



UNIVERSIDAD DON VASCO, A.C.

INCORPORACIÓN No. 8727-08

A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN Y CONTADURÍA

“Proyecto de inversión para la creación de una empresa integradora de pequeños y medianos productores de aguacate en la ciudad de Uruapan, Michoacán”

Tesis

Que para obtener el título de:

Licenciada en Contaduría

Presenta:

Norma Legorreta Rodríguez

ASESOR: L. A. MA. TERESA RODRIGUEZ CORONA

Uruapan, Michoacán Diciembre 2009





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.

DEDICATORIA

A DIOS, por la oportunidad de vivir.

INDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	5
CAPITULO 1	
1.- MARCO TEORICO	
1.1 Antecedentes del Aguacate.....	9
1.2 Descripción de Aguacate.....	12
1.3 Descripción de los grupos ecológicos (razas).....	13
1.4 Clasificación de las Variedades.....	14
1.5 Ventajas y Desventajas.....	15
1.6 Concepto de empresa y su clasificación.....	20
1.7 Concepto de empresa integradora.	20
1.8 Antecedentes de la empresa integradora en México.....	21
1.9 Características de la empresa integradora.....	21
1.10 Objetivos de la empresa integradora.....	30
1.11 Ventajas y limitaciones de la empresa integradora.....	30
1.12 Funciones de la empresa integradora.....	33
1.13 Requisitos para su Inscripción y Constitución.....	35
1.14 Marco Fiscal de la Empresa Integradora.....	41
CAPITULO 2	
2.- PROYECTO DE INVERSIÓN	
2.1 Definiciones	55
2.1.1 Definiciones de proyecto.....	55

2.1.2	Definiciones de Inversión.....	56
2.1.3	Definición de proyecto de inversión.....	56
2.2	Tipos de Proyectos de Inversión.....	57
2.3	Etapas del Proyecto de Investigación.....	60
2.4	Elementos del Proyecto.....	61
2.4.1	Estudio de Mercado.....	63
2.4.2	Estudio Técnico.....	65
2.4.3	Estudio Financiero.....	65
2.5	Metodología de la Investigación.....	66

CAPITULO 3

3.- ESTUDIO DE MERCADO

3.1	La oferta y la demanda	69
3.1.1	Análisis de la oferta.....	70
3.1.2	Análisis de la demanda.....	71
3.1.3	Tipo de oferta en el mercado actual.....	72
3.2	De la comercialización nacional.....	73
3.2.1	Reglamentación global.....	73
3.2.2	Tipos de mercados.....	81
3.2.3	Canales de distribución.....	87
3.3	De la comercialización de aguacate para exportar.....	93
3.3.1	Reglamentación para exportar.....	94
3.3.2	Normas de calidad para exportar.....	101
3.3.3	Trámites para exportar.....	102
3.3.4	Tipos de mercados.....	103

3.3.5 Canales de distribución.....	104
------------------------------------	-----

CAPITULO 4

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Concepto.....	105
4.2 Objetivos del estudio técnico del proyecto.....	105
4.3 Aspectos del estudio técnico.....	105
4.3.1 Localización e instalaciones físicas.....	105
4.3.2 Parte administrativa.....	106
4.4 Aspecto legal.....	106

CAPITULO 5

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 Inversión Neta.....	108
5.2 Financiamiento de la Inversión.....	111
5.2.1 FIRA.....	111
5.2.2 Gobierno del Estado de Michoacán.....	113
5.2.3 Secretaría de Economía.....	125
5.3 Bases de las proyecciones.....	128
5.4 Estados Financieros Proyectados a 5 años.....	129
5.5 Evaluación del proyecto.....	130
5.5.1 Tipos de evaluación del proyecto.....	131
5.5.1.1 TIR.....	131
5.5.1.2 VPN.....	134
5.5.1.3 PRI.....	135

5.5.1.4 CAPM.....	136
5.5.1.5 Análisis de Sensibilidad.....	141

CAPITULO 6

6. CASO PRÁCTICO.....	144
-----------------------	-----

CONCLUSIONES.....	178
-------------------	-----

BIBLIOGRAFÍA.....	180
-------------------	-----

ANEXOS.....	182
-------------	-----

INTRODUCCIÓN

Un proyecto de inversión se describe como un plan organizado donde a través de la aplicación de una serie de elementos puede producir bienes o servicios, que generen un beneficio social o económico.

Por ende, su evaluación tiene como principal objetivo el determinar la rentabilidad económica y social de cualquier tipo de inversión, para lograr una mejor aplicación de los recursos económicos.

Por consiguiente, a través de este proyecto se evaluará la factibilidad para la creación de una empresa integradora de pequeños y medianos productores de aguacate en la ciudad de Uruapan Michoacán.

Para evaluar la rentabilidad del proyecto se realizarán diferentes tipos de estudios entre los que se encuentran: Estudio de Mercado, el cual no fue necesario llevarlo a cabo, ya que se llegó a un común acuerdo entre los integrantes; Estudio Técnico, en el cual se define la ubicación de la empresa, la organización administrativa y jurídica; El Estudio Financiero, el cual a través de la determinación de indicadores financieros proporciona la evaluación económica.

La finalidad de ésta investigación, es proporcionar la información más relevante de éste fruta, para poder llevar a cabo la apertura de una empresa “integradora de pequeños y medianos productores de aguacate”, la cual, tiene

como objetivo principal el proporcionar a los pequeños y medianos productores de aguacate, la mejor alternativa para colocar el producto en el mercado, así como para disminuir los costos de los insumos necesarios para su productividad, además, a través de ésta organización se pretende; conocer y analizar la problemática de venta, proporcionar la mejor alternativa en el mercado, equilibrar los recursos económicos de lo productores, aplicar en tres años las investigaciones realizadas y poder proporcionar el mejor servicio a las personas integradas.

La principal hipótesis planteada en ésta investigación, hace referencia a que; mediante la creación de una Empresa Integradora de Productores de aguacate, se disminuirán los costos de los insumos agrícolas para los integrantes, debido a que la empresa, adquirirá los productos que con mayor frecuencia son utilizados en la agricultura, como son; fumigantes, fertilizantes, fungicidas, cal agrícola, abono orgánico, entre otros, así como materiales, maquinaria agrícola, sistemas de riego o complementos, y actuar como intermediario con instituciones de crédito, para la obtención de financiamientos que sean requeridos, ya sea para inversión en compra de maquinaria, adquisición de terrenos para iniciar el desarrollo de nueva producción de aguacate, expandir el terreno con nueva planta, etc.

En el contenido, se encuentra información relacionada con los antecedentes del aguacate, el cual, es nativo de América, el árbol se originó en México, Centro América hasta Colombia, Venezuela, Ecuador y Perú, es un frutal que tiene una importancia estratégica en la agricultura nacional, y por lo

tanto, representa una actividad fundamental dentro del desarrollo económico en la región; generando grandes fuentes de ingresos y de empleo para muchas de las personas que se dedican a dicha actividad en forma directa o indirectamente, esta fruta, tiene tres razas básicas o grupos ecológicos, la mexicana, la guatemalteca y la antillana, de las que cada una posee características distintas, en cuanto a color, tamaño, peso, sabor, entre otras, y poseen ventajas superiores a otras frutas, en cuanto al contenido nutritivo, ya que contiene; fibra, carbohidratos, proteínas, grasa, ácidos grasos, saturados, retinol, tiamina, riboflavina, niacina, y varios más.

Otro de los aspectos de mayor relevancia, es el concepto de una empresa integradora, la cual es definida como aquella en la que se asocian empresarios micro, pequeños y medianos, dedicados a ramas industriales y comerciales afines, que hacen posible su desarrollo para competir en los negocios como grandes empresarios. (Nyssen, 1996:33), y que tiene como principales objetivos; elevar la competitividad de las empresas integradas, proporcionar una especialización de éstas dentro de cada una de las fases del proceso productivo, consolidar la presencia de la micro, pequeña y mediana empresa en el mercado interno e incrementar su participación en la exportación, dotar de mayor capacidad de negociación a las empresas micro, pequeñas y medianas en los mercados de materias primas, insumos, tecnología, productos terminados y financieros, gestionar el financiamiento, comprar de manera conjunta materias primas e insumos, vender de manera consolidada la producción, fomentar la especialización de las empresas asociadas en productos y procesos que cuenten con ventajas comparativas,

etc., es por ello, que se ha hecho hincapié en la realización de este proyecto, con la finalidad de poder aplicar cada una de las ventajas que tiene por un lado la estructura de de una empresa de ésta naturaleza, y por la otra, el poder ayudar a integrar a productores que tienen dificultades para comercializar su producto, y adquirir los insumos necesarios para su desarrollo económico y social.

CAPITULO 1

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes del Aguacate

El aguacate es nativo de América, el árbol se originó en México, Centro América hasta Colombia, Venezuela, Ecuador y Perú. La antigüedad registrada de restos fósiles de aguacate encontrados en el Valle de Tehuacan en el Estado de Puebla es de 8,000 años, antigüedad cercana a los 10,000 años del Hombre de Tepexpan, cuyos restos y los de algunos mamuts fueron encontrados en el Valle de México. Los primeros pobladores de América Central y del Sur así como del área central de México probablemente domesticaron al aguacate al descubrir su exquisito sabor.

El Códice Mendoza cita a ésta planta y su fruto. Este códice es un manuscrito pintado, preparado con el respaldo de Don Antonio de Mendoza, primer virrey de Nueva España, poco después de la conquista española, para ser enviado al emperador Carlos V. el códice fue escrito especialmente por un tlacuilo, un artista azteca especialmente hábil en la confección de libros pintados, quien se valió del sistema nativo de escritura pictográfica. Para que el monarca español pudiera leerlo, un sacerdote español familiarizado con el nahuatl, la lengua de los aztecas, se encargó de escribir una explicación detallada del contenido. La primera parte del códice es una lista de las conquistas de los diferentes emperadores aztecas y abarca el período de 1325 a 1521, es decir,

desde la fundación de Tenochtitlan, la capital del gran imperio azteca, hasta la destrucción del mismo por los españoles.

La segunda parte describe a todos los pueblos sujetos a los aztecas y los tributos que debían aportar. La tercera parte es la única estrictamente original del códice, ya que fue escrita especialmente para el virrey por el tlacuilo Mexicano, y describe la vida "de año en año" de la gente azteca. En la segunda parte del códice, en la página 39 recto se menciona al aguacate. En esta página se mencionan los tributos a enviar a Tenochtitlan por una región y una lista de los 14 pueblos de esa región. Los tributos eran 1600 mantas, prendas y atuendos guerreros, 10 barras de oro, un tazón con oro en polvo y 800 tazones de terracota. El quinto de estos pueblos es representado por un árbol y su nombre escrito en caracteres latinos es "AHUACATLA". Según el diccionario "ahuacatl" quiere decir "aguacate o árbol del aguacate". El postfijo "-tla" quiere decir "lugar", y se representa por los dientes en el tronco. Por lo tanto AHUACATLA o Ahuacatlan se traduciría como "lugar del árbol del aguacate"; este aún lo conservan dos pueblos en el México antiguo, Ahuacatlán en el estado de Nayarit y el ahora llamado aguacatan en el norte de Guatemala.

"El primer documento escrito en América y que trata del aguacate es el de Martín Fernández de Enciso (Suma de Geografía, publicado en 1519 en Sevilla, España) quien encontró y probó el aguacate en el pueblo de Yaharo, cerca de Santa Marta en Colombia en 1519. Refiriéndose al fruto afirmó que "Se parece a una naranja y cuando se parte para comérselo es de color amarillo: Lo que hay dentro es como

mantequilla tiene un sabor delicioso y deja un gusto tan blando y tan bueno que es algo maravilloso".

El primer registro del aguacate en Europa es de Clusius (*Rariorum Plantarum Historia*) en 1601, quien lo describe basado en árboles de origen y tipo Mexicano desarrollados en Valencia, España.

Fray Bernabé Cobo (*Historia Del Nuevo Mundo*, 1653) describe "tres clases diferentes de Paltas":.. El fruto "es de forma de uso y comúnmente del tamaño de un membrillo; en algunas regiones es tan grande como una calabaza pequeña o un citrón grande, las variedades de la provincia de Yucatán en la Nueva España (México) son de esta clase.

La palta tiene una cáscara delgada, más suave y flexible que la de un limón ceuta, verde en el exterior, y cuando el fruto está maduro se pela fácilmente. Tiene la semilla más grande que he visto en cualquier fruto, de las Indias o de Europa. Entre la semilla y la cáscara está la pulpa, ligeramente más gruesa que un dedo, excepto en el cuello en donde es muy grueso. Tiene un color verde claro, tierno, mantequilloso y muy suave. Algunas personas lo comen con azúcar y sal, otros como sale del árbol, con tan buen sabor que no necesita aderezarse.

El segundo tipo es grande, redondo y producido en la provincia de Guatemala, el cual no tiene la cáscara tan lisa como el primero.

El tercero es una palta pequeña que se encuentra en México, que se parece a una breva en tamaño, color y forma; algunos son redondos y otros

alargados, y la cáscara es tan delgada y lisa como la de una ciruela. El nombre Palta se usa en la lengua del Perú. En la mayor parte de las Indias se le llama aguacate, que es el nombre que le dan los Indios de la Española. Este fue una descripción precisa de los tres tipos de aguacate ahora conocidos: Antillano, Guatemalteco y Mexicano.



Éste producto es originario de México, Colombia y Venezuela. Los primeros españoles que llegaron a América bautizaron a este fruto con el nombre de "pera de las Indias", dada su semejanza externa con las peras españolas. Los principales productores hoy día son: México, Chile, Brasil, Estados Unidos, Australia, Israel, China, Kenia, Sudáfrica y España.

1.2 Descripción del Aguacate

El aguacate es un frutal que tiene una importancia estratégica en la agricultura nacional, por lo tanto, representa una actividad fundamental dentro del desarrollo económico en la región; generando grandes fuentes de ingresos y de empleo para muchas de las personas que se dedican a dicha actividad en forma directa o indirectamente.



Descripción botánica del aguacate



El aguacate es una dicotiledónea perteneciente al orden de las *Ranales* y a la familia de las *Lauráceas* y clasificada en la especie de *Persea americana* (Rodríguez, 1982:13-21)

1.3 Descripción de los Grupos Ecológicos.

La mayoría de las variedades comerciales en los países productores como Estados Unidos, Israel, México, y en las Islas canarias, etc., se clasificaron, en un acuerdo prácticamente general, en tres razas básicas o grupos ecológicos, la mexicana, la guatemalteca y la antillana. (Rodríguez: 1982: 13-21)

La Raza Mexicana:

Se adapta más a zonas de clima frío con elevaciones de 1,000 a 2,000 metros sobre el nivel del mar o su equivalente en latitud.

Produce frutos pequeños, sus hojas con un característico olor a anís cuando son frotadas al tacto.

La Raza Guatemalteca:

Es originaria de Guatemala. Se adapta más a zonas de clima medio, con elevaciones de 500 a 1,000 metros sobre el nivel del mar. Sus frutos se caracterizan por permanecer en el árbol por más tiempo, con una cáscara cariácea y quebradiza.

La Raza Antillana:

Se desarrolla en zonas calientes que van desde el nivel del mar a no más de 500 metros. Sus frutos son de gran tamaño, de piel delgada y brillante. La mayoría de las variedades cultivadas hoy día han sido producto de cruces entre clones. Es una de las razas más numerosas. Esta raza es resistente al calcio y a la salinidad, pudiendo vegetar en suelos con cierto contenido de cloruros (250 a 350 ppm).

Es susceptible a las quemaduras de sol y a la Cercospora, aunque resistente a la antracnosis, y se diferencia de la raza mexicana porque no produce chuponas.

1.4 Clasificación de las Variedades Comerciales.

- Variedad Rincón.
- Variedad Fuerte
- Variedad Booth 7 y 8
- Variedad Choquette.
- Variedad Waldin
- Variedad Lula
- Variedad criolla (mexicana)
- Variedad Ettinger
- Variedad Hass
- Variedad Nabal.
- Variedad Anaheim
- Variedad Bacon
- Variedad MacArthur
- Variedad Zutano

- Variedad Redd
- Variedad Topa-Topa
- Variedad Robusto
- Variedad gema
- Variedad Orotava
- Variedad Nordshtein
- Variedad Tova
- Variedad Horshim
- Variedad Netaim

(Rodríguez: 1982 13-21)

1.5 Ventajas y Desventajas

Ventajas.

Todos los productos agrícolas poseen grandes beneficios a las personas que los consumen, ya que son una fuente de energía y como un alimento necesario, tal es el caso del aguacate, el cual es un alimento perfecto como sustituto natural vegetariano de las proteínas contenidas en carne, huevos, queso y aves de corral.

Las propiedades que poseen los aguacates son muy beneficiosas para la salud, ya que contienen los ácidos grasos esenciales y proteínas de alta calidad que se digieren fácilmente sin contribuir negativamente en el colesterol.

Contenido del aguacate:

Fibra	0.4 g
Carbohidratos	5.9 g
Proteínas	1.8 g
Grasa total	18.4 g
Acidos grasos	
Saturados	3.0 g
Monoinsaturados	8.9 g
Poliinsaturados	2.0 g
Retinol (A)	17.0 mg
Tiamina	0.10 mg
Riboflavina	0.10 mg
Niacina	1.8 mg
Vitamina C	15.0 mg
Vitamina E	1.53 mg
Vitamina B6	0.25 mg
Folate	10.0 %
Acido pantoténico	0.87 mg
Calcio	24.0 mg
Hierro	0.5 mg
Magnesio	45.0 mg
Sodio	4.0 mg
Potasio	604.0 mg
Zinc	0.42 mg
Kilocalorías	181.0 Kc

Éste producto es recomendado para:

- Indicado para diabéticos, por su capacidad equilibrante de azúcar en la sangre.
- Esfuerzos físicos.
- Sus grasas no favorecen la formación de colesterol.
- Durante el embarazo.
- Por su vitamina E como uno de los grandes antioxidantes aliados contra el cáncer.

Una característica extraordinaria del aguacate es su efecto benéfico adicional al ayudar a eliminar el colesterol dañino a la salud humana (lipoproteínas de baja densidad) y reducir el riesgo de desarrollar aterosclerosis.

También se ha observado un efecto benéfico del consumo de aguacate en pacientes humanos con asma y con artritis reumatoide. (M. Alvisouri et al., resúmenes IV Congreso Mundial del Aguacate). El aguacate es un abogado de la salud por su efecto en la disminución del colesterol al promover un aumento en las lipoproteínas de alta densidad, reducción en triglicéridos y en niveles de insulina en ayuno (J. Carranza, resúmenes IV Congreso Mundial del Aguacate).

El fruto, las hojas y el hueso son utilizados en la medicina natural para eliminar microbios y parásitos, contra la disentería y algunos desarreglos digestivos. Sus hojas también se emplean como expectorantes. Se dice que la energía proteínica del fruto y la combinación con las vitaminas y sales minerales le dan propiedades afrodisíacas.

El aguacate se consume en muy variadas formas en ensaladas, sopas, guisados, postres, bebidas. A este respecto, existe un recetario, editado por la Asociación Agrícola Local de Productores de Aguacate de Uruapan Michoacán, que describe los diversos usos del aguacate y los platillos que se pueden preparar con el mismo. www.aproam.com/



Finalmente, la industria de los cosméticos o artículos de belleza utiliza al aguacate en la elaboración de aceites, lociones, jabones, cremas y shampoo para el cabello.



Desventajas

El producto del aguacate contiene muchas propiedades que benefician a todas las personas que los consumen, es por eso que no se puede considerar un producto con desventajas al ingerirlo, pero sí por que es un producto que para su producción necesita de grandes cantidades de agua para poder sobrevivir, lo cual, en la actualidad es un tema de gran importancia para la sociedad y un gran problema para los productores.

1.6 Concepto de Empresa y su Clasificación

Empresa.

Se deriva de emprender, que significa emprender cosas grandes y difíciles.

Empresa: "entidad jurídica que realiza actividades económicas gracias a las aportaciones de capital social de los accionistas de la empresa.

Clasificación de las empresas.

Por su tamaño	Por su giro	Por el origen de su capital	Por sectores económicos
a) Micro	<ul style="list-style-type: none">Industrial	a) Públicas	<ul style="list-style-type: none">agropecuario
b) Pequeña	<ul style="list-style-type: none">Comercial	b) Privadas	<ul style="list-style-type: none">Industrial
c) Mediana	<ul style="list-style-type: none">Servicios	c) Transnacionales	<ul style="list-style-type: none">Servicios
d) Grande		d) Franquicias	
		e) Mixtas	

1.7 Definiciones de Empresa Integradora

La empresa integradora es aquella en la que se asocian empresarios micro, pequeños y medianos, dedicados a ramas industriales y comerciales afines, que hacen posible su desarrollo para competir en los negocios como grandes empresarios. (Nyssen, 1996:33)

La empresa integradora es un centro de servicios especializados con personalidad jurídica propia, autonomía respetada, estructura interna balanceada, además de que cuenta con apoyos institucionales.

La empresa integradora es una forma de organización empresarial que asocia a personas físicas o morales de escala micro, pequeña y mediana (PYMES) formalmente constituidas.

1.8 Antecedentes de la Empresa Integradora.

El modelo de empresas integradoras fue adoptado por economías industrializadas, en las cuales, las medianas y pequeñas empresas han sido identificadas como un modelo de desarrollo económico industrial de rango internacional, por su peculiar forma de manejo y por su marcada presencia en los mercados internacionales. (Nyssen, 1996:32-38)

Estas empresas se han desarrollado con el apoyo decidido de sus respectivos gobiernos que han traducido este esfuerzo en la activación de leyes para el fomento económico industrial y de exportaciones de las pequeñas y medianas empresas, esfuerzo que ha tenido sus frutos a través de las diferentes formas de asociación caracterizadas por una alta concentración de pequeñas y medianas empresas y por una elevada especialización productiva del conjunto de éstas. (ibid)

1.9 Características de la Empresa Integradora.

- Alternativa de cooperación empresarial que agrupa a micro, pequeñas y medianas empresas para facilitarles el acceso a servicios comunes, así como a la generación de economías de escala por las actividades conjuntas para comprar, producir y vender.

Características socioeconómicas

En México se han instrumentado diversas alternativas de organización empresarial, tomando en cuenta el tamaño de las empresas y/o productores, su capacidad económica, así como su estrategia productiva y comercial. A manera de ejemplo, se presenta un cuadro comparativo en donde se señalan las características que tiene cada organización, a efecto de que el empresario tenga una visión general de cada una de ellas y pueda seleccionar la forma de asociación que más se adapte a sus necesidades. Cabe señalar que algunas han perdido vigencia como una fórmula de asociación para las micro, pequeñas y medianas empresas, debido a la complejidad de requisitos que se deben cubrir para constituir las.

**CUADRO COMPARATIVO DE LAS CARACTERÍSTICAS DE CADA
ORGANIZACIÓN**

AGRUPACIONES CONCEPTO	EMPRESA INTEGRADORA	UNIONES DE CREDITO	SOCIEDADES DE RESPONSABILIDAD LIMITADA DE INTERES PUBLICO	SOCIEDADES DE RESPONSABILIDAD LIMITADA MI/ART*	SOCIEDAD COOPERATIVA*
Objetivo principal.	Prestación de servicios especializados a los socios y actúan por cuenta y orden de los integrados.	Acceso de los socios al financiamiento.	Personalidad jurídica para realizar actividades en común.	Personalidad jurídica para realizar actividades mercantiles.	Conjuntar recursos y experiencias.
Actividades productivas.	Todas	Todas	Todas	Industria, comercio, servicios y artesanías	Todas
Marco jurídico específico.	<ul style="list-style-type: none"> Programa Sectorial. Decreto específico. 	<ul style="list-style-type: none"> Ley General de Organizaciones y Act. Auxiliares del Crédito. 	<ul style="list-style-type: none"> Ley Específica. 	<ul style="list-style-type: none"> Ley Federal para el Fomento de la Microindustria y la Actividad Artesanal. 	<ul style="list-style-type: none"> Ley Específica.
Capital social.	50 mil pesos	2 millones 141 mil pesos Monto que ajusta anualmente la CNBV.	3 mil pesos	3 mil pesos	No existe un mínimo.
Régimen fiscal.	Simplificado por 10 años sin tope de ingresos.	General	General	General	General
Tipos de socios.	Personas físicas y morales.	Personas físicas y morales.	Productores de escasos recursos.	Personas físicas.	Trabajadores asalariados.
Número de socios mínimo.	4	10	25	2	10
Estratos de empresa.	Micro, pequeña y mediana	Mediana y grande	Micro	Micro	Personas físicas
Propicia economías de escala.	Sí	Sí	Sí	No	No
Capacidad económica de los socios.	Media	Alta	Baja	Baja	Baja
Grado de organización de las empresas.	Media	Media	Baja	Baja	Baja
Expectativas para mejorar la competitividad de las empresas.	Alta	Media	Media	Baja	Baja

Cuadro comparativo de las empresas integradoras con otras formas de cooperación de la Ley Agraria y a Ley de Sociedades de Solidaridad Social

En virtud de que el esquema de empresa integradora ha tenido en los dos últimos años una mayor penetración en el sector agropecuario, se considera necesario hacer un análisis comparativo entre la empresa integradora y las formas de organización de la Ley Agraria, así como de la Ley de Sociedades de Solidaridad Social.

Lo anterior, con el propósito de que los productores tengan elementos que les permitan diferenciar cuales son los objetivos, funciones y alcances de cada organización, para elegir con mayor certeza la manera de llevar a cabo sus proyectos de integración y alcanzar con éxito sus metas.

**CUADRO COMPARATIVO DE LAS EMPRESAS INTEGRADORAS CON
OTRAS FORMAS DE COOPERACION DE LA LEY AGRARIA Y LA LEY DE
SOCIEDADES DE SOLIDARIDAD SOCIAL.**

CONCEPTO	EMPRESAS INTEGRADORAS	SOCIEDADES DE SOLIDARIDAD SOCIAL	ASOCIACIONES RURALES DE INTERES COLECTIVO	SOCIEDADES DE PRODUCCION RURAL
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Prestación de servicios especializados de apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa integrada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de fuentes de trabajo. • Conservación y mejoramiento del medio ambiente. • Explotación racional de los recursos naturales. • Producción, industrialización y comercialización de bienes y servicios que sean necesarios. • Educación a los socios y sus familias. 	<ul style="list-style-type: none"> • La integración de los recursos humanos, naturales, técnicos y financieros para el establecimiento de industrias, aprovechamiento, sistemas de comercialización y cualesquiera otras actividades económicas. 	<ul style="list-style-type: none"> • La integración productiva a cualquier nivel.
Marco Legal	<ul style="list-style-type: none"> • Decreto que promueve la organización de Empresas Integradoras (DOF del 7 de mayo de 1993) y sus modificaciones (DOF del 30 de mayo de 1995). 	<ul style="list-style-type: none"> • Ley de Sociedades de Solidaridad Social (DOF del 27 de mayo de 1976). 	<ul style="list-style-type: none"> • Ley Agraria (Modificaciones DOF del 9 de julio de 1993): Artículos 108, 109 y 110. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ley Agraria (Modificaciones DOF del 9 de julio de 1993): Artículos 108, 109, 111 y 112.

CONCEPTO	EMPRESAS INTEGRADORAS	SOCIEDADES DE SOLIDARIDAD SOCIAL	ASOCIACIONES RURALES DE INTERES COLECTIVO	SOCIEDADES DE PRODUCCION RURAL
Estructura	<ul style="list-style-type: none"> • Asamblea General de Socios. • Consejo de Administración. • Director General. • Gerencias acordes a los requerimientos de los socios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Asamblea General de Socios (asistencia mínima del 65% de los socios o sus representantes). • Asamblea General de representantes (cada representante abarca un mínimo de 10 socios). • Comité Ejecutivo (administra la sociedad). • Comités obligatorios: 	<ul style="list-style-type: none"> • Asamblea General (2 representantes de cada una de las asambleas de los ejidos o comunidades miembros de la unión, 2 representantes designados de entre los miembros del comisariado y el consejo de vigilancia de los mismos). • Consejo de Administración. • Consejo de Vigilancia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Asamblea General (2 representantes de cada una de las asambleas de los ejidos o comunidades miembros de la unión, 2 representantes designados de entre los miembros del comisariado y el consejo de vigilancia de los mismos). • Consejo de

		<ul style="list-style-type: none"> • Financiero y de vigilancia. • Educación. • Patrimonio social y Fondo de Solidaridad Social. • Los demás que requieran los socios. • Pueden formar federaciones y, éstas a su vez, crear una Confederación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Administración. • Consejo de Vigilancia.
--	--	--	---

CONCEPTO	EMPRESAS INTEGRADORAS	SOCIEDADES DE SOLIDARIDAD SOCIAL	ASOCIACIONES RURALES DE INTERES COLECTIVO	SOCIEDADES DE PRODUCCION RURAL
Constitución	<ul style="list-style-type: none"> • Tiene personalidad jurídica propia, que le permite realizar actividades mercantiles. • Se constituye con un capital social mínimo de \$50,000. • Cada socio no puede exceder del 30% del capital social. • Pueden tener socios grandes, siempre que la suma de éstos no ostente más del 25% del capital social total. • No puede participar directa o indirectamente en el capital social de las empresas integradas. • Ingresos exclusivos por cuotas, comisiones y prestación de servicios. • El 10% de sus ingresos totales, pueden ser de servicios a terceros. • Presentar a la Secretaría de Economía a la siguiente documentación: • Escrito libre solicitando su inscripción en el Registro Nacional de Empresas Integradoras • Proyecto de acta constitutiva. 	<ul style="list-style-type: none"> • Patrimonio de carácter colectivo. • Los socios son personas físicas de nacionalidad mexicana (ejidatarios, comuneros, campesinos sin tierra, parvifundistas y personas que tengan derecho al trabajo). • Con parte de las utilidades y donativos, se crea un Fondo de Solidaridad Social. • Las "SSS" realizan actividades mercantiles. • 15 socios como mínimo. Su funcionamiento requiere la autorización previa del Ejecutivo Federal, a través de la SRA (industrias rurales) y STPS (en los demás casos). • Actas y bases se inscriben en los registros de la SRA y STPS. A partir de ese momento a la "SSS" tiene personalidad jurídica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tienen personalidad jurídica propia, a partir de su inscripción en el Registro Agrario Nacional. • Cuando se integren con Sociedades de Producción Rural o con uniones de éstas, se inscribirán además en los Registros Públicos de Crédito Rural o de Comercio. • Pueden ser socios los ejidos, comunidades, sociedades de producción rural o uniones de sociedades de producción rural. • 2 socios como mínimo. • No hay límites de capital social. • Los ejidos, comunidades y uniones de ejidos, podrán establecer empresas especializadas que apoyen el cumplimiento de su objetivo y les permita acceder de manera óptima a la integración de su cadena productiva, al aprovechamiento de sus recursos naturales o de cualquier índole, así como a la prestación de servicios. • Las empresas del párrafo anterior, podrán adoptar cualquiera de las formas 	<ul style="list-style-type: none"> • 2 socios como mínimo. • Personalidad jurídica propia, utilizando el término SPR, así como del Régimen de Responsabilidad que adopten: • Responsabilidad ilimitada, todos los socios responden por sí de las obligaciones solidarias. • Responsabilidad limitada, los socios responden de las obligaciones hasta por el monto de sus aportaciones al capital social. • Responsabilidad suplementada, los socios además del pago de su aportación al capital social, responden de todas las obligaciones sociales subsidiariamente, hasta por una cantidad determinada en el pacto social y que será su

	<p>Una vez autorizada por Secretaría de Economía, deberán protocolizar ante Notario Público.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proyecto de factibilidad económica-financiera que sustente integración. 		asociativas previstas por la Ley.	<p>suplemento, el cual en ningún caso será menor de dos tantos de su mencionada aportación.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El capital social se constituye por aportaciones: • Libre si es de responsabilidad ilimitada. • 700 salarios mínimos vigentes en el D.F., para las de responsabilidad limitada. • 350 salarios mínimos vigentes en el D.F. para las de responsabilidad suplementada.
--	--	--	-----------------------------------	---

CONCEPTO	EMPRESAS INTEGRADORAS	SOCIEDADES DE SOLIDARIDAD SOCIAL	ASOCIACIONES RURALES DE INTERES COLECTIVO	SOCIEDADES DE PRODUCCION RURAL
Apoyos	<ul style="list-style-type: none"> • Régimen Simplificado de Tributación por 10 años sin tope de ingresos. (apoyo para la empresa integradora) • Apoyos financieros (empresa integradora y sus asociados). • Facilidades administrativas para acceder a los programas de fomento a las exportaciones. • Acceso a los demás programas del Gobierno Federal. 	<ul style="list-style-type: none"> • El Ejecutivo Federal a través de sus dependencias y medidas concretas, podrá otorgar estímulos, subsidios o franquicias necesarios para su eficaz funcionamiento, los cuales se revocarán o cancelarán o juicio fundado de los otorgantes. • Las autoridades federales y los organismos creados por la Federación, deberán asesorar gratuitamente a las "SSS" para la promoción y fomento de la producción, industrialización y comercialización de bienes y servicios que sean necesarios. • Las "SSS" serán sujetas de crédito de las instituciones de crédito y tendrán preferencia en el otorgamiento del mismo. 	<ul style="list-style-type: none"> • No se mencionan apoyos específicos. 	

