

5



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
CUAUTITLAN

293966

"FINANZAS CORPORATIVAS"

"EVALUACION DEL PROYECTO DE INVERSION PARA LA MODERNIZACION DE UN RESTAURANTE"

TRABAJO DE SEMINARIO
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADA EN CONTADURIA
P R E S E N T A :
J U A N A A L M A N Z A S I L V A

ASESOR: C.P. RAMON HERNANDEZ VARGAS



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

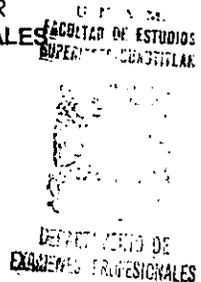
DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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.



FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLAN
 UNIDAD DE LA ADMINISTRACION ESCOLAR
 DEPARTAMENTO DE EXAMENES PROFESIONALES



DR. JUAN ANTONIO MONTARAZ CRESPO
 DIRECTOR DE LA FES CUAUTITLAN
 P R E S E N T E

ATN: Q. Ma. del Carmen García Mijares
 Jefe del Departamento de Exámenes
 Profesionales de la FES Cuautitlán

Con base en el art. 51 del Reglamento de Exámenes Profesionales de la FES-Cuautitlán, nos permitimos comunicar a usted que revisamos el Trabajo de Seminario:
Finanzas Corporativas. Evaluación del Proyecto de Inversión
para la Modernización de un Restaurantel.

que presenta la pasante: Juana Almanza Silva
 con número de cuenta: 08857550-6 para obtener el título de
 Licenciada en Contaduría.

Considerando que dicho trabajo reúne los requisitos necesarios para ser discutido en el EXÁMEN PROFESIONAL correspondiente, otorgamos nuestro VISTO BUENO

ATENTAMENTE
 "POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"
 Cuautitlán Izcalli, Méx. a 28 de Febrero de 2001

MODULO	PROFESOR	FIRMA
II	C.P. Ramón Hernández Vargas	
III	C.P. Jorge López Marín	
I	C.P. Rafael Mejía Rodríguez	

AGRADECIMIENTOS.

A Dios.

Por cada día de vida que me brinda
así como la vivencia que de ello
concibo.

A mis padres.

A los que con el amor y la admiración
que siempre mantengo por ellos la
firme idea de superación, he podido
concluir una meta mas en la vida.

A mi esposo.

Por el amor y la confianza
incondicional que me brinda.

A Jeanne Renée y Luis Saúl

Que mantienen mi lucha de
superación y la ilusión por
la vida.

AGRADECIMIENTOS

A la UNAM.

A todo el personal que la integran y en especial a los que laboran en la FES-Cuautitlán, porque cada uno de ellos contribuyen a la formación de los Profesionales que; lo gran una visión diferente de nuestro País.

A todos los Profesores. (De kinder hasta profesional).

Que han contribuido a mi formación por la gran entereza que muestran al alumnado, al gran empeño que día con día desempeñan por mejorar la formación profesional y el reto que cada uno de ellos forman en cada uno de nosotros.

A mi Profesor asesor.

Por su gran profesionalismo y empeño que siempre ha mostrado para con cada uno de nosotros.

OBJETIVOS

Objetivo General.

- Evaluar un proyecto de inversión, que me permita conocer la viabilidad y riesgos que se pueden representar para el negocio la ampliación de sus instalaciones.

Objetivos Particulares

- Determinar el monto de los recursos económicos necesarios para la modernización de las instalaciones de que se requieran.
- Establecer los beneficios que la inversión puede generar al negocio.
- Definir el tiempo de recuperación de la inversión.
- Apremiar que tan rentable es el negocio.
- Conocer el punto de equilibrio del negocio.
- Saber los riesgos que representa la inversión para el negocio.
- Obtener mi titulación como prioridad.
- Aportar este trabajo del seminario a las futuras generaciones.

INTRODUCCIÓN.

En la actualidad los negocios continuamente enfrenten problemas de cómo asignar sus recursos de manera más eficiente para obtener los mejores beneficios. A pesar de esto, los propietarios toman decisiones respecto a inversiones con base a situaciones intuitivas, y criterios de inversión con fundamentos erróneos los cuales llevan a respuestas incorrectas en gran porcentaje de estas decisiones. Estas por lo general, involucran grandes cantidades de efectivo, por lo tanto un mal juicio lo que puede colocar al negocio en una situación de riesgo en cuanto su situación financiera y de ganancias o utilidades.

Por lo tanto para que un negocio tenga éxito al realizar proyectos de inversión, es necesaria la fijación de objetivos, estrategias, cursos de acción a seguir, así como el establecimiento de las secuencias de actividades en forma cronológica y cuantitativa en tiempo y dinero. Lo anterior se logra realizando un adecuado análisis financiero y de inversión de recursos, lo que aunado al sentido común, la experiencia y la sensibilidad que se posee para asimilar y proyectar el entorno, traerá consigo la obtención de los mejores resultados.

El presente trabajo comprende cinco capítulos, el primero denominado generalidades tiene por objetivo proporcionar conceptos básicos de la administración, las finanzas y la economía, así como las diversas consideraciones del negocio de los restaurantes. El segundo capítulo tratare la planeación financiera a largo plazo teniendo como finalidad el estudio de la

evaluación y proyección del futuro económico/financiero, las fases de proyecto de inversión. Así como la evaluación, clasificación y tipos de proyectos.

La evaluación de proyecto de inversión, la considero en el tercer capítulo cuya finalidad es el estudio de los factores, tanto internas como externas que influyen en los planes estratégicos y financieros; obteniéndose así los elementos cuantitativos y cualitativos y necesarios para determinar los recursos necesarios para seguir; en el caso del proyecto de inversión.

“El modelo costo, volumen y utilidad, lo abordo en el cuarto capítulo el cual tiene como finalidad de conocer aquellos conceptos que debemos considerar para definir el momento económico en que la empresa o negocio no genera ni pérdida ni ganancia. Mediante su análisis la dirección de la empresa puede tomar las decisiones más eficaces, ya que este sistema de equilibrio nos permita determinar las recuperaciones de cualquier tipo, como cambios de volumen, cambios de costos variables y fijos, incrementos de costos, cambios en precios unitarios de ventas, etc.

Puede asegurar que todas las acciones o decisiones que se tomen en el negocio afectan ya sea a los precios, al volumen, a los costos y gastos o a las utilidades en forma directa o combinada. Por ello la importancia de considerarlo para nuestro estudio del proyecto.

El caso práctico se desarrolla en el capítulo cinco exponiendo los detalles más significantes, para en el estudio del un proyecto de inversión aplicando lo concretamente a la ampliación de un restaurante.

Objetivos.		IV
Introducción.		V
Capítulo 1	Generalidades	
1.1.	Concepto general	
1.1.2.	Contabilidad	11
1.1.3.	Finanzas	11
1.1.4.	Economía	12
1.2.	Empresas	13
1.3.	Negocio	13
1.3.1.	El negocio de los restaurantes	14
1.3.1.1.	Tipos de restaurantes	14
1.3.1.2.	Ubicación e instalaciones	15
1.3.1.3.	Publicidad y promoción	16
Capítulo 2	Planeación Financiera a Largo Plazo	
2.1.	Planeación financiera	21
2.1.1.	Planeación de efectivo	21
2.1.2.	Planeación de utilidades	23
2.1.3.	Planeación financiera a largo plazo	23
2.2.	Proyecto de inversión	24
2.2.1.	Fases del desarrollo de proyecto de inversión	28
2.2.2.	Evaluación de proyectos	29
2.2.3.	Clasificación de proyectos	30
2.2.3.1	No rentables	31
2.2.3.2	No medibles	31
2.2.3.3	De expansión	

Indice

2.2.4	Tipos de proyectos	32
2.2.4.1.	Independientes	32
2.2.4.2.	Mutuamente excluyentes	32
Capítulo 3	Elaboración de Presupuestos y Métodos de Evaluación de Proyectos via Flujo de Efectivo	
3.1.	Ayuda de los Presupuestos	34
3.1.2.	Presupuesto maestro	35
3.1.3.	Presupuesto de capital	35
3.2.	Métodos de evaluación de proyectos vía flujo de efectivo	37
3.2.1.	Técnicas no elaboradas	37
3.2.1.1.	Periodo de recuperación de la inversión	38
3.2.1.2.	Tasa de rentabilidad promedio	38
3.2.2.	Técnicas elaboradas	39
3.2.2.1.	Método del valor equivalente	39
3.2.2.2.	Método del valor presente	39
3.2.2.3.	Método de la tasa interna de rendimiento	39
Capítulo 4	Costo, Volumen y Utilidad	
4.1.	Punto de Equilibrio	42
4.1.1.	Costos fijos	44
4.1.2.	Costos variables	44
4.1.3.	Gráfica del punto de equilibrio con elementos detallados de los costos fijos y variables.	45

Índice

4.1.4. Sensibilidad Venta-Costos	46
Capítulo 5 Caso práctico	
5.1. Desarrollo del caso	49
Conclusiones.	91
Bibliografías.	92

Capítulo 1

Generalidades

1.1.2. Contabilidad.

Técnica que se utiliza para producir sistemática y estructuralmente información cuantitativa, expresada en unidades monetarias, de las transacciones que realiza una entidad económica y de ciertos eventos económicos identificables que la afectan, con objeto de facilitar a los interesados la toma de decisiones en relación con dicha entidad económica.

Para muchos la función financiera y contable dentro de un negocio es virtualmente la misma. Aunque hay una relación estrecha entre estas funciones, de la misma manera que hay una relación estrecha entre las finanzas y la economía, la función contable debe considerarse como un insumo necesario de la función financiera, es decir, como una subfunción de las finanzas. Este enfoque concuerda con la organización tradicional de una empresa en tres campos básicos, finanzas, administración y comercialización. La función contable se considera normalmente comprendida dentro del campo de influencia del vice-presidente financiero.

1.1.3. Finanzas.

La condición real y la importancia de la función financiera dependen en gran parte del tamaño del negocio. Inicialmente la función financiera puede ocuparse solamente de las funciones de crédito, es decir, evaluar, seleccionar y mantenerse al corriente de los clientes a quienes se haya concedido crédito. A medida que crece la organización, se presta atención a la evaluación de la

Posición financiera de la empresa y a la adquisición de financiamiento a corto plazo.

La función financiera es necesaria para que la firma pueda operar en gran escala. Puede asignarse al departamento de contabilidad o a un departamento financiero separado, pero debe existir en alguna forma para proporcionar las técnicas y experiencia necesarias que hagan posible a la empresa obtener el máximo de utilidades dada la escala de sus operaciones.

1.1.4. Economía.

La importancia de la economía en el desarrollo del ambiente o entorno financiero y la teoría financiera puede describirse mejor a la luz de los dos amplios campos de la economía: la macroeconomía se ocupa de la totalidad del ambiente institucional e internacional en el que debe operar una empresa, en tanto que la microeconomía determina las estrategias óptimas de operación de empresas e individuos.

Es necesario el conocimiento de la economía para entender tanto el entorno financiero como la teoría de las decisiones, que son la razón fundamental de la administración financiera contemporánea. La macroeconomía proporciona al administrador financiero una mejor comprensión de las políticas del gobierno e instituciones privadas con las que se controla la actividad económica. Operando dentro de las "reglas del juego" establecidas por estas instituciones, el administrador financiero se apoya en la teoría microeconómica para operar la empresa, maximizar las utilidades y desarrollar un juego que a la larga triunfe.

