCLUYEN EN LA QUE USTED CONOCE ?

10 - ¿ QUE CARACTERISTICAS LE GUSTARIA QUE TUVIERA UNA REVISTA PARA BEBES ? EN CUANTO A .

PRESENTACION _____

CONTENIDO _____

11.- ¿ ADQUIRIRIA UNA REVISTA CON ESTAS CARACTERISTICAS ?

SI ()

NO () CONTINUAR CON PREGUNTA 17

¿ PORQUE ? _____

12.- ¿ CUANTO ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR ELLA ?

\$10	()	\$15	()
\$12	()	\$18	()
\$14	()	\$20	()
Otro	_____		

13 - ¿ CON QUE PERIODICIDAD DESEARIA QUE APARECIERA ?

SEMANAL	()	MENSUAL	()
QUINCENAL	()	MES Y MEDIO	()
C/20 DIAS	()	BIMESTRAL	()
Otro	_____		

14 - ¿ MEDIANTE QUE FORMA LE GUSTARIA ADQUIRIR LA REVISTA ?

Suscripción	()
Puesto de Periódicos	()
Tiendas de Autoservicio	()
Tiendas Departamentales	()
Otro	_____

15 - ¿ QUE TIPOS DE ANUNCIOS LE GUSTARIAN QUE APARECIERAN EN LA REVISTA PARA BEBES ?

16.- ¿ QUE MARCAS LE GUSTARIA QUE SE ANUNCIARAN EN LA REVISTA PARA BEBES ?

17.- ¿ A QUE LUGAR ASISTE A QUE LE DEN ATENCION MEDICA ?

DURANTE EL EMBARAZO _____

EN EL ALUMBRAMIENTO _____

DESPUES DEL EMBARAZO _____

18.- ¿ EN QUE LUGAR ADQUIERE O ADQUIRIRA LA ROPA DE SU BEBE Y LA DE USTED ?

19.- ¿ QUE PRODUCTOS Y DE QUE MARCA SON LOS PRODUCTOS QUE ADQUIERE O ADQUIRIRA PARA SU BEBE Y PARA USTED ?

20.- ¿ PORQUE ADQUIERE O ADQUIRIRA DICHOS PRODUCTOS ?

Fecha _____

Nombre _____

Dirección _____

Teléfono _____

Edad:

15 - 20 () 25 - 30 () Más 35 ()
20 - 25 () 30 - 35 ()

3.3 RESULTADOS DE LA ENCUESTA

El estudio de mercado se realizó aplicando un total de 383 encuestas para determinar si el producto *"REVISTA PARA MUJERES EMBARAZADAS O CON BEBES HASTA DE DOS AÑOS DE EDAD"* tenía posibilidades de introducirse en el mercado de revistas para bebés, dichas encuestas se aplicaron en la zona norte del área metropolitana en colonias como Satélite y Atizapán de Zaragoza, a personas del sexo femenino que visiblemente estaban embarazadas o que llevaban bebés de menos de 2 años y que se le observara un buen nivel socioeconómico.

El estudio de mercado buscó a través del cuestionario conocer la demanda de la revista, a que precio sería conveniente lanzarla al mercado y con que periodicidad debería de aparecer, así como en que lugares es más conveniente para los usuarios adquirirla.

Así, también el cuestionario se diseñó para que nos permitiera conocer los temas de interés a nivel espontáneo y ayudado y conocer los principales productos y marcas que desearían que se anunciaran en la revista para bebés, lo que nos permitirá conocer a la vez posibles anunciantes para la revista.

Para tener una visión aproximada sobre el nivel socioeconómico de los entrevistados se les preguntó el lugar a donde asisten a recibir atención médica, así como los principales productos adquiridos, que aunados a la zona de levantamiento de encuestas nos permitiera una visión más clara del nivel socioeconómico.

Analizando los resultados obtenidos en las encuestas, observamos que el conocimiento de revistas de bebés mencionado fue de un 41%, pero al comparar las revistas mencionadas con las existentes en el mercado, se encontró que en el mercado solo existen las revistas "PADRES E HIJOS", "TEDI" y "MI PRIMER BEBE" lo que hace que el nivel de conocimiento de revistas de bebés disminuya en un 30%, ya que los entrevistados respondieron incorrectamente al mencionar otro tipo de revistas o artículos de revistas y/o periódicos que realmente no correspondían a la clasificación.

CONOCIMIENTO DE REVISTAS DE BEBES

Concepto	Numero	%
Positivo	157	41
Negativo	226	59

CONOCIMIENTO REVISTAS CORRECTAS DE BEBE

Concepto	Numero	%
Padres e hijos	80	21
Tedi	20	5
Mi Primer bebe	15	4

El principal medio publicitario por el cual conocen revistas de bebés fue el de puestos de periódicos (17%) y a través de la televisión (9%)

El interés por adquirir revistas de bebés se concentro en que contenían artículos que aconsejaban y le ayudaban (25%), conocer lo relacionado a cuidados del bebé (17%) y porque tienen temas de interés (4%).

La frecuencia de compras de revistas de bebés fue principalmente mensual (12%) y quincenal (4%), siendo adquiridas principalmente en puestos de revistas (19%) y tiendas de autoservicio (3%).

De los compradores de revistas de bebés un bajo porcentaje opinaron que la calidad de estas es buena (20%), así como también el contenido es bueno (13%), por lo que podemos darnos cuenta que existe insatisfacción por parte de los compradores hacia las revistas de bebés existentes en el mercado.

