



UNIVERSIDAD
DON VASCO, A.C.

UNIVERSIDAD DON VASCO, A. C.

INCORPORACIÓN No. 8727-08

A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA DE CONTADURÍA

**PROYECTO DE INVERSIÓN PARA
LA CREACIÓN DE UN
RESTAURANTE DE COMIDA
TÍPICA REGIONAL EN LA CIUDAD
DE URUAPAN, MICHOACÁN.**

Tesis

Que para obtener el título de:

Licenciada en Contaduría

Presenta:

AMÉRICA HERNÁNDEZ HERRERA

ASESOR:

L.C. ISMAEL GUADALUPE ATILANO DÍAZ



Uruapan, Michoacán. 24 de agosto de 2011



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.

A DIOS:

Por darme este gran regalo de la vida
y permitirme gozar de plena salud para
lograr un objetivo en mi vida personal
y profesional.

A MIS PADRES:

RAMÓN HERNÁNDEZ ACEVEDO

BEATRIZ HERRERA GARNICA

Porque me brindaron su apoyo incondicional, y depositaron su
confianza para que tuviera la oportunidad de lograr una formación
profesional y porque son un digno ejemplo a seguir.

A MI ESPOSO:

JESÚS LEANDRO BRAVO SÁNCHEZ

Por compartir este camino de la vida junto a mí
y apoyarme en mi carrera, y demostrarme
que cada oportunidad en la vida es un regalo
de Dios.

A MIS HERMANOS:

ALEJANDRA Y RAMÓN

Porque espero haber sido y
seguir siendo un ejemplo digno de ustedes.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I CONCEPTOS GENERALES

1.1 Generalidades de Empresa

1.1.1	Concepto de Empresa	11
1.1.2	Importancia de la Empresa en México	12
1.1.3	Características de las Empresas	12
1.1.4	Clasificación de las Empresas	13

1.2 Aspectos Generales de los Proyectos de Inversión

1.2.1	Definición de Inversión	18
1.2.2	Concepto de Proyecto de Inversión	19
1.2.3	Generalidades de la empresa restaurantera	20
1.2.3.1	Antecedentes de la empresa restaurantera	20
1.2.3.2	Concepto de Restaurante	21
1.2.3.3	Clasificación de los restaurantes	21
1.2.3.4	Generalidades de la comida típica regional	22

CAPÍTULO II ESTRUCTURA DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN

2.1 Estudio de Mercado	
2.1.1 Definición de Estudio de Mercado	23
2.1.1.1 Estructura del Análisis del Mercado	24
2.1.1.2 Pasos a seguir en la Investigación de Mercado.	25
2.1.2 Análisis de la Demanda	27
2.1.2.1 Concepto de Demanda	27
2.1.2.2 Como se analiza la demanda	27
2.1.2.3 Recopilación de información de fuentes secundarias	29
2.1.2.4 Recopilación de información de fuentes primarias	30
2.1.3 Análisis de la Oferta	32
2.1.3.1 Definición de Oferta	32
2.1.3.2 Análisis de la oferta	32
2.1.3.3 Análisis de Precios	33
2.2 Estudio Técnico	35
2.2.1 Objetivos y Generalidades del estudio técnico	35
2.2.2 Determinación del tamaño óptimo de la planta	36
2.2.3 Factores que determinan el tamaño de una planta	37
2.2.3.1 El tamaño del proyecto y la demanda	38

2.2.3.2 El tamaño del proyecto y los suministros e insumos	38
2.2.3.3 El tamaño del proyecto, la tecnología y los equipos	39
2.2.3.4 El tamaño del proyecto y el financiamiento	39
2.2.3.5 El tamaño del proyecto y la organización	39
2.2.4 Distribución de la planta	40
2.2.5 Partes que integran el Estudio Técnico	40
2.3 Estudio Económico	41
2.3.1 Determinación de los costos	44
2.3.2 Inversión Total Inicial: Fija y Diferida	45
2.3.3 Capital de trabajo	45
2.4 Evaluación económica	47
2.4.1 Métodos de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo	47
2.4.1.1 Valor presente neto (<i>VPN</i>)	47
2.4.1.2 Tasa Interna de Rendimiento (<i>TIR</i>)	50
2.4.1 Métodos de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo	50
2.4.2.1 Razones financieras	50
2.5 Análisis de Sensibilidad	53

CAPÍTULO III CASO PRÁCTICO.

EVALUACIÓN DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN PARA UN RESTAURANTE DE COMIDA TÍPICA REGIONAL

3.1 Objetivo general	55
3.2 Hipótesis	55
3.3 Descripción de la problemática	56
3.4 Metodología a utilizar	57
3.5 Estudio de Mercado	58
3.5.1 Cuestionario	59
3.5.2 Resultados obtenidos del cuestionario aplicado	61
3.5.3 Análisis de la demanda	67
3.5.4 Análisis de la Oferta	67
3.5.4 Análisis de la Oferta	68
3.6 Estudio Técnico	68
3.6.1 Localización de la Empresa	69
3.6.2 Mobiliario, equipo, artículos de cocina y gastos generales para el restaurante.	70
3.6.3 Costos	73

3.6.5 Organización Jurídica	74
3.6.6 Organigrama de la empresa	74
3.7 Estudio Financiero	75
3.7.1 Flujo de Efectivo Proyectado	75
3.7.1 Estado de Resultados Proyectado	76
3.7.2 Balance General Proyectado	77
3.7.3 Valor Presente Neto	78
3.7.3 Tasa Interna de Rendimiento	79
CONCLUSIÓN	80
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

INTRODUCCIÓN

La gastronomía mexicana posee una gran combinación de ingredientes que hacen a estos platillos un arte culinario.

Los objetivos más importantes que persigue este proyecto son:

- Que el restaurante sea reconocido en el municipio de Uruapan y sus alrededores.
- Crecimiento económico estimado de 3 a 5% anual.
- Lograr la preferencia por los clientes a través de la comida típica, obteniendo aproximadamente 10% más del total de los clientes nuevos cada semana.
- Aportar a la economía del municipio con base a la atracción turística y fomentar empleos y el esparcimiento cultural.

Los factores claves de éxito son una pieza muy importante en este proyecto ya que con base a ellos vamos a convencer a los inversionistas que es un negocio viable y rentable, para ello expresamos los siguientes factores que distinguen a este proyecto de la demás competencia.

- Brindar a los clientes un menú extenso y variado sobre los principales platillos que son originarios o típicos del estado de Michoacán.
- Ofrecerá además shows de entretenimiento de danzas típicas de la región.

- Contará con una tienda en donde se exhibirán y comercializarán las artesanías más importantes o representativas del estado de Michoacán.
- Ofrecerá atención especializada a cada cliente creando un ambiente familiar y de confort.
- Las instalaciones estarán diseñadas mediante un estilo típico y alusivo a la cultura uruapense y a la vez será un lugar elegante.

En este proyecto se pretende analizar si la rama restaurantera de la ciudad de Uruapan Mich., es una alternativa idónea para la inversión, más aún considerando que no habría una competencia directa para el tipo de restaurante propuesto y por ende resulte rentable.

Para lograr lo antes mencionado consta de varios tipos de análisis de mercado que nos determina gustos y preferencias de los probables consumidores, un análisis técnico que nos muestra los factores internos y externos para el funcionamiento del proyecto y un análisis financiero que nos proporciona las bases suficientes para obtener los resultados económicos esperados.

En este proyecto además se integra una parte teórica y una práctica. La parte teórica abarca los dos primeros capítulos. En el primero de ellos se habla de las generalidades de las empresas, como lo es concepto, importancia, características y clasificación de la empresa y además se habla de los aspectos generales de los proyectos de inversión como aspectos generales de las finanzas, y generalidades de

los restaurantes y en específico los dedicados a la elaboración de comida típica regional.

En el segundo capítulos se detalla una estructura de un proyecto de inversión, el estudio de mercado, técnico y finalmente el económico.

El tercer capítulo consiste en la Parte Practica del Proyecto de Inversión, donde se plasma mediante un análisis Financiero el Resultado Final de llevar a cabo esta nueva propuesta de negocio.

CAPÍTULO 1. CONCEPTOS GENERALES

1.1 Generalidades de Empresa

1.1.1 Concepto de Empresa

“Una empresa es un sistema que interacciona con su entorno materializando una idea, de forma planificada, dando satisfacción a unas demandas y deseos de clientes, a través de una actividad económica”.

www.madrimasd.org/Emprendedores/servicios_emprendedores/guia_autoevaluacion/etapa1/concepto.pdf

“Entidad formada con un capital, y que aparte del propio trabajo de su motor puede contratar a un cierto número de trabajadores”

Tamames Ramón: pp 214:1988

“Es una entidad económica destinada a producir bienes y servicios, venderlos, satisfacer un mercado y obtener un beneficio”

Reyes Ponce: pp: 28: 1981

“Es una unidad económica-social en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para lograr una producción que responde a los requerimientos del medio humano en que la propia empresa actúa”.

Guzmán Valdivia I: 35: 1994

Por lo tanto se puede definir empresa como una Unidad Productiva que realiza operaciones económicas conformadas por recursos humanos, materiales y

técnicos, la cual se dedica a la producción de bienes y servicios para asimismo optimizar sus recursos y obtener mayor rentabilidad, teniendo como objeto primordial la permanencia en el mercado y con ello contribuir al desarrollo económico del país.

1.1.2 Importancia de la empresa en México

En la empresa se materializan: la capacidad intelectual, la responsabilidad y la organización, condiciones o factores indispensables para la producción; además “promueve” el crecimiento y desarrollo; porque la inversión es “oferta” y es “demanda”, esta última es un ejemplo: el constituir un negocio provoca la compra de terreno, muebles, equipo materias primas, etc., pero también es oferta porque genera producción y ésta a su vez, promueve el empleo.

Por lo tanto se deduce que en nuestro país es importante que redistribuya equitativamente el ingreso a través del empleo mediante la inversión, producción y creación de empresas; y así mismo se logra una mayor estabilidad económica en el País.

1.1.3 Características de las empresas

Es complicado definir y señalar las características de la empresa ya que no hay dos empresas que tengan las mismas características, ni los mismos problemas. Sin embargo se trata aquí de generalizar ciertas características.

- A) Es una persona jurídica. Porque es una entidad con derechos y obligaciones establecidas por la ley.

- B) Es una unidad jurídica. Porque tiene una finalidad lucrativa, o sea que su principal propósito es obtener ganancias.

- C) Ejerce una acción mercantil. Porque compra para producir y produce para vender.

- D) Asume la total responsabilidad del riesgo de pérdida. Esta es una característica muy importante, pues los propietarios son los únicos responsables de la marcha del organismo. Puede haber pérdidas o ganancias, éxitos o fracasos, todo ello es bajo responsabilidad de la empresa, que debe afrontar tales contingencias.

1.1.4 Clasificación de las empresas

Para poder determinar los hechos y operaciones de las empresas, en materia de registro metódico, necesitamos clasificarlas dentro del grupo genérico con la finalidad de precisar en qué estriban sus semejanzas y en qué sus diferencias y sobre todo, de acuerdo a su complejidad contable, que es un aspecto muy importante de planeación.

Existen diversos criterios para llegar a clasificar las empresas, sin embargo, estas pueden tener diversos nombres de acuerdo a su:

- a) ACTIVIDAD Ó GIRO
- b) CONSTITUCIÓN PATRIMONIAL

c) MAGNITUD DE LA EMPRESA

d) FUNCIÓN ECONÓMICA

A) ACTIVIDAD Ó GIRO

De acuerdo a este criterio, las empresas pueden clasificarse con base a la actividad que desarrollen, en:

- *Industriales*: Son aquellas cuya actividad básica es la producción de bienes mediante la transformación y/o extracción de materias primas. Las industrias a su vez, pueden llegar a subclasificarse en:
 - *Extractivas*: Son aquellas que se dedican a la extracción y explotación de los recursos naturales, sin modificar su estado original. Por ejemplo, empresas mineras o pesqueras.
 - *Manufactureras*. Las que se dedican a adquirir materia prima para someterla a un proceso de transformación; al final del cual se obtendrá un producto con características y naturaleza diferentes a las originales. Por ejemplo: empresas de productos alimenticios, de vestido, de papel, etc.
 - *Agropecuarias*. Son aquellas cuya función básica es la explotación de la agricultura y ganadería. Por ejemplo, empresas pasteurizadas de leche, ejidos, cooperativas, etc.
- *Comerciales*. Son aquel tipo de empresas que se dedican a adquirir cierta clase de bienes o productos, con el objeto de venderlos posteriormente en el mismo estado físico en que fueron adquiridos, aumentando al precio de costo o adquisición, un porcentaje denominado “margen de utilidad”.

