



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE
MÉXICO
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
CUAUTILÁN

ELABORACIÓN Y EVALUACIÓN DE UN PROYECTO
DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA
COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS
NATURALES

T É S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTAN:
ANA LUISA GUTIÉRREZ MEJÍA
INDRA ALFONSINA PELLÓN CARRILLO

ASESOR: C.P. GUSTAVO ARMANDO RODRÍGUEZ
MEDINA

COASESOR: M.A. JOSÉ FILEMÓN MONDRAGÓN
DOMÍNGUEZ



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

ÍNDICE

Introducción.....	1
Objetivos.....	6

Capítulo 1 La administración y sus generalidades

1.1 Administración

1.1.1 Concepto de administración.....	9
1.1.2 Historia de la administración.....	13
1.1.3 Proceso administrativo.....	23

1.2 Áreas funcionales de la administración

1.2.1 Recursos humanos	
1.2.1.1 Concepto de Recursos Humanos.....	29
1.2.1.2 Comunicación efectiva.....	30.
1.2.1.3 Sistemas de administración de recursos humanos.....	34
1.2.2 Finanzas	
1.2.2.1 Concepto de Finanzas.....	46
1.2.2.2 Evolución de las finanzas.....	49
1.2.2.3 Campo de acción de las finanzas.....	55

1.2.3	Mercadotecnia	
2.2.3.1	Concepto de Mercadotecnia.....	57
2.2.3.2	Ventajas de la función de Mercadotecnia	60
2.2.3.3	Objetivos de la función de Mercadotecnia.....	61
2.2.3.4	Funciones de la mercadotecnia.....	71
1.2.4	Producción	
1.2.4.1	Concepto de Producción.....	85
1.2.4.2	Factores de producción.....	86
1.2.4.3	Costos de producción.....	89
1.2.4.4	Sistemas de producción.....	94
1.2.4.4.1	Tipos de sistemas de producción.....	95

Capítulo 2. ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

2.1 Concepto de Administración Financiera.....	99
2.2 Objetivos de la Administración Financiera.....	100
2.3 Administración del capital de trabajo.....	103
2.4 Costo de capital.....	107

Capítulo 3. PROYECTOS DE INVERSION

3.1 Fundamentos de los proyectos de inversión	
3.1.1 Concepto y origen de proyectos de inversión.....	111
3.1.2 Tipos de Proyectos de Inversión.....	116
3.1.3 Proceso de Inversión.....	117
3.1.4 Métodos de evaluación de proyectos de inversión	122
3.1.4.1 Periodo de Recuperación.....	122
3.1.4.2 Tasa de Rendimiento Contable.....	123
3.1.4.3 Valor Presente Neto.....	124

3.1.4.4 Tasa Interna de Rendimiento.....	130
3.1.4.5 Árboles de decisión.....	132
3.1.4.6 Razones Financieras.....	133
3.2 Estados Financieros	
3.2.1 Principales.....	142
3.2.2 Secundarios.....	150

Capítulo 4. CASO PRÁCTICO

4.1 Estudio de Mercado

4.1.1 Descripción del producto.....	157
4.1.2 Análisis de la demanda.....	159
4.1.3 Análisis de la oferta.....	176
4.1.4 Análisis de precios y comercialización.....	179

4.2 Estudio Técnico

4.2.1 Localización.....	184
4.2.2 Tamaño de la planta.....	185
4.2.3 Proceso de Comercialización...	186

4.3 Estudio financiero

4.3.1 Presupuesto de inversión.....	187
4.3.2 Presupuesto de ingresos.....	188

4.3.3 Presupuesto de egresos.....	188
4.3 Evaluación del proyecto.....	188
Conclusiones.....	194
Bibliografía.....	196

DEDICATORIAS.

A Dios.

Por darme la oportunidad de llegar a uno de los momentos más importantes en mi vida.

A mis padres María Luisa y José Lauro.

Por darme un ejemplo de superación día a día, por sus consejos y su apoyo en algún momento incomprendido, por su valor para salir adelante a pesar de las adversidades, por ser mi apoyo para llegar a este día tan importante pero sobre todo por su amor y confianza, esto es para ustedes!!!

LOS AMO.

A mis hermanos Laura y Jorge.

Porque siempre he contado con ustedes cuando lo necesito, por las alegrías y las peleas que hemos pasado y que han provocado que nos unamos más, esto también va para ustedes....

LOS ADORO.

AGRADECIMIENTOS

A Indra y a su familia.

Mi gran amiga, compañera de tesis y cómplice en todo momento, gracias por tu apoyo y por tu confianza, por estar ahí cuando más lo necesitaba, por escucharme y darme tu opinión en el momento adecuado, te quiero!

Gracias a su familia por todo el apoyo que he recibido incondicionalmente.

A mis amigos.

Por su apoyo en todo momento, por las alegrías que pasamos durante la carrera, por el gran equipo que formamos y por estar ahí siempre, mil gracias!!!! Los quiero y los extraño.....

A mis maestros.

Gracias por su apoyo y por la sabiduría que me transmitieron durante la carrera, en especial a Lic. Gustavo Armando Rodríguez Medina por el apoyo recibido durante toda la carrera, por su amistad y por estar ahí siempre que lo necesitaba pero también por su apoyo incondicional para la realización de esta tesis.

A la Universidad Nacional Autónoma de México y en especial a la Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán porque me dieron la oportunidad de formar parte de ellas.

A las personas que formaron parte de todo este proceso y que me alentaban día a día a superarme, a seguir adelante con nuevos retos y con nuevas ilusiones, que creyeron y confiaron en mí, y que nunca me dejaron sola, a todos ustedes les digo SI SE PUEDE Y YO LO LOGRE

Ana Luisa Gutiérrez Mejía

DEDICATORIA

A mis padres, porque además de amor, comprensión y cariño me han dado principios y herramientas para poder llegar a donde me proponga.

Mami, gracias por confiar en mi y por ayudar en la idea y construcción de este proyecto.

Gracias por los consejos y respuestas a tantas preguntas que han servido para formarme como persona y profesionalista. No encuentro las palabras que puedan describir lo que significa para mí haber llegado a este punto de mi vida. Solo me queda darle gracias a Dios por haberme puesto en el camino de dos personas tan maravillosas, inteligentes y bellas como ustedes. Los amo

A mi hermana, gracias por haber dedicado tiempo de tu vida a acompañarme, por ser una guía y contribuir día a día con lo que hoy soy. Te amo.

AGRADECIMIENTOS

Son muchas las personas especiales a las cuales me gustaría agradecer su apoyo, compañía, consejos y amistad. Personas que han dejado huella en mi vida en cada una de sus etapas.

Gracias a mis compañeros de universidad, de trabajo y de vida que saben el esfuerzo puesto para llegar a este punto, hemos luchado juntos los últimos 4 años y espero de verdad podamos seguir luchando por ser mejores cada día.

A Ana, que juntas nos esforzamos para culminar este logro lleno de emociones, anécdotas y muchos momentos de desvelos.

A las personas que me han servido de ejemplo para poder seguir adelante, a ti tía Mary que en todo momento que he necesitado me has apoyado.

A ti que has permanecido cerca de mí, gracias por tu apoyo incondicional y por enseñarme a ser fuerte.

A mis maestros por contribuir con experiencias y conocimientos que me forman hoy como profesionista y como persona.

A la Universidad Nacional Autónoma de México por contribuir en mi formación académica y por brindarme la oportunidad de concluir con una etapa mas de mi vida.

Indra Alfonsina Pellón Carrillo

INTRODUCCIÓN

La presente investigación servirá para dar a conocer un proyecto de inversión para una Comercializadora de productos naturales que sirvan como tratamiento alternativo no medicamentoso para el control de la diabetes y así disminuir los problemas sociales que conlleva la complicación de pacientes que padecen esta enfermedad.

En el capítulo I hablaremos de manera breve sobre las generalidades de la administración lo cual es de utilidad a manera de recordatorio de los principios y conocimientos básicos que como administradores debemos conocer para poder emprender cualquier tipo de proyecto.

El capítulo II habla de la Administración Financiera la cual tiene dos funciones básicas, el financiamiento y las inversiones, el objetivo principal de la administración financiera es buscar que los recursos de una organización sean lucrativos y líquidos.

El capítulo III se plantea el concepto y los orígenes de proyectos de inversión, algunos métodos de evaluación

de proyectos de inversión y un punto muy importante que debe tomarse en cuenta al tomar decisiones sobre inversión, la inflación.

El Estudio de Mercado servirá para determinar si se debe o no seguir adelante con el proyecto. Veremos la oferta y la demanda de productos para diabéticos en el mercado así como las proyecciones correspondientes.

El Estudio Técnico nos servirá para definir el lugar para establecer el punto de venta, asimismo se muestra el tipo de instalaciones requeridas y la cantidad de personal para la puesta en marcha.

En el Estudio Financiero se mostrarán el costo total para la puesta en marcha de la comercializadora. Asimismo realizaremos el estudio especificando el uso de créditos y los períodos de pago del mismo. Se realizará la Evaluación Económica del Proyecto lo cual nos dará la información necesaria para aceptar o rechazar el proyecto.

La diabetes es un desorden del metabolismo, es aquella situación en la que los niveles de azúcar (o glucosa)

en la sangre están aumentados. A la glucosa que circula por la sangre se le llama glucemia.

Todas las células del cuerpo necesitan energía para estar en activo, mantener las funciones vitales (como el latido cardíaco, movimientos digestivos, respiración...) y además mantener la temperatura corporal y los movimientos musculares. La glucosa es la principal fuente de energía para el cuerpo humano.

La glucosa entra en el organismo con los alimentos. Con la digestión, a lo largo del tubo digestivo se pone en marcha una cadena de transformaciones químicas que convierte los alimentos en nutrientes y estos en elementos más pequeños.

Para entrar dentro de las células y ser utilizada como energía, la glucosa necesita la mediación de la insulina. La insulina es como la llave que, encajada en la cerradura, abre la puerta de las células.

La insulina es una hormona del aparato digestivo que tiene la misión de facilitar que la glucosa que circula en la sangre penetre en las células y sea aprovechada como energía.

La insulina se produce en el páncreas, concretamente en las células beta pancreáticas.

El fenómeno llamado transición demográfica el cual comenzara a afectar a nuestro país en el año 2010 consiste en que el grueso de la población estará integrada por personas mayores de 60 años.

Por lo tanto la población económicamente activa se vera en la necesidad de soportar todos los gastos que generan problemáticas propias de la edad la transición epidemiológica, discapacidad, dependencia. En la actualidad la población mayor de 60 años es el 9% de la población total y de ese 9%, más del 60% padece diabetes sin contar a diabéticos juveniles

OBJETIVO

Por medio de ésta investigación, se pretende elaborar un proyecto para la creación de una comercializadora de productos naturales.

CAPÍTULO

I

LA ADMINISTRACIÓN Y SUS GENERALIDADES

1.3 Administración

- 1.3.1 Concepto de administración
- 1.3.2 Historia de la administración
- 1.3.3 Proceso administrativo

1.4 Áreas funcionales de la administración

- 1.4.1 Recursos humanos
 - 1.2.1.1 Concepto de Recursos Humanos
 - 1.2.1.2 Comunicación efectiva
 - 1.2.1.3 Sistemas de administración de recursos humanos

1.4.2 Finanzas

1.2.2.1 Concepto de Finanzas

1.2.2.2 Evolución de las finanzas

1.2.2.3 Campo de acción de las finanzas

1.4.3 Mercadotecnia

2.2.3.1 Concepto de Mercadotecnia

2.2.3.2 Ventajas de la función de Mercadotecnia

2.2.3.3 Objetivos de la función de Mercadotecnia

2.2.3.4 Funciones de la mercadotecnia

1.4.4 Producción

1.2.4.1 Concepto de Producción

1.2.4.2 Factores de producción

1.2.4.3 Costos de producción

1.2.4.4 Sistemas de producción

1.2.4.4.1 Tipos de sistemas de producción

1.1 Administración

1.1.1. Concepto de administración

La administración aparece desde que el hombre existe en la tierra y comienza a trabajar en sociedad, de tal manera que cuando el ser humano deja de ser un nómada, surgen las primeras asociaciones a fin de sobrevivir y dividirse el trabajo. La palabra administración se forma del prefijo “ad”, hacia y de “ministratio” esta última viene a su vez de “minister”, vocablo compuesto de “minus”, comparativo de inferioridad; indica una función que se desarrolla bajo el mando de otro, de un servicio que presta.

Algunos autores la definen como:

Wilburg Jiménez Castro : “Es una ciencia compuesta de principios, técnicas y prácticas, cuya aplicación a conjuntos humanos permite establecer sistemas racionales de esfuerzo cooperativo a través de los cuales se pueden alcanzar propósitos comunes que individualmente no se pueden lograr en los organismos sociales.”

Fremont E. Kast: “Es la coordinación de hombres y recursos materiales para la consecución de objetivos organizacionales, lo que se logra por medio de cuatro elementos:

- 1) Dirección hacia objetivos
- 2) A través de la gente
- 3) Mediante técnicas
- 4) Dentro de una organización

E.F.L. Brech: “Es un proceso social que lleva consigo la responsabilidad de planear y regular en forma eficiente las operaciones de una empresa, para lograr un propósito dado”

J.D. Mooney: “Es el arte o técnica de dirigir e inspirar a los demás, con base en un profundo y claro conocimiento de la naturaleza humana”. Y contrapone esta definición con la que da sobre la organización como: “la técnica de relacionar los deberes o funciones específicas en un todo coordinado”.

Koontz and O’Donnell: consideran la Administración como: “La dirección de un organismo social, y su efectividad en alcanzar sus objetivos, fundada en la habilidad de conducir a sus integrantes”.

Henry Fayol (considerado por muchos como el verdadero padre de la moderna administración), dice que

“administrar es prever, organizar, mandar, coordinar y controlar”.

F.M. Fernández Escalante: “Es el conjunto de principios y técnicas, con autonomía propia, que permite dirigir y coordinar la actividad de grupos humanos hacia objetivos comunes”.

A. Reyes Ponce: “Es un conjunto sistemático de reglar para lograr la máxima eficiencia en las formas de estructurar y manejar un organismo social”.

Podremos decir que la administración, es el proceso mediante el cual se diseña y se mantiene un entorno en el que, trabajando en grupos, los individuos cumplan eficientemente los objetivos específicos.

Esta definición básica debe ampliarse. Cuando se desempeñan como administradores, los individuos deben ejercer las funciones administrativas de: planeación, organización, dirección y control.

- La administración se aplica a todo tipo de organizaciones.
- Se aplica a administradores de todos los niveles organizacionales.

- La intención de todos los administradores es la misma: generar un superávit.
- La administración persigue la productividad, lo que implica la eficacia y la eficiencia.

Al estudiar la administración es de gran utilidad dividirla en cuatro funciones: planeación, organización, dirección y control; en torno a las cuales pueden agruparse los conocimientos que se hallan en la base de estas funciones. Es por ello que los principios, conceptos, teorías y técnicas de la administración se organizan en estas cuatro funciones.

1.1.2. Historia de la administración

El hombre ha aplicado la administración de modo consciente e inconsciente. Infinidad de hechos históricos demuestran que, desde sus orígenes, el ser humano tuvo necesidad de organizarse para poder alcanzar algún objetivo, por lo que se estableció en grupos para poder protegerse del medio ambiente.

Desde el momento en que las personas tuvieron que hacer una tarea ardua o pesada, como cazar, mover una roca o recolectar sus alimentos, los hombres necesitaron de la ayuda mutua para lograr lo que deseaban. Y en la medida

en que la tarea era más difícil, requirieron una mejor organización. Surgieron ahí los líderes que dirigían las operaciones, como la caza de un mamut o la construcción de una pirámide, en grupos más evolucionados.

China

El gran filósofo Confucio sentó las primeras bases de un buen gobierno en China, a pesar de que nunca estuvo satisfecho de lo que habían aportado con tal fin en los diferentes cargos que desempeñó, desde el magistrado local hasta primer ministro.

Otros contemporáneos de Confucio se empezaron a interesar en los asuntos administrativos y de ellos Micius o Mo-ti fundó 500 años antes de Jesucristo, una rama de la misma escuela, que difería en aspectos filosóficos más que en principios.

A través de varios siglos los chinos tuvieron un sistema administrativo en orden, con un servicio civil bien desarrollado y una apreciación bastante satisfactoria sobre muchos de los problemas modernos de la administración pública.

Egipto

El tipo de administración refleja una coordinación con un objetivo previamente fijado, el factor humano ya tenía cargos especiales, es decir, contaba con un arquero, colectores de miel, marineros; algo importante de esta organización es que ya se contaba con un fondo de valores para los egipcios que se obtenía de los impuestos que el gobierno cobraba a sus habitantes, con el fin de después duplicarlo al comercializarlo por otros objetos.

Su sistema administrativo era bastante amplio, que ha sido clasificado por Weber como “burocrático”. Debido a los medios de comunicación marítima fluvial, así como el uso comunal de la tierra, fue necesario que tales servicios y bienes fueran administrados de manera pública y colectiva, a través del gran poder del gobierno central.

El sistema de los Ptolomeos tuvo gran influencia en la administración de Filadelfia, puesto que en ella también la agricultura, el pastoreo, la industria y el comercio fueron conducidos dentro de los iguales marcos de rigidez.

Roma

El espíritu de orden administrativo que tuvo el imperio romano hizo que se lograra, a la par de las guerras y conquistas, la organización de las instituciones de manera satisfactoria. El estudio de esos aspectos se puede dividir en

las dos etapas principales por las cuales paso la evolución romana, a saber; la república y el imperio.

Sin embargo, deben estudiar también la monarquía y la autocracia militar. La primera época de la república comprendió a roma como ciudad y la segunda a su transformación en imperio mundial, y es justamente este último periodo el que puede ser de mayor interés de estudio por el ejemplo administrativo que ha dado. Cuando vino el imperio, y este extendió sus dominios el sistema consular tuvo que transformarse en el proconsular que trato de lograr una prolongación de la autoridad de consensual. Fue así como estos y los pretores recibían una extensión del territorio bajo su tutela, después de un año de trabajo y pasaban así a tener jurisdicción sobre una provincia, bien como cónsules o como pretores.