Los compradores de revistas de bebés se mostraron insatisfechos por que no contenían artículos de primeros auxilios para el bebé o sobre enfermedades (4%), artículos de psicología infantil (3%) y métodos didácticos para el desarrollo y educación del bebé (3%)

Del total de entrevistados el 51% opina que una revista de bebés debería de presentar portada con bebé(s) o con una portada con más colorido (14%) en lo que se refiere a la presentación de la revista, en lo referente al contenido opinaron que se deberían de incluir artículos con temas pediátricos y cuidados del niño (26%), artículos sobre alimentación

(26%), artículos de educación del bebé (19%) y temas sobre cada etapa, desarrollo del bebé y cuidados durante el embarazo (13%).

Se diseñó una temática que se incluiría en la revista de bebés que se propone lanzar al mercado y del total de los entrevistados un 94% se mostró dispuesto a adquirir dicha revista, siendo los principales motivos el que reforzaría sus conocimientos y resolvería dudas en lo que se refiere al cuidado del bebé (21%), que contiene temas de interés sobre el bebé (13%), trae artículos completos (11%), es lo que necesita (11%) y que satisface sus necesidades (6%) y que serviría de guía (6%).

PROPENSION A ADQUIRIR UNA NUEVA REVISTA DE BEBES

Concepto	Numero	%
Positivo	141	94
Negativo	8	5
No Contesto	1	1

Del 94% de encuestados dispuestos a adquirir la revista de bebés sugirieron que el precio de la revista debería de ser de \$5 (31%) o de \$12 o más (31%) con una periodicidad quincenal (46%) o mensual (36%) y que se adquirieran en puestos de periódicos (57%), mediante suscripción (30%) o en tiendas de autoservicio (27%).

Las personas dispuestas a adquirir la revista de bebés mencionaron que el tipo de anuncios que debería contener la revista de bebés fueran relacionados con moda para el bebé (30%), artículos para el bebé (25%), anuncios de comida, cocina y recetas (13%), así como juguetes de bebé (12%).

Las principales marcas comerciales conocidas por las personas dispuestas a adquirir la revista de bebés y que desearían que se anunciaran fueron las de BABY CRAZY (28%), D'BEBE (20%), CURITY (17%), LINEA MENNEN (13%), JHONSON (10%) Y KLENN BEBE (10%) entre otras.

Un alto porcentaje de el total de entrevistados asiste a algún hospital o médico particular durante el embarazo (49%), en el alumbramiento (43%) y después del embarazo (51%) lo

que nos permite suponer un nivel socioeconómico de nivel medio adecuado para que estén en posibilidades de adquirir la revista de bebés.

Otro parámetro que nos permite suponer un nivel socioeconómico de nivel medio fue el que un alto porcentaje acude a tiendas de autoservicio (75%) y tiendas departamentales (21%) y adquieren productos de marcas prestigiadas como la BABY CRAZY (34%), MENNEN (33%), CURITY (23%), JHONSON (16%) Y D'BEBE (11%) entre otras.

3.4 DEMANDA Y OFERTA.

Para estimar la demanda potencial para el proyecto, se analizaron estadísticas del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática correspondientes al CONTEO 95, Estimaciones de la Comisión Nacional de Población, de Banamex y del 4º Informe de Gobierno del Lic. Ernesto Zedillo Ponce de León.

Para estimar la demanda potencial se tomaron datos estadísticos de 1990 a 1997 de la zona metropolitana de la Ciudad de México referente a la población femenina ocupada que percibe de dos a 5 salarios mínimos y a estas cifras se le aplico el porcentaje de la población dispuesta a comprar una nueva revista y que esta dispuesta a pagar 12 pesos o más.

La oferta actual se tomo en cuenta con el número tiraje de revistas que actualmente existen en el mercado.

Con los resultados anteriores, se obtiene la demanda insatisfecha y a partir de 1999 en adelante obtenemos el porcentaje de mercado que cubrirá el proyecto.

OFERTA Y DEMANDA

Año	Demanda Potencial	Oferta Actual	Demanda Insatisfecha	% Mercado "Mi Hijo y Yo"
1995	116,596	60,000	56,596	
1996	116,797	60,000	56,797	
1997	118,577	60,000	58,577	
1998	120,097	60,000	60,097	
1999	121,636	60,000	61,636	24%
2000	123,195	60,000	63,195	25%
2001	124,774	60,000	64,774	26%
2002	126,373	60,000	66,373	25%
2003	127,992	60,000	67,992	25%
2004	129,632	60,000	69,632	24%
2005	131,294	60,000	71,294	24%
2006	132,976	60,000	72,976	23%
2007	134,680	60,000	74,680	22%
2008	136,406	60,000	76,406	22%

Estimaciones a partir de 1999

CAPITULO IV

4.1 ESTUDIO TECNICO

En este capitulo se determinará el tamaño óptimo de la empresa, su localización, la ingeniería del proceso, la organización y el marco normativo.

4.1.1 Tamaño del proyecto.

El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año. Uno de los factores de mayor importancia para la determinación del tamaño del proyecto es la magnitud de la demanda potencial. En este caso el tamaño propuesto sólo puede aceptarse en caso de que la demanda sea superior a dicho tamaño. Si el tamaño propuesto fuera igual a la demanda no se recomendaría llevar a cabo la instalación, puesto que sería muy riesgoso. Cuando la demanda es superior al tamaño, este debe ser tal que solo se pretenda cubrir un bajo porcentaje de la demanda, siempre y cuando haya mercado libre.

Considerando lo anterior se ha determinado que el proyecto "MI HIJO Y YO" producirá mensualmente 15,000 revistas.