Este tipo de empresas son intermediarias entre el productor y el consumidor-

Pueden clasificarse a su vez en:

- Mayoristas. Son aquellas que realizan ventas a gran escala a otras empresas (minoristas), que a su vez distribuyen el producto al mercado de consumo.
 - Minoristas o detallistas. Son aquellas que venden productos al “menudeo”, o en pequeña cantidad, directamente al consumidor.
 - Comisionistas. Son aquellas que se dedican a vender artículos que los fabricantes les dan a consignación percibiendo por ellos una comisión.
-
- *DE SERVICIOS*. Son aquellas en las que, con el esfuerzo del hombre, producen un servicio para la mayor parte de una colectividad en determinada región, sin que el producto objeto del servicio tenga naturaleza corpórea.

Las empresas de servicio pueden clasificarse en:

- Sin concesión. Son aquellas que no requieren más que en algunos casos licencia de funcionamiento por parte de las autoridades, por ejemplo: escuelas, universidades, centros deportivos, etc.
- Concesionadas por el Estado. Son aquellas cuya índole es de carácter financiero como por ejemplo compañías de seguros, afianzadoras, casas de bolsa, etc.
- Concesionadas no financieras. Son aquellas autorizadas por el estado, pero sus servicios no son de carácter financiero, por

ejemplo: empresas de transporte terrestre, empresas para el suministro de gas y gasolina, empresas para el suministro de agua.

B) CONSTITUCIÓN PATRIMONIAL

De acuerdo al origen de las aportaciones del capital y del carácter a quienes dirijan sus actividades, las empresas pueden clasificarse en:

- **PÚBLICAS:** Son empresas que pertenecen al estado y su objetivo es satisfacer necesidades de carácter social. Está constituida por capital público perteneciente a la nación; su organización, dirección y demás servicios están a cargo de empleados públicos. Pueden subclasificarse en:
 - *Desconcentradas.* Son aquellas que tienen determinadas facultades de decisión limitadas, que manejan su autonomía y su presupuesto. Por ejemplo: Comisión Nacional Bancaria, Instituto Nacional de Bellas Artes.
 - *Descentralizadas.* Son aquellas en las que se desarrollan actividades que compiten al Estado y que son de interés general, pero están dotadas de personalidad, patrimonio y régimen jurídicos propios. Por ejemplo, Conasupo, Pemex, etc.
- **ESTATALES.** Pertenecen totalmente al Estado, no adoptan una forma externa de sociedad privada, tienen personalidad jurídica propia, se dedican a una actividad económica. Por ejemplo: Ferrocarriles Nacionales.
- **MIXTAS Ó PARAESTATALES:** En estas existe la coparticipación del Estado y los particulares para producir bienes o servicios.

- PRIVADAS: Son aquellas que están constituidas por capitales particulares y dirigidas por sus propietarios y cuya finalidad puede ser lucrativa y mercantil o también no lucrativa.

C) MAGNITUD DE LA EMPRESA

Uno de los criterios más utilizados para la clasificación de las empresas es éste en el que, de acuerdo con el tamaño de la empresa se establece que puede ser: Pequeña, mediana y grande; sin embargo, al aplicar este enfoque existe dificultad para determinar límites.

Existen varios criterios para evaluar la magnitud de la empresa, los más usuales son:

Capitales invertidos.

Giros de operaciones, es decir ventas.

Personal empleado.

Potencia instalada, en el caso de industrias.

Otros criterios (Nafinsa, SHCP)

La clasificación de empresas por su magnitud es la que mejor conviene bajo el punto de vista de la administración, debido a que tanto la organización administrativa como contable depende de la importancia de cada empresa.

En la revista ejecutivos de finanzas, se exponen algunos criterios que determinan la magnitud de la empresa en México, y que son:

- Por el número de personal:
 - Pequeña empresa- Menos de 25
 - Mediana empresa- de 50 a 250
 - Grande empresa- más de 250
- Por el capital social:
 - Pequeña empresa- menos de 1 millón.
 - Pequeña empresa- de 1 a 3 millones.
 - Grande empresa- más de de millones.

D) FUNCIÓN ECONÓMICA

Otro criterio para clasificar las empresas, es el económico; pueden ser:

- Primarias. Son aquellas que se dedican a actividades extractivas o constructivas: empresas mineras, agropecuarias, petrolíferas, etc.
- Secundarias. Son aquellas que se dedican a la transformación de las materias primas: industria papelera, plantas eléctricas, etc.
- De servicios. Son aquellas dedicadas a una actividad puramente de servicio, transportes, seguros, hoteles, etc.

1.2 Aspectos Generales de los Proyectos de Inversión

1.2.1 Definición de Inversión

En un sentido estricto, es el gasto dedicado a la adquisición de bienes que no son de consumo final, bienes de capital que sirven para producir otros bienes. En un sentido algo más amplio la inversión es el flujo de dinero que se encamina a la creación o mantenimiento de bienes de capital y a la realización de proyectos que se presumen lucrativos.

<http://www.eumed.net>

1.2.2 Concepto de un proyecto de inversión

Descrito en forma general, un proyecto de inversión es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema a resolver, entre muchas, una necesidad humana.

En esta forma, puede haber diferentes ideas, inversiones de monto distinto, tecnología y metodologías con diverso enfoque, pero todas ellas destinadas a satisfacer las necesidades del ser humano en todas sus facetas como puede ser: educación, alimentación, salud, ambiente, cultura, etc.

El proyecto de Inversión se puede describir como un plan, que si se le asigna determinado monto de capital y se le proporciona insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general.

La evaluación de un proyecto de inversión, cualquiera que ésta sea, tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable. Sólo así es posible asignar los escasos recursos económicos a la mejor alternativa.

1.2.3 Generalidades de una empresa restaurantera

1.2.3.1 Antecedentes de la empresa restaurantera

En la actualidad la empresa restaurantera se volvió una necesidad de consumir alimentos, en donde se pueda ofrecer diferentes platillos que sean de acuerdo a los gustos del consumidor. La palabra proviene del francés “restaurant” que significa “restaurativo”, refiriéndose a la comida que se ofrecía en esa época. Otra versión del origen de la palabra restaurante para denominar las casas de comidas, la encontramos también en Francia. El primer restaurante francés se fundó en 1765 según un escritor gastronómico Brillant Savarin, un señor llamado Boulanger abrió en el año de 1766 en la calle de Poulies en París, el primer establecimiento en que solo se admitía gente que fuese a comer. Y en Londres se abrió hacia el año de 1873 el primer restaurante.

Los Restaurantes desempeñan un papel especialmente importante en muchas comunidades. Además de ofrecer un lugar para comer, estos establecimientos ofrecen una base importante para facilitar el intercambio de ideas y la oportunidad para construir un recurso social y económico.

Todos hemos comido en diferentes restaurantes. El nivel del servicio proporcionado, la ubicación, la variedad de precios en el menú y la selección, dan una característica peculiar a un restaurante.

1.2.3.2 Concepto de restaurante

Establecimiento público donde se sirven comidas y bebidas, mediante precio, para ser consumidas en el mismo local.

<http://www.rae.es>

1.2.3.3 Clasificación de los restaurantes

a) Por su volumen y organización:

Pequeña

Mediana

Gran empresa

b) Por el servicio que ofrece:

Directo, emplatado.

Semi-lujo, fuente al plato.

Lujo.

Autoservicio.

Take away, llevan y consumen fuera del establecimiento.

c) Por su oferta culinaria.

Cocina casera.

Cocina regional.

Cocina internacional.

Nueva cocina.

Cocina de especialidades.

Cocina nacional.

1.2.3 Generalidades de la comida típica regional

La comida típica regional constituye una de las expresiones culturales más contundentes de lo que se ha denominado el patrimonio intangible de las sociedades y las comunidades. Dicho patrimonio intangible se distingue por su capacidad de evocar valores, sabores, modos, estilos, sazones que en cada ocasión se materializan en un platillo o una manufactura para el paladar y la celebración. Por ello en torno a las cocinas, históricamente se han organizado las sociedades dando forma a una gama inmensa de estilos de vida relacionadas con la producción en el campo, los sistemas de abasto y comercialización de alimentos, las técnicas y procedimientos de prepararlos, los artefactos y objetos de uso y los modos de compartir la mesa. Es decir que los alimentos forman parte fundamental de las economías regionales y locales y su conservación, preservación y aprecio posibilitan estimular su potencial e impacto sobre otras vertientes de la vida material y simbólica de cada lugar. Por lo anterior se entiende que la comida típica regional es aquella gama de alimentos que distinguen a una comunidad y que la caracterizan por sus costumbres.

CAPÍTULO II. ESTRUCTURA DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN

La estructura de un proyecto de inversión es el siguiente tema que se abordará en este capítulo, el cual contiene una serie de estudios como el de mercado, económico y técnico, y la aplicación de formulas para la medición de riesgos.

2.1 Estudio de Mercado

2.1.1 Definición de Estudio de Mercado

Es básico en un Proyecto de Inversión, reconocer la importancia del estudio de mercado ya que un objetivo es detectar que necesidades no han sido satisfechas en el mercado, o bien la posibilidad de ofrecer un mejor servicio que el que ofrecen los productos o servicios existentes en el mercado.

A continuación se da una definición de lo que es Estudio de mercado:

“Se entiende por mercado el área en que concluyen las fuerzas de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados”.

Baca: 14: 2008

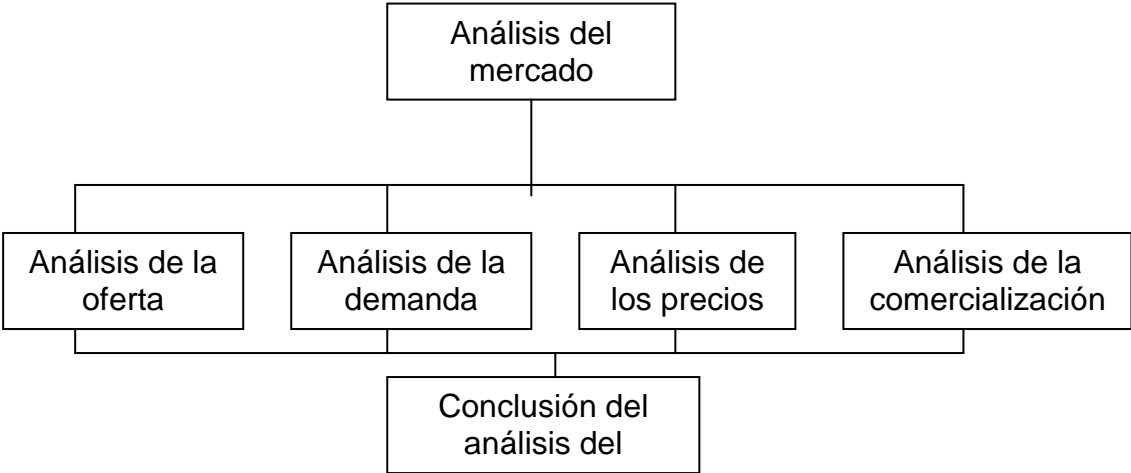
Por lo anteriormente mencionado, se puede constatar que un Estudio de Mercado es la primera parte de la investigación formal del estudio, y consta de

dos elementos básicos Oferta y Demanda, y se complementa con el análisis de precios y el estudio de la comercialización.

Por lo que se concluye que el Estudio de Mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

2.1.1.1 Estructura del Análisis de Mercado.

Una vez comprendidos los aspectos generales y básicos sobre el estudio de mercado se analizará su estructura la cual comprende cuatro variables fundamentales.



FUENTE: BACA:14:2008

“Este tipo de metodología que se presenta tiene la característica fundamental de estar enfocada exclusivamente para aplicarse en estudios de evaluación de proyectos. La investigación que se realice debe proporcionar información que sirva de apoyo para la toma de decisiones, y en este tipo de

estudios la decisión final está encaminada a determinar si las condiciones del mercado no son un obstáculo para llevar a cabo el proyecto.