1.10 Objetivos de la Empresa Integradora.

- Elevar la competitividad de las empresas integradas.
- Proporcionar una especialización de éstas dentro de cada una de las fases del proceso productivo.
- Consolidar la presencia de la micro, pequeña y mediana empresa en el mercado interno e incrementar su participación en la exportación.
- Dotar de mayor capacidad de negociación a las empresas micro, pequeñas y medianas en los mercados de materias primas, insumos, tecnología, productos terminados y financieros.
- Gestionar el financiamiento.
- Comprar de manera conjunta materias primas e insumos.
- Vender de manera consolidada la producción.
- Fomentar la especialización de las empresas asociadas en productos y procesos que cuenten con ventajas comparativas.

1.11 Ventajas y Limitaciones de la Empresa Integradora

Ventajas:

- Las integradoras se asocian para competir con eficacia en los mercados.
- Se mantiene la individualidad de los empresarios en las decisiones internas de sus empresas.
- Los empresarios se dedican a producir, mientras las empresas integradoras se encargan de realizar otras actividades especializadas que requieren los asociados.

- Se crean economías de escala derivadas de una mayor capacidad de negociación para comprar, producir y vender.
 - Se evita la duplicidad de inversiones al estar en condiciones de adquirir en forma común activos fijos, incluso de innovar el parque industrial.
 - Obtención de materias primas e insumos en mejores condiciones de calidad, precio y oportunidad de entrega.
 - Mayor capacidad de negociación en los mercados de materias primas, productos terminados, tecnología y financieros.
 - Especialización en determinados procesos y productos.
 - Disponibilidad de fuerza de trabajo calificada para el proceso productivo.
 - Oferta de servicios especializados a bajo costo en virtud de que el asociacionismo les permite la reducción de costos.
 - Eleva la competitividad de las empresas asociadas.
- Se facilita el acceso a servicios especializados a bajo costo, ya que éstos se pagan de manera común entre los asociados.
 - Evita la duplicidad de inversiones, al estar en condiciones de adquirir a nombre y cuenta de sus asociados y de forma común activos fijos, incluso de renovar o innovar la maquinaria y el equipo.
 - Propicia la especialización de los asociados en determinados procesos y productos con ventajas comparativas.
 - Favorece la concurrencia a mercados más amplios al consolidar la producción de sus asociados.
 - Mantiene la individualidad de los empresarios en las decisiones internas de sus empresas.

- Esta forma de organización empresarial tiene flexibilidad para adaptarse a cualquier actividad económica.
- Las empresas asociadas podrán comprar desde una acción hasta el 30% del capital social, de acuerdo con su capacidad económica, sin menoscabo de gozar de los beneficios que ofrece este esquema de organización.

Limitaciones.

- No pueden ser socios de una empresa integradoras, aquellas personas físicas o morales que no estén formalmente constituidas.
- La empresa integradora actúa exclusivamente por cuenta y orden de sus socios; por tanto, sólo es su representante ante clientes y proveedores.
- No puede realizar ninguna parte de proceso productivo que involucre la actividad de sus asociadas.
- No está facultada para realizar la importación de materias primas e insumos que requieran sus afiliados, ya que la empresa integradora no fabrica ni comercializa productos, por tanto, no puede inscribirse en el Padrón de Importadores; este es un requisito para poder importar.
- Los activos que se adquieran para el proceso productivo de los socios, no pueden ser propiedad de la integradora, ya que son los socios los que realizan la actividad de producir y, por tanto, son los dueños de la maquinaria y el equipo.
- No se permite constituir empresas integradoras con empresarios que realicen prácticas desleales o tengan actividades monopólicas o que su actividad los conduzca a estas situaciones.

1.12 Funciones de la Empresa Integradora

Los empresarios que adopten este régimen de cooperación empresarial, podrán desarrollar conjuntamente los siguientes servicios especializados, sin detrimento de tener otros servicios que requieran para su operación:

A) TECNOLOGICOS

- Adquisición, adaptación, asimilación e innovación tecnológica.
- Modernización de la maquinaria y equipo.
- Planeación del proceso productivo.
- Instalación de laboratorios para la investigación y desarrollo tecnológico, los que podrán elaborar prototipos; diversificación y desarrollo de nuevos productos, así como las pruebas de resistencia de materiales y control de calidad.

B) PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

- Búsqueda de mercados tanto nacionales como de exportación.
- Elaboración de catálogos promocionales.
- Participación en ferias y exposiciones.
- Aplicar técnicas de mercadotecnia y de publicidad para la venta de sus productos

C) DISEÑO

- Acceso a servicios especializados de diseño.
- Selección de diseños de vanguardia.

- Desarrollo de mejores diseños, novedosos, útiles y de calidad, que satisfagan las necesidades del consumidor, para lograr mayor penetración en los mercados.
- Contar con servicios de información sobre las tendencias de la moda, tanto en el país como en el exterior.

D) SUBCONTRATACIÓN (MARETS)

- Lograr la articulación y complementación de cadenas productivas.
- Articular empresas de menor tamaño con las de mayor escala, para evitar integraciones verticales excesivas.
- Contar con servicios de ingeniería especializada, para promover la venta de procesos industriales.
- Homologar la producción de los subcontratistas.
- Consolidar ofertas para la fabricación de partes, piezas y componentes.
- Desarrollar los perfiles de subcontratación requeridos por otras empresas

E) FINANCIAMIENTO

- Gestionar, por cuenta de los socios, la obtención de crédito bancario.
- Asesoría especializada para mejorar su posición financiera.
- Promoción y formación de co-inversiones y de alianzas estratégicas

F) ACTIVIDADES EN COMUN

- Vender la producción por cuenta de los socios.
- Promover la colocación de ofertas consolidadas.

- Comprar materias primas, refacciones o maquinaria y equipo en condiciones favorables de precio y calidad, en función de los mayores volúmenes de compra.
- Adquirir tecnología y asistencia técnica.
- Promover la renovación e innovación de la maquinaria y el equipo.
- Brindar capacitación a la fuerza laboral y a los niveles directivos.
- Implantar programas para mejorar la calidad e incrementar la productividad

G) APROVECHAMIENTO DE RESIDUOS INDUSTRIALES

- Asesoría para lograr una mayor utilización de los materiales susceptibles de reciclarse, a fin de contribuir a la preservación del medio ambiente.
- Proporcionar el desarrollo de tecnologías de reciclaje.

H) GESTIONES ADMINISTRATIVAS

- Asesoría y Gestión en los trámites administrativos, contables, jurídicos, fiscales y de crédito que requieran para la operación de las empresas.

1.13 Requisitos para su Constitución e Inscripción.

Requisitos de constitución.

Los requisitos para constituir dichas empresas son los siguientes:

- a) Tener personalidad jurídica propia:

Para tal efecto, debe estar constituida bajo alguna de las modalidades previstas en LGSM, misma que en su artículo 1º. Establece que ésta reconoce como especie de sociedades mercantiles; a la sociedad en nombre colectivo,

sociedad en comandita simple, sociedad de responsabilidad limitada, sociedad anónima, sociedad en comandita por acciones y la sociedad cooperativa.

Los datos del documento o escritura pública en que se contenga la constitución de dichas sociedades deberán contener entre otros los siguientes:

- ✓ Nombre, nacionalidad y domicilio de quién la constituye.
- ✓ Objeto de la Sociedad.
- ✓ Razón social o denominación.
- ✓ Duración.
- ✓ Importe del capital.
- ✓ Aportación individual de cada socio.
- ✓ Domicilio de la sociedad.
- ✓ Forma de administración de la Sociedad.
- ✓ Nombramiento de administradores.
- ✓ Casos de disolución de la sociedad.

b) El objeto social de la sociedad:

Debe ser preponderantemente la prestación de servicios especializados en apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa integrada.

c) El capital Social:

No será inferior a \$ 50,000.00. por disposición expresa del decreto de creación es que se le fija un monto mínimo de capital social que deberán tener las empresas integradoras. Esto tiende a buscar que las empresas que tengan estas características sean económicamente solventes y a la vez, serias en los tratos comerciales que realicen ante terceros.

- d) Constituirse con las empresas integradas mediante la adquisición por parte de éstas de acciones o partes sociales.

En efecto, las empresas integradoras deberán constituirse en la modalidad que elijan en los diferentes tipos de sociedades mercantiles por medio de las diversas empresas que serán accionistas y que se les conocerá como empresas integradas, esto es, todas aquellas personas físicas y morales que suscriban acciones o partes sociales para constituir la sociedad mercantil que albergará a la empresa integradora tendrán las características de ser empresas integradas.

- e) La participación de cada una de las empresas integradas no podrán exceder del 30% del capital social de la empresa integradora. Lo anterior a fin de evitar que solo accionista o empresa integrada controle mayoritariamente a la empresa integrada, es que el propio decreto de creación limita a que ninguna empresa integrada o accionista de la sociedad mercantil podrá tener suscrito más del 30% del capital social de la empresa integradora, con lo cual conlleva a que las empresas integradoras tendrán que tener para su conformación como mínimo a 4 empresas integradas o accionistas.
- f) Las empresas integradas deberán ser usuarias de los servicios que preste la integradora con independencia de que éstos servicios se presten a terceras personas.
- g) Pueden participar en el capital instituciones de banca de desarrollo o cualquier otro socio, siempre y cuando el capital de las empresas integradas represente 75% del capital social de la integradora.

Esto es con la finalidad de poder prever que otras figuras de la actividad productiva nacional, como puede ser la banca, tengan presencia a través de su capital en las empresas integradoras, salvaguardándose que mayoritariamente el capital social de la empresa integradora esté suscrito por las empresas integradas.

- h) La integradora no podrá participar en el capital social de las empresas integradas.

Ésta condicionante tiene por objeto, el que precisamente se logre la finalidad para el cual ha sido creada ésta figura, esto es, la prestación de servicios altamente especializados por parte de la empresa integradora a sus empresas integradas, de evitar la simulación que pudiera darse entre empresas de un mismo grupo corporativo.

- i) Podrán ser socios o empresas integradas personas físicas o morales de escala micro, pequeña y mediana; de una misma actividad económica o de diferente rama de actividad pero que tenga un proyecto de negocios en común.
- j) Tener una cobertura nacional, o bien delimitarse a una región, entidad federativa o municipio en función de sus requerimientos.
- k) Percibir ingresos exclusivamente por concepto de cuotas, comisiones y prestación de servicios a sus integradas.

Podrán obtener ingresos por otros conceptos siempre y cuando representen como máximo el 10% de sus ingresos totales.

l) presentar un proyecto de factibilidad económico financiero en el que se señale el programa específico que desarrollará la empresa integradora así como sus etapas. Las principales etapas son:

- 1.- detección de necesidades de las empresas asociadas.
- 2.- identificación de las debilidades y fortalezas de las empresas asociadas.
- 3.- perfil de los directivos y de los mandos medios
- 4.- Análisis de mercado.
- 5.- Principales servicios especializados que demandan por área.
- 6.- estrategia de mercado.
- 7.- Producción.
- 8.-Financiamiento
- 9.- Conclusiones.
- 10.- Recomendaciones.(definición de objetivos, metas y plazos).
- 11.- Resumen ejecutivo.

Inscripción

Una vez constituida la sociedad mercantil que se haya adoptado para ser la receptora de la figura de la empresa integradora y previa redacción de documento público en que conste la misma, deberá procederse a inscribir y registrar ante la autoridad correspondiente bajo los siguientes lineamientos:

- a) Llenar la solicitud por parte de los socios de la empresa integradora o de la persona que legalmente representa la misma. "Cuestionario de inscripción en el registro nacional de empresas integradoras", emitido por la dirección general de la industria mediana, pequeña y de desarrollo regional.

- b) Presentar la solicitud ante el registro nacional de empresas integradoras a cargo de la dirección general de la industria mediana, pequeña y de desarrollo regional de la SECOFI.
- c) Deberá de adjuntarse la solicitud de inscripción el proyecto de factibilidad económico-financiero.
- d) Proyecto o testimonio de la escritura constitutiva que contenga las características de la sociedad mercantil que se ha elegido para que sea esta la que opere la figura de la empresa integradora.

Para obtener su inscripción en el Registro Nacional de Empresas Integradoras, deberán cumplir los siguientes requisitos:

- Tener personalidad jurídica propia.
- Contar con un capital mínimo de \$50,000.00.
- Participación accionaría de cada socio, no puede exceder del 30% del capital social

Presentar la siguiente documentación:

- Proyecto de factibilidad económica-financiera que sustente la integración.
- Proyecto de acta constitutiva que contenga lo señalado en la Ley de Sociedades Mercantiles y lo previsto en el Artículo 4o. del Decreto que promueve la organización de Empresas Integradoras publicado en el Diario Oficial de la Federación el 7 de Mayo de 1993 y sus modificaciones del 30 de Mayo de 1995.

1.14 Marco Fiscal de la Empresa Integradora.

Decreto que promueve la organización de empresas integradoras, publicado en el D.O.F. el 7 de mayo de 1993 y modificado el 30 de mayo de 1995, el cual en su artículo 5º. Establece que dichas empresas podrán tributar en el Régimen Simplificado, estableciendo en el Título II, Capítulo VII de la Ley del Impuesto Sobre la Renta.

Posteriormente, se consideró conveniente incluir dentro de los capítulos que comprende la “Resolución que otorga facilidades administrativas a los sectores de contribuyentes que en la misma señalan”, publicada en el D.O.F. el 28 de abril de 1995, el correspondiente a Empresas Integradoras, el cual se adiciona a la misma, con fecha 16 de junio de 1995, como Capítulo Vigésimo Tercero de dicha Resolución.

Para el ejercicio de 2000 las facilidades administrativas aplicables a las Empresas Integradoras se encuentran contempladas en el Capítulo 9 de la Resolución de Facilidades Administrativas en el Régimen Simplificado para 1999, publicada en el D.O.F. el 30 de abril del mismo año, prorrogada su vigencia para 2000, conforme al D.O.F. del 29 diciembre de 1999.

Actualmente a partir de 2002, las disposiciones relativas a las empresas integradoras se encuentran en el texto de la Ley del Impuesto Sobre la renta, en el Título II, Capítulo VII de la misma ley.

Ley del Impuesto al Valor Agregado, Capítulos I, II, III, VI, VII y VIII.

Ley del Impuesto Empresarial a Tasa Única, Capítulos I, II, III, VI y VII.

Ley del Impuesto a los Depósitos en Efectivo.

Obligaciones fiscales que deben cumplir:

1.- Inscribirse en el Registro Federal de Contribuyentes

El trámite se puede iniciar a través de Internet en www.sat.gob.mx y concluirlo en cualquier Administración Local de Servicios al Contribuyente (ALSC) dentro de los diez días siguientes al envío de la solicitud, o previa cita, iniciarlo y concluirlo en cualquier ALSC.

Los requisitos para su inscripción son:

- Copia certificada del documento constitutivo debidamente protocolizado.
- Original de comprobante de domicilio fiscal.
- En su caso, copia certificada del poder notarial con el que acredite la personalidad del representante legal, o carta poder firmada ante dos testigos y ratificadas las firmas ante las autoridades fiscales o ante notario o fedatario público.
- En su caso, original de cualquier identificación oficial vigente con fotografía y firma expedida por el Gobierno Federal, Estatal o Municipal del representante legal (credencial IFE, pasaporte, cartilla, etc.).

- Contar con dirección de correo electrónico.

También se puede realizar el trámite a través del "Sistema de inscripción al Registro Federal de Contribuyentes (RFC) a través de fedatario público por medios remotos". En este caso el Notario o Corredor Público ante el que se constituya la persona moral la inscribirá en el RFC, siempre que dicho Notario o Corredor esté incorporado a este sistema. El trámite puede iniciar en Internet y concluirlo con el fedatario público.

Adicional a lo anterior, se requiere que el contribuyente cuente con la autorización de la Secretaría de Economía para considerarse como Empresa Integradora.

Además, las empresas integradoras deberán solicitar a la secretaría de economía mediante escrito libre, la inscripción de la empresa integradora en el e Registro Nacional de Empresas Integradoras.

2.- Llevar contabilidad.

Se debe llevar contabilidad general, que consiste en tener por lo menos libro diario y mayor y hacer los registros de acuerdo con lo que establece el Código Fiscal de la Federación y su Reglamento (excepto cuando opten por tributar en el Régimen Intermedio, en cuyo caso podrán llevar contabilidad simplificada).

Además se debe conservar la contabilidad y los comprobantes de los asientos respectivos, así como aquéllos necesarios para acreditar que se ha cumplido con las obligaciones fiscales.

Cuentas de orden

Para efectos de la contabilidad, es importante mencionar que la Empresa Integradora no acumula los ingresos ni deduce las erogaciones que realice por cuenta y orden de sus empresas integradas. Estas operaciones las podrá controlar y registrar a través de cuentas de orden.

3.- Presentar pagos provisionales mensuales.

Los pagos provisionales o definitivos del impuesto sobre la renta, impuesto empresarial a tasa única e impuesto al valor agregado, incluyendo retenciones, complementarias, extemporáneas y de corrección fiscal, se deben efectuar vía Internet, a través del portal de los bancos autorizados, y hacer el pago mediante transferencia electrónica de fondos.

En el caso del impuesto empresarial a tasa única, una vez efectuado el pago provisional, se debe enviar al SAT mensualmente a través de Internet y mediante archivo electrónico el listado de conceptos que sirvieron de base para determinar el impuesto, señalando el número de operación proporcionado por el banco en donde se efectuó el pago y la fecha en que se realizó.

Tratándose del impuesto sobre la renta y del impuesto al valor agregado, en el caso de que no exista impuesto a cargo, sólo se presentará la información de las razones por las que no se efectúa pago a través del portal en Internet del SAT www.sat.gob.mx.

En el caso del impuesto empresarial a tasa única, cuando no exista impuesto a cargo, sólo se enviará el listado de conceptos que sirvieron de base

para la determinación del impuesto y no se presentará declaración de las razones por las que no se efectúa pago.

Las empresas integradoras deben presentar sus pagos provisionales o definitivos mensualmente, a más tardar el día 17 del mes siguiente a aquél al que corresponda el pago, o bien considerando el sexto dígito numérico del Registro Federal de Contribuyentes de acuerdo con lo siguiente:

<i>Sexto dígito numérico de la clave del RFC</i>	<i>Fecha límite de pago</i>
1 y 2	Día 17 más un día hábil
3 y 4	Día 17 más dos días hábiles
5 y 6	Día 17 más tres días hábiles
7 y 8	Día 17 más cuatro días hábiles
9 y 0	Día 17 más cinco días hábiles

4.- Presentar declaración anual.

Las Empresas Integradoras deben presentar vía Internet las declaraciones anuales del Impuesto sobre la renta e Impuesto Empresarial a Tasa Única, a través del portal del SAT www.sat.gob.mx, incluyendo las complementarias, extemporáneas y de corrección fiscal. Una vez enviada la declaración, si existe saldo a cargo se debe efectuar el pago mediante

transferencia electrónica de fondos desde el portal del banco autorizado en el que se tenga contratada una cuenta para estos fines.

Dichas declaraciones se presentarán dentro de los tres meses siguientes a la fecha en que termine el ejercicio que se declara.

Es importante que el contribuyente anote correctamente sus datos de identificación, como son: denominación o razón social, domicilio, y la clave del Registro Federal de Contribuyentes a doce posiciones que le fue asignada por el SAT.

5.- Elaborar un estado de posición financiera al 31 de diciembre de cada año.

Excepto en el Régimen Intermedio, ya que en este caso se lleva contabilidad simplificada.

6.- Celebrar convenio con sus integradas.

Para operar a nombre de sus integradas, las integradoras deben celebrar un convenio con dichas empresas (Personas Físicas y/o Personas Morales) a través del cual acepten que sea la Empresa Integradora la que facture las operaciones que realicen a través de esta última, comprometiéndose a no expedir ningún otro comprobante por dichas operaciones.

7.- Expedir relaciones (liquidaciones).

Dentro de los 10 días siguientes al mes al que correspondan las operaciones, a cada una de las Empresas Integradas, la Empresa Integradora deberá expedir una relación de las operaciones que por su cuenta haya facturado, debiendo conservar copia de la misma y de los comprobantes con requisitos fiscales que expidan, los que deberán coincidir con dicha relación.

En esta relación se incluyen las compras, gastos e inversiones efectuadas por la Empresa Integradora, por cuenta y orden de las integradas, es decir, todas las operaciones realizadas por cuenta de las Empresas Integradas.

En caso de que la relación considere las operaciones realizadas por cuenta de las Empresas Integradas, así como el ingreso por concepto de cuotas, comisiones y prestación de servicios, la liquidación debe contener los mismos requisitos de los comprobantes fiscales, por lo que deben imprimirse en establecimientos autorizados por el SAT.

Si la liquidación no contiene los ingresos por concepto de cuotas, comisiones o prestación de servicios, cobrados por la Empresa Integradora, la relación no requiere imprimirse en establecimientos autorizados por el SAT, y deberá reunir los requisitos señalados en los artículos 29 y 29 A del Código Fiscal de la Federación, entre otros, los siguientes:

- Contener impreso la denominación o razón social, domicilio fiscal y clave del Registro Federal de Contribuyentes de la empresa integradora, así como el número de folio consecutivo.
- Lugar y fecha de expedición.

- Nombre de la empresa integrada a la que se expida, su clave del Registro Federal de Contribuyentes o, en su caso, Clave Única de Registro de Población, ubicación de su negocio o domicilio, y firma del mismo o de quien reciba el documento.
- Descripción global de los conceptos de los ingresos, deducciones y, en su caso, de los impuestos y retenciones, que correspondan a la empresa integrada de que se trate.

Por las ventas que realice por cuenta de sus integradas, la Empresa Integradora debe expedir la factura correspondiente, y conservar la copia. Las liquidaciones deben coincidir con los datos contenidos en la factura.

Las compras de materias primas, y los gastos e inversiones que efectúen las Empresas Integradas a través de la Empresa Integradora, son deducibles para las integradas en el por ciento que les corresponda, aun cuando los comprobantes respectivos no se encuentren a nombre de las primeras, siempre que la Empresa Integradora entregue a cada integrada la relación de las erogaciones que por su cuenta realice, debiendo conservar los comprobantes que reúnan requisitos fiscales y copias de dicha relación.

8.- Expedir y conservar comprobantes de sus ventas o servicios y solicitar y conservar comprobantes de sus compras.

En el caso de que los clientes soliciten comprobante para deducir o acreditar fiscalmente, se debe expedir la denominada factura con todos los requisitos fiscales.

Además, por los gastos, compras e inversiones que se hagan se deben solicitar comprobantes que reúnan todos los requisitos fiscales.

Los comprobantes que se expidan a los clientes y los que se soliciten a los proveedores se deben conservar por un plazo mínimo de cinco años.

9.- Cumplir con las obligaciones fiscales como patrón cuando tenga trabajadores a su servicio.

Cuando las empresas integradoras hagan pagos por salarios y demás prestaciones que deriven de una relación laboral, incluyendo la participación de los trabajadores en las utilidades de las empresas y las prestaciones percibidas como consecuencia de la terminación de la relación laboral, deben cumplir con las obligaciones siguientes:

- Retener y enterar el impuesto sobre la renta que corresponda a las personas que les presten servicios.
- Proporcionar a dichas personas constancias de pagos y retenciones efectuadas.
- Hacer el cálculo anual del impuesto sobre la renta en los casos que proceda.

10.- Expedir constancias por las retenciones efectuadas.

Deben expedir constancias de pagos y/o retenciones a las personas físicas que les presten servicios profesionales, a las que les renten bienes inmuebles, y en su caso a las personas físicas o morales residentes en el extranjero, entre otros.

11.-Presentar declaraciones informativas.

Deben presentar a más tardar el 15 de febrero de cada año, ante las autoridades fiscales, por Internet a través del portal del SAT, o mediante dispositivos magnéticos según corresponda, las declaraciones informativas siguientes:

- De las operaciones realizadas en el ejercicio inmediato anterior por cuenta de sus integradas.

También se presentarán, en su caso, las declaraciones informativas siguientes:

- De las personas a las que hagan pagos por salarios o asimilados a salarios, y crédito al salario o subsidio al empleo según sea el ejercicio.
- De las personas a las que les hubieran efectuado retenciones en el año de calendario anterior, por prestar servicios profesionales.
- Del saldo insoluto al 31 de diciembre del año anterior, de los préstamos que se le hayan otorgado o garantizado por residentes en el extranjero.
- Del tipo de financiamiento, nombre del beneficiario efectivo de los intereses, tipo de moneda, la tasa de interés aplicable y las fechas de

exigibilidad del principal y de los accesorios, de cada una de las operaciones de financiamiento a que se refiere el punto anterior.

- De las personas a las que les hubieran otorgado donativos en el año de calendario inmediato anterior.
- De las operaciones realizadas en el año de calendario anterior, a través de fideicomisos por medio de los cuales hayan realizado actividades empresariales.
- Del impuesto al valor agregado.
- De las operaciones efectuadas en el año de calendario inmediato anterior con clientes y proveedores. Los contribuyentes no están obligados a proporcionar la información de clientes y proveedores con los que en el ejercicio de que se trate, hubieran realizado operaciones por montos inferiores a \$50,000.00.

Declaración informativa de operaciones con terceros

La declaración informativa de operaciones con terceros es una obligación fiscal prevista en la Ley del Impuesto al Valor Agregado (IVA), que consiste en proporcionar mensualmente al Servicio de Administración Tributaria (SAT), información sobre las operaciones con sus proveedores.

Las empresas integradoras deberán presentar las Declaraciones Informativas de Operaciones con Terceros correspondientes al 2008, utilizando la versión de la DIOT completa 2008.

La versión Declaración Informativa de Operaciones con Terceros (DIOT) 2007 Simplificada, se podrá utilizar por los contribuyentes que deban presentar una declaración complementaria por los periodos del ejercicio 2007, siempre y

cuando la normal o la complementaria que se corrige se haya presentado en la versión simplificada.

Las declaraciones normales de 2007, que se presenten extemporáneamente, deberán presentarse en la versión Declaración Informativa de Operaciones con Terceros (DIOT) 2008 Completa.

Las personas morales la presentaran mensualmente a más tardar el último día del mes siguiente al que corresponda la información. Cuando se realicen hasta de 500 registros, se presentará vía Internet a través de la página de Internet del SAT en www.sat.gob.mx

Cuando sea por más de 500 registros, se presentará en cualquier Administración Local de Servicios al Contribuyente, en disco compacto (CD), o en dispositivos "USB", los que serán devueltos al contribuyente después de realizar las validaciones respectivas.

Régimen fiscal en el que deben tributar.

Las empresas integradoras se encuentran obligadas a tributar en el régimen simplificado debiendo determinar su utilidad o su pérdida a través del esquema de flujo de efectivo, establecida en el Título IV, Capítulo II, Sección I de la LISR.

Opción para tributar en el Régimen Intermedio.

Las empresas integradoras cuyos ingresos en el ejercicio inmediato anterior no hubieran excedido de \$10'000,000 podrán tributar en el Régimen Intermedio.

Flujo de efectivo.

Consiste en determinar el ISR considerando los ingresos cuando el contribuyente efectivamente los cobre, y los gastos o deducciones, cuando efectivamente los pague. De los ingresos se restan las deducciones y el resultado será la utilidad o la pérdida, que en su caso se podrá disminuir en años posteriores. Para estos efectos se aplicará la tasa del 28% de LISR para el ejercicio 2008.

Impuesto al Valor Agregado

El Impuesto al Valor Agregado se calculará aplicando el esquema del flujo de efectivo, que opera en forma similar al ISR, ya que el impuesto se causa cuando el contribuyente cobra efectivamente el ingreso de cuotas, comisiones y prestación de servicios, el cual se determina aplicando la tasa que corresponda al total de sus ingresos obtenidos en el mes (trasladado o causado) restando el impuesto que le hayan cobrado (Acreditable) en sus compras, inversiones y gastos del mismo periodo.

Los pagos serán mensuales a más tardar el día 17 del mes inmediato posterior a aquel al que corresponda el pago.

Facilidades para el pago de impuestos federales.

Las compras de materias primas, los gastos e inversiones que efectúen las empresas integradas a través de la empresa integradora, podrán ser deducibles para las integradas en el % que les corresponda, aún cuando los comprobantes fiscales no se encuentren a su nombre, siempre que la empresa integradora entregue a cada integrada una relación de las erogaciones que por sus cuenta realice, debiendo conservar los comprobantes que reúnan los requisitos fiscales y copias de dicha relación.

La relación se deberá proporcionar a las integradas dentro de los 10 días siguientes al mes al que correspondan esas operaciones, y deberán contener los mismos requisitos de los comprobantes fiscales, por lo que éstos deberán estar impresos en establecimientos autorizados por el SAT. En el caso de que en la relación que al efecto elabore la empresa integradora no se consideren los ingresos a cargo de éstas por concepto de cuotas, comisiones y prestación de servicios, la misma podrá no estar impresa en los citados establecimientos.

CAPITULO 2

2. PROYECTO DE INVERSIÓN.

Para llevar acabo la realización de un trabajo, es necesario tener en cuenta que se necesita de un proyecto de inversión el cual se define a continuación:

2.1 Definiciones.

2.1.1. Definición de Proyecto.

Para llevar acabo la realización de un trabajo, es necesario tener en cuenta que se necesita de un proyecto de inversión el cual se puede definir como:

El conjunto de actividades interrelacionadas que tienen un objetivo común, alcanzable autónomamente como unidad de acción en un período de tiempo determinado, a los que están asignados recursos humanos y medios materiales, informativos y financieros para que a través de su correcta planeación, organización, dirección y control se logren los objetivos establecidos.

El conjunto de datos, cálculos y dibujos articulados en forma metodológica, que dan los parámetros de cómo ha de ser y cuánto ha de costar una obra o tarea, siendo sometidos a evaluaciones para fundamentar una decisión de aceptación y rechazo. (L.A. Ernestina Huerta y L.C. Carlos

Siu Villanueva).

2.1.2 Definición de Inversión.

Para complementar la información de lo que es un proyecto de inversión, definiremos una segunda parte, que es la de inversión.

