

885408



UNIVERSIDAD DEL VALLE DE MATATIPAC, S.C.

Con estudios incorporados a la U.N.A.M. clave 8854



FINANZAS CORPORATIVAS:
**"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA COMERCIALIZADORA DE EQUIPO PARA LLAMADAS
TELEFÓNICAS A TRAVÉS DE INTERNET".**

**TRABAJO DE SEMINARIO
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO
DE LICENCIADO EN CONTADURÍA**

PRESENTA:

**BERNAL HERNÁNDEZ FERNANDO
VELARDE MARTINEZ HECTOR ALBERTO**

ASESOR: C.P. MARIO RODRÍGUEZ GUZMAN

TEPIC, NAYARIT

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

OCTUBRE 2004.



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.

**ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA**

Agradecimientos

A mis padres y hermanos, por estar siempre conmigo.

Agradecer a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: Fernando Bernal Hernández

FECHA: 05/10/2021

FIRMA: Fernando Bernal Hernández

Justificación

Al realizar el estudio mercadológico se encuentra que se puede crear la empresa de *comunicación virtual por lo que nace la necesidad de estudiar la factibilidad del establecimiento de la misma en Tepic, Nayarit.*

Así mismo, se demostrara en cuanto tiempo es recuperable la inversión del negocio, las utilidades que se obtendrá en un tiempo determinado y los beneficios que podrán obtener tanto los clientes como la misma empresa.

Este proyecto proporcionara a los estudiantes de la comunidad universitaria *interesados en informarse sobre los elementos fundamentales para la estructura y establecimiento de algún negocio, así como de proyectos de inversión, además beneficiara a los inversionistas en virtud de que contarán con los elementos suficientes para la toma de decisión*

Objetivos.

Objetivo General:

Estudiar la factibilidad, a través de los métodos de análisis financiero, el establecimiento de una empresa comercializadora de equipo de comunicación virtual.

Objetivos Particulares:

- Estudiar la rentabilidad de la empresa
- Determinar los ingresos, costos y gastos.
- Calcular el tiempo de retorno de la inversión
- Mostrar los diversos resultados económicos y sus resultados.
- Mostrar el flujo neto de efectivo a valor presente neto.
- Saber cual será el costo de capital para el proyecto.

Índice

	Página
Agradecimientos	ii
Justificación	iii
Objetivos	
Generales	iv
Particulares	iv
Introducción	vii
Capítulo 1. Generalidades	1
1.1. Valor del dinero en el tiempo	1
1.1.1. Valor futuro.	1
1.1.2. Valor presente	3
1.1.3. Flujo de efectivo.	6
1.1.3.1. Cálculo del Valor presente	6
1.2. Ambiente financiero	6
1.2.1. Plazos	6
1.2.2. Costo del dinero	7
1.2.3. Tasa de interés	7
1.2.3.1. Tasa real	7
1.2.3.2. Tasa nominal	8
Capítulo 2. Presupuesto.	9
2.1 Concepto	9
2.2. Clasificación.	9
2.3. Objetivos	14
2.4. Características.	18
2.5. Presupuestos de operación.	20
2.6. Presupuesto Financiero.	20
2.6.1. Presupuesto de Efectivo.	21
2.6.2. Capital o Activo Fijo.	23
Capítulo 3. Proyecto de Inversión.	24
3.1. Definición.	24
3.1.1. Importancia del proyecto de inversión.	24

3.3. Estudio de Mercado	30
3.3.1. Identificación del producto o servicio.	31
3.3.2. Análisis de la demanda.	33
3.4. Técnicas de valuación del proyecto y capital.	36
3.5. Valor presente neto.	37
3.5.1. Fundamentos del Valor presente neto.	37
3.5.2. Tasa interna de retorno (TIR)	37
3.5.3. <i>Fundamentos del metodo de la TIR.</i>	38
3.6. Flujo de efectivo y riesgo del proyecto.	38
Caso Práctico:	
“Estudio de Factibilidad de una empresa de comunicación virtual”	40
Conclusión	62
Bibliografía	63

Introducción.

Teniendo siempre en cuenta las necesidades del consumidor, la empresa de *comunicación virtual*, busca ofrecer un servicio inteligente, amigable, práctico, económico, e innovador, con la finalidad de que todo el público obtenga los beneficios que ofrecemos, brindando una comunicación más ágil, reduciendo costos y obteniendo un mayor control en sus negocios.

Con el servicio que ofrecemos los clientes podrán disfrutar de los adelantos tecnológicos que nos permiten facilitar la vida cotidiana, además de que con esto obtendrán un beneficio económico a mediano y largo plazo.

A través de los capítulos, nos vamos adentrando tanto en la administración de un negocio, en el proceso administrativo, que pensamos es de gran importancia para asumir decisiones futuras sobre situaciones tanto favorables como adversas en el manejo de la empresa, obteniendo fundamentos para un buen control tanto de recursos como de información.

Así también señalamos las características básicas y principales del Internet, herramienta actual de primordial utilidad en la vida diaria tanto de los negocios como del público en general, haciendo un sin fin de tareas más simples, rápidas sencillas, acortando distancias con la comunicación, y demás aplicaciones que se le pueden dar.

CAPITULO 1

Capítulo 1. Generalidades.

1.1. Valor del dinero en el tiempo.

“El valor del dinero tiene importancia en función del momento en que se da una operación. En este punto hablamos del valor futuro y valor presente. Es posible entonces calcular el valor que una suma de dinero invertida hoy tendrá en un determinado periodo de años. Esto implica, que se pueda seleccionar la tasa de interés mas adecuada. Lo mismo, pero en sentido inverso, puede hacerse con una suma cuyo valor en un tiempo futuro conocemos, pero de la cual necesita calcular su valor al día de hoy (valor presente).

El valor del dinero en el tiempo es un aspecto esencial de la administración financiera. Ese valor puede variar por el paso del tiempo o por el tiempo o por factores diversos como la inflación, los riesgos de insolvencia y otros.

En ese sentido, el precio del dinero o tasa de interés tiene una notable influencia sobre el valor de una suma de dinero que se mueve en el tiempo.”¹

Cambio del valor en función del tiempo.

Las tasas de interés (i) son los precios del crédito y usualmente se miden con un porcentaje del monto tomado en préstamo. Las tasas de interés varían en su monto a través del tiempo y causan modificaciones en la oferta y demanda de capital de inversión.

1.1.1. Valor futuro.

“Monto hasta el cual crecerá un flujo de efectivo a lo largo de un periodo determinado cuando este se capitaliza a una tasa de interés específica.”²

¹ “Seminario de Titulación de Finanzas Corporativas”, Mario Rodríguez Guzmán, Septiembre 2004.

² “Fundamentos de Administración Financiera”, Scott Besley, Eugene F. Brigham, Mc Graw Hill, 2002.

“Es evidente que 100 pesos disponibles al día de hoy valen mas que 100 pesos a recibirse en el futuro. Si los \$100 estuvieran disponibles en este momento, podrían gastarse, ahorrarse o invertirse ganando intereses, y su valor podría incrementarse pero ¿en cuanto?:

Para saberlo se usa un proceso de composición aritmético cuyo propósito es determinar el valor final de un flujo de efectivo o de una serie de ellos cuando se aplica un interés compuesto. Este proceso nos permite conocer el valor futuro, que es el monto al cual un flujo de efectivo crecerá a lo largo de un determinado periodo de tiempo, después de someterlo a un proceso de composición a una tasa de interés determinada.

La formula para obtener el valor futuro (VF) de una inversión a una tasa de interés (i) durante (n) periodos de tiempo es: $VF_n = VP (1 + i)^n$

VP es el monto inicial o valor presente de una inversión. Para aplicar la formula anterior usaremos el siguiente ejemplo. Se decide depositar en una cuenta de ahorros \$3000 porque el banco ofrece una tasa de 5% anual y desea saber cual será el valor futuro o el monto final que se obtendrá al final de cinco años.

Primero aplicaremos la formula $VF_n = VP (1 + i)^n$, de donde $i=5\%$ y $n=5$, entonces substituímos de la siguiente forma y esto significa que el valor futuro será de \$3,829 al final de 5 años;

$$\begin{aligned}VF_5 &= V (1+0.05)^5 \\ &= 3000(1.05)^5 \\ &= 3000(1.2762)=3828.84 \quad VF_n=VP(1+i)^n\end{aligned}$$

Es decir, podemos calcular VF al final de cada periodo usando la fórmula:

$$VF_1 = P(1+i)^1 = 3000(1.05) = 3150$$

$$VF_4 = VP(1+i)^4 = 3000(1.05)^4 = 3000(1.2155) = 3646.51$$

$$VF_n = VP(1+i)^n$$

$$VF_2 = VP(1+i)^2 = 3000(1.05)^2 = 3000(1.1025) = 3307.5$$

$$VF_3 = VP(1+i)^3 = 3000(1.05)^3 = 3000(1.1576) = 3472.87$$

$$VF_5 = VP(1+i)^5 = 3000(1.05)^5 = 3000(1.2762) = 3828.84$$

También es posible encontrar el valor futuro por medio de tablas que nos permiten saber cual es el factor de interés a valor futuro para i y n . Estas tablas tienen la leyenda valor futuro de \$1 al final de n periodos y el resultado de $(1+i)^n$, así que solo restaría multiplicar este factor por el valor presente para obtener el resultado que nos interesa.³

1.1.2. Valor presente.

Valor actual de un flujo de efectivo futuro o de una serie de flujos de efectivo.

“En general, el valor presente de un flujo de efectivo sujeto a recibirse en n periodos futuros es aquella cantidad que si estuviera disponible el día de hoy, crecería hasta ser igual al monto futuro; es decir, el valor actual descontado de un peso pagadero dentro de n años; más específicamente un peso actual puede invertirse a un año para generar intereses, de tal modo que ese peso se convertirá en $(1+i)$ pero dentro de un año. De ese modo es posible convertir los pesos futuros en pesos actuales.

El método que se utiliza para la obtención de valores presentes se denomina proceso de descuento, y consiste en lo opuesto al proceso de composición. Como su nombre lo indica, el proceso descuenta al presente todos los flujos de efectivo futuros esperados usando una tasa de rendimiento.

³ “Seminario de Titulación de Finanzas Corporativas”, Mario Rodríguez Guzmán, Septiembre 2004.

En un ejemplo sencillo, puede considerarse que se desea ahorrar, para dentro de cinco años contar con \$1,000.00 la tasa de interés que existe en el mercado es del 5% anual. ¿Cuál es la cantidad con la que se debe abrir la cuenta de ahorro?, o bien ¿cuál es el valor presente de los \$1,000.00 disponibles dentro de tres años?