4.1.2 Localización del proyecto.

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital, desde el punto de vista privado, u obtener el mínimo costo unitario, desde el punto de vista social.

Los factores determinantes para la localización óptima del proyecto son :

- Disponibilidad de materia prima
- Disponibilidad de mano de obra.
- Cercanía al mercado consumidor.
- Costo de transportación de los insumos y productos.

Existen otros factores determinantes en la localización del proyecto, a saber :

- a) *Factores Geográficos* Relacionados con las condiciones naturales, las comunicaciones (carreteras, vías férreas, rutas aéreas, etc.)
- b) *Factores Institucionales*. Que son los relacionados con los planes y las estrategias de desarrollo y descentralización industrial.
- c) *Factores Sociales*. Los relacionados con la adaptación del proyecto al ambiente y la comunidad, es decir, disponibilidad de escuelas, hospitales, centros recreativos, etc.
- d) *Factores Económicos*. Tales como los costos de los suministros e insumos en esa localidad (mano de obra, materias primas, agua, energía eléctrica, combustibles, infraestructura disponible, terrenos, cercanía de los mercados y las materias primas).

Los criterios utilizados para el proyecto " MI HIJO Y YO " son los siguientes .

4.1.3 Macrolocalización.

Aspectos Geográficos. Se eligió el área metropolitana por que según cifras del XI censo general de población y vivienda de 1990 es donde se localiza el mayor numero de mujeres que tienen menos de dos hijos, ya que del total de la población de mujeres de menos de 45 años y mas de 15 años el 25.6% cuenta con las características de nuestro mercado objetivo

Además en el área metropolitana se localiza toda la infraestructura para maquilar la revista, la delegación en donde estarán ubicadas las oficinas cuenta con una buena imagen y presentación.

Aspectos Institucionales. La revista para lograr buena calidad pretende estar en amplio contacto con universidades, hospitales de pediatría, hospitales de ginecología, especialistas, etc. con el fin de servir de comunicador para estos cuando ello lo requiera, como por ejemplo campañas de vacunación, para combatir enfermedades peligrosas, etc. y a cambio de difundir la información solicitaremos a cambio la participación de sus especialistas para que participen en nuestra revista y que exista un continuo intercambio de trabajo.

Aspectos Socioeconómicos. El área metropolitana es uno de los lugares que cuenta con el mayor numero de empleos y puede decirse que es uno de los que mayores zonas de clase media tiene, lo cual es esencial para establecer nuestro proyecto en este sitio pues en los últimos años la gente ha estado teniendo mas acceso a medios de comunicación como son la televisión, radio, periódicos y revistas entre otros, obteniendo en cierta forma un grado de cultura mejor lo que trae como consecuencia que los cuidados que por tradición se seguían vayan siendo sustituidos por cuidados mas científicos que son difundidos por medios de comunicación como las revistas, lo cual favorece nuestro objetivo de penetrar en el mercado de revistas para bebés.

Infraestructura. El área metropolitana cuenta con todos los servicios necesarios para operar una empresa de las características de la revista, pues, existen ubicadas varias editoriales, distribuidoras y con la gente idónea para que puedan escribir y editar la revista.

Como el Distrito Federal y su área metropolitana es la ciudad mas grande cuenta con una amplia gama de profesionistas para lograr buena calidad en la revista al existir varias universidades, centros de investigación, hospitales especializados, etc. lo cual a su vez hace que la mano de obra de abarate y sea menor la inversión en lo que respecta al personal que participe en la elaboración de la revista.

PLANO DE MACROLOCALIZACION

Distrito Federal



4.1.4 Microlocalización.

Criterios de selección utilizados. La ubicación de nuestra empresa se localizará en la delegación Cuauhtémoc, en la calle de Amsterdam 124, Col Hipódromo Condesa. sitio que cuenta con agradable presentación, lo cual es primordial para la imagen de la revista con los anunciantes.

Como necesitaremos de continuo contacto con diversas organizaciones es necesario que tenga buenas vías de comunicación por tierra, y la colonia cuenta con dos líneas del metro cerca (línea 1 y 8), varias rutas de colectivos y taxis, avenidas principales cercanas como Insurgentes, Circuito Interior, Av Chapultepec y Av Nuevo León.

Para un buen funcionamiento del personal que labore en la revista se necesita de creatividad por lo que la tranquilidad de la colonia es esencial para el buen desempeño de su personal

Además la colonia cuenta con dos parques cerca (Parque México y Parque España) para cuando sea necesario hacer entrevistas en lugares agradables al público

4.1.5 Equipo para la producción.

Para la elaboración de la revista se requiere de 5 computadoras, dos impresoras de color, dos impresoras Láser y paquetes de computo como son Windows, Corel Draw y Office.

El equipo de computo que se ha escogido permite una gran maniobrabilidad para el diseño de la revista y optimizar así los espacios.

4.1.6 Organización técnica y administrativa.

Dirección general. Esta dirección se encargara de observar que se lleven a cabo las tareas encomendadas a cada área.

Subdirección de producción. La dirección de producción coordinara a los departamentos de mercadotecnia, relaciones publicas, promoción y diseño de la empresa para un adecuado funcionamiento de la misma.

Subdirección de administración y contabilidad. Util para llevar el registro de todas las actividades financieras de la empresa.