- **Es el empleo productivo de bienes económicos, que da como resultado una magnitud de éstos mayor que la empleada.** *(Ibidem)*
- **Aportación de recursos para obtener un beneficio futuro.**

Con las definiciones anteriores, se desprende que la inversión es el conjunto de recursos empleados para producir algo que genere utilidad.

2.1.3 Definición de proyecto de inversión.

- Es un conjunto de actividades coherentes que se llevan a cabo para cumplir un objetivo, utilizando unos recursos limitados en un tiempo determinado.
- Es un conjunto de planes detallados, que se presentan con el fin de aumentar la productividad de la empresa para incrementar las utilidades o la prestación de servicios, mediante el uso óptimo de fondos en un plazo razonable. *(Lawrence S. Gitman. Fundamentos de Administración Financiera).*
- Es un plan al que se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, para producir un bien o servicio útil al ser humano.

2.2 Tipos de Proyectos de Inversión.

En la actualidad existen varias clasificaciones, sobre los proyectos de inversión, a continuación se presenta una de las agrupaciones.

- **De acuerdo al sector al que van dirigidos:**

a) **Agropecuarios.**- son aquellos que se ubican en el sector primario y que

al explotarlos no se efectúa transformación alguna, como son:

- Porcícolas.
- Caprinos.
- Frutícolas.

b) **Industriales.**- Estos se ubican en el sector secundario o industrial, y su

principal característica es la transformación, como es:

- Del cemento
- Del calzado
- Farmacéutica

c) **De servicios.**- son los que corresponden al sector terciario y pueden

ser:

- De educación
- Carreteros
- Hidráulicos
- Transportes.

- **De acuerdo a su naturaleza, pueden ser:**

- a) **Dependientes.** Son dos o más proyectos relacionados entre sí.
- b) **Independientes.** Son dos o más proyectos, que son analizados y pueden ser analizados o rechazados de forma individual.
- c) **Mutuamente excluyentes.** Existe cuando se analiza un conjunto de proyectos y al seleccionar alguno de ellos, los demás se eliminan de forma automática.

- **Por último, una tercera clasificación es:**

- a) De bienes.
 - Agrícolas.
 - Forestales.
 - Industriales.
 - Marítimos.
 - Mineros.
 - Pecuarios, etc.
- b) De servicios.
 - De infraestructura social.
 - Alcantarillado
 - Educación
 - Recreativos
 - Acueductos

Salud

- De infraestructura física:

Aeropuertos

Electrificación

Ferrocarriles

Carreteras

Comunicaciones

Infraestructura Hidráulica (presas, pozos, mantos, acuíferos, etc).

Definir un proyecto permite tener una idea clara de lo que se quiere realizar y cómo lograrlo:

Recomendaciones:

- a. Señale con claridad las diferentes partes del problema.
- b. Seleccione el procedimiento adecuado para realizar la investigación.
- c. Prevea el tiempo y el orden en que se desarrollarán las diferentes etapas.
- d. Organice la discusión con el asesor.
- e. Optimice los recursos y materiales.
- f. Examine la cosmovisión del problema, límites y alcances posibles.
- g. Elija bien el tema, delimite el problema, defina la hipótesis, diseñe un esquema y determine el título.

Tal es su importancia, por lo cual se llevó a cabo su concepto y por lo tanto se analizarán algunas de sus partes más importantes.

2.3 Etapas del Proyecto de investigación.

1.- El Problema. Enunciado en forma operacional, señalando los alcances y límites.

Marco teórico o estado del conocimiento. Incluye revisión preliminar de las fuentes de información.

Hipótesis de trabajo, preguntas y directrices.

2.- Objetivos de la Investigación

- Objetivos generales
- Objetivos específicos

3.- Niveles de la Investigación

- Exploratoria
- Descriptiva
- Explicativa

4.- Metodología y Técnicas

- *La observación*

La observación documental

Método de análisis de contenido

Análisis de citas bibliográficas

- La observación de campo

Muestreo

Cuestionarios

Entrevistas

Encuestas de opinión

- La observación experimental

Muestra experimental

Muestra de control

5.- Los Recursos

Recursos humanos

Recursos materiales y presupuestarios

Calendario de actividades (Carta Gantt)

6.- Esquema o diseño de la investigación

7.- Recopilación de Datos

Revisión, Selección y Análisis

8.- Verificación de Hipótesis

9.- Solución de Hipótesis

10.- Elaboración del trabajo

Desarrollo del texto de acuerdo al esquema de la investigación.

Preparación y presentación de los datos.

Redacción del trabajo.

Revisión del trabajo.

Evaluación del trabajo.

11.- Presentación del Trabajo

2.4 Elementos del Proyecto.

Como ya se mencionó anteriormente sobre el tema de proyectos, es necesario considerar que para su investigación y desarrollo, debemos tomar en cuenta las fases o elementos que intervienen y es por ello que presentamos algunas de las partes mas importantes y necesarias como son (fases, elementos, representación, estructura y calidad de la información).

Las fases fundamentales de todo proyecto son:

a) Estudio previo: en éste estudio se recogen previamente todos los aspectos más relevantes del mismo, tales como las personas que intervienen, la planificación, los recursos, un sistema de control interno, los objetivos generales y específicos, entre otros.

b) Análisis de la situación actual: éste consiste en la recopilación de toda la información que afecta al proyecto, como documentos, archivos, datos, etc.

Los procedimientos más usuales son la realización de cuestionarios, entrevistas, los cuales se llevan a cabo para determinar que tan viable es la investigación que se va a llevar a cabo.

c) Un Estudio detallado: contiene las prescripciones del proyecto base a toda la información compilada y tabulada, incluso la recabada externamente a posibles proveedores este estudio debe finalizar con la presentación de las posibles alternativas, conocidas con el nombre de Escenarios, pueden ser tres:

-Conservador: supone modificar la situación actual.

-Intermedio: supone mantener la situación actual pero introduciendo grandes cambios.

-Innovador: supone prácticamente el abandono de lo existente y la creación de un nuevo modelo.

Cada escenario contendrá de forma resumida su descripción, su definición tecnológica y la evaluación económica, con objeto de facilitar la toma de decisiones.

d) Prescripción del proyecto: una vez que el equipo de proyecto, la Alta Dirección o el responsable que se determine decida el escenario seleccionado, se procederá a la redacción del proyecto, que deberá contener como mínimo:

-Las partes más significativas del Estudio Previo, tales como, su misión, sus planteamientos estratégicos y las personas que participaron.

-La descripción detallada de los elementos que intervienen y el planteamiento tecnológico que lo haga viable.

-La planificación de su puesta en marcha.

-Los controles previstos para su seguimiento.

Por último, se llevará a cabo la publicidad Interna y externa que se haya decidido.

e) Seguimiento: por último esta fase que, desafortunadamente se ignora frecuentemente, recoja el procedimiento con el que se efectuará la puesta en marcha del proyecto, conteniendo la nominación de su responsable, los puntos de control y las reuniones de seguimiento acordadas, así como sus asistentes.

2.4.1 Estudio de Mercado

Definición el estudio de mercado, es el espacio físico en donde se llevan a cabo actividades económicas con otros entes, a través del cual se

pretende dar una idea del riesgo que el producto corre de ser o no aceptado en el mercado, el objetivo de este estudio es que sirva como base para la toma de decisiones mediante el análisis de la demanda, la oferta, precio, plazo y consumidores.

Un estudio de mercado incluye un plan de mercadotecnia, ya que, en el se analizan las oportunidades que enfrenta el producto objeto de análisis y para observar si son altas o bajas debido a la competencia que existe en el mercado, sin embargo, mediante el desarrollo profesional y un excelente control interno dentro de la organización satisfará perfectamente, y por otro lado las debilidades a las que puede enfrentarse.

Para el **Estudio de Mercado** se revisarán fuentes de información secundarias como son datos estadísticos, estudios de mercado realizados en otras localidades, así como toda la información necesaria que pudieran otorgar algunas instituciones la Cámara de Comercio, INEGI, etc.

La información servirá para realizar los siguientes Análisis:

El Análisis de la Demanda: para el Aspecto Cuantitativo se determinarán puntos como la afluencia de visitantes para áreas no desarrolladas turísticamente, el tiempo de estadía y estacionalidad. Para el Aspecto Cualitativo se determinará el Perfil del turista.

El Análisis de la Oferta: se analizará la oferta complementaria y se elaborará el análisis de la competencia.

Y también se realizará para este estudio de mercado: balance oferta demanda, análisis del producto, análisis del precio, análisis de los canales de

distribución y comercialización, análisis de la comunicación, recomendaciones y conclusiones.

Así como también se debe tomar en cuenta el análisis de riesgo y de vulnerabilidad y los elementos que debe tener un plan de estrategias, los cuales se adecuan a cada proyecto y a continuación se mencionan algunos de ellos:

Análisis De Riesgo.

Análisis de vulnerabilidad

Mercado meta

Posicionamiento en el mercado

Fuerza de venta

Publicidad

2.4.2 Estudio Técnico.

Para la elaboración del **Estudio Técnico** se realizarán periódicos, trabajos grupales con las Asociaciones Civiles encargadas de llevar a cabo las actividades relacionadas con el producto del aguacate.

Se tomará en cuenta la información levantada cono:

- Diagnóstico de las características generales del área, analizada en la evaluación del potencial turístico, para definir la localización del proyecto
- Estudio de Mercado para definir el producto y los subproductos, y determinar las características estructurales y diseño del proyecto.

Se determinará además, el proceso productivo, y mediante un Análisis de Precios Unitarios se podrá elaborar el Costeo de inversiones.

2.4.3 Estudio Financiero.

Para realizar el Estudio Económico y Financiero del proyecto, se tomarán en cuenta: los egresos, es decir las inversiones en activos fijos, diferidos y capital de trabajo, para calcular la cantidad necesaria que cubra los costos del proyecto en el período de ejecución y los costos operacionales que siguen a la ejecución; y los ingresos para realizar las proyecciones de ventas, y los cálculos de viabilidad del proyecto desde la perspectiva del inversionista.

Además se elaborará un calendario de inversiones previas a la operación, que identifique los montos para invertir en cada período anterior a la puesta en marcha del proyecto. Todo a lo anterior conlleva al desarrollo de un proyecto de inversión relacionado con la actividad de producción de aguacate.

2.4 Metodología de la Investigación.

A.- Diseño y técnicas de recolección de información.

Aquí debe condensar toda la información relacionada con el cómo va a realizar su trabajo objeto de estudio, que parámetros van a utilizar si se apoyará en datos estadísticos, que evalúe de toda la información **RECUERDE QUE TODA INFORMACION** no siempre le sirve para su trabajo. Debe seleccionar qué sirve de una entrevista, de un artículo de revista, de un comentario ya sea radial, textual o de otra índole.

Se debe citar la fuente al igual que las personas que van a proporcionar los datos, recuerde mencionarlos aquí y en forma especial y detallada en los **RECURSOS** ya sean humanos o institucionales.

B.- Población y muestra.

Población o universo es cualquier conjunto de unidades o elementos como personas, fincas, municipios, empresas, etc., claramente definidos para el que se calculan las estimaciones o se busca la información. Deben estar definidos las unidades, su contenido y extensión.

Cuando es imposible obtener datos de todo el universo es conveniente extraer una muestra, subconjunto del universo, que sea representativa. En el proyecto se debe especificar el tamaño y tipo de muestreo a utilizar: estratificado, simple al azar, de conglomerado, proporcional, polietápico, sistemático, etc.

C.- Técnicas de análisis.

Para poder definir las técnicas de análisis, se debe elaborar, con base en las hipótesis generales y de trabajo, un plan o proyecto tentativo de las diferentes correlaciones, especificando:

- Sistema de codificación y tabulación.
- Serán las técnicas estadísticas para evaluar la calidad de los datos.
Comprobar las hipótesis u obtener conclusiones.

D.- Índice analítico tentativo del proyecto.

Es aconsejable elaborar un índice analítico tentativo que de una visión general de las partes o capítulos que va a contener el trabajo a realizar.

E.- Guía de trabajo de campo.

En algunos proyectos de investigación es necesario presentar una guía de trabajo de campo, para su elaboración se pueden seguir los siguientes pasos:

- Estudio previo o sondeo.

- Diseño de la muestra.
- Preparación de los materiales de recolección de datos.
- Equipo de trabajo necesario: grabadoras, cámaras fotográficas, filmadoras, etc.
- Selección y entrenamiento de personal.
- Revista y prueba experimental de las etapas anteriores.
- Recolección de datos, ya sea primarios o secundarios.
- Elaboración del informe del trabajo de campo.
- Estimación del personal necesario y costos.

Los proyectos de inversión, surgen de las diferentes necesidades, ya sean individuales o colectivas de las personas, ya que ellas son las que deben satisfacer sus necesidades, esto se logra de acuerdo a una adecuada asignación de recursos.

CAPITULO 3

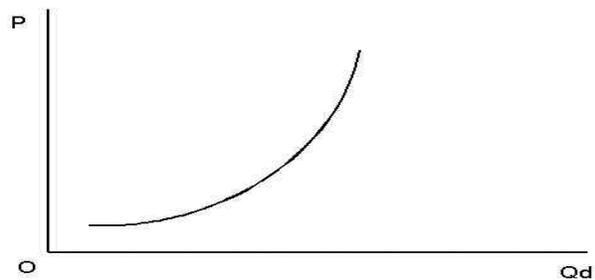
3.- ESTUDIO DE MERCADO

3.1 La Oferta y la Demanda

- **La oferta** en economía se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio y cantidad dado en un momento determinado. La oferta está determinada por factores como el precio del capital y mano de obra, la mezcla óptima de los recursos antes mencionados, entre otros.
- **La oferta** es la cantidad de una mercancía o servicio que entra en el mercado a un precio dado en un momento determinado. La oferta es, por lo tanto, una cantidad concreta, bien especificada en cuanto al precio y al período de tiempo que cubre, y no una capacidad potencial de ofrecer bienes y servicios. La *ley de la oferta* establece básicamente que cuanto mayor sea el precio mayor será la cantidad de bienes y servicios que los oferentes están dispuestos a llevar al mercado, y viceversa; cuanto mayor sea el período de tiempo considerado, por otra parte, más serán los productores que tendrán tiempo para ajustar su producción para beneficiarse del precio existente. La *curva de oferta*, esquemáticamente mostrada a continuación, expresa la relación básica que se establece entre ésta y el precio.
- La **demanda** es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido".

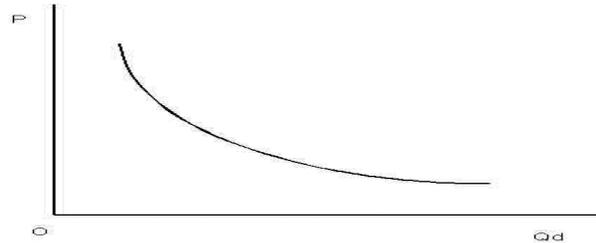
- **La demanda** es la cantidad de una mercancía que los consumidores desean y pueden comprar a un precio dado en un determinado momento. La demanda, como concepto económico, no se equipara simplemente con el deseo o necesidad que exista por un bien, sino que requiere además que los consumidores, o demandantes, tengan el deseo y la capacidad efectiva de pagar por dicho bien. La demanda total que existe en una economía se denomina *demanda agregada* y resulta un concepto importante en los análisis macroeconómicos.

3.1.1 Análisis de la Oferta.



El análisis de la oferta, suele hacerse considerando tres diferentes horizontes de tiempo: el muy corto plazo, el corto plazo y el largo plazo. En el primero de los casos, la oferta existente está configurada por el stock de mercancías inmediatamente disponible para su venta, es decir por una cantidad fija. Lo cual hace que la cantidad ofrecida dependa directamente del precio: a un determinado precio algunos oferentes no querrán vender, esperando un precio más alto, en tanto que otros estarán dispuestos a hacerlo; a medida que aumente el precio, naturalmente, crecerá el número de quienes integran esta segunda categoría.

La oferta a corto plazo está conformada por el flujo de bienes que llegan al mercado procedentes de las empresas existentes, de acuerdo con su capacidad de producción, y variará también de acuerdo al precio de los bienes ofrecidos.



El análisis de largo plazo resulta más complejo, pues se asume en tal caso que tanto el equipo para producir las mercancías como el número de empresas dispuestas a entrar al mercado pueden variar, de acuerdo al precio y a las expectativas sobre el mismo, así como en función de cambios en la tecnología y el proceso productivo.

3.1.2 Análisis de la Demanda.

La cantidad de mercancías que los consumidores están dispuestos a comprar depende de un conjunto bastante amplio de variables: de su precio, de la utilidad que les asignen, de las cantidades que ya posean, del precio y disponibilidad de otras mercancías sustitutivas y complementarias, de sus ingresos y de las expectativas que tenga acerca de su renta futura y la evolución de los precios.

De hecho, sin embargo, los economistas tienden a simplificar estas relaciones suponiendo que todas esas variables, salvo el precio, permanecen constantes, y estableciendo así la relación entre esas dos variables principales: precio y cantidad demandada. La función que así se obtiene se gráfica mediante la *curva de demanda* que, contrariamente a las convenciones

matemáticas, presenta la variable independiente, el precio, P , en el eje vertical y la variable dependiente, la cantidad demandada, Q , en el horizontal.

La pendiente de la curva sirve para ilustrar cómo aumenta la demanda a medida que desciende el precio. Cuando esto último ocurre no sólo se alienta a los compradores existentes a demandar una cantidad mayor de la mercancía, sino que además se incorporan al mercado nuevos compradores que -al nivel anterior de precios- no podían adquirir el bien. La demanda de éstos, que hasta allí se encontraba en un estado potencial, para convertirse entonces en demanda *efectiva*.

3.1.3 Tipos de Oferta en el Mercado Actual.

- Competencia perfecta: Un mercado es perfectamente competitivo cuando hay muchos vendedores pequeños en relación con el mercado, el producto es homogéneo, los compradores están bien informados, existe libre entrada y salida de empresas y decisiones independientes, tanto de los oferentes como de los demandantes.
- Competencia imperfecta: Una empresa es de competencia imperfecta cuando las empresas oferentes influyen individualmente en el precio del producto de la industria. Las empresas concurrentes no actúan como *precio-aceptantes*, sino como *precio-oferentes*, puesto que, de alguna forma, imponen los precios que rigen en el mercado. Recuérdese que la característica fundamental de la competencia perfecta es que, debido a la diversidad de empresas participantes, ninguna tiene capacidad para incidir sobre los precios, de forma que actúan como precio-aceptantes.

3.2 De la Comercialización Nacional.

La comercialización se consideraba como la "planificación y supervisión en el mercadeo de ciertas mercancías o servicios en los diferentes lugares, ocasiones, cantidades, y a los diferentes precios que mejor contribuyan al logro de los objetivos de la empresa," para satisfacer las necesidades del cliente.

La importancia de la comercialización radica en la facilidad que va a proporcionar al planear y organizar las actividades necesarias para que en el momento preciso, una mercancía venderse y/o servicio, esté en el lugar indicado y en su debido momento. Y así al estar presente en el mercado, el público va a tomarlo en cuenta al hacer una selección, para conocerlo, probarlo y consumirlo, y con base en ello tomar una decisión de fidelidad, y esto a su vez se traduce directamente en una garantía de permanencia en el mercado para la empresa exportadora.

Es tan vital la comercialización, que a nivel macroeconómico, en un momento dado si se descuida el equilibrio entre lo que se compra y lo que se vende, un país entero puede sufrir varios años de crisis, como la economía actual de nuestro país, el cual se puede mencionar que debido a un desliz en la economía, provoco una notable disparidad en la balanza comercial, ocasionando la caída de la moneda en relación al dólar.

3.2.1 Reglamentación Global

DE APOYOS Y SERVICIOS A LA COMERCIALIZACIÓN AGROPECUARIA

Artículo 43. Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria, ASERCA, tendrá las siguientes atribuciones:

- I. Elaborar, promover y desarrollar sistemas y programas para fortalecer la comercialización nacional e internacional de productos agroalimentarios;
- II. Instrumentar, ejecutar, supervisar y evaluar los sistemas y programas de apoyos directos al campo, así como los relativos a la comercialización nacional e internacional de productos agroalimentarios;
- III. Integrar el padrón de predios y productores, objeto de los apoyos directos al campo y a la comercialización agropecuaria y de desarrollo de mercados regionales, o los que les sean encomendados o delegados;
- IV. Dictaminar, en el Programa de Apoyos Directos al Campo, las solicitudes de reinscripción de predios y productores y verificar la superficie registrada; así como, en los programas de apoyos a la comercialización agropecuaria y de desarrollo de mercados regionales, o en los que les sean encomendados o delegados, dictaminar las solicitudes de inscripción y llevar a cabo las verificaciones que correspondan;
- V. Participar conjuntamente con las demás unidades administrativas de la Secretaría en el diseño y ejecución de esquemas de capitalización rural, a través de la creación de empresas y proyectos productivos, dentro de las actividades agropecuarias, artesanales, turísticas y agroindustriales; así como la asociación entre productores para el establecimiento de empresas destinadas a la producción agropecuaria y a la prestación de servicios vinculados a ésta, bajo criterios de rentabilidad, factibilidad y eficiencia, que permitan elevar la calidad de vida de este Sector, partiendo de los programas de apoyos directos al campo, de apoyos a la

comercialización agropecuaria y de desarrollo de mercados, o de los que le sean encomendados;

- VI. Promover y, en su caso apoyar, la ejecución de proyectos viables de conversión productiva ajustados a la vocación de las tierras y a los mercados agroalimentarios regionales;
- VII. Contribuir al desarrollo de proyectos ecológicos en coordinación con la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, tendientes a la utilización racional de tierras y aguas que garanticen la preservación de los recursos naturales y disminuyan su deterioro, causado por una inadecuada explotación productiva;
- VIII. Instrumentar y difundir mecanismos e instrumentos de administración de riesgos en los mercados de futuros nacionales e internacionales, que permitan proteger el ingreso de los productores agroalimentarios; así como coadyuvar en la instrumentación y difusión de mecanismos e instrumentos financieros;
- IX. Fomentar el diseño y desarrollo de programas de financiamiento que integren cobertura de precios, para apoyar la comercialización de productos agroalimentarios, promoviendo la participación de las organizaciones sociales y de productores del sector agroalimentario en la operación de estos instrumentos, estableciendo requisitos, reglas o lineamientos de operación para su funcionamiento;
- X. Promover y desarrollar mercados en el extranjero para la exportación de productos agroalimentarios nacionales, a través de la participación de la Secretaría y productores del sector agroalimentario en ferias, eventos y misiones comerciales;

- XI. Coordinar sus actividades de apoyo directo a productores con las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal que tengan atribuciones o participen en el desarrollo del sector agroalimentario, así como con las organizaciones de productores rurales, cámaras comerciales e industriales, instituciones financieras y las demás que estén relacionadas con el Sector;
- XII. Fomentar la organización y capacitación de productores para la producción y comercialización de productos agroalimentarios;
- XIII. Coordinar y, en su caso, elaborar estudios que permitan detectar oportunidades y proponer acciones para atender problemas existentes en el Sector, en materia de comercialización, expansión de mercados, riesgos y oportunidades de inversión;
- XIV. Promover la construcción de infraestructura básica, permanente y rentable, a fin de realizar eficientemente los procesos de producción y comercialización, elaborando propuestas para llevar a cabo la modernización de aspectos comerciales y de almacenaje, que permitan el desarrollo eficiente de los mercados agroalimentarios;
- XV. Fomentar el desarrollo de sistemas de información, de carácter público y privado, de mercados agroalimentarios, nacionales e internacionales, así como difundir dicha información;
- XVI. Participar, conjuntamente con el Servicio de Información y Estadística Agroalimentaria y Pesquera, en la captación, análisis y difusión de información estadística internacional que sea de interés para el sector agropecuario; así como en la integración de la balanza de disponibilidad consumo de productos, subproductos e insumos de origen agrícola, y en

los proyectos de seguimiento de información sobre cupos y comercio interior y exterior del sector agroalimentario y pesquero;

- XVII. Promover, de manera conjunta con las unidades administrativas de la Secretaría, la creación de sociedades de inversión de capitales para el sector agropecuario, que apoyen la constitución de empresas comercializadoras especializadas por región o por producto;
- XVIII. Analizar y proponer esquemas y mecanismos de participación y asociación de empresas comercializadoras internacionales en el mercado interno, de constitución de empresas agropecuarias de coinversión mixta, y de alianzas estratégicas de inversión en el campo, en coordinación con las instancias competentes en todos los niveles de gobierno;
- XIX. Participar como mediador en las negociaciones que se establezcan entre productores y compradores de productos agroalimentarios, así como promover la creación y desarrollo de establecimientos legalmente autorizados en los que se puedan reunir éstos para concertar, suscribir, registrar y difundir, las operaciones mercantiles sobre dichos productos;
- XX. Ejercer los recursos que aporten los sectores público y privado derivados de convenios para la realización de los programas a su cargo y proponer medidas de tipo financiero que permitan el desarrollo de los servicios a su cargo;
- XXI. Evaluar el impacto de las políticas agroalimentarias de otros países en los productos agroalimentarios nacionales;

- XXII. Proponer a las dependencias competentes que correspondan, en el ámbito de competencia de la Secretaría, previa autorización de su titular, el establecimiento de políticas de comercio exterior;
- XXIII. Integrar, analizar y negociar con la intervención de las áreas técnicas de la Secretaría, propuestas en materia de cooperación comercial internacional;
- XXIV. Promover, coordinar y dar seguimiento a la participación de la Secretaría, así como representarla en reuniones y eventos nacionales e internacionales relacionados con el comercio exterior;
- XXV. Coordinar, supervisar y evaluar el establecimiento y operación de las Consejerías Agropecuarias en el extranjero;
- XXVI. Promover y apoyar el aprovechamiento de estímulos, subsidios, franquicias y demás instrumentos que se establezcan en materia de comercio exterior;
- XXVII. Coordinar la integración de propuestas relativas al manejo de aranceles, cuotas y cupos de importación y exportación, relacionadas con el sector agroalimentario, así como llevar su seguimiento;
- XXVIII. Promover y coordinar las negociaciones relacionadas con el comercio exterior agroalimentario y dar seguimiento a los distintos acuerdos comerciales;
- XXIX. Coordinar la elaboración de propuestas de mecanismos de regulación al comercio exterior de productos e insumos agroalimentarios;
- XXX. Analizar la factibilidad técnica, económica y financiera de los estímulos productivos al desarrollo agroalimentario correspondiente al comercio internacional;

- XXXI. Emitir dictámenes técnico económicos sobre las solicitudes de importación y exportación de productos, subproductos, insumos, maquinaria y equipo agropecuario;
- XXXII. Analizar, con las instancias competentes, el funcionamiento de las organizaciones de productores para la comercialización en el extranjero de los productos nacionales, en el marco de los acuerdos comerciales internacionales suscritos por los Estados Unidos Mexicanos, y
- XXXIII. Participar en la identificación de oportunidades de comercialización de productos agroalimentarios y promover el aprovechamiento de la oferta exportable de productos y subproductos del campo hacia los mercados internacionales.

Artículo 44. Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria estará a cargo de un Director en Jefe que será designado por el Ejecutivo Federal a través del Secretario. Contará con un Consejo Técnico y se apoyará en el Comité Consultivo.

Artículo 45. El Consejo Técnico de ASERCA estará integrado por el Secretario, quien lo presidirá, por los subsecretarios y el Oficial Mayor de la Secretaría; el titular de la CONAPESCA y por un Subsecretario de cada una de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público; de Desarrollo Social; de Medio Ambiente y Recursos Naturales; de Economía; de Comunicaciones y Transportes; y, de Contraloría y Desarrollo Administrativo. Para la toma de decisiones este Consejo Técnico, se podrá apoyar en un Comité Consultivo.

Los miembros titulares del Consejo serán suplidos por un servidor público de la Dependencia respectiva con nivel mínimo de Director General o su equivalente.

El Consejo Técnico se reunirá en sesión ordinaria cuatro veces al año, de preferencia en forma trimestral; y en sesión extraordinaria cuantas veces sea convocado por su Presidente.

Asimismo, por conducto de su Presidente, el Consejo Técnico podrá invitar a sus sesiones, cuando se estudien proyectos que se relacionen con sus respectivas funciones, a titulares o representantes de otras dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, de las entidades federativas y de los municipios, así como de instituciones financieras y las organizaciones sociales y de productores del sector agroalimentario.

Artículo 46. Serán facultades del Consejo Técnico:

- I. Promover la congruencia intersectorial de políticas generales y prioridades a que deberá sujetarse ASERCA;
- II. Conocer los programas y proyectos, cuya ejecución requiera la intervención de las dependencias, representadas en el mismo;
- III. Evaluar periódicamente los objetivos, metas y resultados de los programas y actividades de ASERCA;
- IV. Conocer de los informes que le presente el titular de ASERCA;
- V. Nombrar al Secretario Técnico;
- VI. Emitir sus reglas de operación, y
- VII. Las demás que le encomiende el Ejecutivo Federal a través del Secretario de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación.
- VIII. **Artículo 47.** El Comité Consultivo será la instancia colegiada de consulta en los aspectos relativos a la implementación de políticas,

planes y programas relativos a la comercialización nacional e internacional de productos agroalimentarios. Este Comité se compondrá por representantes de las organizaciones sociales y de productores del sector agroalimentario, en los términos en que lo dispongan las reglas de operación del Consejo Técnico.

Artículo 48. El Director en Jefe tendrá las siguientes atribuciones específicas:

- I. Dirigir técnica y administrativamente las actividades de ASERCA;
- II. Coordinar y ejecutar todas aquellas acciones necesarias para la creación, organización y funcionamiento de establecimientos legalmente autorizados en los que se reúnan compradores y vendedores para concertar o cumplir las operaciones mercantiles sobre productos agropecuarios;
- III. Proporcionar información suficiente y oportuna al Consejo Técnico sobre los programas y proyectos cuya realización requiera de coordinación con las dependencias integrantes del propio Consejo;
- IV. Dar seguimiento a los acuerdos del Consejo Técnico, e informar a éste al respecto;
- V. Prestar al Consejo Técnico el apoyo necesario para la adecuada realización de sus funciones;
- VI. Formular los anteproyectos del programa presupuesto de ASERCA;
- VII. Suscribir los actos jurídicos necesarios para el ejercicio de sus atribuciones;
- VIII. Proponer al Secretario, el nombramiento o remoción de los dos primeros niveles de servidores públicos de ASERCA;

- IX. Someter a la consideración del Secretario de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, los manuales de organización interna, procedimientos y servicios al público del órgano administrativo desconcentrado, y
- X. Las demás que le otorguen la ley, este Reglamento u otras disposiciones legales y administrativas o le delegue o encomiende el Secretario.

3.2.2 Tipos de Mercados.

- Tipos de Mercado, Desde el Punto de Vista Geográfico:

Según **Laura Fischer y Jorge Espejo**, autores del libro "Mercadotecnia", las empresas tienen identificado geográficamente su **mercado**. En la práctica, los mercados se dividen de esta manera.

- *Mercado Internacional:* Es aquel que se encuentra en uno o más países en el extranjero.
- *Mercado Nacional:* Es aquel que abarca todo el territorio nacional para el intercambios de bienes y servicios.
- *Mercado Regional:* Es una zona geográfica determinada libremente, que no coincide de manera necesaria con los límites políticos.
- *Mercado de Intercambio Comercial al Mayoreo:* Es aquel que se desarrolla en áreas donde las empresas trabajan al mayoreo dentro de una ciudad.