La investigación que se realice debe de contener las siguientes características:

- a) La recopilación de la información debe de ser sistemática.
- b) El método de recopilación debe de ser objetivo y no tendencioso.
- c) Los datos recopilados siempre deben de ser información útil
- d) El objeto de la investigación siempre debe tener como objetivo final servir como base para la toma de decisiones” (*Ibidem*).

2.1.1.2 Pasos a seguir en la Investigación de Mercado.

Para esta investigación se deben de seguir cinco pasos fundamentales.

- Definir el problema
- Necesidades y fuentes de información:

Fuentes primarias: Las cuales consisten en investigaciones de campo, por medio de encuestas.

Fuentes secundarias: Las cuales se integran con toda la información escrita existente sobre el tema.

- Diseño de recopilación y tratamiento estadístico de los datos.
- Procesamiento y análisis de datos.
- Informe.

- a) Definición del problema: Puede ser que sea la tarea más difícil, ya que implica que se tenga conocimiento completo del problema, ya que si no es así, el planteamiento de solución será incorrecto.
- b) Diseño de recopilación y tratamiento estadístico de datos: Si se obtiene información por medio de encuestas habrá que diseñar éstas de manera distinta a como se procederá en la obtención de la información.
- c) Procesamiento y análisis de datos: Una vez que se cuenta con toda la información necesaria proveniente de cualquier tipo de fuente, se continúa con el procesamiento y análisis.
- d) Informe: Ya que se ha procesado la información adecuadamente, sólo faltará al investigador rendir su informe, el cual deberá ser veraz, oportuno y no tendencioso” (*Ibid*:15-16).

Estos pasos son más que nada la forma en que se va a obtener la información necesaria sobre la importancia de los productos que se vayan a lanzar en el mercado y determinar si en realidad estos son de agrado de las personas, debido a que si no son de agrado pues no se puede seguir con el proyecto, ya que no habría mercado al cual se le puedan vender los productos.

2.1.2 Análisis de la Demanda

2.1.2.1 Concepto de Demanda

Debido a la importancia que tiene la Demanda en un Estudio de Mercado, a continuación se da una definición de lo que es demanda en el ámbito de mercado:

“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”.

Baca: 17: 2008

En síntesis una definición de demanda se compone de la siguiente manera:

La demanda es la cantidad de bienes y servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido.

2.1.2.2 Como se analiza la demanda

El propósito de realizar un análisis de la demanda es determinar a través de herramientas de investigación de mercado, cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, aunado a ello es importante determinar la posibilidad de participación del producto o servicio en el mercado y lograrse el objetivo que es satisfacer la demanda.

Las herramientas de investigación de mercado que nos ayudarán a realizar el análisis de la demanda se refiere básicamente a investigación estadística e investigación de campo.

Se entiende por demanda al llamado Consumo Nacional Aparente (CNA), que es la cantidad de determinado bien o servicio que el mercado requiere, y se puede expresar como:

$$\text{Demanda} = \text{CNA} = \text{producción nacional} + \text{importaciones} - \text{exportaciones}$$

Al hacer un análisis de la demanda es importante tener información estadística porque nos ayuda a estudiar el comportamiento histórico de la demanda. Por ejemplo, es útil utilizar la investigación de campo porque nos ayuda a descubrir más a fondo cuales son los gustos y preferencias del consumidor. Cuando no existen estadísticas lo que se debe hacer es aplicar la investigación de campo como último recurso para la obtención de datos.

Existen varios tipos de demanda y su clasificación es la siguiente:

- a) Demanda insatisfecha, es aquella que lo que se producido u ofrecido no alcanza a satisfacer las necesidades del mercado.
- b) Demanda satisfecha, se define como la que es exactamente lo que el mercado necesita y se clasifica en dos tipos:
 - Satisfecha saturada, es la que ya no puede soportar más cantidad de servicio o producto en el mercado-
 - Satisfecha no saturada, es aquella que se encuentra satisfecha pero que se pueden implementar herramientas para hacerla crecer.

En relación con la necesidad se clasifica en dos tipos:

- a) Demanda de bienes social y nacionalmente necesarios, que son aquellos que la sociedad necesita y son necesarios para su desarrollo.
- b) Demanda de bienes no necesarios o de gusto, básicamente se refiere al consumo suntuario, y se considera para satisfacer gustos no necesidades.

En relación con su temporalidad se reconocen dos tipos:

- a) Demanda continúa, es aquella que permanece por largos periodos en el mercado, y generalmente va en continuo crecimiento.
- b) Demanda cíclica, es aquella que va de acorde con los periodos del año.

De acuerdo con su destino, se reconocen dos tipos:

- a) Demanda de bienes finales, que son los adquiridos directamente por el consumidor.
- b) Demanda de bienes intermedios, que son aquellos que requieren un proceso de transformación para ser bienes de consumo final.

2.1.2.3 Recopilación de información de fuentes secundarias

“Se denominan fuentes secundarias aquellas que reúnen la información escrita que existe sobre el tema, ya sean estadísticas del gobierno, libros, datos de la propia empresa y otras”.

Baca: 19: 2008

Para el uso de fuentes secundarias se pueden justificar su uso porque para solucionar el problema, se pueden acudir a ellas sin necesidad de tomar las fuentes primarias. Hablando de costos el uso de fuentes secundarias es más bajo que el uso de fuentes primarias. Aunque no resuelven el problema nos ayuda tener un panorama más amplio para formular una hipótesis sobre la solución.

Existen dos tipos de información de fuentes secundarias:

1. Ajenas a la empresa, que son aquellas estadísticas que provienen de fuentes de asociaciones de gobierno, revistas, etc.
2. Provenientes de la empresa, es toda aquella información que se recaba directamente de la empresa, como las facturas de ventas, reportes de producción, etc.

2.1.2.4 Recopilación de información de fuentes primarias

Las fuentes primarias de información están constituidas por el propio usuario, así que para obtener la información es básico estar en contacto directo con él, para ello existen tres formas:

- 1.- Observar directamente la conducta del usuario. Aquí se acude a donde está el usuario y se observa la conducta que tiene y que hábitos tiene al momento de comprar.
- 2.- Método de experimentación. El investigador obtiene información directa del usuario aplicando y observando cambios de conducta.

3.- Acercamiento y conservación directa del usuario. No existe mejor forma de saberlo que preguntar directamente a los interesados por medio de un cuestionario.

Existen principios básicos para la elaboración de un cuestionario. Y para diseñarlo es más un arte que una ciencia. A continuación se presentan algunas reglas que se aplican en la elaboración y aplicación de un cuestionario para la evaluación de proyectos.

- a) Solo haga las preguntas necesarias, si hace más de las debidas se aburrirá al entrevistado.
- b) Es recomendable que cuando al entrevistado no se es experto en el tema se aborden preguntas directas y sencillas.
- c) Nunca haga preguntas de tipo “usted qué opina” ya que al momento de clasificarlas y analizarlas será difícil analizarlas.
- d) Nunca realice preguntas personales que puedan molestar al entrevistado. Por ejemplo su edad, en lugar de eso se puede optar por preguntar por intervalos.
- e) Use un lenguaje que cualquier persona pueda entender.

Es importante que primero se hagan preguntas sencillas que interesen al entrevistado. Al concluir el cuestionario se le insistirá en lo útil que fue su colaboración.

2.1.3 Análisis de la Oferta

2.1.3.1 Definición de Oferta

“Oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”.

Baca: 48: 2008

El análisis de la oferta sirve para determinar las cantidades y condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio.

2.1.3.2 Análisis de la oferta

El análisis de la oferta en esencia es el mismo que el análisis de la demanda, en ambos se requiere de fuentes primarias y secundarias.

En lo que se refiere a fuentes secundarias externas es importante tomar en cuenta recabar los siguientes datos:

- Número de productores
- Localización
- Capacidad instalada y utilizada
- Calidad y precio de los productos
- Planes de expansión
- Inversión fija y número de trabajadores

2.1.3.3 Análisis de los Precios.

El precio de los productos juega un papel importante en el estudio de mercado ya que tienen una relación estrecha con la oferta y la demanda de las mercancías, ya que si se tiene un precio elevado de los productos, la demanda de ellos tiende a decaer, debido a que el precio no es accesible para los consumidores, y al no haber demanda de los productos la oferta también tiende a caer debido a que los comerciantes ya no venderán ese tipo de productos por la razón de que estos están con precios elevados y no les genera ninguna ganancia, al contrario salen perdiendo, de ahí la importancia de analizar los precios de los productos, para lo cual a continuación se detalla lo que es el precio de los productos.

“Es la cantidad monetaria que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.

Existen diferentes tipos de precios los cuales se mencionaran a continuación:

Internacional: Es el que se usa para artículos de importación- exportación.

Normalmente se encuentra cotizado por dólares estadounidenses y FOB (Libre a bordo) en el país de origen.

Regional externo: Es aquel precio que se encuentra vigente sólo en parte de un continente.

Regional interno: Es el precio vigente en sólo una parte del país.

Local: Precio vigente en una población o poblaciones pequeñas y cercanas. Fuera de esa localidad el precio cambia.

Nacional: Es el precio vigente en todo el país, y normalmente lo tienen productos con control oficial de precio o artículos industriales muy especializados.

Es importante que se conozca el precio debido a que es la base para poder calcular los ingresos futuros, y hay que distinguir el tipo de precio al que se trata y como se ve afectado al querer cambiar las condiciones en las que se encuentra, principalmente el sitio de venta” (*Ibid:*48-49).

El precio de los productos es aquel que es fijado por los productores de los bienes y servicios el cual la mayoría de las veces resulta exagerado cuando se encuentra un mercado oligopólico debido a que sólo existe una sola persona que ofrece los productos la cual impone el precio que éste quiere y los demandantes no tienen otra alternativa más que el de comprarlos.

2.2 Estudio Técnico

2.2.1 Objetivos y Generalidades del estudio técnico

* Revisar la posibilidad técnica de la fabricación del producto que se quiere realizar

* Analizar el tamaño óptico, localización óptima, equipos e instalaciones requeridos para realizar la producción.

Por lo anterior, se entiende que el estudio técnico nos sirve para resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, y con que producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto.

Pasos que conforman un estudio de mercado:

1.- Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto

2.- Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto

3.- Análisis de la disponibilidad y el costo de los suministros e insumos

4.- Identificación y descripción del proceso

5.- Determinación de la organización humana y jurídica que se requiere para la correcta operación del proyecto.

2.2.2 Determinación del tamaño óptimo de la planta

“El tamaño óptimo de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica”.

BACA: 92: 2008

Es importante definir en un proyecto los indicadores indirectos como el monto de la inversión, monto de ocupación efectiva de mano de obra o algún otro de sus efectos en la economía.

El uso de un ingenio personal es fundamental para lograr la optimización. Un aspecto es la guía o reglas para optimizar y otro es el juicio para hacerlo correctamente. Las guías se muestran teóricamente, y el juicio dependerá de la experiencia y el ingenio que se tenga.

La manufactura es una cuestión más apegada a los negocios que a la ingeniería. El primer punto a analizar para la manufactura es que tipo de manufactura se va a utilizar para elaborar el producto bajo estudio.

La manufactura se entiende como la actividad de tomar insumos, como lo son las materias primas, mano de obra y en conjunto convertirlos en productos.

Todo proceso productivo conlleva a un tipo de tecnología específica que es la descripción detallada de las operaciones individuales que llevándose a cabo en un orden específico, que así permiten la elaboración del artículo con especificaciones precisas.

De lo anterior, se concluye que es indispensable conocer a detalle la tecnología que se empleará. Después de esto se entra a un proceso, donde intervienen los siguientes factores:

1. La cantidad que se desea producir, esto depende de la demanda potencial, previamente determinada por el estudio de mercado que se realizó.
2. La intensidad del uso de la mano de obra, esta decisión dependerá del proceso que se requiera elaborar, y que tan automatizado se desea el proceso.
3. La cantidad de turnos de trabajo, la decisión afectará directamente dependiendo de la capacidad de la maquinaria o del los procesos de manufactura.
4. La optimización de la mano de obra, es importante calcular correctamente la mano de obra que se requerirá, ya que se estima más empleados de los necesarios, habrá más gente ociosa y se erogarán pagos de salarios de más, en cambio si se cuenta con menos empleados, no se alcanzarán a cubrir todas las tareas requeridas, o se realizará un trabajo de menor calidad.