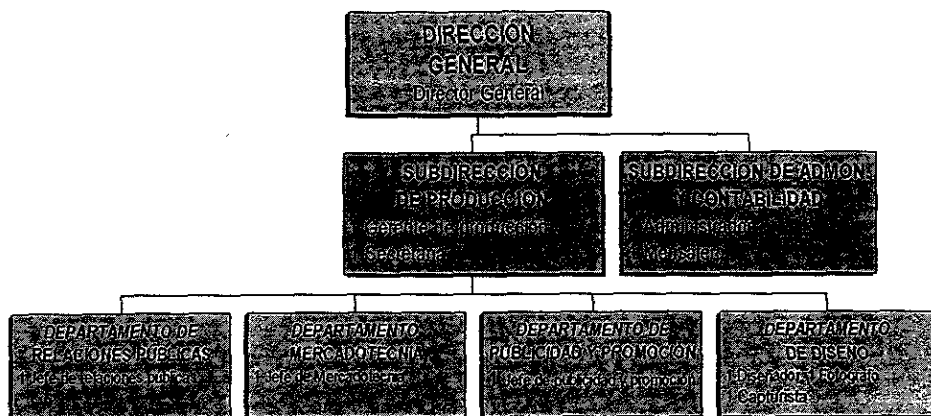
Departamento de mercadotecnia. Se encargara de realizar encuestas periódicas con el fin de detectar las necesidades de nuestro publico objetivo en lo que se refiere a la calidad y presentación de la revista y lograr la adecuada penetración en el mercado.

Departamento de relaciones publicas. Se encargara de localizar al personal capacitado y especializado para que escriba sus artículos en la revista y conserve buen nivel y buena calidad, por lo que estará en continuo contacto con universidades, asociaciones, clinicas y así mantener la calidad de la revista.

Departamento de promoción. Se encargara de promocionar la revista con las personas que estén en contacto con nuestro publico objetivo, como son lo pediatras, ginecólogos, especialistas, etc., y a través de ellos difundir nuestra revista. Contactaran a los anunciantes, para promover que se anuncien en la revista, colocándola en sitios especiales, como ferias, exposiciones, etc. y comercializar los espacios de la revista y la revista misma.

Departamento de diseño. Es el que le dará el toque final a la revista, al optimizar los espacios de la misma en lo que se refiere a comerciales y artículos de la revista.

ORGANIGRAMA GENERAL DE LA EMPRESA "MI HIJO Y YO"



4.2 ORGANIZACIÓN

4.2.1 Formación jurídica de la empresa.

En México se pueden constituir diversas sociedades mercantiles, pero hoy en día lo mas conveniente es constituir una sociedad anónima por lo que a continuación se describen los principales requisitos .

- Se integra por socios cuya obligación se limita al pago de sus acciones.
- Se requieren dos socios como mínimo y que cada uno de ellos suscriba al menos una acción
- El capital social será mayor a 50 mil pesos exhibidos íntegramente, con el 20% pagadera en numerario.
- Se puede constituir ante notario o por suscripción pública.
- Puede emitir acciones que sirven para acreditar, tiene prohibido emitir acciones con valor inferior a su valor nominal.

CAPITULO V

PRESUPUESTOS Y EVALUACIÓN ECONOMICA - FINANCIERA

5.1 Ingresos.

Debido a los resultados del estudio de mercado y el estudio técnico, se ha decidido que la revista debe producirse mensualmente con un tiraje inicial de 15,000 revistas, para lograrlo se necesita una jornada de 8 hrs. diarias en días hábiles durante 240 días al año.

En el primer año se espera operar con una capacidad aprovechada del 85%, lo cual equivale a producir 180,000 revistas, para el segundo año se espera incrementar la capacidad aprovechada al 90% con lo cual serán 190,588 revistas y del tercer año hasta el diez se espera incrementar la producción al 95% lo que equivale a producir 201,176 revistas al año.

Suponiendo que todo lo que se produce será vendido a un precio unitario de doce pesos se obtienen ingresos a precios constantes de \$ 2'160,000 durante el primer año, \$ 2'287,059 durante el segundo año y de \$ 2'414,118 durante los años restantes

PRESUPUESTO DE INGRESOS

Años	Capacidad Aprovechada	Producción Revistas	Precio Venta \$	Ingresos por venta \$
1	85%	180,000	12	2,160,000
2	90%	190,588	12	2,287,059
3	95%	201,176	12	2,414,118
4	95%	201,176	12	2,414,118
5 - 10	95%	201,176	12	2,414,118

5.2 Costos variables de producción

Para el diseño de la revista se utilizarán los siguientes paquetes de computación: Windows, Corel Draw y Office.

Para el esqueleto de la revista se requiere que este sea de 32 páginas de tamaño carta de 21.5 cm. por 28.5cm. impreso a cuatro tintas, de papel cuche de 80grs. para el interior y papel cuche de 135 grs. para las portadas, cocido a 2 grapas.

Se evaluó el servicio de una editorial y de una distribuidora que se encargara de imprimir y distribuir la revista, con lo cual se elaboró el presupuesto de costos variables a precios constantes.

El costo de materia prima resulta del precio que cobra la editorial al imprimir el esqueleto mecánico de la revista que es de dos pesos con quince centavos por revista más IVA, la editorial seleccionada es "LA PRENSA" por ofrecernos el precio más competitivo y teniendo en cuenta que entregan el material en el área metropolitana en un plazo de 12 a 15 días hábiles.

En lo que se refiere a la distribuidora, la que nos ofreció el mejor costo fue INTERMEX que nos cobra 40% sobre el precio de portada

Esto nos da un costo unitario de materia prima de siete pesos con veintisiete centavos; lo que equivale a un costo variable de \$ 1'309,050 para el primer año, \$ 1'386,053 para el segundo año y de \$ 1'463,056 para el tercer año hasta el final de vida del proyecto.