1.2. Empresa.

Acto o actos encaminados a satisfacer las necesidades humanas de carácter social, económico lucrativo o no lucrativo y de carácter público o privado.

El Código Fiscal de nuestro país define como actividad empresarial, las encaminadas al comercio, industrial, agricultura, ganadería, pesca y silvicultura.

El mismo código define a una empresa como la persona física o moral que realice las actividades antes descritas y un establecimiento como el lugar de negociar en donde se desarrollen actividades empresariales.

Toda empresa guarda un lugar en el entorno económico-financiero en donde opera, para eso se consideran dos aspectos, el cualitativo (calidad de la empresa en su proceso administrativo y su recurso humano) y el cuantitativo (compuesto por los llamados Estados Financieros).

1.2. Negocio.

Lugar, persona física o moral que se dedica a una actividad empresarial con fines lucrativos (hacer u obtener utilidades).

Un negocio de propietario individual es una organización, propiedad de una persona que la opera en beneficio propio. Normalmente el negocio de propietario individual es una empresa pequeña tal como una tienda de abarrotes de barrio, un taller de reparación de automotores o un taller de reparación de calzado. Normalmente, el propietario con algunos empleados opera la organización. Casi siempre deriva todo su capital de recursos personales o por préstamos y es responsable de todas las decisiones.

1.3.1. El negocio de los restaurantes

El negocio de restaurantes: donde se cocinan grandes utilidades. Más y más emprendedores se están viendo convencidos por el negocio de los restaurantes.

Desde que en el siglo XVIII parisino vendía sus sopas como un restaurante mágico, la industria de la comida ha crecido considerablemente. La gente no inicia ya los restaurantes como pasatiempos, entran en el negocio porque desean ser sus propios jefes y para proporcionar a la gente una única y placentera experiencia en la comida. El tener éxito en un restaurante es más que un sueño, necesita de la combinación de creatividad, conocimiento del negocio, empuje y mucho trabajo.

Cuando se tiene un restaurante, su función es servir comida al comensal. Para que pueda obtener utilidades, es necesario que se sirva buena comida, que el comensal esté dispuesto a comer una y otra vez tener un excelente servicio.

1.3.1.1. Tipos de restaurantes.

El mercado potencial dependerá mucho del tipo de restaurante del que se trate y el menú que se ofrece.

Típicamente va a encontrarse con cinco clases de restaurantes:

- >Restaurante gourmet o de lujo.
- >Restaurante de distinción o calidad.
- >Restaurante comercial.
- >Restaurante de comida rápida
- >Cafetería.

Estos cinco segmentos cubren el rango de dicha industria los cuales ofrecen diferentes opciones de menús. Podrá encontrarse desde comida francesa a la mexicana, de carnes a la parrilla hasta mariscos...

En la actualidad, la cadena de cafeterías y los de comida rápida se encuentran entre los más exitosos; las taquerías y loncherías continúan siendo claves en la industria sé servicios alimenticios. La razón más importante para este crecimiento continuo es que la comida fuera de casa no sea considerada en lujo, sino más bien como un importante componente del actual estilo de vida de las personas.

Los restaurantes están respondiendo a esta necesidad al ofrecer opciones de comida para llevar, y de entregas a domicilio. Aunque todos estos servicios se encuentran en las operaciones de comida rápida, los restaurantes de pequeña y mediana escala también están incluyendo algunos de estos servicios para incrementar sus márgenes de utilidad.

1.3.1.2. Ubicación e instalaciones.

La ubicación es la llave para crear un exitoso restaurante, debemos tener la seguridad que esté en el área donde tomar ventaja del gran número de clientes para desayunar, comer y cenar, ya que existen horarios donde se encontrará una tasa más alta de rotación de asientos. Es por lo que se encuentran localizados cerca de áreas de empresas, centros comerciales, en este caso las personas pueden estar haciendo sus compras, tomar alguna bebida una buena comida sin preocuparse por el estacionamiento.

La imagen de exterior como la del interior deben hacerse por su propio concepto y menú. Por ejemplo: si se trata de un restaurante de comida de mariscos, seguramente se tendrá en su exterior un toque costeño en las paredes, puertas, ventanas, anuncios etc., su mobiliario también tiene que relacionarse.

Cualquiera que sea el concepto al decorar el interior y exterior la gente ahora muestra énfasis tanto en el ambiente del comedor como en la calidad de la comida.

El área de servicio al cliente es importante porque es la primera impresión que el restaurante va a dar a sus clientes.

1.3.1.3. Publicidad y promoción.

La publicidad provee una línea directa de comunicación con los clientes potenciales en con relación a su producto a servicio. El propósito de la publicidad es:

- Convencer a los clientes de que los servicios de su compañía son los mejores.
- Enaltecer la imagen de la compañía.
- Señalar la necesidad y crear el deseo por sus productos o servicios.
- Anunciar nuevos productos y programas.

- Reforzar los mensajes individuales de los vendedores.
- Atraer clientes a su negocio.

Lo más importante de una buena publicidad es que causa acción y persuade al comensal potencial a probar su producto o servicio.

Diseño del anuncio: Un buen anuncio no necesariamente debe ser lógico o artístico para ser efectivo, ni siquiera tiene que verse o sonar bien y mientras sea pegajoso, su nombre permanecerá en la mente de los comensales.

Para lograr un anuncio efectivo, primero tiene que analizar los productos y servicios, el tipo de cliente al que pretende llamar la atención y por último diseñar lo atractivo, es decir algo que beneficie al cliente e incorporarlo al anuncio. El elemento visual es otro aspecto del anuncio que debe crear interés, emoción y realismo, y para lograrlo se permite el uso de fotografías.

Para la elaboración del presupuesto de publicidad muchos negocios utilizan el método de costo, que se refiere a que un publicista no puede garantizar gastar más dinero del que tiene. Otras compañías utilizan el método de tarea, el cual consiste en basar su presupuesto de publicidad en la cantidad de dinero necesario para mover el producto. Sin embargo, el modo más común para determinar el presupuesto es a través de la experiencia.

Selección de los medios correctos.

Al evaluar los posibles medios y comparar su efectividad, debe considerarse los

Siguientes factores:

Costo por contacto.

¿Cuánto costará alcanzar un cliente potencial?

Frecuencia.

¿Qué tan frecuente deberá ser este mensaje?

Impacto.

Los medios publicitarios más utilizados en este negocio son los siguientes:

* Contacto personal: Cada persona puede encausar docena de gentes hacia el negocio.

Artículos especializados: Son productos que muestran el nombre de su negocio o logotipo. >playeras, plumas, calendarios, visores, empaques de cerillos, etc.

* Medios impresos: La publicidad impresa efectiva incluye una mezcla entre * varios vehículos tales como boletines de prensa, revistas, periódicos y la sección amarilla.

* Es importante que se estudie a la competencia y averiguar qué están haciendo, para buscar alternativas que sean no solamente efectivas, sino más que eso.

- Volantes y correo: Son una forma barata y efectiva de publicidad, pero corre el riesgo de que la distribución eficiente pueda ser olvidada.
- Correo directo: Se define como la distribución controlada personal e informal de información a un público determinado. Le ofrece mayor selectividad al elegir prospecto de clientes y permite enviar un mensaje

Personalizado de ventas a clientes potenciales.

- Folletos: Los folletos expresan profesionalismo, da la impresión de ser un negocio establecido, serio y de alta calidad. Se utilizan para difundir productos y servicios en una suave pero acertada.

Promoción de ventas

La promoción de venta se utiliza para atraer a nuevos clientes y mantener los existentes, para contrarrestar la competencia y para tomar ventaja de las oportunidades que revele su investigación de mercado.

* Promoción *Ventas especiales *Concursos *Premios *Relaciones públicas *Exhibición de productos.

La promoción requiere de planeación y ejecución para lograr la creación de una imagen que enfatice las distinciones competitivas de la compañía, la presentación de actividades promocionales y eventos especiales.

Imagen: Es la forma en la que su negocio, sus productos y servicio son visto por el público.

Es el contacto más importante entre el negocio y el mundo exterior. Debe ser brillante para atraer la atención y suficiente informativo para que los clientes potenciales sepan qué se vende.

Capítulo 2

Planeación Financiera a Largo Plazo

2.1. Planeación Financiera.

La planeación financiera forma parte de las tareas del ejecutivo de finanzas. Los planes y presupuestos financieros proporcionan “mapas” de las trayectorias a seguir para alcanzar los objetivos de la empresa. Además, estos instrumentos proporcionan una estructura para coordinar las diversas actividades de la empresa, además que actúan como un mecanismo de control para establecer un patrón de funcionamiento respecto al cual pueden evaluarse los resultados reales. Es necesario, pues comprender las dimensiones claves del proceso de planeación financiera para poder manejar adecuadamente las actividades de una empresa, maximizando así el precio de las acciones. Dos aspectos fundamentales del proceso son la planeación del efectivo y la planeación de utilidades.

El proceso de planeación financiera a corto plazo refleja los resultados que se espera a partir de acciones a un plazo cercano. La mayoría de estos planes suelen abarcar periodos de uno a dos años. Entre los principales insumos se encuentra la predicción de ventas, así como formas diversas de información operacional y financiera; los resultados clave comprenden, por su parte, ciertos presupuestos de operación, presupuestos de efectivo y los estados financieros proforma.

2.1.1. Planeación de Efectivo.

El presupuesto de caja o predicción de efectivo permite a la empresa planear sus necesidades de efectivo a corto plazo. Primero que nada, se atiende la planeación del superávit y déficit de efectivo. Una empresa que espera un superávit puede planear inversiones a corto plazo, en tanto que una que espere

Experimentar un déficit debe ajustar el financiamiento para corto plazo. El presupuesto de caja brinda al administrador financiero una perceptiva del momento en que se esperan flujos y salidas de efectivo en un periodo determinado.

El insumo principal de cualquier presupuesto de caja es la predicción de venta. El administrador financiero casi siempre recibe esta información del departamento de administración. Con base en ella, el administrador estima los flujos de efectivo mensuales que resultaran de ventas proyectada, producción, inventario y desembolsos relativos a ventas. Asimismo, determina el nivel de activos fijos requeridos y el monto del financiamiento.

Además del cuidado en la elaboración de la predicción de ventas y otros cálculos incluidos en el presupuesto de caja, hay dos formas de reducir la incertidumbre del presupuesto de efectivo. La primera consiste en elaborar varios presupuestos, uno basado en una predicción pesimista otro en la más probable y un tercero en una optimista. Este tipo de procedimiento de análisis de sensibilidad permite al administrador financiero calcular el resultado peor, el más probable y el mejor en lo referente a flujos finales de caja que cabría esperar. Una evaluación de tales flujos finales de caja permitirá determinar el monto necesario para resolver, incluso la situación más adversa.