Entre las limitaciones mayores que se le apuntan a los sistemas administrativos romanos está la era de ampliación que tuvo la forma de gobierno de la ciudad de roma al imperio, y también la reunión de las labores ejecutivas como las judiciales, a pesar de que se reconoce que fueron aislados los conflictos de autoridad que se presentaron por equivocadas concepciones entre los derechos y los deberes particulares. Ello se subsano por la disciplina que tuvieron

en su organización jurídica, la cual ha servido de pilar fundamental a la concepción del derecho.

Grecia

La aportación que dio Grecia a la administración es grande y fue gracias a sus filósofos como:

- Sócrates: como una extensión de su pensamiento, hoy podemos afirmar que, en las organizaciones modernas, el empleado y el operativo conocen ciertas causas de los procesos mejor que los directivos, aunque estos últimos tengan una visión global más precisa.
- Platón: en su obra “La República” pretendió formular un modelo de organización social gobernada por una aristocracia de filósofos y sabios, a los que se prohibía acumular riqueza, por ser esta contraria a la naturaleza de la bondad y la virtud. Se inclinó por el régimen aristocrático, en el que los gobernantes deben ser filósofos y entender a la contemplación del bien.
- Aristóteles: su aportación más discutida en administración, es donde distingue los conceptos de estado y gobierno y plantea la necesidad de separar

la autoridad del estado en tres poderes: legislativo, ejecutivo y judicial.

La Edad Media

El feudalismo

El señor feudal administraba la justicia, dirigía la policía, recaudaba los impuestos y acuñaba la moneda. Su autoridad y, en ciertos casos, su papel protector se ejercía sobre sus vasallos y sobre la masa de campesinos, que constituían en ese entonces al elemento esencial de la población. Entre estos últimos, algunos eran libres, y otros dependían directamente del señor.

Las constantes luchas a favor del poder hacen creer que la administración de la edad media era insuperable pues solo con una buena organización rápida y eficiente de tipo social, política, económica y religiosa se pudo haber salido de los problemas bélicos. Al final de la edad media es cuando más énfasis se nota en la administración pues se forman los gremios y la larga industria.

Antecedentes históricos de la administración en México

Época precolombina

Desde hace 7000 años ya había grupos que dejaron la vida nómada para establecerse en puntos determinados del territorio, cultivando algunos productos y domesticando animales como el perro y el guajolote. El cultivo de maíz, que empezó hace 400 años, ocasiono la aparición de ciertas prácticas económicas y administrativas de interés, como la fabricación de tejidos y cerámica para el autoconsumo. Con el tiempo, los productos del trabajo agrícola y fabril llevaron a los hombres a la especialización regional y al intercambio. Este desarrollo provoco la aparición de clases sociales: nobles, religiosos, comerciantes, agricultores y hasta siervos de las otras clases. Asimismo, se produjeron guerras por el dominio de unos sobre otros.

Los aztecas fueron la resultante de muchos pueblos antecesores, básicamente toltecas y teotihuacanos. Entre ellos existía una organización estatal desarrollada, ya que contaban con administración judicial, ejercito, caminos, políticas y sistemas de educación. Su organización político-

administrativa evoluciono desde una oligarquía primitiva hasta una monarquía absoluta.

El estado azteca tenía un sistema de impuestos desarrollado, ya que cobraba gabelas en especie: productos agrícolas, mantas, productos de barro. Contaba con almacenes de depósito y en casos de miseria extrema se distribuían los productos entre la población.

Época colonial

Los españoles tuvieron sistemas administrativos eficaces durante la Colonia. Imitaron la organización de España, lo que genero graves complicaciones, ya que las costumbres de los pueblos y culturas americanos en muchos aspectos eran antagónicas con las peninsulares.

El primer virrey de la Nueva España fue Antonio de Mendoza. El territorio se dividió para fines administrativos en corregimientos, a cargo de un corregidor. A su vez, los corregimientos se subdividían en mayorazgos, a cargo de un mayor, los mayorazgos se componían de alcaldías, gobernadas por doce regidores las grandes, y seis las de menor categoría. En ambos casos se delegaban los acuerdos en un síndico, quien realizaba las labores ejecutivas del ayuntamiento.

Los mayores fueron sustituidos por gobernantes de provincia. Posteriormente, al fin de la época colonial, fueron reemplazados por intendentes. Muchos ayuntamientos fueron suplidos por delegados, quienes dependían a su vez del poder central absoluto.

México independiente

El siglo XIX se caracterizó por la inestabilidad administrativa de los gobiernos, ya que entre centralistas y republicanos se arrebataban el poder. No había un proyecto nacional claro y las principales corrientes ideológicas (clero, logias escocesas y yorquinas) se debatían constantemente para imponer su proyecto nacional.

El porfiriato

Se produjeron importantes impulsos a la industrialización de nuestro país. Se introdujo el ferrocarril, la electricidad, el teléfono y muchas fábricas de capital extranjero. Predominó un liberalismo económico muy severo que permitió los abusos relatados por la historia de la época, entre otras cosas, de la revolución mexicana.

Revolución industrial

Como consecuencia de la lucha armada iniciada en 1910 surge la nueva Constitución, la cual, por medio de su artículo 123 establece las nuevas estructuras de las relaciones laborales, y da origen al sindicalismo mexicano. En 1938, al expropiarse las compañías petroleras de capital extranjero, nuestro país adquiere su independencia económica. En aquel momento concurren diversos hechos que impulsaron la industrialización del país.

1.1.3. Proceso administrativo

La tarea del administrador a todos los niveles y en todo tipo de empresa consiste en crear y mantener un ambiente adecuado en el que los individuos, trabajando en grupo, pueden llevar funciones y objetivos establecidos. El administrador tiene la responsabilidad de tomar las acciones necesarias que permitan a los individuos hacer mejores contribuciones a los objetivos colectivos.

A continuación hablaremos de la clasificación de las funciones básicas de un administrador: planeación, organización, dirección y control.

Planear es decidir con anticipación que se debe de hacer, como hacerlo, donde y quien lo hará; es el puente que va

desde el lugar en donde estamos hasta el lugar a donde queremos llegar en un futuro deseado.

La organización es la parte de la administración que comprende el establecimiento de una estructura internacional de papeles para las personas de la empresa. Esto es la determinación de las actividades necesarias para alcanzar los objetivos, la agrupación de estas actividades en departamentos o secciones, la asignación de esos grupos de actividades a un administrador. La delegación de autoridad para llevarlas a cabo y la provisión de las actividades de coordinación, autoridad e información horizontal y vertical en la estructura organizacional.

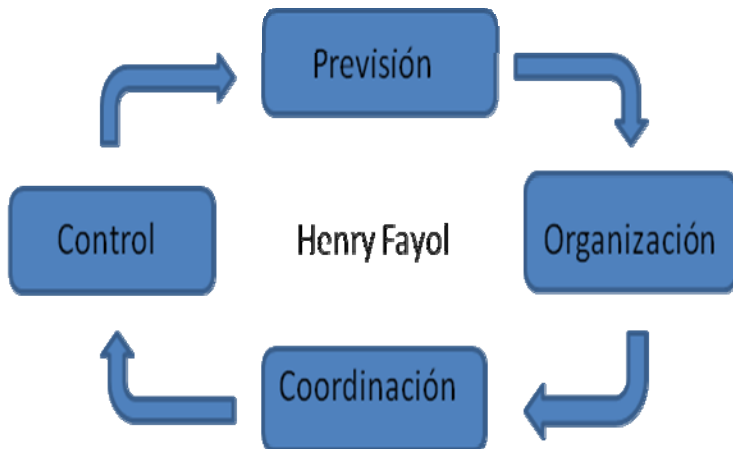
Dirección (Dirigir) es influir en las personas para que trabajen con entusiasmo y lograr los objetivos de la organización y de grupo, lo que está relacionado con el aspecto predominantemente interpersonal de la administración.

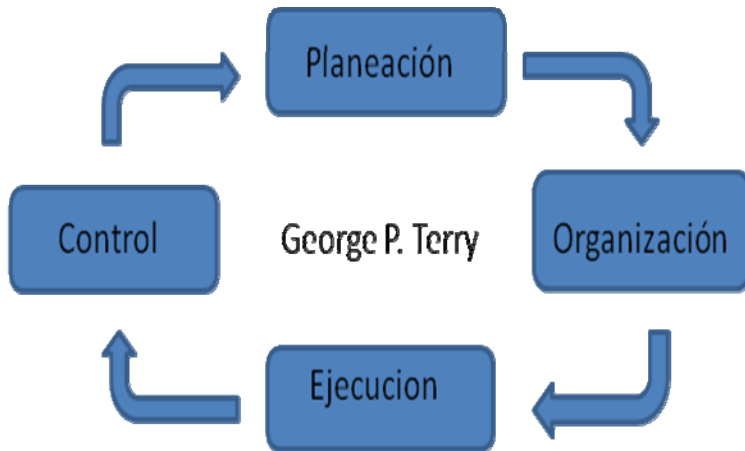
Los administradores superiores involucran en sus subordinados una aguda apreciación de las tradiciones, objetivos y políticas de las empresas. Los subordinados se familiarizan con la estructura de la organización, con las

relaciones interdepartamentales de actividades y personalidades, y con sus deberes y autoridad.

Control es la medición y corrección de las actividades de los subordinados para asegurar que los eventos se ajustan a los planes. Mide el desempeño en relación con las metas y los planes, muestra en donde existen desviaciones y, al poner en movimiento las acciones para corregirlas, contribuye a asegurar el cumplimiento de los planes

Diversos criterios del proceso administrativo:







1.2 Áreas funcionales de la administración

1.2.1 Recursos Humanos

1.2.1.1 Concepto de Recursos Humanos

En la [administración de empresas](#), se denomina recursos humanos al trabajo que aporta el conjunto de los empleados o colaboradores de esa [organización](#). Pero lo más frecuente es llamar así a la función que se ocupa de seleccionar, contratar, formar, emplear y retener a los colaboradores de la organización. Estas tareas las puede desempeñar una persona o departamento en concreto (los profesionales en Recursos Humanos) junto a los directivos de la organización.

El objetivo básico que persigue la función de Recursos Humanos con estas tareas es alinear las políticas de RRHH con la [estrategia](#) de la organización, lo que permitirá implantar la estrategia a través de las personas.

“La administración de Recursos Humanos es el proceso administrativo aplicado al acrecentamiento y conservación del esfuerzo, las experiencias, la salud, los conocimientos, las habilidades, de los miembros de la organización en beneficio del individuo de la propia organización y del país en general.”¹

¹ Finanzas 1 básicas Instituto Mexicano de Contadores Públicos, Primera edición, Abril 2005

“Lograr que las cosas se hagan a través de otros”²

1.2.1.2 Comunicación efectiva

Consiste en el proceso de emisión y recepción de mensajes dentro de una compleja [organización](#). Dicho proceso puede ser interno, es decir, basado en relaciones dentro de la organización o de forma externa. Si la organización se trata de una [empresa](#), la comunicación distingue tres sistemas:

- Operacionales (se refiere a tareas u operaciones)
- Reglamentarios (órdenes e instrucciones)
- Mantenimiento (relaciones públicas, captación y publicidad)

La comunicación dentro de una empresa adquiere un carácter jerárquico, basado en órdenes y mandatos, aceptación de políticas, etc. Es por ello que hay que destacar la importancia de la relación individual frente a las relaciones colectivas y la cooperación entre directivos o altos mandos y trabajadores. La efectividad y buen rendimiento de una empresa depende plenamente de una buena comunicación organizacional. Así pues, la

² Administración Teoría y Aplicaciones, Rue y Byars, Alfa Omega 1994

comunicación organizacional estudia las formas más eficientes dentro de una organización para alcanzar los objetivos esperados y proyectar una buena imagen empresarial al público externo. Hay diversos tipos de comunicación efectiva:

1. Comunicación vertical

La comunicación vertical puede ser ascendente o descendente. La comunicación descendente tiene lugar cuando las jerarquías superiores de la organización transmiten mensajes a niveles inferiores. Esta relación no se basa exclusivamente entre directivos y trabajadores, sino también entre gerentes y directivos. Las prácticas de este tipo de comunicación pueden ser órdenes (procesos administrativos), instrucciones (políticas o reglas), etc.

2. Comunicación horizontal

La comunicación horizontal es aquella que se establece entre miembros de un mismo nivel jerárquico. Pueden ser entre departamentos, grupos o de forma individual, no hay presencia de autoridad y sirven para agilizar la estructura organizacional. Ese tipo de información se puede obtener a través de juntas, informes, asambleas, etc.

3. Comunicación formal

La comunicación formal es aquella que se efectúa y transmite por canales concebidos para que sea recibida por un público y que responda a unos objetivos o pretensiones. Sirve para llevar a cabo una mayor eficacia organizacional.

4. Comunicación informal

La comunicación informal fluye dentro de la organización sin canales preestablecidos y surge de la espontaneidad de los empleados. Se le da alto nivel de credibilidad y suele estar relacionada con asuntos personales acerca de individuos o grupos de la organización. Este tipo de comunicación es conocida popularmente como “rumores” y sirve para que los altos niveles jerárquicos conozcan las condiciones personales de los empleados y del entorno de la empresa.

En definitiva, el estudio de la comunicación organizacional está cada vez más en auge y la experiencia afirma que las organizaciones que la llevan a cabo presentan una mayor efectividad laboral, mayor emotividad dentro de la organización y mejores resultados productivos.

1.2.1.3. Sistema de Administración de recursos Humanos

Forman una [interfaz](#) entre la gestión de recursos humanos y la tecnología de [información](#). Esto combina los RRHH y en particular sus actividades administrativas con los medios puestos a su disposición por la informática, y se refieren en particular a las actividades de planificación y tratamiento de datos para integrarlos en un único sistema de gestión.

Puesta en práctica del sistema de información

Primeramente, el Recurso Humano es el material más importante de las organizaciones, Las personas que manejan el Departamento de RRHH, son los que trabajan directamente o pueden ser consultores o asesores externos donde el objetivo es distribuir apropiadamente en el puesto de trabajo adecuado según el perfil del aspirante, el segundo paso es acoplar la cultura de la organización con los intereses de cada empleado, por medio de herramientas de evaluación, entrevistas y observaciones se mejoran las relaciones interpersonales, se detectan las necesidades de adiestramiento, se estudia constantemente los valores y la congruencia de los valores individuales y los de la

organización, se proponen diariamente en un ajuste creativo estrategias para una mayor productividad, y efectividad.

Nóminas

El modelo de [nómina](#) automatiza la gestión del sueldo reuniendo los datos del trabajador sobre su trabajo, asistencia, calculando las deducciones e [impuestos](#), la cotización social y generando periódicamente la orden de pago. Permite también generar datos y estadísticas para el conjunto del personal relativo a estos datos. Sistemas sofisticados pueden establecer transacciones de cuentas por pagar, de la deducción de empleado o producir cheques. El módulo de nómina envía la información al libro de [contabilidad](#) general.

Gestión de las prestaciones de trabajo

El módulo de gestión de las prestaciones de trabajo permite evaluar la información de tiempo/trabajo de cada empleado. El análisis de los datos permite una mejor distribución de trabajo. Este módulo es un ingrediente clave para establecer capacidades de contabilidad analítica de los costes de organización positiva.

Gestión de las prestaciones sociales

El módulo de gestión de las prestaciones sociales permite a los profesionales de recursos humanos administrar lo mejor posible las prestaciones sociales, obligatorias o no, como el seguro enfermedad, el de accidentes de trabajo, o los sistemas de [jubilaciones](#) complementarios.

Gestión de recursos humanos

El módulo de gestión de recursos humanos cubre otros aspectos de los RRHH, incluye menos particularidades legales y está más enfocado a una política de gestión. El sistema registra datos de dirección, selección, formación y desarrollo, capacidades, dirección de habilidades y otras actividades relacionadas. Se administran aquí los datos personales (edad, dirección, familia...), las competencias y títulos, las formaciones seguidas, los niveles de salario, el registro de los datos del currículum vitæ.

Indicadores de productividad

Para evaluar la productividad de cada empleado, es necesario cuantificar el tiempo y las actividades que

generan resultados positivos dentro de la organización. Esto se vuelve muy complicado sobre todo en las empresas de servicios donde se producen bienes intangibles. En estos casos es necesario "medir" las actividades de cada uno de los empleados, separar las actividades "Productivas" (Aquellas que están directamente relacionadas con la empresa) de las "Personales" (Aquellas que no tienen relación directa con la empresa). De esta manera se puede cuantificar el costo real (horas hombre) que le toma a cada uno de ellos realizar sus labores, así como las herramientas que utilizan para alcanzar los objetivos.

Planificación De Plantillas

Podemos considerar la planificación de las plantillas como el conjunto de medidas que, basadas en el estudio de antecedentes relacionados con el personal y en los programas y previsiones de la organización, tienden a determinar, desde el punto de vista individual y general, las necesidades humanas de una industria en un plazo determinado, cuantitativa y cualitativamente, así como su coste

Fines

Los fines que persigue la planificación de personal son los siguientes:

- Utilizar lo mejor posible los recursos humanos de la empresa, bajo criterios de coste, dentro de un buen clima de trabajo, mediante el conocimiento del potencial humano de la misma, general e individualmente considerado, que permita fijar unas políticas de promoción y de formación, y un aprovechamiento óptimo del personal.
- Asegurar el adecuado suministro de personal directivo, técnico y de cualquier otro tipo, necesario para llevar a cabo los objetivos de desarrollo planificados siguiendo la tendencia de potenciar al personal existente con la antelación adecuada y no recurriendo al mercado exterior salvo necesidad comprobada.
- Conseguir que el personal se sienta más satisfecho, al saber que es periódicamente valorado y tenido en cuenta para los puestos que se vayan creando o que queden vacantes, de superior responsabilidad.
- Combinar los ascensos de personal y la actividad de formación y desarrollo de los mandos, con el

planning de acciones de largo, medio y corto plazo de la empresa.

- Integrar la actividad de planificación del personal dentro de la planificación general, a fin de que los datos y consideraciones que pueda aportar sean utilizados por las previsiones sectoriales restantes (marketing, recursos financieros, inversiones, producción, etc.) y al revés.
- Colaborar con la empresa en la obtención de beneficios.
- Prever estrategias y tácticas para los casos de ampliación o reducción del negocio.