COSTOS VARIABLES DE PRODUCCION

Años	Producción	Costo materia prima \$	Costo Variable \$
1	180,000	7.27	1,309,050
2	190,588	7.27	1,386,053
3	201,176	7.27	1,463,056
4	201,176	7.27	1,463,056
5 - 10	201,176	7.27	1,463,056

5.3 Costos fijos de producción.

En costos fijos consideramos los siguientes rubros:

Dentro del rubro de mano de obra directa, consideramos a aquellas personas que se encargarán de llevar a cabo la elaboración del original mecánico de la revista, y posteriormente realizarán la promoción, publicidad y elaboración de las estrategias de venta de la misma revista.

Por otra parte, tenemos mano de obra indirecta donde se consideran a aquellas personas que no participan directamente en la elaboración de la revista, pero que a pesar de ello se requiere su colaboración ya sea para autorizar el original mecánico y corregirlo.

Mano de Obra Directa.

De acuerdo a la organización establecida para el proyecto se requiere contar con una persona encargada de la mercadotecnia, una de relaciones públicas y uno de publicidad y promoción con un salario mensual de \$ 4,500 mensuales, además de un diseñador con sueldo de \$ 3,500 mensuales y un fotógrafo y un capturista con un mil doscientos y un mil cien pesos mensuales respectivamente, todos ellos con un mes de gratificación anual.

Mano de Obra Indirecta.

En este rubro tenemos la participación de un gerente de producción con un sueldo de \$ 4,000 al mes y una secretaria con salario de \$ 1,100 al mes, ambos con un mes de gratificación anual.

Otros Costos.

El consumo de energía eléctrica estimado será de \$ 500 al mes.

Se harán los pagos patronales del SAR bimestralmente del 7%, lo cual nos da un total de \$ 714.

La renta del local será de \$ 5,000 al mes.

El pago del 1% sobre nómina asciende a \$244 mensuales.

El pago por seguro de oficina tiene un monto de \$ 3,500 anual.

Dentro de otros gastos para imprevistos se calcula \$ 194 mensuales.

PRESUPUESTO DE COSTOS FIJOS

Concepto	Mes \$	Año \$
MANO DE OBRA DIRECTA		
- 1 Jefe de mercadotecnia	4,500	58,500
- 1 Jefe de relaciones públicas	4,500	58,500
- 1 Jefe de publicidad y promoción	4,500	58,500
- 1 Diseñador	3,500	45,500
- 1 Fotografo	1,200	15,600
- 1 Capturista	1,100	14,300
Total mano de obra directa	19,300	250,900
MANO DE OBRA INDIRECTA		
- 1 Gerente de producción.	4,000	52,000
- 1 Secretaria	1,100	14,300
Total mano de obra indirecta	5,100	66,300
OTROS COSTOS		
- Energia electrica	500	6,000
- Renta oficinas	5,000	60,000
- SAR (7%)	714	8,568
- Impuesto sobre nomina (1%)	244	2,928
- Seguros de oficina		3,500
- Imprevistos (3%)	194	2,325
Total otros costos	6,652	83,321
TOTAL	31,052	400,521

5.4 Gastos de administración y venta.

Sueldos.

De acuerdo con el organigrama de la empresa se requiere de un director general de la empresa que ganará \$ 7,000 al mes más un mes de gratificación al año. Además, se requiere de un administrador con un sueldo de \$ 3,500 al mes más un mes de gratificación al año y un mensajero que tiene un salario de \$ 800 mensuales más un mes de gratificación anual

Gastos generales.

En este punto incluimos los gastos de papelería que ascienden a \$ 1,000 al mes, teléfono por \$ 1,000 al mes, SAR \$ 151 mensual, el 1% de impuesto sobre nomina que nos da un monto mensual de \$ 113 y los imprevistos del 3% de los conceptos anteriores con un monto de \$ 407 al mes.

El resultado del presupuesto de administración y ventas nos da un total de \$ 13,970 mensuales y de \$ 178,945 al año.

GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTA

Concepto	Mes \$	Año \$
SUELDO		
- 1 Director general	7,000	91,000
- 1 Administrador	3,500	45,500
- 1 Mensajero	800	10,400
Total sueldos	11,300	146,900
GASTOS GENERALES		
- Papelería	1,000	12,000
- Telefono	1,000	12,000
- Impuesto sobre nomina	113	1,356
- SAR (7%)	151	1,806
- Imprevistos (3%)	407	4,883
Total gastos generales	2,670	32,045
TOTAL	13,970	178,945

5.5 Presupuesto de inversión.

En este rengión se consideran todos aquellos recursos que son indispensables para la constitución e instalación de las oficinas de nuestra empresa y que constituye el capital fijo; la inversión diferida o activo diferido, y los recursos necesarios para que se realicen las funciones de producción y venta, a los que se conoce generalmente como capital de trabajo o inversión circulante

Inversión Fija.

La función del activo fijo es el de facilitar la obtención fija de un producto. Se encuentran sujetos a depreciación y su recuperación es a largo plazo.

Para el proyecto se requiere la inversión de \$ 91,000 por concepto de inversión fija, la cual se compone de equipo de oficina, computadoras, impresoras, paquetería de computación y accesorios para el mismo.

Inversión Diferida.

En los proyectos de inversión se realizan otras inversiones en bienes y servicios intangibles que son indispensables para la iniciación del proyecto, pero que no intervienen directamente en la producción. Estos activos están sujetos a amortización y su recuperación es a largo plazo.

Los rublos que consideramos en estos activos son:

- ⇒ Elaboración de estudios de preinversión y el proyecto formal de inversión, pagados a una consultoría o profesionales en este tipo de estudios.