- *Mercado Metropolitano*: Se trata de un área dentro y alrededor de una ciudad relativamente grande.
- *Mercado Local*: Es la que se desarrolla en una tienda establecida o en modernos centros comerciales dentro de un área metropolitana.
- *Tipos de Mercado, Según el Tipo de Cliente:*
 - *Mercado del Consumidor*: En este tipo de mercado los bienes y servicios son adquiridos para un uso personal, por ejemplo, la ama de casa que compra una lavadora para su hogar.
 - *Mercado del Productor o Industrial*: Está formado por individuos, empresas u organizaciones que adquieren productos, materias primas y servicios para la producción de otros bienes y servicios.
 - *Mercado del Revendedor*: Está conformado por individuos, empresas u organizaciones que obtienen utilidades al revender o rentar bienes y servicios, por ejemplo, los supermercados que revenden una amplia gama de productos.
 - *Mercado del Gobierno*: Está formado por las instituciones del gobierno o del sector público que adquieren bienes o servicios para llevar a cabo sus principales funciones, por ejemplo, para la administración del estado, para brindar servicios sociales (drenaje, pavimentación, limpieza, etc.), para mantener la seguridad y otros.

- Tipos de Mercado, Según la Competencia Establecida:

Para **Ricardo Romero**, autor del libro "Marketing", existen cuatro **tipos de mercado**.

- *Mercado de Competencia Perfecta:* Este tipo de mercado tiene dos características principales: 1) Los bienes y servicios que se ofrecen en venta son todos iguales y 2) los compradores y vendedores son tan numerosos que ningún comprador ni vendedor puede influir en el precio del mercado, por tanto, se dice que son precio-aceptantes [5].
- *Mercado Monopolista:* Es aquel en el que sólo hay una empresa en la industria. Esta empresa fabrica o comercializa un producto totalmente diferente al de cualquier otra [3]. La causa fundamental del monopolio son las barreras a la entrada; es decir, que otras empresas no pueden ingresar y competir con la empresa que ejerce el monopolio. Las barreras a la entrada tienen tres orígenes: 1) Un recurso clave (por ejemplo, la materia prima) es propiedad de una única empresa, 2) Las autoridades conceden el derecho exclusivo a una única empresa para producir un bien o un servicio y 3) los costes de producción hacen que un único productor sea más eficiente que todo el resto de productores [5].
- *Mercado de Competencia Imperfecta:* Es aquel que opera entre los dos extremos: 1) El Mercado de Competencia Perfecta y 2) el de Monopolio Puro. Existen dos clases de mercados de competencia imperfecta [2]:

1. Mercado de *Competencia Monopolística*: Es aquel donde existen muchas empresas que venden productos similares pero no idénticos [5].
 2. *Mercado de Oligopolio*: Es aquel donde existen pocos vendedores y muchos compradores. El oligopolio puede ser: A) Perfecto: Cuando unas pocas empresas venden un producto homogéneo. B) Imperfecto: Cuando unas cuantas empresas venden productos heterogéneos [3].
- *Mercado de Monopsonio*: Monopsonio viene de las palabras griegas Monos = Solo y Opcioncion = Idea de compras. Este tipo de mercado se dá cuando los compradores ejercen predominio para regular la demanda, en tal forma que les permite intervenir en el precio, fijándolo o, por lo menos, logrando que se cambie como resultado de las decisiones que se tomen. Esto sucede cuando la cantidad demanda por un solo comprador es tan grande en relación con la demanda total, que tiene un elevado poder de negociación. Existen tres clases de Monopsonio:
 1. *Duopsonio*: Se produce cuando dos compradores ejercen predominio para regular la demanda
 2. *Oligopsonio*: Se dá cuando los compradores son tan pocos que cualquiera de ellos puede ejercer influencia sobre el precio.
 3. *Competencia Monopsonista*: Se produce cuando los compradores son pocos y compiten entre sí otorgando algunos favores a los vendedores, como: créditos para la producción, consejería técnica, administrativa o legal, publicidad, regalos, etc...

- Tipos de Mercado, Según el Tipo de Producto:

De acuerdo a esta clasificación, el **mercado** se divide en:

- *Mercado de Productos o Bienes:* Está formado por empresas, organizaciones o individuos que requieren de productos tangibles (una computadora, un mueble, un auto, etc...).
- *Mercado de Servicios:* Está conformado por empresas, personas u organizaciones que requieren de actividades, beneficios o satisfacciones que pueden ser objeto de transacción: Por ejemplo, el servicio de limpieza, de seguridad, de lavandería, etc...
- *Mercado de Ideas:* Tanto empresas como organizaciones necesitan constantemente de "buenas ideas" para ser más competitivas en el mercado. Por ello, la mayoría de ellas están dispuestas a pagar una determinada cantidad de dinero por una "buena idea", por ejemplo, para una campaña publicitaria, para el diseño de un nuevo producto o servicio, etc... Por ello, existen ferias de exposición de proyectos en universidades y escuelas, las cuales, tienen el objetivo de atraer empresarios, inversionistas, caza-talentos, etc...
- *Mercado de Lugares:* Está compuesto por empresas, organizaciones y personas que desean adquirir o alquilar un determinado lugar, ya sea para instalar sus oficinas, construir su fábrica o simplemente para vivir. También está compuesto por individuos que deseen conocer nuevos lugares, pasar una vacación, recrearse en un determinado lugar, etc...

- Tipos de Mercado, Según el Tipo de Recurso:
- *Mercado de Materia Prima:* Está conformado por empresas u organizaciones que necesitan de ciertos materiales en su estado natural (madera, minerales u otros) para la producción y elaboración de bienes y servicios.
- *Mercado de Fuerza de Trabajo:* Es considerado un factor de producción, por tanto, está formado por empresas u organizaciones que necesitan contratar empleados, técnicos, profesionales y/o especialistas para producir bienes o servicios.
- *Mercado de Dinero:* Está conformado por empresas, organizaciones e individuos que necesitan dinero para algún proyecto en particular (comprar nueva maquinaria, invertir en tecnología, remodelar las oficinas, etc...) o para comprar bienes y servicios (una casa, un automóvil, muebles para el hogar, etc...), y que además, tienen la posibilidad de pagar los intereses y de devolver el dinero que se han prestado.
- Tipos de Mercado, Según Grupos de No Clientes:

Según Philip Kotler, existen un **tipo de mercado** que abarca a grupos de no clientes, por ejemplo [1]:

- *Mercado de Votantes:* Es aquel que está conformado por personas habilitadas para ejercer su derecho democrático al voto. Por ejemplo,

para elegir una autoridad (presidente, alcalde, gobernador, etc...) o un representante (presidente de la junta de vecinos u otro).

- *Mercado de Donantes:* Lo constituyen los donantes o proveedores de fondos a entidades sin ánimos de lucro. Los cuatro mercados principales son el de: 1) Gobierno: Cuando aporta fondos a organizaciones sin fines de lucro (educación, investigación, salud pública, etc...). 2) Fundaciones: Aquellas que financian actividades benéficas o sociales, se dividen en: fundaciones familiares, generales, corporativas y comunitarias. 3) Individuos: Personas que donan fondos para causas benéficas o de interés social.

3.2.3 Canales de Distribución

Los Canales de Distribución son todos los medios de los cuales se vale la Mercadotecnia, para hacer llegar los productos hasta el consumidor, en las cantidades apropiadas, en el momento oportuno y a los precios más convenientes para ambos.

Además los Canales de Distribución aportan a la Mercadotecnia las utilidades espaciales, temporal y de propiedad a los productos que comercializan. En síntesis podemos decir, que los Canales de Distribución son las distintas rutas o vías, que la propiedad de los productos que toman; para acercarse cada vez más hacia el consumidor o usuario final de dichos productos.

Selección del tipo de canal

Las empresas pueden recurrir a los canales ya existentes o bien a otros nuevos para dar un mejor servicio a los clientes actuales o llegar a otros prospectos. Al seleccionar sus canales tratan de conseguir una ventaja diferencial.

- Distribución directa Canal formado solo por el productor y el consumidor final.
- Distribución indirecta Canal constituido por el productor, el consumidor final y al menos por un nivel de intermediarios. En ésta, el productor deberá escoger el tipo (s) de intermediario (s) que mejor satisfagan sus necesidades.

Principales canales de distribución

1) Distribución de los bienes de consumo

a) Canal directo (Productor - consumidor) El canal más breve y simple para distribuir bienes de consumo y no incluye intermediarios. (avon)

b) Canal detallista (Productor - detallista - consumidor) Muchos grandes detallistas compran directamente a los fabricantes y productores agrícolas. (wal-mart, PH)

c) Canal mayorista (Productor- mayorista- detallista- consumidor) Único canal tradicional para los bienes de consumo. (central de abastos)

d) Productor - agente - detallista - consumidor En vez de usar a mayoristas, muchos productores prefieren servirse de agentes intermediarios para llegar al mercado detallista, especialmente a los detallistas a gran escala.

e) Canal agente/intermediario (Productor - agente - mayorista - detallista - consumidor) Los fabricantes a veces recurren a agentes intermediarios quienes a su vez usan a mayoristas que venden a las grandes cadenas de tiendas o a las tiendas pequeñas.

2) Distribución de los bienes industriales

a) Canal directo (Productor - usuario industrial) Representa el volumen de ingresos más altos en los productores industriales que cualquier otra estructura de distribución. (fabricantes e instalaciones como aviones).

b) Distribuidor industrial (Productor - distribuidor industrial - usuario industrial) Los fabricantes de suministros de operación y de pequeño equipo accesorio frecuentemente recurren a los distribuidores industriales para llegar a sus mercados. (fabricante de materiales de construcción y de aire acondicionado).

c) Canal agente/intermediario (Productor-agente-usuario industrial) Es un canal de gran utilidad para las compañías que no tienen su departamento de ventas (si una empresa quiere introducir un producto o entrar a un mercado nuevo tal vez prefiera usar agentes y no su propia fuerza de ventas.

d) Canal Agente/intermediario - distribuidor industrial (Productor - agente - distribuidor industrial - usuario industrial) Se emplea cuando no es posible vender al usuario industrial directamente a través de los agentes. La venta unitaria puede ser demasiado pequeña para una venta directa o quizás se necesita inventario descentralizado para abastecer rápidamente a los usuarios.

3) Distribución de servicios

a) Productor - consumidor Dada la intangibilidad de los servicios, el proceso de producción y la actividad de venta requiere a menudo un contacto personal entre el productor y el consumidor, por lo tanto, se emplea un canal directo. (atención médica, corte de pelo)

b) Productor - agente - consumidor No siempre se requiere el contacto entre el productor y el consumidor en las actividades de distribución. Los agentes asisten al productor de servicios en la transferencia de la propiedad u otras funciones conexas. (agencia de viajes, alojamiento)

4) Canales múltiples de distribución Muchos productores no se contentan con un solo canal de distribución. Por el contrario, debido a razones como lograr una cobertura amplia del mercado o no depender totalmente de una sola estructura, se sirven de canales múltiples de distribución.

Los canales múltiples a veces son denominados distribución dual, se emplean en situaciones bien definidas. Un fabricante tendrá que usar los canales múltiples para llegar a diferentes tipos de mercado cuando vende:

- El mismo producto al mercado de usuarios y al mercado industrial (computadora, impresora)
- Productos inconexos (mantequilla y pintura)

Los canales múltiples también sirven para llegar a diferentes segmentos de un mismo mercado cuando:

- El tamaño de los compradores varía mucho (agencia de viajes - oficina - consumidor final).
- La concentración geográfica difiere entre las partes del mercado.

5) Canales no tradicionales Ayudan a diferenciar el producto de una compañía de sus competidores. Aunque los canales no tradicionales limitan la cobertura

de una marca, le ofrecen al fabricante que sirve a un nicho una forma de obtener acceso al mercado y a ganar la atención del cliente sin tener que establecer intermediarios de canal.

6) Canales inversos Cuando los productos se mueven en dirección opuesta a los canales tradicionales: del consumidor de vuelta al fabricante.(reparación o reciclaje)

Sistemas de marketing vertical

El sistema de marketing vertical es un canal rigurosamente coordinado cuya finalidad específica es mejorar la eficiencia operativa y la eficacia del marketing. En este sistema ninguna función mercadológica es exclusiva de un nivel determinado o de una empresa del canal. Por el contrario, todas se llevan en la posición más ventajosa de él.

El alto grado de coordinación o control que caracteriza al sistema se logra por uno de los tres medios siguientes:

- 1) Propiedad común de los niveles sucesivos de un canal
- 2) Contratos entre los canales miembros
- 3) El poder de mercado de uno o más miembros

En un sistema corporativo de marketing vertical, una compañía situada en un nivel del canal es dueña de la compañía el siguiente nivel o bien de todo canal.

En un sistema contractual de marketing vertical, los productores y detallistas independientes operan por contratos que estipulan cómo intentarán controlar la

eficiencia de su distribución. Se han diseñado tres tipos de sistemas contractuales:

- 1) Cadenas voluntarias patrocinadas por mayoristas
- 2) Cooperativas propiedad de los detallistas
- 3) Los sistemas de franquicias

Un sistema administrado de marketing vertical coordina las actividades de distribución.

- Mediante el poder económico y/o de mercado de un miembro
- El poder compartido de dos miembros.

Algunas veces la equidad que posee la marca de algún producto es lo suficientemente fuerte para ganar la cooperación voluntaria de los detallistas, en asuntos tales como niveles de inventario, publicidad y exhibición en las tiendas.



3.3 De la Comercialización de Exportación.

Una forma simple de definir este concepto es de la siguiente manera:

EXPORTAR: Significa realizar ventas fuera de nuestras fronteras.



3.3.1 reglamentación para exportar.

PERMISOS PREVIOS Y CUPOS DE EXPORTACION E IMPORTACION

CAPITULO I

Disposiciones Generales

ARTÍCULO 14.- Las disposiciones de este título reglamentan la facultad de la Secretaría para otorgar permisos previos y asignar cupos de exportación o importación de mercancías.

ARTÍCULO 15.- Para efectos de este Reglamento, se entiende por:

I. Permiso previo de exportación o importación, el instrumento expedido por la Secretaría para realizar la entrada o salida de mercancías al o del territorio nacional, y

II. Certificado de cupo, el instrumento expedido por la Secretaría para asignar un cupo máximo o arancel-cupo a la exportación o importación.

Cuando en este título se haga mención a permiso se entenderá el permiso previo de exportación o importación y cuando se haga mención a certificado se entenderá el certificado de cupo correspondiente a un cupo de exportación o importación.

ARTÍCULO 16.- Las disposiciones de este Reglamento que se refieren a cupos de exportación o importación se aplicarán también a los montos de mercancías que, dentro de un arancel-cupo, se exporten o importen a un nivel arancelario preferencial.

CAPITULO II

Permisos previos

ARTÍCULO 17.- La solicitud para el otorgamiento de un permiso, su prórroga o su modificación se presentará ante la Secretaría en el formato oficial que ésta determine. El formato y los requerimientos de información entrarán en vigor a los 15 días después de su publicación en el Diario Oficial de la Federación. Dicha información se referirá, entre otros, a los siguientes aspectos:

- I. Nombre o razón social y actividad o giro principal del solicitante;
- II. Régimen que se solicita, ya sea de exportación o importación;
- III. Fracción arancelaria y descripción detallada de la mercancía;
- IV. Cantidad y valor solicitado;
- V. País de origen o destino, y
- VI. En su caso, especificaciones técnicas de la mercancía y documentación que la identifique.

ARTÍCULO 18.- Para presentar cada solicitud y recoger el permiso respectivo el interesado o su representante deberán satisfacer los requisitos que establezcan la Ley y este Reglamento y acreditarse fehacientemente ante la Secretaría. Los usuarios habituales podrán obtener una credencial expedida por la Secretaría en la que se consignará el número de registro correspondiente.

ARTÍCULO 19.- Una vez presentada la solicitud, la Secretaría podrá requerir información o documentación adicional al solicitante, quien tendrá un plazo de

cinco días para proporcionarla. De no cumplirse el requerimiento dentro del plazo señalado, la solicitud se tendrá por no presentada.

ARTÍCULO 20.- La Secretaría resolverá la solicitud de permiso o prórroga del mismo dentro de los 15 días posteriores a la fecha de su aceptación. Transcurrido dicho plazo, el interesado deberá presentarse ante la Secretaría dentro de los 20 días siguientes para conocer la decisión y reclamar su derecho, sin perjuicio de que la Secretaría lo comunique directamente al interesado.

ARTÍCULO 21.- La Secretaría podrá sujetar la exportación o importación de mercancías al requisito de permiso automático, para efectos de llevar un registro de las operaciones de comercio exterior, siempre y cuando no exista otro procedimiento administrativo que permita la supervisión y seguimiento de dichas operaciones de manera más ágil. La Secretaría aprobará los permisos automáticos a todas las personas físicas o morales que reúnan los requisitos legales para efectuar operaciones de comercio exterior.

ARTÍCULO 22.- El permiso especificará, entre otros, los siguientes datos: el régimen, ya sea de exportación o importación; el nombre del beneficiario; la fracción arancelaria; la descripción del producto; así como el valor y cantidad que se autorice importar o exportar y el periodo de vigencia, los que deberán guardar una relación congruente entre sí a fin de no obstaculizar la utilización del permiso. Los permisos no serán transferibles.

ARTÍCULO 23.- El titular de un permiso o su representante legal podrá solicitar su modificación o prórrogas, siempre y cuando el mismo esté vigente al presentar la solicitud y se utilice el formato oficial.

Las modificaciones sólo procederán si se refieren al valor de la mercancía, el país de procedencia o destino, o la descripción del producto sin que se altere su naturaleza.

ARTÍCULO 24.- Las aduanas podrán autorizar una o más prórrogas automáticas sobre la vigencia original del permiso de importación, siempre que el interesado demuestre que el embarque de la mercancía se realizó durante el periodo de vigencia del mismo. El plazo de la prórroga será de 30 días si la mercancía llega por vía marítima o de siete días si ingresa al país por otra vía.

ARTÍCULO 25.- Los exportadores o importadores que hubieran fincado el pedido de mercancías que no se encontraban sujetas a restricciones, tendrán derecho a obtener el permiso correspondiente durante el mes siguiente a la fecha en que la restricción se haya publicado en el Diario Oficial de la Federación, siempre que demuestren fehacientemente que:

I. Habían pagado el pedido u otorgaron carta de crédito irrevocable respecto al mismo, o

II. El producto se encontraba en tránsito para ser trasladado a su destino.

CAPITULO III

Cupos

ARTÍCULO 26.- Las resoluciones a través de las cuales se establezcan cupos entrarán en vigor 20 días después de su publicación en el Diario Oficial de la Federación, debiendo contener los siguientes datos:

- I. El producto sujeto al cupo de que se trate;
- II. La cantidad, volumen o valor del cupo;
- III. El periodo de vigencia del cupo y, en su caso, del permiso correspondiente, y
- IV. El procedimiento de asignación y los requisitos que deberán cubrir los interesados.

ARTÍCULO 27.- Cuando un cupo de exportación o importación se asigne por medio de licitación pública, la Secretaría:

- I. Publicará la convocatoria correspondiente en el Diario Oficial de la Federación, por lo menos 20 días antes de que inicie el periodo de registro, y
- II. Pondrá a disposición de los interesados, en la fecha en que se indique en la convocatoria, las bases conforme a las cuales se regirá la licitación pública.

ARTÍCULO 28.- La convocatoria contendrá, como mínimo, los siguientes datos:

- I. La descripción del cupo y su monto y, en su caso, el monto máximo que cada interesado podrá obtener;
- II. El lugar, fecha y horario en que se proporcionarán las bases de la licitación y su costo, y
- III. El lugar, fecha y hora para la celebración del acto de apertura de posturas y de su adjudicación.

ARTÍCULO 29.- Las bases de la licitación pública especificarán información referente a:

- I. El cupo objeto de la licitación pública;
- II. El monto a licitar;
- III. Los requisitos para participar en la licitación pública;
- IV. El periodo y lugar para presentar posturas;
- V. El lugar, día y hora para celebrar el acto de apertura de posturas;
- VI. La garantía;
- VII. Los criterios de adjudicación;
- VIII. El periodo de vigencia del certificado, y
- IX. Los demás datos que la Secretaría considere necesarios.

ARTÍCULO 30.- El acto de adjudicación se llevará a cabo en presencia de representantes de las secretarías de Comercio y Fomento Industrial, y de Hacienda y Crédito Público y, en su caso de la dependencia competente, pudiéndose invitar a un representante de la Secretaría de la Contraloría General de la Federación.

ARTÍCULO 31.- Cuando la Secretaría lo juzgue necesario, en los términos del segundo párrafo del artículo 24 de la Ley, podrá asignar un cupo a la exportación o importación por medio de procedimientos distintos a la licitación pública.

En los casos en que los cupos se asignen de manera directa o en el orden en que los importadores lleguen a la aduana, la Secretaría podrá establecer topes individuales máximos de valor, cantidad o volumen para determinada mercancía de exportación o importación.

ARTÍCULO 32.- Una vez realizado el acto de adjudicación, la Secretaría expedirá el certificado correspondiente al beneficiario de un cupo. El certificado especificará, entre otros, los siguientes datos: el régimen, ya sea de exportación o importación; el nombre del beneficiario; la descripción del cupo; el monto que ampara el certificado, y su periodo de vigencia.

ARTÍCULO 33.- La Secretaría expedirá el certificado en los siguientes plazos:

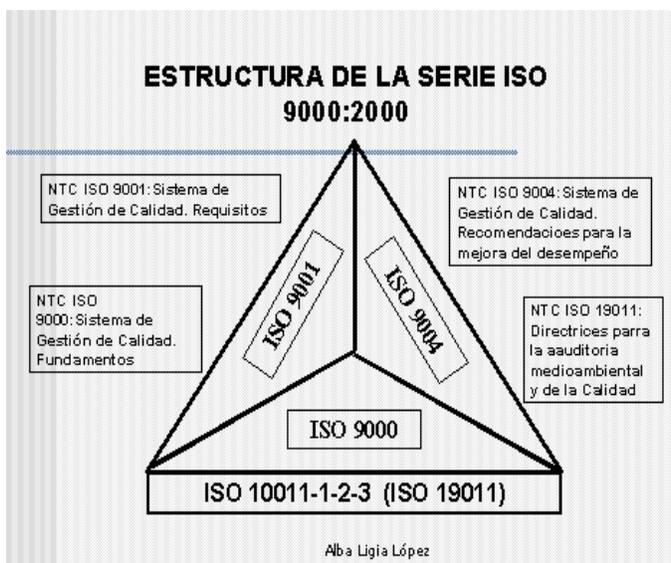
- I. Dentro de los cinco días posteriores a la publicación de resultados en el caso de licitación pública, y
- II. Dentro de los siete días posteriores a la fecha en que se hayan aportado todos los elementos requeridos, en el caso de asignación directa.
- III. **ARTÍCULO 34.-** La Secretaría asignará el monto del cupo que amparen los certificados que los ganadores de una licitación pública no hayan reclamado en el plazo determinado en las bases.

ARTÍCULO 35.- Tratándose de asignación directa, una vez transcurrido el plazo a que se refiere la facción II del artículo 33 de este Reglamento, el interesado deberá presentarse ante la Secretaría dentro de los 20 días siguientes para conocer la decisión y reclamar su derecho. En el caso de la parte final del artículo 31 del presente Reglamento, la autoridad aduanera competente expedirá y entregará el certificado en el momento de la asignación de los cupos.

ARTÍCULO 36.- Los certificados otorgados por medio de licitación pública serán nominativos y podrán transferirse. Cuando el titular de un certificado lo transfiera, el interesado en obtener la titularidad del mismo deberá informar por escrito a la Secretaría dicho acto y le solicitará la expedición de un nuevo certificado. La Secretaría podrá evaluar la conveniencia de las transferencias con el objeto de prevenir y evitar prácticas monopólicas u obstáculos al comercio, en los términos de la ley en la materia.

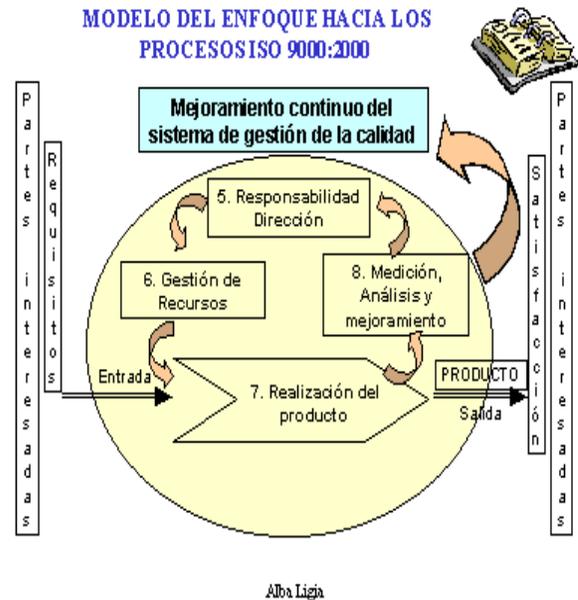
3.3.2 Normas de Calidad para Exportar

Elementos que con forman un sistema de gestión de calidad cuya aplicación garantiza el control de las actividades administrativas, técnicas y humanas de las organizaciones que inciden en la calidad de productos y servicios"



Estructura de la Norma ISO 9000:2000.

El Aseguramiento de la Calidad con Normas Internacionales es una urgente necesidad para las micro, pequeñas y medianas empresas en nuestro país, ya que una de las estrategias del gobierno para generar empleo es activar las exportaciones de las MIPYMES.



3.3.3. Trámites para Exportar.

¿Qué documentos necesito para exportar?

Bancomext dispone de un servicio de asesoría que le permite conocer a través de un ejecutivo los principales trámites a realizar en México para la exportación de mercancías, las dependencias gubernamentales involucradas, así como los documentos básicos que son requeridos en México como ejemplo:

- Asesoría Básica sobre Documentos, Trámites y Dependencias que participan en las Operaciones de Exportación o Importación

Otras asesorías de apoyo son :

- Formación del Precio de exportación
- Tratamiento Arancelario de Exportación o Importación en México
- Tratamiento Arancelario de Importación de Mercancías en País de Destino

- Correlación de Fracciones Arancelarias del Sistema Armonizado con el Sistema NALADI/NALADISA
- Asesoría Legal Básica sobre Contratos Internacionales
- Revisión y Análisis Jurídico sobre Contratos Internacionales
- Guías de Contratos Internacionales

Otro producto de apoyo es la: Guía Básica del Exportador, donde encontrará el tema:

Documentos y Trámites de Exportación

3.3.4. Tipos de Mercados para Exportar

¿Cuales son los mercados para exportar?

Bancomext a través de sus Consejerías Comerciales realiza un análisis de inteligencia comercial y pone a su disposición, la información actualizada sobre los principales socios comerciales de México tal como:

- Mercados para exportar
- Condiciones económicas del mercado
- Recomendaciones de nuestros consejeros
- Indicadores económicos
- Perfiles por país
- Investigaciones de mercado

Mercados para Exportar.



Norteamérica

[Estrategia 2006](#)
[Nichos de Mercado](#)

- [Estados Unidos](#)
[Atlanta](#)
[Chicago](#)
[Dallas](#)
[Houston](#)
[Los Angeles](#)
[Miami](#)
[Nueva York](#)
[San Antonio](#)
[Otros](#)
- [Canadá](#)
[Montreal](#)
[Toronto](#)
[Vancouver](#)

Latinoamérica

[Estrategia 2006](#)
[Nichos de Mercado](#)

[Argentina](#)
[Brasil](#)
[Chile](#)
[Colombia](#)
[Costa Rica](#)
[Guatemala](#)
[Venezuela](#)
[Otros Países](#)

[Más Información](#)

Europa

[Estrategia 2006](#)
[Nichos de Mercado](#)

[Alemania](#)
[España](#)
[Francia](#)
[Holanda](#)
[Italia](#)
[Reino Unido](#)
[Otros Países](#)

[Más Información](#)

Asia y Oceanía

[Estrategia 2006](#)
[Nichos de Mercado](#)

[China](#)
[Corea del Sur](#)
[Hong Kong](#)
[Japón](#)
[Singapur](#)
[Taiwán](#)
[Otros Países](#)

[Más Información](#)

3.3.5. Canales de Distribución.

¿Qué son los canales de distribución?

Un servicio de investigación de canales de distribución producto-país, que consiste en proporcionar al exportador mexicano los canales de distribución existentes (potenciales distribuidores, agentes, importadores, mayoristas) en un mercado determinado, con el fin de facilitar la introducción de sus productos o servicios a ese mercado consulte Lista de Canales de Distribución.

CAPITULO 4

1. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Concepto.

En Este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costará todo lo necesario, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.

4.2 Objetivos del Estudio Técnico del Proyecto.

El objetivo de éste proyecto es diseñar como se producirá aquello que venderás. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar como se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial.

En el estudio técnico se define:

- Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.
- Donde obtener los materiales o materia prima.
- Que maquinas y procesos usar.
- Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto

4.3. Aspectos del Estudio Técnico.

4.3.1. Localización e Instalaciones Físicas

Cada una de los organismos, debe contar con una localización física del lugar donde ésta exista, es por ello, que se deben de especificar los datos

correctos de los mismos, es decir, describir correcta y claramente la ubicación ya sea para efectos legales y de identificación con clientes y proveedores.

Otro de los aspectos relevantes es las instalaciones del lugar tales como; No. De oficinas, No. De equipos, Activos Fijos, los cuales deben de estar plenamente identificados, ya que esto es necesario para determinar los gastos que serán necesarios, tales como; mantenimiento de equipo de cómputo, de edificio, papelería, energía eléctrica, gasolina, teléfono, etc.

4.3.2. Parte Administrativa.

La estructura administrativa de una empresa consiste en definir las líneas de autoridad y responsabilidad de cada uno de los integrantes de la organización, de tal manera que se pueda identificar la responsabilidad, funciones y acciones de cada uno de los miembros, y así evitar la duplicidad esfuerzos, además de administrar de una mejor manera todos los recursos con que cuenta la organización.

4.4 Aspecto Legal.

Dentro del marco legal, cada ente económico está regido por un marco de leyes, las cuales son aplicadas conforme a derecho. Por lo tanto, tratándose de una empresa de carácter moral, le son aplicadas las leyes como son;

- Ley de Impuesto Sobre la Renta.
- Ley General de Sociedades Mercantiles.
- Ley de Ingresos de la Federación.
- Código Fiscal de la Federación

- Ley del IMSS
- Ley Federal del Trabajo.
- Ley de Impuesto al Valor Agregado, etc.

Dichas leyes no son limitativas, debido a que depende de las características y necesidades de cada ente social, y económico.

CAPITULO 5

5. ESTUDIO FINANCIERO.

5.1. Inversión Neta. Es el valor de la inversión total, menos la depreciación de los bienes del capital.

INVERSIÓN NETA O INICIAL

Para el cálculo de la inversión inicial, se pueden considerar los siguientes conceptos asociados con la adquisición del activo:

- Precio del nuevo activo
- Costo de instalación
- Otros gastos o ingresos en que se incurran como puede ser la venta del bien antiguo (reemplazo), gastos de entrenamiento, etc.

El beneficio o pérdida fiscal ocasionada por la venta de activos antiguos (reemplazo).

Modelo propuesto para el cálculo

$$\begin{array}{r} \text{Precio del activo a adquirir} \\ + \quad \text{Costo de instalación} \\ - \quad \text{Producto neto por la venta de activos} \\ \pm \quad \text{Aumento o disminución en el pago de impuestos asociados con la} \\ \quad \text{venta de activos} \\ \hline \text{INVERSIÓN NETA O INICIAL} \end{array}$$

Tipos de Inversión.

1- Inversión Neta: Es el valor de la inversión total, menos la depreciación de los bienes del capital.

2- Inversión Bruta: Es la inversión sin tener en cuenta la depreciación.