2.2.3 Factores que determinan el tamaño de una planta

El tamaño de una planta dependerá invariablemente de los siguientes factores que a continuación se analizarán:

2.2.3.1 El tamaño del proyecto y la demanda

La demanda es un factor muy importante para determinar el tamaño adecuado de un proyecto. Es básico tomar en cuenta que el tamaño propuesto solo puede aceptarse en caso de que la demanda sea superior a lo planteado, si el tamaño propuesto es igual a la demanda no sería recomendable llevar a cabo la instalación, puesto que sería muy riesgoso. Cuando la demanda es superior a lo propuesto, éste debe ser tal que solo cubra un bajo porcentaje de la primera, no más del 10%.

2.2.3.2 El tamaño del proyecto y los suministros e insumos

Los suministros e insumos deben ser abastecidos en cantidad y calidad necesarios para el proyecto, ya que se consideran un aspecto fundamental para el desarrollo del mismo.

Muchas empresas se han visto afectadas por la falta de este insumo. Para planear y evitar que este factor afecte el proyecto es importante listar todos los proveedores de materias primas e insumos y se anotarán los alcances de cada uno para suministrar estos últimos. En etapas más avanzadas se recomienda presentar tanto cotizaciones como el compromiso por escrito de los proveedores las cantidades de material necesarios para la producción. En caso de no cubrir el abasto con proveedores, se recomienda buscar en el extranjero, cambiar de tecnología o en su caso abandonar el proyecto.

2.2.3.3 El tamaño del proyecto, la tecnología y los equipos

Existen ciertos procesos de producción que exigen una escala mínima para ser aplicables, es fundamental en este factor determinar los equipos y tecnología adecuada en cantidad y calidad, para así evitar costos elevados que no justificarían la operación de la planta.

2.2.3.4 El tamaño del proyecto y el financiamiento

Los recursos financieros deben de ser suficientes para la realización del proyecto, ya que si no se cuenta con el capital necesario, prácticamente será imposible llevar a cabo el proyecto. Se debe realizar un balance para determinar el capital necesario a utilizar, y elegir la mejor opción, de la cual se obtenga menores costos y un alto rendimiento de capital.

2.2.3.5 El tamaño del proyecto y la organización

Cuando se determine el tamaño adecuado para el proyecto, es necesario asegurarse que se cuenta con el personal adecuado y suficiente para cada uno de los puestos de la empresa. Es importante analizar que el personal sea competente y esté capacitado, para que logre el cumplimiento de sus actividades y así evitar el exceso de personal, en todas las áreas de la empresa.

2.2.4 Distribución de la planta

Una buena distribución de planta permite mantener las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.

Los objetivos de una distribución de planta son los siguientes:

1. **Integración:** Se trata de integrar en lo posible los factores que afectan la distribución
2. **Mínima distancia de recorrido:** Consiste en reducir en lo mínimo el traslado de material y trazar un mejor flujo.
3. **Utilización del espacio cúbico:** En ocasiones, es útil usar el espacio de manera vertical, esto se torna más práctico en lugares reducidos.
4. **Seguridad y bienestar para el trabajador:** Esto es básico tener en cuenta para la realización del proyecto.
5. **Flexibilidad:** Se debe tener en la distribución de la planta diversas opciones para que se pueda ajustar y en un momento dado se pueda cambiar el tipo de proceso de una manera que no requiera el desembolso de capital.

2.2.5 Partes que integran el Estudio Técnico.

Como se menciona anteriormente el estudio técnico es importante para cualquier tipo de proyecto, debido a que por medio de este estudio se reúne toda la información necesaria respecto del lugar y/o lugares aptos para instalar la maquinaria por citar ese ejemplo, cuya maquinaria es de utilidad para terminar satisfactoriamente las actividades de la empresa, por lo que también se

considera de vital importancia el tamaño de la planta debido a que esta permitirá tener un lugar más amplio y cómodo para el personal que labora en la empresa, considerando la disponibilidad económica de la misma y los costos que ello implica.

- Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto.
- Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto
- Análisis de la disponibilidad y el costo de los suministros e insumos
- Identificación y descripción del proceso
- Determinación de la organización humana y jurídica que se requiere para

la correcta operación del proyecto” (*Ibid*:85).

2.3 Estudio económico

“Su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario.

Comienza con la determinación de los costos totales y de la inversión inicial, cuya base son los estudios de ingeniería, ya que tanto los costos como la inversión inicial dependen de la tecnología seleccionada. Continúa con la determinación de la depreciación y amortización de toda la inversión inicial.

Otro de sus puntos importantes es el cálculo del capital del trabajo, que aunque también es parte de la inversión inicial, no está sujeta a depreciación y amortización, dada su naturaleza líquida.

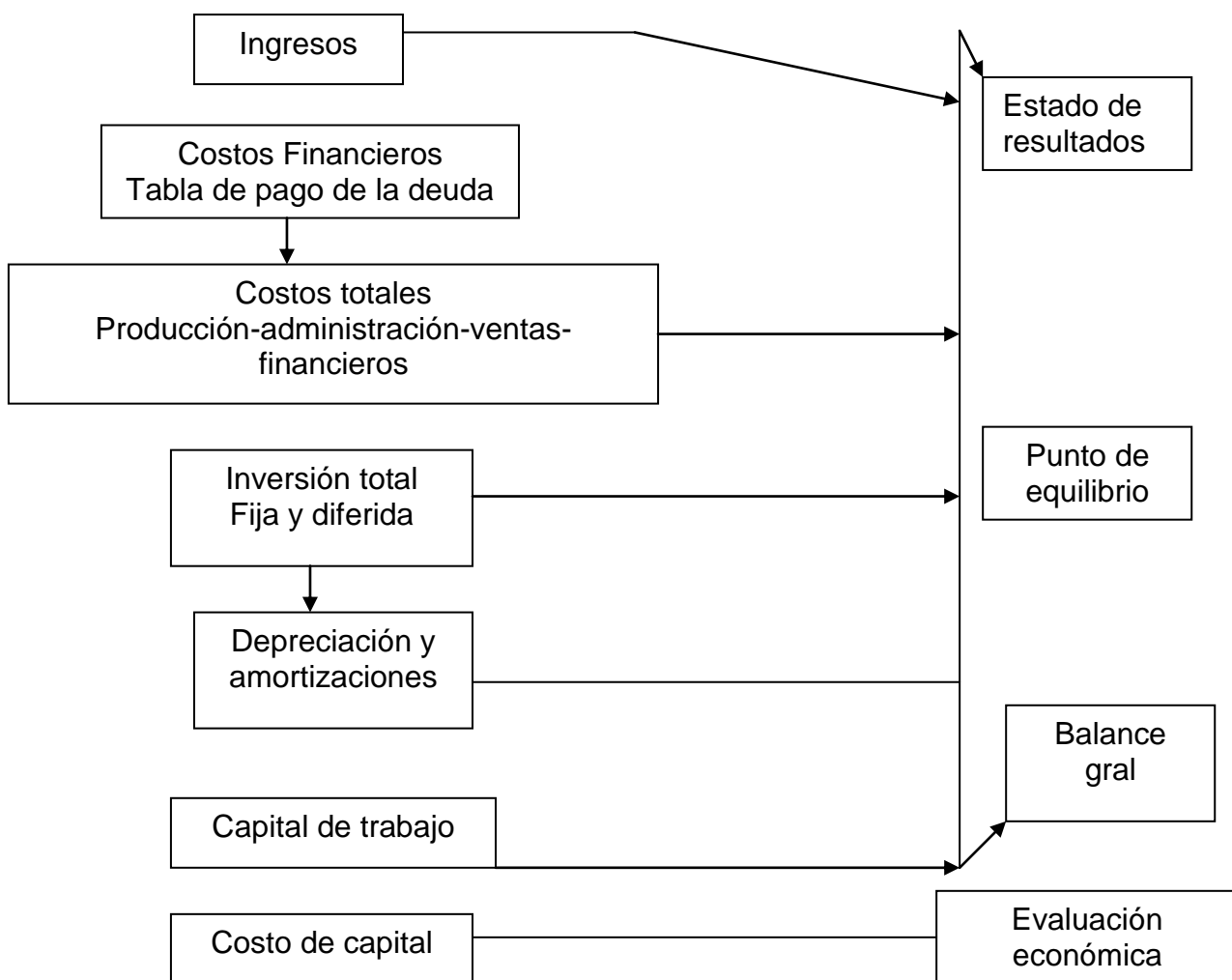
Los aspectos que sirven de base para la siguiente etapa, que es la evaluación económica, son la determinación de la tasa y flujos, se calculan con o sin financiamiento. Los flujos provienen del estado de resultados proyectados para el horizonte de tiempo seleccionado.

Asimismo, es interesante incluir en esta parte el cálculo de la cantidad mínima económica que se producirá, llamada punto de equilibrio” (*Ibid:8*).

A continuación se muestra un cuadro donde se aprecia la Estructura del Análisis Económico.

Estructura del Análisis Económico.

CUADRO 6: ANÁLISIS ECONÓMICO.



FUENTE: BACA, Op.cit:160

En la estructura del análisis económico, las flechas indican donde es utilizada la información obtenida de este estudio, por ejemplo los datos de la

inversión fija y diferida son la base para calcular el monto de las depreciaciones y amortizaciones anuales, el cual, a su vez, es un dato que se utiliza tanto en el balance general como en el punto de equilibrio y en el estado de resultados. La información que no tiene flecha, como los costos totales, el capital de trabajo y el costo de capital, indica que esa información hay que obtenerla con investigación.

Más que nada son todos los pasos que se tienen que realizar para armar lo que es el estudio económico en los proyectos de inversión, y poder tomar decisiones correctamente.

Por lo que podemos llegar a la conclusión de que el estudio económico es la determinación de los costos totales que van a incurrir en el desarrollo del proyecto desde la inversión inicial hasta los gastos necesarios para la implantación del mismo.

2.3.1 Determinación de los costos

Los costos tienen una aplicación muy amplia en lo que respecta a un proyecto de inversión, por lo que podemos definir a un costo como sigue:

Se considera costo a la suma de esfuerzos y recursos hechos en el pasado, presente y futuro o en forma virtual, que se han invertido para producir un bien. Los costos pasados no se consideran para la evaluación y se les denomina costos hundidos. Los costos presentes son costos de inversión y los costos futuros se ven reflejados en los estados financieros proforma; el costo de oportunidad es el costo virtual.

2.3.2 Inversión Total Inicial: Fija y Diferida

La inversión inicial se comprende desde la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo.

Se le llama activo fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivas.

Se entiende por activo intangible el conjunto de bienes propiedad de la empresa necesaria para su funcionamiento, como por ejemplo: patentes de invención, marcas, diseños comerciales, nombres comerciales, en general los estudios que tiendan a mejorar en el presente o el futuro de la empresa.

Cuando se realiza la evaluación de proyectos se acostumbra a presentar la lista de todos los activos tangibles e intangibles que se incluye en cada uno de ellos.

2.3.3 Capital de trabajo

Se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico se define como el capital adicional con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa, esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos y contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos de la empresa. Todo esto constituirá

el activo circulante. También se puede invertir a corto plazo en conceptos de impuestos y proveedores, y esto es el llamado pasivo circulante. De aquí se origina el concepto de capital de trabajo, es decir el capital con que hay que contar para comenzar a trabajar.

El capital de trabajo es una inversión inicial y por lo tanto es un activo, pero a diferencia del activo fijo y diferido radica en su naturaleza circulante. El activo circulante se compone de tres rubros: valores e inversiones, inventarios y cuentas por cobrar.

a) Valores e inversiones: Se puede definir como el efectivo con el que cuenta la empresa para solventar gastos cotidianos, enfrentar contingencias y aprovechar las ofertas que se presentan en el mercado. Este concepto sustituye a Caja y Bancos.