- ⇒ Los pagos hechos al personal permanente, contratado con anticipación para su instrucción y capacitación y los gastos de escrituración indispensables para la formación de la empresa.

Para el proyecto se ha considerado un presupuesto de gastos diferidos por \$ 11,000.

PRESUPUESTO DE INVERSION

Concepto	Monto	\$
INVERSION FIJA		
- Equipo de oficina	12,000	
- 4 Computadoras	60,000	
- 2 Impresoras color	7,500	
- 2 Impresoras laser	8,000	
- Paqueteria equipo de computo	3,000	
- Accesorios equipo computo	500	
Total inversión fija		91,000
INVERSION CIRCULANTE		
- Inventario	60,000	
Total inversión circulante		60,000
INVERSION DIFERIDA		
- Estudios y proyectos	2,000	
- Constitución de la empresa	8,000	
- Capacitación personal	1,000	
Total inversión diferida		11,000
INVERSION TOTAL		162,000

5.6 Depreciación y amortización.

El término depreciación solo se aplica al activo fijo, ya que con el uso, en el tiempo estos bienes valen menos; en cambio la amortización solo se aplica a los activos diferidos o intangibles

La depreciación y amortización debe basarse en las tasas que establece la ley del impuesto sobre la renta.

Para este proyecto, la depreciación para los primeros cinco años es de \$16,900 y a partir del sexto año en adelante baja a \$1,800 debido a la rapidez con que se deprecia el equipo de computo

DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

Concepto	Valor inicial	Tasa	Monto \$
4 Computadoras	60,000	20%	12,000
2 Impresoras color	7,500	20%	1,500
2 Impresoras laser	8,000	20%	1,600
Equipo de oficina	12,000	10%	1,200
Estudios y proyectos	3,000	5%	150
Constitución de la empresa	8,000	5%	400
Capacitación personal	1,000	5%	50
Total	99,500		16,900

5.7 Valor de rescate

Debido a que nuestro equipo de computo se deprecian a una tasa 20%, y nuestro equipo de oficina al 10% anual y se toma como periodo los diez años del vida del proyecto encontramos que no contamos con valor de rescate. En lo referente a la constitución de la empresa, las amortizaciones equivalen a \$ 4,000; mientras que la capacitación asciende a \$ 500 y los estudios y proyectos tienen un monto de \$ 1,500; con lo cual tenemos finalmente un valor de rescate total de \$ 6,000

VALOR DE RESCATE

Concepto	Valor de Rescate
4 Computadoras	0
2 Impresoras color	0
2 Impresoras laser	0
Equipo de oficina	0
Estudios y proyectos	1,500
Constitución de la empresa	4,000
Capacitación personal	500
Total	\$ 6,000

5.8 Punto de equilibrio

Por lo que respecta al punto de equilibrio, tenemos que utilizando la formula de costos totales fijos entre el precio unitario menos los costos variables unitarios obteniendo los siguientes resultados.

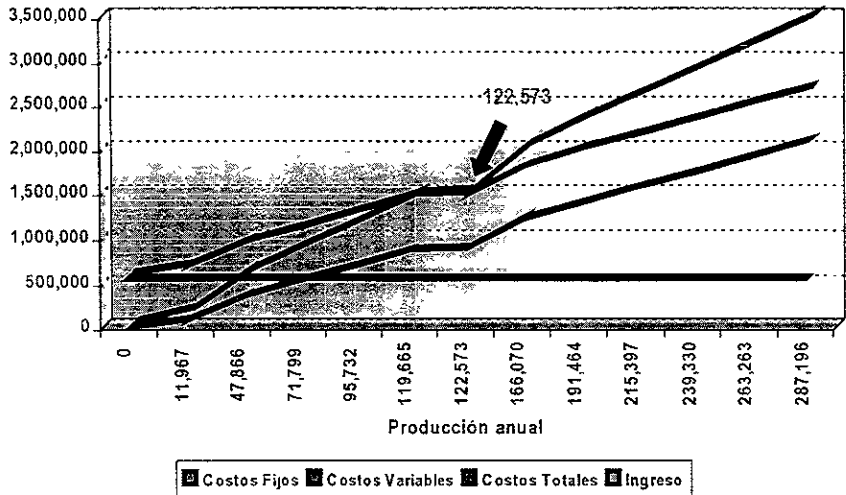
Nuestros costos fijos equivalen a \$ 400,521, los gastos de administración y venta equivalen a \$ 178,945, teniendo un costo fijo total de \$ 579,466, un precio de venta unitario igual a \$12, costo variable unitario es igual a \$ 7.27.

De lo anterior podemos observar que, si tenemos una producción anual de 180,000 revistas, nuestro punto de equilibrio se ubicara en 122,573 revistas, equivalente a la producción de 10,214 revistas mensuales

PUNTO DE EQUILIBRIO

Concepto	\$
Costos fijos	400,521
Gastos de administración y venta	178,945
Costos fijos Totales	579,466
Precio de venta unitario	12
Costo variable unitario	7.27
Punto de equilibrio	122,573
Producción mensual	10,214
Ganancias	802,661

PUNTO DE EQUILIBRIO



5.9 Estado de resultados proforma 1993 - 2002

Dado que ya se tienen los presupuestos de ingresos, costos y gastos se procede a elaborar el Estado de resultados proforma para un periodo de diez años y con esta información calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son en forma general el beneficio de la empresa.