La segunda forma, más complicada, de reducir la incertidumbre en el presupuesto de caja, es por medio de la simulación computarizada. Al estimular la ocurrencia de ventas y otros eventos inciertos, pueden desarrollarse una distribución probabilística de los flujos finales de efectivo para cada mes. Por tanto, el encargado de las decisiones financieras puede utilizar la distribución

probabilística para determinar la cantidad de financiamiento necesaria y proporcionar así el nivel de protección idónea en caso de una escasez o de efectivo

2.1.2. Planeación de Utilidades.

El proceso de planeación de utilidades radica en la elaboración de estados proforma, los cuales son estados financieros proyectados, estados de resultados y balance generales. La preparación de dichos estados exige una combinación cuidadosa de ciertos procedimientos para explicar los ingresos, costos y gastos resultantes del nivel anticipado de la empresa.

El administrador financiero se concentra en el empleo de simples aproximaciones a fin de estimar los estados proforma. Existen diversos procedimientos abreviados para elaborar los estados proforma; los de uso más generalizado se basan en el supuesto de que las relaciones financieras reflejadas en los estados financieros históricos de una empresa no cambiarán en el periodo siguiente.

2.1.3. Planeación Financiera a Largo Plazo.

Una definición sencilla de planeación es: "prever a futuro" La función de la Planeación Financiera es una de las más retadoras e interesantes de todas las funciones del administrador financiero.

La planeación no solo nos sirve para anticiparnos a posibles problemas que puedan presentarse, sino que también nos ayuda a ver en que medida el negocio avanza; Es de gran ayuda para determinar las necesidades de la empresa.

Para planear lo que se quiere hacer en un futuro, la empresa debe determinar los objetivos y las estrategias a seguir seleccionando y evaluando cuál será la mejor opción para el logro de los objetivos.

El análisis financiero es el primer paso en la Planeación Financiera. La Planeación es fundamental para la supervivencia y el crecimiento, es decir la empresa sin planeación tiene menos posibilidades de sobrevivir.

Definición.

Es el estudio, evaluación y proyección del futuro económico/financiero de una empresa, para tomar decisiones acertadas y alcanzar los objetivos propuestos.

2.2. Proyecto de Inversión.

Gira en torno a criterios para evaluar decisiones de inversión, rubros preferenciales, tasa de descuento aplicables, evaluaciones de riesgo, retención o distribución de utilidades, niveles o índices de endeudamiento, fuentes habituales de fondos, activos susceptibles de entregarse en garantía y así sucesivamente.

En el contexto del proyecto, estas políticas habitualmente deberán aceptarse como dadas, excepto por situaciones transitorias y especiales que aconsejen flexibilizarlas. Tal podría ser el caso de la captación de fondos externos adicionales, a costos ventajosos, que justifiquen sobrepasar los topes habituales de participación de la deuda, incursionar en un nuevo rubro altamente rentable, etcétera.

Asimismo, se producen frecuentemente situaciones en las cuales las políticas, procedimientos o relaciones financieras usuales de la empresa matriz no satisfacen las necesidades específicas del proyecto. Puede ser el caso del servicio bancario local y su corresponsalia en el exterior, la agilidad en operaciones documentarias; procedimientos de tesorería; aprobaciones de pagos a proveedores o contratistas, etcétera. En estos casos, los responsables

Del proyecto tendrán que asumir la iniciativa para remediarlas lo más tempranamente posible.

En todo momento se toma decisiones, algunas se toman de inmediato sin tener que analizar la situación y por consiguiente no trae consecuencias importantes (decisiones a corto plazo), pero hay otras en las que se es necesario realizar un estudio y análisis más profundo por el riesgo que implica (decisiones a largo plazo).

La preparación y evaluación de proyectos se ha transformado en un instrumento de uso prioritario para la asignación de recursos para implementar iniciativas de inversión.

Concepto.

Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema.

El proyecto surge como una respuesta a una idea que busca ya sea la solución de un problema de (reemplazo de tecnología obsoleta, abandono de una línea de

productos, creación de un negocio, ampliar las instalaciones, lanzar un nuevo producto etcétera).

Se pretende dar una mejor solución al problema que se ha planteado, y así conseguir que se disponga de los antecedentes y la información necesaria que permita asignar en forma racional los recursos.

La planeación a largo plazo tiene relación directa con las posibles inversiones a realizar en un futuro; en ocasiones la empresa cree conveniente invertir en maquinaria, edificios, etcétera. Ya que aparentemente sería rentable y es necesario evaluarlas para conocer a ciencia cierta que tantos beneficios recibiríamos de dicha inversión.

Por lo regular, el estudio de una inversión se centra en cinco elementos de los cuales se consideran de mayor importancia la viabilidad económica o financiera, y toma el resto de las variables como referencia que mencionaremos a continuación:

- a.- El estudio de la viabilidad comercial indicará si el mercado es o no sensible al bien o servicio producido por el proyecto y la aceptabilidad que tendría en su consumo o uso.
- b.- El estudio de la viabilidad técnica estudia las posibilidades materiales, físicas y químicas de producir el bien o servicio que desea generarse con el proyecto.
- c.- El estudio legal puede existir algunas restricciones de carácter legal que impedirían la ejecución del proyecto; Por ejemplo, limitaciones en cuanto a su localización o el uso del producto.

d.- El estudio de la viabilidad de gestión. El objetivo de este estudio, es definir si existen las condiciones mínimas necesarias para garantizar la viabilidad de la implementación, tanto en lo estructural como en lo funcional, es la capacidad administrativa para emprenderlo.

e.- El estudio de la viabilidad financiera de un proyecto determina, en último término, su aprobación o rechazo. Este mide la rentabilidad que retorna a la inversión, todo medido en bases monetarias.

El desarrollo de proyectos comprende cada una de las diferentes fases desde que se concibe la idea hasta su implementación final, pasando por todas sus etapas intermedias. En este sentido, el concepto es que se trabajará por concebir y formular el mejor proyecto alcanzable, materializarlo en las mejores condiciones técnico-económicas posibles, y, por último, por alcanzar los rendimientos de diseño de las instalaciones, en términos físicos, de calidad y de costo del producto, en el menor plazo que resulte aconsejable.

No hemos incluido dentro de estas actividades la operación de las instalaciones en régimen, puesto que su optimización cae en el terreno de la operación de procesos productivos o plantas industriales, y fuera del alcance del desarrollo de proyectos.

La tarea de desarrollar el mejor proyecto pasa por el convencimiento de que la optimización requiere de un criterio para maximizar aplicado al conjunto de las fases y etapas, y aprovechando sus aportes recíprocos.

En este sentido, es obvio que un profundo y exacto estudio de evaluación no nos exime de abordar la ingeniería y la construcción con la misma acuciosidad y atención a sus definiciones conceptuales, criterio que es igualmente aplicable a la puesta en marcha de las instalaciones.

2.2.1. Fases del Desarrollo de Proyectos de Inversión

Para efectos de su conceptualización y estudio, distinguimos cuatro grandes fases en el desarrollo y operación de proyectos:

- a) Formulación y evaluación
- b) Administración y dirección.
- c) Puesta en marcha de las instalaciones.
- d) Fase operacional.

Figura 1.1

El proceso de evaluación de proyectos

ESTUDIO DE PROYECTO				E
PREPARACION O FORMULACIÓN				V
Obtención de la información		Construcción del flujo de caja		A
				L
				U
Estudio de mercado	Estudio técnico	Estudio de la organización	Estudio financiero	A
				C
				I
				O
				N

2.2.2. Evaluación de Proyectos.

En una primera etapa se preparará el proyecto, es decir, se determinará la magnitud de sus inversiones, costos y beneficios.

En una segunda etapa se evaluará el proyecto, o se medirá la rentabilidad de la inversión.

Múltiples factores en el éxito o fracaso de un proyecto.

Toda decisión de inversión debe responder a un estudio previo de las ventajas y desventajas que se asocian para su implementación, la profundidad con que se asocian para su implementación, la profundidad con que se realice dependerá de lo que se aconseje para cada proyecto.

La evaluación de un proyecto de inversión cualquiera que éste sea, tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad de la empresa en forma eficiente, segura y rentable.

La evaluación de proyectos pretende medir objetivamente ciertas magnitudes cuantitativas que resultan del estudio del proyecto, y dan origen a operaciones matemáticas que permitan obtener diferentes coeficientes de evaluación.

Toda toma de decisiones implica un riesgo. Obviamente, existen decisiones con un menor grado de incertidumbre y otras que son altamente de riesgos.

En la evaluación de proyectos de inversión debemos tener en cuenta la variación del poder adquisitivo a través del tiempo, ocasionada por la inflación, así como otros elementos, entre los más relevantes se encuentran:

- **Costo beneficio:** Es importante determinar el costo real de proyecto así como los beneficios que obtendremos con el mismo, esto determinará la aceptación o rechazo del proyecto.
- **Costo de oportunidad:** Alternativa más valiosa que se sacrifica. La tasa de rentabilidad que se emplea en el cálculo del VAN es una tasa de interés de oportunidad. Son los beneficios que pudieron obtenerse en caso de escoger o tomar otra decisión.
- **Costo financiero:** Son los intereses que nos cobrarán por utilizar los recursos, es el costo del dinero.
- **Impuestos:** Otro factor a considerar son los impuestos, para el pago de éstos la empresa cuenta con un plazo de acuerdo a ciertas características de la organización como son, ingresos, actividades, etcétera. Y entre mayor sea el plazo es mayor el flujo de efectivo que tendrá la empresa por lo que es muy conveniente saber aprovecharlos.

2.2.3. Clasificación de Proyectos

- * No rentables
- * No medibles
- * De reemplazo
- * De expansión.

Definiremos cada uno de ellos abundando en él último.

2.2.3.1. Proyectos no Rentables. Son aquellos que tienen salidas de fondos definidas y cuantificadas, pero no están encaminados a la obtención de un lucro o una utilidad monetaria.

2.2.3.2. Proyectos no Medibles. Pueden tener cuantificadas las salidas de efectivo, pero difícilmente podrá determinar una utilidad definida con cierto grado de seguridad.

2.2.3.3. Proyecto de Expansión. La palabra expansión significa extenderse, aumentar las posesiones territoriales.

Dentro de las causas más comunes que dan origen a la expansión tenemos las siguientes:

- 1) **Falta de Capacidad Productiva:** el crecimiento y desarrollo de las empresas trae consigo la necesidad de una mayor cantidad de productos o diversificación de los mismos para abastecer la demanda, si no se cuenta con las instalaciones apropiadas no se podrá llevar a cabo la satisfacción de la demanda del producto o servicio.
- 2) **Diversificación en los Productos:** haciendo mención al crecimiento, el tener un espacio más amplio permite que haya una variedad de productos, de esta forma captar más mercado.

2.2.4. Tipos de Proyectos:

- Proyectos independientes
- Proyectos mutuamente excluyentes

2.2.4.1. Proyectos Independientes

Aquel cuya aceptación o rechazo es independiente de la aceptación o rechazo de otros proyectos. Compiten entre sí pero la aceptación de uno no elimina los otros para considerarse posteriormente.

2.2.4.2. Proyectos Mutuamente Excluyentes

Es cuando las propuestas contenidas en el conjunto que está siendo considerado están relacionadas de manera que la aceptación de una elimine la aceptación de cualquiera de las otras.

En la mayoría de las empresas los recursos son escasos por lo que en muchas ocasiones es necesario evaluarlos para tomar una decisión y determinar si se puede llevar a cabo independientemente, conjuntamente con otro o si excluye a uno o más proyectos. El criterio de aceptación generalmente es la rentabilidad del mismo.