Cuando inicia operaciones una empresa la cantidad de efectivo debe ser suficiente para cubrir todos los gastos generales desde el primer día de inicio de operación hasta el día que empiece a recibir dinero por la venta a crédito que se hizo en los primeros días de ventas.

b) Inventario: El conjunto de mercancías necesarias para la empresa se debe de determinar de manera aproximada y definir cuál sería la inversión en inventarios apropiada. Para ello, el lote económico encuentra el equilibrio entre los costos que aumentan y los que disminuyen, de manera que aplicando el modelo se optimiza económicamente el manejo de inventarios.

c) Cuentas por cobrar: Cuando una empresa inicia sus operaciones, normalmente dará crédito en sus ventas. Las cuentas por cobrar calculan cual es la inversión necesaria por vender a crédito, lo cual depende en gran medida de las condiciones de crédito. La fórmula para cálculo de la recuperación de las cuentas por cobrar es la siguiente:

$$\text{CxC} = \text{cuentas por cobrar } \frac{\$ \text{ventas anuales}}{365} \times \text{PPR}$$

PPR= Periodo de recuperación de la inversión.

2.4 Evaluación económica

2.4.1 Métodos de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo

El estudio de evaluación económica es la parte final de la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto de inversión.

Se entiende que el dinero disminuye su valor a través del tiempo, a una tasa aproximadamente igual al nivel de la inflación vigente. Por lo anterior, es importante que el método de análisis a utilizar tome en cuenta este cambio de valor real de dinero a través del tiempo.

Antes de analizar los métodos se ejemplificarán brevemente su funcionamiento. Imaginemos que una empresa deposita una cantidad P en un banco, puesto que esta letra denota la palabra presente, por lo que se quiere evidenciar que se deposita el dinero en el tiempo cero. Dicha cantidad después de estar determinado tiempo en el banco, deberá de generar una ganancia i , y n es el número de periodos en que el dinero gana la tasa de interés, de esta forma la manera que incrementaría el dinero sería se aplicaría la siguiente fórmula:

$$F_n = P (1+i)^n$$

Analizando la fórmula anterior, supongamos que usted invierte \$2,000 el día de hoy dentro de un año, para calcular la cantidad equivalente en un año aplicaremos la fórmula, $P = \$2,000$ y $n = 1$ año, la i consideraremos la tasa de inflación aplicable en México en promedio fue de 4.6%, entonces:

$$F = 2,000(1+0.046)^1 = 2,092.00$$

El resultado anterior significa que, por la tasa inflacionaria que fue de 4.6% es lo mismo tener 2,000 al inicio de año que 2,092.00 al final de este.

Por lo anterior, es conveniente tomar en consideración que cuando se realicen comparaciones de dinero a través del tiempo se debe utilizar el valor presente, y adicionalmente considerar las tasas inflacionarias o de interés, ya que ellas modifican el valor del dinero a través del tiempo.

2.4.1.1 Valor presente neto (VPN)

Se define como el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Baca: 221: 2008

Podemos decir que el valor presente neto se determina comparando todas las ganancias esperadas contra todos los reembolsos necesarios para producir esas ganancias, proyectadas en su valor equivalente en ese momento, es decir en tiempo cero.

Para aceptar un proyecto, las ganancias deberán de ser mayores a los desembolsos, lo que dará como resultado que el Valor presente neto sea mayor a cero.

Para calcular el VPN para un periodo de 5 años es como sigue:

$$VPN = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

El Valor presente neto es de fácil interpretación en términos monetarios, supone además una reinversión total de todas las ganancias anuales, además los criterios de evaluación son $VPN > 0$ acepte la inversión, en cambio, si $VPN < 0$ rechace la inversión.

2.4.1.2 Tasa Interna de Rendimiento (TIR)

Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados de la inversión inicial.

Baca: 224: 2008

Se le denomina tasa interna de rendimiento porque es generada en su totalidad en el interior de la empresa por medio de la reinversión, porque se supone que el dinero que gana cada año se reinvierte en su totalidad.

Si la tasa interna de rendimiento es mayor que la tasa mínima aceptable de rendimiento, es conveniente aceptar la inversión ya que es rentable.

En las empresas se da el caso de que exista una pérdida en determinado periodo. En esta situación es recomendable no usar la tasa interna de rendimiento, como método de evaluación, en cambio es recomendable usar el VPN que no representa esta desventaja.

2.4.2 Métodos de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo

2.4.2.1 Razones financieras

La planeación financiera es un factor clave de éxito para una empresa, y un análisis financiero detecta la fuerza y los puntos débiles de un negocio. Cuando se detectan los puntos débiles, es importante corregirlos y mantener los puntos fuertes que benefician a la empresa, es por ello que es importante el uso de las razones financieras.

A continuación se muestran algunas de las principales razones financieras:

1.- Razón de liquidez.- Nos sirve para medir la capacidad que tiene la empresa de solventar sus obligaciones a corto plazo, entre ellas se encuentran:

a) *Tasa circulante.-* Se obtiene dividiendo los activos circulantes entre los pasivos a corto plazo. La tasa circulante es la más empleada para medir la solvencia a corto plazo, ya que nos indica a qué grado es posible cubrir las deudas de corto plazo solo empleado los activos que se convierten a corto plazo en efectivo, su fórmula es la siguiente:

$$\text{Razón circulante} = \frac{\text{activo circulante}}{\text{Pasivo circulante}}$$

b) *Prueba del ácido.-* Se obtiene restando a los inventarios a los activos circulantes y dividiendo el resto entre los pasivos circulantes. La razón por la cual se quitan los inventarios es porque son los activos menos líquidos y su fórmula es:

$$\text{Tasa de la prueba de ácido} = \frac{\text{Activo circulante} - \text{inventario}}{\text{Pasivo circulante}}$$

2.- Tasas de apalancamiento.- Es la que nos indica la proporción de capital ajeno que se está usando con relación al total de recursos existentes, se divide como sigue:

a) *Razón de deuda total a activo total.-* Mide el porcentaje total de fondos provenientes de instituciones de crédito. Su fórmula es la siguiente:

$$\text{Tasa de deuda} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}}$$

b) *Número de veces que se gana el interés.*- Se obtiene dividiendo las ganancias antes del pago de interés e impuestos. Mide el grado en que pueden disminuir las ganancias sin provocar un problema financiero a la empresa a tal grado de no cubrir los gastos anuales de interés. Su fórmula es:

$$\text{Número de veces que se gana el interés} = \frac{\text{Ingreso Bruto}}{\text{Cargos de interés}}$$

3.- Tasa de actividad.- Mide la efectividad de la actividad empresarial, por lo cual se requiere que la empresa se encuentre activa, así que no es aplicable a la evaluación de un proyecto, se obtiene dividiendo las ventas sobre inventarios, así como se muestra a continuación:

$$\text{Rotación de inventario} = \frac{\text{ventas}}{\text{Inventarios}}$$

4.- Tasa de rentabilidad.- Es el resultado neto de un gran número de políticas y decisiones. Las tasas de este tipo revelan que tan efectivamente se administra la empresa.

a) *Tasa de margen de beneficio sobre ventas:* Se calcula dividiendo el ingreso neto después de impuesto sobre las ventas totales anuales, su fórmula es:

$$\text{Tasa de margen de beneficio} = \frac{\text{Utilidad neta después de pagar impuestos}}{\text{Ventas total anuales}}$$

2.5 Análisis de Sensibilidad

Se denomina análisis de sensibilidad al procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afectan los resultados del proyecto ante el caso de cambio en las variables del mismo.

Existen variables que al modificarse afectan automáticamente a las demás o su cambio puede ser compensado de inmediato. Sin embargo existen variables que no pueden modificarse o que esta fuera de control como factores macroeconómicos como la inflación, PIB, situación económica del país, etc.

En caso de que no exista financiamiento se pueden trabajar con flujos netos de efectivo constantes. En los países como en este caso México existen aumentos de toda clase de insumos, lo más conveniente es hacer promedios generales de inflación y no considerar aumentos parciales, pues no se llevaría a realizar correctamente el análisis de sensibilidad, ya que este análisis se debe de hacer sobre bases fijas exceptuando la mano de obra y en periodos anuales.

El hecho de hacer un análisis de sensibilidad no garantiza que así se deba efectuar. Como se mencionaba anteriormente, existen factores macroeconómicos que pueden afectar netamente la actividad de la empresa, como por ejemplo el PIB, si una empresa se dedica a vender detergente, no se vendería el volumen presupuestado ya que el producto es de consumo final. Por lo tanto el análisis de sensibilidad, se haría de acuerdo a cuanto es lo que se debe de vender como mínimo para que la empresa no deje de ser rentable. Considerando otro factor

que esta fuera de las manos del empresario, sería la cuestión de financiamiento y la tasa de interés derivada de éste. Ambos casos son considerados como objeto de estudio para el análisis de sensibilidad.

Por lo tanto, el análisis de sensibilidad nos sirve para medir los factores que pueden influir positiva o negativamente en una empresa y analizar el alcance que pueden llegar a tener en la misma, y en caso de que fuera un factor negativo ver hasta dónde puede llegar a repercutir a la empresa.

CAPÍTULO III. CASO PRÁCTICO

EVALUACIÓN DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN PARA UN RESTAURANT DE COMIDA TÍPICA REGIONAL.

En este capítulo se analizará a la empresa propuesta, y se verificará si es una alternativa idónea para la inversión, a través del desarrollo de un proyecto de inversión y aplicando las técnicas necesarias para confirmar si el proyecto es viable.

Para comprobar y sustentar lo antes mencionado se desarrolló a partir de un objetivo al que se desea llegar, se hizo una descripción de los problemas a los cuales se enfrenta la empresa, y posteriormente se realizó un análisis de mercado en donde nos indicó que factores influyeron en nuestro proyecto.

3.1 Objetivo general

Definir la viabilidad de llevar a la práctica el proyecto de inversión de un restaurant de comida típica regional en la ciudad de Uruapan Mich., a través del resultado de la aplicación de técnicas de financiamiento.

3.2 Hipótesis

¿El proyecto de inversión de un restaurant de comida típica es viable y representa una manera factible de inversión?

3.3 Descripción de la problemática

En la actualidad, nos enfrentamos a una problemática en la cual se requiere que existan inversiones inteligentes, creación de nuevas empresas para así contribuir al desarrollo económico del país, generando nuevas fuentes de empleo en la ciudad para que las personas encuentren una oportunidad de mejorar su calidad de vida y brindando a la sociedad nuevos servicios que fomenten los valores sociales como la cultura.

Al hablar de inversiones inteligentes y analizadas se refiere a que se debe tener una base que justifique dicho análisis y dicha base es precisamente un proyecto de inversión, en donde se evalué que riesgo representa y que metodología deberá seguirse para que sea exitoso y rentable al llevarse a la práctica, para que así los inversionistas tengan los resultados correctos para la toma de decisiones. Es por ello que en esta tesis se pretende recabar toda la información necesaria que ayude a que se pueda crear una nueva empresa que brinde los servicios de un restaurant de comida típica en la ciudad de Uruapan Mich., además se ofrecerán exhibición de artesanías y muestra de bailes típicos de la región de Mich.

El desarrollo de este proyecto les dará a los futuros inversionistas un panorama más amplio de cómo podría ser la empresa mediante diferentes escenarios de financiamiento y seleccionar la mejor fuente de inversión, para que así les sea más confiable y factible la toma de decisiones.

3.4 Metodología a utilizar

En lo que se refiere a la investigación que se va a aplicar a este caso, se necesitará la información referente a los flujos de efectivo y toda aquella información que sea importante como los son desembolsos que se tienen que hacer para el restaurante y que serán proporcionados por el propietario, y además será necesario conocer el costo de todas las inversiones para así mismo determinar en cuanto tiempo se va a recuperar la inversión para que a su vez los inversionistas decidan iniciar el proyecto de inversión que les fue expuesto.

Además es importante realizar el estudio de mercado y a su vez es importante conocer la oferta y demanda que tiene el servicio de restaurante de comida típica en la ciudad de Uruapan ya que es algo trascendental en este proyecto, porque basándonos en dicha información que se obtenga se implementarán nuevas estrategias en el proyecto, para obtener la información relativa a lo antes mencionado, se recurrirán a aplicación de cuestionarios para así conocer más a fondo a que características de mercado dirigirse.