Selección De Personal

Es la primera cuestión que en relación con el personal se le plantea a la empresa; selección que ha de darse tanto para la entrada del personal en la empresa como para afectar el personal admitido a los distintos puestos de trabajo a cubrir.

El proceso de selección de personal es aquel en el que se decide si se contratará o no a los candidatos encontrados en la búsqueda realizada previamente. Esta selección tiene distintos pasos:

- Determinar si el candidato cumple con las competencias mínimas predeterminadas para el puesto de trabajo
- Evaluar las competencias relativas de los candidatos que pasaron la etapa anterior, por medio de evaluaciones técnicas y/o psicológicas
- Asignar un puntaje a las evaluaciones efectuadas en el punto anterior.
- En función del puntaje, decidir a quién se le ofrecerá el puesto.

Quando se planifica este proceso se debe tener en cuenta la importancia de la confiabilidad en los instrumentos de medición de las capacidades de los posibles candidatos, como los títulos obtenidos, la trayectoria laboral, entrevistas, etc. Así como también la validación entre los resultados de las evaluaciones a las cuales se les asignó un puntaje y la habilidad concreta para hacer el trabajo. Para realizar el proceso de selección de personal se deben diseñar distintas pruebas y tests confiables donde el postulante demuestre si es capaz de realizar el trabajo. A su vez, estos instrumentos deben validarse en cuanto a los contenidos de conocimientos que los postulantes deben tener y en cuanto a la práctica, en la aplicación de esos contenidos. De esta forma se puede

resaltar que no es posible que un método de selección sea válido si no es confiable.

Política salarial

La política salarial es el conjunto de orientaciones, basadas en estudios y valoraciones, encaminadas a distribuir equitativamente las cantidades presupuestadas para retribuir al personal en un período de tiempo determinado, de acuerdo con los méritos y eficacia de cada uno.

En general, la retribución percibida varía con arreglo a la dificultad del puesto de trabajo, con la oferta y la demanda, con la habilidad, responsabilidad y educación requerida para su ejercicio, etc. Estas generalizaciones son ciertas, pero no sirven para aplicarlas a casos concretos y obtener retribuciones específicas.

Para ello, se han creado varios sistemas de evaluación:

- Sistema de graduación de puestos: supone que varias personas, por lo general en reuniones de comité, evalúen las descripciones de los puestos de trabajo y los gradúen en orden de importancia para

la empresa. Entonces, se fijan las retribuciones de algunos puestos dentro de la escala y se interpolan los restantes.

- Sistema de clasificación: implica la implantación de grados o clases de trabajos en los cuales se ajustan los puestos. Se usa poco en la empresa y sí en cambio, en la Administración Pública y en las Fuerzas Armadas.
- Sistema de comparación de factores: Consiste en evaluar cinco factores para cada puesto: requisitos mentales, pericia, requisitos físicos, responsabilidades y condición de trabajo.

Una vez determinadas las cantidades monetarias para cada factor, se puede determinar el sueldo sumando todas esas cantidades para obtener la retribución total.

- Sistema de puntos: es el método más común. Se analizan los puestos evaluando la cantidad de pericia, esfuerzo, responsabilidad, condiciones del puesto etc., involucrados en cada uno de ellos. En vez de usar cantidades monetarias para determinar la valoración de cada factor, como se hace en el sistema de comparación de factores, se utilizan puntos para determinar esas ponderaciones.

Los objetivos de los rrhh

Los objetivos son los que guían la función de la administración de los recursos humanos

- **Objetivos corporativos:** (Cumplir con las obligaciones legales, proporcionar prestaciones, relaciones entre el sindicato y la empresa) La función del departamento consiste en contribuir al éxito de los supervisores y gerentes mediante el apoyo y la asesoría que brinda.
- **Objetivos funcionales:** (planeación, selección evaluación ubicación, retroalimentación) Cuando la administración del personal no se adecúa a las necesidades de la organización se desperdician recursos de todo tipo.
- **Objetivos sociales:** Reducir al máximo las tensiones o demandas negativas que la sociedad pueda ejercer sobre la organización.
- **Objetivos personales:** (evaluación, ubicación retroalimentación) Además de contribuir al objetivo común de alcanzar las metas de la organización, el

Departamento de RRHH debe apoyar las aspiraciones de quienes componen la empresa.

1.2.2 Finanzas

1.2.2.1 Concepto de Finanzas

El término finanzas proviene del [latín](#) "finis", que significa acabar o terminar. Las finanzas tienen su origen en la finalización de una transacción económica con la transferencia de recursos financieros (con la transferencia de [dinero](#) se acaba la transacción)

Algunos autores definen las finanzas como:

“Es la disciplina, mediante el auxilio de otras, tales como la contabilidad, el derecho y la economía, trata de optimizar el manejo de los recursos humanos y materiales de la empresa, de tal suerte que, sin comprometer su libre administración y desarrollo futuros, obtenga un beneficio máximo y equilibrado para los dueños o socios, los trabajadores y la sociedad.”

Castro Ortega, Alonso (2003) Introducción a las finanzas, México Mc Graw Hill pág. 7

“Es la rama de la economía que se relaciona con el estudio de las actividades de inversión tanto en activos reales como en activos financieros y con la administración de los mismos”

Ochoa Setzer Guadalupe (2006) Administración Financiera, México Mc Graw Hill pág. 4

“Es la disciplina que, mediante el auxilio de otras tales como la contabilidad, el derecho y la economía, trata de optimizar el manejo de los recursos humanos y materiales de la empresa, de tal suerte que, sin comprometer su libre administración y desarrollo futuros, obtenga un beneficio máximo y equilibrado para los dueños o socios, los trabajadores y la sociedad.”³

“Es el área donde se estudian las técnicas y procedimientos para planear, organizar y organizar la obtención y la utilización opima de los recursos monetarios, provenientes de fuentes internas y externas de una organización, así como la estructura y funcionamiento de los mercados financieros, para lograr su mejor

³ Introducción a las Finanzas, Ortega Castro, Alfonso, McGraw Hill 2008

aprovechamiento en el cumplimiento de los objetivos de la organización.”⁴

1.2.2.2 Evolución de las finanzas

Las finanzas surgieron como una rama de estudio independiente, a principios de 1900, de ellas destaco el análisis relacionado con el aspecto legal de las fusiones, la formación de las nuevas empresas y los tipos de instrumentos que las empresas podían emitir para obtener el capital.

Siglo XIX

Se dice que fue la edad dorada de las finanzas. La revolución industrial trajo fuertes demandas de inversiones de capital. Se formaron nuevas compañías, en gran número, para explotar nuevas tecnologías. Las acciones preferentes

⁴ Apartado desarrollado según las definiciones establecidas por el Seminario de Investigadores de la FCA, de la UNAM y publicadas en la revista Contaduría y Administración, No. 190, con el nombre “Proyecto de definición de las áreas del conocimiento de la Contaduría y Administración”

se desarrollaron en la primera mitad del siglo, y la responsabilidad limitada para los accionistas de sociedades anónimas fue común en la segunda mitad. Las tasas de interés a largo plazo permanecieron bastantes bajas a pesar de la demanda de dinero. La intervención del papel moneda en el siglo XVIII combinado con grandes descubrimientos de oro, mantuvo la oferta de dinero en expansión, mientras que los rápidos incrementos de la productividad mantuvieron las tasas de inflación bajas.

Durante este periodo se establecieron las grandes instituciones financieras: bancos de ahorros, sociedades de construcción y asociaciones de crédito cooperativo. Los bancos comerciales estuvieron, casi exclusivamente, comprometidos con los asuntos de negocios de sus clientes.

Siglo XX

Según Van Horne, las finanzas de la empresa surgieron como un campo de estudio independiente al de la economía a principios de este siglo. Esto significa que es en este siglo cuando se empiezan a crear teorías que explican, exclusivamente, los hechos financieros. Esto también nos indica que no existían teorías que explicaran las finanzas

como tales, sino que las teorías que se desarrollaban respondían a la economía en general.

Para determinar cual seria la perspectiva teórica de las finanzas, es necesario analizar la evolución que han tenido desde que se estudian como campo específico. Es por ello que nos remontamos al año 1900 en que se inicia una tendencia por emitir grandes volúmenes de valores de renta fija y renta variable.

En la década de los veinte, el estudio de las finanzas se orientó a la liquidez y al financiamiento de las empresas, la atención se centraba más en el financiamiento externo que en la administración interna. A finales de esta década se acrecentó el interés por el análisis de los valores, de las acciones comunes y el banquero inversionista era considerado una figura importante para el estudio de las finanzas corporativas de la época.

La depresión de los años treinta obligó a centrar el estudio y la teoría de las finanzas a las cuestiones defensivas de la supervivencia. Se habló de preservar la liquidez de quiebras, de liquidaciones y de reorganización.

Los problemas surgidos en esta década, como fueron los abusos en el endeudamiento, los fracasos de

múltiples empresas y las formas fraudulentas en que fueron tratados los inversionistas, provocaron que creciera la demanda de regulaciones y, en consecuencia, la teoría financiera. Con las regulaciones acompañadas de un control gubernamental, aumento la información financiera que deben conocer las empresas, lo que provoco que el análisis financiero fuera más amplio.

En la década de 1940, las finanzas se orientaron más hacia el financiamiento externo, con una orientación hacia los flujos de efectivo, que hacia la toma de decisiones desde el interior de la empresa.

A principios de la década de 1950 se desarrollaron modelos de valuación para auxiliar la toma de decisiones financieras. Estos modelos tenían como propósito la evaluación critica de la estructura de capital y de la política de dividendos del negocio, con respecto a la evaluación en su conjunto.

En la década de 1960 se desarrollo la teoría de la cartera de valores (Portafolio Theory) que había sido presentada en 1952 por Markowitz. Esta teoría dice que el riesgo de un activo individual no se debe juzgar a través de las desviaciones del rendimiento que se espera, sino con

base en su contribución marginal al riesgo global de un portafolio de activos.

En 1970 se perfeccionó el modelo de fijación de precios de los activos de capital. Se mencionaba que parte del riesgo del negocio crecía de importancia para los inversionistas, ya que este se podía diluir en los portafolios de las acciones en su poder. En esta misma década surgió una de las aportaciones de mayor relevancia, ya que en el año de 1973 Black y Scholes formularon el modelo de fijación de precios de opciones para la evaluación relativa de los derechos financieros.

La década de 1980 se caracterizó por mejorar la precisión de la teoría financiera. A raíz de la incertidumbre financiera a nivel mundial surgieron grandes avances intelectuales en la valuación de las empresas.

Los años noventa se destacan por la globalización de las finanzas y el constante aumento de la generación de riqueza. La teoría financiera propone integrar a los mercados financieros mundiales. Las últimas dos décadas se han caracterizado por una gran volatilidad de la inflación, los tipos de cambio y las tasas de interés.

En los inicio de este siglo XXI se seguirá hablando de globalización de las finanzas y los cambios surgirán cada vez con mayor prontitud. Sin embargo, las teorías financieras ya no se pueden enfocar exclusivamente a la generación de la riqueza, sino que deberán orientarse al servicio del hombre.

1.2.2.3. Campo de acción de las finanzas

Las finanzas se dividen en tres grandes áreas:

- Inversiones
- Instituciones y mercados financieros
- Finanzas corporativas o administración financiera de las empresas.

INVERSIONES

Esta rama de las finanzas estudia básicamente, como hacer y administrar una inversión en activos financieros, y

en particular que hacer con un excedente de dinero cuando se desea invertirlo en el mercado financiero.

El área de inversiones, además de involucrar al inversionista como principal proveedor de los recursos para iniciar la operación de una empresa o ampliar su capacidad actual, implica la búsqueda de la mejor combinación de activos financieros para poder invertir los fondos excedentes de una persona física o moral.

INSTITUCIONES Y MERCADOS FINANCIEROS

Son empresas que se especializan en la venta, compra y creación de títulos de crédito. La labor de estos es transformar los activos financieros de una forma a otra. Los mercados financieros son los espacios en los que actúan las instituciones financieras para comprar y vender títulos de crédito, como acciones, obligaciones o papel comercial y este se conoce como mercado de valores. Las instituciones financieras están involucradas en el manejo de activos fijos.

FINANZAS CORPORATIVAS O ADMINISTRACIÓN FINANCIERA DE LAS EMPRESAS.

La administración financiera de las empresas estudia 3 aspectos:

- La inversión en activos reales (inmuebles, equipo, inventarios, etc.); la inversión en activos financieros (cuentas y documentos por cobrar), y las inversiones de excedentes temporales de efectivo;
- La obtención de los fondos necesarios para las inversiones en activo.
- Las decisiones relacionadas con la reinversión de las utilidades y e reparto de dividendos.

Las empresas son entidades económicas independientes que poseen activos – efectivo, cuentas por cobrar, inventarios, equipo- que ha adquirido gracias a las aportaciones de sus dueños, que son los accionistas y al financiamiento de los acreedores.

1.2.3 Mercadotecnia

1.2.3.1 Concepto de mercadotecnia

Para Philip Kotler, autor del libro "Dirección de Mercadotecnia":

"La mercadotecnia es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes"

“Es un conjunto de actividades que desarrolla una empresa en el ámbito de su mercado, orientadas a satisfacer necesidades y deseos del consumidor y, así mismo, para contribuir al mejoramiento de los niveles de vida en general”⁵

“La mercadotecnia incluye a individuos y organizaciones que realizan funciones orientadas a satisfacer los deseos humanos al facilitar las relaciones de intercambio. La información que sigue clarifica esta definición”.⁶

“Es el proceso de planeación, ejecución y conceptualización de precios, promoción y distribución de

⁵ Mercadotecnia programada, Principios y aplicaciones para orientar la empresa hacia el mercado, Salvador Mercado 2da edición.

⁶ Mercadotecnia, conceptos y practicas modernas, William F. Schoell, Prentice- Hall Hispanoamericana S.A. 1991

ideas, mercancías y términos para crear intercambios que satisfagan objetivos individuales y organizacionales.”

American Marketing Association

“La Mercadotecnia es un sistema global de actividades de negocios proyectadas para planear, establecer el precio promover y distribuir bienes y servicios que satisfacen deseos de clientes actuales y potenciales.”

William Stanton

1.2.3.2 Ventajas de la función de mercadotecnia

Los investigadores sociales tienen diferentes puntos de vista sobre el significado y valor social de la mercadotecnia. La mayoría de ellos conviene en que la mercadotecnia es esencial, tanto para el fabricante como para el consumidor, cuando la sociedad ha llegado a la etapa de producción masiva y desempeña un papel todavía más importante en la "sociedad afluyente."

Contribuye de forma directa a las ventas de los productos de una organización, además de crear

oportunidades para realizar innovaciones en los mismos. Esto permite satisfacer de manera más completa las cambiantes necesidades de los consumidores y proporciona mayores utilidades a la empresa, lo que ayuda no solo a la supervivencia de los negocios particulares, sino también al bienestar de la economía en general. La falta de utilidades dificulta la adquisición de materias primas, nuevas contrataciones de empleo, atracción de un mayor capital y, por ende, el fabricar más productos que satisfagan otras necesidades.

1.2.3.3 Objetivos de la función de mercadotecnia

Para una mejor comprensión y teniendo en cuenta que la mercadotecnia tiene una amplia diversidad de objetivos, vamos a dividirlos y organizarlos en dos grandes grupos: 1) Objetivos primarios o generales y 2) Objetivos específicos.

- **Objetivos primarios o generales:**
Dentro de ésta categoría superior de objetivos se encuentran aquellos que benefician a la empresa en su conjunto, como:

Identificar oportunidades de mercadotecnia:
Es decir, "detectar" aquellas situaciones en las que existe posibilidades de que la empresa obtenga una utilidad o beneficio al satisfacer una o más necesidades y/o deseos.

- Identificar mercados rentables en los que la incursión de la empresa sea factible: Luego de identificar las oportunidades de mercadotecnia, la mercadotecnia tiene como objetivo identificar mercados que por sus características (tamaño, ubicación, predisposición a satisfacer sus necesidades y/o deseos, capacidad económica, número de competidores, etc.) tengan altas probabilidades de ser rentables para la empresa, pero, considerando que la incursión y la permanencia sea factible, lo cual, depende de la capacidad financiera, de producción, distribución, etc.
- Lograr una buena participación en el mercado: En otras palabras, y como se dice en la jerga mercadotécnica, conseguir una buena "tajada del pastel", y en lo posible,

lograr la "tajada más grande" o el liderazgo en el mercado. Lograr este objetivo es muy importante porque ayuda, además de lograr buenos volúmenes de venta y de consolidarse en el mercado, a lograr una buena reputación ante los ojos de clientes, proveedores, socios, inversores, competidores, etc., porque se transmite una imagen de que "algo se está haciendo bien" como para lograr que una buena parte del mercado esté adquiriendo el producto de la empresa en vez de otros de la competencia.

- Lograr un crecimiento acorde a la realidad del mercado y al ciclo de vida del producto: Uno de los principales objetivos de la mercadotecnia es lograr un crecimiento sostenido en las ventas (en unidades y valores). Dicho en otras palabras, lograr que la empresa venda más unidades y obtenga más ingresos económicos con relación a un periodo de tiempo anterior, por ejemplo, el 2007 con relación al 2006 o el segundo trimestre del 2007 con relación al segundo

trimestre del 2006, etc. Claro que debe considerarse que este objetivo de la mercadotecnia guarda estrecha relación con la realidad del mercado y con el ciclo de vida del producto (introducción, crecimiento, madurez y declinación) por lo que es recomendable comparar el crecimiento obtenido o que se desea obtener con el crecimiento real del mercado.

- Lograr utilidades o beneficios para la empresa: Este es un objetivo crucial de la mercadotecnia porque todos los anteriores objetivos, si bien son importantes, no son suficientes como para olvidar que la empresa existe para obtener una utilidad o beneficio. Por tanto, los mercadólogos deben estar conscientes de que todos los objetivos que se puedan lograr, están condicionados al hecho de conseguir utilidades para la empresa, caso contrario, no habría un éxito real, sino un fracaso.