3- Inversiones Temporales: Generalmente las inversiones temporales consisten en documentos a corto plazo (certificados de depósito y documentos negociables), valores negociables de deuda (bonos del gobierno y de compañías) y valores negociables de capital (acciones preferentes y comunes), adquiridos con efectivo que no se necesita de inmediato para las operaciones.

Estas inversiones se pueden mantener temporalmente, en vez de tener el efectivo, y se pueden convertir rápidamente en efectivo cuando las necesidades financieras del momento hagan deseable esa conversión.

4- Inversiones a Largo Plazo: Son colocaciones de dinero en las cuales una empresa o entidad, decide mantenerlas por un período mayor a un año o al ciclo de operaciones, contando a partir de la fecha de presentación del balance general.

Diferencias entre Inversiones Temporales e Inversiones a Largo Plazo.

Inversiones temporales	Inversiones a largo plazo
Consisten en documentos a corto plazo.	Son colocaciones de dinero en plazos mayores de un año.
Las acciones se venden con más facilidad.	Las acciones son adquiridas a cambio de valores, que no son efectivos.

<p>Se convierten en efectivo cuando se necesite.</p>	<p>No están fácilmente disponibles, porque no están compuestas de efectivo sino por bienes.</p>
<p>Las transacciones de las inversiones permanentes deben manejarse a través de cuentas de cheques.</p>	<p>El principal objetivo es aumentar su propia utilidad, lo que puede lograr</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) directamente a través del recibo de dividendos o intereses de su inversión o por alza en el valor de mercado de sus valores, o 2) indirectamente, creando y asegurando buenas relaciones de operación entre las compañías y mejorando así el rendimiento de su inversión.
<p>Consisten en documentos a corto plazo (certificados de depósito, bonos tesorería y documentos negociables).</p>	<p>Consisten en valores de compañías: bonos de varios tipos, acciones preferentes y acciones comunes.</p>

5.2.1 FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

FIRA



Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura, **FIRA**, son cuatro fideicomisos públicos constituidos por el Gobierno Federal en el Banco de México desde hace 50 años.

El objetivo de FIRA es otorgar crédito, garantías, capacitación, asistencia técnica y transferencia de tecnología al sector rural y pesquero del país. Opera fundamentalmente como banca de segundo piso, con patrimonio propio y coloca sus recursos a través de la banca privada y otros Intermediarios Financieros, tales como:

- Uniones de Crédito
- SOFOLES
- Arrendadoras Financieras
- Almacenes Generales de Depósito
- Agentes PROCREA
- Empresas de Factoraje.

VISIÓN.

Ser una agencia para el desarrollo competitivo e integral de los sectores rural y pesquero del país.

ALCANCES

Ser el mejor generador de soluciones de negocio en el mercado financiero

Principal administradora de riesgos

Líder en la colocación de servicios financieros

MISION

Crear valor en las redes productivas de los sectores rural y pesquero, con criterios de eficiencia y rentabilidad, a través del desarrollo de los mercados financieros, de tecnología y servicios.

FIRA, como entidad financiera gubernamental, se ha caracterizado por apoyar el desarrollo de mercados financieros completos en el sistema agroalimentario y en la economía rural a través de:

- Incrementar la oferta de servicios financieros.
- Disminuir la percepción de riesgo de inversión.
- Articular a los agentes económicos.
- Ofrecer mejores alternativas de desarrollo a la población de localidades rurales.
- Incrementar las capacidades tecnológicas y empresariales.

En **FIRA** cumplimos 50 años brindando soluciones de negocio y alternativas de desarrollo que propicien mejores condiciones de vida en el campo. Actualmente, se estima que uno de cada tres pesos de financiamiento al sector agroalimentario en México proviene de **FIRA**.

Su experiencia en el manejo de proyectos productivos y la modernización de nuevos instrumentos financieros que integran un modelo de negocios enfocado a las necesidades de financiamiento de cada cliente, hacen de **FIRA la mejor alternativa de financiamiento para el sistema agroalimentario y la economía rural del país**

5.2.2 Gobierno del Estado de Michoacán.

Características generales de la Institución.

- Organismo Público Descentralizado, creado mediante decreto publicado el día 11 de Marzo 1976 en el Periódico Oficial del Estado.
- Con personalidad Jurídica y patrimonio propios.
- Aportación inicial de \$20 millones.

¿Qué es Fomich?

Es un Organismo financiero en la Entidad, ordenador de Fondos y Fideicomisos que promueve la acción coordinada de los agentes financieros y que impulsa una mayor participación de la Banca en el Financiamiento.

Misión

Ser una Institución Financiera integradora de Fondos y Fideicomisos que apoya proyectos productivos, mediante el financiamiento, la asesoría, la capacitación y la gestión ante la Banca.

Visión

Proporcionar financiamiento y servicios afines para apoyar proyectos productivos que, siendo viables y con rentabilidad económica y social, enfrentan limitaciones para acceder al crédito bancario.

VALORES:

- *Honestidad:* Conducta íntegra en el trabajo cotidiano y en el manejo transparente y confiable de recursos.
- *Profesionalismo:* Tener las aptitudes y actitudes para desempeñar eficaz y eficientemente las tareas cotidianas para brindar un servicios confiable y de calidad a nuestros clientes internos y externos.
- *Compromiso:* Disposición del personal para cumplir con responsabilidad, en tiempo y forma, con los requerimientos de los clientes internos y externos.
- *Trabajo en equipo:* Participación conjunta y coordinada del personal potenciando las capacidades individuales para contribuir a la eficacia del Sistema de Gestión de Calidad
- *Creatividad:* Capacidad del personal para desarrollar ideas innovadoras que permitan eficientar y mejorar nuestros procesos

FOMICH en el Plan Estatal de Desarrollo

El Gobernador Lázaro Cárdenas Batel en el Plan Estatal de Desarrollo Michoacán 2003-2008, Capítulo VI, apartado Programa Integral para el Financiamiento de Desarrollo, habla sobre la necesidad de instituir una Banca Estatal de Desarrollo que capte ahorro del público en general y de los

migrantes para impulsar proyectos y programas de financiamiento que atiendan las necesidades de diversos actores productivos organizados.

La Banca Estatal de Desarrollo contará con programas que propicien el autofinanciamiento, por lo que los mecanismos de operación de apoyo a la inversión deben ser claros y con viabilidad de recuperación en el corto o el mediano plazo.

El Gobierno del Estado ha estudiado la conveniencia de que una sola Institución realice las actividades relativas al otorgamiento, recuperación y control de los créditos que se operen a través de los programas de financiamiento de las diversas dependencias y entidades del gobierno Estatal. La institución que podría concentrar esas funciones de operación crediticia es el Fondo Mixto para el Fomento Industrial de Michoacán (Fomich).

Funciones

Promover la integración de Fondos privados y Organizaciones Empresariales.

Ampliar la cobertura en cada Municipio a través de la creación de Fideicomisos Municipales Impulsar la participación y desarrollo de intermediarios financieros y no bancarios.

Apoyar la generación de Empresas Sociales Potenciar los recursos disponibles aplicando esquemas de garantía complementario y financiamiento, procurando dispersar riesgos.

Objetivos

Lograr la satisfacción en por lo menos el 80 % de nuestros solicitantes de financiamiento con respecto al servicio proporcionado.

Entregar los financiamientos, en tiempo y forma, a por lo menos el 80 % de los micro, pequeños y medianos empresarios y productores que han cubierto los requisitos al 100% para su trámite.

Mantener un nivel máximo del 14 % de cartera vencida con relación a la cartera total.

Eficientar el proceso de cobranza de cartera crediticia mediante la utilización de servicios bancarios de recepción de pagos.

Productos y Servicios

Mediante los siguientes productos se busca potenciar los recursos a través de un efecto multiplicador, dispersando riesgos e induciendo la participación de intermediarios financieros:

- Garantía Complementaria a la Banca Múltiple en los créditos que ésta otorgue a proyectos con garantías insuficientes
- Crédito directo a proyectos que siendo viables, presentan limitaciones para acceder al mercado crediticio formal.

Objetivos a lograr mediante los Fideicomisos Públicos:

- Apoyar la micro y pequeña empresa del Estado de Michoacán que demanda créditos pequeños y no tiene acceso a la Banca.
- Capacitar y generar un historial crediticio que permita BANCARIZAR a los microempresarios.

- Potencializar los recursos otorgando garantías complementarias a la Banca incrementando la derrama crediticia en la Entidad.
- Reducir riesgos a través de la participación de diferentes entidades financieras.

FONDOS Y/O FIDEICOMISOS

FONDO Y/O FIDEICOMISO	TIPO DE FONDO	SECTOR QUE ATIENDE
FIMYPE	CRÉDITO Y GARANTÍA	INDUSTRIA, COMERCIO, SERVICIOS.
FIRDEMICH	CRÉDITO	INDUSTRIA, COMERCIO, SERVICIOS GARANTÍA Y CAPITAL ACC.
FOGAMICH	GARANTÍA	SECTOR AGROPECUARIO
FINANCIAMIENTO A ARTESANOS	CRÉDITO	SECTOR ARTESANAL
PROFAP	CREDITO Y GARANTÍA	INDUSTRIA, COMERCIO Y SERVICIOS
PRODEM	MICROCRÉDITO	INDUSTRIA, COMERCIO Y SERVICIOS
CON MUJER	MICROCREDITO	INDUSTRIA, COMERCIO Y SERVICIOS

Fideicomiso de Inversión y Administración para la Reactivación y Desarrollo Económico del Estado de Michoacán

Apoyo a los microempresarios con créditos directos

MONTO MÁXIMO DEL FINANCIAMIENTO: Hasta \$ 75,000.00.

TIPOS DE FINANCIAMIENTO:

HABILITACIÓN O AVÍO PARA:

A) Compra de materias primas o mercancías

B) Pago de mano de obra, máximo un mes

REFACCIONARIO PARA:

A) Compra de maquinaria y equipo.

B) Instalaciones físicas: compra, remodelación o construcción.

PLAZO Y GRACIA DEL FINANCIAMIENTO

A) Hasta dos años en avío y tres en refaccionario, según capacidad de pago.

B) Periodo de gracia hasta 3 meses en pagos de capital a empresas de nueva creación

LA TASA DE INTERÉS.

TIIE (Tasa interbancaria de equilibrio) promedio del mes anterior más cinco puntos.

LOS REQUISITOS.

1) Solicitud de financiamiento por escrito indicando monto y destino del financiamiento, dirigida al Ing. Tranquilino Nájera Ávila. Director General de FOMICH y Secretario Técnico del FIRDEMICH, debidamente firmado por el solicitante. (Formato proporcionado por FIRDEMICH).

- 2) Programa de inversiones a realizar con el financiamiento solicitado, incluyendo como anexo cotizaciones y/o presupuestos para la realización del proyecto (cuando proceda).
- 3) Identificación oficial, de preferencia credencial de elector en el caso de personas físicas; para personas morales, la identificación será la del representante legal, copia.
- 4) Cedula de identificación fiscal y CURP, copia. (en el caso de no contar con la cedula de identificación fiscal, se solicitara copia de la solicitud de inscripción en el R.F.C.)
- 5) Ultima declaración de impuestos, cuando proceda, copia.
- 6) Licencia municipal actual, cuando proceda, copia.
- 7) Registro patronal I.M.S.S. cuando proceda, copia.
- 8) Referencia por escrito de proveedor, comercial y bancaria, mínimo dos en originales.
- 9) Comprobante actual del domicilio particular y de la empresa, copias.
- 10) Contrato de arrendamiento vigente, en su caso, copia.
- 11) Carta de antecedentes y experiencia personal (mínimo 1 año) en las actividades que desarrolla o que realizará, original. (Formato proporcionado por FIRDEMICH)
- 12) Acta de nacimiento (personas físicas) o acta constitutiva y poderes de la empresa (personas morales), original de preferencia.
- 13) Acta de matrimonio en su caso, original de preferencia.
- 14) Certificado de arraigo (o carta de vecindad) en nuestro Estado, mínimo de un año, original, (lo otorgan las Cámaras a que pertenezca o la autoridad del lugar: jefe de manzana, encargado del orden, ayuntamiento).

1. Garantías para tramitar financiamiento: Hipotecaria, adjuntar copia de las escrituras. Posteriormente deberá entregar certificado original de libertad de gravamen a 20 años, (nosotros le indicaremos cuándo presentarlo).

1.2. Carta de estimación de valor de la garantía y

1.3. Último pago de predial.

2. Prendaria: maquinaria y/o equipo, anexar copias de las facturas respectivas. La cobertura será de 2 a1. En caso de que la garantía sea equipo de transporte se deberá entregar póliza de seguro, endosada a favor de FIRDEMICH, una vez aprobado el financiamiento.

15) En caso de otorgar aval o garante hipotecario, éste deberá presentar los requisitos señalados en los puntos 3, 9, 12 y 13.

IMPORTANTE: Todo financiamiento deberá comprobarse con documentos que reúnan requerimientos fiscales. No se aceptan expedientes incompletos, ya que tu trámite inicia cuando cumples con todos los requisitos.

NOTA: a criterio del Firdemich se podrán solicitar otros documentos que se estimen necesarios.

**CREDIACTIVO BANORTE BAJO EL ESQUEMA DE COPARTICIPACIÓN
CON FIRDEMICH**

MERCADO OBJETIVO:

Exclusivamente personas físicas con actividad empresarial, así como la micro,

pequeña y mediana empresa, dadas de alta en hacienda y pertenecientes a los sectores industrial, comercial y de servicios, que se encuentren ubicadas en el estado de Michoacán.

SUJETOS DE CRÉDITO:

Son sujetos de crédito las personas que reúnan además las siguientes características:

No presentar quiebra técnica.

No ser acreditados del Fobaproa.

No estar dedicados a la actividad de caza, pesca, agropecuaria y construcción de vivienda. (Agroindustrias si).

MONTO:

DE \$ 100,000.00 HASTA \$ 2'000,000.00

TIPOS Y PLAZOS DE CRÉDITO:

HABILITACIÓN O AVÍO

Línea en cuenta corriente con garantía hipotecaria de 2 a 1 Hasta 3 años con vencimientos de 30 a 90 días, anualmente se solicitarán actualizaciones de estados financieros.

Crédito simple con garantía hipotecaria de 2 a . Hasta 5 años, pudiéndose contratar a tasa fija.

Nota: todos los créditos deberán comprobarse con documentos que cumplan con requisitos fiscales.

CRITERIOS:

- Edad Mínima del solicitante persona física con actividad empresarial o principal accionista de la empresa 26 años y máxima de 65.
- Antigüedad mínima de 2 años como empresario y en la actividad que desempeña.
- Mínimo de un año de residencia en la plaza por parte del empresario o de la persona física.
- Edad de la empresa no menor a 2 años, la que debe comprobarse con el alta de Hacienda.
- El sector económico al que pertenece no debe encontrarse en situación de crisis.
- La dependencia de un cliente debe ser menor a un 20%.
- Ausencia de embargos (solicitante y/o aval), salvo que estén plenamente justificados y/o cancelados.

REQUISITOS PARA EL OTORGAMIENTO:

El solicitante, así como el aval en su caso, no deben presentar antecedentes negativos con Banorte, si ya son clientes.

Todos los solicitantes de crédito y avales, en su caso no deben reportar antecedentes negativos en el Buró de Crédito.

DOCUMENTACIÓN REQUERIDA:

- 1) Petición por escrito dirigida al, Director General de Fomich y Secretario Técnico del Firdemich, en la cual se debe mencionar monto requerido, destino del crédito, valor aproximado de la garantía hipotecaria ofrecida, número de personas que trabajan actualmente en su empresa y cuantas contratará con motivo del crédito.
- 2) Solicitud debidamente requisitada (formato del banco).
- 3) En caso de créditos a mediano y largo plazo, proyecciones financieras con sus bases de cálculo correspondientes.
- 4) Programa de inversión firmado, en los casos de créditos a mediano y largo plazo (2 años en adelante).
- 5) Referencias bancarias y comerciales (3 de cada una).
- 6) Copia del Registro Federal de contribuyentes en el caso de personas morales, o copia del alta en la SHCP para personas físicas.
- 7) Copia de escritura constitutiva, en su caso del solicitante y/o avalista con sus respectivos datos de registro, así como copia de las escrituras de poderes (a favor de las personas que suscriban los títulos de crédito, contratos y/o que otorguen avales) y reformas vigentes.

8) Para personas físicas (solicitante y avalista), copia de identificación oficial con fotografía y copia del acta de matrimonio, de divorcio o de modificación al régimen conyugal, cuando proceda.

9) Estados financieros firmados al cierre de los ejercicios (2002 y 2003) y recientes, con antigüedad no mayor de 3 meses con sus respectivas relaciones analíticas firmadas, debiéndose incluir, si procede, datos de registro de inmuebles.

10) En su caso, estados financieros firmados recientes de la persona que funja como aval, con antigüedad no mayor a 2 meses, con relaciones analíticas firmadas, incluyendo datos de registro de propiedades cuando proceda.

11) Copia de la última declaración del I.S.R. o IVA.

12) Copia de estados de cuenta de cheques de los últimos 3 meses de los bancos con que opere diferentes a Banorte.

13) Autorización del solicitante y aval para ser investigado en el Buró de Crédito (formato del banco). Anexar alta de hacienda y la cédula de identificación fiscal del (los) sujeto(s) a investigar.

Gastos: 2% por apertura de línea sobre el monto solicitado, 3% al millar sobre el valor del avalúo, pago al Notario Público por ratificación de firmas e inscripción del contrato en el Registro Público de la Propiedad, así como la obtención del certificado de libertad de gravamen.

Para información adicional o iniciar cualquier trámite, favor de llamar a los teléfonos que aparecen en la parte inferior del presente, también puede contactarnos a través de correo electrónico.

CONTACTA A FIRDEMICH

En Av. Lázaro Cardenas No. 866

Col. Ventura Puente

Morelia, Michoacán.

Teléfono: (443) 3-17-32-26 al 29

Email: firdemich@michoacan.gob.mx

5.2.3 Secretaría de economía.

FONDO PYME CATEGORÍA II ARTICULACIÓN PRODUCTIVA

El objetivo del Fondo PYME es promover el desarrollo económico nacional a través del otorgamiento de apoyos económicos de carácter temporal a proyectos que fomenten la creación, desarrollo, consolidación, viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES).

La categoría II Articulación Productiva apoya las siguientes actividades:

- Proyectos Productivos Industriales, comerciales o de servicios.
- Creación y Fortalecimiento de Centros de Articulación Productiva (CAP's)
- Infraestructura Productiva.
- Actividades de MIPYMES de servicios ambientales.
- Desarrollo de conocimientos, habilidades o destrezas

- Elaboración de metodologías, contenidos y materiales
- Formación de instructores y consultores especialistas en promoción e

Integración.

- Elaboración de estudios de mercado, factibilidad técnica y económica y planes de negocios de proyectos de inversión productiva y de sectores

Productivos.

- Promoción y realización de eventos empresariales y de negocios
- Fortalecimiento y desarrollo de: Organismos intermedios y gobiernos locales
- Desarrollo e implementación de sistemas de apertura rápida de empresas.

Para mayor información puede consultar la página en Internet del Fondo PYME: www.fondopyme.gob.mx y/o acudir a las Delegaciones y Subdelegaciones de la Secretaría de Economía más cercana a su localidad; para obtener el directorio marque nuevamente este teléfono y seleccione la Opción 6 ó puede enviar un correo a primercontacto@economia.gob.mx.

FONDO PYME CATEGORÍA IV ACCESO AL FINANCIAMIENTO

El objetivo del Fondo PYME es promover el desarrollo económico nacional, a través del otorgamiento de apoyos económicos de carácter temporal a proyectos que fomenten la creación, desarrollo, consolidación, viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES).

La categoría IV Acceso al Financiamiento apoya las siguientes actividades:

- Extensionistas Financieros.
 - Fondos de Garantía.
 - Intermediarios Financieros no Bancarios.
 - Proyectos de empresas en proceso de formación y a proyectos productivos
 - Constitución de reservas de recursos para asegurar la opción de compra, a valor nominal con descuento, de las acciones comunes.
 - Desarrollo de conocimientos, habilidades o destrezas, o la recepción de servicios profesionales o técnicos.
- Elaboración de metodologías, contenidos y materiales.
 - Formación de instructores y consultores en capital semilla y capital de riesgo.
 - Elaboración de estudios y proyectos orientados a detonar la inversión pública y /o privada.

Para mayor información puede consultar la página en Internet del Fondo

PYME: www.fondopyme.gob.mx y/o acudir a las Delegaciones y

Subdelegaciones de la Secretaría de Economía más cercana a su localidad;

para obtener el directorio marque nuevamente este teléfono y seleccione la

opción 6 ó puede enviar un correo a primercontacto@economia.gob.mx.

5.3. BASES DE LAS PROYECCIONES.

En la elaboración de las proyecciones, se tomaron como bases; en primer lugar a **la inflación**, ya que es un fenómeno que resulta importante considerar dentro de nuestra economía mexicana, debido a que consiste en el aumento sostenido y generalizado del nivel de precios de bienes y servicios, o bien, puede definirse como la caída en el valor de mercado o del poder adquisitivo de una moneda en una economía en particular, los que se diferencian de la devaluación, dado que esta última se refiere a la caída en el valor de la moneda de un país en relación a otra moneda cotizada en los mercados internacionales, como son; el dólar americano, el euro, el yen, etc.

El **Índice de Inflación** supone que existe un aumento sostenido (ya que se incrementa a medida que pasa el tiempo) del precio de los bienes en general. Para poder medir ese aumento, se crean diferentes índices que miden el crecimiento medio porcentual de una *canasta de bienes* ponderada en función de lo que se quiera medir.

El índice más utilizado para medir la inflación es el "índice de precios al consumidor" o IPC, el cual indica porcentualmente la variación en el precio promedio de los bienes y servicios que adquiere un consumidor típico en dos periodos de tiempo, usando como referencia lo que se denomina en algunos países la *cesta básica*.

Existen otros índices como son el "índice de precios al mayorista" (IPM) y el "índice de precios al productor", los cuales difieren del IPC en que no incluyen gravámenes e impuestos, ni la ganancia obtenida por mayoristas y productores. Estos índices son utilizados para hacer mediciones específicas en el comportamiento de la economía de un país, pero no utilizados como índices oficiales de inflación.

También existen índices para otros sectores de la economía, como el índice de precios de los bienes de inversión, que también son muy útiles en sus respectivos campos.

5.4. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.

Cada ente económico, político y social, requiere de necesidades como son los estados financieros, los cuales son necesarios para analizar el camino a seguir, si requiere recursos, si los que existen se están aplicando correctamente, si es necesario realizar inversión, o si éste proyecta rendimientos para los integrantes de la organización.

Es por ello, que los estados financieros, que más se utilizan en un proyecto de inversión, son; ESTADO DE RESULTADOS, ESTADO DE POSICIÓN FINANCIERA, ESTADO DE VARIACIONES EN EL CAPITAL CONTABLE, ESTADO DE CAMBIOS EN LA SITUACIÓN FINANCIERA, Y FLUJO DE EFECTIVO, los cuales se proyectarán a un periodo de tiempo y de

acuerdo con las bases establecidas, para así comprobar la rentabilidad de la empresa.

5.5. Evaluación del proyecto

El análisis de los proyectos constituye la técnica matemático-financiera y analítica, a través de la cual se determinan los beneficios o pérdidas en los que se puede incurrir al pretender realizar una inversión o algún otro movimiento, en donde uno de sus objetivos es obtener resultados que apoyen la toma de decisiones referente a actividades de inversión.

Asimismo, al analizar los proyectos de inversión se determinan los costos de oportunidad en que se incurre al invertir al momento para obtener beneficios al instante, mientras se sacrifican las posibilidades de beneficios futuros, o si es posible privar el beneficio actual para trasladarlo al futuro, al tener como base específica a las inversiones.

Una de las evaluaciones que deben de realizarse para apoyar la toma de decisiones en lo que respecta a la inversión de un proyecto, es la que se refiere a la evaluación financiera, que se apoya en el cálculo de los aspectos financieros del proyecto.

El análisis financiero se emplea también para comparar dos o más proyectos y para determinar la viabilidad de la inversión de un solo proyecto.

Sus fines son, entre otros:

- Establecer razones e índices financieros derivados del balance general.
- Identificar la repercusión financiera por el empleo de los recursos monetarios en el proyecto seleccionado.
- Calcular las utilidades, pérdidas o ambas, que se estiman obtener en el futuro, a valores actualizados.
- Determinar la tasa de rentabilidad financiera que ha de generar el proyecto, a partir del cálculo e igualación de los ingresos con los egresos, a valores actualizados.
- Establecer una serie de igualdades numéricas que den resultados positivos o negativos respecto a la inversión de que se trate.

5.5.1 Tipos de evaluación del proyecto.

5.5.1.1 TIR

Método de la Tasa Interna de Retorno (TIR)

Este método consiste en encontrar una tasa de interés, en la cual se cumplan las condiciones buscadas en el momento de iniciar o aceptar un proyecto de inversión. Tiene como ventaja frente a otras metodologías como la

del Valor Presente Neto (VPN) o el Valor Presente Neto Incremental (VPNI) por que en este se elimina el cálculo de la Tasa de Interés de Oportunidad (TIO), esto le da una característica favorable en su utilización por parte de los administradores financieros.

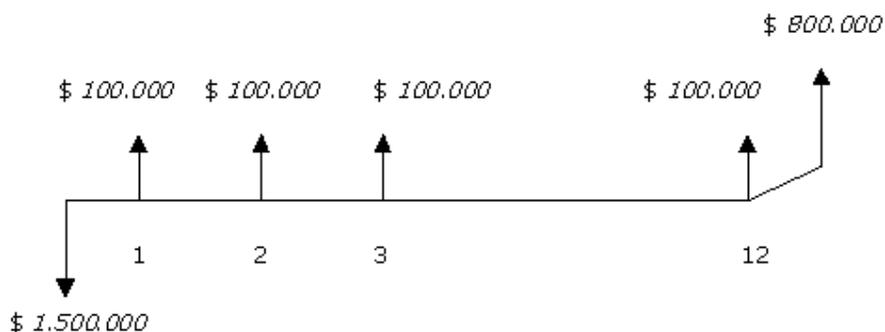
La Tasa Interna de Retorno, es aquella tasa que está ganando un interés sobre el saldo no recuperado de la inversión en cualquier momento de la duración del proyecto.

En la medida de las condiciones y alcance del proyecto, estos deben evaluarse de acuerdo a sus características, con unos sencillos ejemplos se expondrán sus fundamentos. Esta es una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones financiera dentro de las organizaciones.

EJEMPLO: Un terreno con una serie de recursos arbóreos produce por su explotación \$100.000 mensuales, al final de cada mes durante un año; al final de este tiempo, el terreno podrá ser vendido en \$800.000. Si el precio de compra es de \$1.500.000, hallar la Tasa Interna de Retorno (TIR).

SOLUCIÓN

1. Primero se dibuja la línea de tiempo.



2. Luego se plantea una ecuación de valor en el punto cero.

$$-1.500.000 + 100.000 a_{12|i} + 800.000 (1 + i)^{-1} = 0$$

La forma más sencilla de resolver este tipo de ecuación es escoger dos valores para i no muy lejanos, de forma tal que, al hacer los cálculos con uno de ellos, el valor de la función sea positivo y con el otro sea negativo. Este método es conocido como interpolación.

3. Se resuelve la ecuación con tasas diferentes que la acerquen a cero.

A. Se toma al azar una tasa de interés $i = 3\%$ y se reemplaza en la ecuación de valor.

$$-1.500.000 + 100.000 a_{12|3\%} + 800.000 (1 + 0.03)^{-1} = 56.504$$

B. Ahora se toma una tasa de interés más alta para buscar un valor negativo y aproximarse al valor cero. En este caso tomemos $i = 4\%$ y se reemplaza con en la ecuación de valor

$$-1.500.000 + 100.000 a_{12|4\%} + 800.000 (1 + 0.04)^{-1} = -61.815$$

4. Ahora se sabe que el valor de la tasa de interés se encuentra entre los rangos del 3% y el 4%, se realiza entonces la interpolación matemática para hallar el valor que se busca.

A. Si el 3% produce un valor del \$56.504 y el 4% uno de - 61.815 la tasa de interés para cero se hallaría así:

$$\left[\begin{array}{l} 3 \text{ ---- } 56.504 \\ / \text{ ---- } 0 \\ 4 \text{ ---- } -61.815 \end{array} \right]$$

B. Se utiliza la proporción entre diferencias que se correspondan:

$$3 - 4 = 56.504 - (- 61.815)$$

$$3 - i \quad 56.504 - 0$$

C. se despeja y calcula el valor para la tasa de interés, que en este caso sería $i = 3.464\%$, que representaría la tasa efectiva mensual de retorno.

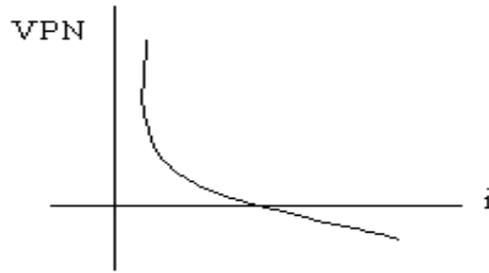
La TIR con reinversión es diferente en su concepción con referencia a la TIR de proyectos individuales, ya que mientras avanza el proyecto los desembolsos quedan reinvertidos a la tasa TIO.

5.5.1.2 VPN

Método del Valor Presente Neto (VPN)

El método del Valor Presente Neto es muy utilizado por dos razones, la primera porque es de muy fácil aplicación y la segunda porque todos los ingresos y egresos futuros se transforman a pesos de hoy y así puede verse, fácilmente, si los ingresos son mayores que los egresos. Cuando el VPN es menor que cero implica que hay una pérdida a una cierta tasa de interés o por el contrario si el VPN es mayor que cero se presenta una ganancia. Cuando el VPN es igual a cero se dice que el proyecto es indiferente. La condición indispensable para comparar alternativas es que siempre se tome en la comparación igual número de años, pero si el tiempo de cada uno es diferente, se debe tomar como base el mínimo común múltiplo de los años de cada alternativa.

En la aceptación o rechazo de un proyecto depende directamente de la tasa de interés que se utilice. Por lo general el VPN disminuye a medida que aumenta la tasa de interés, de acuerdo con la siguiente gráfica:



En consecuencia para el mismo proyecto puede presentarse que a una cierta tasa de interés, el VPN puede variar significativamente, hasta el punto de llegar a rechazarlo o aceptarlo según sea el caso.

Al evaluar proyectos con la metodología del VPN se recomienda que se calcule con una tasa de interés superior a la Tasa de Interés de Oportunidad (TIO), con el fin de tener un margen de seguridad para cubrir ciertos riesgos, tales como liquidez, efectos inflacionarios o desviaciones que no se tengan previstas.

5.5.1.3 PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión).

Se define como el tiempo necesario para que los beneficios netos del proyecto, amorticen el capital invertido, o sea, se utiliza para conocer en cuanto tiempo una inversión genera recursos suficientes para igualar el monto de dicha inversión, y su formula es la siguiente:

$$PRI = N - 1 + \left(\frac{(FA)_{n-1}}{(F)_n} \right)$$

En donde;

PRI= Periodo de Recuperación de la Inversión.

(FA)_{n-1}= Flujo de efectivo acumulado en el año previo a “n”.

N = Año en que el flujo acumulado cambia de signo.

$(F)_n$ = Flujo neto de efectivo en el año “n”.

Ventajas:

- a) Los resultados obtenidos son fáciles de interpretar.
- b) Indica un criterio adicional para seleccionar, entre varias alternativas que presentan iguales perspectivas de rentabilidad y riesgo.
- c) Es de gran utilidad cuando el factor más importante de un proyecto, es el tiempo de recuperación.