La formula para obtener el valor presente (VP) de una inversión a una tasa de interés (i) durante (n) potencia.

Para demostrar la utilidad de esta formula, la aplicaremos con el ejemplo mencionado al principio de este tema. Primero aplicaremos la formula:

si VF = 1000, i = 5%, Y n = 3, entonces sustituimos:

$$VP = VF / (1 + i)^n$$

$$VP = 1000 / (1 + 0.05)^3 = 1000 / (1.05)^3 = 1000 / (1.1576) = 863.81$$

Esto es, el monto con el que se debe abrir la cuenta de ahorro es de \$863.81

El calculo del valor presente se usa como método de evaluación de proyectos bajo el nombre de valor presente neto.

Valor presente y valor futuro

Una de las herramientas mas importantes en el análisis del valor del dinero a través del tiempo es precisamente lo que conocemos como "línea de tiempo", que nos ayuda a plantear un problema y sus soluciones con base en los periodos de tiempo:



El periodo de tiempo 0 corresponde al día de hoy, o bien al momento en que inicia la vigencia de algún préstamo. Con frecuencia los periodos abarcan años, pero también pueden usarse intervalos de tiempo como días, meses, trimestres o semestres, y debemos observar que cada marca o número de período aparece al final de éste.

Generalmente, los flujos de efectivo que se estudian, son colocados por debajo de la línea de tiempo con el objetivo de encontrar el monto de dichos flujos cuando son afectados a lo largo del periodo por una tasa de interés. Debido a que una inversión representa un desembolso, es señalada en la línea de tiempo con signo negativo.

Para demostrar este concepto, veamos un ejemplo:

Suponga que alguien esta dispuesto a prestarle \$500 con la condición de que pague una tasa de interés del 4% por cada mes que se tarde en rembolsar los 500 pesos.

Se acuerda un plazo de cuatro meses.

¿Cuál será el monto total que se tendrá que cubrir? Esta situación se puede expresar en una línea de tiempo de la siguiente manera:

Tiempo	4%	1	4%	2	4%	3	4%	4
Flujos de efectivo	-500	520	540.80	562.432	584.929			

El resultado que obtuvimos al calcular el 4% del monto del mes anterior y aumentarlo a nuestro saldo para así conocer el valor que tendrán los 500 pesos que nos prestaron al final de los cuatro meses, representa el valor futuro de \$500 al 4% mensual.

1.1.3. Flujos de efectivo.

El estado de flujos de efectivo es el estado financiero básico que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación. Debe determinarse para su implementación el cambio de las diferentes partidas del Balance General que inciden el efectivo.

1.1.3.1. Cálculo del valor presente.

“La formula para obtener el valor presente (VP) de una inversión a una tasa de interés (i) durante (n) periodo de tiempo es:

$$VP= VF_n / (1 + i)^n$$

1.2. El ambiente financiero.

Los mercados financieros son el ámbito en el que las personas y las organizaciones que desean solicitar dinero en préstamo entran en contacto con aquellas que tienen sobrantes de fondos, es decir que negocian acciones, bonos, hipotecas y otros derechos sobre activos reales con respecto a la distribución de los flujos futuros de efectivo.

Se describe a los mercados financieros como un sistema formado por individuos e instituciones, instrumentos y de procedimientos que reúnen a los prestamistas y ahorradores, sin importar su ubicación

1.2.1. Plazos.

“Fecha de liquidación de un documento.”⁵

⁴ “Evaluación de Proyectos de Inversión”, Alberto García Mendoza, Mc Graw Hill, 1998.

⁵ “Seminario de Titulación de Finanzas Corporativas”, Mario Rodríguez Guzmán, Septiembre 2004.

1.2.2. Costo del dinero.

En una economía libre, los fondos se asignan por medio del sistema de precios. La tasa de interés es el precio que se paga al recibir fondos en préstamo, mientras que en el caso del capital contable, los inversionistas esperan recibir tanto dividendos como ganancias de capital.

1.2.3. Tasas de interés.

Aquellas medidas graduadas a favor o en contra, que fijan las instituciones bancarias, de conformidad con las condiciones del mercado y disposición relativas del Banco de México y Comisión Nacional Bancaria y de Seguros, por los distintos tipos de crédito del país.

1.2.3.1. Tasa real.

Tasa de interés que se cargaría sobre valores de la Tesorería de Estados Unidos libres de riesgo si no se esperara ninguna inflación.

“En general, se denomina tasa real al resultante de restar la tasa de inflación a la tasa nominal, es decir, es la tasa que reeditaría cualquier valor si la inflación fuera de cero, por eso también se le conoce como tasa de interés libre de riesgo.

Cabe aclarar que esta tasa no es estática, pues cambia a lo largo del tiempo, según las condiciones económicas, sobre todo por la tasa de rendimiento que las compañías y otros prestatarios esperan sobre sus activos, y por las preferencias de los individuos en términos de un consumo actual contra un futuro.

1.2.3.2. Tasa nominal.

“Medida graduada que se contrata o estipula en un crédito, no siendo afectada por la inflación o deflación por los cambios en los niveles de precios.”⁶

La tasa de interés nominal se compone de una tasa libre de riesgo más un conjunto de primas que reflejan elementos tales como la inflación, el riesgo de incumplimiento, la liquidez y el riesgo de vencimiento. Esta es la tasa que cotizan los prestamistas y los prestatarios, sin embargo, para que tenga significado, la cotización de la tasa nominal también debe incluir el número de periodos de composición por año.

Por ejemplo, si un banco ofrece un 6.4%, trimestral compuesto, tiene cuatro periodos de composición en el año.

Cuando los economistas, analizan la evolución de las tasas de interés de una economía, generalmente denominan tasa nominal a las tasas que se cobran en el mercado, incluyendo la tasa real más una prima por concepto de inflación esperada.⁷

⁶ “Administración Financiera de Inversiones 2”, Abraham Perdomo Moreno, Thomson, 2000.

⁷ “Seminario de Titulación de Finanzas Corporativas”, Mario Rodríguez Guzmán, Septiembre 2004.

CAPITULO 2

Capítulo 2. Presupuestos.

2.1. Concepto de presupuesto.

Un presupuesto es un plan integrador y coordinador que se expresa en términos financieros respecto a las operaciones y recursos que forman parte de una empresa para un período determinado, con el fin de lograr los objetivos fijados por la alta gerencia.

2.2. Clasificación de presupuesto.

“Es común encontrar que existen distintos tipos o denominaciones de el presupuesto, en realidad estas diferentes formas de llamarlo, obedecen tan solo a características particulares del mismo. A continuación se expone una clasificación de acuerdo con sus aspectos sobresalientes:

A) POR EL TIPO DE EMPRESA

1. Públicos.

Son aquellos que se realizan los Gobiernos, Estados, Empresas Descentralizadas, etc, para controlar las finanzas de sus diferentes dependencias.

2. Privados.

Son los presupuestos que utilizan las empresas particulares, como instrumento de su Administración.

B) POR SU CONTENIDO

1. Principales.

Estos presupuestos son una especie de resumen, en el que se presentan los elementos medulares, en todos los presupuesto de la Entidad.

2. Auxiliares.

Son aquellos que se muestran, en forma analítica, las operaciones estimadas por cada uno de los departamentos que integran la organización de la Compañía.

C) POR SU FORMA

1. Flexibles.

Estos presupuestos consideran anticipadamente, las variaciones que pudiesen ocurrir y permiten cierta elasticidad, por posibles cambios o fluctuaciones propias, lógicas o necesarias.

2. Fijos.

Son los presupuestos que permanecen invariables, durante la vigencia del período presupuestario o en el curso de varios.

La razonable exactitud con que se han formulado, obliga a la Institución a aplicarlos en forma inflexible a sus operaciones, tratando de apegarse lo mejor posible a su contenido. Generalmente acontece en los países comunistas o totalitarios, o para efectos de comparación.

D) POR SU DURACIÓN

La determinación del lapso que abarcaran los presupuestos, dependerá del tipo de operaciones que realice la empresa, y de la mayor o menor exactitud y detalle que se desee, ya que a mas tiempo corresponderá una menor precisión y análisis.

Así pues, pueden haber presupuestos:

- a).- **Cortos:** los que abarcan un año o menos, y
- b).- **Largos:** los que se formulan por más de un año.

Falta página

N° 11

3. De Costos.

Se preparan tomando como base, los principios establecidos en los pronósticos de ventas, y reflejan, a un periodo futuro, las erogaciones que se hayan de efectuar por Costo Total o cualquiera de sus partes.

G) POR LAS FINALIDADES QUE PRETENDE

1. De Promoción.

Se presentan en forma de Proyecto Financiero y de Expansión; para su elaboración es necesario estimar los ingresos y los egresos que hayan de efectuarse en el periodo presupuestal.

2. De Aplicación.

Normalmente se elaboran para solicitud de créditos. Constituyen pronósticos generales sobre la distribución de los recursos con que se cuenta, o habrá de contar la Empresa, según lo proyectado.

3. De Fusión.

Se emplean para determinar anticipadamente, las operaciones que hayan de resultar de una conjunción de entidades o compañías filiales.

4. Por Áreas y Niveles de Responsabilidad.

Cuando se desea cuantificar la responsabilidad de los encargados de las áreas y niveles, en que se divide una organización.

5. Por programas.

Este tipo de presupuestos es preparado normalmente, por dependencias gubernamentales, descentralizadas, patronatos, instituciones, etc. Sus cifras expresan el gasto, en relación con los objetivos que se persiguen, determinando el costo de las actividades concretas que cada dependencia debe realizar, para llevar a cabo los programas a su cargo.

6. Base cero.

Es aquel que se realiza sin tomar en consideración las experiencias habidas.

Este presupuesto es útil ante la desmedida y continua elevación de los precios, las exigencias de actualización, de cambio, y por el aumento continuo de los costos en todos los niveles, básicamente. Resulta ser muy costoso y con información extemporánea, pero que sirve, entre otros aspectos a evitar vicios, repeticiones, obsolescencia, etc.

H) DE TRABAJO

Es el presupuesto común, utilizado por cualquier entidad. Su desarrollo ocurre normalmente en las siguientes etapas puras:

- 1) Previsión.
- 2) Planeación, y
- 3) Formulación

a) Presupuesto Parciales.

Se elaboran en forma analítica, mostrando las operaciones estimadas por cada departamento. Con base en ellos, se desarrollan los :

b) Presupuestos Previos.