Capítulo 3

**Elaboración de Presupuestos y Métodos de
Evaluación de Proyectos vía Flujo de Efectivo**

3.1. Ayuda en los Presupuestos

El presupuesto es una palabra compuesta por dos vocablos, **pre** que indica **antes** y **supuesto**, que indica suponer un hecho futuro. Para formular planes, debemos ser capaces de evaluar la condición pasada y presente de la compañía. Los planes deben ajustarse a las capacidades financieras de la empresa.

Un presupuesto no es otra cosa que un plan por escrito expresado en términos de unidades, dinero, o ambos.

Los presupuestos constituyen un medio para comunicar ideas y planes en forma comprensible, puesto que son cuantitativos.

El objetivo de un presupuesto a largo plazo es determinar el efecto de varios planes alternos sobre las necesidades financieras que quedan sin satisfacer, además de la deuda planeada a corto plazo, la retención de utilidades esperadas y el pasivo existente a largo plazo.

Se tiene que hacer énfasis en que la planeación suele ser la diferencia entre el éxito y el fracaso de un negocio.

Los principales presupuestos utilizados en la planeación financiera a largo plazo son:

- A. Presupuesto Maestro
- B. Presupuesto de Capital

3.1.2. Presupuesto Maestro.

Contiene la totalidad de pronósticos de la empresa, desde la misión en la planeación estratégica hasta el detalle de cada sector operativo y de control de ventas, producción y administración.

Los presupuestos que se deben elaborar dentro del presupuesto maestro son:

- Presupuesto de ventas
- Presupuesto en unidades vendidas
- Presupuesto de unidades de producción
- Presupuesto de valoración de la producción
- Presupuesto del costo de ventas
- Presupuestos de gastos de operación (venta y administración).

3.1.3. Presupuesto de Capital

Planificación y administración de los gastos en activos de larga vida.

Es el plan para poder adquirir activos de capital; aquellos cuya vida excede de un año, como la maquinaria y el equipo. Los presupuestos de capital constituyen un elemento importante para determinar el futuro de la empresa.

El presupuesto de capital es conocido también como evaluación de proyectos de inversión. Un proyecto de inversión de capital es una oportunidad de inversión que requiere de recursos de capital y ofrece la obtención de un rendimiento para el mismo, en un periodo mayor de un año.

Elaborado el presupuesto es necesario evaluarlo a través de las técnicas especializadas, basadas en los flujos de efectivo.

Fuentes: Apuntes del profesor C.P. Epifanio Pineda Celis.

Entrepreneur, Iniciando un Restaurante. Edic. Especial para Nacional Financiera.

El capital tiene que considerarse como una herramienta de negocio que requiere de un uso calificado.

Este capital, debido a los riesgos en que incurre al hacer negocios, deberá otorgar una tasa de rendimiento más alta que la que pueda haber obtenido de una inversión en certificados de gobierno (CETES), o como títulos de compañías ganando una tasa de interés garantizada.

Lo anterior requiere de una cuidadosa administración de la empresa; específicamente de sus activos fijos y futuros. Generalmente la administración se centra en cinco factores primarios, los cuales a su vez son los más significativos en términos de impacto sobre la función de la administración financiera:

- » La administración de los activos viejos y nuevos
- » La administración de los activos fijos actuales
- » La generación de capital adicional para adquirir activos adicional
- » La evaluación para requerimientos para nuevos activos en el futuro
- » El servicio de deuda del capital de operación.

Por otro lado, la planeación financiera esta orientada a la administración eficiente de dinero; de manera que permita:

- * Evitar una excesiva inversión en activos fijos
- * Entender mejor las relaciones bancarias
- * Mantener cobranza y capital de trabajo en una proporción adecuada a ventas
 - Planear los impuestos eficientemente, tal que se conviertan en un activo y no en un mal necesario.

Capítulo 3. Elaboración de Presupuestos y Método de Evaluación de Proyectos vía de Efectivo.

Es importante tener un exacto y bien planeado sistema de presupuestos, porque permite saber cuanto efectivo se tiene disponible comparado con los gastos, o en su momento conocer los niveles de efectivo para poder planear los requerimientos al pedir prestado el capital necesario.

3.2. Métodos de Evaluación de Proyectos Vía Flujos de Efectivo.

Existen diversas técnicas para evaluar la aprobación de desarrollar un proyecto o bien de rechazarlo. Dependiendo de ciertas cuestiones como demanda, situación económica, competencia etcétera; deben de tomarse en cuenta para evaluar los proyectos de inversión.

El análisis de estas alternativas tiene como objeto tomar una decisión de aceptación –rechazo.

Una vez determinado el flujo de efectivo, es necesario hacer una evaluación por medio de los métodos existentes:

3.2.1. Técnicas no Elaboradas

Estas técnicas no toman el valor del dinero a través del tiempo, por lo que resultan poco confiables. Son dos las técnicas no elaboradas para determinar la aceptación o rechazo de las alternativas de gasto de capital.

Una de ellas consiste en calcular la tasa promedio de rendimiento, y la otra el periodo de recuperación de la inversión.

3.2.1.1. Periodo de Recuperación de la Inversión

El periodo de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial, se calcula señalando exactamente cuánto tiempo toma el recobrar la inversión inicial. Es decir en que tiempo se generarán fondos suficientes para igualar la erogación causada por dicha inversión.

Al aplicar esta técnica se tienen las siguientes ventajas y desventajas:

Ventajas:

- Considera más flujos de caja que las utilidades contables.
- Refleja la liquidez de un proyecto y el riesgo de recuperar la inversión. Cuando más líquida sea una inversión el riesgo de recuperación será menor y viceversa.

Desventajas:

- No toma el valor del dinero a través del tiempo
- No reconoce las entradas de efectivo que ocurre después del periodo de recuperación de la inversión.

No considera la rentabilidad del proyecto.

3.2.1.2. Tasa de Rentabilidad Promedio

Tiene como base los procedimientos contables pues se obtiene de la relación entre el promedio anual de utilidades después de impuestos y la inversión promedio de un proyecto dado.

3.2.2. Técnicas Elaboradas

Las técnicas elaboradas de presupuesto de capital considera explícitamente el factor tiempo dentro del valor de l dinero.

3.2.2.1. Método del Valor Anual Equivalente

Con este método, todos los ingresos y gastos que ocurren durante un periodo son convertidos a una anualidad equivalente. Cuando dicha anualidad es positiva, entonces, es recomendable que el proyecto sea aceptado.

3.2.2.2. Método del Valor Presente

Este método es él más utilizado en la evaluación de proyectos de inversión. Consiste en determinar la equivalencia en el tiempo cero de los flujos de efectivo futuros que generan un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. Cuando dicha equivalencia es mayor al desembolso inicial, recomendable que el proyecto sea aceptado.

3.2.2.3. Método de la Tasa Interna de Rendimiento

La TIR se define como la tasa de descuento que iguala el valor presente de los flujos de efectivo con la inversión inicial.

La TIR es considerada como la tasa máxima que la empresa puede pagar por el financiamiento del proyecto.

El criterio que se sigue cuando se utiliza la TIR en las decisiones aceptación-rechazo es la siguiente $TIR > \text{Costo de capital}$, se acepta. Esto garantiza que la empresa ganará un rendimiento de la inversión inicial.

Capítulo 3.Elaboración de Presupuestos y Métodos de Evaluación de Proyectos vía de Efectivo.

Los proyectos de inversión son necesarios para el desempeño de una empresa, ya que constituyen múltiples alternativas que permiten el crecimiento económico de la empresa.

Su selección dependerá de la habilidad del responsable al seleccionar la mejor alternativa de inversión y así el éxito de la empresa.

Capítulo 4

Punto de Equilibrio

4.1. Punto de Equilibrio.

Todas las organizaciones nacen o surgen con un propósito determinado, que puede ser, por ejemplo, el incremento del patrimonio de sus accionistas o la prestación de un servicio a la comunidad.

Una técnica de análisis muy importante, empleada como instrumento de planificación de utilidades, de la toma de decisiones y de la resolución de problemas, es el punto de equilibrio. Para aplicar esta técnica es necesario conocer el comportamiento de los ingresos, costos y gastos, separando los que son variables de los fijos.

El punto de equilibrio se define como el momento o punto económico en que una empresa no genera ni utilidad ni pérdida esto es, el nivel en que la contribución marginal (ingresos variables menos costos y gastos variables) es de tal magnitud que cubre exactamente los costos y gastos fijos.

Para efectos de planeación, pueden tomarse como base las experiencias realizadas, teniendo en consideración el comportamiento de los costos, gastos y utilidades, así como las especificaciones de los productos, métodos de fabricación, productividad, desperdicios, mezcla de volumen y productos o precios unitario de venta. Si alguno de estos elementos cambia, es necesario tomar en cuenta su cambio con objeto de analizar su efecto para determinar su impacto en el periodo futuro.

Puede afirmarse que todas las acciones o decisiones que se tomen en una empresa afectan ya sea a los precios, al volumen, a los costos y gastos a las

Utilidades en forma directa o combinada.

Todas estas variables se manejan con la técnica del equilibrio de tal manera que el empresario pueda seleccionar la mejor alternativa; para ello, en primer lugar, tiene que conocer cuál es el punto de equilibrio y de ahí, como punto de partida, podrá manejar las diferentes alternativas que se planteen.

Abreviatura y términos de las fórmulas

PE	Ventas de equilibrio en pesos
%CM	Porcentaje de contribución marginal
CF	Costos fijos en pesos (costos y gastos)
CM	Contribución marginal unitaria en pesos
PV	Precio de venta unitaria en pesos
CV	Costos variables en pesos (costos y gastos)
U	Utilidad en pesos
V	Ventas en pesos
MS	Margen de seguridad

Fórmula del punto de equilibrio

$$PE = CF / \%CM$$

4.1.1. **Costos fijos:** Son aquellos que están en función del tiempo, ejemplo: las amortizaciones; las depreciaciones en línea recta: sueldos; servicio de luz servicio telefónico; renta, etc.

4.1.2. **Costos variables:** Son aquéllos que están en función de las ventas, es decir, que cuando hay ventas se ocasionan, tal es el caso por ejemplo del costo de las ventas; las comisiones sobre las ventas; el importe del impuesto causado sobre las ventas o ingresos; los gastos de empaque y embarque etc.