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA

Concepto	Año									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ventas	2,160,000	2,287,059	2,414,118	2,414,118	2,414,118	2,414,118	2,414,118	2,414,118	2,414,118	2,414,118
Costos variables	1,309,050	1,386,053	1,463,056	1,463,056	1,463,056	1,463,056	1,463,056	1,463,056	1,463,056	1,463,056
Contribución marginal	850,950	901,006	951,062	951,062	951,062	951,062	951,062	951,062	951,062	951,062
Costos fijos	400,521	400,521	400,521	400,521	400,521	400,521	400,521	400,521	400,521	400,521
Gastos de admón y venta	178,945	178,945	178,945	178,945	178,945	178,945	178,945	178,945	178,945	178,945
Utilidad de operación	271,484	321,540	371,596	371,596	371,596	371,596	371,596	371,596	371,596	371,596
Deprec y amortiz	16,900	16,900	16,900	16,900	16,900	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800
Ut antes de impuestos	254,584	304,640	354,696	354,696	354,696	369,796	369,796	369,796	369,796	369,796
Utilidad acumulada	254,584	559,224	913,920	1,268,616	1,623,312	1,993,109	2,362,905	2,732,701	3,102,497	3,472,293
(SR , PTU (44%)	112,017	134,042	156,066	156,066	156,066	162,710	162,710	162,710	162,710	162,710
Utilidad neta	142,567	170,598	198,630	198,630	198,630	207,086	207,086	207,086	207,086	207,086

5.10 Flujo de caja

Para el análisis del proyecto se elaboró un flujo de caja desde el punto de vista económico, por lo cual tomamos en consideración en Orígenes, la utilidad neta anual, depreciación y amortización (anual) de nuestros activos fijos y diferidos; así como un valor de rescate (equivalente a \$6,000).

En aplicaciones se incluyeron la inversión fija y diferida, las cuales se registran en el primer año de operación.

Con la información anterior se procedió a realizar la operación contable de Orígenes menos Aplicaciones para obtener el Flujo Neto de Efectivo a Descantar.

FLUJO DE CAJA

Concepto	Año										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ORIGENES											
Utilidad neta	0	142,587	170,598	198,630	198,630	198,630	207,086	207,086	207,086	207,086	207,086
Depreciación y amortización	0	16,900	16,900	16,900	16,900	16,900	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800
Valor de rescate	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6,000
Total de orígenes	0	159,487	187,498	215,530	215,530	215,530	208,886	208,886	208,886	208,886	214,886
APLICACIONES											
Inversión fija	91,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversión circulante	60,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversión diferida	11,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total aplicaciones	162,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FLUJO NETO DE EFECTIVO	-62,513	159,487	187,498	215,530	215,530	215,530	208,886	208,886	208,886	208,886	214,886

5.11 Tasa de rendimiento mínima aceptable (TREMA).

Para calcular la trema se tomo en consideración la tasa de interés promedio de los Cetes a 28 días durante 1998 que es de 35%; posteriormente evaluamos cual era la tasa real nominal y después se le aplico el efecto inflación, utilizando la inflación acumulada a diciembre de 1998 de 18.61%; más el premio por el riesgo de acuerdo al giro de la revista que consideramos de 10 puntos, obteniendo finalmente una TREMA igual a:

TREMA 29.09%

5.12 Valor presente neto.

El valor presente neto del proyecto, equivale a la diferencia entre todas las entradas y salidas de efectivo que se proyecta se realizarán durante toda la vida del proyecto, una vez que se ha calculado la trema se procede a hacer la operación obteniendo un resultado positivo por lo que el proyecto se acepta desde el punto de vista de este indicador

VALOR PRESENTE NETO

Año	FNED	Factor descuento	Valor Presente
0	(162,000)	100.00%	(162,000)
1	159,467	77.47%	123,531
2	187,498	60.01%	112,515
3	215,530	46.49%	100,190
4	215,530	36.01%	77,612
5	215,530	27.90%	60,122
6	208,886	21.61%	45,138
7	208,886	16.74%	34,966
8	208,886	12.97%	27,087
9	208,886	10.05%	20,983
10	214,886	7.78%	16,721
Valor presente neto			456,866

ESTA TESIS NO DEBE SALIR DE LA BIBLIOTECA

5.13 Tasa interna de retorno (TIR).

La TIR es la tasa de actualización a la cual el valor presente neto es igual a cero. La TIR del proyecto calculada es de 110.40%, es decir que la revista " MI HIJO Y YO " tendrá una ganancia real de 110 40% después de haber recuperado la inversión total, y como la TIR es mayor que la TREMA se concluye que el proyecto es rentable.

Tasa interna de retorno (TIR)	110.40%
--------------------------------------	----------------

5.14 Periodo de recuperación de la inversión.

El Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) se define como el tiempo necesario para recuperar la inversión original mediante las utilidades obtenidas por el proyecto o flujos netos de efectivo.

Se puede calcular con base en la siguiente formula:

$$\frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \dots + \frac{FNE_t}{(1+i)^t} = K$$

Donde

- FNE = Flujo Neto de Efectivo
- K = Monto de la inversión original
- t = Tiempo para recuperar la inversión

Como se observa en cuadro anexo la inversión se recupera en el segundo año de operación.

PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION

Año	Valor Presente	Valor Presente Acumulado
0	162,000	(162,000)
1	123,531	(38,469)
2	112,515	74,046
3	100,190	174,236
4	77,612	251,849
5	60,122	311,971
6	45,138	357,109
7	34,966	392,075
8	27,087	419,162
9	20,983	440,145
10	16,721	456,866

5.15 Análisis Financiero y Sensibilidad del proyecto.

Los resultados finales del proyectos se presentan en el cuadro siguiente, observando que la producción para no incurrir en pérdidas es de 122,573 revistas anuales, el Valor Presente Neto es positivo, la TIR es mayor que la TREMA y la inversión se recupera en el segundo año, por lo que es proyecto es rentable.