Son los que constituyen la fase anterior a la elaboración definitiva, sujetos a estudios y a la:

c) Aprobación.

La formulación previa esta sujeta a estudio, lo cual generalmente da lugar a ajustes, de quienes afinan los presupuestos anteriores, para desembocar en el:

d) Presupuesto Definitivo.

Es aquel que finalmente se va a ejercer, coordinar, y controlar en el período al cual se refiera. La experiencia obtenida con este tipo de presupuestos, dará lugar a la elaboración de :

e) Presupuesto Maestros o Tipo.

Con estos presupuestos se ahorra tiempo, dinero, y esfuerzo, ya que solo se hacen o ajustan los que tengan variación substancial, pero deben de ser revisados continuamente.

Cabe aclarar, que la clasificación anterior, pretende tan solo presentar separadamente las características mas importantes que poseen los presupuestos; dicha segregación no significa que cada una de las partes de la clasificación, es independiente de la otra, sino al contrario, pueden estar todas unidas en un Sistema de Control Presupuestal, o sea, que un solo presupuesto puede caer en varias o todas las clasificaciones. Por ejemplo, puede ser al mismo tiempo: Público, Principal, Fijo, Corto, Estándar, etc.

Los presupuestos: Flexible, Gubernamental, y Privado, por considerarlos de gran importancia, se presentan a continuación en forma un poco mas amplia, dado que antes solo se ha expuesto un concepto general.

Si bien, dista mucho de ser un estudio exhaustivo, se pretende proporcionar una idea más clara de los fines que se persiguen con la adopción de dichos tipos de presupuestos.

2.3. Objetivos.

Los objetivos de El Presupuesto son de Previsión, Planeación, Organización, Coordinación o Integración, Dirección y Control; es decir, comprenden o están en todas las etapas del Proceso Administrativo, y no como todos los autores sobre la materia, que solo los enmarcan en la Planeación y el Control, pocos agregan la

Dirección. Por lo que, como a continuación se aprecia, en la inicial estructura mencionada, primero se cita un concepto general de la Etapa del Proceso Administrativo, para enseguida indicar el o los Objetivos de El Presupuesto en cada etapa:

1. De Previsión

(Preconocer lo necesario)

Concepto: prepara de antemano lo conveniente para atender a tiempo las necesidades presumibles.

Objetivo de El presupuesto: tener anticipadamente, todo lo conveniente para la elaboración y la ejecución de El Presupuesto.

2. De Planeación

(¿Qué y cómo se va a hacer?)

Concepto: camino a seguir, con unificación y sistematización de actividades, por medio de las cuales se establecen los objetivos de la Empresa y la organización necesaria para alcanzarlos.

El Presupuesto en si, es un plan esencialmente numérico que se anticipa a las operaciones que se pretenden llevar a cabo; pero desde luego que la obtención de resultados razonablemente correctos, dependerá de la información, básicamente estadística que se posea en el momento de efectuar la estimación, ya que además de los datos históricos, es necesario enterarse de todo aquello que se procura realizar, y que afecte de algún modo lo que se planea, para que con base en las experiencias anteriores, puedan proyectarse los posibles resultados a futuro. Entre los métodos más usuales para conseguirlo, esta el de las tendencias y el de las correlaciones.

Objetivo de El Presupuesto: planificación unificada y sistematizada de las posibles acciones, en concordancia con los objetivos.

3. De Organización

(¿Quién lo hará?)

Concepto: estructuración técnica, de las relaciones que deben existir entre las funciones, los niveles, y las actividades de los elementos materiales y humanos de una entidad, con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y los objetivos señalados.

Habiendo establecido los objetivos generales de la estructura de la Organización, podrán precisarse los departamentales, que indicaran las características de las unidades, tales como: ventas, producción, compras, finanzas, personal, etc., de acuerdo con las necesidades específicas.

El agrupamiento de actividades equivale a establecer en la Institución divisiones y departamentos, mismos que dan lugar a elaborar tantos presupuestos como departamentos funcionales existan.

La elaboración de los presupuestos particulares para cada departamento, permiten apreciar si cada uno de ellos realiza las funciones establecidas, utilizando en este caso al Presupuesto como elemento para modificar la estructura del Negocio, en caso necesario.

Mediante el empleo de los presupuesto dentro de la Empresa, a través de la coordinación o dirección que se tenga de los mismos, es como se logra el completo engranaje de sus funciones totales, por la interdependencia departamental que debe existir.

Objetivo de El Presupuesto: que exista una adecuada, precisa, y funcional estructura y desarrollo de la Entidad.

4. De coordinación o integración

(Que se haga y se forme en orden, en lo particular y en lo general)

Concepto: desarrollo, mantenimiento, y consecución armoniosa de las actividades de la Entidad, con el fin de evitar situaciones de desequilibrio, entre las diferentes secciones que integran su organización.

La influencia y característica coordinadora de los presupuestos, constituye una ayuda muy valiosa para lograr este equilibrio, ya que para la elaboración de El Presupuesto de un departamento, es necesario basarse o auxiliarse en los otros, de tal manera que se va creando una cadena de dependencia entre ellos, engranando así todas las funciones de la Institución.

Objetivo de el Presupuesto: compaginación estrecha y coordinada de todas y cada una de las secciones, para que cumplan con los objetivos de la Entidad.

5. De Dirección

(Guiar para que se haga)

Concepto: función ejecutiva para guiar o conducir, e inspeccionar, o supervisar a los subordinados, de acuerdo con lo planeado.

El presupuesto es una herramienta de enorme utilidad para la toma de decisiones, administración por excepciones, políticas a seguir, visión de conjunto, etcétera; es decir, da lugar, el presupuesto, a una buena dirección.

Objetivo de El Presupuesto: ayuda enorme en las políticas a seguir, tomas de decisiones y visión de conjunto, así como auxilio correcto y con buenas bases, para conducir y guiar a los subordinados.

6. De Control

(Ver que se realice)

Concepto: es la acción por medio de la cual, se aprecia si los planes y los objetivos se están cumpliendo.

La acción controladora de El Presupuesto, se establece al hacer la comparación entre este y los resultados obtenidos, lo cual conduce a la determinación de las variaciones o las desviaciones ocurridas; si bien, la simple determinación de las diferencias no es una solución, será necesario analizarlas con objeto de tomar las medidas convenientes para corregir, oportunamente las deficiencias existentes, o estimular los fines resultantes.

Objetivo de El Presupuesto: comparación a tiempo entre lo presupuestado y los resultados habidos, dando lugar a diferencias analizables y estudiables, para hacer superaciones y correcciones antes de haber consecuencias.

2.4. Características de el presupuesto.

De Formulación

a).- Adaptación a la Entidad

La formulación de un presupuesto, debe ir en función directa con las características de la Empresa, debiendo adaptarse a las finalidades de la misma en todos y características de la Empresa, debiendo adaptarse a las finalidades de la misma en todos y cada uno de sus aspectos; esto es, la adopción de un sistema de control presupuestario, no puede hacerse siguiendo un patrón determinado, aplicable a todo tipo de compañías; además El Presupuesto no es solo simple estimación, su implantación requiere del estudio minucioso, sobre bases científicas (en ciertos casos) de las operaciones pasadas de la compañía, en que

se desea implantar, del conocimiento de otras empresas similares a ella, y del pronóstico de las operaciones futuras, de acuerdo con la:

Planeación, Coordinación, y Control de Funciones

Todos los actos en la vida, aun los mas sencillos, antes de realizarse han estado basados en un plan; así por ejemplo, planea la familia sus vacaciones, el artista sus cuadros, el fabricante sus productos, etc.; quien haya de formular un presupuesto debe por lo tanto, partir de un plan preconcebido, por otro lado, dicha planeación no resultaría eficaz sino se llevara a cabo formalmente, los planes no se realizan en el momento en que se presenta alguna situación favorable, no, deben tener una proyección futura y ser encaminados hacia un objetivo claramente definido; para lograrlo es imprescindible, coordinar y controlar todas las funciones que conducen a alcanzar dicho objetivo.

Entre los aspectos recomendables respecto a este inciso, para el mejor funcionamiento de El Presupuesto están:

- a).- Seccionar en tantas partes El Presupuesto, como responsables en la función haya en la Entidad, con autoridad precisa e individual de los interesados en el Control y el cumplimiento de El Presupuesto, de tal forma, que cada área de responsabilidad, deba ser controlada por un presupuesto específico.
- b).- Los presupuestos deben operar dentro de un mecanismo contable, para que sean fácilmente comprobables, con el fin de comprarlos con lo operado, determinar, analizar las variaciones o desviaciones, y corregirlas o apoyarlas, en su caso.
- c).- No dejar oportunidad a malas interpretaciones o discusiones.

d).- Elaborar los presupuesto en condiciones de poder ser alcanzables.”⁸

2.4. Presupuestos de operación.

“Incluyen la presupuestación de todas las actividades para el periodo siguiente al cual se elaboro y cuyo contenido a menudo se resume en un estado de perdidas y ganancias proyectado.

Entre estos podrían incluirse:

- Ventas
- Producción
- Compras
- Uso de materiales
- Mano de obra
- Gastos operacionales”⁹

2.5. Presupuesto financiero.

“De acuerdo con su naturaleza, tiene mayor alcance que el Presupuesto de Caja, ya que este esta integrado a aquel, teniendo por objeto pronosticar y controlar todos los elementos que forman la Posición Financiera (Balance) como lo son el Capital de Trabajo, el efecto que producirán las estimaciones sobre caja, los bancos, además de la toma de decisiones, todo ello referido siempre a la estructura financiera, o cuestiones accesorias como lo es el fondo de operación, o sea, el capital invertido en bienes que pueden ser: la planta, la maquinaria, el equipo, y los inventarios.

⁸ “El Presupuesto”, Cristóbal del Río González, Ecafsa, 1998.

⁹ “Presupuesto”, Jorge E. Burbano Ruiz, Alberto Ortiz Gómez, Mc Graw Hill, 1998.

De acuerdo con lo anterior se puede concluir, contrario a todos los tratadistas, que el Presupuesto Financiero no es lo mismo que el Presupuesto de Caja, aun cuando este último representa un alto porcentaje del primero.

El Presupuesto Financiero es generalmente, el presupuesto que se hace al final, porque recibe constantes ajustes, que incluso son los últimos.”¹⁰

2.6.1. De efectivo.

“Esta constituido por saldos disponibles en caja y bancos, inversiones temporales de fácil realización, estimaciones de dinero o recibir, de acuerdo con la política de crédito y los hábitos de pago de los clientes, así como los desembolsos que deberán hacerse, de acuerdo con las políticas financieras.