Formula:

$$\text{Ingresos en el punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos} + \text{Costos variables}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ventas}}}$$

Gráfica del Punto de Equilibrio con elementos detallados de los costos fijos y variables

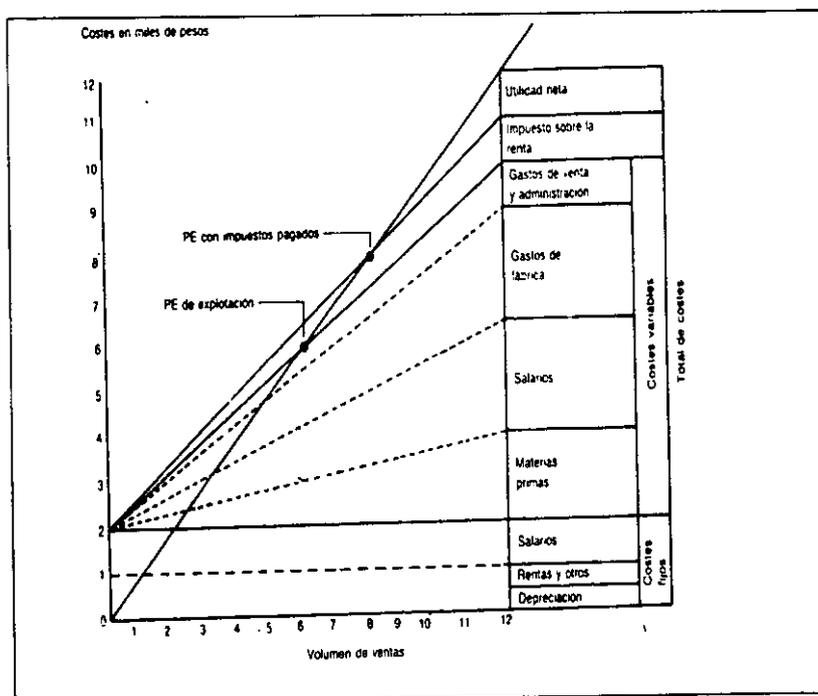


Figura 1.2

Capítulo 5. Punto de Equilibrio.

La gráfica de la página anterior puede subdividirse y mostrar detalladamente los elementos que integran los costos variables y costos fijos, pudiéndose observar en esta forma la intervención en el punto de equilibrio de cada uno de los elementos que sea de interés mostrar.

4.1.4. Sensibilidad Venta / Costos

Para observar el efecto que pueda tener la demanda sobre los aumentos o disminuciones en precios y la repercusión que tendrán los aumentos o disminuciones por volumen sobre los rendimientos. Si la demanda de un producto cambia por modificación en su precio, se dice que es un producto con demanda elástica; en caso contrario, es inelástica y por tanto tendría una sensibilidad precio-volumen muy baja.

Capítulo 5

Caso Práctico

Proyecto de Inversión

Para la Modernización de Restaurante



RESTAURANTE

**CASA
MAY**

Antecedentes

"EL Restaurante Casa May" inicia sus operaciones el 1 de Diciembre de 1989, empezando como cocina económica y una sola opción de consumo. En la actualidad se dedica a la elaboración y venta de comida con diversos menús y precios.

Durante el último año ha presentado un crecimiento considerable en el mercado, mismo que se ha visto reflejado en el desarrollo de sus actividades; Este negocio es de una persona física con actividad empresarial. Su clientela principalmente se encuentra en las empresas que lo rodean, esto por ser una zona industrial además de estar muy bien ubicados en relación ha escuelas, oficinas publicas, comercio y otros.

Además de contar con él publico en general, como clientes quienes pagan al contado. Dentro de sus clientes tiene empresas que dan como prestación los alimentos a sus empleados por lo

Que el restaurante les ofrece plazo de 20 días a sus clientes, inclusive a domicilio de algunas.

Estas quienes pagan a la fecha; se encuentran muy satisfechos con el servicio y calidad de los productos.

Visión

Restaurante Casa May pretende ser líder en la rama gastronómica además de ser el mejor en calidad, comodidad y servicio.

Así como ir ampliando sus menús e instalaciones para ser numero uno.

Misión

Restaurante Casa May es el lugar preferido para comer o cenar, donde se encuentra carne suprema, en el distrito industrial y zona de ingresos medios en la parte norte del CD. de Tultitlán. "Suprema" significa sabor único, calidad excelente y precios bajos. "Preferido" significa que son líderes en ventas, por un margen claro y dominante, tanto en pesos como en unidades, en el mercado local.

Análisis del entorno

Cultura y Demografía

Los consumidores cambiarán la preferencia del tipo de carne que quieren. Está aumentando la edad promedio de los residentes en el área. Esto significa menos niños y más clientes de mayor edad. Continuará la tendencia de comer una mayor variedad de productos.

Economía

Los clientes de la hora de la comida son, normalmente, del distrito industrial; el 75% viene de un contratista gubernamental. Esto pudiera ser un riesgo si el contratista pierde sus contratos a futuro. Parece que los clientes tienden a comer fuera más seguido cuando la economía está baja, por lo tanto, no se ve riesgo en el negocio debido a una recesión.

Competencia

Se abrirá un nuevo centro comercial dentro de 26 meses; en él habrá lugar para Tres restaurantes. Aparentemente las tiendas departamentales están expandiendo sus departamentos de comida para incluir comida rápida. Probablemente Casa May pasará a manos de los hijos de la dueña dentro de dos años; los otros restaurantes se convertirán en competidores basados en precio.

Tecnología

Los hornos de microondas automáticos, diseñados para restaurantes pequeños. Esto puede aumentar la eficiencia del restaurante.

Proveedores

El precio de la carne para nosotros sigue al de los productos básicos.

Aunque los precios varían mucho se pueden mantener los márgenes de utilidad para asegurar las utilidades necesarias dentro del tiempo marcado para este plan.

Fortalezas y debilidades internas

Fortalezas

Casa May tiene una base experimentada de empleados dedicados. La fórmula secreta de nuestras salsas tienen clientes cautivos y buena reputación regional. La mayoría de nuestros clientes son frecuentes y de hace tiempo.

Debilidades

Nuestra ubicación actual está en peligro. Ya que tiene planeado la ubicación de un tiaguis en la misma calle lo cual no conviene a la imagen y economía del nuestro restaurante.

Decisiones estratégicas tomadas

1. Ubicación Base

Abrir un segundo restaurante en uno de los nuevos centros comerciales.

2. Recursos Humanos

Dentro de los próximos 8 meses, contratar un asistente de gerente con Capacidad para futuras expansiones.

3. Expansiones Futuras

Comprar un camión acondicionado como restaurante para mantener la base de clientes de la zona industrial. Construir un negocio de comida en la parte oriente del municipio, expandirá a un segundo sitio dentro de los de los

Próximos cuatro años.

4. Revisión del Menú

Instalar una barra de ensaladas. Cambiar el tipo de carnes preparadas por las que prefieren los clientes. Cambiar los precios y porciones para beneficio de los clientes de edad avanzada.

5. Competencia

Atacar a La Marquesa. Expandir las promociones utilizando medios impresos y reforzamos con la radio locales. Explorar en la prensa local notas favorables del restaurante.

6. Nuevos Negocios

Desarrollar un negocio de órdenes por correo de botellas de la salsa secreta de nuestros platillos.

7. Proveedores Secundarios

Buscar proveedores secundarios, uno por año, de los próximos cuatro Años.

**Problemática que se visualiza para apoyar este
Proyecto de inversión**

Recientemente se han limitado la capacidad de las instalaciones del negocio para poder brindar un mejor servicio a nuestros clientes.

Por lo que nuestros competidores están ofreciendo mayor alternativas para competir un mayor espacio en sus instalaciones así como promocionando una mayor variedad en su menús, pero nosotros contamos con una ventaja e conoce la alta calidad que ofrecemos en los productos. La demanda se ha incrementado ocasionando serios problemas de los cuales mencionar:

- Un servicio no tan eficiente a nuestros clientes.
- No poder satisfacer la demanda.
- Excesivo esfuerzo humano.
- Y espacios limitados para una mayor comodidad.

Ante estas circunstancias y no dejar que el negocio se venga abajo, se sugirió que se ampliara el negocio para poder conservar a nuestros comensales y atraer más. Por consecuencia aumentar las ventas.

Se decidió preparar un proyecto de inversión.

Premisas:

Valor de la ampliación 372,000.00

La vida probable es de cinco años

La producción y venta se presenta en anexos. 4 al 4.4.

Los gastos indirectos se presentan en anexo 5

Se obtiene un préstamo para la modernización de nuestras instalaciones de \$ 372,000.00 a 4 años con interés sobre saldos insolutos a la tasa del 32% anual.

Caso Práctico: Proyecto de inversión.

Se otorgan 20 Días de crédito a 30% de nuestros clientes.

El proveedor concede 30 días sobre la materia

Las ventas y el costo de materia prima causan el 15% de IVA.

Si sobra efectivo se invierte en CETES al 17% anual

El equilibrio de efectivo se fija en 5% de las ventas.

Se pretende determinar la viabilidad de la inversión usando los 5 métodos de evaluación.

Ver punto de equilibrio para saber el momento económico donde no se genera pérdida y ganancia.

Aspectos técnicosMenú A.

Consomé y/o arroz

Sopa y/o verduras

Guisado (3 opciones)

Agua de frutas

Postre.

Menú B.

Consomé desgrasado

Sopa y/o verduras

Carne ligera

Ensalada mixta

Agua de frutas

Postre bajo en calorías

Té

*Se presento a la propietaria el diseño de la ampliación de una segunda planta así mismo la remodelación de toda nuestra instalación y el costo total de la modernización a las mismas.

Costo de inversión:

Material de construcción	62,600.00
Material eléctrico	26,500.00
Materiales de terminado	148,600.00
Materiales de decoración	54,550.00
Nuevos accesorios	53,500.00
Otros	26,150.00
Total	371,900.00

Caso Práctico: Proyecto de Inversión.

Nueva imagen de nuestros productos:

Menú C

Consomé

Arroz y/o sopa

Carne c/la especialidad

Ensalada mixta

Pan integral

Jugo de naranja

Postre

Café

La nueva imagen incluye esta nueva opción. Que será elaborada para dar un mayor crecimiento a nuestro negocio; que permita satisfacer todos los gustos de nuestros clientes.

Costo estimado unitario de producción.

Menú A

Materia prima

200 ml. Consomé	(materia 1)	0.80
120 grs. Arroz	(materia 2)	1.40
300 grs. Guisado	(materia 3)	3.80
110 grs. Postre	(materia 4)	1.30
250 ml. Agua de frutas	(materia 5)	<u>1.25</u>
Total		8.55

Caso Práctico: Proyecto de Inversión.

Total mano de obra	1.03
Total de gastos de fabricación	<u>1.80</u>
Costo unitario de producción	11.38

Cálculo de precio de venta:

Margen de utilidad 40% sobre el precio de venta

$$100\% - 40\% = 60\%$$

Por lo tanto si dividimos el precio de costo entre 0.60

Obtenemos el precio de venta buscado

$$11.38/0.60 = 19.00$$

precio de venta \$ 19.00

Menú BMateria prima

175 ml. Consomé desgrasado	(materia 1)	0.70
120 grs. Arroz y/o sopa	(materia 2)	1.20
120 grs. Guisado ligero	(materia 3)	3.90
150 grs. Ensalada mixta	(materia 6)	2.80
250 ml. Agua de frutas	(materia 5)	2.10
170 grs. Postre	(materia 4)	2.20
150 ml. Té	(materia 9)	<u>0.40</u>
Total		13.30
Total Mano de Obra		1.30
Total de gastos de fabricación		<u>1.80</u>
Costo unitario de producción		16.13

Caso Práctico: Proyecto de Inversión.

Cálculo del precio de venta

$$100\% - 40\% = 60\%$$

Por lo tanto si dividimos el precio de costo entre 0.60 obtenemos el precio de venta buscado.

$$16.13 / 0.60 = 27.00$$

Precio de venta \$ 27.00

Menú C.