- Objetivos específicos:

Para que la mercadotecnia pueda lograr sus objetivos primarios o generales necesita lograr una serie de objetivos específicos, entre los que se encuentran:

- Obtener información actualizada y fidedigna: Se refiere al hecho de adquirir conocimientos actualizados y precisos acerca de lo que está sucediendo en el mercado (por ejemplo, con los clientes, la competencia, entre otros), el entorno, etc., de manera tal, que se puedan tomar decisiones con la menor incertidumbre posible. Para ello, la mercadotecnia debe realizar constantemente una actividad fundamental que se conoce como: investigación de mercados.
- Conceptualizar productos y/o servicios que satisfagan necesidades y/o deseos de los clientes: En la actualidad, la mercadotecnia tiene el objetivo de lograr que los productos que la empresa produce, distribuye y pone a la venta, no sean fruto de la casualidad o el capricho de alguien, sino que estén

diseñados y elaborados para satisfacer necesidades y/o deseos del mercado meta.

- Lograr una óptima distribución del producto y/o servicio: Es decir, que se debe lograr que el producto y/o servicio esté en las cantidades y condiciones adecuadas, y en los lugares y momentos precisos en el que los clientes lo necesitan o desean.
- Fijar un precio que los clientes estén dispuestos a pagar y tengan la capacidad económica para hacerlo: Este es un objetivo clave porque como se recordará, el precio es la única herramienta de la mezcla de mercadotecnia que produce ingresos. Por ello, este objetivo tiene su enorme complejidad, especialmente al momento de fijar un precio que sea aceptado por el mercado meta y que al mismo tiempo produzca una determinada utilidad o beneficio para la empresa.
- Lograr que las actividades de promoción cumplan con su objetivo de informar, persuadir y/o recordar: Luego de que se tiene

conceptualizado un producto y/o servicio, con un precio aceptado por el mercado y que está disponible en los lugares y momentos precisos, es el momento de enfocarse en lograr que el público objetivo o clientes meta, conozcan la existencia del producto, sus características, ventajas y beneficios, el dónde lo pueden adquirir y el porqué deben hacerlo. Para ello, las herramientas de la promoción (publicidad, venta personal, promoción de ventas y relaciones públicas) deben cumplir al menos con tres objetivos básicos: Informar, persuadir y recordar.

- Ingresar Exitosamente en los Mercados: Esto significa que la mercadotecnia tiene el importante objetivo de introducir en el mercado productos y/o servicios que: 1) han sido conceptualizados conforme a las necesidades y/o deseos de los clientes, 2) se les ha fijado un precio que los clientes estén dispuestos a pagar y puedan hacerlo, 3) se ha logrado que estén en las cantidades adecuadas y en el lugar y momento en que los clientes lo necesitan y/o desean, y 4) se

los ha promocionado de forma tal que los clientes recuerdan su marca, sus principales características, ventajas y/o beneficios, y además, sienten la necesidad y/o deseo de adquirirlo.

- Captar nuevos clientes: Se entiende por captación de nuevos clientes al acto de lograr que aquellos clientes meta que nunca compraron un determinado producto o servicio, lo hagan en un momento determinado. Cabe señalar, que este objetivo es muy importante para que una empresa incremente sus volúmenes de venta y sus beneficios.
- Fidelizar a los clientes actuales: Se refiere a lograr la simpatía y la preferencia de los clientes actuales para que elijan las marcas de la empresa en lugar de otras de la competencia.
- Lograr la satisfacción de los clientes: Es decir, lograr que las expectativas de los clientes sean cubiertas e incluso superadas con el producto y/o servicio.

- Lograr que el Servicio a los Clientes Sea Excelente: Uno de los objetivos más importantes de la mercadotecnia es el de lograr que los clientes tengan una experiencia positiva con el producto y/o servicio, con la finalidad de que éstos vuelvan a adquirirlo en un futuro cercano y/o lo recomienden a sus familiares, amigos y conocidos. Por ello, es el deber del departamento de mercadotecnia el planificar, implementar y monitorear las diferentes acciones que se realizan en la empresa para servir con excelencia a los clientes.
- Entregar valor a los clientes en lugar de productos: Este objetivo está muy relacionado con la conceptualización del producto y/o servicio y la fijación de precios, debido a que el «valor» está relacionado con todos los beneficios que obtiene el cliente con el producto y/o servicio versus el precio o todos los costos que implica su adquisición. Por ello, se viene divulgando con mucha asertividad que las empresas exitosas no entregan productos a

cambio de una ganancia, sino más bien: Valor a cambio de una utilidad, y este es un objetivo que le corresponde lograr a la mercadotecnia.

1.2.3.4 Funciones de la mercadotecnia

Las funciones son las actividades que salvan la distancia, el tiempo y la posición y que por lo general separan a los participantes en una relación de intercambio. Al enlazar las actividades contenidas en tales conceptos, la mercadotecnia crea utilidad y facilita el proceso de intercambio.

Según Laura Fischer y Jorge Espejo, las principales funciones de la mercadotecnia, son:

- La investigación de mercado: Ésta función implica la realización de estudios para obtener información que facilite la práctica de la mercadotecnia, por ejemplo, para conocer quiénes son o pueden ser los consumidores o clientes potenciales, identificar sus características (qué hacen, dónde compran, porqué, dónde están localizados, cuáles son sus ingresos, etc.), determinar sus necesidades o deseos y el grado de predisposición que tienen para satisfacerlos, etc.

- Decisiones sobre el producto: Ésta función está relacionada con el diseño del producto, en cuanto a su variedad, calidad, diseño, marca, envase y características; en síntesis, todo aquello con lo que se pretenderá satisfacer las necesidades o deseos del grupo o mercado meta para el que fue creado. En este punto, cabe recordar que un producto es cualquier ofrecimiento que puede satisfacer una necesidad o deseo y podría ser una de las diez ofertas básicas: Bienes, servicios, experiencias, eventos, personas, lugares, propiedades, organizaciones, información e ideas.
- Decisiones de precio: Ésta función implica la fijación de un precio que sea conveniente por una parte, para el mercado meta (para que pueda adquirirlo) y por otra, para la empresa u organización (para que perciba utilidades).
- Distribución o Plaza: Ésta función es la que se encarga de establecer las bases para que el producto llegue del fabricante al consumidor, por ejemplo, mediante un sistema de distribución directa (del productor al cliente final) o indirecta (cuando existe al menos un nivel de intermediarios).

- Promoción: Esta función de la mercadotecnia, se encarga de: 1) Dar a conocer el producto al mercado meta, 2) persuadirlo para que lo adquiera o 3) recordarle la existencia de un producto que ya conoce. En este punto, cabe recordar que las principales herramientas de la mezcla o mix de promoción son: La venta personal, la publicidad, la promoción de ventas, las relaciones públicas y el marketing directo.
- Venta: Ésta función implica la realización de toda actividad que genere en los clientes el último impulso hacia el intercambio. Es en este punto, donde se hace efectivo el esfuerzo de las actividades anteriores.
- Posventa: Ésta función está relacionada con toda actividad (por lo general, servicios) que se realiza después de la venta para asegurar la plena satisfacción del cliente. La premisa de ésta función es: "Lo importante no es vender una vez, sino permanecer en el mercado (en este punto se analiza nuevamente el mercado con fines de retroalimentación"

Tipos de Mercado, Desde el Punto de Vista Geográfico

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 intercambio 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

Los tipos de mercado desde el punto de vista del cliente, se dividen en:

- 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.
- 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. 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.

- 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:
 - Mercado de Competencia Monopolística: Es aquel donde existen muchas empresas que venden productos similares pero no idénticos.
 - 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.
- Mercado de Monopsonio: Monopsonio viene de las palabras griegas Monos = Solo y Opcioncion = Idea de compras. Este tipo de mercado se da 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 demandada 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:

- Duopsonio: Se produce cuando dos compradores ejercen predominio para regular la demanda
- Oligopsonio: Se da cuando los compradores son tan pocos que cualquiera de ellos puede ejercer influencia sobre el precio.
- 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, cazatalentos, 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 Recursos

Según Philip Kotler, autor del libro "Dirección de Mercadotecnia", el mercado de recursos, se divide en: 1) Mercado de materia prima, 2) mercado de fuerza de trabajo, 3) mercado de dinero y otros.

- 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 los Grupos de No Clientes

Según Philip Kotler, existe un tipo de mercado que abarca a grupos de no clientes, por ejemplo:

- 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.

1.2.4 Producción

1.2.4.1 Concepto de producción

El concepto de producción se puede definir según diversos puntos de vista:

Producción, desde el punto de vista económico es la elaboración de productos (bienes y servicios) a partir de los factores de producción (tierra, trabajo, capital,) por parte de las empresas (unidades económicas de producción), con la finalidad de que sean adquiridos o consumidos por las familias (unidades de consumo) y satisfagan las necesidades que éstas presentan.

Producción, desde la perspectiva técnica, se define como la combinación de una serie de elementos (factores de producción), que siguen una serie de procedimientos definidos previamente (tecnología) con la finalidad de obtener unos bienes o servicios (producto).

Producción, desde la perspectiva funcional-utilitaria, es un proceso mediante el cual se da valor a las cosas, se crea utilidad a los bienes, es decir, se les aporta un valor añadido.

“La actividad humana encaminada a la utilización de las reservas y de la fuerza de la naturaleza con el fin de crear bienes la designamos con el termino de producción; en cuanto a los bienes obtenidos por medio de tal actividad, los llamamos productos”.⁷

1.2.4.2 Factores de producción

Son todos aquellos elementos que contribuyen a que la producción se lleve a cabo. Tradicionalmente se han agrupado en: tierra, trabajo, capital y organización o habilidad empresarial.

Tierra: en su sentido más amplio se refiere a los recursos naturales que pueden ser transformados en el proceso de producción: tierra, agua, minerales, vegetales, animales, etc.

Trabajo: es el desgaste físico y mental de los individuos que se incorporan en el proceso productivo. El trabajo también se define como la actividad humana mediante la cual se

⁷ Fianzas I básica, Instituto Mexicano de Contadores Públicos, Primera edición, Abril 2005.

transforma y adapta la naturaleza para la satisfacción de sus necesidades.

Capital: son los bienes para producir otros bienes. Son aquellos recursos económicos susceptibles de reproducirse y que ayudan en el proceso productivo; están constituidos por las inversiones en maquinaria, equipo, mobiliario, instalaciones, edificios, etc.

El capital debe ser considerado bajo tres aspectos: técnico, financiero y jurídico. En el plano técnico, el capital es el conjunto de bienes que, en vez de ser consumidos directamente, sirven para aumentar la producción de otros bienes. En el plano financiero, el capital es la suma necesaria para la compra de factores originales de producción. En sentido jurídico, el capital está constituido por los derechos relativos a los bienes que representan los medios técnicos de producción.

Organización: también llamada actividad empresarial, es el conjunto de actividades encaminadas a la dirección, organización, sistematización y conducción para llevar a cabo el proceso productivo.

Relación entre estos factores

Para realizar la producción se necesita la combinación de los factores económicos, pero solo las

actividades que utilizan recursos naturales provenientes de la tierra (minerales, petróleo, productos agrícolas) realizan una combinación de los cuatro factores productivos.



El costo es un concepto relativo, pues está compuesto por consumos ciertos. Algunas actividades de producción, como la producción industrial y el comercio, utilizan el trabajo, el capital y la habilidad empresarial en forma más intensiva; los recursos naturales que provienen de la tierra se usan muy poco en estas actividades.

La forma en cómo se combinan los diferentes factores de la producción reciben el nombre de las relaciones técnicas de la producción, depende del grado de técnica alcanzado por una sociedad en un momento

determinado y de la actividad empresarial que se aplique en una unidad económica dada.

Las relaciones técnicas de producción se llevan a cabo durante el proceso de producción, que es el conjunto de procesos específicos de trabajo.

1.2.4.3 Costos de Producción

Todo proceso productivo implica el consumo de unos factores para la obtención del producto o servicio. Por ello, llamamos coste de producción al valor monetario de los diferentes factores consumidos en la producción de un bien o prestación de un servicio. Por tanto, el coste no se produce hasta que no se efectúa el consumo y se cuantifica en términos monetarios.

valorados al precio pagados por ellos y consumos cuya certeza y valoración no es tan exacta ya que no pueden ser calculados con precisión y debe hacerse una estimación (por ejemplo: el consumo o desgaste de una máquina empleada en el proceso productivo).

La empresa necesita conocer, con la mayor exactitud posible, la magnitud del coste, pues este nos

indica el sacrificio económico que a de hacer la empresa para obtener los productos o servicios que el mercado solicita, para determinar el rendimiento de los factores y de la empresa en general.

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS:

Los costes se pueden clasificar atendiendo a diferentes criterios:

1. Según su relación con la cantidad producida:
 - Costes fijos (CF): Son aquellos que para un determinado volumen de producción no varían, aunque varíe la cantidad de producto obtenida. Son costes independientes del número de productos fabricados. Son característicos del corto plazo. Se producen por el mero hecho de existir la empresa, se generan en muchos casos aunque la empresa no produzca nada.
Ejemplo: gastos mínimos de agua, luz, teléfono, mantenimiento de las máquinas.
 - Costes variables (CV): Aquellos que varían en función del volumen de producción, crecen al crecer

la producción. Ejemplo: materias primas, mano de obra directa. Su expresión es:

$$CV = CV_u * Q$$

c) Costes totales (CT): Resulta ser la suma de los costes fijos y los costes variables.

$$CT = CF + CV = CF + CV_u * Q$$

2. Según su relación con el producto:

- Costes directos: Son aquellos que están directamente implicados en la elaboración del producto y, por tanto, se pueden asociar perfectamente al producto o al centro (lugar) en el que ha originado el coste .ejemplo: materias primas, envases.
- Costes indirectos: Son aquellos de los que no se puede saber con exactitud cuanto ha consumido cada producto, no puede asociarse perfectamente al producto y, por tanto, habrá que imputarlos a los productos o centros de coste atendiendo a algún criterio que la empresa considere adecuado. Ejemplo: coste administración, desgaste de las máquinas.

3. Por otra parte, todas las actividades que se realizan a lo largo del proceso productivo pueden agruparse en distintos centros o lugares de coste. Estos costes son:

- Costes del centro de aprovisionamiento: Recoge las actividades desarrolladas desde la solicitud de pedido de materiales a proveedores hasta la incorporación de estos al proceso de fabricación. Son los costes de aprovisionamiento y almacenamiento.
- Costes del centro de transformación: Abarca todo el proceso de fabricación del producto hasta el almacenamiento de los productos acabados o terminados. Se generan los costes de transformación: mano de obra, consumo de energía, amortización de los equipos.
- Costes del centro de comercialización: Comprende todas las funciones encaminadas a la venta del producto. Consisten en los costes de transporte y publicidad.

- Costes del centro de administración: agrupa las tareas de dirección, organización y gestión del proceso productivo. Consisten en los costes de administración: tales como gestión de cobros y pagos, personal de administración y dirección.

1.2.4.4. Sistemas de Producción

Proporcionan una estructura que facilita la descripción y la ejecución de un proceso de búsqueda. Un sistema de producción consiste de:

- Un conjunto de facilidades para la definición de reglas.
- Mecanismos para acceder a una o más bases de conocimientos y datos.
- Una estrategia de control que especifica el orden en el que las reglas son procesadas y las forma de resolver los conflictos que pueden aparecer cuando varias reglas coinciden simultáneamente.
- Un mecanismo que se encarga de ir aplicando las reglas.

1.2.4.4.1 Tipos de sistemas de producción

Existen dos tipos de producción: la transformación y el comercio; la primera incluye a empresas que transforman la materia prima ya industrializada en un producto terminado, el comercio se trata de empresas que venden bienes o servicios, es decir, compran productos para después comercializarlos. Para que un sistema de producción funcione correctamente debe contar con elementos vitales tales como: capital, mano de obra y materiales; entendemos por capital a los recursos que la empresa posee (equipo de transporte, mobiliario de oficina, producción en proceso, inventarios, maquinaria, construcciones, productos terminados, etc.).

La mano de obra es el esfuerzo humano para fines de producción, ésta es primordial para una alta calidad productiva; los materiales, por su parte, forman parte de la materia prima que se emplea para dar forma al bien. El sistema de producción cuenta con principios básicos para que el mismo se considere eficiente, estos son: mecanización, división del trabajo, especialización, estandarización y automatización. Lo que la mecanización hace es que el proceso productivo se lleve a cabo con el

recurso de una menor mano de obra humana, ahorrando tiempo y otorgando una mayor precisión en la producción; la división del trabajo consiste en dividir las tareas de forma tal que ningún empleado termine completamente un producto, es así como se da lugar a la especialización. El obrero se especializa en realizar sólo una tarea pero posee como gran desventaja no alentar su creatividad y tornar su trabajo en una tarea monótona y rutinaria; por último tenemos la estandarización, aquí se someten los proyectos a patrones y modelos referentes a características como las medidas y procedimientos.

Un sistema de producción tiene como objetivo primordial conseguir en la fábrica o industria una mayor productividad, la misma se define como la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados. En la fabricación, este concepto sirve para evaluar el rendimiento de los talleres, los equipos de trabajo, las máquinas y los empleados; para los empresarios “productividad” es sinónimo de “rendimiento” y simplifica la definición diciendo que un buen sistema de producción, utilizando una cantidad de recursos debe obtener el máximo de productos en el menor tiempo posible.

CAPITULO

II

ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

2.1 Concepto de Administración Financiera

2.2 Objetivos de la Administración Financiera

2.3 Administración del capital de trabajo

2.4 Costo de capital

2.1 Concepto de administración financiera

La [Administración](#) financiera es el área de la Administración que cuida de los [recursos](#) financieros de [la empresa](#). La Administración Financiera se centra en dos aspectos importantes de los recursos financieros como lo son la [rentabilidad](#) y la liquidez. Esto significa que la Administración Financiera busca hacer que los recursos financieros sean lucrativos y líquidos al mismo [tiempo](#).