Su realización debe ser cuidadosamente planeada y desarrollada, basada en los demás presupuestos, ya que se realiza obviamente al ultimo teniendo como objetivos:

Respecto a los ingresos

Aprovechamiento superior

- a) Conocer la estimación correcta de los cobros, de acuerdo con las políticas de crédito establecidas.
- b) Precisar el financiamiento exterior, de conformidad con los planes elaborados.
- c) Palpar el cumplimiento de las decisiones tomadas, en relación a los aumentos de capital, las emisiones de obligaciones.

¹⁰ “Contabilidad Administrativa”, David Noel Ramírez Padilla, Mc Graw Hill, 2003.

- d) Procurar la obtención de líneas de crédito, para el descuento de documentos.

Respecto a los pagos

Decisión sobre la forma de pagos

- a) Procurar el cumplimiento oportuno de las obligaciones regulares, por pagos de sueldos y salarios, ciertos servicios como el agua, la luz, los alquileres, etc., e incluso puede hacerse para dividendos por pagar.
- b) Pretender el establecimiento de las provisiones necesarias, para el cumplimiento de obligaciones derivadas del logro de otros presupuestos, ejemplo, impuesto a la producción, IVA, impuesto sobre el Valor Agregado, sobre la Renta, etc.
- c) Fijación de políticas de pagos, por créditos de proveedores, en concordancia con la rotación de cuentas por cobrar y plazo medio de cobranza.
- d) Estimar los gastos que puedan preverse, como resultado del cumplimiento de otros presupuestos.
- e) Economías por pagos anticipados, ya que el descuento por ese concepto, es superior a una tasa de interés sobre un préstamo normal.

Generales

Mejor manejo del efectivo, manteniendo saldos a niveles lo mas bajos posibles.

Decisiones sobre adquisición de bienes de operación. El capital invertido en operaciones de producción y ventas, generalmente permite mayor utilidad, por lo

que se debe reducir el momento de efectivo y aumentar los derechos a más de un año.

Escoger el momento adecuado para elegir aumento de capital, emisión de acciones, créditos, etcétera.

Los pronósticos del efectivo por meses, semanas, y días, permiten determinar el saldo disponible para inversiones a corto plazo.

Realización coordinada de cobros y pagos.”¹¹

2.6.2. Capital o activo fijo.

Consiste en recopilar una lista de proyectos potencialmente rentable en términos de los objetivos de la empresa. Esta lista se combina con un programa de ejecución para determinar las fechas y la inversión que se requiera. Todo esto se coordina con los presupuestos de efectivo y de operación, de manera que el proyecto quede sincronizado con el resto de las operaciones.

¹¹ “Presupuesto”, Cristóbal del Río González, Ecafsa, 1998.

CAPITULO 3

Capítulo 3. Proyectos de inversión.

3.1 Definición.

Aplicación de recursos a inversiones fijas que generaran ingresos por varios años. Los proyectos de inversión como unidad económica de la planeación deben generar resultados positivos que permitan crear, desarrollar o fortalecer la planta productiva nacional como base fundamental para el logro de otros objetivos, ya sean políticos, económicos o sociales, y en consecuencia, los proyectos de inversión actúan en el desarrollo nacional.

En la actualidad se pretende que la formulación y evaluación de proyecto de inversión contemple los lineamientos que requiere el proceso de planeación mexicano, con el fin de que apoye la descentralización de la vida nacional de los recursos en niveles y sectores políticos, sociales y económicos.

3.1.1. Importancia del proyecto de inversión.

Siempre que exista una necesidad humana de un bien o un servicio, habrá necesidad de invertir, pues hacerlo es la única forma de producir un bien o un servicio. Es claro que las inversiones no se hacen sólo porque alguien desea producir determinado artículo o piensa que produciéndolo va a ganar dinero.

En la actualidad una inversión inteligente requiere una base que lo justifique. Dicha base es precisamente un proyecto bien estructurado y evaluado que indique la pauta que debe seguirse.

Es innegable que un problema que agobia a la sociedad, en los niveles macro y microeconómico, es la escasez de recursos, ante una multiplicidad de necesidades que exigen satisfacción. La solución surgirá en la medida en que

haya expertos que evalúen apropiadamente los proyectos de inversión y se canalicen los recursos escasos a las actividades más rentables.

Este problema se observa en las empresas cuando se presentan ante el director general los ejecutivos encargados de las diferentes funciones de la empresa y exponen sus necesidades. Luego de ser traducidas a términos monetarios y sumadas, esas necesidades no pueden ser satisfechas en su totalidad, ya que los recursos no son suficientes. En este caso, el director general tendrá que jerarquizarlas para dar preferencia a las que generen más utilidades.

3.1.2. Clasificación de proyectos.

Por el tipo de proyecto de inversión:

- a) Agropecuarios. Son aquellos dedicados a la producción animal o vegetal de carácter Primario
- b) Industriales. Abarcan la industria manufacturera, extractiva y de transformación relativa a las actividades de agricultura, pesca y ganadería.
- c) De servicios. Son aquellos que se efectúan para atender necesidades de tipo social como por ejemplo salud, educación, vivienda, comunicación, etc.

Por los resultados a obtener:

- a) Rentables. Son los que tienen por objetivo principal generar rendimientos.

- b) No rentables. Son aquellos que no tienen por objetivo obtener utilidades en forma directa.
- c) No medibles. Se denominan de esta forma a aquellos cuyo objetivo es lograr una utilidad en forma directa, siendo difícil cuantificar la misma.
- d) De reemplazo. La finalidad de sustituir activos fijos debido al desgaste, logrando así mantener la eficiencia de la planta productiva
- e) De Expansión. Tienen como objetivo lograr una mayor capacidad productiva mediante el reemplazo del equipo por ser obsoleto por la modernización del mismo para obtener eficiencia, y de esta manera poder hacer frente

Por su naturaleza:

- a) Dependientes. Son aquellos que se encuentran condicionados entre sí, si se tienen tres proyectos "A" "B" "C", la aprobación de uno de ellos sólo será posible si los otros dos también son aceptados.
- b) Independientes. Se denominan así puesto que la aprobación de uno de ellos no descarta la posibilidad de la aceptación posterior de cualquiera de los restantes: la aprobación de "A" no incluye en la adquisición de "B", "C", etc. Ya que el objetivo de cada uno de ellos es distinto.
- c) Mutuamente excluyentes. Son aquellos cuya finalidad o función a realizar dentro de la empresa es la misma, por esta razón la aceptación de uno de ellos provoca la eliminación de los restantes.

3.2. Etapas para la preparación de un proyecto de inversión

Al efectuar proyectos de inversión se debe conocer el medio ambiente general y específico en el que se desenvuelve la empresa. El medio ambiente general se integra por los fenómenos económicos, sociales, políticos, legales culturales, ecológicos y demográficos; el medio ambiente específico está formado por los proveedores, clientes, competencia, necesidades de la entidad, legislación y tecnología aplicables.

3.2.1 Planeación.

Dentro de esta primera etapa se busca conceptualizar la idea del proyecto en forma general tratando de delimitar los rangos máximos y mínimos de la inversión.

3.2.2. Plan estratégico.

Los planes estratégicos tienen como finalidad integrar el medio ambiente y la organización como un todo, son orientados a mediano o largo plazo y comprenden:

- a) La misión y las metas, es decir, la razón de ser de la organización, su línea de negocio, los segmentos del mercado a satisfacer, etc.
- b) Los objetivos generales, que pueden ser de carácter económico y/o no económico.
- c) Las estrategias, que se reflejan en decisiones financieras en planeación y control.

- d) Las políticas, que son las que representan reglas y principios de aspecto general y que además son la guía del pensamiento y la actuación.

3.2.3. Plan financiero

El plan financiero consiste en concretar las estrategias e ideas concebidas en el plan estratégico, mediante datos y cifras que formen los estados financieros proforma y los presupuestos, en otras palabras, formular las estructuras y programas a realizar por los integrantes de la organización con el objetivo de establecer los cursos de acción a seguir y detallar las actividades futuras en tiempo y dinero de una empresa.

Se deberá tomar en cuenta las siguientes consideraciones básicas:

- Aprovechar de manera eficiente y redituable los recursos de la organización.
- Buscar soluciones abarcando y satisfaciendo los aspectos técnico y económico para conseguir los mejores resultados del proyecto en su totalidad.
- Realizar una adecuada investigación al efectuar los estudios preliminares en lo referente a la naturaleza y suministro de materias prima sobre proyectos mineros y agrícolas por ejemplo y la disponibilidad de energía, agua, combustibles en lo concerniente a proyectos industriales. Es relevante mencionar la importancia que tiene contar con las facilidades de mano de obra en la planeación de los proyectos.
- Analizar detalladamente las opciones de comprar activos fijos, reparar los ya existentes o rentar los que sean necesarios según la situación y necesidades de la empresa.

- Controlar que las inversiones de capital vayan dirigidas al logro de los objetivos de la entidad y no causen una desviación o alteración de o en los mismos.

3.2.4. Marco legal y fiscal en el que se operará.

Se debe definir la forma como se constituirá la persona o moral que requiere el proyecto, tomando en cuenta las diversas formas de organización que las leyes contemplan como lo es una Sociedad Civil, etc. Considerando la finalidad de la empresa, el número de personas que integrarán la sociedad, las obligaciones a las que estarán sujetos y los importes que aportarán, ya sean en efectivo o en especie, además de los trámites necesarios para la constitución de la sociedad.

Es muy importante al realizar el análisis y evaluación de proyectos de inversión para bienes de capital, conocer los lineamientos contables y fiscales a los que se sujeta la persona física o moral objeto del proyecto y en caso de realización del mismo estar al tanto de modificaciones de leyes, principios y reglamentos, ya que los cambios frecuentes de que son objeto pueden modificar de manera importante las condiciones de las personas ya sean físicas o morales. Es elemental poder considerar las obligaciones fiscales a las que se estará sujeto, dependiendo del régimen en el que se vaya a tributar, además de las fechas en las que se deberán realizar los pagos de impuestos.

Por la facultad que tienen los gobiernos federales, estatales y municipales de establecer impuestos influyen de manera importante en el comportamiento de las organizaciones de negocios y de sus dueños. Lo que pudiera ser una decisión de negocios óptima si no existieran impuestos, puede resultar una muy inferior con éstos, por lo tanto la correcta consideración de estos factores en un país como México en el que la inflación anual normalmente es de más del 5% y en el que los cambios fiscales son continuos es determinante.