Materia prima

175 ml Consomé	(materia 1)	0.80
120 grs Arroz y/sopa	(materia 2)	1.40
200 grs Carne c/esp.	(materia 3)	5.75
150 grs Ensalada mixta	(materia 6)	2.80
150 grs Pan integral	(materia 7)	0.90
250 ml Jugo de naranja	(materia 8)	2.20
170 grs Postre	(materia 4)	1.95
150 ml Té y/o café	(materia 9)	<u>0.40</u>
Total		16.30
Total Mano de Obra		1.30
Total gastos de fabricación		<u>1.80</u>
Costo unitario de producción		19.13

Caso práctico: Proyecto de Inversión.

Cálculo del precio de venta

Margen de utilidad 40% sobre el precio de venta

$$100\% - 40\% = 60\%$$

Por lo tanto si dividimos el precio de costo entre 0.60 obtenemos el precio de venta buscado.

$$19.13/0.60 = 32.00$$

Precio de venta \$ 32.00

Cálculo de mano de obra y gastos indirectos

Mano de obra

3 cocineros generales

suelo base	\$ 1,400.00 mensual
comisión s/venta	\$ <u>350.00</u> mensual
total	\$ 1,750.00 costo nominal

Cargo fiscal

$$1,750.00/30 \text{ días} = \$ 58.33$$

vacaciones

$$(6)(58.33)(0.25)/365 = 0.24$$

Aguinaldo

$$(15)(58.33)/365 = \underline{2.40}$$

$$\text{Salario diario integrado} = 60.97$$

$$(60.97)(30) = \$ 1,829.10$$

$$\text{IMSS} \quad 43.46$$

$$\text{SAR} \quad 36.58$$

Caso Práctico: Proyecto de Inversión.

INFONAVIT	91.46
Educación	<u>35.00</u>
Total	669.84
Sueldo nominal	1,750.00
Carga fiscal	206.50
Costo	$1,956.50 \times 12 \times 3 = \$ 70,434.00$
M.O.D.	$70,434/68,400 = 1.03$
Gastos de fabricación	$123,120/68,400 = 1.80$

Pronóstico de ventas

Considerando el proyecto de inversión

Nuestros pronósticos fueron basados en ventas anteriores y en encuestas que se hicieron a los clientes.

Logrando una buena aceptación de los cambios en los menús.

Cálculo en unidades:

Menú A		Menú B	
Primer año	36,000	Primer año	14,400
Segundo año	37,500	Segundo año	16,000
Tercer año	37,500	Tercer año	16,000
Cuarto año	38,000	Cuarto año	16,700
Quinto año	39,000	Quinto año	17,000

Caso Práctico: Proyecto de Inversión.

Menú C

Primer año	18,000
Segundo año	18,900
Tercer año	19,845
Cuarto año	19,900
Quinto año	20,000

El aumento del precio de venta para los cinco años siguientes será:

El primer año se mantiene el precio

El segundo y tercer año se incrementa en un 3%

El cuarto y quinto año se incrementan un 5%

La inflación estimada para los próximos años es de:

2001	7%
2002	8%
2003	8%
2004	9%
2005	10%

Supuestos:

De acuerdo al nuevo gobierno del presidente Vicente Fox Quezada.

Caso Práctico: Proyecto de Inversión.

Restaurante Casa May
Presupuesto de ventas
2001 al 2005

Para el año que termina al 31-12-2001			
Producto	Unidades	Precio	Venta total
A	36,000	27	972,000
B	18,000	19	342,000
C	14,400	32	460,800
			1,774,800

Para el año que termina al 31-12-2002			
Producto	Unidades	Precio	Venta total
A	37,500	34	1,275,000
B	18,900	21	396,900
C	16,000	35	560,000
			2,231,900

Para el año que termina al 31-12-2003			
Producto	Unidades	Precio	Venta total
A	37,500	37	1,387,500
B	19,845	23	456,435
C	16,000	40	640,000
			2,483,935

Para el año que termina al 31-12-2004			
Producto	Unidades	Precio	Venta total
A	38,000	40	1,520,000
B	19,900	25	497,500
C	16,700	44	734,800
			2,752,300

Para el año que termina al 31-12-2005			
Producto	Unidades	Precio	Venta total
A	39,000	44	1,716,000
B	20,000	28	560,000
C	17,000	49	833,000
			3,109,000

Restaurante Casa May
Presupuesto de Mano de Obra
2001 al 2005

Para el año que termina al 31-12-2001			
Producto	Unidades	Costo x Us.	Total
A	36,000	1.03	37,080
B	14,400	1.03	14,832
C	18,000	1.03	18,540
Para el año que termina al 31-12-2002			
Producto	Unidades	Costo x Us.	Total
A	37,500	1.11	41,625
B	16,000	1.11	17,760
C	18,900	1.11	20,979
Para el año que termina al 31-12-2003			
Producto	Unidades	Costo x Us. U	Total
A	37,500	1.2	45,000
B	16,000	1.2	19,200
C	19,845	1.2	23,814
Para el año que termina al 31-12-2004			
Producto	Unidades	Costo x Us.	Total
A	38,000	1.31	49,780
B	16,700	1.31	21,877
C	19,900	1.31	26,069
Para el año que termina al 31-12-2005			
Producto	Unidades	Costo x Us.	Total
A	39,000	1.44	56,160
B	17,000	1.44	24,480
C	20,000	1.44	28,800

Anexo 2

Restaurante Casa May
Presupuesto de Producción en Unidades
2001 al 2005

Para el año que termina al 31-12-2001

	Productos		
	A	B	C
Ventas presupuestadas	36,000	14,400	18,000
Unidades a producir para el			
Año que termina al 31-12-200	36,000	14,400	18,000
Ventas presupuestadas	37,500	16,000	18,900
Unidades a producir para el			
año que termina 31-12-2003	37,500	16,000	18,900
Ventas presupuestadas	37,500	16,000	19,845
Unidades a producir para el			
Año que termina al 31-12-2004	37,500	16,000	19,845
Ventas presupuestadas	38,000	16,700	19,900
Unidades a producir para el			
año que termina al 31-12-2005	38,000	16,700	19,900
Ventas presupuestadas	39,000	17,000	20,000
Unidades a producir	39,000	17,000	20,000

Caso Práctico: Proyecto de Inversión.

Cálculo de costo de producción**Para el año que termina al 31-12-2001**

Concepto	Producto A	Producto C	Producto B
M.P. 1	0.8	0.8	0.7
M.P. 2	1.4	1.4	1.2
M.P. 3	3.8	5.75	3.9
M.P. 4	1.3	1.95	2.2
M.P. 5	1.25		2.1
M.P. 6		2.8	2.8
M.P. 7		0.9	
M.P. 8		2.2	
M.P. 9		0.4	0.4
Total M.P.	8.55	16.2	13.3
Mano de obra	1.3	1.03	1.03
Costo primo	9.58	17.23	14.33
Gastos fabricación	1.8	1.8	1.8
Costo directo	11.38	19.03	16.13

Anexo 4

Caso Práctico: Proyecto de Inversión.

Cálculo de costo de Producción.

Para el año que termina al 31-12-2002

Concepto	producto A	Producto C	Producto B
M.P. 1	0.9	0.9	0.76
M.P. 2	1.5	1.5	1.3
M.P. 3	4.1	6.21	4.2
M.P. 4	1.4	2.1	2.2
M.P. 5	1.35		2.4
M.P. 6		3.02	2.3
M.P. 7		0.97	3
M.P. 8		2.38	
M.P. 9		0.43	0.43
Total M.P.	9.25	17.51	14.39
Mano de obra	1.11	1.11	1.11
Costo primo	10.36	18.62	15.5
Gastos fabricación	1.95	1.95	1.95
Costo directo	12.31	20.57	17.45

Anexo 4.1.

Caso Práctico: Proyecto de Inversión.

Cálculo de costo de producción**Para el año que termina al 31-12-2003**

Concepto	producto A	Producto C	producto B
M.P. 1	0.97	0.97	0.82
M.P. 2	1.62	1.62	1.4
M.P. 3	4.43	6.71	4.54
M.P. 4	1.51	2.27	2.6
M.P. 5	1.46		2.48
M.P. 6		3.02	3.24
M.P. 7		1.05	
M.P. 8		2.57	
M.P. 9		0.47	0.46
Total M.P.	9.99	18.67	15.08
Mano de obra	1.2	1.2	1.2
Costo Primo	11.19	19.87	16.28
Gastos fabricación	2.11	2.11	2.11
Costo directo	13.3	21.98	18.39

Anexo 4.2.

Caso práctico: Proyecto de Inversión.

Cálculo del costo de producción**Para el año que termina al 31-12-2004**

Concepto	producto A	Producto C	producto B
M.P. 1	1.06	1.06	0.89
M.P. 2	1.77	1.77	1.53
M.P. 3	4.83	7.31	4.95
M.P. 4	1.65	2.47	2.83
M.P. 5	1.59		2.7
M.P. 6		3.29	3.53
M.P. 7		1.14	
M.P. 8		2.8	
M.P. 9		0.5	0.5
Total M.P.	10.9	20.34	16.93
Mano de obra	1.31	1.31	1.31
Costo primo	12.21	21.65	18.24
Gastos fabricación	2.3	2.3	2.3
Costo directo	14.51	23.95	20.54

Anexo 4.3.

Caso Práctico: Proyecto de Inversión.

Cálculo de costo de producción

Para el año que termina al 31-12-2005				
Concepto	producto A	Producto C	Producto B	
M.P. 1	1.17	1.17	0.98	
M.P. 2	1.95	1.95	1.68	
M.P. 3	5.31	8.04	5.45	
M.P. 4	1.82	2.72	3.11	
M.P. 5	1.75		2.97	
M.P. 6		3.62	3.88	
M.P. 7		1.25		
M.P. 8		3.08		
M.P. 9		0.55	0.55	
Total M.P.	12	22.38	18.62	
Mano de obra	1.44	1.44	1.44	
Costo primo	13.44	23.82	20.06	
Gastos	2.53	2.53	2.53	
fabricación				
Costo directo	15.97	26.35	22.49	

Anexo 4.4.

Caso Práctico: Proyecto de Inversión.

Restaurante Casa May**Presupuesto de gastos indirectos****2001 al 2002**

Concepto	2001	2002	2003	2004	2005
Gastos variables					
M.O. Indirecta	51,710.00	59,296.00	64,999.00	72,064.00	80,758.00
Mantenimiento	14,772.00	16,942.00	18,571.00	20,590.00	23,074.00
Varios	7,390.00	8,470.00	9,285.00	10,294.00	11,536.00
Total	73,872.00	84,708.00	92,855.00	102,943.00	115,368.00
Gastos fijos					
Energía eléctrica	2,850.00	2,980.00	3,230.00	3,540.00	4,100.00
Mantenimiento	19,568.00	22,980.00	27,740.00	29,830.00	32,210.00
Depreciación	22,950.00	22,950.00	22,950.00	22,950.00	34,683.00
Imp. Predial	1,130.00	1,145.00	1,155.00	1,280.00	1,309.00
Pago de agua	2,750.00	3,070.00	3,450.00	3,900.00	4,610.00
Total	49,248.00	53,125.00	58,525.00	61,500.00	76,912.00
Gran total	123,120.00	137,833.00	151,380.00	164,445.00	192,280.00
Costo x unidad					
A	1.8	1.95	2.11	2.3	2.53
B	1.8		2.11	2.3	2.53
C	1.8	1.95	2.11	2.3	2.53

Anexo 5

Caso Práctico: Proyecto de Inversión.