Desventajas:

- a) Cuando el tiempo de recuperación deseado es corto, se rechazan proyectos que podrían considerarse aceptables en otras condiciones.
- b) No considera la magnitud de los flujos de efectivo que ocurren después de la amortización.
- c) Considera el valor del dinero en el tiempo.
- d) Hace caso omiso de la rentabilidad de un proyecto de inversión.

5.5.1.5 CAPM

El “Capital Asset Pricing Model” (CAPM), es el modelo más utilizado en todo el mundo, para estimar el costo de capital, o dicho de otra forma, la rentabilidad que deben obtener los accionistas de una empresa por invertir su dinero en ella. Sin embargo, el CAPM ha sido puesto en tela de juicio muchas veces, y especialmente, la evidencia empírica muestra que no funciona adecuadamente para estimar el costo de capital en los mercados emergentes. Estrada (2000, 2001), ha trabajado con un modelo alternativo de costo de capital, el “Downside

Capital Asset Pricing Model” (D-CAPM), encontrando que funciona mucho mejor que el CAPM en los mercados emergentes¹.

Es por lo anterior que aplicamos este modelo a 46 de las principales empresas de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), e incluso al IPyC (índice de la BMV) y los resultados son claramente más acordes con la realidad que los obtenidos con el CAPM tradicional.

A continuación repasaremos los supuestos bajo los que el CAPM fue desarrollado, así como sus limitaciones, para posteriormente introducir el D-CAPM y finalmente presentaremos los resultados obtenidos, bajo ambos modelos.

EI CAPM

Algunos supuestos del modelo:

a) Asume que los inversionistas están bien diversificados, y por lo tanto, únicamente es relevante el riesgo sistemático². El riesgo específico de cada título o riesgo no sistemático, se elimina con la diversificación y por lo tanto no es relevante, por ejemplo: si una empresa armadora de coches entra en huelga, su demanda será absorbida por la competencia y si se tienen acciones de ambas, los malos resultados de una, se compensan por los buenos resultados de la otra.

b) Asume que los rendimientos³ de las acciones tienen una distribución normal, lo que entre otras cosas, significa que dichos rendimientos son simétricos respecto a su media. Cosa que como veremos más adelante no ocurre, especialmente en los mercados emergentes. También se ha visto, que obtener

rentabilidades considerablemente superiores o inferiores a la media, es mucho más frecuente de lo que debería darse bajo una verdadera distribución normal.

1 La beta del CAPM tradicional explica el 36% de las variaciones en la rentabilidad de los mercados emergentes, mientras que la beta del D-CAPM explica el 55%.

2 Nos referimos a aquel riesgo que afecta a todas las acciones del mercado, en mayor o menor grado, pero a todas. Ejemplos de riesgo sistemático son: devaluaciones, recesiones, aumentos en las tasas de interés, etc.

3 Técnicamente nos referimos a los rendimientos logarítmicos.

c) Asume que los movimientos específicos de un título afectan poco al total del mercado, cosa que no sucede en mercados tan concentrados como el mexicano.

Fórmula del modelo:

La fórmula del CAPM es:

$$K_i = TLR_a + \hat{\alpha}(RM - TLR_h)$$

Donde:

- K_i : Es la rentabilidad exigida a la acción i .
- RM : Es la rentabilidad promedio histórica del mercado.
- TLR_a : Es la tasa libre de riesgo actual. Se considera como TLR a la deuda del gobierno.
- TLR_h : Es el promedio histórico de la tasa libre de riesgo.

$\hat{\alpha}$: La Beta ($\hat{\alpha}$), es un factor que mide la sensibilidad entre la rentabilidad de la acción y la del mercado, es decir, indica cuanto rinde la acción por cada punto que rinde el mercado.

En palabras, lo que la fórmula dice es lo siguiente:

La rentabilidad mínima que un inversionista debe obtener por invertir su dinero en la acción (i), es lo que está pagando la deuda del gobierno (TLRa), más un premio por el riesgo que se corre ($\hat{\alpha}$ (RM – TLRh)). Y ese premio, está principalmente en función de la beta ($\hat{\alpha}$), que nos indica la sensibilidad de la acción (i), respecto al total del mercado.

Por ejemplo: si es muy poco sensible, normalmente la $\hat{\alpha}$ será inferior a uno y si es muy sensible la beta será alrededor de dos.

El cálculo de la beta ($\hat{\alpha}$) se puede realizar de dos formas, con las que en teoría se deben de obtener los mismos resultados. Y dichos métodos son los siguientes:

a.- Se corre una regresión entre la rentabilidad del mercado y la de la acción.

Siendo la beta⁴ la pendiente de dicha regresión.

b.- O se puede estimar con la siguiente fórmula:

⁴ En estricto sentido, la regresión se debería de correr restándole, en cada observación, la tasa libre de riesgo, tanto a la rentabilidad observada de la acción como a la del mercado. Sin embargo, lo anterior complica un poco el cálculo y el resultado es prácticamente el mismo al que se obtiene sin tomar en cuenta la tasa libre de riesgo.³

$$\hat{\alpha} = \text{COV}(i,M) / \text{VAR}(M)$$

Donde:

$COV(i,M)$: La covarianza entre la rentabilidad de la acción (i) y la del mercado (M).

$VAR(M)$: Es la varianza del mercado (M).

EL D-CAPM

Algunos supuestos del modelo y comparaciones respecto al CAPM

En finanzas se suele definir riesgo como la variabilidad en los rendimientos (tanto positivos como negativos) de un título y se mide con la desviación estándar o con la varianza. No obstante, a los inversionistas les preocupa únicamente la parte negativa del riesgo, es decir, las rentabilidades por debajo del promedio. Las que están por encima, lejos de molestar, son deseadas. Sin embargo, si la distribución de rentabilidades es normal, no hay ningún problema al medir el riesgo con la desviación estándar o con la varianza, porque la distribución es simétrica, y estos parámetros, nos indicarán que tan probable es el observar tanto rentabilidades superiores como inferiores a la media.

Pero si la distribución no es simétrica, como ocurre especialmente en los mercados emergentes, la desviación estándar y la varianza, dejan de ser útiles como indicadores de riesgo, ya que la probabilidad de obtener un rendimiento X% por encima de la media, es diferente a la probabilidad de obtenerlo por debajo de ella.

Por lo comentado en el párrafo anterior, el D-CAPM es un modelo que se centra únicamente en el riesgo no deseado, es decir, las rentabilidades inferiores a las de la media.

Los supuestos bajo los cuales el D-CAPM se desarrolla, son muy similares a los del CAPM tradicional, sin embargo no requiere simetría en la distribución de rendimientos, lo cual es una gran ventaja.

Al aplicar el CAPM tradicional a los países emergentes, se suelen obtener costos de capital bastante bajos y poco intuitivos respecto al riesgo que representa el invertir en ellos. En un principio, se pensó que esto se debe a que los mercados emergentes presentan una baja correlación respecto a las principales bolsas del mundo, es decir, están bastante aislados.

Lo cual representaría una excelente oportunidad para diversificarse, y esto explicaría la obtención de costos de capital con valores tan bajos.

Sin embargo, ahora se ha visto que dicho “aislamiento”, es muy relativo, porque si bien es cierto que en condiciones normales, la correlación entre los países desarrollados y los emergentes es baja, cuando las bolsas de los países desarrollados caen, arrastran a todas las bolsas del mundo y por lo tanto, la correlación a la baja es enorme. El D-CAPM soluciona el problema anterior, pues repetimos que se centra únicamente en el riesgo a la baja, y los valores que se obtienen son más acordes con lo que un inversionista espera por invertir su dinero en un país emergente.

5.6 Análisis de sensibilidad.

La sensibilidad de una propuesta individual debe hacerse con respecto al parámetro más cierto. Por ejemplo., es posible que en la evaluación de una propuesta se tenga mucha incertidumbre con respecto al precio unitario de

venta de los productos o servicios que se pretenden comercializar. En estos casos, es muy conveniente determinar qué tan sensible es la TIR o el VPN a cambios en las estimaciones del precio unitario de venta, a partir del cual la propuesta sería económicamente atractiva.

El análisis de sensibilidad también puede ser utilizado para determinar la vulnerabilidad de un proyecto a cambio en el nivel de demanda.

En todo proyecto se trabaja con algunos factores sobre los que se tiene poder de decisión (variables controlables), y otros sobre los que solo se pueden realizar estimaciones (variables no controlables).

Algunas de las variables controlables incorporadas al plan son:

1. Precio
2. Producto
3. Logística
4. Promoción

Y las principales variables no controlables en un proyecto son:

1. Competencia
2. Consumidores
3. Entorno económico, político, legal, etc.

El flujo de fondos refleja, en consecuencia, una cantidad de supuestos sobre el comportamiento de las variables. ***El análisis de sensibilidad es una técnica que permite evaluar el impacto de las modificaciones de los valores de las variables más importantes sobre los beneficios y, consecuentemente, sobre la tasa de retorno.***

Los resultados de este tipo de análisis suelen incluirse en el Plan de Negocios, ya que, saber cuáles son las variables más sensibles, es decir, las que más afectan los resultados del proyecto en caso de modificarse, es útil para tomar decisiones.

Es importante señalar que la sensibilidad de un proyecto debe hacerse con respecto al parámetro más incierto, es decir, se determina la sensibilidad de la TIR o el VPN del proyecto a cambio en el nivel de demanda. Cambios simultáneos en varios de los parámetros no es posible realizar por la dificultad de visualizar gráficamente los resultados obtenidos. Además cuando en una propuesta de inversión la mayoría de sus parámetros son inciertos, la técnica de análisis de sensibilidad no se recomienda utilizar. Para estos casos un análisis de riesgo, o simulación estocástica sería lo más aconsejable.

CAPÍTULO 6

PROYECTO DE INVERSIÓN DE LA EMPRESA INTEGRADORA.

A continuación se presenta la estructura de una empresa integradora de pequeños y medianos productores de aguacate, en la cual se encuentran los objetivos generales y específicos que persigue, así como los estados financieros proyectados.

6.1 Metodología de la investigación.

El análisis y evaluación del presente proyecto permitirán determinar la factibilidad para la creación de una empresa integradora de pequeños y medianos productores de aguacate en Michoacán. Dicho análisis, se realizará considerando el enfoque de mercado del negocio, la organización administrativa y jurídica que tendrá, y el entorno económico del mismo.

En primer plano se ha establecido un marco teórico de referencia, para efectos de identificar el entorno social y económico en el que se desarrollará la organización, así como para establecer los conceptos básicos implicados en la realización y evaluación del proyecto.

6.1.1 Objetivo

OBJETIVO GENERAL:

Proporcionar a los pequeños y medianos productores de aguacate la mejor alternativa para colocar el producto en el mercado mediante la creación de una empresa integradora.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Conocer y analizar la problemática de venta.
- ✓ Proporcionar la mejor alternativa en el mercado.
- ✓ Equilibrar los recursos económicos de lo productores.
- ✓ Aplicar en tres años las investigaciones realizadas.

6.1.2 Hipótesis

Mediante la creación de una Empresa Integradora de Productores de aguacate, se disminuirán los costos de los insumos agrícolas para los productores.

6.1.3 Técnicas de investigación.

Las técnicas de investigación son herramientas básicas para el desarrollo de proyectos de inversión, a continuación se realiza una descripción breve de las técnicas empleadas para la elaboración del presente proyecto:

Para el desarrollo del marco teórico de referencia que permite definir el entorno y las condiciones sobre las cuales operará la empresa, fue utilizada la investigación bibliográfica o documental, ya que se requirió de la consulta de leyes, reglamentos, estadísticas gubernamentales, Internet, revistas y otras fuentes de información que permiten tomar decisiones sobre bases consistentes.

De igual manera, se empleó las **de investigación de campo**, en donde se tuvo que hacer un recorrido por algunos de los huertos de aguacate de los productores, debido a que consideraron importante, para conocer el grado de necesidad que tienen los productores.

Otras técnicas utilizadas fueron **la observación**, ésta se llevó a cabo simultáneamente con la de investigación de campo, sin embargo, una de las que se considera más importante para la elaboración de éste trabajo fue la de **grupos de trabajo**, en donde se reunieron todos los posibles integrantes de la organización, para lo cual, fue necesario el llegar a un acuerdo mayoritario, el cual se formalizó con la firma de todos, y llevando a cabo la estructura organizacional de la misma.

6.2. Resolución de la Asamblea General de Socios de la Asociación de productores de aguacate denominada IPAZAM S.A. DE C.V. quienes constituyen la formación de la empresa integradora.

Con fecha 30 de mayo de 2006, se llevó a cabo una asamblea general de socios de la asociación de productores de aguacate, en la ciudad de Uruapan, Michoacán, la cual se realizó con la finalidad de retomar y concluir algunos puntos pendientes en cuanto a la constitución de una empresa integradora de pequeños y medianos productores de aguacate.

El consenso, fue resuelto con los siguientes puntos:

La empresa estará conformada por un grupo de personas físicas, las cuales pertenecen a una comunidad de carácter ejidal, en la cual, la mayoría de ellos, se encuentran interesadas por la formación de esta empresa, la cual busca mejorar la calidad de vida de las personas, en cuanto al fortalecimiento de su economía a través de la disminución de sus costos en los insumos agrícolas y otros gastos necesarios para su desarrollo.

Se llevará a cabo, la apertura de una empresa de nueva creación, la cual consistirá en el agrupamiento de 27 personas físicas, dedicadas exclusivamente a la producción y venta de aguacate en el mercado nacional, la finalidad de este proyecto es proveer de los insumos necesarios a cada uno de los productores, así como de facilitar la venta de sus productos al mejor precio y con ello mejorar la calidad de vida de los integrantes.

Entre los principales problemas a resolver se encuentran; la dificultad para obtener créditos para la compra y aplicación de los insumos necesarios para

obtener un producto de mejor calidad, la adquisición de los insumos a precios accesibles con la finalidad de disminuir costos y elevar el margen de utilidad, colocar el producto en el mercado al mejor precio posible, facilitar la negociación para los integrantes a través de la empresa integradora.

Con ésta resolución, justifico el estudio de mercado, debido a que no fue necesario el llevar a cabo una entrevista a los posibles integrantes, ya que fueron ellos, los que manifestaron su interés de asociarse, para de esa forma unir sus recursos y esfuerzos para obtener resultados competentes.

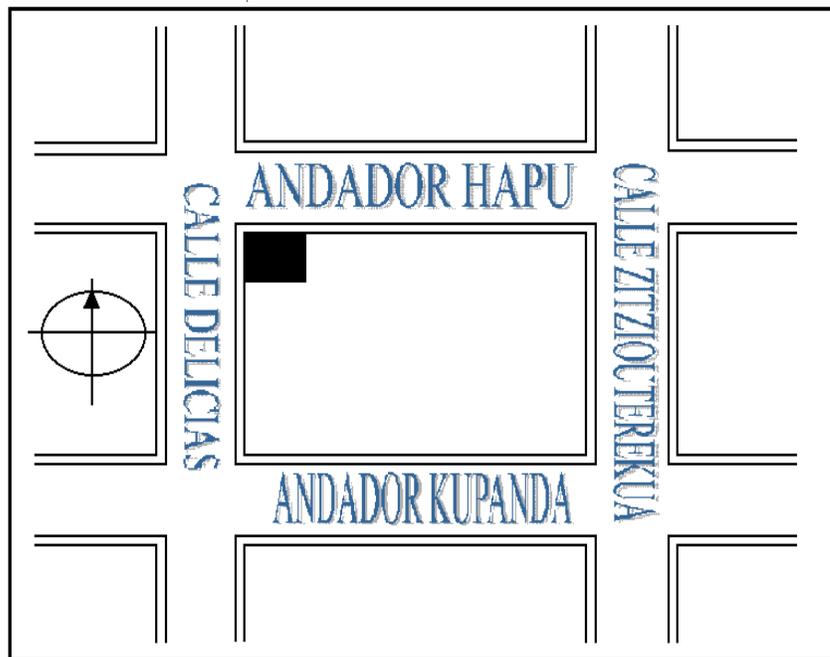
6.3 ESTUDIO TÉCNICO DE LA EMPRESA

6.3.1. Localización e instalaciones físicas

Localización e instalaciones físicas.

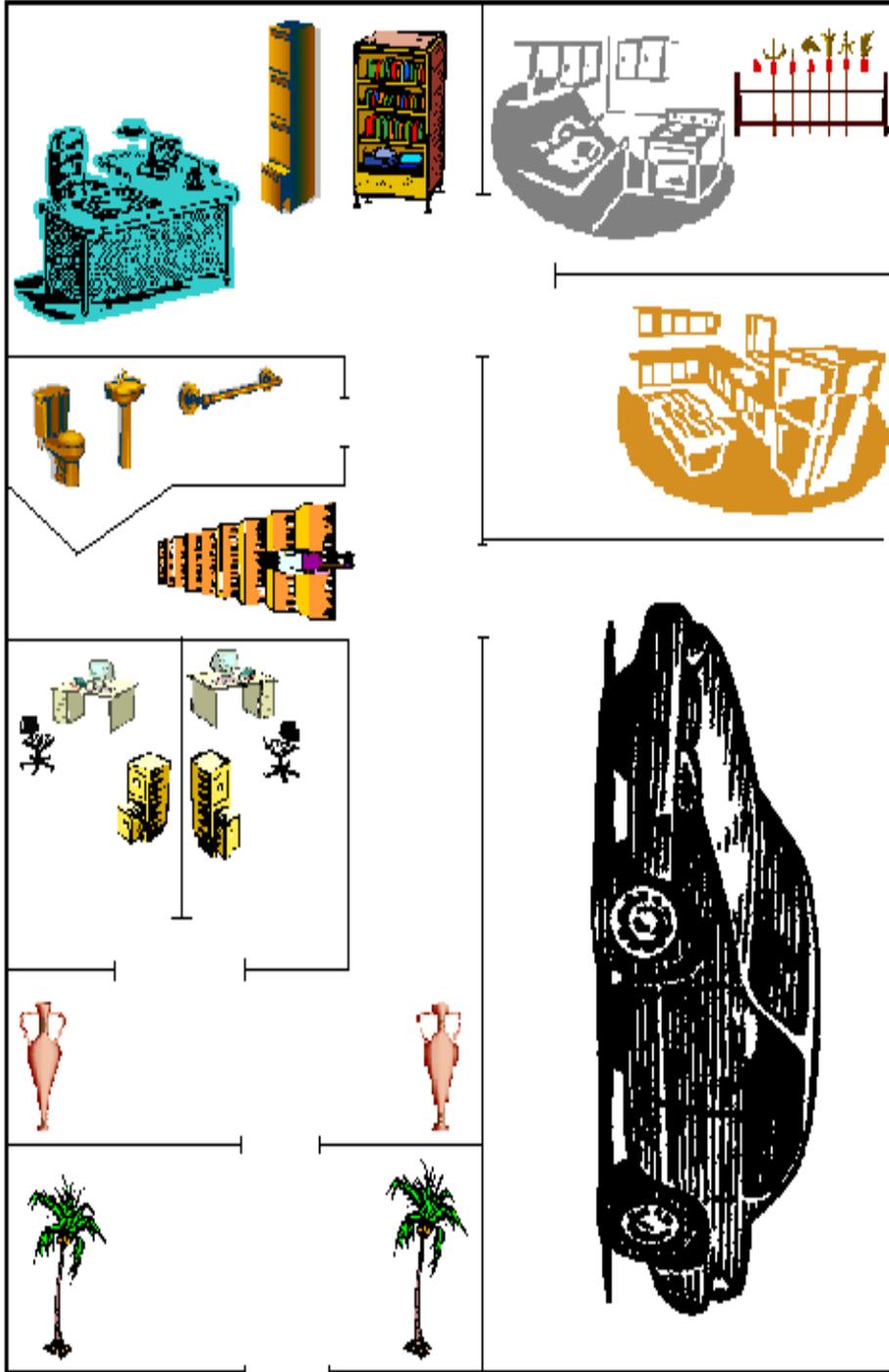
La localización de las instalaciones en donde se desarrollará el proyecto será en; Calle Delicias No. 376, Col. La Tamacua, Entre las calles de And. Hapu y And Kupanda, C.P. 60090, Uruapan, Michoacán.

Croquis

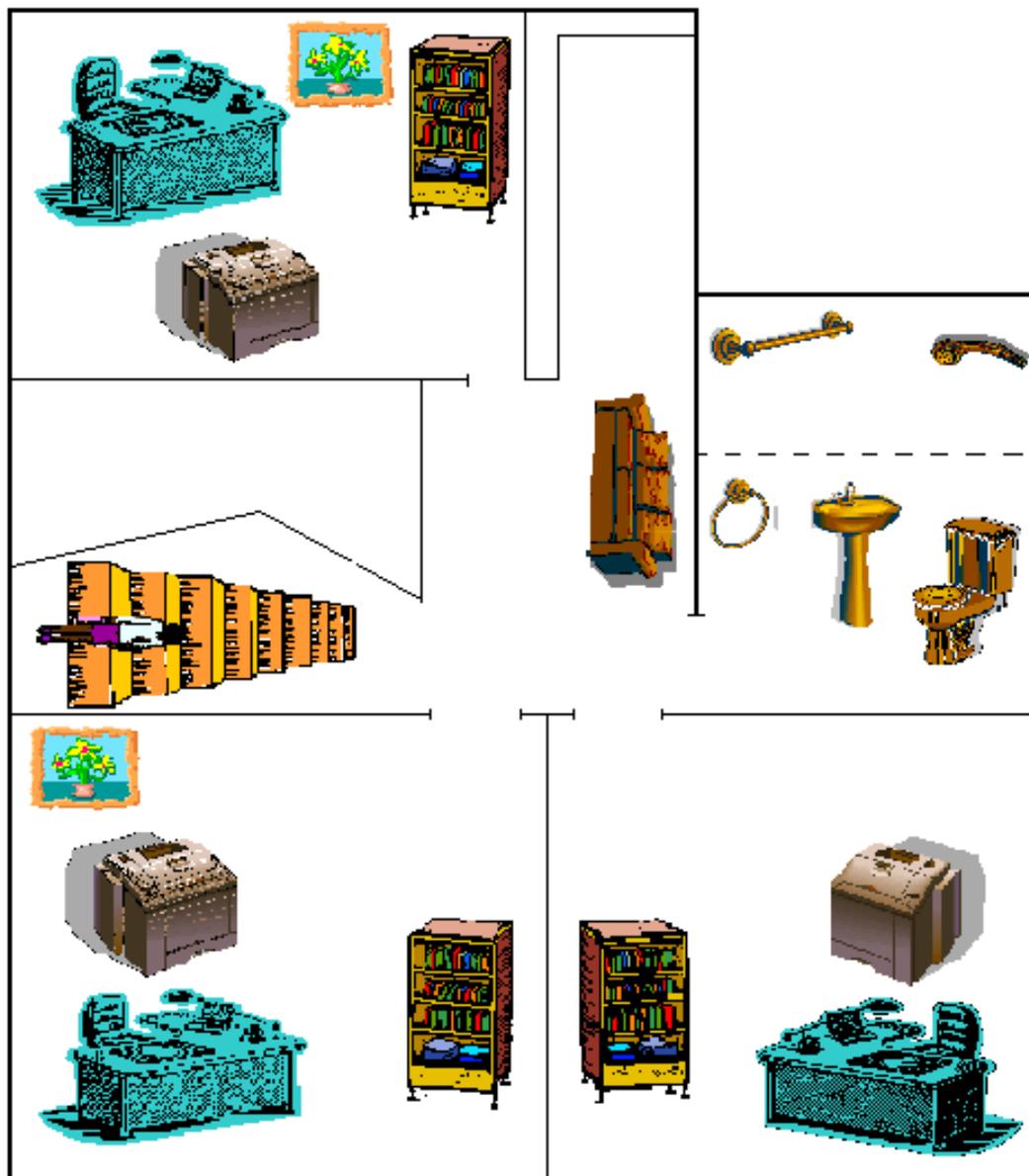


Plano de las Instalaciones

Planta 1



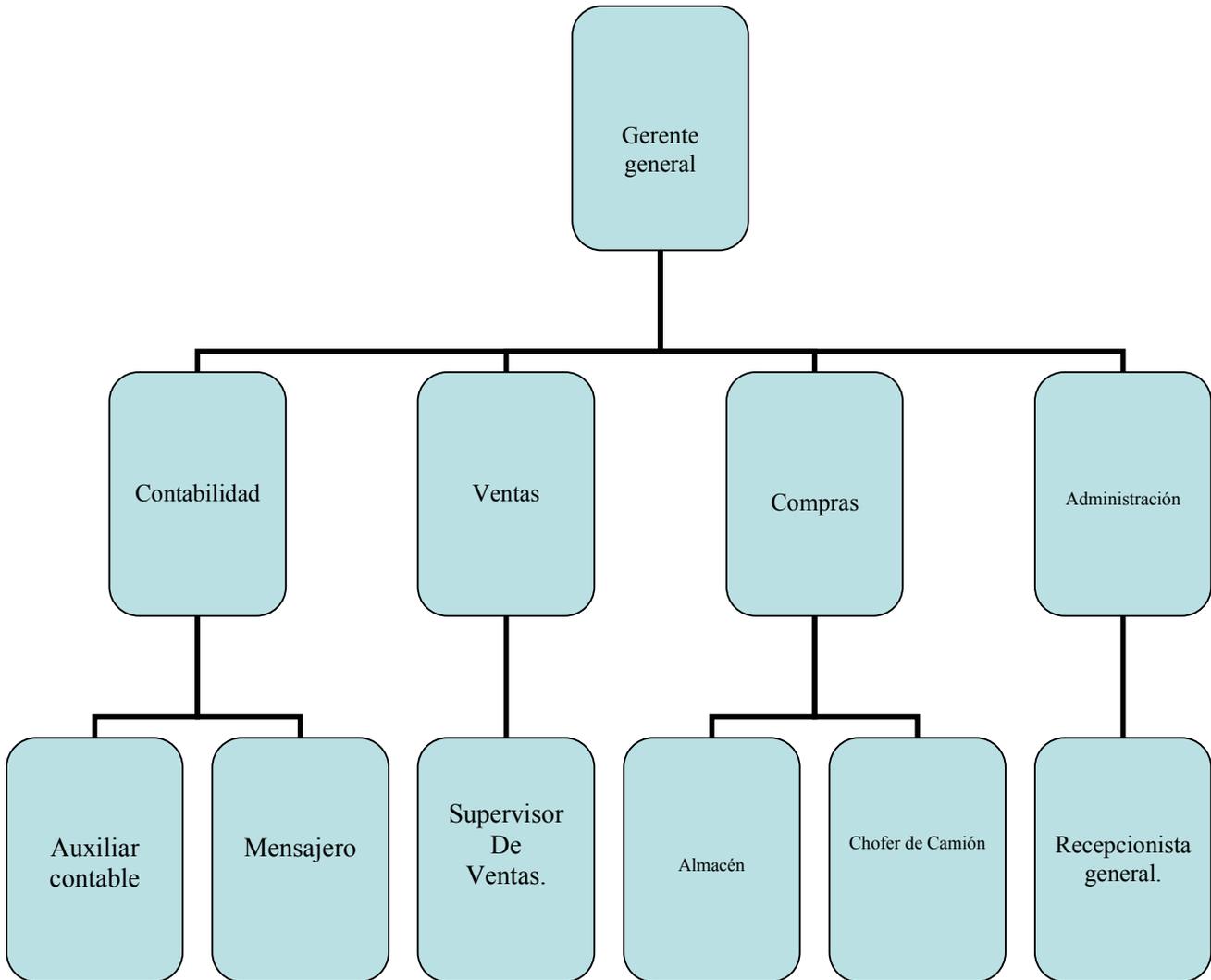
Planta 2



6.3.2 ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA.

ORGANIGRAMA GENERAL

VERTICAL



FECHA: 09/10/2006
ELABORÓ: Norma L.R.
REVISÓ: L.A. Ma. Teresa R.
AUTORIZÓ:

6.3.3. DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

1/1

NOMBRE DEL PUESTO: CONTADOR GENERAL

Clave del puesto: CG/01

Organizar, Dirigir, Asesorar y Controlar las Actividades Contables de la Integradora.

Contactos

Internos:

- *Contador*
- *Mensajero*

Externos:

- Clientes.

Lugar de desarrollo de actividades: Oficina Principal

NOMBRE DEL PUESTO: AUXILIAR CONTABLE

Clave del puesto: AC./01-1

Organizar, Clasificar, Registrar y Controlar las Actividades Contables de la Integradora.

Contactos

Internos:

➤ *Contador*

Externos:

➤ Clientes.

Lugar de desarrollo de actividades: Oficina Principal

NOMBRE DEL PUESTO: MENSAJERO

Clave del puesto: M./01-1

Enviar y Traer documentación, Realizar operaciones fuera de las oficinas.

Contactos

Internos:

- *Contador*
- *Auxiliar contable.*

Externos:

- Clientes.

Lugar de desarrollo de actividades:

NOMBRE DEL PUESTO: SUPERVISOR DE VENTAS

Clave del puesto: SC/02

Supervisa y Controla las Operaciones de Ventas.

Contactos

Internos:

- Compras
- Almacén.
- Contabilidad

Externos:

- Clientes.

Lugar de desarrollo de actividades:

NOMBRE DEL PUESTO: COMPRAS

Clave del puesto: C/03

Monitorea, Supervisa, Vigila y Ordena las Transacciones necesarias para el Uso óptimo de los inventarios.

Contactos

Internos:

- Compras
- Almacén.
- Contabilidad

Externos:

- Proveedores

Lugar de desarrollo de actividades:

NOMBRE DEL PUESTO: ALMACÉN

Clave del puesto: A/04

Ordenar, Acomodar, Vigila y las Entradas y Salidas de los Inventarios.

Contactos

Internos:

- Compras
- Ventas
- Contabilidad

Externos:

- Proveedores

Lugar de desarrollo de actividades:

NOMBRE DEL PUESTO: CHOFER DE CAMIÓN

Clave del puesto: AA/04-1

Llevar los pedidos de los integrados.

Contactos

- Internos:
- Compras

Lugar de desarrollo de actividades:

NOMBRE DEL PUESTO: ADMINISTRACIÓN

Clave del puesto: A/05

Administrar el uso óptimo de recursos humanos, financieros y técnicos.

Contactos

Internos:

- *Gerente General*

Lugar de desarrollo de actividades:

NOMBRE DEL PUESTO: ADMINISTRACIÓN

Clave del puesto: RG/05-1

Recibir llamadas telefónicas, Atender a los clientes personalmente,

Contactos

Internos:

- *Administración*

Lugar de desarrollo de actividades:

PERFIL

1.- Nombre del Puesto: Contador.

Requerimientos. La persona que ocupe el puesto de Contador deberá cumplir con las siguientes características.

- Lic. En Contaduría.
- Experiencia mínima de 3 años.
- Dominar el idioma inglés en un 80%.
- Tener capacidad para dirigir.
- Dirección participativa.
- Liderato situacional.

Perfil del puesto.

- Edad de 25 a 40 años
- Estado civil indistinto.
- Sexo indistinto.

2.- Nombre del Puesto: Auxiliar Contable (1)

Requerimientos. Las personas que desempeñen el puesto de auxiliar contable deberán cumplir con las siguientes características.

- Técnico en Contabilidad o estudiante de L. C.
- Experiencia no necesaria
- Dirección participativa.

Perfil del puesto.

- Edad de 18 a 30 años

- Estado civil Indistinto
- Sexo Indistinto.

3.- Nombre del Puesto: Mensajero.

Requerimientos. La persona que desempeñe el puesto de Mensajero deberá cumplir con las siguientes características.

- Secundaria Terminada
- Experiencia No necesaria
- Deseos de trabajar
- Activo

Perfil del puesto.