3.3. Estudio de mercado

Antes de efectuar una inversión y con el fin de determinar su viabilidad en todos los aspectos es conveniente que se contemple como un requisito indispensable conocer el marco teórico en el cual se creará, desarrollará y desarrollará el producto que se pretende obtener, para ello se consideran varios fines:

- a) Satisfacer una demanda plenamente identificada
- b) Crear una necesidad
- c) Aprovechar recursos disponibles
- d) Agregar valor a determinada materia prima
- e) Realizar acciones con intenciones políticas

El análisis de mercado es por tanto, uno de los puntos más importantes a considerar en la elaboración del proyecto, ya que tiene como objetivo medir el número de individuos, empresas y otras entidades económicas que presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción de productos o servicios, en un período determinado.

Los elementos básicos a considerar en la realización del estudio de mercado y que más adelante se analizarán profundamente son:

- La identificación del producto o servicio, que consiste en definir desde un punto de vista comercial y económico el tipo de bien o servicio que se pretende lanzar al mercado.
- El análisis de la demanda, mediante el que se examinan las necesidades de los consumidores y el proceso de compra
- El análisis de la oferta, en el que se estudia la estructura del mercado en las que se fundamenta la competencia y las limitaciones institucionales

- La comercialización, que ayuda a definir los elementos de diseño, fijación de precios, distribución y promoción del producto.

El estudio de mercado es fundamental en un proyecto, dado que solamente cuando se conoce el ambiente en el cual se introducirá un nuevo producto o servicio, se podrán prever las condiciones que enfrentara y los resultados que pueden esperarse y determinar bajo que condiciones se podrían modificar la estructura comercial del producto en estudio, incluyendo la localización de los competidores y la distribución geográfica de los principales centros de consumo.

Además el estudio de mercado permite identificar importantes elementos que deben ser tomados en cuenta para determinar su tamaño, localización e integración económica.

3.3.1. Identificación del producto o servicio.

La identificación del producto o servicio tiene como fin obtener información que permita la clara descripción del mismo en los siguientes aspectos:

- Su uso.
- Su efecto y tiempo de introducción en el mercado.
- Densidad económica
- Normatividad sanitaria y comercial.

En los que se refiere a su uso, los bienes y servicios pueden ser:

- a) De consumo final. que son los que satisfacen la demanda de las personas y familias, tales
Como alimenticios, vestido, transporte, comunicación, esparcimiento, educación, etc.

- b) Intermedios. son aquellos utilizados en los procesos productivos de las empresas para ser consumidos o transformados es decir, representan solamente una parte de otros productos o servicios, por ejemplo el hilo, la tela, los botones, que forman parte de las prendas de vestir.
- c) De capital. Son principalmente las máquinas que sirven para producir equipos de proceso, es decir, equipos o máquinas, equipos o máquinas para hacer máquinas.

En lo referente a los efectos que producen en el mercado los productos pueden ser:

- a) Nuevos o innovadores. El análisis de un nuevo producto, deberá observar la producto tradicional y establecer las diferencias entre ambos.
- b) Iguales a los que serán producidos. Son los bienes con los que competirá la producción del proyecto en el mismo mercado.
- c) Similares, sustitutos sucedáneos. Es importante observar similitud, a fin de identificar plenamente el producto. Los productos sustitutos son los que aún no siendo iguales pueden eventualmente sustituirse y los sucedáneos son los que permiten cubrir algún sector de la demanda, pero con grados de satisfacción diferente.

Otro de los aspectos a considerar en la identificación del producto o servicio es la densidad económica que se entiende como relación que guardan "precio-peso-distancia" Cuando el precio es alto y el peso bajo, el producto puede desplazar a mayor distancia por lo que se dice que tiene alta densidad económica. Los productos de alta densidad pueden soportar mayores distancias de desplazamiento o traslado, por lo que en su atención al precio, podrán cubrirse

mercados mas distantes. La situación es diferente en productos de baja densidad económica, en los que al peso restringe los desplazamientos.

3.3.2 Análisis de la demanda.

Consiste en estudiar la evolución histórica y proyectada del requerimiento de los bienes o servicios objeto del proyecto, mediante la ayuda de estadísticas, entrevistas, cuestionarios y cualquier otro medio que nos permita cuantificar la necesidad real o psicológica de una población de compradores con poder suficiente para adquirir un determinado producto o servicio que satisfaga dicha necesidad.

Los elementos básicos de la determinación de la demanda son: los precios factibles del producto o servicio, el ingreso y egreso de los consumidores y los precios de los productos completamente o sustitutos.

La demanda pueden ser:

- Demanda de bienes socialmente básicos, que son los que la sociedad requiere para su desarrollo y crecimiento y se relacionan básicamente con la alimentación, salud, vestido y vivienda.
- Demanda de bienes no necesarios o de consumo suntuario, son los que se derivan de una necesidad creada artificialmente, por gustos o preferencias.
- Demanda continúa, es aquella que se ejerce en una forma permanente.
- Demanda cíclica o estacional, es la que se relaciona con los períodos del año.

Área de mercado.

El área de mercado a estudiar, ya sea local, regional, nacional o internacional se define mediante la densidad económica del producto, en atención a que el área será más amplia, dependiendo de la distancia a la que el producto pueda ser desplazado por su precio, por la relación distancia-tiempo de desplazamiento, por la infraestructura de almacenamiento y/o conservación, por la infraestructura disponible en los centros de consumo y por el tipo de transporte que se puede usar.

Demanda actual

De acuerdo al bien o servicio que se elija, se podrá identificar a los demandantes actuales y futuros por la forma en que ejercen su demanda y analizar bajo que condiciones una demanda potencial puede esperarse que llegue a ser una demanda efectiva o real.

El dimensionar la demanda actual tiene como finalidad mostrar la existencia y ubicación geográfica e los compradores del producto o servicio estudiado. Una primera aproximación de la demanda en el mercado nacional, regional o local, en un período de tiempo definido se obtiene del consumo aparente que se determina de la siguiente forma:

$$\text{Consumo aparente} = \text{Producción} + \text{Importaciones} - \text{Expansiones}$$

Cuando la información que se dispone permite cuantificar los inventarios, tanto inicial como final de un ciclo, es posible determinar el consumo efectivo, como a continuación se indica:

$$\text{Consumo efectivo} = \text{Consumo aparente} + \text{ó} - \text{Inventarios}$$

Una vez determinado el consumo aparente se puede obtener el consumo per cápita, que refleja lo que corresponde por persona y que también se determina para estas áreas locales, regionales o nacionales, de la siguiente forma:

$$\text{Consumo per capita} = \text{Consumo aparente} / \text{Población del área estudiada}$$

El consumo per capita como indicador de la demanda puede obtenerse de diferentes fuentes o cálculos, dependiendo de la información disponible y las necesidades del estudio, mediante métodos de simples o de mayor complejidad, como lo es la encuesta.

Factores que afectan la demanda.

Los factores que mayormente afectan y permiten establecer la situación actual de la demanda, así como explicar su trayectoria histórica y en consecuencia, determinar:

- a) Tamaño y crecimiento de la población. Mediante la obtención de la información de tasas de crecimiento, densidad de población, estructura por edad y sexo, podemos conocer el mercado al que está dirigido el proyecto, relacionado con el crecimiento esperado de la demanda y la concentración y dispersión de los demandantes.
- b) Hábitos de consumo. Aún siendo muy grande la población, los hábitos y costumbres determinan la magnitud de la demanda del mercado analizado y son el reflejo de las características de los consumidores asociado a su nivel de ingreso.
- c) Gustos y preferencias. Además de la capacidad de pago del demandante entran en juego sus reacciones frente a la forma de

presentación del producto, sus características, las ventajas que se derivan de su utilización y las promociones.

- d) Niveles de ingreso y gasto. Es fundamental conocer el perfil económico que tiene la población estudiada y la distribución del gasto familiar, ya que un demandante potencial sin ingresos suficientes nunca podrá ser efectivo, como tampoco lo será un demandante con ingresos comprometidos con gastos diferentes del bien o servicio estudiado.

Precios. Ya que el presupuesto familiar se asigna un monto para demandar el bien estudiado, si el precio se altera, los volúmenes demandados también pueden verse alterados

3.4. Técnicas de evaluación del proyecto de capital.

Los métodos básicos que utilizan las empresas para evaluar los proyectos y decidir si deben aceptarlos e incluirlos en el presupuesto de capital son:

1. Método de periodo de recuperación (PB);
2. El valor presente neto (VPN)
3. La tasa interna de rendimiento (TIR)

Para determinar la aceptabilidad de un proyecto mediante cualquiera de estas técnicas, es necesario determinar sus flujos de efectivo esperados. Sin embargo, a diferencia de los otros dos, el método del período de recuperación no considera el valor del dinero a través del tiempo, por lo tanto, nos referimos al mismo como una técnica no sujeta a descuentos, mientras que el del valor presente neto y al de la tasa interna de rendimiento las consideramos técnicas sujetas a descuentos. Explicaremos de que manera se calcula cada criterio de evaluación, y posteriormente determinaremos la eficiencia relativa de cada uno de estos

métodos para determinar aquellos proyectos que maximizaran el precio de las acciones de la empresa.

Periodo de recuperación.

Plazo que transcurre antes de que se recupere el costo original de una inversión a partir de los flujos de efectivo esperados.

3.5. Valor presente neto (VPN).

Método utilizado para evaluar las propuestas de las inversiones de capital, mediante la determinación del valor presente de los flujos netos futuros de efectivo, descontados a la tasa de rendimiento requerida por la empresa.

3.5.1. Fundamentos del valor presente neto.

El fundamento del método del VPN es sencillo. Un VPN de cero significa que los flujos de efectivo del proyecto son suficientes para recuperar el capital invertido y proporcionar la tasa requerida de rendimiento sobre ese capital. Si un proyecto tiene un VPN positivo, generara un rendimiento mayor que lo que necesita para rembolsar los fondos proporcionados por los inversionista, y este rendimiento excesivo se acumulara solo para los accionistas de la empresa. Por consiguiente, si una empresa asume un proyecto con un VPN positivo, la posición de los accionistas mejorara, debido a que el valor de la empresa será mayor.

3.5.2. Tasa interna de rendimiento (TIR).

Tasa de descuento que obliga al valor presente de los flujos de efectivo esperados de un proyecto a igualar su costo inicial. La tasa interna de rendimiento (TIR) es similar al rendimiento al vencimiento (RAV) de un bono.