Restaurante Casa May**Presupuesto de gastos de venta y administración****2001 al 2005**

Concepto	2001	2002	2003	2004	2005
Gastos venta					
Gasolina	74,400.00	76,200.00	80,500.00	82,600.00	84,200.00
Gas domestico	32,000.00	34,800.00	37,300.00	40,180.00	42,500.00
Teléfono	13,950.00	14,400.00	14,000.00	15,000.00	15,800.00
Gtos. Limpieza	20,100.00	21,300.00	23,000.00	24,200.00	25,800.00
Mant. Inmueble	16,820.00	18,980.00	19,980.00	21,100.00	21,900.00
Total	157,270.00	165,380.00	174,780.00	183,080.00	190,200.00
Gtos. Admón.					
Honorarios	54,000.00	60,000.00	66,000.00	69,600.00	76,560.00
Papelería	2,950.00	3,100.00	3,000.00	3,000.00	3,100.00
Teléfono	2,600.00	3,000.00	3,100.00	3,100.00	3,200.00
Manto. De eq. Rep.	12,800.00	13,100.00	138,000.00	14,300.00	14,750.00
Mant. De eq. Ofna.	24,000.00	25,600.00	26,870.00	27,700.00	28,880.00
Imp. A cargo	17,800.00	19,000.00	21,500.00	23,500.00	25,700.00
Licencia y permiso	14,700.00	15,200.00	18,000.00	20,700.00	23,500.00
Total	128,850.00	139,000.00	152,270.00	161,900.00	175,690.00
Gran total	286,120.00	304,380.00	327,050.00	344,980.00	365,890.00

Anexo 6

Caso Práctico: Proyecto de Inversión.**Restaurante Casa May****Resultado Operacional (R.O.)**

(en miles de pesos)

Concepto	2001	2002	2003	2004	2005
(+) M.P.	790.92	877.44	951.68	1,063.89	1,190.34
(+) M.O directa	70.45	80.36	88.01	97.73	109.44
(+) Gastos indirectos	123.12	137.83	151.38	164.45	192.28
Costo de Producción	984.50	1,096.00	1,191.00	1,326.00	1,493.00
Costo de venta	984.50	1,096.00	1,191.00	1,326.00	1,493.00

Restaurante Casa May**Resultado Operacional (R.O.)**

(En miles de pesos)

Concepto	2001	2002	2003	2004	2005
VENTAS	1,775.00	2,232.00	2,484.00	2,752.00	3,109.00
(-) Costo de venta	984.50	1,096.00	1,191.00	1,326.00	1,493.00
Utilidad Bruta	790.50	1,136.00	1,293.00	1,426.00	1,616.00
Gtos.operación					
Gtos. Vta/admón	(286.00)	(304.00)	(327.00)	(345.00)	(366.00)
Depreciación Acum.	(23.00)	(23.00)	(23.00)	(23.00)	(23.00)
Utilidad de Operaci.	481.50	809.00	943.00	1,058.00	1,227.00

Caso Práctico: Proyecto de Inversión.

Restaurante Casa May

Flujo de Efectivo Operacional (F.E.O.)

(En miles de pesos).

Concepto	2001	2002	2003	2004	2005
Ingresos					
Ventas	1,775.00	2,232.00	2,484.00	2,752.00	3,109.00
No cobradas	-142.00	-159.00	-177.00	-196.00	-216.00
Cobro anterior	0.00	142.00	159.00	177.00	196.00
I.V.A.	266.00	335.00	373.00	413.00	466.00
Suma	\$1,899.00	\$2,550.00	\$2,839.00	\$3,146.00	\$3,555.00
Egresos					
Costos de vta.	-984.50	-1,096.00	-1,191.00	-1,326.00	-1,493.00
No pagado	69.00	77.00	83.00	93.00	106.00
Pag. Año anter.	0.00	-69.00	-77.00	-83.00	-93.00
I.V.A. De m.p.	-130.00	-164.00	-183.00	-202.00	-229.00
I.V.A. pagado	-136.00	-171.00	-190.00	-211.00	-237.00
I.V.A. Dic. N/p	10.00	12.00	12.00	14.00	16.00
Pag. I.V.A. Dic.	0.00	-10.00	-12.00	-12.00	-14.00
Gtos. de op.	-286.00	-304.00	-327.00	-345.00	-366.00
Suma	-\$ 1,457.50	-\$ 1,725.00	-\$ 1,885.00	-\$ 2,072.00	-\$ 2,310.00
Gran total	\$ 441.50	\$ 825.00	\$ 954.00	\$ 1,074.00	\$ 1,245.00

Caso práctico: Proyecto de Inversión

Restaurante Casa May

Flujo de Efectivo de Equilibrio (F.E.E.)

(En miles de pesos)

Concepto	2001	2002	2003	2004	2005
F.E.O.	441.50	825.00	954.00	1074.00	1245.00
Int. Cred. R.	-119.04	-119.04	-89.28	-59.52	-29.76
Abono P.R.	0.00	-93.00	-93.00	-93.00	-93.00
I.S.R. Util.	0.00	-126.86	-255.00	-329.00	-391.00
P.T.U.	0.00	-36.25	-73.00	-94.00	-112.00
Retiro de Utilida.		-193.00	-323.00	-377.00	-423.00
Inversión T.	-233.71	-507.44	-701.56	-928.64	-1265.03
Intereses g.	0.00	39.73	86.00	119.00	158.00
Rec.inv.int.	0.00	233.71	507.44	701.56	928.64
F.E.E.	88.75	22.85	12.60	13.40	17.85
S.I.E.	0.00	88.75	111.60	124.20	137.60
S.F.E.	88.75	111.60	124.20	137.60	155.45

Concepto	2001	2002	2003	2004	2005
R.O.	481.50	809.00	943.00	1,058.00	1,227.00
Intereses pag.	-119.04	-79.31	-3.28	59.48	128.24
Util. Antes ejer.	362.46	729.69	939.72	1,117.48	1,355.24
I.S.R.	-126.86	-255.00	-329.00	-391.00	-474.00
P.T.U.	-36.25	-73.00	-94.00	-112.00	-136.00
Utilidad neta	199.35	401.69	516.72	614.48	745.24

Caso Práctico: Proyecto de Inversión.

Restaurante Casa May**Balance General Presupuestado (B.G.P.)****(En miles de pesos).**

Concepto	2001	2002	2003	2004	2005
Activo					
Efectivo	88.75	111.60	124.20	137.60	155.45
Inv. Temporal	233.71	507.44	701.56	928.64	1,265.03
Clientes	142.00	159.00	177.00	196.00	216.00
Equipo de trasp	208.89	207.00	207.00	182.48	182.72
Mob. Y Equip.	91.00	93.00	93.00	118.00	118.00
Nvo. Inversión	372.00	372.00	372.00	372.00	372.00
Depreciación	-23.00	-46.00	-69.00	-92.00	-115.00
Total activo	1,113.35	1,404.04	1,605.76	1,842.72	2,194.20
Pasivo y Capital					
Proveedores	69.00	77.00	83.00	93.00	106.00
I.V.A. Dic.	10.00	12.00	12.00	14.00	16.00
Prestamo q.	372.00	279.00	186.00	93.00	0.00
I.S.R.	126.86	255.00	329.00	391.00	474.00
P.T.U.	36.25	73.00	94.00	112.00	136.00
Suma	614.11	696.00	704.00	703.00	732.00
Capital					
Capital aportad	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
U.E.	199.35	401.69	516.72	614.48	745.24
U.E.A.	0.00	6.35	85.04	225.24	416.96
Gran total	1,113.35	1,404.04	1,605.76	1,842.72	2,194.20

Caso Práctico: Proyecto de Inversión.

Restaurante Casa May**Flujo de Efectivo de Evaluación (F.E.V).****(En miles de pesos).**

	F0	F1	F2	F3	F4	F5
Total inversión	372.00					
F.E.O	-	441.50	825.00	954.00	1,074.00	1,245.00
Intereses Pagado	-	-119.04	-119.04	-89.28	-59.52	-29.76
Abono al P.R.	-	-	-93.00	-93.00	-93.00	-93.00
I.S.R.	-	-	-126.86	-255.00	-329.00	-391.00
P.T.U.	-	-	-36.25	-73.00	-94.00	-112.00
Intereses ganados	-	-	39.73	86.00	119.00	158.00
Liquidación p.						
Pago I.S.R. Del B.	-	-	-	-	-	-474.00
Pago P.T.U. B.	-	-	-	-	-	-136.00
Cobro clientes B.	-	-	-	-	-	216.00
Pago proveed. B.	-	-	-	-	-	-106.00
I.V.A. Fin año B.	-	-	-	-	-	-16.00
F.E.V.	372.00	322.46	489.58	529.72	617.48	261.24

Restaurante Casa May**Periodo de recuperación de inversión (P.R.I.)**

	Flujo de efectivo	
	Acumulado	F.E.A.
F0	372,000.00	-372,000.00
F1	322,460.00	-49,540.00
F2	489,580.00	440,040.00
F3	529,720.00	969,760.00
F4	617,480.00	1,587,240.00
F5	261,240.00	1,848,480.00

La recuperación del proyecto en cifras sin valor del dinero en

El tiempo, ocurre en 1 año 2 mes.

Calculándose como

sigue

1 año; $(49,540.00/489,580.00 \times 12 \text{ meses})$.

Caso Práctico: Proyecto de Inversión.**Restaurante Casa May**

**Tasa Promedio de Rentabilidad
(T.P.R.)**

	U.N.
F0	
F1	199,350.00
F2	401,690.00
F3	516,720.00
F4	614,480.00
F5	745,240.00
	2,477,480.00

Promedio $(2,477,480.00/5)=$
495,496.00

La inversión media se obtiene $(372,000.00/2)= 186,000.00$

La T.P.R. = Utilidad Promedio / Inversión media.

$495,496.00 / 186,0000 = 266.40\%$

ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

Caso Práctico: Proyecto de Inversión.

Restaurante Casa May

Valor Presente Neto (V.P.N.)

	Inversión	Flujo de Efectivo	Factor C.P.C. Tasa de interés 30.53%	Valor Actual	Valor actual Neto
F0	372,000.00		1.00	-372,000.00	-372,000.00
F1		322,460.00	1.3053	247,038.99	-124,961.01
F2		489,580.00	1.7038	287,345.90	162,384.89
F3		529,720.00	2.2240	238,183.40	400,568.29
F4		617,480.00	2.9030	212,704.07	613,272.36
F5		261,240.00	3.7892	68,943.30	682,216.00
	372,000.00			1,054,215.6	

Lo anterior demuestra que el proyecto es totalmente recuperable en 1 año dos meses, además de 30.53 % de interés que el negocio. Ha considerado como el costo ponderado de capital. También muestra la utilidad de \$682,216.00 a valor actual que se generará el proyecto durante su vida económica.

Caso práctico: Proyecto de Inversión.