Otro punto que de igual manera es importante es el estudio técnico del restaurante de comida típica, en este punto se incluyen todos los factores que debemos de obtener para poder llevar a cabo el proyecto de inversión, como por ejemplo, el lugar de ubicación del restaurante, donde se va a obtener la maquinaria especial para la elaboración de alimentos, el mobiliario necesario, de donde se obtendrán los productos en este caso los alimentos, y en general todo lo necesario para que funcione el negocio. De todo lo anterior, a su vez es necesario verificar de donde se obtendrán los recursos, analizando si se obtendrá a través

de una fuente de financiamiento o de los mismos inversionistas en caso de aceptar el proyecto.

En el estudio económico se elaborarán los estados financieros como lo es el Balance General y Estado de Resultados, los cuales se proyectarán a 5 años considerando factores como la inflación, donde podremos analizar la situación económica de la empresa. También se incluye un flujo de efectivo, también proyectado a 5 años con su respectiva inflación.

Y finalmente, se tiene el análisis del riesgo de la inversión donde con ayuda de los flujos de efectivo y los estados financieros antes mencionados se determinará el periodo de recuperación de la inversión, la tasa interna de rendimiento, todo esto para poder realizar el análisis financiero del proyecto de inversión del proyecto de inversión y poder determinar en base a los resultados obtenidos si es viable llevar a la práctica el proyecto de inversión.

3.5 Estudio de Mercado

En todo proyecto de inversión es necesario hacer un estudio de mercado que nos permita saber la opinión de la gente acerca del producto o servicio que se pretende ofrecer, con el objeto de conocer lo que piensan y opinan con respecto a productos similares o servicios que ya se encuentran en el mercado, de esta manera nosotros podemos tener un panorama de lo que nos interesa en determinado momento y podemos identificar los puntos positivos o negativos que afectarán o beneficiarán a nuestro proyecto.

Por lo tanto, se recurrió a la herramienta de un cuestionario que tiene por objeto conocer el gusto de los consumidores por la comida típica de la región de Michoacán y que aplicamos tomando como muestra representativa para la investigación a 100 personas habitantes de la región uruapense.

A continuación se muestra un modelo del cuestionario que sirvió de herramienta para el estudio de mercado de este proyecto.

3.5.1 Cuestionario

Buen día, estamos realizando una entrevista entre los habitantes de la ciudad de Uruapan, su ayuda será muy importante para la elaboración de este proyecto que consiste en evaluar los gustos y preferencias de los habitantes de la ciudad de Uruapan por la aceptación de la comida típica. Gracias por su tiempo.

1.- ¿Conoce usted la comida típica de la región de Michoacán?

Sí No

2.- ¿Le gusta la comida regional?

Sí No

3.- ¿Generalmente asiste a un restaurante para?

Desayunar Comer Cenar

4.- ¿Conoce algún restaurante que ofrezca comida típica de la región de Michoacán?

Sí No

5.- ¿Cómo es la calidad de la comida en el restaurante que conoce?

Buena Regular Mala

6.- ¿Los precios le parecen accesibles?

Sí No

7.- ¿Le gustaría que existiera un restaurante que ofreciera exclusivamente los platillos más representativos de la región de Michoacán?

Sí No

8.- ¿Considera que sería un atractivo para el turismo?

Sí No

9.- ¿Qué tipo de actividades le gustaría que hubiera en el restaurante?

Bailes regionales Música regional Exhibición de artesanías
 Otros

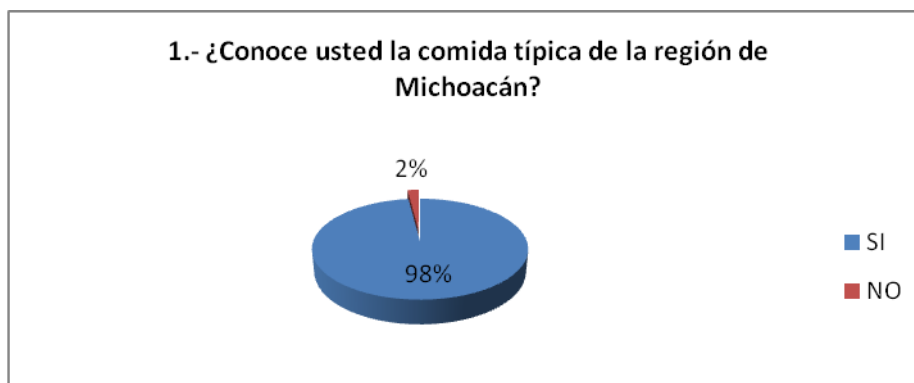
10.- ¿En qué zona le gustaría que se ubicara el restaurante?

Centro Paseo Lázaro Cárdenas Parque Nacional

Muchas gracias por su cooperación

3.5.2 Resultados obtenidos del cuestionario aplicado

A continuación se muestra de forma gráfica los resultados arrojados en la investigación con sus respectivas interpretaciones.

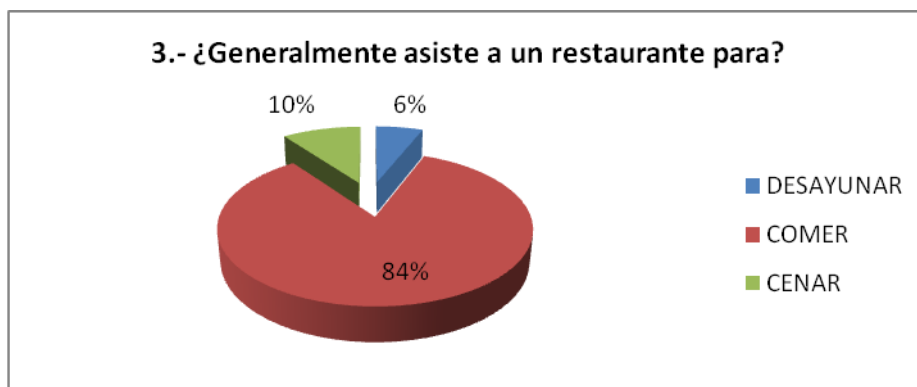


De las 100 encuestas aplicadas, se obtuvo que 98 habitantes conozcan algunos platillos típicos de la región de Michoacán. El 2% restante nos contestaron que no la conocen debido a que se ha perdido el gusto por su elaboración ya que la comida rápida está acaparando cada vez más el mercado consumidor, además de que cada vez existen menos lugares dedicados a ofrecer comida regional.

El resultado obtenido en esta pregunta nos arrojan datos favorables, ya que la mayoría de la gente encuestada conoce la comida regional, por lo tanto el mercado de la comida regional es bien conocido por la gran mayoría de los uruapenses, por lo cual no se va a experimentar con algo no conocido.



Partimos de la pregunta anterior que fueron 98 personas que si la conocen, y de éstas nos dice que el 100% le agrada la comida regional, además de que las causas de su consumo son el gusto, costumbre y tradición.



Es importante determinar en qué tiempo asisten más las personas a consumir, ya que en base a ello se determinará el objeto del restaurante para el diseño del menú, en las diferentes horas del día, y analizar el numero de platillos se diseñará, en base a los resultados obtenidos asiste más a los restaurantes a

comer al medio día que a cenar o desayunar, por lo tanto se debe diseñar el menú de tal manera que sea el indicado.

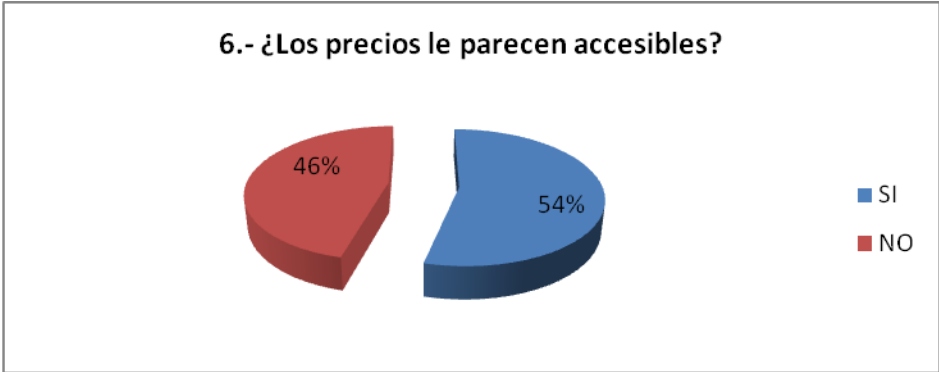


El resultado arrojado, nos da un panorama más amplio para confirmar que efectivamente es menor el número de gente que conoce un establecimiento que ofrezca un lugar exclusivo donde se ofrezca comida típica regional, por lo tanto en la ciudad de Uruapan sería un proyecto interesante porque en sí no tendría demasiada competencia a nivel restaurante.



La calidad de la comida es un factor decisivo para atraer o no clientes en un negocio, por lo tanto si se tiene conocimiento de lo que los demás ofrecen

podemos identificar en determinado momento una falla y aprovecharla a favor de nuestro proyecto.



Los precios son determinantes para conocer cuánto están dispuestos los consumidores a pagar por el servicio. Por lo tanto en base al precio te tendrá un panorama más amplio de lo que se puede ofrecer y a que público irá dirigido, de tal manera de que los precios sean accesibles para la mayor parte del público. Además esta encuesta nos indica si los demás restaurantes están manejando precios que de cierta manera implican para nosotros el grado de competencia al que nos estamos sometiendo.

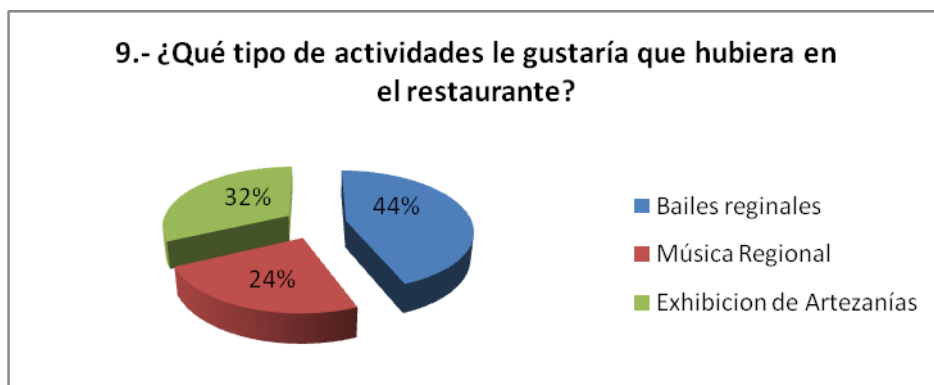


Esta gráfica muestra la pregunta clave de este proyecto, ya que muestra claramente la aceptación de la gente para poder desarrollar nuestro proyecto ofreciendo dicho servicio de restaurante de comida típica. Las personas encuestadas además comentaron que no existe en sí, un restaurante con dichas

características para degustar la comida regional y porque sería un atractivo para fomentar el turismo en la ciudad de Uruapan.

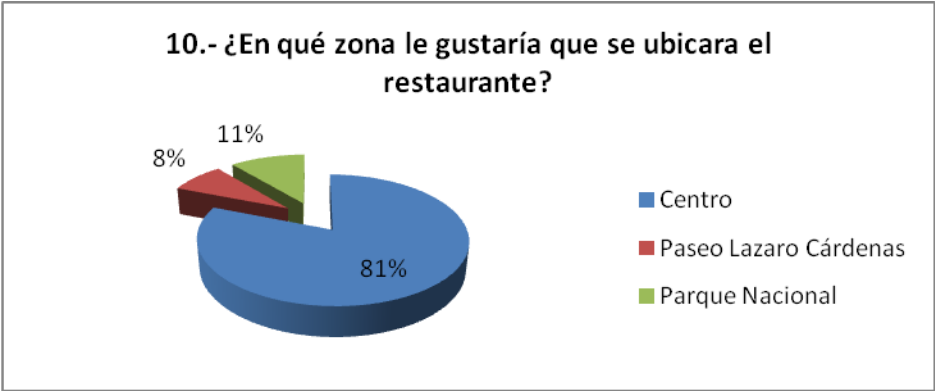


Esta pregunta es para saber si ellos como michoacanos les falta un lugar que los represente y promueva su cultura, y en ciertas situaciones tener un espacio agradable a dónde acudir con la gente y familiares que los visitan.



Este proyecto además de ofrecer el servicio de restaurante tiene por objetivo brindar a los clientes entretenimiento como lo son los bailes típicos y la exhibición de artesanías, por lo que muestra en la encuesta que sería aceptable la propuesta de estas dos actividades adicionales, ya que a parte de fomentar la

cultura con la gastronomía se mostrarán las danzas típicas y las artesanías que caracterizan a la región michoacana.