3.5.3. Fundamento del método de la TIR.

¿Por qué se dice que un proyecto es aceptable cuando su TIR es mayor que su tasa de rendimiento requerida? Porque la TIR de un proyecto es su tasa esperada de rendimiento, y si ésta es superior al costo de los fondos empleados para financiar el proyecto, resulta un superávit o sobrante después de recuperar los fondos, superávit que se acumula para los accionistas de la empresa. Por lo tanto aceptar un proyecto cuya TIR supera su tasa de rendimiento requerida (costo de los fondos), incrementa la riqueza de los accionistas. Por otra parte, si la TIR es inferior al costo de los fondos, llevar a cabo el proyecto impone un costo a los accionistas.

3.6. Flujos de efectivo y riesgos de los proyectos.

3.6.1. Flujos de efectivo relevantes.

Flujos de efectivo específicos que deben considerarse en la decisión de presupuesto de capital.

3.6.2. Identificación de los flujos de efectivo adicionales.

Por lo general, cuando identificamos los flujos de efectivo adicionales asociados con un proyecto de capital, los separamos de acuerdo con la fecha en que ocurren durante la vida del proyecto. En la mayoría de los casos, podemos clasificar los flujos de efectivo adicionales como:

1) Flujos de efectivo que ocurren solo al inicio de la vida del proyecto, es decir, el periodo 0;

2) Flujos de efectivo que continúan a lo largo de la vida del proyecto, esto es, periodos 1 a n, y;

3) Flujos de efectivo que ocurren solo al final o en la fecha de terminación del proyecto, que es el periodo n. Expondremos estas tres clasificaciones del flujo de efectivo adicional y a continuación identificaremos algunos de los flujos de efectivos relevantes. Sin embargo, no debe olvidarse que, cuando se identifican los flujos de efectivo adicionales en el presupuesto de capital, la cuestión fundamental es cuales de ellos serán afectados por la adopción del proyecto, pues si un flujo de efectivo no cambia no será relevante para el análisis de presupuesto de capital.

CASO PRACTICO

Antecedentes.

“Grupo Enlace” se formo en noviembre del año 2004, ofreciendo un servicio de venta, instalación, y asesoría acerca de comunicación virtual. Este servicio esta enfocado principalmente a las empresas que tienen sucursales ya sea en la misma ciudad, o fuera de esta, ofreciendo un sistema de comunicación integral, donde obtendrán múltiples beneficios, tanto en el aspecto de control y manejo de sus establecimientos como en el ahorro a mediano y largo plazo que se reflejara con el uso de nuestro servicio.

Tenemos contemplado, que desde la primera entrevista que tengamos con nuestros clientes, ellos empiecen a tener beneficios, haciendo un estudio mediante un programa analítico de gastos (acerca de los puntos que abarca nuestro servicio) y mostrándole los resultados probables que obtenga con nosotros, así también, haciéndoles ver, que la tecnología es primordial para la supervivencia y expansión de cualquier negocio.

Ubicación.

La empresa de nombre “ENLACE” ubicada en la calle Juárez, # 300, Col, Centro, en la ciudad capital de Tepic, Nayarit, México.

Servicio.

El servicio que ofrecemos consta de instalar un “cerebro” en la planta matriz de la empresa a la que vamos a ofrecer el servicio, e instalar “terminales” en las distintas sucursales, esto se puede lograr en la actualidad, ya que existe el servicio, pero de una forma diferente. Este servicio lo ofrecen grandes compañías como Telmex, ATT, etc., mediante la instalación y renta de una banda de fibra óptica que conecta a los distintos puntos que uno requiera, debiendo pagar una cantidad fija mensual por el uso de este servicio, la cuál es relativamente alta

teniendo en cuenta que es también tecnología de punta. Nuestra empresa ofrece eliminar esa renta mensual, ofreciendo el mismo servicio pero de una forma diferente.

Retomando la explicación de nuestro servicio, el "cerebro" que instalaremos en la matriz de la empresa, controlara a las terminales en las sucursales, pudiendo acceder a todos los equipos computacionales que se tengan conectados, ahorrando tiempo, con cualquier falla del equipo, no teniendo que ir al lugar de origen de la falla, sino controlándola y solucionándola desde la matriz, así también controlar toda la información contenida en cualquier equipo. También con esta conexión, ofrecemos las ventajas de la comunicación inmediata de voz, video, información, así como el ahorro en cuestión de telefonía, debido a que las llamadas pueden ser manejadas a través del Internet, teniendo solo que pagar la renta del mismo, olvidándote del costo de la llamada.

Ahora bien, ofrecemos también el servicio de larga distancia nacional e internacional en conjunto con una gran corporación americana dedicada a este servicio desde hace muchos años, con gran éxito debido a la facilidad de su utilización y del ahorro que representa para todo el publico que frecuentemente usa este servicio. Esto consta de obtener un software además de un equipo que va conectado al teléfono, donde accedando al software, a través de tarjetas prepagadas, obtienes una cuenta y automáticamente cuando marcas a tus números de larga distancia, se registra la llamada, y por medio del equipo conectado al teléfono, empezara a descontarte tu saldo de la tarjeta prepagada, pero siendo el costo de 7c. de dólar, equivalente a 80 centavos mexicanos, comparando con el precio promedio que ofrecen las compañías dedicadas a este servicio, además del cobro del primer minuto a una tarifa diferente, nuestro servicio de telefonía ofrece un ahorro considerable.

Estudio de Mercado.

Entorno.

El mercado que tenemos pensado explotar, es un mercado relativamente virgen en cuanto al servicio que ofrecemos, debido a que, aunque la tecnología esta siendo de gran importancia y consideración en la vida actual de todo negocio, no se sabe de ningún negocio que este usando tecnología VPN para comunicación interna con sus sucursales.

Nuestros clientes potenciales se encuentran en la ciudad de Tepic, Nayarit, aunque considerando la entrada del servicio al mercado, sus resultados y su aceptación, tenemos pensado expandir nuestro mercado a estados vecinos donde encontremos empresas exportadoras, que realizan llamadas internacionales, y también pequeñas cadenas de negocios, que cuenten con sus sucursales.

Clientes (potenciales)

CLIENTES	PRODUCTO
<i>TOWER PIZZA</i>	Pizzería, restaurante, café
<i>EXPORTADORA DE FRUTAS</i>	Exportación de frutas regionales.
<i>HILO bar</i>	Discoteca.
<i>GRUPO SIERRA</i>	Distribuidora de jugos.

Todos estos clientes son empresas con varios años en el estado, teniendo buena situación económica y contando con sucursales a lo largo del estado, así pues marcándoles como principales clientes por su estabilidad económica, por el desarrollo que ha demostrado a través de estos años y por la su expansión en el estado a través de sucursales.

Situaciones a considerar.

- Mercado potencial virgen.
 - En el mercado que pensamos explotar aun no cuenta con el servicio de tecnología VPN, haciendo más fácil la introducción de este debido a la novedad del servicio.

- Clientes en expansión.
 - Los clientes potenciales son empresas Nayaritas, que a lo largo de los años se han mantenido, han demostrado una buena situación económica y financiera, así como su crecimiento abriendo sucursales de estas a lo largo del estado. Así pues, además de esperar ganancias al ofrecer nuestro servicio, también pensamos en el desarrollo de las empresas de nuestro estado, ofreciéndoles a nuestros clientes una oportunidad de desarrollo con tecnología que les eficientiza el desempeño además de bajar sus costos.

- Equipo.
 - Nuestro proveedor se encuentra en la ciudad de Tepic, teniendo este a su vez proveedores en la ciudad de Guadalajara, lo que garantiza que el equipo se encuentra en la zona, agilizando su obtención y su distribución. El equipo que ofrecemos tiene cierta variación en su costo dependiendo de las necesidades del cliente, ya que este servicio se puede instalar desde una casa particular, hasta grandes empresas con sucursales en varios estados. Las necesidades tanto de un servicio en un domicilio, como el de una empresa son totalmente diferentes, así también los equipos, sin embargo en las distintas situaciones ofrecemos una recuperación de la inversión por parte del cliente, a través de los beneficios que nuestro servicio ofrecerá a sus negocios.

- Cultura del cliente.
 - Un problema al que nos podemos enfrentar al momento de ofrecer nuestro servicio es el grado de conocimiento que el cliente pueda tener, no tanto de nuestro servicio, sino de los beneficios de la tecnología en general. Así que tratamos de que, desde la primera entrevista, el cliente obtenga toda la información necesaria acerca del servicio, además de todo el listado de beneficios que este acarrearía a su empresa. Pensamos tener preparadas varias presentaciones a través de equipo de cómputo portátil, de una manera sencilla, entendible a todo el público, para que a través de éstas, el mismo cliente se de cuenta de que necesita el servicio y que será de resultados positivos para su entorno.

Plan estratégico.

A continuación se presentan los objetivos y razón de "Grupo Enlace"

MISIÓN. Proporcionar con excelencia servicios de venta y asesoría de equipo de cómputo que satisfagan los requerimientos de nuestros clientes.

VISIÓN. Ser la empresa de comunicación Virtual primera en nuestro estado y ofrecer el mejor servicio a nuestros clientes.

Estrategias

- Contar siempre con tecnología de punta.
- Contar con diversidad de software para cualquier necesidad de nuestro cliente.
- Proporcionar un servicio personalizado

- Buscar siempre alternativas y soluciones diversas para ofrecerlas a nuestros clientes.

Políticas

- Atención esmerada al cliente para lograr una satisfacción en el mismo,
- Ofrecer precios justos y competitivos.

Instalaciones.

El primer objetivo del proyecto de inversión es aprovechar los recursos disponibles, en este caso una casa propiedad de uno de los miembros de "Grupo Enlace", ubicada en la zona centro de la ciudad, la cual cuenta con excelentes condiciones, además de los servicios básicos (luz, agua, teléfono.

Se acondicionara con equipo propiedad de los miembros de Grupo Enlace:

- Dos equipos de computo
- Un teléfono
- Un fax
- Copiadora

Identificación del servicio.

Los servicios que se proporcionan en "Grupo Enlace" están enfocados a empresas Nayaritas en expansión, que cuentan con sucursales tanto en la ciudad, como en todo el estado, ofreciéndoles el equipo y la capacitación de una comunicación totalmente innovadora y eficiente, que permitirá disminuir costos y eficientar el manejo de sus sucursales.

- a) Rapidez en la comunicación. Con el servicio que ofrecemos, las empresas podrán, desde su matriz, comunicarse rápidamente con sus sucursales por teléfono, absorbiendo el costo de la larga distancia, a través de Internet, estando conectadas en línea todas las maquinas con las que cuente tanto en sucursales como en matriz.