ANALISIS FINANCIERO

Concepto	Resultado
Punto de equilibrio	122,573
Tasa de costo de capital o trema	29.09%
Valor presente neto	456,866
Trema	29.09%
Tasa interna de retorno	110.40%
Periodo de recuperación de la inversión	Segundo año

A continuación se presentan diferentes análisis financieros con incrementos del 10% en la materia prima, en el precio de venta, en la disminución de la producción e incremento de la producción, observando que el proyecto no presenta ningún problema en la evaluación financiera.

ANALISIS FINANCIERO
SENSIBILIDAD A UN INCREMENTO DE LA MATERIA PRIMA DEL 10%

Concepto	Resultado
Punto de equilibrio	144,857
Tasa de costo de capital o trema	29.09%
Valor presente neto	206,408
Trema	29.09%
Tasa interna de retorno	66.48%
Periodo de recuperación de la inversión	Tercer año

ANALISIS FINANCIERO
SENSIBILIDAD A DISMINUCION DEL PRECIO DE VENTA DEL 10%

Concepto	Resultado
Punto de equilibrio	144,595
Tasa de costo de capital o trema	29.09%
Valor presente neto	214,904
Trema	29.09%
Tasa interna de retorno	69.30%
Periodo de recuperacion de la inversión	Tercer año

ANALISIS FINANCIERO
SENSIBILIDAD A DISMINUCION DE LA PRODUCCION DEL 10%

Concepto	Resultado
Punto de equilibrio	122,573
Tasa de costo de capital o trema	29.09%
Valor presente neto	300,055
Trema	29.09%
Tasa interna de retorno	84.76%
Periodo de recuperación de la inversión	Tercer año

ANALISIS FINANCIERO
SENSIBILIDAD A INCREMENTO DE LA PRODUCCION DEL 10%

Concepto	Resultado
Punto de equilibrio	122,573
Tasa de costo de capital o trema	29.09%
Valor presente neto	613,677
Trema	29.09%
Tasa interna de retorno	134.37%
Periodo de recuperación de la inversión	Segundo año

CAPITULO VI

CONCLUSIONES

Con los resultados obtenidos en el presente trabajo se puede concluir lo siguiente

- ⇒ En el área metropolitana de la Ciudad de México existen solo tres revistas de este tipo, y el conocimiento de ellas es muy poco, ya que según cifras del estudio de mercado del total de la muestra solo el 30% conoce alguna de ellas.
- ⇒ Las revistas existentes en el mercado no satisfacen al público debido a que presentan un bajo tiraje, o son muy repetitivas razones por las que no las conoce el público o no las compra.
- ⇒ Del total de la muestra, el 41% estaría dispuesto a adquirir una nueva revista de bebés como la presentada en el estudio de mercado.
- ⇒ Se producirán mensualmente 15 mil revistas, o sea una producción anual de 180,000 revistas en el primer año.
- ⇒ Debido al giro de la empresa, esta laborará 240 días hábiles al año en horarios de oficina.
- ⇒ La empresa se localizará en Amsterdam 124, Col Hipódromo Condesa, Delegación Cuauhtemoc, D.F., por ser el área metropolitana la que cuenta con todo lo necesario para la producción de la revista.
- ⇒ Para la instalación de la empresa se requiere de \$ 162,000 por concepto de inversión fija, circulante y diferida.
- ⇒ El precio de venta de la revista en el mercado será de doce pesos.
- ⇒ El costo total de la materia prima es de siete pesos con veintisiete centavos por revista.

- ⇒ Los gastos de administración y venta para el proyecto ascienden a \$ 178,945.
- ⇒ Anualmente se requieren de \$ 400, 521 para cubrir los costos fijos.
- ⇒ Para que el proyecto alcance su punto de equilibrio necesita producir 122,573 revistas al año o sea 10,214 revistas mensuales.
- ⇒ La tasa de rendimiento mínima aceptable es de 29.09%.
- ⇒ El valor presente neto del proyecto, donde observamos las entradas y salidas de efectivo resulto positivo por lo que se acepta el proyecto desde el punto de vista de este indicador.
- ⇒ La tasa interna de retomo es de 110.40% por lo que se acepta el proyecto de inversión.
- ⇒ El periodo de recuperación de la inversión es de dos años, por lo que el proyecto se acepta
- ⇒ Dadas las cifras anteriores y observando el número de empleos que generará, 11 en total, se recomienda llevar adelante el proyecto.

BIBLIOGRAFIA

Baca Urbina, G.

Evaluación de Proyectos.

Editorial Mc Graw Hill

Ernesto R. Fontaine

Evaluación Social de Proyectos

Ediciones Universidad Católica

Instituto de Economía Pontificia Universidad Católica de Chile

Coss Bu, Raúl

Análisis y evaluación de proyectos de inversión.

Editorial Limusa

Infante Villarreal, Arturo.

Evaluación Financiera de proyectos de inversión.

Editorial Norma.

ILPES

Guía para la presentación de proyectos.

Editorial Siglo XXI

Centro de Desarrollo de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos.

Análisis empresarial de proyectos industriales en países en desarrollo

Manual de evaluación con metodología y estudio de casos.

Editorial Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos.

NAFINSA

Guía para la formulación y evaluación de proyectos de inversión

Nafinsa.

NAFINSA - OEA

Diplomado en el ciclo de vida de los Proyectos de inversión

Nafinsa.