La administración financiera comprende todo lo relacionado al manejo de los fondos económicos que poseen las organizaciones. Se preocupa de la obtención y determinación del flujo de fondos que requiere la empresa, además de distribuir y administrar esos fondos entre los diversos activos, plazos y fuentes de financiamiento con el objeto de maximizar el valor económico de la empresa. Se refiere a las tareas del administrador financiero de una empresa. Su trabajo va desde la realización de presupuestos, la predicción financiera y el manejo de efectivo, hasta la administración crediticia, el análisis de inversiones y el procurar la existencia de fondos. Dado que la mayor parte de las decisiones empresariales se miden en términos financieros, el papel del administrador financiero

en la operación de la empresa resulta de vital importancia. Así pues, todas aquellas áreas que constituyen la organización de negocios -contabilidad, manufactura, mercado, personal, investigación y otras- requieren de un conocimiento mínimo de la función administrativa financiera.

2.2 Objetivos de la administración financiera

- Planear el crecimiento de la empresa, tanto táctica como estratégica.
- Captar los recursos necesarios para que la empresa opere en forma eficiente.
- Asignar recursos de acuerdo con los planes y necesidades de la empresa.
- Optimizar los recursos financieros.
- Minimizar la incertidumbre de la inversión.
- Maximización de las utilidades.
- Maximización del Patrimonio Neto.

- Maximización del Valor Actual Neto de la Empresa.
- Maximización de la Creación de Valor

El objetivo básico financiero está definido, no como cree mucha gente en la maximización de utilidades, sino como la maximización de la riqueza de los dueños de la empresa, la cual viene a ser igual a la maximización del valor de la empresa.

En las empresas con ánimo de lucro, la obtención de utilidades es uno de los objetivos principales. Las finanzas modernas consideran como el objetivo básico financiero la maximización del valor de la empresa. Este se expresa en términos de maximización de la riqueza de los propietarios, de maximización de la inversión en la institución. El valor de la riqueza de los accionistas se determina por el valor de las acciones en el mercado. Si este aumenta, el valor de su riqueza (representada en acciones) aumenta.

En entidades sin fines de lucro evidentemente la obtención de utilidades no es ni debe ser el objetivo dominante. El responsable de las finanzas en estas instituciones debe tener esto siempre presente. En este caso la función financiera debe orientarse y guiarse por la

maximización de su contribución al logro de los objetivos para los cuales fueron establecidas las instituciones

La maximización de las utilidades incide en el aumento del valor de la empresa, en los siguientes factores: La actividad, los directivos, las políticas de dividendos, las perspectivas futuras del negocio y del sector, los factores políticos, sociales, económicos, culturales, tecnológicos y ecológicos, es decir el medio ambiente que lo rodea. Debe mirarse a largo plazo, caso en el cual se convierten en maximización de riqueza.

2.3 Administración del capital de trabajo

El capital de trabajo es la inversión de una empresa en activos a corto plazo (efectivo, valores negociables, cuentas por cobrar e inventarios). El capital de trabajo neto se define como los activos circulantes menos los pasivos circulantes; estos últimos incluyen préstamos bancarios, papel comercial y salarios e impuestos acumulados. Siempre que los activos superen a los pasivos, la empresa tendrá capital neto de trabajo, casi todas las compañías actúan con un monto de capital neto de trabajo, el cual depende en gran medida del tipo de industria a la que

pertenezca; las empresas con flujo de efectivo predecibles, como los servicios eléctricos, pueden operar con un capital neto de trabajo negativo, si bien la mayoría de las empresas deben mantener niveles positivos de este tipo de capital.

La administración del capital de trabajo, es importante por varias razones ya que los activos circulantes de una empresa típica industrial representan más de la mitad de sus activos totales. En el caso de una empresa distribuidora representan aún más. Para que una empresa opere con eficiencia es necesario supervisar y controlar con cuidado las cuentas por cobrar y los inventarios. Para una empresa de rápido crecimiento, esto es muy importante debido a que la inversión en estos activos puede fácilmente quedar fuera de control. Niveles excesivos de activo circulante pueden propiciar que la empresa obtenga un rendimiento por debajo del estándar sobre la inversión. Sin embargo las empresas con niveles bajos de activos circulantes pueden incurrir en déficit y dificultades para mantener operaciones estables.

El objetivo de este tipo de administración es manejar cada uno de los activos y pasivos a corto plazo de la empresa de manera que se alcance un nivel aceptable y constante de capital neto de trabajo.

La administración del capital de trabajo es la administración de los activos circulantes de la empresa y el financiamiento que se necesita para sostener los activos circulantes, es importante ya que los activos circulantes de una empresa típica industrial representan más de la mitad de sus activos totales, en empresas pequeñas, los pasivos circulantes son la principal fuente de financiamiento externo. El capital neto de trabajo es esencial, sobre todo en los negocios de temporada, para proporcionar un apoyo financiero a las cuentas por pagar en un futuro cercano.

Para determinar la forma correcta, o el nivel de activos circulantes óptimo la administración debe considerar la interacción entre rentabilidad y riesgo, al hacer esta evaluación es posible realizar tres supuestos: que la empresa es manufacturera, que el activo circulante es menos rentable que el activo fijo y que los fondos a corto plazo son menos costosos que los de largo plazo.

Dado que el capital neto de trabajo puede considerarse como parte del activo circulante de una empresa financiado con fondos a corto y largo plazo se asocia directamente a la relación rentabilidad - riesgo y capital neto de trabajo.

Sus componentes son el efectivo, valores negociables, cuentas por cobrar e inventario y por su tiempo se estructura o divide como permanente o temporal.

El capital de trabajo permanente es la cantidad de activos circulantes requerida para hacer frente a las necesidades mínimas a largo plazo. Se le podría llamar capital de trabajo puro.

El capital de trabajo temporal es la cantidad de activos circulantes que varía con los requerimientos estacionales.

El primer rubro principal en la sección de fuentes es el capital de trabajo generado por las operaciones.

Las ventas a los clientes son casi siempre la fuente principal del capital de trabajo.

Correspondientemente, los desembolsos para el costo de las mercancías vendidas y los gastos de operación son casi siempre el principal uso del capital de trabajo. El exceso de las ventas sobre todos los gastos que requieren capital de trabajo, es por definición, el capital de trabajo generado por las operaciones.

No afectan al capital de trabajo:

Compras de activos corrientes en efectivo

Compras de activos corrientes a crédito

Recaudos de cuentas por cobrar

Préstamos de efectivo contra letras a corto plazo

Pagos que reducen los pasivos a corto plazo.

El gasto por depreciación reduce el valor en libros de los activos de planta y reduce también la utilidad neta (y por tanto las ganancias retenidas) pero no tiene impacto en el capital de trabajo.

2.4 Costo de capital

El costo de capital es el rendimiento requerido sobre los distintos tipos de financiamiento. Este costo puede ser explícito o implícito y ser expresado como el costo de oportunidad para una alternativa equivalente de inversión

La determinación del costo de capital implica la necesidad de estimar el riesgo del emprendimiento, analizando los componentes que conformarán el capital (como la emisión de acciones o la deuda).

En otras palabras, el costo de capital supone la retribución que recibirán los inversores por aportar fondos a la empresa, es decir, el pago que obtendrán los accionistas y los acreedores. En el caso de los accionistas, recibirán dividendos por acción, mientras que los acreedores se beneficiarán con intereses por el monto desembolsado.

La evaluación del costo de capital informa respecto al precio que la empresa paga por utilizar el capital. Dicho

costo se mide como una tasa. La caracterización de esta tasa depende del origen de los fondos: cuando la inversión proviene de recursos propios la denominamos costo de oportunidad (que el inversionista deja de ganar por no haberlos invertido en otro proyecto alternativo de similar nivel de riesgo) o de terceros, llamado costo de capital, representado por el interés de los préstamos corregido por su efecto tributario, deducido los impuestos.

Cabe resaltar que el capital de una empresa está formado por el capital contable externo que se obtiene a través de la emisión de acciones comunes en oposición a las utilidades retenidas, el capital contable interno proveniente de las utilidades retenidas, las acciones preferentes y el costo de la deuda (antes y después de impuestos).

CAPITULO

III

PROYECTOS DE INVERSIÓN

3.1 Fundamentos de los proyectos de inversión

3.1.1 Concepto y origen de proyectos de inversión

3.1.2 Tipos de Proyectos de Inversión

3.1.3 Proceso de Inversión

3.1.4 Métodos de evaluación de proyectos de inversión

3.1.4.1 Periodo de Recuperación

3.1.4.2 Tasa de Rendimiento Contable

3.1.4.3 Valor Presente Neto

3.1.4.4 Tasa Interna de Rendimiento

3.1.4.5 Árboles de decisión

3.1.4.6 Razones Financieras

3.2 Estados Financieros

3.2.1 Principales

3.2.2 Secundarios

3.1 Fundamentos de los proyectos de inversión

3.1.1 Concepto y origen de proyectos de inversión

Dado que la inversión es la actividad mediante la cual se crean u obtienen recursos que se utilizarán en la producción (Actividad que se refiere a la formación del capital según el sistema capitalista). Podemos aproximarnos a la definición de proyectos de inversión basándonos en que es la búsqueda para una solución al problema de encontrar la satisfacción óptima o más cercana a la producción en la formación de capital.

El proyecto de inversión se puede definir como un conjunto de actividades con objetivos y trayectorias

organizadas para la resolución de problemas con recursos limitados.

También se define como el paquete de inversiones, insumos y actividades diseñadas con el fin de eliminar o reducir varias restricciones del desarrollo, para lograr productos o beneficios en términos del aumento de la productividad y del mejoramiento de la calidad de vida de un grupo de beneficiarios.

“Es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre muchas, una necesidad humana .En esta forma puede haber diferentes ideas, inversiones de diverso monto, tecnología y metodologías con diverso enfoque, pero todas ellas destinadas a resolver las necesidades del ser humano en todas sus facetas, como pueden ser educación, alimentación, salud, ambiente, cultura, etcétera”⁸

Por lo tanto, un proyecto de inversión es la guía para la toma de decisiones acerca de la creación de una futura inversión que muestra el diseño comercial, técnico-organizacional, económico y financiero de la misma. En

⁸ Baca Urbina , Gabriel, “Evaluación de Proyectos”, Tercera Edición, Mc. Graw Hill, México 1995. Pág. 2

caso de resultar viable el proyecto, este documento se convierte en un plan que guía la realización del mismo.

Aunque existen muchas definiciones más sobre proyectos de inversión, la siguiente tiene la ventaja de concebir a los proyectos como unidades, lo cual les imprime un cierto sentido de autonomía de decisión y de operación, “Un proyecto de inversión es aquella propuesta de inversión, documentada y analizada técnica y económicamente, destinada a una futura unidad productiva, prevé la obtención organizada de bienes o de servicios para satisfacer necesidades físicas y psicosociales de una comunidad, en un tiempo y espacio definidos”.⁹

Invertir significa destinar recursos para alguno de los dos objetivos siguientes:

- Expansión: Aumento de la venta de bienes y servicios adquiriendo mas equipos, comprando compañías establecidas o creando nuevas empresas.

⁹ NAFINSA “Guía para la Formulación y evaluación de Proyectos de Inversión”, México, 1998 Pág. 5

- Integración: Asegurar el abastecimiento de insumos adquiriendo equipos que elaboren los insumos o bien comprando industrias de proveedores.
- Diversificación: Elaborar otros satisfactores
- Para mantenerse en el negocio: reemplazo de equipo, cumplimiento de disposiciones oficiales, mantener productividad
- Para mejorar la operación actual: reducción de costos

En México, las inversiones temporales se realizan en el mercado de dinero o en el de capitales.

Mercado de dinero: Mercado de Dinero puede definirse como aquel en el que las Empresas, Bancos y Entidades Gubernamentales satisfacen sus necesidades de recursos financieros, mediante la emisión de instrumentos de financiamiento que puedan colocarse directamente entre el Público Inversionista. Y por otro lado es el mercado al que acuden inversionistas en busca de instrumentos que satisfagan sus requerimientos de inversión y liquidez.

Mercado de capitales: El Mercado de Capitales, es donde se realizan operaciones con títulos de libre cotización

como lo son las, acciones, bonos, títulos de la deuda pública, certificados de divisas, etc.

Cuando se decide realizar una inversión, la misma debe fundamentarse por los parámetros de las inversiones y las necesidades y preferencias de los inversionistas. Los parámetros son los siguientes:

- Rendimiento
- Riesgo
- Vencimiento
- Negociabilidad
- Liquidez

3.1.2 Tipos de proyectos de inversión

Complementarios: Inversiones que requieren otras inversiones para liberar los beneficios.

Sustitutivos: Se refiere a inversiones de reemplazo

Mutuamente excluyentes: Implican que al seleccionar una inversión automáticamente se rechazan otras.

Dependientes: Inversiones que requieren de una aceptación previa de otras inversiones.

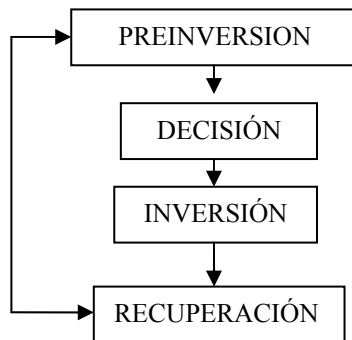
Independientes: En las que se puede seleccionar una inversión y no implica afectación a otras inversiones.

3.1.2.3 El proceso de Inversión

Se entiende por proceso de inversión a la actividad que consiste en asignar recursos económicos a fines productivos, mediante la formación bruta de capital fijo, con el propósito de recuperar con creces los recursos asignados.

En otros términos, se sacrifica en consumo presente, ahorrando e invirtiendo, en aras de la expectativa de un mayor consumo futuro. De manera adicional, el proceso de inversión eleva las posibilidades de empleo e ingreso para la población.

El proceso de inversión comprende 4 etapas completamente diferenciables en contenido, prácticamente sucesivas e irreductibles:¹⁰



¹⁰ NAFINSA “Guía para la Formulación y evaluación de Proyectos de Inversión”, México, 1998 Pág. 5

El ciclo de vida de los proyectos es concebido como una desagregación de las etapas comprendidas en el proceso de inversión.

Preinversión, es la fase que mayor desagregación tiene. Esto obedece a que en la planeación se obtiene un mayor número de opciones, se minimizan costos y se facilita el análisis para el mejor desarrollo de las fases subsecuentes.

El ciclo de vida de un proyecto de inversión, como ya se indico se inicia con la identificación de una idea de inversión. Para ello existen las siguientes fuentes:

- Identificar uno o más insumos y plantear a partir de ciertas relaciones técnico económicas, sus posibilidades de transformación en bienes o servicios, susceptibles de satisfacer necesidades humanas, cuya cuantía y cualidades se encuentran determinadas por condiciones de tipo físico y de necesidades sociales, obra civil e instalaciones.
- Partir de ciertas necesidades humanas, buscar su relación cualitativa y cuantitativa con bienes y servicios los cuales para ser generador requieren de

ciertos insumos que se determinan a partir de una relación técnico económico.

La identificación se apoya en dos relaciones la técnico económica (TE) existente entre insumos y productos, la cual refleja su importancia en el eficiente aprovechamiento de materias primas y otros materiales por unidad de producto y la físico social (FS) existente entre productos y necesidades y tiene influencia determinante desde el punto de vista de la demanda de un proyecto enfocada a cubrir necesidades.

La formulación y evaluación de un proyecto tiene la finalidad de generar, evaluar, comparar y seleccionar alternativas técnico económicas, eligiendo la mas eficiente, para satisfacer una necesidad específica. En consecuencia presupone por una parte el conocimiento actualizado de la técnica y la tecnología en una determinada rama de actividad económica y por otra el análisis de la demanda del producto objeto de estudio.

La evaluación de productos busca presentar un ordenamiento de preferencias entre las distintas alternativas a partir de criterios previamente definidos (el de mayor

rentabilidad) a través de algún método de evaluación específico.

Una vez seleccionada la opción técnico económica que mejor cumple los criterios y restricciones se procede a desarrollar la Ingeniería del proyecto, la cual tiene la finalidad de aportar los elementos de diseño, construcción y especificaciones técnicas necesarias para el proyecto de inversión.

La etapa subsecuente es la de gestión de recursos la cual consiste en definir el tipo de agrupación social para la producción, su formalización y obtención en si de los recursos necesarios para la inversión. Durante esta etapa se debe seleccionar algún tipo de sociedad mercantil, solicitar permiso de constitución ante la Secretaria de Relaciones Exteriores, formalizarla ante un notario público, solicitar los permisos especiales ante algunas secretarías de estado, impresión de facturas y demás condiciones para operar y comerciar legalmente sus productos.

La ejecución y puesta en marcha que consiste en asignar y disponer en la práctica los recursos humanos, físicos y financieros requeridos por el proyecto.

La asignación de recursos debe operarse eficientemente. Esto es, alcanzar los pronósticos de ventas, costos y rentabilidad, determinados en la viabilidad, a través de la dirección y Operación.

3.1.4 Métodos de evaluación de Proyectos de Inversión

Una vez que se tiene la información se puede evaluar el atractivo de las diferentes alternativas. La decisión de inversión será simplemente aceptar o rechazar la propuesta.

3.1.4.1 Periodo de recuperación

Es aquel método que indica cuanto tiempo es necesario para recuperar, por medio de los flujos de efectivo o entradas, los recursos invertidos al inicio del proyecto, es decir, la inversión inicial. Si los flujos de efectivo son iguales cada año el periodo de recuperación se calcula dividiendo el desembolso inicial entre los flujos anuales, si son diferentes, se suman hasta acumular el desembolso inicial.

El criterio de aceptación o rechazo debe ser un periodo de pago establecido previamente, si el periodo calculado es menor que el plazo mínimo aceptable establecido, el proyecto es aceptable, si es mayor se debe rechazar.

Es un método muy simple que sirve como complemento a otros mas sofisticados; no considera el valor en el tiempo pero da una idea respecto al riesgo, y entre mas corto sea el periodo de recuperación, es mas probable obtener resultados.

3.1.4.2 Tasa de rendimiento contable

Consiste en comparar el beneficio contable con el valor de la inversión, escogiendo aquel proyecto cuya TRC sea mayor. La TRC se obtiene como el promedio de la utilidad después de impuestos dividida entre el importe de la inversión inicial.

Los principales puntos débiles de este método pueden resumirse en:

- Se utilizan las utilidades contables y no los flujos de caja, por lo cual no se tiene en cuenta el rendimiento marginal de la inversión.
- No tiene en cuenta el valor del dinero en el tiempo.
- Según este criterio son preferibles los proyectos con elevados beneficios de corta duración, lo cual no siempre es así.