- b) Disminución de Costos. La disminución de costos que ofrecemos con el servicio, empieza con las largas distancias, en caso de que las sucursales estén fuera de la ciudad, con el sistema implantado en todas las sucursales se podrá comunicar fácilmente sin necesidad de marcar el numero completo asignado por la compañía telefónica. Otro beneficio reflejado en la economía de las empresas, es la conexión que tendrán todos los equipos con que se cuenten, pudiendo solucionar problemas técnicos sin la necesidad de trasladarse al lugar de origen, simplemente accedando desde la matriz al equipo que necesite asistencia, ahorrando tiempo, dinero, esfuerzo y personal.

- c) Avance Tecnológico. Nuestro servicio es con tecnología de punta, dándole la oportunidad a las empresas de entrar con ventaja a la competencia del mercado Nayarita, que esta en crecimiento, además de mercados vecinos donde las demás empresas buscan contar con la mejor tecnología, sabiendo el ahorro que esto conlleva. Un ejemplo del avance tecnológico que ofrecemos es el que un miembro de la empresa se encuentre de viaje, en otra ciudad, teniendo una computadora y acceso a Internet, con la dirección IP de la empresa, puede hacer una llamada telefónica al conmutador de la empresa y este a su vez lo comunicaría a cualquier teléfono local, ahorrando la larga distancia.

En si ofrecemos a las empresas una red que permita agilizar la transferencia de datos y la comunicación vía Voz, así como la obtención de información valiosa para alguna toma de decisión inmediata.

Análisis de la demanda.

En este caso práctico ofrecemos el servicio principalmente a Grupo Sierra, empresa importante Nayarita que cuenta con sucursales tanto en la ciudad como fuera de esta, estableciendo como objetivo fundamental la implantación de una red inalámbrica y enlaces con la finalidad de mantener en línea la comunicación de la planta, edificio administrativo, obteniendo con esto comunicación vía Voz, y datos de manera eficiente y económica.

Grupo Sierra, cuenta con una comunicación por teléfono con sus sucursales (Las Brisas y Puerto Vallarta) contando con Internet, pero sin tener el control de todos los equipos de cómputo con los que cuenta la empresa, llegando a la conclusión de que su forma de comunicación y control es lento, tardado y costoso.

El Plan comprende los siguientes puntos a realizarse en Grupo Sierra:

Configuración, Instalación y capacitación al personal de la red (Voz y Datos) implantada de los siguientes puntos

Grupo Sierra Matriz – Las Brisas – Vallarta

Proyección de la demanda

En esta época en que el uso de la computadora y en forma especial de Internet la demanda ha ido aumentando día con día hasta el punto de volverse casi indispensable el contar con correo electrónico, comprar, vender, obtener y transmitir información, en forma económica, rápida, clara y oportuna, por lo que se espera que la demanda siga aumentando.

Es importante tener en cuenta que en estos días, al tener un negocio, se debe de contar con tecnología que te permita competir con todas las ventajas que tu

servicio ofrece al público, no quedando rezagados a la simple sobrevivencia del negocio, sino buscando su expansión.

El servicio que se ofrece en Grupo Sierra, seguirá pretendiendo cubrir el área de mercado que comprende las empresas Nayaritas con sucursales, y que aun cuentan con una comunicación lenta y costosa.

Análisis de la oferta.

Mediante encuestas obtuvimos la información necesaria para saber que no existe ninguna empresa Nayarita con sucursales que cuente con este servicio de comunicación y control.

Debemos mencionar que los precios de los equipos necesarios para nuestro servicio, tienen una tendencia a la baja, debido a la constante salida de equipos parecidos, abaratando los equipos existentes y teniendo muchas opciones para elegir el equipo más conveniente a la empresa

Publicidad

Además de Grupo Sierra, se tiene pensado visitar a la mayoría de empresas de la zona que cuenten con sucursales, para que a través de una presentación en un equipo portátil, se enteren de todas las ventajas y beneficios que obtendrán al implantar un sistema de comunicación de este tipo.

Requerimiento de equipo.

Cisco Router	3	\$ 2,600.00	\$7,800.00
Cisco Factory upgrade	3	400.00	1200.00
WAN card	3	300.00	900.00
Two-port voice interface card- FXO	1	500.00	500.00

V35 CABLE, DTE male to smart serial	1	120.00	120.00
Multitech Multivoip	1	1500.00	1500.00
PBX central	1	2000.00	2000.00
TOTAL			\$14,020.00

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Rs Du Base Station	1	\$3,000.00	\$3,000.00
Rs.Ds.Base Station	2	2,750.00	5,500.00
Antena parabólica	3	900.00	2,700.00
Soporte de Al. P/antena	3	250.00	750.00
TOTAL			\$11,950.00

Organización

Estructura

Héctor Servando Sierra Díaz.

Director General

Alberto Lugo

Gerente de Compras

Oswaldo Pérez

Gerente de Informática

Héctor Velarde Martínez

Fernando Bernal Hernández

Gerencia y Subgerencia de Ventas y distribución.

INSTALACIÓN DEL EQUIPO.

Una vez listado el requerimiento de equipo y sus costos, explicaremos la instalación del mismo.

Nuestro servicio esta sujeto al servicio de Internet, afortunadamente con Prodigy Infnitun podemos contar con Internet en cualquier lugar que con que se cuente teléfono, (aunque una de las variantes del servicio es llevar comunicación telefónica a por medio de Internet satelital, con otro tipo de equipo, y por consiguiente con otro costo.)

Una vez que contamos con el servicio de Internet, es necesario la instalación de las antenas parabólicas en las diferentes sucursales de la empresa para la señal de la comunicación inalámbrica.



Los costos para la instalación de las antenas parabólicas son los siguientes:

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Rs Du Base Station	1	\$3,000.00	\$3,000.00
Rs.Ds.Base Station	2	2,750.00	5,500.00
Antena parabólica	3	900.00	2,700.00
Soporte de Al. P/antena	3	250.00	750.00
TOTAL			\$11,950.00

(Además de un costo de 1,000.00 por instalación por antena.)

Se colocan las tres antenas en el techo de cada una de las sucursales, la antena principal, seria colocada en Grupo Sierra Tepic (Matriz), y esta antena

debe de contar con la Base DU Station, que es el receptor principal que coordinara a las otras dos Bases Ds Station, para un entendimiento más sencillo explicaremos el funcionamiento de estas bases colocadas en las antenas:

La Base DU es la base principal, que recibe y coordina los datos enviados en forma inalámbrica, de las otras sucursales, también por medio de las antenas parabólicas, que a su vez cuentan con las Bases DS, encargadas de enviar de forma ordenada los datos a la Base principal. (Cada antena cuenta con su soporte, este no tiene intervención en cuanto al proceso de la información solamente en la estructura de la antena.

Una vez instaladas las antenas, se procede a la instalación del equipo principal en Grupo Sierra Tepic, este equipo será el principal encargado de manejar toda la entrada y salida de información de todos los equipos conectados en la red inalámbrica. El equipo necesario a instalarse en Grupo Sierra es el siguiente:

Cisco Router	1	\$ 2,600.00	\$2,600.00
Cisco Factory upgrate	1	400.00	400.00
WAN card	1	300.00	300.00
Two-port voice interface card- FXO	1	500.00	500.00
V35 CABLE, DTE male to smart serial	1	120.00	120.00
Multitech Multivoip	1	1500.00	1500.00
PBX central	1	2000.00	2000.00
TOTAL			\$7,420.00

(\$1,500.00 pesos por la instalación del equipo en Grupo Sierra.

El costo de los equipos para las sucursales es como sigue:

Cisco Router	2	\$ 2,600.00	\$5,200.00
Cisco Factory upgrade	2	400.00	800.00
WAN card	2	300.00	600.00
TOTAL			\$6,600.00

(\$ 1,000.00 por la instalación del equipo en las sucursales.)

Costo total de equipo e instalación para Grupo Sierra:

Venta e Instalación Antenas P/ inalámbrico		\$ 12,950.00
Venta e Instalación Equipo Matriz		8,740.00
Venta e Instalación Equipo Sucursales		7,600.00
TOTAL		\$ 29,290.00

Presupuestos.

Con base en los resultados obtenidos en los estudios de mercado en donde se muestran la existencia de clientes, potenciales y de los datos históricos que se tienen de la operación del café Internet, se plantean los siguientes presupuestos de ingresos y egresos as tres años.

Presupuesto de ingresos

En la preparación de este presupuesto se ha considerado los precios actuales que estamos manejando, considerando la venta e instalación a dos empresas por mes, elevando un 10 % el costo tomando en cuenta la variación de precios en cuestión del equipo para la segunda mitad del año. Además de aumento de \$ 3000 por honorarios en cada venta.

Mes / año	2004-2005
Noviembre	64,580.00
Diciembre	64,580.00
Enero	64,580.00
Febrero	64,580.00
Marzo	64,580.00
Abril	64,580.00
Mayo	71,038.00
Junio	71,038.00
Julio	71,038.00
Agosto	71,038.00
Septiembre	71,038.00
Octubre	71,038.00

TOTAL = \$ 813,708.00

Mes / año	2005-2006
Noviembre	71,038.00
Diciembre	71,038.00
Enero	71,038.00
Febrero	71,038.00
Marzo	71,038.00
Abril	71,038.00
Mayo	78,141.08
Junio	78,141.08
Julio	78,141.08
Agosto	78,141.08
Septiembre	78,141.08
Octubre	78,141.08

TOTAL = \$ 895,074

Mes / año	2006-2007
Noviembre	78,141.08
Diciembre	78,141.08
Enero	78,141.08
Febrero	78,141.08
Marzo	78,141.08
Abril	78,141.08
Mayo	85,955.18
Junio	85,955.18
Julio	85,955.18
Agosto	85,955.18
Septiembre	85,955.18
Octubre	85,955.18

TOTAL= \$ 984, 577.08

Grupo Enlace
Presupuestos de egresos 2004-2005

Concepto	Nov	Dic	ene	Feb	Mar	abr	May	jun	Jul	ago	sep	oct	total
sueldo	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	24000
Luz		700		700		700		700		700		700	4200
Papeleria	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6000
Consumibles	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3600
mtto de equipo				1.500						1.500			3.000
Pasaje para transporte	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3600
propaganda y publicidad	500			500			500			500			2000
articulos de limpieza	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1800
Costo del Equipo	45206	45206	45206	45206	45206	45206	54699	54699	54699	54699	54699	54699	599430
Impuesto por pagar	1190.54	1190.54	1190.54	1190.54	1190.54	1190.54	1390.70	1390.70	1390.70	1390.70	1390.70	1390.70	15487.44
Total	48956	49156	48956	51156	48456	49156	59149	58649	57949	60649	57949	58649	644030