La ubicación es un factor determinante en el fracaso o éxito de un proyecto. Es por ello que se aplicó esta pregunta para concluir el lugar idóneo para establecer el negocio. El lugar más indicado según la encuesta aplicada es en la zona centro.

Se considera además que el precio es un factor muy importante, ya que debido a la situación económica que está viviendo el país en la actualidad, implica que la gente pueda o no asistir al restaurante con más facilidad y frecuencia.

De acuerdo al estudio de mercado que se llevó a cabo, se puede concluir que la implantación de un restaurante de comida regional en la ciudad de Uruapan sería una buena alternativa de inversión ya que en base a la herramienta utilizada el proyecto es bien aceptado por la población.

3.5.3 Análisis de la demanda

El estudio de mercado realizado en este proyecto de inversión fue una herramienta muy importante porque en base a ella, se determinó conocer el gusto de los consumidores con respecto a la gastronomía regional.

El número de personas encuestadas fue de 100, número suficiente para considerar que la comida regional es bien aceptada por los ciudadanos. Por otro lado es importante además, considerar el turismo, ya que siempre busca conocer las costumbres de los lugares que visitan y productos referentes a la región, por lo tanto si existe un lugar que satisfaga las necesidades del turismo, daría pauta a que los turistas nos visiten y así establecer puntos importantes para atraer el turismo.

La demanda de este tipo de comida es muy evidente debido a que de las encuestas aplicadas el 99% de las personas contestaron que si les gustaría que existiera un restaurante que ofreciera comida típica de la región.

3.5.4 Análisis de la Oferta

De acuerdo al estudio de mercado, se encontró que en la ciudad de Uruapan no hay un restaurante establecido que brinde los platillos más representativos de nuestra región, y los que existen solo proporcionan un número reducido de platillos que en realidad no satisfacen la demanda de de los platillos regionales.

Por lo tanto, al analizar la probable competencia se concluye que al no haber un restaurante regional como tal no habría competencia directa, pero sí

competencia indirecta como lo son los demás restaurantes ya establecidos en la ciudad de Uruapan.

Algunos restaurantes ofrecen sus platillos a precios accesibles y otros con un precio más elevado, pero aún así se observa que algunas personas no asisten a lugares con precios altos, así que sólo un sector de la población asiste, por lo tanto este es un factor determinante para considerar en el proyecto.

Además la calidad de la comida en dichos establecimientos la gente opinaba que era buena, pero si se podría llegar a mejorar, así que la calidad es un elemento importante para atraer clientes y que en este caso es un factor adicional a considerar.

3.6 Estudio Técnico

En todo proyecto de inversión es importante considerar el estudio técnico, ya que en él se contemplan varios elementos que logran el funcionamiento del negocio, como lo es la ubicación del lugar, funcionamiento interno como la organización jurídica y administrativa.

3.6.1 Localización de la Empresa

Croquis de la Empresa



Con base a la herramienta como lo fue el cuestionario empleado para el estudio de mercado, la pregunta en la cual se refería que en que zona desearía que se ubicara el restaurante se obtuvo como resultado que el 81% de los encuestados contestó que le gustaría que se ubicara en la zona centro. Tal como se muestra en el croquis la estrategia, es ubicar el restaurante en la zona centro de la ciudad de Uruapan.

3.6.2 Mobiliario, equipo, artículos de cocina y gastos generales para el restaurante

CONCEPTO	IMPORTE	IVA	TOTAL
Construcción	1,000,000.00	150,000.00	1,150,000.00
Automóvil	100,000.00	15,000.00	115,000.00
Equipo de Computo	40,000.00	6,000.00	46,000.00
Maquinaria para Restaurante	70,000.00	10,500.00	80,500.00
Maquinas registradoras	12,500.00	1,875.00	14,375.00
Equipo de Oficina	10,000.00	1,500.00	11,500.00
Luz	60,000.00	9,000.00	69,000.00
Teléfono	12,000.00	1,800.00	13,800.00
Agua	6,000.00	900.00	6,900.00
Gas LP	36,000.00	5,400.00	41,400.00
Bebidas	10,000.00	1,500.00	11,500.00
Luces	2,400.00	360.00	2,760.00
Música	9,600.00	1,440.00	11,040.00

Adornos	2,400.00	360.00	2,760.00
Honorarios	10,800.00	1,620.00	12,420.00
Previsión Social	5,000.00	750.00	5,750.00
Volantes	1,200.00	180.00	1,380.00
Espectaculares	2,400.00	360.00	2,760.00
Spot en la radio	9,600.00	1,440.00	11,040.00
Televisión	14,400.00	2,160.00	16,560.00
Jabón en polvo	6,000.00	900.00	6,900.00
Cloro	4,800.00	720.00	5,520.00
Aromatizante	3,600.00	540.00	4,140.00
Traperos	1,200.00	180.00	1,380.00
Escobas	1,200.00	180.00	1,380.00
Papel higiénico	9,600.00	1,440.00	11,040.00
Servilletas	6,000.00	900.00	6,900.00
Toallas limpiadoras	2,400.00	360.00	2,760.00
Jabón en barra	6,000.00	900.00	6,900.00
Mantelería	6,000.00	900.00	6,900.00
Adornos florales	6,000.00	900.00	6,900.00
Piezas de adorno	9,600.00	1,440.00	11,040.00
Blocks de Facturas	1,800.00	270.00	2,070.00
Rollos de Tickets	1,200.00	180.00	1,380.00
Lapiceros	1,200.00	180.00	1,380.00

Lápices	600.00	90.00	690.00
Varios	2,400.00	360.00	2,760.00
Calculadoras	840.00	126.00	966.00
Hojas Blancas	2,400.00	360.00	2,760.00
Platos	20,000.00	3,000.00	23,000.00
Cubiertos	8,500.00	1,275.00	9,775.00
Trastes para cocinar	10,000.00	1,500.00	11,500.00
Vasos	13,000.00	1,950.00	14,950.00
Tasas	10,000.00	1,500.00	11,500.00
Jarras	5,000.00	750.00	5,750.00
TOTAL	1,553,640.00	233,046.00	1,786,686.00

3.6.3 Costos

La determinación de los costos para efectos de este proyecto se hizo en base a las porciones de los ingredientes necesarios para la elaboración de los platillos y el costo de los mismos, es decir, según la cantidad que se requiere se hace un prorrateo con relación al costo y se determina cuánto le corresponde en dinero.

CONCEPTO	COSTO TOTAL
SOPA TARASCA	27.60
MOLE	29.97
HUCHEPOS	19.72
CORUNDAS	15.77
CHURIPO	27.60
BIRRIA	35.49
TRUCHA ARCOIRIS	39.43
ENCHILADAS	31.54
TACOS DORADOS	23.66
MORISQUETA	15.77
CARNITAS	39.43
CHILES RELLENOS	27.60
BARBACOA	39.43
POZOLE	39.43
MENUDO	35.49
GORDITAS	31.54
CHONGOS ZAMORANOS	15.77
NIEVE DE AGUACATE	23.66
BEBIDAS	15.77

3.6.5 Organización Jurídica

El restaurante debido a su actividad, se pretenderá que se conforme bajo una Sociedad Anónima de Capital Variable, fiscalmente se constituirá bajo el esquema de Persona Moral del régimen general de ley, esto permitirá que se genere más capital para que se invierta sin necesidad de acudir a financiamientos externos, se aprovecharán las acciones que se inviertan en la empresa para poder cubrir todo lo que se necesite para que inicie sus actividades. En este régimen se podrán emitir facturas y se podrán deducir gastos varios y se tendrá designado un consejo de administración.

3.6.6 Organigrama de la empresa



3.7 Estudio Financiero

3.7.1 Flujo de Efectivo Proyectado



Restaurante Mery Regional SA de CV

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO DEL 01 ENERO AL 31 DICIEMBRE AÑOS X

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<u>SALDO INICIAL</u>	1,118,001.00	10,787.31	10,666.05	10,285.71	10,639.47
<u>ENTRADAS</u>					
Cobranza	1,323,000.00	1,418,385.02	1,549,582.45	1,596,069.92	1,954,581.96
Préstamos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Inversiones	0.00	12,000.00	68,000.00	169,000.00	273,000.00
Intereses ganados	0.00	600.00	3,400.00	8,450.00	13,650.00
TOTAL	\$ 2,441,001.00	\$ 1,441,772.33	\$ 1,631,648.50	\$ 1,783,805.63	\$ 2,251,871.43
<u>SALIDAS</u>					
Pago a Proveedores	606,870.00	631,720.87	640,644.41	658,222.57	671,885.66
Gastos Generales	671,311.76	687,459.72	729,080.53	777,984.83	824,551.10
Pago de Impuestos	17,030.93	37,925.68	69,637.85	63,958.76	179,282.18
Pago de maquinaria	1,118,001.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Intereses	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Inversión	17,000.00	74,000.00	182,000.00	273,000.00	566,000.00
TOTAL	\$ 2,430,213.69	\$ 1,431,106.28	\$ 1,621,362.79	\$ 1,773,166.15	\$ 2,241,718.93
<u>SALDO FINAL</u>	\$ 10,787.31	\$ 10,666.05	\$ 10,285.71	\$ 10,639.47	\$ 10,152.50

En esta cedula se observa el flujo de efectivo que tendrá la empresa el cual se encuentra proyectado a 5 años, donde se pueden observar tanto las entradas como las salidas de efectivo que se tendrán dentro del proyecto de inversión.

3.7.1 Estado de Resultados Proyectado



Restaurante Mery Regional SA de CV

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO DEL 01 ENERO AL 31 DICIEMBRE
AÑOS X

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CONCEPTO					
VENTAS	1,323,000.00	1,418,385.02	1,549,582.45	1,596,069.92	1,954,581.96
COSTO VENTAS	606,870.00	631,720.87	640,644.41	658,222.57	671,885.66
UTILIDAD BRUTA	716,130.00	786,664.15	908,938.04	937,847.35	1,282,696.30
GASTOS GENERALES	671,311.76	687,459.72	729,080.53	777,984.83	824,551.10
UTILIDAD DE OPERACIÓN	44,818.24	99,204.43	179,857.51	159,862.53	458,145.20
PRODUCTOS FINANCIEROS	0.00	600.00	3,400.00	8,450.00	13,650.00
UTILIDAD ANTES IMPTOS	44,818.24	99,804.43	183,257.51	168,312.53	471,795.20
IMPUESTOS	12,549.11	27,945.24	51,312.10	47,127.51	132,102.66
PTU	4,481.82	9,980.44	18,325.75	16,831.25	47,179.52
UTILIDAD NETA	27,787.31	61,878.74	113,619.65	104,353.77	292,513.02

En este estado financiero se muestran las ventas de la empresa, así como el costo de producción y los gastos que se facturaron por el cual se llevara a cabo el proyecto de inversión, donde también se muestran las utilidades que se obtendrán considerando los efectos de la inflación correspondiente a cada año.