3.1.4.3 Valor Presente Neto (VPN)

El Valor Presente Neto (VPN) es el método más conocido a la hora de evaluar proyectos de inversión a largo plazo. El Valor Presente Neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: MAXIMIZAR la inversión. Ese cambio en el valor estimado puede ser positivo, negativo o continuar igual. Si es positivo significará que el valor de la firma tendrá un incremento equivalente al monto del Valor Presente Neto. Si es negativo quiere decir que la firma reducirá su riqueza en el valor que arroje el VPN. Si el resultado del VPN es cero, la empresa no modificará el monto de su valor.

Es importante tener en cuenta que el valor del Valor Presente Neto depende de las siguientes variables:

Inversión inicial previa: Corresponde al monto o valor del desembolso que la empresa hará en el momento de contraer la inversión. En este monto se pueden encontrar: El valor de los activos fijos, la inversión diferida y el capital de trabajo.

Los activos fijos serán todos aquellos bienes tangibles necesarios para el proceso de transformación de materia prima (edificios, terrenos, maquinaria, equipos, etc.) o que pueden servir de apoyo al proceso. Estos activos fijos conforman la capacidad de inversión de la cual dependen la capacidad de producción y la capacidad de comercialización.

La inversión diferida es aquella que no entra en el proceso productivo y que es necesaria para poner a punto el proyecto: construcción, instalación y montaje de una planta, la papelería que se requiere en la elaboración del proyecto como tal, los gastos de organización, patentes y documentos legales necesarios para iniciar actividades, son ejemplos de la inversión diferida.

El capital de trabajo es el monto de activos corrientes que se requiere para la operación del proyecto: el efectivo, las cuentas por cobrar, los inventarios se

encuentran en este tipo de activos. Cabe recordar que las empresas deben tener niveles de activos corrientes necesarios tanto para realizar sus transacciones normales, como también para tener la posibilidad de especular y prever situaciones futuras impredecibles que atenten en el normal desarrollo de sus operaciones. Los niveles ideales de activos corrientes serán aquellos que permita reducir al máximo posible los costos de oportunidad (costos por exceso + costos por insuficiencia + costos por administración).

Los activos fijos son bienes sujetos al desgaste por el uso o también por el paso del tiempo. La depreciación juega papel importante pues afecta positivamente a los flujos netos de efectivo por ser ésta deducible de impuestos lo que origina un ahorro fiscal. Importante recordar que los terrenos no son activos depreciables. Los activos nominales o diferidos por su parte, también afectan al flujo neto de efectivo pues son inversiones susceptibles de amortizar, tarea que se ejecutará con base a las políticas internas de la compañía. Estas amortizaciones producirán un ahorro fiscal muy positivo para determinar el flujo neto de efectivo.

Inversiones durante la operación: Son las inversiones en reemplazo de activos, las nuevas inversiones por ampliación e incrementos en capital de trabajo.

Flujos netos de efectivo: Es importante tener en cuenta la diferencia existente entre el las utilidades contables y el flujo neto de efectivo. Las primeras es el resultado neto de una empresa tal y como se reporta en el estado de resultados; en otras palabras es la utilidad sobre un capital invertido. El flujo neto de efectivo es la sumatoria entre las utilidades contables con la depreciación y la amortización de activos nominales, partidas que no generan movimiento alguno de efectivo y, que por lo tanto, significa un ahorro por la vía fiscal debido a que son deducibles para propósitos tributarios. Cuanto mayor sea la depreciación y mayor sea la amortización de activos nominales menor será la utilidad antes de impuestos y por consiguiente menor los impuestos a pagar. Los flujos netos de efectivo son aquellos flujos de efectivo que el proyecto debe generar después de poner en marcha el proyecto, de ahí la importancia en realizar un pronóstico muy acertado con el fin de evitar errores en la toma de decisiones.

Los flujos netos de efectivo pueden presentarse de diferente forma: FNE Con ahorro de impuestos, FNE para el inversionista y FNE puro. La diferencia entre el FNE con ahorro de impuestos y el FNE para el inversionista radica en que el primero incluye el ahorro tributario de los gastos financieros (intereses). Así mismo este FNE se hace para proyectos que requieren financiación y su evaluación se hará sobre la inversión total. El FNE para el inversionista se utiliza cuando se desea evaluar un proyecto nuevo con deuda inicial que tienda a amortizarse en el tiempo después de pagado el crédito a su propia tasa de descuento.

Tasa de descuento: La tasa de descuento es la tasa de retorno requerida sobre una inversión. La tasa de descuento refleja la oportunidad perdida de gastar o invertir en el presente por lo que también se le conoce como costo o tasa de oportunidad. Su operación consiste en aplicar en forma contraria el concepto de tasa compuesta. Es decir, si a futuro la tasa de interés compuesto capitaliza el monto de intereses de una inversión presente, la tasa de descuento revierte dicha operación.

Número de periodos que dure el proyecto: Es el tiempo de duración del proyecto.

3.1.4.4 Tasa interna de Rendimiento

La tasa interna de rendimiento financiero, también considerada como tasa interna de retorno, se define como la tasa de descuento, a la que el valor presente neto de todos los flujos de efectivo de los períodos proyectados es igual a cero. Se utiliza para establecer la tasa de rendimiento esperada de un proyecto. Es un instrumento o medida usada como indicador al evaluar la eficacia de una inversión.

La TIR es la tasa de rendimiento en la cual el futuro flujo de fondos iguala la salida de caja inicial que incluye los gastos de instalación. La TIR es la tasa de descuento en la cual el valor presente neto es igual a cero.

La TIR sirve para identificar claramente el tiempo en que recuperaremos el capital asignado a una inversión. Para su cálculo también se requiere proyectar los gastos por efectuar (valores negativos) e ingresos por recibir (valores positivos) que ocurren en períodos regulares.

Para el cálculo de la TIR es necesario establecer el monto de inversión, los flujos de ingreso y la inversión periódica (gastos) para cada uno de los períodos establecidos en el proyecto, a fin de considerar sólo los beneficios netos en cada periodo (utilidades brutas o utilidades antes de impuestos).

El monto de las utilidades calculadas nos ayudará a determinar el plazo en que recuperaremos la inversión inicial requerida para el proyecto

La TIR, se puede calcular con los beneficios antes o después de impuestos.

Es recomendable aplicar esta facilidad para determinar la productividad de cualquier proyecto que nos propongan, pero también es aplicable a inversiones por realizar en herramientas financieras tradicionales. La TIR nos dará información adicional para tomar decisiones analizadas a profundidad cuando de inversiones se trata.

3.1.4.5 Árboles de decisión

Es un diagrama o modelo de predicción que representa en forma secuencial condiciones y acciones. Se utiliza como herramienta para decidir entre diferentes alternativas y eventos.

Un árbol de decisión proporciona una forma para desplegar visualmente un problema y después organizar el trabajo de cálculos que deben realizarse. Provee una visión gráfica de la toma de decisión necesaria, especifica las variables que son evaluadas, qué acciones deben ser tomadas y el orden en la cual la toma de decisión será efectuada. En el ámbito de las finanzas es utilizado para elegir entre distintas opciones de inversión.

Tiene por objeto mejorar la capacidad en la toma de decisiones acertadas en la empresa, mejorar la coordinación departamental de la entidad, describir resultados probables a futuro para tomar decisiones.

3.1.4.6 Razones financieras

La información contenida en los estados financieros básicos es muy importante para las diversas partes interesadas que necesitan tener con regularidad medidas

relativas a la eficiencia operativa de la empresa. El análisis de razones incluye métodos de cálculo e interpretación de las razones financieras para analizar y supervisar el rendimiento, liquidez, solvencia, apalancamiento y uso de activos de la empresa.

Activo circulante entre pasivo circulante. (Razón de solvencia) Se utiliza como un indicador de la capacidad de la empresa para liquidar oportunamente sus obligaciones a corto plazo. Tal relación se considera lógica debido a que las deudas a plazo menor de un año normalmente son liquidadas con los recursos líquidos resultantes de la conversión en efectivo de los activos circulantes. Por la naturaleza de estos activos su conversión en efectivo se efectúa dentro del plazo de un año. El cociente obtenido de esta razón representa la cantidad en pesos y centavos que se tiene de activo circulante por cada peso de pasivo a corto plazo. El verdadero significado de la razón de solvencia puede determinarse analizando en detalle las características del activo circulante y del pasivo circulante, esto es, estudiando a fondo los componentes del capital de trabajo de la empresa.

Rotación de inventarios. Aquello que permanece inmóvil, estático, no produce nada. Las utilidades se generan con el movimiento, con la rotación, con el cambio de unos activos por otros. En el caso de los inventarios, entre mayor sea su rotación mayores serían las posibilidades de aumentar las ganancias. La rotación de los inventarios significa la cantidad de veces promedio que durante el año estos se renuevan mediante la producción y venta, convirtiéndose su existencia en cuentas por cobrar o efectivo y nuevamente en inventarios. Normalmente, al efectuarse una venta, los inventarios se realizan en efectivo o crédito con un valor agregado que es la utilidad, lo cual explica la relación que existe entre la rotación y las utilidades; de ahí la importancia de vigilar frecuentemente el factor de rotación para evitar que la velocidad de este proceso disminuya. El factor de rotación se determina dividiendo el costo de las mercancías vendidas entre el promedio de los saldos mensuales de inventario. Esta medida también puede expresarse en términos de tiempo o sea, la cantidad en promedio de días que los inventarios permanecen almacenados en la empresa antes de su venta, lo cual puede calcularse dividiendo los días del año entre el factor de rotación del inventario.

Rotación de cuentas por cobrar a clientes. La rotación de las cuentas a cargo de los clientes significa la cantidad de veces promedio que durante el periodo se renuevan estas cuentas mediante el cobro de las mismas, convirtiéndose su saldo en efectivo y nuevamente en cuentas por cobrar, como resultado de nuevas ventas a crédito efectuadas por la empresa. La rotación de las cuentas por cobrar se determina dividiendo el total de las ventas netas a crédito efectuadas en el periodo entre el promedio de los saldos mensuales de estas cuentas. Esta medida también puede expresarse en términos de tiempo o sea la cantidad de días que en la práctica transcurre para cobrar dichas cuentas, lo cual se determina dividiendo los días del año, o del periodo analizado, entre el factor de rotación de cuentas por cobrar.

Razón de la “prueba de ácido”. Esta razón complementa el estudio de la solvencia y para calcularla es necesario clasificar el activo circulante en dos grupos: 1) el efectivo y los activos de rápida conversión en efectivo, tales como las inversiones temporales y las cuentas por cobrar, y 2) los activos menos líquidos, tales como los inventarios, que normalmente requieren de más tiempo para su conversión en efectivo, y los gastos pagados por

anticipados. El importe del primer grupo, al que se denomina activo disponible, se divide entre el total de pasivo circulante para obtener la razón de la prueba de ácido o razón de liquidez. Cuando las cuentas por cobrar son de lenta recuperación, se excluyen del cálculo anterior. El cociente de razón de liquidez representa la cantidad de pesos y centavos disponibles para el pago de cada peso de pasivo circulante.

Capital Contable a Pasivo Total. Las fuentes de recursos de un negocio están representadas fundamentalmente por estos dos grandes grupos del financiamiento: capital propio y pasivo. El balance de una empresa representado por la fórmula: $\text{activo} = \text{pasivo} + \text{capital}$, demuestra en síntesis la existencia de las partes interesadas en la empresa, acreedores y propietarios; con los recursos aportados por ambos, se lleva a cabo la inversión en los activos del negocio. Cabe mencionar, sin embargo, que el interés de cada uno de ellos de la empresa es diferente: el interés los acreedores se limita a recuperar íntegramente su capital en la fecha convenida con la empresa y en obtener el rendimiento previamente pactado. Los propietarios, en cambio, invierten su capital y

normalmente, no se interesan en retirarlo en una fecha determinada, asumen los riesgos del negocio y se involucran en su operación; están directamente interesados en la supervivencia, desarrollo y éxito de la empresa; su interés se basa en el incremento del valor de su inversión y en los dividendos que puedan obtener como participación en las utilidades generadas por la empresa. Por la diferencia de intereses de los propietarios y acreedores en la empresa, es necesario mantener un equilibrio entre estas dos fuentes de financiamiento, ya que un mayor peso de la deuda en relación al capital podría originar que los intereses de los acreedores influyeran en mayor grado en la gestión de la empresa., lo cual afectaría su desarrollo. La empresa estaría supeditada a sus acreedores y se tornaría más susceptible a la presión causada por la crisis. Para evaluar adecuadamente la importancia de cada una de estas dos fuentes de recursos, capital y pasivo, es necesario compararlas, mediante el cálculo de esta razón, cuyo cociente indica la cuantía relativa de cada una de ellas y señala cual es la posición de la empresa frente a sus acreedores y propietarios; cual de los dos intereses es mayor, y consecuentemente, cual de los dos es el preponderante en la gestión administrativa de la empresa.

Pasivo total entre activo total Esta razón muestra el porcentaje de la inversión total en activo que ha sido financiado por los acreedores. Esta razón, frecuentemente llamada “grado de apalancamiento financiero”. La diferencia entre la razón anterior y el 100% representa la razón del capital contable al activo total, o sea el porcentaje del activo que ha sido financiado por los propietarios o accionistas. La razón del pasivo al activo total y la del capital contable al activo total reflejan la importancia relativa de las fuentes de recursos provenientes de la deuda del capital.

Capital contable entre Activo Fijo. Los activos fijos representan, en último análisis, el capital invertido en capacidad productiva para ser utilizada en la operación a largo plazo. Esta inversión esta sujeta a depreciación que, teóricamente, corresponde al consumo de la mencionada capacidad productiva. Por ello, la inversión en activo fijo, bajo ciertos aspectos, debe ser considerada como anticipo de costos, cuyo íntegro aprovechamiento depende de la capacidad financiera de la empresa. En relación con este concepto, es importante determinar en que proporción el capital propio fue invertido en activos fijos, para saber después en que medida el respectivo cociente corresponde a los demás aspectos financieros de la empresa.

Las razones de operación que se derivan del estado de resultados, pueden ser las siguientes:

- Costo de ventas a ventas netas.
- Gastos de administración a ventas netas.
- Gastos de venta a ventas netas.
- Utilidad de operación a ventas netas.
- Gastos financieros a ventas netas.
- Utilidad neta a ventas netas.

Estas razones en cualquier negocio varían de mes a mes con las ventas. Las razones de operación no pueden permanecer constantes si los niveles de ventas cambian, debido a ciertos gastos que se mantienen más o menos fijos en su importe, independientemente de las variaciones de las ventas. Sin embargo, siempre es conveniente comparar las razones de operación de una serie de estados de resultados para precisar las tendencias del negocio y descubrir si existe algo erróneo que debe subsanarse. Debe tenerse presente que el margen que hay entre el éxito y el fracaso de un negocio es muy reducido y que cualquier desviación negativa de estas razones puede acumular sus efectos y anular el beneficio que se hubiera obtenido o bien, impedir

que una utilidad, por ejemplo, de 15%, se convierta en otra mayor.

3.2 Estados Financieros

Los estados financieros son reportes que surgen como resultado de la clasificación y ordenamiento de operaciones y movimientos financieros de una entidad económica.

Los estados financieros informan respecto a la posición financiera de una empresa en un punto en el tiempo y acerca de sus operaciones con relación a algún periodo anterior. El valor real de los estados financieros radica en que dichos documentos puedan usarse para ayudar a predecir utilidades futuras.

La razón de ser de los estados financieros es cubrir de información que tienen los interesados en n negocio. Quien tiene interés en la marcha financiera de un negocio necesariamente requerirá información que refleja la realidad.

3.2.1 Estados Financieros Principales

Balance General

Estado resumido de la situación financiera de una empresa en un momento definido. Este estado equilibra los activos de la empresa frente a su financiamiento, que puede ser deuda o patrimonio. En términos generales, el balance general es una forma de organizar y resumir lo que posee una empresa, lo que deben los acreedores y lo que se debe a los accionistas que tienen su dinero invertido en la empresa.

Los activos se muestran del lado izquierdo del balance y los pasivos y el capital contable del lado derecho. La ecuación contable básica del balance hace referencia a que el total del activo es igual a la suma del pasivo más el capital contable.

Los activos se clasifican en activos circulantes y fijos. Los activos fijos pueden ser tangible, como una maquina o un automóvil, o intangibles como una patente o una marca comercial. Un activo circulante tiene la característica de que se convierte en efectivo en el corto plazo.

La depreciación acumulada representa el desgaste por el uso que han sufrido los activos fijos, será por tanto un importe negativo que se restara del importe original de compra de los activos.

Los pasivos de la empresa se enlistan del lado derecho del balance, pueden clasificarse de acuerdo al plazo o al vencimiento de las obligaciones por pagar. Se clasifican en pasivos a corto plazo todas aquellas obligaciones que tienen vencimiento menor o igual a un año y son pasivos a largo plazo aquellos que tienen vencimiento mayor a un año.

El capital contable representa el patrimonio que tienen los accionistas.

A continuación se muestra una estructura del balance general tomando las cuentas que se utilizan más comúnmente.

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA
 dic-10
 COMPAÑÍA X S.A. DE C.V.

ACTIVO	PASIVO
A CORTO PLAZO	A CORTO PLAZO
BANCOS CLIENTES DOCUMENTOS POR COBRAR INVENTARIOS IVA POR ACREDITAR	PROVEEDORES ACREEDORES DOCUMENTOS POR PAGAR IMPUESTOS POR PAGAR IVA POR PAGAR SUELDOS POR PAGAR
ACTIVOS FIJOS	A LARGO PLAZO
TERRENOS EDIFICIOS EQUIPO DE TRANSPORTE EQUIPO DE COMPUTO MAQUINARIA Y EQUIPO DEPRECIACION ACUMULADA	PRÉSTAMOS HIPOTECARIOS BONOS
	CAPITAL CONTABLE
	CAPITAL SOCIAL UTILIDADES DE EJERCICIOS ANTERIORES UTILIDAD DEL EJERCICIO
SUMA TOTAL ACTIVO	SUMA TOTAL PASIVO MAS CAPITAL

Estado de resultados

El estado de resultados también conocido como estado de perdidas y ganancias; mide los beneficios o las perdidas de las operaciones normales en un periodo determinado; mide los ingresos totales por la venta de productos o servicios y deduce el total de los gastos relacionados con la obtención de los ingresos.