Restaurante Casa May

Costo ponderado de capital

Pasivo y Capital	Intereses P.	U.N.
1,113,350.00	-119,040.00	199,350.00
1,404,040.00	-79,310.00	401,690.00
1,605,760.00	-3,280.00	516,720.00
1,842,720.00	59,480.00	614,480.00
2,194,200.00	128,240.00	745,240.00
8,160,070.00	-13,910.00	2,477,480.00

$8,160,070.00/5=1,632,012$

$13,910.00/5=2,782$

$2,477,480.00/5=495,496$

$495,496.00+2,782.00 = 498,278.00$

$C.P.C. = 498,278.00 / 1,632,012.00 = 30.53\%$

Anexo 7

Restaurante Casa May

1/1

Cálculo para determinar la Tasa Interna de Retorno (T.I.R.)

	Flujo de Efectivo	Factor de interés		Factor de interés	
		30.53%		110%	
F0		1	-372,000.00	1.00	-372,000.00
F1	322,460.00	1.3053	247,038.99	2.10	153,552.38
F2	489,580.00	1.7038	287,345.90	4.41	111,015.87
F3	529,720.00	2.224	238,183.40	9.26	57,199.01
F4	617,480.00	2.903	212,704.07	19.45	31,750.15
F5	261,240.00	3.7892	68,943.30	40.84	6,396.51
			682,215.66		-12,086.08

En esta tabla se presenta el factor de interés del costo ponderado de capital y un factor que que iguale a valor presente los flujos de entrada con la inversión inicial.

Caso Práctico: Proyecto de Inversión.

Restaurante Casa May

1/2

Posteriormente efectuamos una interpolación como sigue:

Conceptos	Tasa real	Valor presente	Valor presente
Primer cálculo	30.53%	1,054,215.66	1,054,215.66
Inversión de P.			372,000.00
Segundo cálculo	110%	359,913.92	
	-79.47%	694,301.74	682,215.66

$(682,215.66 / 694,301.74) \times 79.47\% = 78.08 + 30.53 = 108.61\%$ T.I.R.

Comprobando:

682215.66	98
12086.08	2
694301.74	100%

$30.53 - 110 = 79.47$

Sí parto que del t. $(79.47 \times 98\%) = 77.88$

$30.53 + 77.88 = 108.41$

$110 - (79.47 \times 2\%)$

$110 - 1.5894 = 108.41$ T.I.R.

Caso Práctico: Proyecto de Inversión.

(En miles de pesos)

Restaurante Casa May

1/1

Punto de Equilibrio**(P.E.)**

Concepto	2001	2002	2003	2004	2005
Ventas	1,775.00	2,232.00	2,484.00	2,752.00	3,109.00
Costos variables	1,221.24	1,076.89	1,459.59	1,609.54	1,781.03
Contribución marg.	553.76	1,155.11	1,024.41	1,142.46	1,327.97
Costos fijos	49.25	53.13	58.53	61.50	76.91
utilidad ant.del imp.	504.51	1,101.98	965.88	1,080.96	1,251.06

Restaurante Casa May

1/2

Punto de Equilibrio**(P.E.)**

Concepto	2001	2002	2003	2004	2005
Ventas	1.0000000	1.0000000	1.0000000	1.0000000	1.0000000
Costos variables	0.6880225	0.4824775	0.5875966	0.5848619	0.5728626
Contribución marg	0.3119775	0.5175225	0.4124034	0.4151381	0.4271374
Costos fijos	0.0277464	0.0238037	0.0235628	0.0223473	0.0247378
Utilidad ant.del imp.	0.2842311	0.4937188	0.3888406	0.3927908	0.4023996

Caso Práctico: Proyecto de Inversión.

(En miles de pesos)

Restaurante Casa May

Tabla de operación de:

Fórmula: $PE = CF / \%CM$

2001	49.25	/	0.3119775 =	157.86
2002	53.13	/	0.5175225 =	102.66
2003	58.53	/	0.4124034 =	141.92
2004	61.50	/	0.4151381 =	141.92
2005	76.91	/	0.4271374 =	180.06

Caso Práctico: Proyecto de Inversión.

(En miles de pesos)

Restaurante Casa May

1/3

Punto de Equilibrio:**(P.E.)**

Concepto	2001	2002	2003	2004	2005
Ventas	157.86	102.66	141.92	148.14	180.06
Costos variables	108.61	49.53	83.39	86.64	103.15
Contribución marg.	49.25	53.13	58.53	61.50	76.91
Costos fijos	49.25	53.13	58.53	61.50	76.91
Utilidad ant.del imp.	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Caso Práctico: Proyecto de Inversión.

Restaurante Casa May (En miles de pesos)

Sensibilidad Proyecto de inversión

Ventas:

	2001	2002	2003	2004	2005
Presente	1775.00	2232.00	2484.00	2752.00	3109.00
Pésimo 16%	1491.00	1875.00	2087.00	2312.00	2612.00
Óptimo 6%	1953.00	2388.00	2658.00	2945.00	3327.00

Sensibilidad Proyecto de inversión

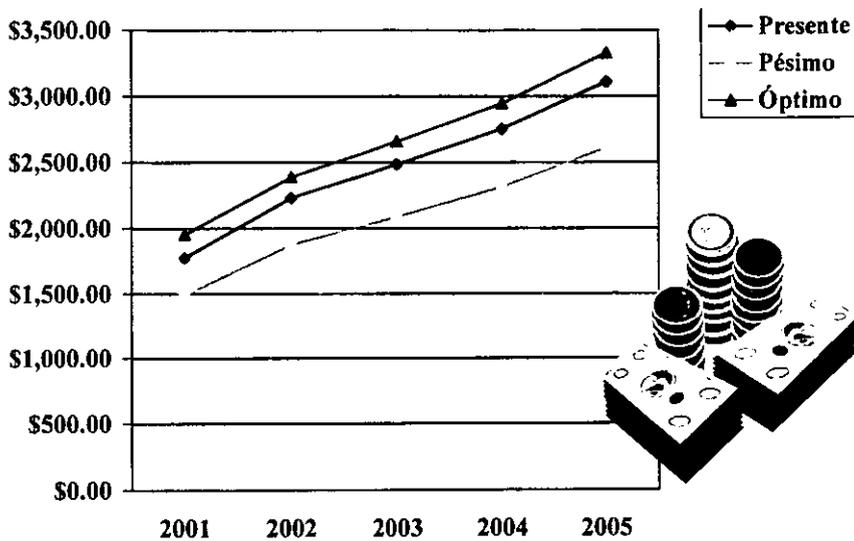
Gastos:

	2001	2002	2003	2004	2005
Presente	1270.49	1130.02	1518.12	1671.04	1854.94
Pésimo 16%	1073.52	1350.00	1502.64	1664.64	1880.64
Óptimo 6%	1406.16	1719.16	1913.76	2120.40	2395.44

Con estos datos representaremos el comportamiento en gráficas.

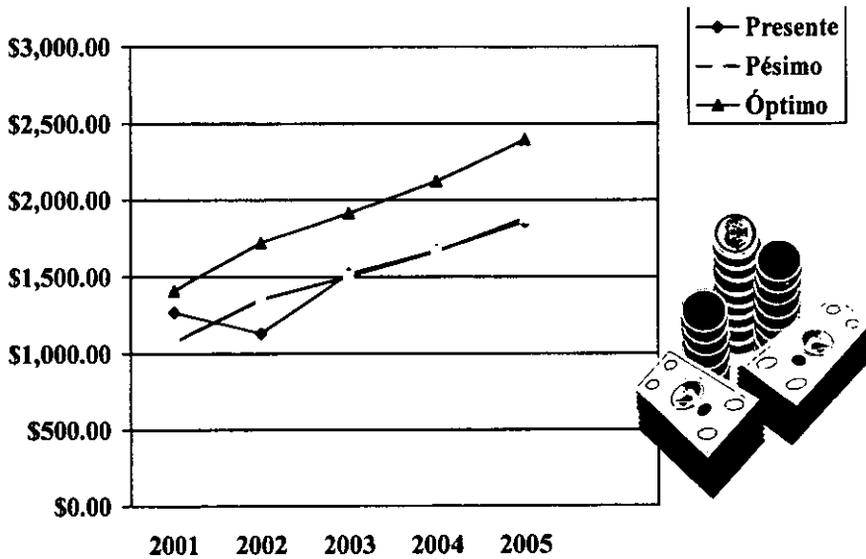
Supuestos: Datos obtenidos del análisis de catedrático de la ENEP-Acatlán área de economía Lic. Gregorio Silva Pérez.
inflación:(Pésimo 16%, Óptimo 6%).

Gráfica de Sensibilidad de Ventas



En la gráfica anterior muestra el comportamiento de las diferentes condiciones económicas de nuestro país que se podrían presentar en nuestro proyecto de inversión en cuanto a nuestras ventas.

Gráfica Sensibilidad Costos



En la gráfica anterior muestra el comportamiento de las diferentes condiciones económicas de nuestro país que se podrían presentar en nuestro proyecto de inversión en cuanto a nuestros costos.

CONCLUSIONES.

Una vez concluida la evaluación del Proyecto de Inversión para la modernización de las instalaciones del Restaurante, podemos decir que es un proyecto factible para invertir, ya que al aplicar los métodos que reconocen el valor del dinero en el tiempo, el proyecto resulta positivo al igual que los métodos que no reconocen el valor del dinero en el tiempo.

El proyecto tiene una recuperación de 1 año dos meses, lo cual nos favorece por que cumple con nuestras expectativas.

El Método de valor presente muestra la utilidad \$ 682,216.00, y una tasa interna de rendimiento 108.41%.

Con Punto económico es de tal magnitud que cubre exactamente los costos y gastos fijos. Dejando un margen amplio de utilidades.

Observamos los efectos de sensibilidad favorables aun contando con pésimas condiciones en el entorno económico de nuestro País.

Al modernizar nuestras instalaciones, crecerían nuestras operaciones, generando mayores utilidades.

Finalmente podemos concluir que nuestro proyecto cuenta con las condiciones financieras para realizarse, siempre y cuando se cumplan las condiciones del entorno político y económico estimadas para él mismo.

Bibliografía

Apuntes de Seminario de Titulación Finanzas corporativas Módulo IV
C.P. Pineda Celis Epifanio.
Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán.
2001

Apuntes de Seminario de Titulación Finanzas corporativas Módulo IV
C.P. López Marín Jorge
Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán.
2001

Apuntes de Seminario de Titulación Finanzas corporativas Módulo IV
C.P. Hernández Vargas Ramón
Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán.
2001

Fundamentos de Administración Financiera
Lawrence J. Gitman.
Editorial Harla
México, D.F. 1996

Las Finanzas en la Empresa
Moreno Fernández Joaquín.
Editorial McGraw-Hill
México, D.F. 1989 cuarta edición

Bibliografía.

Entrepreneur

Iniciando un Restaurante

Nacional Financiera, S.N.C.

México, D.F. 1997

Edición especial.

Contabilidad Administrativa.

Ramírez Padilla David Noel.

Editorial McGraw-Hill.

Quinta edición.

Preparación y Evaluación de Proyectos

Sapag Chain Nassir.

Editorial McGraw-Hill

México, D.F. 1996

Administración Financiera de Inversiones 1

Perdomo Moreno Abraham

Editorial ECASA

México, D.F. 1996

Administración y Dirección de Proyectos un enfoque integrado

Briseñol Pedro

Editorial McGraw-Hill

Segunda edición.

Bibliografía.

Guía para elaborar la tesis

Zorrila Santiago A.

Editorial McGraw-Hill

México, D.F. 1995.