- Mayor de 18 años
- Estado Indistinto
- Sexo Masculino.

4.- Nombre del Puesto: Supervisor de Ventas.

Requerimientos. La persona que desempeñe el puesto de Supervisor de Ventas deberá cumplir con las siguientes características.

- Lic. En Mercadotecnia.
- Experiencia mínima de 2 años.
- Dominar el idioma inglés en un 90%.
- Dirección participativa.

Perfil del puesto.

- Edad de 23 a 35 años
- Estado civil soltero

- Sexo Indistinto.

5.- Nombre del Puesto: Supervisor de compras.

Requerimientos. La persona que desempeñe el puesto de supervisor de compras deberá cumplir con las siguientes características.

- Lic. En Mercadotecnia.
- Experiencia mínima de 2 años.
- Dominar el idioma inglés en un 90%.
- Dirección participativa.

Perfil del puesto.

- Edad de 25 a 40 años
- Estado civil Indistinto
- Sexo Indistinto.

6.- Nombre del Puesto: Supervisor de almacén.

Requerimientos. La persona que ocupe el puesto de supervisor de almacén deberá cumplir con las siguientes características.

- Lic. En Contaduría.
- Experiencia mínima de 3 años.
- Tener capacidad para dirigir.

Perfil del puesto.

- Edad de 25 a 40 años
- Estado civil indistinto.
- Sexo indistinto.

7.- Nombre del Puesto: chofer de camión

Requerimientos. La persona que ocupe el puesto de auxiliares de almacén deberá cumplir con las siguientes características.

- Preparatoria Terminada
- Experiencia mínima de 2 años.

Perfil del puesto.

- Edad de 25 a 35 años
- Estado civil indistinto.
- Sexo Masculino.

8.- Nombre del Puesto: Administrador.

Requerimientos. La persona que desempeñe el puesto de Administrador deberá cumplir con las siguientes características.

- Lic. En Administración.
- Experiencia mínima de 3 años.
- Dominar el idioma inglés en un 80%.
- Dirección participativa.

Perfil del puesto.

- Edad de 20 a 40 años
- Estado civil soltera.
- Sexo Femenino.

9.- Nombre del Puesto: Recepcionista.

Requerimientos. La persona que desempeñe el puesto de recepcionista deberá cumplir con las siguientes características.

- Preparatoria o equivalente
- Experiencia mínima de 1 años.
- Dominar el idioma inglés en un 60%.
- Dirección participativa.

Perfil del puesto.

- Edad de 20 a 30 años
- Estado civil soltera.
- Sexo Femenino.

6.3.4 ESTRUCTURA JURÍDICA.

6.3.3 ASPECTOS JURÍDICOS

Todas las personas físicas y morales, se encuentran dentro de un marco jurídico, y en éste proyecto, el cual se trata de una persona moral integradora de pequeños y medianos productores de aguacate, la cual es definida como una forma de organización empresarial que asocia a personas físicas o morales formalmente constituidas [micro, pequeñas y medianas empresas (PYMES)] y les presta servicios especializados a estas personas físicas y morales denominadas integradas, para elevar su competitividad, la cual tiene la finalidad de cumplir con los objetivos propuestos.

A continuación se hace mención de los fundamentos legales de ésta figura.

Fundamento legal de las Empresas Integradoras.

- **Decreto que promueve la organización de empresas integradoras**

Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 7 de mayo de 1993 y modificado el 30 de mayo de 1995.

Artículo 5o. Establece que las Empresas Integradoras podrán tributar en el Régimen Simplificado.

- **Ley del Impuesto sobre la Renta**

A partir de 2002, las disposiciones para las Empresas Integradoras se encuentran en los Artículos 79 al 85, en el Título II, Capítulo VII de dicha Ley.

- **Ley del Impuesto al Valor Agregado**

Toda la Ley es aplicable en relación con las actividades específicas que realice la Empresa Integradora.

- **Ley del Impuesto al Activo**

Artículos 1o, 2o, párrafo primero y 12 de esta Ley.

- **Ley de Ingresos para el ejercicio de 2006**

Artículo 16, fracción II.

Obligaciones de las empresas integradoras

- Ante el RFC
- Contabilidad
- Declaraciones
- Con sus integradas
- Otras obligaciones

Otra obligación es que **deberán solicitar la inscripción de la empresa integradora en el Registro Nacional de Empresas Integradoras ante la Secretaría de Economía, mediante escrito libre.**

Nota: Las empresas integradas, por su parte, deberán realizar lo siguiente:

Manifiestar en el anexo correspondiente del formato R-U, el hecho de ser socio de una empresa integradora.

- En el anexo 2 si se trata de una persona moral integrada,
- En el anexo 4 si se trata de personas físicas integradas con actividades empresariales del régimen general,
- En el anexo 5 si se trata de personas físicas integradas con actividades empresariales del régimen intermedio.

Otras obligaciones.

Esquema de integración.

Las empresas integradoras:

- Comercializan los productos o servicios de las empresas integradas.
- La Empresa Integradora no paga impuesto cuando resulta base de "0", sólo paga retenciones de sus trabajadores.
- Las Empresas Integradas pagan su impuesto en forma individual conforme al régimen fiscal en que tributen.

▶ **Capital social.**

Su capital social no debe ser inferior a cincuenta mil pesos. Las empresas integradoras no podrán participar directa ni indirectamente en el capital social de las empresas integradas.

▶ **Estado de posición financiera**

Las empresas integradoras deberán elaborar un estado un estado de posición financiera al 31 de diciembre de cada año, las integradoras que tributen en el Régimen Intermedio no deberán elaborar dicho estado ya que llevan contabilidad simplificada.

▶ **Obligaciones fiscales como patrón**

Si las empresas integradoras tienen trabajadores a su servicio y efectúan pagos por salarios y demás prestaciones que deriven de una relación laboral, incluyendo la participación de los trabajadores en las utilidades de las empresas y las prestaciones percibidas como consecuencia de la terminación de la relación laboral, deben cumplir con las obligaciones siguientes:

- Retener y enterar el impuesto sobre la renta que corresponda a las personas que les presten servicios.
- Proporcionar a dichas personas constancias de pagos y retenciones efectuadas.
- Hacer el cálculo anual del impuesto sobre la renta en los casos que proceda.

▶ **Distribución de dividendos o utilidades**

Para la distribución de dividendos o utilidades, o bien, el retiro de estas últimas, se debe cumplir con las disposiciones que señala la Ley del Impuesto sobre la Renta.

▶ **Participación de utilidades**

La participación de los trabajadores en las utilidades de las empresas se calculará aplicando 10% a la utilidad fiscal. El resultado será la cantidad a repartir, debiendo efectuar la retención del impuesto que corresponda.

▶ **Cuenta de capital de aportación**

Para determinar el capital de aportación actualizado, las empresas integradoras deberán llevar una cuenta de capital de aportación que se adicionará con:

- Las primas netas por suscripción de acciones efectuadas por los socios o accionistas y se disminuirá con:
- Las reducciones de capital que se efectúen.

No se incluirá como capital de aportación el correspondiente a la reinversión o capitalización de utilidades o de cualquier otro concepto que conforme el capital contable de la persona moral ni el proveniente de reinversiones de dividendos o utilidades en aumento de capital de las personas que los distribuyan, realizadas dentro de los treinta días siguientes a su distribución.

▶ **Ajuste anual por inflación.**

Las empresas integradoras no tendrán la obligación de determinar al cierre del ejercicio el ajuste anual por inflación a que se refiere el capítulo III del Título II de la Ley del Impuesto sobre la Renta.

Pago de impuestos federales de las empresas integradoras.

- Impuesto sobre la renta
- Impuesto al valor agregado
- Impuesto al activo
- Facilidades para el pago de impuestos federales

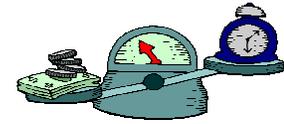
6.3.4 ACTIVOS REQUERIDOS

Todo organismo social, requiere de todos los recursos para su óptimo funcionamiento, y es por ello que la empresa integradora, requerirá los siguientes activos:

IPAZAM SA DE CV	
ACTIVOS REQUERIDOS	
CONCEPTO	
EQUPO DE TRANSPORTE	
COMPUTADORAS	
IMPRESORAS	
COPIADORAS	
ESCRITORIOS NORMALES	
ESCRITORIOS EJECUTIVOS	
SILLAS EJECUTIVAS	
SILLAS NORMALES	
ESTANTES	
SALA DE ESPERA	

6.4. ESTUDIO FINANCIERO

6.4.1 BASES DE LAS PROYECCIONES FINANCIERAS



En la elaboración de las proyecciones, se tomaron como bases; en primer lugar a **la inflación**, ya que es un fenómeno que resulta importante considerar dentro de nuestra economía mexicana, debido a que consiste en el aumento sostenido y generalizado del nivel de precios de bienes y servicios, o bien, puede definirse como la caída en el valor de mercado o del poder adquisitivo de una moneda en una economía en particular, lo que se diferencia de la devaluación, dado que esta última se refiere a la caída en el valor de la moneda de un país en relación a otra moneda cotizada en los mercados internacionales, como son; el dólar americano, el euro, el yen, etc.

Otra base importante son **las tasas de interés**, debido a que es el costo del préstamo expresado como una tasa porcentual. Es importante conocer cuál será este interés para poder calcular a cuánto ascenderá tu pago mensual. Mientras más alta sea, mayores serán tus mensualidades; y mientras más baja sea, menores serán tus pagos.

Una de las fuentes de financiamiento para este proyecto, es el financiamiento por parte de la institución de crédito denominada "**Financiera Rural**", la cual enfrenta el reto de otorgar crédito a las actividades agropecuarias,

forestales, pesqueras y demás actividades productivas vinculadas con el medio rural, fomentando proyectos que impulsen un desarrollo integral del sector.

Para ello la Financiera ha desarrollado e instrumentado programas y productos de crédito, considerando las necesidades del mercado y enfocándose en atender fundamentalmente a pequeños y medianos productores.

Uno de los financiamientos posibles sería:

Crédito de Habilitación o Avío.

Operación que tiene definido específicamente el destino que debe darse al importe del préstamo, cuyo plazo puede establecerse de acuerdo a la viabilidad del proyecto sin exceder el plazo máximo que es de dos años. El acreditado deberá invertir el importe del crédito en la adquisición de materias primas y materiales, en el pago de jornales, salarios y gastos directos de explotación indispensables para los fines de la empresa.

Objetivo:

Financiar el capital de trabajo para cubrir los gastos directos de la empresa.

Lineamientos:

Montos: Los montos por sujeto de crédito serán:

Monto mínimo: 7,000 UDI's

Monto máximo: De acuerdo a la aprobación de crédito individual.

Instrumentación: Mediante Contrato de Crédito, que puede ser de carácter privado, firmado ante dos testigos y ratificado ante fedatario público o bien en escritura pública, e inscripción del mismo ante el Registro Público de Comercio o

de la Propiedad dependiendo de las garantías adicionales con que se cuente y/o montos de la operación.

Tasa: Variable o fija. La que corresponda de acuerdo al nivel de cobertura de garantías y a la clasificación del productor, según la tabla vigente al momento de celebrar la operación.

Comisión: Por apertura, (una sola vez sobre el importe del crédito), de acuerdo con la Tabla de Comisiones en vigor. No se cobrará comisión o penalización por prepago.

Adicionalmente, se aplicará la comisión por consulta a las Sociedades de Información Crediticia.

Plazo: El plazo máximo del financiamiento será 2 años, pudiendo haber ministraciones parciales de acuerdo a las necesidades particulares o grado de avance de cada proyecto.

Garantías: Las naturales del crédito, pudiéndose pactar adicionalmente garantías personales (deudores solidarios) o garantías hipotecarias o prendarias.

Seguros: Se deberán asegurar los bienes objeto del crédito, así como los que se otorguen en garantía nombrando beneficiario preferente a la Financiera Rural.

Amortización: Dadas las características de los proyectos que generalmente se financian a través de créditos de avío, en este tipo de créditos el pago del principal e intereses podrá ser al vencimiento. Sin embargo, y en función de los flujos de ingresos del proyecto, dichos pagos podrían pactarse con otra periodicidad.

Los conceptos de inversión así como lo referente a las ministraciones y plazos de amortización, deberán calcularse de acuerdo al tipo de actividad sin poder exceder de 2 años.

Crédito Refaccionario.

Financiamiento con destino específico a mediano o largo plazo para la adquisición de maquinaria, equipo, unidades de transporte, ganado, construcción o adaptación de inmuebles, obras de infraestructura, etc.

Objetivo:

Financiar la adquisición de activos fijos, apoyar el ciclo de inversión de las actividades o ramas relacionadas con el medio rural.

Lineamientos:

Montos: Los montos por sujeto de crédito serán:

Monto mínimo: 7,000 UDI's

Monto máximo: De acuerdo a la aprobación de crédito individual.

Instrumentación: Mediante Contrato de Crédito, que puede ser de carácter privado, firmado ante dos testigos y ratificado ante fedatario público o bien en escritura pública, e inscripción del mismo ante el Registro Público de Comercio o de la Propiedad dependiendo de las garantías adicionales con que se cuente y/o montos de la operación.

Tasa: Fija o Variable. La que corresponda de acuerdo al nivel de cobertura de garantías y a la clasificación del productor, según la tabla vigente al momento de celebrar la operación.

Sólo se podrá ofrecer tasa fija conforme a lo siguiente:

i. Para cualquier monto:

- Cuando el nivel de cobertura de garantías sea alto, independientemente de la Combinación de garantías que se otorguen; o
- Cuando se otorgue en garantía el usufructo parcelario sobre la propiedad donde sellevará a cabo la inversión, o está será utilizada;

ii. En créditos menores a 700 mil UDI's:

- con aportación del solicitante por al menos el 30% del valor del proyecto y a plazos menores de 5 años.

La tasa variable se podrá operar en forma indistinta en operaciones con este producto.

Comisión: Por apertura, (una sola vez sobre el importe del crédito), de acuerdo con la tabla de comisiones en vigor. No se cobrará comisión o penalización por prepago, adicionalmente, se aplicará la comisión por consulta a las Sociedades de Información Crediticia.

Plazo: El plazo máximo del Financiamiento será de 10 años, pudiendo haber ministraciones parciales de acuerdo con las necesidades particulares o grado de avance de cada proyecto.

En el caso de maquinaria/equipo usado, el plazo deberá ser menor o igual a la vida útil del bien determinada en el peritaje

Garantías: Necesariamente prenda en primer lugar sobre los bienes adquiridos y/o producidos con el importe del crédito y sobre los frutos, productos o bienes pendientes o futuros, adicionalmente, podrán pactarse garantías personales (deudores solidarios) o garantías hipotecarias o prendarias.

Seguros: Salvo las excepciones establecidas en el Manual de Normas y Políticas de Crédito se deberán asegurar los bienes objeto del crédito así como los que se otorguen en garantía, nombrando beneficiario preferente a la Financiera Rural.

Amortización: Tanto para el Capital como para los Intereses esta puede ser mensual, trimestral, semestral o anual, debiéndose fijar en función de los flujos del proyecto. Sólo podrán aplicarse pagos de capital e intereses al vencimiento en proyectos a un año.

CONCLUSIONES.

A través de la elaboración del proyecto de inversión, fue posible determinar la rentabilidad del negocio, en base a una serie de estudios entre los cuales se encuentran; el estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y de sensibilidad.

Tratándose de la empresa integradora de pequeños y medianos productores de aguacate, y luego de la evaluación económica realizada se pudo analizar que al final de los cinco años, después de la creación de la empresa, esta continua con el proceso de decadencia, lo cual nos hace reflexionar en la posibilidad de adoptar otras estrategias de crecimiento, como son; la exportación del producto a otros países, o bien, la diversificación de otros productos adicionales al propio aguacate.

De esta forma, la utilidad requerida para compensar esa baja de utilidades, consiste en el óptimo manejo de las compras y adecuadas ventas de los productos. Lo cual nos permite concluir que el proyecto para la creación de una empresa integradora de pequeños y medianos productores de aguacate **no es rentable, debido al alto grado de riesgo al que se está expuesto**, como lo es; la poca demanda en mercados internacionales, debido a la recesión internacional por la que se está pasando actualmente y derivado de ello los bajos precios de la fruta, la excesiva oferta que existe, la inseguridad y la competencia en los mercados.

Y sobre la base de los resultados obtenidos en la encuesta podemos decir que el proyecto podría tener una mayor aceptación y ser rentable si se llevara a cabo con una diversificación de productos, ya que como se ha mencionado, en ésta región existe una enorme oferta de éste producto, lo cual hace que sea mas riesgosa su comercialización.

Sin embargo, este proyecto nos permitió establecer las bases sobre las cuales habrá de funcionar u operar la organización, como es la determinación de la personalidad jurídica de la empresa, su estructura orgánica, las bases económicas y las principales obligaciones que tendrá que cumplir.

Y Finalmente, nos pudimos percatar de la importancia que tiene la información financiera contenida en el presente proyecto de inversión, **sin embargo y a pesar del análisis financiero, puedo concluir respecto al proyecto elaborado, que no es posible conocer al 100% si se cumple la hipótesis sobre la cual se elaboró dicho trabajo, ya que para ello, debería existir la empresa y estar operando para poder analizar sobre las bases reales si es rentable o no lo es.**

BIBLIOGRAFÍA

- Guía para elaborar la tesis; Santiago Zorrilla A. Miguel Torres X, Ed. McGraw-Hill
- El aguacate Rodríguez , Suppo Florencio.
- Cómo se hace una tesis, Tecnicas y procedimientos es destudio, investigación y escritura; Humberto Eco, Ed., Gedisa.
- Proyecto de Inversión de una planta Productora de implementos agrícolas; Rancel Diaz, Ana Yunuen.
- Proyecto de inversión de un empaque dedicado a la compra venta de aguacate para el mercado nacional y de exportación, localizado en la ciudad de Uruapan Michoacán; Escalera Bernal, María Elena.
- Revista, fruticultura de Michoacán.
- Empresas Integradoras: Ventajas, procesos y requisitos para su constitución; Santos Huerta, francisco Javier.
- La participación de FIRA en el financiamiento de la producción y comercialización de aguacate; Nájera Ávila, Tranquilino.
- Formulación y Evaluación de proyectos de Inversión; Hernández Hernández, Abraham / Hernández Villalobos Abraham.

http://www.infoagro.com/frutas/frutas_tropicales/aguacate.htm

<http://www.aproam.com/>

<http://www.aproam.com/boletines/aguacatero1.htm>

http://portal.fira.gob.mx/irj/servlet/prt/portal/prtroot/pcd!3aportal_content!2ffira.www.FIRA01!2ffira.www.UserContent01!2ffira.www.CargaAnonimo01

<http://www.contactopyme.gob.mx/integradoras/requisitos.html>

<http://www.monografias.com/trabajos/elabproyec/elabproyec.shtml>

<http://ricoverimarketing.es.tripod.com/RicoveriMarketing/id29.html>

<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/emp/aguacatehass.htm>

http://www.avocadosource.com/Journals/CICTAMEX/CICTAMEX_1997/Prod_Nal_Agua.pdf

http://www.cci.org.co/Manual/Productos/Frutas/Aguacate/aguacate_calidad01.htm

<http://www.eumed.net/cursecon/dic/O.htm>

<http://www.monografias.com/trabajos/ofertaydemanda/ofertaydemanda.shtml>

<http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml#CONCEPTO>

<http://www.promonegocios.net/mercado/tipos-de-mercado.html>

<http://www.monografias.com/trabajos17/canales-distribucion/canales-distribucion.shtml#CONCEP>

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

<http://www.bancomext.com/Bancomext/portal/portal.jsp?parent=6&category=6&document=7129#06>

http://portal.fira.gob.mx/iri/servlet/prt/portal/prtroot/pcd!3aportal_content!2ffira.www.FIRA01!2ffira.www.UserContent01!2ffira.www.CargaAnonimo01

http://www.michoacan.gob.mx/economia/fomich_index.php

<http://www.economia.gob.mx/?P=1789>

<http://www.monografias.com/trabajos16/metodos-evaluacion-economica/metodos-evaluacion-economica.shtml>

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

<http://www.financierarural.gob.mx/portal/index.html>

IPAZAM. SA DE CV

SISTEMA UNICO DE AUTODETERMINACIÓN

	CUOTA		IMPORTE 2006		IMPORTE 2007		IMPORTE 2008		IMPORTE 2009		IMPORTE 2010	
	IMSS	INFONAVIT	IMSS	INFONAVIT	IMSS	INFONAVIT	IMSS	INFONAVIT	IMSS	INFONAVIT	IMSS	INFONAVIT
MES	No. DIAS	No. DIAS										
ENERO	31		\$6,378.29		\$6,674.88		\$6,994.61		\$7,339.44		\$7,710.82	
FEBRERO	28	59	\$5,761.08	\$9,312.80	\$6,028.97	\$9,745.85	\$6,317.76	\$10,212.68	\$6,317.76	\$10,716.17	\$6,637.44	\$11,258.41
MARZO	31		\$6,378.29		\$6,674.88		\$6,994.61		\$7,339.44		\$7,710.82	
ABRIL	30	61	\$6,172.55	\$9,628.50	\$6,459.57	\$10,076.23	\$6,768.98	\$10,558.88	\$7,102.69	\$11,079.43	\$7,462.09	\$10,589.45
MAYO	31		\$6,378.29		\$6,674.88		\$6,994.61		\$7,339.44		\$7,710.82	
JUNIO	30	61	\$6,172.55	\$9,628.50	\$6,459.57	\$10,076.23	\$6,768.98	\$10,558.88	\$7,102.69	\$11,079.43	\$7,462.09	\$11,258.41
JULIO	31		\$6,378.29		\$6,674.88		\$6,994.61		\$7,339.44		\$7,710.82	
AGOSTO	31	62	\$6,378.29	\$9,786.35	\$6,674.88	\$10,241.42	\$6,994.61	\$10,731.98	\$7,339.44	\$11,261.07	\$7,710.82	\$11,830.88
SEPTIEMBRE	30		\$6,172.55		\$6,459.57		\$6,768.98		\$7,102.69		\$7,462.09	
OCTUBRE	31	61	\$6,378.29	\$9,628.50	\$6,674.88	\$10,076.23	\$6,994.61	\$10,558.88	\$7,339.44	\$11,079.43	\$7,710.82	\$11,258.41
NOVIEMBRE	30		\$6,172.55		\$6,459.57		\$6,768.98		\$7,102.69		\$7,462.09	
DICIEMBRE	31	61	\$6,378.29	\$9,628.50	\$6,674.24	\$10,076.23	\$6,994.61	\$10,558.88	\$7,339.44	\$11,079.43	\$7,710.82	\$11,258.41
			\$75,099.31	\$57,613.15	\$78,590.79	\$60,292.16	\$82,355.94	\$63,180.19	\$86,104.61	\$66,294.96	\$90,461.49	\$67,453.96
		SUMA ANUAL	\$132,712.46		\$138,882.95		\$145,536.12		\$152,399.57		\$157,915.45	

NOTA: Las cuotas se incrementaron anualmente, con el factor de integración correspondiente a cada año, con los mínimos de ley.

IPAZAM SA DE CV

Lista de raya del periodo 1 al 24 Quincenal de Enero a Diciembre de 2006

Quincenales

Empleado	Sueldo	Bono puntualidad	Despensa	Bono asistencia	TOTAL PERCEPCIONES	PERCEP. 2006	AGUINALDO	PERCEP. 2007	AGUINALDO	PERCEP. 2008	AGUINALDO	PERCEP. 2009	AGUINALDO	PERCEP. 2010	AGUINALDO	I.S.P.T. (sp)	Crédito al salario (sp)	2% Imto. Estatal
					MENSUAL	ANUAL												
Reg Pat IMSS: IPA070130H69																		
001 Mendoza Mendoza Efrain	\$10,551.02	\$1,055.10	\$240.00	\$1,055.10	\$12,901.22	\$154,814.69	\$5,275.51	\$162,013.57	\$5,520.82	\$169,774.02	\$5,785.27	\$178,143.88	\$6,070.48	\$187,157.96	\$6,377.65	\$13,817.28	\$0.00	\$211.02
003 Rodriguez Mata Rosaura	\$2,840.26	\$284.03	\$240.00	\$284.03	\$3,648.31	\$43,779.74	\$1,420.13	\$45,815.50	\$1,486.17	\$48,010.06	\$1,557.35	\$50,376.96	\$1,634.13	\$52,926.04	\$1,716.82	\$0.00	(\$3,146.40)	\$56.81
004 Mejia Vargas Rosendo	\$1,440.00	\$144.00	\$240.00	\$144.00	\$1,968.00	\$23,616.00	\$720.00	\$24,714.14	\$753.48	\$25,897.95	\$789.57	\$27,174.72	\$828.50	\$28,549.76	\$870.42	\$0.00	(\$4,075.20)	\$28.80
005 Maldonado Mejia Isidro	\$3,575.72	\$357.57	\$240.00	\$357.57	\$4,530.86	\$54,370.37	\$1,787.86	\$56,898.59	\$1,871.00	\$59,624.03	\$1,960.62	\$62,563.50	\$2,057.27	\$65,729.21	\$2,161.37	\$0.00	(\$2,374.80)	\$71.51
006 Legorreta Mendoza Alejandro	\$3,575.72	\$357.57	\$240.00	\$357.57	\$4,530.86	\$54,370.37	\$1,787.86	\$56,898.59	\$1,871.00	\$59,624.03	\$1,960.62	\$62,563.50	\$2,057.27	\$65,729.21	\$2,161.37	\$0.00	(\$2,374.80)	\$71.51
007 Vargas Infante Pedro	\$1,901.40	\$190.14	\$240.00	\$190.14	\$2,521.68	\$30,260.16	\$950.70	\$31,667.26	\$994.91	\$33,184.12	\$1,042.56	\$34,820.10	\$1,093.96	\$36,581.99	\$1,149.32	\$0.00	(\$3,768.48)	\$38.03
008 Villegas Duarte Nelyda	\$8,890.94	\$889.09	\$240.00	\$889.09	\$10,909.13	\$130,909.54	\$4,445.47	\$136,996.83	\$4,652.18	\$143,558.98	\$4,875.02	\$150,636.44	\$5,115.36	\$158,258.64	\$5,374.20	\$9,756.72	\$0.00	\$177.82
009 Lemus Vargas Patricia	\$1,858.08	\$185.81	\$240.00	\$185.81	\$2,469.70	\$29,636.35	\$929.04	\$31,014.44	\$972.24	\$32,500.03	\$1,018.81	\$34,102.29	\$1,069.04	\$35,827.86	\$1,123.13	\$0.00	(\$3,797.04)	\$37.16
010 Gonzalez Rodriguez Estefanía	\$9,296.38	\$929.64	\$240.00	\$929.64	\$11,395.66	\$136,747.87	\$4,648.19	\$143,106.65	\$4,864.33	\$149,961.46	\$5,097.33	\$157,354.56	\$5,348.63	\$165,316.70	\$5,619.27	\$10,637.52	\$0.00	\$185.93
Total General	\$43,929.52	\$4,392.95	\$2,160.00	\$4,392.95	\$54,875.42	\$658,505.09	\$21,964.76	\$689,125.57	\$22,986.12	\$722,134.69	\$24,087.16	\$757,735.93	\$25,274.65	\$796,077.37	\$26,553.55	\$34,211.52	(\$19,536.72)	\$878.59
					SUMA	\$					\$							
					CONCEPTOS	680,469.85		\$ 712,111.70		\$ 746,221.85		783,010.58		\$ 822,630.92				

NOTA: Las cuotas se incrementaron anualmente, con el factor de integración correspondiente a cada año, con los mínimos de ley.