Lo primero que se reporta en un estado de resultados son los ingresos o las ventas facturadas, luego se hace una deducción de todos los costos y gastos relacionados con las operaciones de la empresa. Las deducciones en costos y gastos incluyen costo de las mercancías vendidas o de los servicios prestados, gastos de operación, normalmente divididos en gastos de venta y de administración e impuestos.

Ingresos: Se refiere a las ventas de productos o servicios que ya se han facturado o que están efectivamente cobradas.

Costos: Se refiere a aquellos que se requieren para realizar el producto o servicio principal, intervienen directamente en ello.

La diferencia entre costos y gastos en caso de ser un resultado positivo se le conoce como utilidad bruta de lo contrario se conoce como una pérdida.

Gastos de operación: Aquellos que se requieren de manera indirecta para realizar un producto o servicio. Los gastos de operación se dividen generalmente en gastos de venta y gastos de administración, los gastos de venta son aquellos que se requieren para realizar la venta del producto y los gastos de administración son aquellos que se requieren para que funcionen otras áreas de la empresa que son necesarias para la subsistencia de la misma pero no intervienen directamente en el producto o servicio.

La diferencia entre la utilidad bruta y los gastos de operación se le conoce como utilidad antes de impuestos, en caso de ser un resultado negativo de igual manera será una pérdida.

Posteriormente se deben restar a la utilidad impuestos tales como ISR, PTU, IETU, etc. El resultado final de esta sustracción se le conoce como utilidad del ejercicio, este renglón debe ser igual al que se pone en el

rubro de capital contable en el estado de situación financiera.

Estado de flujo de efectivo

Es un estado financiero que muestra las fuentes y aplicaciones de efectivo a lo largo de un periodo específico. Los objetivos del estado de flujo de efectivo son:

- Evaluar la capacidad financiera de la empresa para generar flujo de efectivo
- Conocer la fuente y el destino de los recursos
- Evaluar la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones financieras

Existen diversas formas de presentar el Estado de Flujo de Efectivo, establecen tres distintas áreas de actividad financiera de una empresa:

OPERACIÓN: Contemplan todas aquellas relacionadas al curso normal de las operaciones de una empresa. Una compañía adquiere materias primas, las transforma en productos, vende los productos terminados y los cobra obteniendo así un

beneficio. Estas actividades son de las operaciones normales de la compañía.

INVERSIÓN: Están relacionadas con la adquisición y venta de activos como acciones, terrenos, maquinaria, vehículos, equipos de computo y de otros activos distintos a los considerados como inventarios de la empresa.

FINANCIAMIENTO: Se refieren a la obtención de recursos, así como a la aplicación de estos en reembolsos y pagos respectivos a las fuentes de financiamiento.

3.2.2 Estados financieros secundarios

Estado de Variaciones en el Capital Contable

El estado de variaciones en el capital contable tiene por objeto presentar información relevante sobre los movimientos en la inversión de los accionistas de una institución durante un periodo determinado. Muestra el incremento o decremento en el patrimonio de las

instituciones, derivado de dos tipos de movimientos: inherentes a las decisiones de los accionistas y al reconocimiento de la utilidad integral.

El estado de variaciones en el capital contable deberá indicar las variaciones de los periodos que se reportan; lo anterior implica partir de los saldos que integran el capital contable del periodo inicial, analizando los movimientos ocurridos a partir de esa fecha.

Asimismo, todos los saldos y los movimientos incorporados en el estado de variaciones en el capital contable deberán mostrarse en pesos constantes, es decir, del mismo poder adquisitivo relativo a la fecha de presentación de los estados financieros.

Conceptos que integran el estado de variaciones en el capital contable

En un contexto general, los conceptos por los cuales se presentan modificaciones al capital contable son los siguientes:

Movimientos inherentes a las decisiones de los accionistas:

Dentro de este tipo de movimientos se encuentran aquéllos directamente relacionados con las

decisiones que, a través de asambleas de accionistas, toman los mismos respecto a su inversión en la institución. Algunos ejemplos de este tipo de movimientos son los siguientes:

- suscripción de acciones.
- capitalización de utilidades.
- constitución de reservas.
- pago de dividendos.

Movimientos inherentes al reconocimiento de la utilidad integral:

Se refieren a los incrementos o disminuciones durante un periodo, derivados de transacciones, otros eventos y circunstancias, provenientes de fuentes no vinculadas con las decisiones de los accionistas. El propósito de reportar este tipo de movimientos es el de medir el desempeño de la institución mostrando las variaciones en el capital contable que resultan de transacciones reconocidas, separándolas de otros eventos económicos ajenos a las decisiones de los accionistas. Entre otros, se encuentran los siguientes conceptos:

- resultado neto.

- resultado por valuación de títulos disponibles para la venta.
- resultado por conversión de operaciones extranjeras.
- exceso o insuficiencia en la actualización del capital contable.
- resultado por tenencia de activos no monetarios.
- ajustes por obligaciones laborales al retiro.

Estructura del estado de variaciones en el capital contable

El estado de variaciones en el capital contable incluirá la totalidad de los conceptos que integran el capital contable; la valuación de los mismos se efectuará de conformidad con los criterios correspondientes. Dichos conceptos se enuncian a continuación:

- Capital social.
- Prima en venta de acciones.
- Reservas de capital.
- Resultado de ejercicios anteriores.
- Resultado por valuación de títulos disponibles para la venta.
- Resultado por conversión de operaciones extranjeras.

- Exceso o insuficiencia en la actualización del capital contable.
- Resultado por tenencia de activos no monetarios.
 - ~ Por valuación de activo fijo, y
 - ~ Por valuación de inversiones permanentes en acciones.
- Ajustes por obligaciones laborales al retiro.
- Resultado neto.

CAPITULO
IV
CASO PRÁCTICO
COMERCIALIZADORA DE
PRODUCTOS NATURALES

Capítulo 4. CASO PRÁCTICO

4.2 Estudio de Mercado

4.1.1 Descripción del producto

4.1.2 Análisis de la demanda

4.1.3 Análisis de la oferta

4.2.4 Análisis de precios y comercialización

4.3 Estudio Técnico

4.3.1 Localización

4.3.2 Tamaño de la planta

4.3.3 Proceso de Comercialización

4.3 Estudio financiero

4.3.1 Presupuesto de inversión

4.3.2 Presupuesto de ingresos

4.3.3 Presupuesto de egresos

4.4 Evaluación del proyecto

Capítulo 4. CASO PRÁCTICO

4.1 Estudio de Mercado

4.1.1 Descripción del producto

Productos deshidratados como lo son frutas, verduras, carne, y chiles; entre nuestra gran variedad contamos con mango, higo, fresa, papa, aguacate, betabel, zanahoria, apio, chile habanero, melón, carne de res, de cerdo, de pollo, cebolla, piña, papaya, chile poblano, marañón, chícharo, machaca, pimienta.

Nuestros productos ofrecen un gran contenido nutricional ya que son bajos en azúcar y conservan tanto sabor, color y el aroma de los alimentos frescos.

Otra ventaja de los alimentos deshidratados, es su alto aprovechamiento y su vida útil prolongada, debido a la baja actividad de agua (AW) que presentan nuestros productos. Con esto podemos prolongar la vida de los productos hasta un año o mas dependiendo de las características de este.

Calcetines. Los calcetines para diabéticos están fabricados en fibras sintéticas que permiten una transpiración perfecta, dejando un ambiente seco y saludable para el pie. Indicado para personas con diabetes, artritis, alteraciones sensitivas, durezas, uñas encarnadas, problemas dérmicos, excesos de sudoración, alteraciones en el olor.

Las características principales son: regulación térmica constante (sus fibras CoolMax® permiten una correcta transpiración), diseño anatómico, tejido suave y sin costura, no oprime, ni marca la pierna (mejora la circulación sanguínea), acolchado extra en la zona del pie: la composición de la zona gris del calcetín en la zona alta del talón, suela y dedos (compuesta por pequeños lazos más

pequeños, más apretados y más densos que en el resto del calcetín), proporcionan una capa adicional de comodidad con almohadilla para el pie, expulsa el sudor (mediante la utilización del X-Static se inhibe el crecimiento de bacterias y hongos y además se evitan los malos olores). Producto certificado frente a la actividad antibacteriana y antifúngica: obtención por parte de AITEX (Instituto Tecnológico Textil) Composición del calcetín: 60% CoolMax®,30% Nylon, 5% Polyester, 4% X-Static Nylon® ,1% Lycra Spandex®.

4.1.2 Análisis de la demanda

Actualmente pareciera que desde el escenario de las ciencias sociales existen dos paradigmas: los cambios económicos políticos y sociales que viven las sociedades postindustriales y el envejecimiento poblacional. Percibiéndose como positivo el primero ya que representa a la sociedad global y del conocimiento y negativo el segundo por lo que para algunos significa el hecho, enfermedad discapacidad dependencia, sin tomar en cuenta que este proceso es un nicho de oportunidad

Los cambios demográficos de los últimos decenios se insertan en el denominado proceso de transición demográfica. Si bien el concepto de transición demográfica tuvo su origen en el intento de explicar la relación entre los cambios demográficos y los cambios socioeconómicos en Europa durante el siglo XVIII, su uso se ha extendido hasta el presente, tanto porque se refiere a procesos demográficos identificables aun en diferentes situaciones históricas, como por el hecho de que constituye una propuesta -siempre vigente- de explicación de la dinámica demográfica a la luz de sus interrelaciones con los factores sociales, económicos y culturales (Zabala de Cosío, 1992).

La transición demográfica es, sin embargo, un proceso complejo y los países difieren en cuanto al momento de inicio y al ritmo de los cambios en la fecundidad y la mortalidad, así como respecto a los cambios en otras variables estrechamente relacionadas, como la transición epidemiológica tales como el lugar de residencia, el estado nutricional y de salud de la población, las conductas asociadas a la formación de las uniones y a la planificación familiar. No obstante las diferencias hay un cierto consenso en que la transición demográfica se ha dado en el seno de las transformaciones sociales y económicas que han

ocurrido en la región, aunque la relación entre esa transición y esos cambios sea compleja y difícil de precisar.

La transición demográfica y la transición epidemiológica. Definidas brevemente, la transición demográfica se refiere a los cambios en las estructuras de la población, producto principalmente de las bajas en la fecundidad y la mortalidad.

La transición epidemiológica se refiere al cambio hacia menores incidencias, prevalencias y letalidad de las enfermedades infecciosas y agudas, junto con el incremento en las incidencias, prevalencias y letalidad de las enfermedades crónico degenerativas e incapacitantes.

CUADRO III
Primeras causas de mortalidad y orden de importancia en mujeres de 65 y más. México, 1970, 1980 y 1990

1970	1980	1990	Causas
1	1	1	Enfermedades del corazón
3	2	2	Tumores malignos
6	4	3	Diabetes mellitus
4	3	4	Enfermedades cerebrovasculares
2	5	5	Neumonía e influenza
11	11	6	Deficiencia de la nutrición
7	7	7	Bronquitis enfisema asma

Hace 70 años...	A principios de los años treinta, las personas morían principalmente a causa de enfermedades transmisibles, como parásitos e infecciones en el aparato digestivo o respiratorio.
2000...	Estos padecimientos se controlaron y en algunos casos se erradicaron,
Al 2005...	enfermedades transmisibles Las principales causas de muerte son: enfermedades del corazón, tumores
Durante el 2007...	La diabetes mellitus , los tumores malignos y las enfermedades del corazón , son las principales causas de muerte en México.

Definición

La diabetes mellitus es una enfermedad metabólica crónica y compleja que se caracteriza por deficiencia absoluta o relativa de insulina, hiperglucemia crónica y otras alteraciones del metabolismo de los carbohidratos y de los lípidos; ello a su vez puede originar múltiples complicaciones microvasculares en los ojos, el riñón y las

extremidades inferiores, así como neuropatías periféricas y, frecuentemente, lesiones macrovasculares y coronarias.

La **Diabetes Mellitus** es una enfermedad pan metabólica crónica, encuadrada dentro de las **enfermedades crónicas no transmisibles** que son las responsables de la pérdida de la mayor cantidad de años potenciales de vida.

Es una de las patologías que genera mayor discapacidad y mortalidad ocupando gran parte de los recursos sanitarios de todos los países

Es uno de los principales problemas de salud a nivel Mundial aun mayor en los países en vías de desarrollo como México

El número de personas que padecen diabetes en América se estimó en 35 millones en el 2000, de las cuales 19 millones (54%) vivían en América Latina y el Caribe. Las proyecciones indican que en 2025 esta cifra ascenderá 64 millones, de las cuales 40 millones (62%) corresponderán a América Latina y el Caribe.

DATOS FUNDAMENTALES

- En el mundo hay más de 220 millones de personas con diabetes.

- Se calcula que en 2005 fallecieron por diabetes 1,1 millones de personas. [1]
- Cerca del 80% de las muertes por diabetes se registran en países de ingresos bajos y medios.
- Casi la mitad de esas muertes corresponden a personas de menos de 70 años, y un 55% a mujeres.
- La OMS prevé que las muertes por diabetes se multipliquen por dos entre 2005 y 2030.
- La dieta saludable, la actividad física regular, el mantenimiento de un peso corporal normal y la evitación del consumo de tabaco pueden prevenir la diabetes o retrasar su aparición.

Estado actual de la diabetes en México

La diabetes representa uno de los principales problemas de salud pública en México, ocupó el décimo lugar mundial en 1995 con casi 4 millones de enfermos.

Se estima que en el año 2025 ocupará el séptimo lugar mundial con 12 millones de enfermos. Si se toman en cuenta estos datos aunado a que actualmente 65% de los diabéticos padecen de hipertensión arterial, y 60% tiene daño moderado a severo en el sistema nervioso, y tienen 2.4 veces mayor riesgo de sufrir un evento vascular cerebral,

una insuficiencia renal, ceguera, amputación de extremidades y ataques cardiacos, se considera que el problema será mucho más severo de lo que actualmente representa.

La alimentación del adulto mexicano es a base de alimentos caracterizados por exceso de carbohidratos y por un déficit de productos proteicos (especialmente de origen animal) y vitamínicos que traen como resultados alteraciones en la masa corporal de la población.

Dentro de la práctica del paciente diabético interesan la distribución y fraccionamiento de su dieta, la cantidad y calidad de nutrimentos que consume, la forma de su preparación, el apego al tratamiento dietético, la educación nutricia, la comunicación dentro de la familia y la participación grupal.

Los modelos y teorías que explican los mecanismos del comportamiento humano así como las estrategias para modificarlos han surgido de planteamientos teóricos relacionados con la psicología social, la antropología, la política económica, la medicina conductual y las ciencias de la comunicación. Varían en los métodos de abordaje pero todos sitúan su propósito en el comportamiento humano positivo a la salud (Salleras, 1990).

La Organización Mundial de la Salud (OMS) recomienda para la prevención de la diabetes tipo II el cambio de estilo de vida y de los factores de riesgo como los malos hábitos nutricios, la inactividad física, el consumo de cigarrillos y de alcohol (Organización Panamericana de la Salud, 1983). En casi todos los grupos humanos donde la prevalencia de diabetes mellitus II coexiste con la obesidad, pocos diabéticos se apegan a prácticas y comportamientos nutricios positivos; según Olson el 70% de los pacientes diabéticos tienen prácticas nutricias inadecuadas (Olson, 1986).

El manejo de la diabetes mellitus y de la obesidad a través de la educación favorece las prácticas nutricias; estas han mostrado resultados que inciden en la dieta y en la reducción del peso, lo que facilita el control metabólico además de lograr el peso cercano al ideal y el control de los factores de riesgo (Perry et al., 1993; Díaz et al., 1993).

La dieta insuficiente y desequilibrada suele ser el resultado de una inadecuada disponibilidad de alimentos, dando por consecuencia una incorrecta utilización biológica. Esto se asocia y se determina por otros múltiples factores como, por ejemplo, los hábitos alimentarios, el bajo poder adquisitivo, el desempleo, la explotación biológica y social,

la ignorancia, el abuso de los medios de comunicación, como también el crecimiento demográfico.

La mala nutrición es una situación de deficiente ingesta de nutrimentos o de inadecuada utilización de los mismos por el organismo, lo que origina una distorsión en la composición corporal, afectando así la salud y reduciendo con ello la calidad y esperanza de vida.

En México la población aproximada de personas con diabetes asciende entre 6.5 y 10 millones de personas según datos de la Federación Mexicana de Diabetes (FMD), desafortunadamente se calcula que de este universo de personas casi dos millones aún no saben que padecen esta enfermedad. Se calcula que el 7% de la población general en México la padece, está presente en 21% de habitantes entre 65 a 74 años. Además, en 13% de la población general se presentan estados de intolerancia a la glucosa.

Datos importantes:

La población en México de personas con diabetes fluctúa entre los 6.5 y los 10 millones (prevalencia nacional de 10.7% en personas entre 20 y 69 años). De este gran total, 2 millones de personas no han sido diagnosticadas.

En la frontera entre México y Estados Unidos, la prevalencia de diabetes es de 15%.

Dos de cada tres mexicanos tienen sobrepeso u obesidad (prevalencia nacional de obesidad: 24.4%). 90% de las personas que padecen diabetes presentan el tipo 2 de la enfermedad 13 de cada 100 muertes en México son provocadas por la diabetes.

El grupo de edad con más muertes por diabetes se ubica entre los 40 y los 55 años.

En personas de 40-59 años, 1 de cada 4 muertes se debe a complicaciones de la diabetes.

Actualmente 1 de cada tres muertes en México reporta diabetes como causa secundaria.

La diabetes es una de las pocas enfermedades que afectan más a mujeres que a hombres. En promedio los hombres con diabetes mueren a una edad más temprana que las mujeres (67 versus 70 años respectivamente)

México ocupa el 2do lugar en obesidad a nivel mundial y como consecuencia también ha aumentado considerablemente el número de pacientes con Diabetes.

Se estima que en los próximos años:

México podría ocupar el 7° lugar de países con diabetes.

Consecuencias frecuentes de la diabetes

Con el tiempo, la diabetes puede dañar el corazón, los vasos sanguíneos, ojos, riñones y nervios.