Grupo Enlace
Presupuestos de egresos 2005-2006

Concepto	Nov	dic	ene	Feb	Mar	abr	May	jun	Jul	ago	sep	oct	Total
sueldo	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	24000
Luz		700		700		700		700		700		700	4200
Papelería	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6000
Consumibles	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3600
mtto de equipo				1.500						1.500			3.000
Pasaje para transporte	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3600
propaganda y publicidad	500			500			500			500			2000
artículos de limpieza	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1800
Costo del Equipo	54699	54699	54699	54699	54699	54699	60169	60169	60169	60169	60169	60169	689208
Impuestos por pagar	1390.70	1390.70	1390.70	1390.70	1390.70	1390.70	1461.75	1461.75	1461.75	1461.75	1461.75	1461.75	17114.7
Total	58499	58649	57949	60649	57949	58649	63919	64119	63419	66119	63419	64119	737408

Grupo Enlace
Presupuestos de egresos 2006-2007

Concepto	Nov	dic	ene	Feb	Mar	abr	May	jun	Jul	ago	sep	oct	Total
sueldo	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	24000
Luz		700		700		700		700		700		700	4200
Papelería	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6000
Consumibles	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3600
mtto de equipo				1.500						1.500			3.000
Pasaje para transporte	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3600
propaganda y publicidad	500			500			500			500			2000
artículos de limpieza	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1800
Costo del Equipo	60169	60169	60169	60169	60169	60169	60169	66186	66186	66186	66186	66186	758130
Impuesto por pagar	1461.75	1461.75	1461.75	1461.75	1461.75	1461.75	1618.03	1618.03	1618.03	1618.03	1618.03	1618.03	18478.7
Total	63919	64119	63419	66119	63419	64119	63919	70118	69436	72136	69436	70136	806330

FLUJO DE EFECTIVO

CONCEPTO	Nov 04-Oct 05	Nov 05- Oct 06	Nov 06- Oct 07
Saldo inicial caja y bancos	\$ 30,000.00	\$ 199678.00	\$ 357,344.00
Ingresos por venta	813,708.00	895,074.00	984,577.08
Otros ingresos	0	0	0
Suma de ingresos	\$843,708.00	\$1,094,752.00	\$1,341,921.08
Egresos en efectivo			
sueldo	24000	24000	24000
Luz	4200	4200	4200
Papelería	6000	6000	6000
Consumibles	3600	3600	3600
mtto de equipo	3.000	3.000	3.000
Pasaje para transporte	3600	3600	3600
propaganda y publicidad	2000	2000	2000
artículos de limpieza	1800	1800	1800
Costo del Equipo	599430	689208	758130
Impuesto por pagar	15487.44	17114.7	18478.7
Total	644030	737408	806330
Saldo final en caja y bancos	\$199678.00	\$357,344.00	\$535,591.08

CALCULO DEL VALOR PRESENTE NETO.

Concepto	2004-2005	2005-2006	2006-2007	total
Ingresos	813,708.00	895,074.00	984,577.00	2'693,359.00
Egresos	644,030.00	737,408.00	806,330.00	2,187,768.00
utilidad neta esperada	169,678.00	157,666.00	178,247.00	505,591.00
Impuesto determinado	15487.44	17114.7	18478.7	51080.84
utilidad después del impuesto	154190.6	140551.30	159768.3	454510.2
Flujo neto de efectivo	154190.6	140551.30	159768.3	454510.2
Factor de descuento 40%	0,7143	0,5102	0,3644	
valor presente del flujo neto	110138.30	71709.27	58219.57	240067.20
Valor presente de los ingresos	240067.20			
Valor presente de los egresos	58,580.00			
Valor presente neto	<u>181487.2</u>			

Calculo del método de análisis de sensibilidad.

Escenario	Ventas al mes	ingresos 2004-2005	ingresos 2005-2006	ingresos 2006-2007	ingresos totales
Optimista	2	813,708.00	895,074.00	984,577.08	2'693,359.08
Pesimista	1	406,854.00	447,537.00	492,288.54	1'346,679.54
Medio	3 al bimestre	610,281.00	671305.86	738433.17	2'020,020.00

Escenario Optimista

Concepto	2004-2005	2005-2006	2006-2007	total
Ingresos	813,708.00	895,074.00	984,577.00	2'693,359.00
Egresos	644,030.00	737,408.00	806,330.00	2,187,768.00
utilidad neta esperada	169,678.00	157,666.00	178,247.00	505,591.00
Impuesto determinado	15487.44	17114.7	18478.7	51080.84
utilidad después del impuesto	154190.6	140551.30	159768.3	454510.2
Flujo neto de efectivo	154190.6	140551.30	159768.3	454510.2
Factor de descuento 40%	0,7143	0,5102	0,3644	
valor presente del flujo neto	110138.30	71709.27	58219.57	240067.20
valor presente de los ingresos	240067.20			
valor presente de los egresos	58,580.00			
valor presente neto	181487.2			

Escenario Medio

Concepto	2004-2005	2005-2006	2006-2007	total
Ingresos	610,281.00	671,305.86	738433.17	2'020, 020.00
Egresos	644,030.00	737,408.00	806,330.00	2,187,768.00
utilidad neta esperada	-33749.00	-66102.14	-67896.83	-167748.00
Impuesto determinado	15487.44	17114.7	18478.7	51080.84
utilidad después del impuesto	-49236.44	-83216.84	-86375.73	-218829.01
Flujo neto de efectivo	-49236.44	-83216.84	-86375.73	-218829.01
Factor de descuento 40%	0,7143	0,5102	0,3644	
valor presente del flujo neto	-35169.58	-42457.23	-31475.31	-109102.12
valor presente de los ingresos	-109102.12			
valor presente de los egresos	58,580.00			
valor presente neto	-167682.12			

Escenario Pesimista

Concepto	04-05	05-06	06-07	total
Ingresos	406,854.00	447,537.00	492,288.54	1'346,679.54
Egresos	644,030.00	737,408.00	806,330.00	2,187,768.00
utilidad neta esperada	-237,176.00	-289,871.00	-314,041.46	-841,088.46
Impuesto determinado	15487.44	17114.7	18478.7	51080.84
utilidad después del impuesto	-252663.44	-306985.7	332520.16	892169.30
Flujo neto de efectivo	-252663.44	-306985.7	-332520.16	-892169.30
Factor de descuento 40%	0,7143	0,5102	0,3644	
valor presente del flujo neto	-180477.50	-156624.1	-121170.35	-458271.95
valor presente de los ingresos	-458271.95			
valor presente de los egresos	58,580.00			
valor presente neto	-516851.90			

Como se observa en los escenarios Medio y Pesimista, si no se alcanzan las dos ventas por mes, el resultado sera negativo, debido a que los egresos se ven afectados por el costo del equipo, asi pues, se deberan realizar por lo menos dos ventas al mes para que la empresa refleje utilidades.

Conclusiones

**RECOMENDACION
Y
CONCLUSION**

Recomendaciones.

Las recomendaciones que presentamos van dirigidas al inversionista, debiendo mantener por lo menos dos ventas de equipo al mes, para que no resulte en perdida la inversión, en la aplicación de la técnica de "Análisis de Sensibilidad" se comprueba el requerimiento de venta para que la empresa obtenga utilidades.

Este trabajo de investigación es realizado en suposiciones, las cifras reales pueden ser muy diferentes, tanto en los ingresos como en los egresos, así pues, una vez en marcha la empresa, se podrá comparar las cifras reales utilizando las técnicas aplicadas en el trabajo de investigación, y poder tomar decisiones en la empresa.

Conclusiones.

Concluyo que el proyecto de inversión es viable, siempre y cuando se mantengan las ventas recomendadas con las técnicas aplicadas. Considero que no es difícil las dos ventas mensuales debido a la gran cantidad de empresas con sucursales que existen en la ciudad de Tepic, así como en el Estado de Nayarit y ciudades vecinas.

En este trabajo de investigación se manejan supuestos sin la necesidad de financiamientos externos, todo el capital que manejamos es interno, y el único financiamiento que se maneja es el de la propia venta de los equipos, así pues, enfatizando la importancia de las ventas con respecto de la viabilidad de la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía.

BACA URBINA, Gabriel.

" Evaluación de proyectos."

Editorial Mc Graw Hill, Segunda Edición, México 2001.

BESLEY, Scott.

" Fundamentos de Administración Financiera".

Editorial Mc Graw Hill, Doceava Edición, México 2001.

BURBANO RUIZ, Jorge / ORTIZ GOMEZ, Alberto.

" Presupuesto."

Editorial Mc Graw Hill, Segunda Edición, Colombia 1998.

DEL RIO GONZALEZ, Cristóbal.

" El Presupuesto."

Editorial Ecafsa, Novena Edición, México 2000.

JAMES C., Van Horne

" Administración financiera "

Editorial Prentice Hall 10ma. Edición, Centroamérica y el Caribe. 1997

MEJÍA RODRÍGUEZ, Rafael.

" Apuntes del seminario de titulación del tema Análisis de la estructura económica y financiera de la empresa"

31 de Agosto de 2004.

NASSIR SAPAG, Chain.

" Evaluación de Proyectos de Inversión en la empresa."

Editorial Prentice Hall, Primera Edición, Buenos Aires 2001.

PERDOMO MORENO, Abraham.

“ Elementos básicos de administración Financiera ”

Editorial Ecafsa, Séptima Edición, México 1998.

RAMÍREZ PADILLA, David Noel.

“ Contabilidad Administrativa ”

Editorial Mc Graw Hill, Sexta Edición, México 2002.

R.W. Johnson / R.W. Melicher.

“ Administración Financiera. ”

Editorial Cecsca, Sexta Edición, México 1997.

SCHMELKES, Corina

“Manual para la presentación de anteproyectos e informes de investigación.”

Editorial Oxford, Segunda Edición, México 2001.

SEYMOUR SMIDT, Harold.

“ El presupuesto de bienes de capital.”

Editorial Fondo de Cultura Económica, Primera Edición, México 1997.

SOTO RODRÍGUEZ, Humberto / ESPEJEL ZAVALA, Ernesto.

“ Formulación y evaluación económica de proyectos.”

Editorial Fonei, Primera Edición, México 1998.

WESTON, Copeland,

“Finanzas en administración”

Editorial McGraw-Hill, 8va. Edición, México 1997.

RODRÍGUEZ Guzman, Mario.

“ Apuntes del seminario de titulación ” 31 de Agosto de 2004