IPAZAM SA DE CV

ACTIVOS REQUERIDOS

CONCEPTO

EQUIPO DE TRANSPORTE
COMPUTADORAS
IMPRESORAS
COPIADORAS
ESCRITORIOS NORMALES
ESCRITORIOS EJECUTIVOS
SILLAS EJECUTIVAS
SILLAS NORMALES
ESTANTES
SALA ESPERA

IPAZAM SA DE CV

CÉDULA DE EQUIPO DE CÓMPUTO DETALLADO

CONCEPTO	PRECIO UNITARIO	IMPORTE TOTAL
EQUIPO COMPUTO (6)		
<i>Dell TM XPS 600</i> <i>Estandar: Windows XP Home</i> <i>Edition Original</i> <i>Estándar: 1GB de Memoria Ram, 160GB</i> <i>De disco duro, DVD-ROM Y CD-RW.</i> <i>Sistemas Operativos- Windows XP profesional</i> <i>Procesador Intel Pentium D 840</i> <i>Memoria Hasta 2GB d memoria</i> <i>Gráficos DOS TARJETAS NVIDIA</i> <i>Almacenamiento hasta 1.5TB3 (3 discos de 500GB)</i> <i>Terjeta de Red</i>	\$ 18,999.00	\$ 113,994.00
PORTATIL (1)		
<i>Dell Precision TM70</i> <i>Rápido PCI Express NVIDIA, Quadro, FX Go 1400 256MB</i> <i>Open GL gráficos</i> <i>Windows XP profesional Original</i> <i>Sistemas Operativos Windows XP profesional Original</i> <i>Procesador Intel Pentium hasta 770(2.13 GHZ 2MB L2</i>	\$ 20,299.00	\$ 20,299.00
	SUB-TOTAL	\$ 134,293.00
	IVA 15%	\$ 20,143.95
	TOTAL	154,436.95

IPAZAM SA DE CV

CÉDULA DE EQUIPO DE TRANSPORTE DETALLADO

CONCEPTO	PRECIO UNITARIO	IMPORTE TOTAL
		25/05/2006
EQUIPO DE TRANSPORTE		
VOLKSWAGEN GOLF GTI TURBO	\$ 217,882.00	\$ 217,882.00
<i>CARACTERÍSTICAS:</i>		
<i>EXTERIORES</i>		
<i>3 puertas</i>		
<i>Espejos retrovisores conductor-pasajero</i>		
<i>INTERIORES</i>		
<i>Asientos de tela</i>		
<i>Cinco pasajeros</i>		
<i>Audio: radio AM/FM, 8 bocinas, antenado (de techo)</i>		
<i>ESPECIFICACIONES</i>		
<i>MOTOR</i>		
<i>Tamaño: 1.8 L.</i>		
<i>Cilindros: 4 en línea</i>		
<i>Transmisión:</i>		
<i>tipo: manual</i>		
<i>velocidades : 5</i>		
<i>RESUMEN</i>		
<i>Garantía: 12 meses/sin limite de KM KM</i>		
<i>Seguridad: Frenos delanteros y traseros</i>		
<i>Desempeño: H (máx.210 Km/h)</i>		
<i>Motor: 1.8 L., 20 válvulas, 177 hp</i>		
	SUB-TOTAL	\$ 217,882.00
	IVA 15%	\$ 32,682.30
	TOTAL	\$ 250,564.30

APAZAM SA DE CV

CÉDULA DE EQUIPO DE OFICINA DETALLADO

CONCEPTO	IMPORTE UNITARIO	IMPORTE TOTAL
EQUIPO DE OFICINA		
COPIADORA E IMPRESORA <i>Características:</i> <i>Copiadora, escáner e impresora, impresión en inyección de tinta a color hasta 13 ppm, a blanco y negro hasta 18 ppm, Conectividad USB, Ranuras para tarjetas que permite impresión directa de fotos, Impresión de fotos sin bordes y modelo en cama plana.</i>	\$ 1,129.56	\$ 1,129.56
MAQUINA ESCRIBIR (1) <i>Características:</i> <i>Marca:Brother EM-530 Electronic Typewriter</i> <i>Oficce Daisy Wheel 15.5X12 Type</i>	\$ 4,347.80	\$ 4,347.80
FAX TOSHIBA <i>Características:</i> <i>clasifiacción maquinas oficina</i> <i>codigo de aviso:1130298890027</i>	\$ 4,347.86	\$ 4,347.86
TELEFONOS INALAMBRICOS PANASONIC 2821 BCO (4) <i>Características:</i> <i>Frecuencia de 2.4 GHZ</i> <i>Identificador de llamadas con 50 memorias</i> <i>Directorio telefónico para 50 números</i> <i>Altavoz en auricular</i> <i>tecnología de realce de voz</i> <i>Color blanco.</i>	\$ 694.78	\$ 1,389.56
	SUB-TOTAL	\$ 11,214.78
	IVA 15%	\$ 1,682.22
	TOTAL	\$ 12,897.00

IPAZAM S.A DE C.V

Cédula de depreciaciones

CONCEPTO	MOI	VIDA ÚTIL	2006	2007	2008	2009	2010	SALDO X DEPRECIAR
EQUIPO COMPUTO	\$134,293.00	5	\$ 26,858.60	\$ 26,858.60	\$ 26,858.60	\$26,858.60	\$26,859.60	-\$ 1.00
MOBILIARIO DE OFICINA	\$ 74,639.13	15	\$ 4,975.94	\$ 4,975.94	\$ 4,975.94	\$ 4,975.94	\$ 4,975.94	\$ 49,759.42
EQUIPO DE OFICINA	\$ 11,214.78	15	\$ 747.65	\$ 747.65	\$ 747.65	\$ 747.65	\$ 747.65	\$ 7,476.52
EQUIPO DE TRANSPORTE	\$217,882.00	6	\$ 36,313.67	\$ 36,313.67	\$ 36,313.67	\$36,313.67	\$36,313.67	\$ 36,313.67
SUMA	\$438,028.91		\$ 68,895.86	\$ 68,895.86	\$ 68,895.86	\$68,895.86	\$68,896.86	

IPAZAM SA DE CV

DIAGRAMA DE VENTA

INICIO

SALUDO AL CLIENTE

SE LE PREGUNTA LO QUE
NECESITA

EL CLIENTE
VERIFICA EI
SERVICIO

SE LE DICE EL PRECIO
DEL SERVICIO

SE REALIZA EL
SERVICIO

SE LE AGRADECE SU
PREFERENCIA

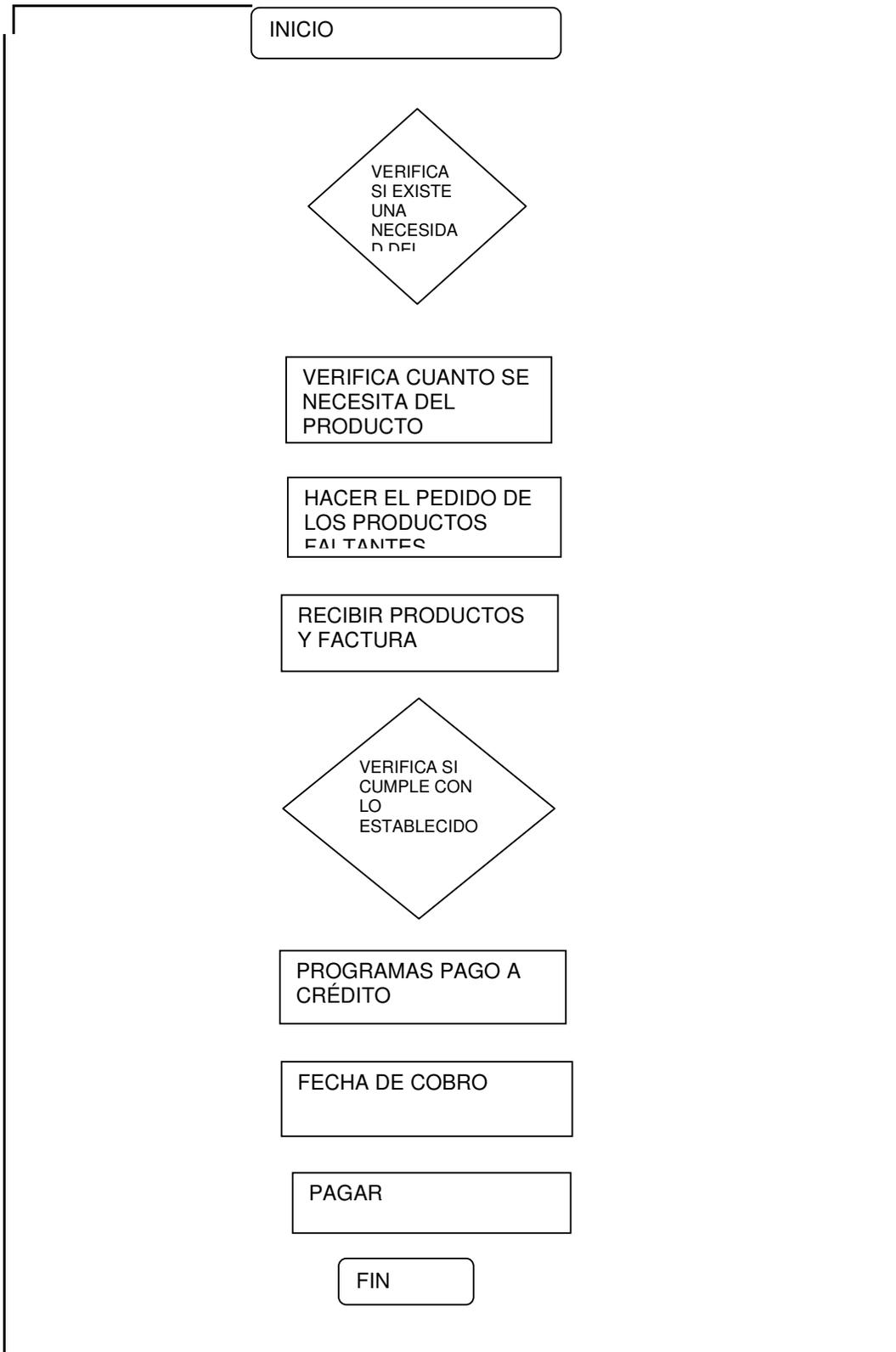
SE LE ENTREGA EL
RECIBO DE
HONORARIOS

SE LE COBRA EL
SERVICIO OTORGADO

FIN

IPAZAM SA DE CV

DIAGRAMA DE COMPRAS



IPAZAM S.A. DE C.V.

CEDULA DE BANCOS INICIAL		
SUMA CEDULA GASTOS	\$ 194,982.51	
SUMA NOMINA	\$ 680,469.85	
SUMA IMSS	\$ 132,712.46	
TOTAL DE GASTOS ANUAL		\$ 1,008,164.82
12 MESES X 3M		12
X 3 MESES		3
IMPORTE INICIAL DE BANCOS		\$ 252,041.21

ANEXO 1

IPAZAM S.A. DE C.V.				
CEDULA DE COMPRAS				
				SUMA
CONCEPTO	kilos	Precio de Venta Kilo		2006
Fruta	1,485,000.00	\$ 11.24	\$	16,683,975.00
	litros			
Fumigantes	\$ 148,500.00	\$ 2.68	\$	397,237.50
	kilos			
Fertilizantes	148,500.00	2.782		413,127.00
	tons	precio por tonelada		
Cal agrícola	148.50	\$ 428.000	\$	63,558.00

SUMA	\$ 17,557,897.50
IVA ACREDITABLE	\$ -
TOTAL DE COMPRAS	\$ 17,557,897.50

IPAZAM S.A. DE C.V.					
Cédula de Ingresos Poyectados	2006	2007	2008	2009	2010
Fruta	17,434,753.88	18,752,821.27	20,468,704.42	22,820,558.56	25,985,770.03
		-	-	-	-
Fumigantes	415,113.19	446,495.75	487,350.11	543,346.64	618,708.81
		-	-	-	-
Fertilizantes	431,717.72	464,355.58	506,844.12	565,080.50	643,457.17
		-	-	-	-
Cal agrícola	66,418.11	71,439.32	77,976.02	86,935.46	98,993.41
INGRESOS TOTALES	18,348,002.90	19,735,111.92	21,540,874.66	24,015,921.16	27,346,929.42
Iva Traslado	-	-	-	-	-
VENTAS NETAS	18,348,002.90	19,735,111.92	21,540,874.66	24,015,921.16	27,346,929.42

6.4.1. ESTADOS FINANCIEROS

IPAZAM S.A. DE C.V.

ESTADO DE POSICIÓN FINANCIERA INICIAL AL 01 DE ENERO DE 2006

ACTIVO

CIRCULANTE

Caja	\$	-	
Bancos		252,041.21	
IVA Acreditable		65,704.34	
Almacén		-	\$ 317,745.54

ACTIVO FIJO

Equipo Computo	\$	134,293.00	
Mobiliario de Oficina		74,639.13	
Equipo de Oficina		11,214.78	
Equipo de Transporte		217,882.00	
			\$ 438,028.91

TOTAL ACTIVO \$ 755,774.45

PASIVO

CORTO PLAZO

Acreedores Bancarios	\$	-	
----------------------	----	---	--

TOTAL PASIVO \$ -

CAPITAL CONTABLE

Capital Social			
TOTAL CAPITAL CONTABLE	\$	755,774.45	

TOTAL PASIVO + CAPITAL \$ 755,774.45

IPAZAM SA DE CV

Cédula de gastos Fijos y Variables

REQUERIMIENTOS	GASTOS FIJOS	GASTOS VARIABLES	2006	2007	2008	2009	2010
LUZ	LUZ		\$ 6,480.00	\$ 6,969.89	\$ 7,607.63	\$ 8,481.75	\$ 9,658.17
TELÉFONO	TELÉFONO		\$ 6,864.00	\$ 7,382.92	\$ 8,058.46	\$ 8,984.37	\$ 10,230.50
AGUA PURIFICADA	AGUA PURIFICADA		\$ 768.00	\$ 826.06	\$ 901.65	\$ 1,005.24	\$ 1,144.67
CAPASU	CAPASU		\$ 696.00	\$ 748.62	\$ 817.12	\$ 911.00	\$ 1,037.36
PREDIAL	PREDIAL		\$ 360.00	\$ 387.22	\$ 422.65	\$ 471.21	\$ 536.56
COUTAS OBRERO-PATRONAL	COUTAS OBRERO-PATRONAL		\$ 132,712.46	\$ 138,882.95	\$ 145,536.12	\$ 152,399.57	\$ 157,915.45
SUELDOS	SUELDOS		\$ 680,469.85	\$ 712,111.70	\$ 746,221.85	\$ 783,010.58	\$ 822,630.92
DEPRECIACIONES			\$ 68,895.86	\$ 68,895.86	\$ 68,895.86	\$ 68,895.86	\$ 68,895.86
PUBLICIDAD	PUBLICIDAD		\$ 600.00	\$ 645.36	\$ 704.41	\$ 785.35	\$ 894.27
RENTA	RENTA		\$ 36,000.00	\$ 38,721.60	\$ 42,264.63	\$ 47,120.83	\$ 53,656.49
AZÚCAR	AZÚCAR		\$ 200.00	\$ 215.12	\$ 234.80	\$ 261.78	\$ 298.09
CAFÉ	CAFÉ		\$ 150.00	\$ 161.34	\$ 176.10	\$ 196.34	\$ 223.57
LOZA	LOZA		\$ 750.00	\$ 806.70	\$ 880.51	\$ 981.68	\$ 1,117.84
CAFETERA	CAFETERA		\$ 985.00	\$ 1,059.47	\$ 1,156.41	\$ 1,289.28	\$ 1,468.10
FABULOSO	FABULOSO		\$ 960.00	\$ 1,032.58	\$ 1,127.06	\$ 1,256.56	\$ 1,430.84
JABÓN	JABÓN		\$ 192.00	\$ 206.52	\$ 225.41	\$ 251.31	\$ 286.17
ESCOBAS	ESCOBAS		\$ 50.00	\$ 53.78	\$ 58.70	\$ 65.45	\$ 74.52
CUBETAS	CUBETAS		\$ 35.00	\$ 37.65	\$ 41.09	\$ 45.81	\$ 52.17
TRAPEADORES	TRAPEADORES		\$ 60.00	\$ 64.54	\$ 70.44	\$ 78.53	\$ 89.43
PAPEL HIGIÉNICO	PAPEL HIGIÉNICO		\$ 565.00	\$ 607.71	\$ 663.32	\$ 739.54	\$ 842.11
JABÓN LIQUIDO	JABÓN LIQUIDO		\$ 452.00	\$ 486.17	\$ 530.66	\$ 591.63	\$ 673.69
SERVILLETAS	SERVILLETAS		\$ 75.00	\$ 80.67	\$ 88.05	\$ 98.17	\$ 111.78
PLASTICOS	PLASTICOS		\$ 150.00	\$ 161.34	\$ 176.10	\$ 196.34	\$ 223.57
PINTURA	PINTURA		\$ 5,600.00	\$ 6,023.36	\$ 6,574.50	\$ 7,329.91	\$ 8,346.57
RODILLOS	RODILLOS		\$ 120.00	\$ 129.07	\$ 140.88	\$ 157.07	\$ 178.85
BROCHAS	BROCHAS		\$ 125.00	\$ 134.45	\$ 146.75	\$ 163.61	\$ 186.31
TAPETES	TAPETES		\$ 250.00	\$ 268.90	\$ 293.50	\$ 327.23	\$ 372.61
CORTINEROS	CORTINEROS		\$ 6,300.00	\$ 6,776.28	\$ 7,396.31	\$ 8,246.15	\$ 9,389.89
FRANELAS	FRANELAS		\$ 200.00	\$ 215.12	\$ 234.80	\$ 261.78	\$ 298.09
PERSIANAS	PERSIANAS		\$ 4,250.00	\$ 4,571.30	\$ 4,989.57	\$ 5,562.88	\$ 6,334.45
CUADROS	CUADROS		\$ 5,600.00	\$ 6,023.36	\$ 6,574.50	\$ 7,329.91	\$ 8,346.57
MACETAS	MACETAS		\$ 525.00	\$ 564.69	\$ 616.36	\$ 687.18	\$ 782.49
LAMPARAS	LAMPARAS		\$ 2,300.00	\$ 2,473.88	\$ 2,700.24	\$ 3,010.50	\$ 3,428.05
ART. TEMPORADA	ART. TEMPORADA		\$ 3,200.00	\$ 3,441.92	\$ 3,756.86	\$ 4,188.52	\$ 4,769.47
CESTOS P/BASURA	CESTOS P/BASURA		\$ 1,500.00	\$ 1,613.40	\$ 1,761.03	\$ 1,963.37	\$ 2,235.69
BOLSAS PLASTICO	BOLSAS PLASTICO		\$ 540.00	\$ 580.82	\$ 633.97	\$ 706.81	\$ 804.85
Suma de Gastos Fijos			\$ 900,084.31	\$ 944,466.44	\$ 993,782.43	\$ 1,049,157.23	\$ 1,110,070.16
INTERNET		INTERNET	\$ 3,620.00	\$ 3,893.67	\$ 4,249.94	\$ 4,738.26	\$ 5,395.46
PAPELERIA		PAPELERIA	\$ 5,600.00	\$ 6,023.36	\$ 6,574.50	\$ 7,329.91	\$ 8,346.57
MANTO EQ TRANSPORTE		MANTO EQ TRAN	\$ 2,500.00	\$ 2,689.00	\$ 2,935.04	\$ 3,272.28	\$ 3,726.15
GASOLINA		GASOLINA	\$ 6,000.00	\$ 6,453.60	\$ 7,044.10	\$ 7,853.47	\$ 8,942.75
MANTO EQ COMPUTO		MANTO EQ COMP	\$ 3,000.00	\$ 3,226.80	\$ 3,522.05	\$ 3,926.74	\$ 4,471.37
CONSUMIBLES		CONSUMIBLES	\$ 11,750.00	\$ 12,638.30	\$ 13,794.70	\$ 15,379.72	\$ 17,512.88

Suma de Gastos Variables			\$ 32,470.00	\$ 34,924.73	\$ 38,120.34	\$ 42,500.37	\$ 48,395.17
				\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
COMPRAS			\$ 17,557,897.50	\$ 18,885,274.55	\$ 20,613,277.17	\$ 22,981,742.72	\$ 26,169,310.43
FRUTA			\$ 16,683,975.00	\$ 17,945,283.51	\$ 19,587,276.95	\$ 21,837,855.07	\$ 24,866,765.57
Cal agricola			\$ 63,558.00	\$ 68,362.98	\$ 74,618.20	\$ 83,191.83	\$ 94,730.54
Fumigantes			\$ 397,237.50	\$ 427,268.66	\$ 466,363.74	\$ 519,948.93	\$ 592,065.85
Fertilizantes			\$ 413,127.00	\$ 444,359.40	\$ 485,018.29	\$ 540,746.89	\$ 615,748.48
Total Gastos de Operación			\$ 1,001,450.17	\$ 1,048,287.03	\$ 1,100,798.64	\$ 1,160,553.46	\$ 1,227,362.20
Depreciaciones			\$ 68,895.86	\$ 68,895.86	\$ 68,895.86	\$ 68,895.86	\$ 68,896.86
Suma de Gastos Fijos			\$ 900,084.31	\$ 944,466.44	\$ 993,782.43	\$ 1,049,157.23	\$ 1,110,070.16
Suma de Gastos Variables			\$ 32,470.00	\$ 34,924.73	\$ 38,120.34	\$ 42,500.37	\$ 48,395.17
IVA Acreditable de Gastos			\$ 17,609.70	\$ 18,940.99	\$ 20,674.09	\$ 23,049.55	\$ 26,246.52

6.4.2. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

IPAZAM S.A. DE C.V.						
Estado de Resultados						
	2006	2007	2008	2009	2010	
Ventas Netas	\$ 18,348,002.90	\$ 19,735,111.92	\$ 21,540,874.66	\$ 24,015,921.16	\$ 27,346,929.42	
(+) Productos Financieros	-	-	-	-	-	
(+) Otros Ingresos	-	-	-	-	-	
(+) Ganancia Cambiaria	-	-	-	-	-	
(-) Costo de Ventas	\$ 17,557,897.50	\$ 18,885,274.55	\$ 20,613,277.17	\$ 22,981,742.72	\$ 26,169,310.43	
(=) Utilidad (pérdida) Bruta	\$ 790,105.40	\$ 849,837.37	\$ 927,597.49	\$ 1,034,178.44	\$ 1,177,618.99	
(-) Gastos Generales						
Gastos Fijos	\$ 900,084.31	\$ 944,466.44	\$ 993,782.43	\$ 1,049,157.23	\$ 1,110,070.16	
Gastos Variables	32,470.00	34,924.73	38,120.34	42,500.37	48,395.17	
Depreciaciones	68,895.86	68,895.86	68,895.86	68,895.86	68,896.86	
(=) Total de Gastos Generales	1,001,450.17	1,048,287.03	1,100,798.64	1,160,553.46	1,227,362.20	
(+/-) Otros Ingresos / Gastos	-	-	-	-	-	
(=) Resultado Integral de financiamiento	-	-	-	-	-	
Utilidad (pérdida) antes de Impuestos a la utilidad	-\$ 211,344.77	-\$ 198,449.66	-\$ 173,201.15	-\$ 126,375.02	-\$ 49,743.21	
(-) Impuestos a la utilidad	\$ -	-	-	-	-	
ISR	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
PTU	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
IETU	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Utilidad (pérdida) antes de operaciones discontinuadas	-\$ 211,344.77	-\$ 198,449.66	-\$ 173,201.15	-\$ 126,375.02	-\$ 49,743.21	
(+/-) Operaciones Discontinuas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
(=) Utilidad (pérdida) neta	-\$ 211,344.77	-\$ 198,449.66	-\$ 173,201.15	-\$ 126,375.02	-\$ 49,743.21	

VER ANEXO 1

IPAZAM S.A.DE C.V.

Estado de Posición Financiera

	2006	2007	2008	2009	2010
ACTIVO					
CIRCULANTE					
Caja	0	\$ -			
Bancos	\$ 91,982.60	\$ 1,943,487.80	\$ 1,818,508.42	\$ 1,737,979.71	\$ 1,730,886.84
IVA Favor	83,314.04	102,255.03	122,929.12	145,978.67	172,224.19
Inventarios	-	-	-	-	-
TOTAL CIRCULANTE	\$ 175,296.63	\$ 2,045,742.83	\$ 1,941,437.54	\$ 1,883,958.38	\$ 1,903,111.03
ACTIVO FIJO					
Equipo Computo	\$ 134,293.00	\$ 134,293.00	\$ 134,293.00	\$ 134,293.00	\$ 134,293.00
Depreciación Acum. De Eq. Computo	-\$ 26,858.60	-\$ 53,717.20	-\$ 80,575.80	-\$ 107,434.40	-\$ 134,293.00
Mobiliario de Oficina	74,639.13	74,639.13	74,639.13	74,639.13	74,639.13
Depreciación Acum. De Mob. de Oficina	- 4,975.94	-\$ 9,951.88	-\$ 14,927.82	-\$ 19,903.76	-\$ 24,879.70
Equipo de Oficina	11,214.78	11,214.78	11,214.78	11,214.78	11,214.78
Depreciación Acum. De Eq. Oficina	- 747.65	-\$ 1,495.30	-\$ 2,242.95	-\$ 2,990.60	-\$ 3,738.25
Equipo de Transporte	217,882.00	217,882.00	217,882.00	217,882.00	217,882.00
Depreciación Acum. De Eq. Transporte	- 36,313.67	-\$ 72,627.34	-\$ 108,941.01	-\$ 145,254.68	-\$ 181,568.35
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 369,133.05	\$ 300,237.19	\$ 231,341.33	\$ 162,445.47	\$ 93,549.61
TOTAL ACTIVO	\$ 544,429.68	\$ 2,345,980.02	\$ 2,172,778.87	\$ 2,046,403.85	\$ 1,996,660.64
PASIVO					
CORTO PLAZO					
ISR	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
IETU					
TOTAL PASIVO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
CAPITAL CONTABLE					
Capital Social	\$ 755,774.45	\$ 2,755,774.45	\$ 2,755,774.45	\$ 2,755,774.45	\$ 2,755,774.45
Reserva legal					
Utilidades (pérdidas) acumuladas	\$ -	-\$ 211,344.77	-\$ 409,794.43	-\$ 582,995.58	-\$ 709,370.60
Resultado del ejercicio	-\$ 211,344.77	-\$ 198,449.66	-\$ 173,201.15	-\$ 126,375.02	-\$ 49,743.21
TOTAL CAPITAL CONTABLE					
TOTAL PASIVO MÀS CAPITAL	\$ 544,429.68	\$ 2,345,980.02	\$ 2,172,778.87	\$ 2,046,403.85	\$ 1,996,660.64

IPAZAM S.A. DE C.V.

Estado de Variaciones en el Capital Contable

	2006	2007	2008	2009	2010
<u>CAPITAL CONTABLE INICIAL</u>					
Capital Social	\$ 755,774.45	\$ 2,755,774.45	\$ 2,755,774.45	\$ 2,755,774.45	\$ 2,755,774.45
Reserva Legal	-	-	-	-	-
Utilidades Acumuladas	- 211,344.77	- 198,449.66	- 173,201.15	- 126,375.02	- 49,743.21
Perdidas anteriores	-	-	-	-	-
Utilidad del Ejercicio	544,429.68	2,557,324.79	2,582,573.30	2,629,399.43	2,706,031.24

VARIACIONES

<u>SUPERAVIT</u>	\$ -	\$ 1,788,655.23	\$ 1,590,205.57	\$ 1,417,004.42	\$ 1,290,629.40
Capital Social	-	2,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00
Reserva Legal	-	-	-	-	-
Pérdidas anteriores	-	- 211,344.77	- 409,794.43	- 582,995.58	- 709,370.60
<u>DÉFICIT</u>	-\$ 211,344.77	-\$ 409,794.43	-\$ 582,995.58	-\$ 709,370.60	-\$ 759,113.81
Utilidades Acumuladas	-	- 211,344.77	- 409,794.43	- 582,995.58	- 709,370.60
Pérdidas del ejercicio	- 211,344.77	- 198,449.66	- 173,201.15	- 126,375.02	- 49,743.21
<u>CAPITAL INICIAL(+) o (-) VARIACION</u>	544,429.68	557,324.79	582,573.30	629,399.43	706,031.24

CAPITAL CONTABLE FINAL

Capital Social	755,774.45	755,774.45	755,774.45	755,774.45	755,774.45
Reserva Legal	-	-	-	-	-
Utilidades Acumuladas	- 211,344.77	- 198,449.66	- 173,201.15	- 126,375.02	- 49,743.21
Pérdidas Anteriores	-	-	-	-	-
Resultado del periodo	- 211,344.77	- 198,449.66	- 173,201.15	- 126,375.02	- 49,743.21
	544,429.68	557,324.79	582,573.30	629,399.43	706,031.24

IPAZAM S.A. DE C.V.					
Flujo de Efectivo Proyectado	2006	2007	2008	2009	2010
SALDO INICIAL	\$ 252,041.21	\$ 91,982.60	\$ 1,943,487.80	\$ 1,818,508.42	\$ 1,737,979.71
INGRESOS					
Ventas de contado	\$ 18,348,002.90	\$ 19,735,111.92	\$ 21,540,874.66	\$ 24,015,921.16	\$ 27,346,929.42
IVA Favor	-	-	-	-	-
Aportacion	-	2,000,000.00			
TOTAL ENTRADAS	\$ 18,600,044.11	\$ 21,827,094.52	\$ 23,484,362.46	\$ 25,834,429.58	\$ 29,084,909.13
SALIDAS					
Gastos Fijos	\$ 900,084.31	\$ 944,466.44	\$ 993,782.43	\$ 1,049,157.23	\$ 1,110,070.16
Gastos Variables	32,470.00	34,924.73	38,120.34	42,500.37	48,395.17
IVA Acreditable	17,609.70	18,940.99	20,674.09	23,049.55	26,246.52
Compras	17,557,897.50	18,885,274.55	20,613,277.17	22,981,742.72	26,169,310.43
		\$0.00			
TOTAL SALIDAS	\$ 18,508,061.51	\$ 19,883,606.72	\$ 21,665,854.04	\$ 24,096,449.87	\$ 27,354,022.29
SALDO FINAL EFECTIVO	\$ 91,982.60	\$ 1,943,487.80	\$ 1,818,508.42	\$ 1,737,979.71	\$ 1,730,886.84

4.4. INDICADORES FINANCIEROS DEL PROYECTO

Anexo 1

IPAZAM S.A.DE.CV.					
Cédula de Determinación de ISR					
	2006	2007	2008	2009	2010
Ingresos Propios	\$ 18,348,002.90	\$ 19,735,111.92	\$ 21,540,874.66	\$ 24,015,921.16	\$ 27,346,929.42
Comisiones cobradas	-	-	-	-	-
Prestación de servicios	-	-	-	-	-
Gastos de Operación	17,557,897.50	18,885,274.55	20,613,277.17	22,981,742.72	26,169,310.43
Base Gravable	\$ 790,105.40	\$ 849,837.37	\$ 927,597.49	\$ 1,034,178.44	\$ 1,177,618.99
Tasa de ISR	29%	28%	28%	28%	28%
ISR Determinado	\$ -	0	0	0	0
Pagos provisionales	-	-	-	-	-
ISR a Cargo	\$ -				

Anexo2

IPAZAM S.A.DE.CV.					
Cédula de Determinación de IVA					
	2006	2007	2008	2009	2010
Valor de los Actos o actividades Gravadas	\$ 18,348,002.90	\$ 19,735,111.92	\$ 21,540,874.66	\$ 24,015,921.16	\$ 27,346,929.42
Tasa de IVA (%)	0%	0%	0%	0%	0%
IVA trasladado	\$ -	-	-	-	-
Iva Acreditable	\$ 83,314.04	\$ 18,940.99	\$ 20,674.09	\$ 23,049.55	\$ 26,246.52
IVA a Favor	\$ 83,314.04	\$ 18,940.99	\$ 20,674.09	\$ 23,049.55	\$ 26,246.52

IPAZAM S.A. DE.CV.

DETERMINACIÓN DE PAGOS ANUALES DE IETU		2008	2009	2010
CONCEPTO				
	Ingresos Percibidos del periodo	\$ 21,540,874.66	\$ 24,015,921.16	\$ 27,346,929.42
Mas:	Ingresos Acumulados en el Ejercicio	-	-	-
Igual:	Total de Ingresos Percibidos	21,540,874.66	24,015,921.16	27,346,929.42
Menos:	Ingresos Exentos	-	-	-
Igual:	Ingresos Gravados	\$ 21,540,874.66	\$ 24,015,921.16	\$ 27,346,929.42
	Deducciones Autorizadas	\$ 20,822,317.84	\$ 23,206,886.02	\$ 26,416,126.26
Mas:	Deducciones Acumulados en el Ejercicio	-	-	-
Mas:	Deducción adicional por inversiones	-	-	-
Mas:	Deducción por cuentas y documentos por cobrar	-	-	-
Igual:	Deducciones Autorizadas	\$ 20,822,317.84	\$ 23,206,886.02	\$ 26,416,126.26
	Base Gravable	\$ 718,556.82	\$ 809,035.13	\$ 930,803.16
Por:	Tasa del IETU	16.50%	17.00%	17.50%
Igual:	Impuesto Causado	118,562	137,536	162,891
Menos:	Crédito Fiscal	-	-	-
Menos:	Acreditamiento por sueldos y salarios gravados	123,127	133,112	143,960
Menos:	Acreditamiento por aportaciones de seguridad social	24,013	25,908	27,635
Menos:	Crédito Fiscal por inversiones	1,216	1,370	1,370
Menos:	Crédito Fiscal por inventarios	-	-	-
Menos:	Crédito fiscal de deducción inmediata/pérdida fiscales	-	-	-
Menos:	Crédito fiscal sobre pérdidas fiscales/régimen simplificado	-	-	-
Menos:	Acreditamiento de pagos provisionales de isr enterados	-	-	-
Menos:	ISR Retenido	-	-	-
Menos:	Pagos provisionales efectuados	-	-	-
Igual:	Impuestos a Cargo	- 29,795 -	22,854 -	10,075

4.4. INDICADORES FINANCIEROS DEL PROYECTO

Anexo 3

IPAZAM S.A DE .CV					
PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión)					
	2006	2007	2008	2009	2010
INGRESOS DEL PROYECTO	\$18,348,002.90	\$ 19,735,111.92	\$ 21,540,874.66	\$ 24,015,921.16	\$ 27,346,929.42
EGRESOS DEL PROYECTO	17,557,897.50	18,885,274.55	20,613,277.17	22,981,742.72	26,169,310.43
RENTA DEL PROYECTO	\$ 790,105.40	\$ 849,837.37	\$ 927,597.49	\$ 1,034,178.44	\$ 1,177,618.99
GASTO DEL PROYECTO	\$ 932,554.31	\$ 979,391.17	\$ 1,031,902.78	\$ 1,091,657.60	\$ 1,158,465.34
GASTO DE CAPITAL	\$ 438,028.91	\$ 438,028.91	\$ 438,028.91	\$ 438,028.91	\$ 438,028.91
IMPUESTOS	-	-	-	-	-
FLUJO DE CAJA DE LA INVERSIÓN.	-\$ 580,477.82	-\$ 567,582.71	-\$ 542,334.20	-\$ 495,508.07	-\$ 418,875.26

PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión)

El tiempo que se llevará la empresa en recuperar el monto de la inversión inicial en Activos Fijos y aportaciones de Capital, es mayor a la proyección de 5 años que se muestran, cabe mencionar, que se está dentro de un mundo globalizado y los precios pueden cambiar a favor de la misma y por ende elevar las ventas y así pronosticar una recuperación en un tiempo menor al estimado.