- La diabetes aumenta el riesgo de cardiopatía y accidente vascular cerebral (AVC). Un 50% de los pacientes diabéticos mueren de enfermedad cardiovascular (principalmente cardiopatía y AVC).
- La neuropatía de los pies combinada con la reducción del flujo sanguíneo incrementan el riesgo de úlceras de los pies y, en última instancia, amputación.
- La retinopatía diabética es una causa importante de ceguera, y es la consecuencia del daño de los pequeños vasos sanguíneos de la retina que se va acumulando a lo largo del tiempo. Al cabo de 15 años con diabetes, aproximadamente un 2% de los pacientes se quedan ciegos, y un 10% sufren un deterioro grave de la visión.
- La diabetes se encuentra entre las principales causas de insuficiencia renal. Un 10 a 20% de los pacientes con diabetes mueren por esta causa.
- La neuropatía diabética se debe a lesión de los nervios a consecuencia de la diabetes, y puede llegar a afectar a un 50% de los pacientes. Aunque puede ocasionar problemas muy diversos, los síntomas

frecuentes consisten en hormigueo, dolor, entumecimiento o debilidad en los pies y las manos.

- En los pacientes con diabetes el riesgo de muerte es al menos dos veces mayor que en las personas sin diabetes.

En la diabetes mellitus pueden presentarse una amplia y variada gama de manifestaciones cutáneas como signo dermatológico de la enfermedad o como una complicación de la misma, habiéndose calculado que al menos un 30 % de 10 diabéticos presentan patología cutánea relacionada con su enfermedad en algún momento evolutivo de la misma.

Impacto económico de la diabetes

La diabetes y sus complicaciones tienen un importante impacto económico en quienes la padecen, sus familias, los sistemas de salud y los países. Por ejemplo, la OMS calcula que en 2006-2015 China dejará de percibir unos ingresos nacionales de US\$ 558 000 millones a causa de las cardiopatías, los AVC y la diabetes.

Cómo reducir la carga de la diabetes

Las medidas que se enumeran a continuación deben acompañarse de una dieta saludable, actividad física regular, mantenimiento de un peso corporal normal y evitación del consumo de tabaco.

Prevención

Se ha demostrado que medidas simples relacionadas con el estilo de vida son eficaces para prevenir la diabetes de tipo 2 o retrasar su aparición.

Para ayudar a prevenir la diabetes de tipo 2 y sus complicaciones se debe:

- Alcanzar y mantener un peso corporal saludable.
- Mantenerse activo físicamente: al menos 30 minutos de actividad regular de intensidad moderada la mayoría de los días de la semana; para controlar el peso puede ser necesaria una actividad más intensa.
- Consumir una dieta saludable que contenga entre tres y cinco raciones diarias de frutas y hortalizas y una cantidad reducida de azúcar y grasas saturadas.
- Evitar el consumo de tabaco, puesto que aumenta el riesgo de sufrir enfermedades cardiovasculares.

- Importancia de una piel limpia y libre de humedad. Utilidad de las cremas hidratantes tras el baño y siempre que vea la piel seca
- uso de calzado adecuado
- calcetines especiales sin costuras de materiales que faciliten la circulación y la transpiración.
- Ropa interior que permita la transpiración y mantenga la temperatura.

Disponibilidad de elementos implementos e insumos para el paciente diabético:

Poner al alcance del individuo con este padecimiento, los elementos e implementos que mejoren su calidad de vida, se convierte en un reto, posible de vencer , la tecnología en alimentos nos permite hacer uso de frutas y vegetales deshidratados disponibles en cualquier momento y época del año, Ropas, Calzado, Cosméticos con tecnología específica .

4.1.3 Análisis de la oferta

Producto comercial enfocado a un segmento del mercado para personas con diabetes mellitus brindándoles productos alimenticios y prendas de vestir.

USUARIOS: Toda persona que padezca diabetes mellitus

IDENTIFICACION DE LOS COMPETIDORES

En el Estado de México no existen tiendas que manejen los diversos productos para diabéticos que nosotros ofrecemos. Existen distribuidores independientes de zapatos, alimentos, ropa, etc. pero no existe ninguno que concentre todos los productos antes mencionados.

NOMBRE DE LA EMPRSA	DIRECCION	TELEFONO
ZAPATERIAS EL BORCEGUI	Blvd. Ávila Camacho no. 200, Ciudad Satélite, México.	55-12-13-11

TIJIL JANAL	Av. Acueducto	56-55-01-16
	402 Int. 12 A, Col	
JAMINGA	Huipulco, Estado	747-11-68-210
	de México	
	Chilpancingo,	
	Guerrero	

COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA OFERTA:

El sector que presentó mayor crecimiento de empleos ha sido el sector terciario como la construcción, el comercio, restaurantes y hoteles. Es importante destacar que los sectores mas dinámicos de la economía en el ultimo año fueron las exportaciones y las inversiones por firmas internaciones las cuales constituyen ingresos de alto nivel por persona ocupada y son menos intensivas en el uso de mano de obra.

FACTORES DETERMINANTES DE LA OFERTA

- Ofrecemos productos alimenticios y de vestir para personas que padezcan diabetes mellitus.

- Nuestra competencia más cercana son tiendas enfocadas a un solo producto como: JAMINGA, BORCEGUI Y TIJIL JANAL.
- En el caso de JAMINGA Y TIJIL JANAL se encuentran ubicados en el interior de la república y en la zona sur del distrito Federal.

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LA OFERTA

Av. De Los Chopos 161-16 Col. Arcos Del Alba, Cuautitlán Izcalli, Edo. Méx.

PROYECCIÓN DE LA OFERTA:

Se estima que para el año 2025, México ocupara el séptimo lugar mundial con 12 millones enfermos de diabetes mellitus, que se convertirán en los posibles compradores de los productos.

4.1.4 Análisis de precios y comercialización

- Precio de Venta por Unidad

LISTADO DE PRECIOS:

CONCEPTO	COSTO
FRUTAS DESHIDRATADAS 100 GR.	78.00

CARNES 100 GR.	130.00
-----------------------	---------------

COMPLEMENTOS	50.00
---------------------	--------------

MENU	58.00
-------------	--------------

FRUTA

VEGETALES

PROTEINAS

CARBOHIDRATOS

► Costo del Producto por unidad

Los precios comprenden los costos correspondientes a los canales de comercialización empleados en la venta del producto, además de los gastos indirectos.

NATURALEZA Y GRADO DE INTERVENCIÓN ESTATAL

► El precio

Como se puede apreciar en la tabla de precios anterior nuestros precios compiten de forma indirecta con los diferentes precios del mercado, mencionando que los productos no son para un mercado de personas con la

enfermedad de diabetes mellitus ya que contienen altos niveles de carbohidratos y proteínas.

► La norma de calidad

Nos regimos por una estricta norma de calidad ya que tratamos de satisfacer a nuestro consumidor con el mejor producto saludable buscando productores confiables y que cubran con los estándares de calidad que los alimentos requieren como: TIF (Regulación mexicana en calidad de cárnico), HACCP (Certificación de calidad mundial en el ramo de alimentos), ISO 9001-2000.

PLAN O ESTRATEGIA DE VENTAS

Nuestro plan de publicidad y ventas se basa en desarrollar una clara imagen de salud y bienestar, para esto de designará un presupuesto. La publicidad será dirigida directamente al consumidor, ya que debemos concentrar los pocos recursos para dirigirlo al mercado objetivo tratando de informar sobre nuestros productos, de una manera más efectiva creando así una imagen de prestigio sobre la calidad.

- Promoción por radio.
- Promociones competitivas tales como: cupones dentro de los paquetes para canjearlos por más productos a un menor costo.
- Promoción y volantaje en principales centros comerciales del municipio.

Además de lo anterior se contará con promotores que ofrezcan pruebas de los diferentes productos a la entrada de nuestras instalaciones.

ANÁLISIS F.O.D.A. DE LA COMPETENCIA

- **FORTALEZAS**

- ✓ Buena localización
- ✓ La inversión inicial ha sido recuperada
- ✓ Amplio conocimiento del mercado.

- **OPORTUNIDADES**

- ✓ Nuevas áreas de desarrollo

- ✓ Creciente consumo del producto por sus aportaciones.

- **DEBILIDADES**

- ✓ Desconocimiento por parte del mercado de los beneficios de nuestro producto.

- ✓ En comparación con otros productos que no contienen beneficios para el diabético, nuestros precios pueden resultar elevados.

- **AMENAZAS**

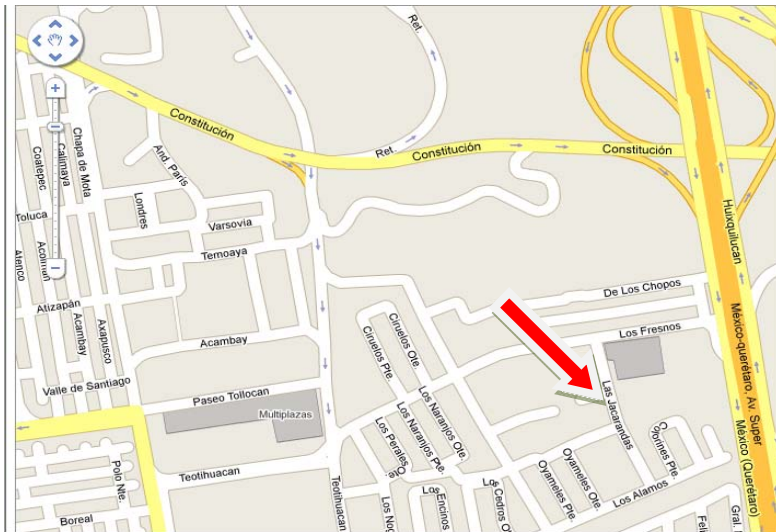
- ✓ Proliferación de nuevos Competidores en el mercado.

- ✓ Incursión de nuevas cadenas y franquicias reconocidas a nivel mundial.

4.2 Estudio Técnico

4.2.1 Localización

La comercializadora de productos naturales se encuentra ubicada en Av. De los Chopos 161-16, Arcos del Alba, Cuautitlan Izcalli, Estado de México.



Como se puede observar en el gráfico, se encuentra ubicado en el centro de Cuautitlán Izcalli, teniendo vías de acceso rápido como la Av. Jiménez Cantú y la Calle Fresnos, ambas conectan las principales vialidades del municipio. Para consumidores que vengan de otros

municipios como Cuautitlán, Tepetzotlán, Tlalnepantla, etc. se tiene fácil acceso por la Autopista México Querétaro.

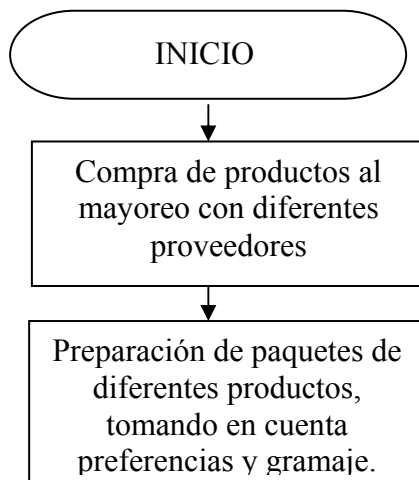
Aproximadamente a 500 metros de la comercializadora se encuentra el ISSEMYM de donde se pretende captar personas que padecen diabetes y que acuden a consulta a dicho centro.

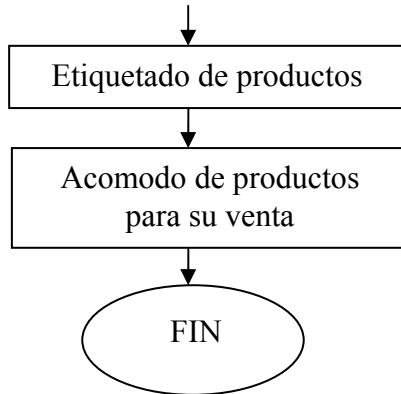
4.2.2 Tamaño de la planta

65 metros cuadrados en dos plantas

4.2.3 Proceso de Comercialización

Se acudirá al domicilio de los proveedores a traer los productos que serán comercializados, en presentación de 100gramos, paquetes de menús completos y a granel.





4.3 Estudio financiero

4.3.1 Presupuesto de inversión

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS NATURALES

INVERSION FIJA

cambio de uso de suelo	10,000.00
mobiliario y equipo de oficina	10,185.00
capital de trabajo	10,185.00

INVERSION DIFERIDA

propaganda

1 millar	volantes	500.00
	anuncios en periódicos	250.00
	TOTAL INVERSIÓN	\$31,120.00

4.3.2 Presupuesto de ingresos (ANEXO 1)

4.3.3 Presupuesto de egresos (ANEXO 2)

Se toma en cuenta el pronóstico de resultados donde se concentran los costos y gastos (anexo 1) que se desglosan en el anexo 2.

4.4 Evaluación del proyecto

Debido a que se manejan diferentes productos con diferentes costos y precios resulta muy complejo realizar todos los métodos de evaluación mencionados en la parte teórica así como todos los estados financieros.

En el análisis de TIR (tasa interna de retorno) resulta ser un proyecto que se recupera en un tiempo de 3 años con una tasa de retorno del 37% de la inversión. (ANEXO 3). Si esta cifra la comparamos con las tasas que ofrecen los bancos podemos ver que se tiene una gran ventaja.

En el flujo de fondos (ANEXO 4) nos arroja una recuperación de 3 años con 46 días.

En el análisis de VPN (valor presente neto) se tiene un resultado similar al de TIR la inversión se recupera en 3 años 59 días. Y se recupera en un 131%. (ANEXO 5)

Cabe hacer mención que solo se están tomando en cuenta los productos deshidratados. Y de acuerdo a los análisis realizados en un proyecto viable ya que no existe competencia para este tipo de productos.

Aplicación de razones financieras básicas datos tomados de ANEXO 6

SOLVENCIA	Permite conocer las unidades de moneda disponibles para hacer frente a los recursos exigibles a corto plazo		
ACTIVO CIRCULANTE	39,442.12	7.888424	POR CADA PESO QUE SE DEBE SE TIENEN 7.88 PESOS PARA PAGAR
PASIVO CIRCULANTE	5,000.00		
LIQUIDEZ	Refleja que cantidad de efectivo esta disponible para cubrir el pasivo a corto plazo		

ACTIVO DISPONIBLE	14,507.00	2.9014	POR CADA PESO QUE SE DEBE SE TIENE PARA PAGAR 2.90 PESOS DE MANERA INMEDIATA
PASIVO CIRCULANTE	5000		
INVERSION	Da a conocer la proporción en que los accionistas son propietarios de los activos totales		
CAPITAL CONTABLE	44,514.04	8.9028086	LA PROPORCION DE ACTIVO DE LA QUE SON DUEÑOS LOS ACCIONISTAS ES DE 8.90

PASIVO TOTAL	5,000.00		
INVERSION DE TERCEROS	Refleja la inversión de terceros en el activo total		
PASIVO TOTAL	5,000.00	0.1009815	LA PROPORCION DE INVERSION DE TERCEROS EN EL ACTIVO TOTAL ES DE .10
ACTIVO TOTAL	49,514.05		

Punto de Equilibrio (ANEXO 7)

El punto de equilibrio es de suma importancia para el análisis de la viabilidad del proyecto ya que permite determinar los niveles que se deben mantener en cuanto a

ventas y gastos para no tener perdidas y determinara a partir de que volumen de ventas se puede tener utilidad.

El punto de equilibrio para cada uno de nuestros productos es bastante bajo lo cual resulta favorable porque nuestras ventas son mucho mayores a estas cantidades.

El punto de equilibrio también puede obtenerse de manera grafica. (ANEXO 8, 9, 10, .11)

CONCLUSIONES

A lo largo de la historia de la humanidad, el hombre se ha visto en la necesidad de formar grupos para lograr de manera más eficaz sus objetivos los cuales han ido evolucionando y mejorando a lo largo de la historia.

La Administración como la define Fayol es un proceso mediante el cual se diseña y mantiene un entorno para que los individuos trabajen y cumpla objetivos. Después de haber realizado ésta investigación concluimos que el proceso administrativo es la médula central que sirve de base para llevar acabo con éxito cualquier proyecto que se tenga en mente.

La Administración se compone de diferentes áreas o funciones que atienden todas aquellas áreas de interés e

importancia para el buen funcionamiento de una organización.

Para la presente investigación fue fundamental el estudio de la Administración Financiera ya que proporciona todas las herramientas para llevar a cabo la evaluación financiera del caso práctico.

El proyecto de una comercializadora de productos naturales es un proyecto rentable y que con las herramientas administrativas correctas puede tener mucho impacto social y económico.

Para nosotros como administradoras el realizar éste proyecto y ponerlo en marcha significa la prueba fehaciente del conocimiento adquirido a lo largo de la carrera y el compromiso de seguirnos preparando.

BIBLIOGRAFÍA

Brigham Eugene, Weston Fred, **Fundamentos de Administración Financiera**, Mc Graw Hill, México 1995

Calvo Langarica, Cesar, **Análisis e Interpretación de los Estados Financieros**, PAC, México, 2004

Coss Bu, Raul, **Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión**, Limusa, México, 1983

García Mendoza, Alberto, **Evaluación de Proyectos de Inversión**, McGraw Hill, México, 1998

Macías Castañeda, Sandra Elena, **Administración Financiera**, Trillas, México 2007.

Münch Galindo, Lourdes, **Administración escuelas, proceso administrativo, áreas funcionales y desarrollo emprendedor**, Pearson Educacion: Prentice Hall, México 2007.

Núñez Zúñiga, Rafael, **Manual para la Evaluación de Proyectos de Inversión**, Trillas, México, 2007

Ochoa Setzer, Guadalupe, **Administración Financiera**, McGraw Hill, México 2006.

Ortega Castro, Alfonso, **Proyectos de Inversión**, Compañía Editorial Continental, México 2004.

Ozcan, Sabire, **Diabetes Mellitus: methods and protocols**, Humana, Totowa, New Jersey, c2003.

Zorrilla Arena, Santiago, **Guia para elaborar la tesis**, McGraw Hill, México 2001.

Sitios web:

www.elprisma.com

www.eumed.com

www.nafin.com

www.pyme.com.mx

www.rae.es