3.7.2 Balance General Projectado



Restaurante Mery Regional SA de CV

BALANCE GENERAL PROYECTADO DEL 01 ENERO AL 31 DICIEMBRE AÑOS X

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO					
CIRCULANTE					
EFFECTIVO	10,787.31	10,666.05	10,285.71	10,639.47	10,152.50
CUENTAS POR COBRAR	1,323,000.00	1,418,385.02	1,549,582.45	1,596,069.92	1,954,581.96
Inversiones C/P	0.00	12,000.00	68,000.00	169,000.00	273,000.00
TOTAL CIRCULANTE	\$ 1,333,787.31	\$ 1,441,051.08	\$ 1,627,868.15	\$ 1,775,709.39	\$ 2,237,734.45
NO CIRCULANTE					
Construcción	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00
Dep acum Edificios	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00
Automovil	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00
Dep acum automovil	25,000.00	25,000.00	25,000.00	25,000.00	0.00
Equipo de Computo	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00
Dep Acum Equipo Computo	12,000.00	12,000.00	12,000.00	4,000.00	0.00
Maquinaria para Restaurant	70,000.00	70,000.00	70,000.00	70,000.00	70,000.00
Dep Acum equipo Restaurant	14,000.00	14,000.00	14,000.00	14,000.00	14,000.00
Maquinas registradoras	12,500.00	1.00	1.00	1.00	1.00
Dep Acum Maquina registradora	12,499.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Equipo de Oficina	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00
Dep Acum Equipo de Oficina	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00
TOTAL NO CIRCULANTE	1,118,001.00	1,118,001.00	1,118,001.00	1,126,001.00	1,155,001.00
TOTAL ACTIVO	\$ 2,451,788.31	\$ 2,559,052.08	\$ 2,745,869.15	\$ 2,901,710.39	\$ 3,392,735.45
PASIVO					
CORTO PLAZO					
PROVEEDORES	606,870.00	631,720.87	640,644.41	658,222.57	671,885.66
IMPUESTOS POR PAGAR	17,030.93	37,925.68	69,637.85	63,958.76	179,282.18
TOTAL CORTO PLAZO	\$ 623,900.93	\$ 669,646.55	\$ 710,282.26	\$ 722,181.33	\$ 851,167.83
LARGO PLAZO					
PRESTAMO BANCARIO LP	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL LARGO PLAZO	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL PASIVO	\$ 623,900.93	\$ 669,646.55	\$ 710,282.26	\$ 722,181.33	\$ 851,167.83
CAPITAL CONTABLE					
CAPITAL SOCIAL	1,800,000.00	1,800,000.00	1,800,000.00	1,835,000.00	1,900,000.00
RESERVA LEGAL	100.07	-260.53	32,301.18	36,000.00	36,000.00
RESERVA DE PREVISION SOCIAL	0.00	0.00	0.00	889.59	5,415.12
RESULTADO DEL EJERC ANT	0.00	27,787.31	89,666.05	203,285.71	307,639.47
RESULTADO DEL EJERCICIO	27,787.31	61,878.74	113,619.65	104,353.77	292,513.02
TOTAL CAPITAL	1,827,887.38	1,889,405.52	2,035,586.89	2,179,529.06	2,541,567.62
TOTAL P + C	\$ 2,451,788.31	\$ 2,559,052.08	\$ 2,745,869.15	\$ 2,901,710.39	\$ 3,392,735.45

3.7.3 Valor Presente Neto

VALOR PRESENTE NETO		
1)	UTILIDAD DEL EJERCICIO	27,787.31
	DEPRECIACIONES	114,499.00
	1	142,286.31
	1.0791	
	\$ 131,856.46	
2)	UTILIDAD DEL EJERCICIO	61,878.74
	DEPRECIACIONES	102,000.00
	1	163,878.74
	(1.0791)^2	
	\$ 140,734.07	
3)	UTILIDAD DEL EJERCICIO	113,619.65
	DEPRECIACIONES	102,000.00
	1	215,619.65
	(1.0791)^3	
	\$ 171,594.46	
4)	UTILIDAD DEL EJERCICIO	104,353.77
	DEPRECIACIONES	94,000.00
	1	198,353.77
	(1.0791)^4	
	\$ 146,282.94	
5)	UTILIDAD DEL EJERCICIO	292,513.02
	DEPRECIACIONES	65,000.00
	1	357,513.02
	(1.0791)^5	
	\$ 244,333.72	
	\$ 834,801.65	1,077,651.50
	1,118,001.00	
	-\$ 283,199.35	

3.7.3 Tasa Interna de Rendimiento

TASA INTERNA DE RENDIMIENTO	
Costo inicial del negocio	-1,118,001.00
Ingresos Netos Primer Año	142,286.31
Ingresos Netos Segundo Año	163,878.74
Ingresos Netos Tercer Año	215,619.65
Ingresos Netos Cuarto Año	198,353.77
Ingresos Netos Quinto Año	357,513.02
TIR	-1%

En base a los datos obtenidos en el Valor presente Neto, se llega como resultado a -\$283,199.35 por lo tanto como se ha estudiado anteriormente, cuando un valor presente neto nos da en importe negativo, esto indica que el proyecto no es viable y se debe de rechazar.

En lo que respecta a la Tasa Interna de Rendimiento, nos arrojó como resultado -1%, por lo tanto la Tasa Mínima aceptable es de 7.91% esto nos indica que el proyecto no es rentable. La tasa mínima aceptable fue un dato que se extrajo de la Tasa del mes de Octubre de 2009 de los Certificados de Tesorería.

CONCLUSIÓN

Al desarrollar un proyecto de inversión, se consideran diversos factores que afectan al proyecto, y cualquier proyecto que se desarrolle tiene el mismo objetivo que es determinar si es viable, rentable y que riesgo implica, para lo cual se debe seguir una metodología que nos pueda guiar paso a paso para que el resultado obtenido sea lo más certero posible.

Este proyecto de inversión pretende fomentar el turismo en el municipio de Uruapan Mich., ya que es importante promover la cultura en el País, y asimismo crear nuevas fuentes de empleo y actividades que permitan el esparcimiento.

Entre tanto, en base a los resultados obtenidos en el estudio de mercado, se encontró que la rama restaurante es bien aceptada en la región uruapense, que además gustan de los platillos típicos regionales y que además disfrutan de las danzas típicas y sus artesanías. Así que en base a la herramienta utilizada que fue la entrevista se comprueba que el proyecto podría ser bien aceptado en la región.

En el estudio técnico, se concluye que es importante que al momento de desarrollar el proyecto de inversión se tomen en cuenta todos los factores que deben formar parte de de nuestro proyecto y que son indispensables al momento de organizar y enlistar todos las herramientas que serán importantes al momento de ejecutar el proyecto, hay que destacar que el proyecto en cuanto al estudio económico tiene una gran ventaja, como lo es la ubicación del restaurante, ya que el lugar se encuentra bien ubicado y no se tendrá que pagar renta ya que el local es propiedad de un inversionista que formará parte de este proyecto.

En lo que respecta al estudio financiero, el proyecto nos arrojó como resultado que el valor presente neto será negativo -\$283,199.35 lo cual nos indica que el proyecto de inversión no es rentable, para esto se tomaron los flujos netos de efectivo, aplicando la tasa de Certificados de Tesorería.

En lo que se refiere a la rentabilidad de la empresa la Tasa Interna de rendimiento nos dio como resultado -1%, esto nos indica si la empresa tendrá o no utilidades, para lo cual se tuvo que igualar a cero la suma de los flujos de efectivo a VPN con la inversión inicial de la empresa teniendo que obtener como resultado cero, o el más cercano posible.

Por lo cual en base a lo antes mencionado, se puede llegar a que la hipótesis planteada no se cumple ya que el proyecto no tiene un valor presente neto aceptable, para lo cual es necesario recurrir a otras opciones o medios para que el proyecto pueda ser rentable, o como última instancia rechazar el proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

1.- BARANDIARAN Rafael Diccionario de Términos Financieros, Ed. Trillas PRIMERA EDICION, MEXICO DF 1988 PP 121

2.- GUZMÁN Valdivia Issac: Problemas de la administración de empresas Ed Limusa México Año: 1994 PP 223

3.- MORENO Fernández Joaquín Las Finanzas en la Empresa, Ed. Grupo Editorial Patria Segunda 5° EDICION, MEXICO 1995 p.p. 297

4.- REYES Ponce: Administración de Empresas Ed Limusa México Año Edicion I 1981 pp: 192

5.- RODRIGUEZ Valencia Joaquín Organización contable y Admnsitrativa Ed Ecafsa 2DA EDICIÓN MÉXICO Año 1997 PP 133

6.-ROSEMBERG J.M. Diccionario de Administración y Finanzas EDITORIAL OCÉANO Barcelona ESPAÑA PP 641

7.- TAMAMES Ramón Diccionario de Economía y Finanzas Ed Alianza SA Madrid Año 2006 PP 238

8. www.madrimasd.org/Emprendedores/servicios_emprendedores/guia_autoevaluacion/etapa1/concepto.pdf Responsable de la página de internet: © 2006 - 2009. Fundación para el Conocimiento Madrid. Todos los derechos reservados.

ANEXO



Restaurante Mery Regional SA de CV

CEDULA DE INGRESOS PROYECCIÓN 5 AÑOS

CONCEPTO	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5			TOTAL
	P.U.	UNIDADES	VENTAS TOTALES	P.U.	UNIDADES	VENTAS TOTALES	P.U.	UNIDADES	VENTAS TOTALES	P.U.	UNIDADES	VENTAS TOTALES	P.U.	UNIDADES	VENTAS TOTALES	
	0%	0%		5.15%	2.00%		7.15%	2.00%		9.15%	2.00%		11.15%	2.00%		
SOPA TARASCA	35.00	1,200.00	42,000.00	36.80	1,224	45,044.12	39.43	1,248	49,227.77	43.04	1,273	50,704.60	47.84	1,299	62,136.06	249,112.55
MOLE	38.00	2,000.00	76,000.00	39.96	2,040	81,508.40	42.81	2,081	89,078.82	46.73	2,122	91,751.19	51.94	2,165	112,436.68	450,775.10
HUICHEPOS	25.00	2,500.00	62,500.00	26.29	2,550	67,029.94	28.16	2,601	73,255.61	30.74	2,653	75,453.28	34.17	2,706	92,464.38	370,703.20
CORUNDAS	20.00	2,000.00	40,000.00	21.03	2,040	42,899.16	22.53	2,081	46,883.59	24.59	2,122	48,290.10	27.34	2,165	59,177.20	237,250.05
CHURPO	35.00	3,000.00	105,000.00	36.80	3,060	112,610.30	39.43	3,121	123,069.43	43.04	3,184	126,761.51	47.84	3,247	155,340.15	622,781.38
BIRRIA	45.00	1,500.00	67,500.00	47.32	1,530	72,392.33	50.70	1,561	79,116.06	55.33	1,592	81,489.54	61.50	1,624	99,861.53	400,359.46
TRUCHA ARCOIRIS	50.00	1,800.00	90,000.00	52.57	1,836	96,523.11	56.33	1,873	105,488.08	61.48	1,910	108,652.72	68.34	1,948	133,148.70	533,812.61
ENCHILADAS	40.00	2,000.00	80,000.00	42.06	2,040	85,798.32	45.06	2,081	93,767.18	49.19	2,122	96,580.20	54.67	2,165	118,354.40	474,500.10
TACOS DORADOS	30.00	2,000.00	60,000.00	31.54	2,040	64,348.74	33.80	2,081	70,325.39	36.89	2,122	72,435.15	41.00	2,165	88,765.80	355,875.08
MORISQUETA	20.00	1,200.00	24,000.00	21.03	1,224	25,739.50	22.53	1,248	28,130.15	24.59	1,273	28,974.06	27.34	1,299	35,506.32	142,350.03
CARNITAS	50.00	2,000.00	100,000.00	52.57	2,040	107,247.90	56.33	2,081	117,208.98	61.48	2,122	120,725.25	68.34	2,165	147,943.00	593,125.13
CHILES RELLENOS	35.00	1,500.00	52,500.00	36.80	1,530	56,305.15	39.43	1,561	61,534.71	43.04	1,592	63,380.75	47.84	1,624	77,670.08	311,390.69
BARBACOA	50.00	3,000.00	150,000.00	52.57	3,060	160,871.85	56.33	3,121	175,813.47	61.48	3,184	181,087.87	68.34	3,247	221,914.50	889,687.69
POZOLE	50.00	2,000.00	100,000.00	52.57	2,040	107,247.90	56.33	2,081	117,208.98	61.48	2,122	120,725.25	68.34	2,165	147,943.00	593,125.13
MENUDO	45.00	1,500.00	67,500.00	47.32	1,530	72,392.33	50.70	1,561	79,116.06	55.33	1,592	81,489.54	61.50	1,624	99,861.53	400,359.46
GORDITAS	40.00	2,000.00	80,000.00	42.06	2,040	85,798.32	45.06	2,081	93,767.18	49.19	2,122	96,580.20	54.67	2,165	118,354.40	474,500.10
CHONGOS ZAMORANOS	20.00	1,200.00	24,000.00	21.03	1,224	25,739.50	22.53	1,248	28,130.15	24.59	1,273	28,974.06	27.34	1,299	35,506.32	142,350.03
NEVE DE AGUACATE	30.00	1,800.00	54,000.00	31.54	1,836	57,913.87	33.80	1,873	63,292.85	36.89	1,910	65,191.63	41.00	1,948	79,889.22	320,287.57
BEBIDAS (REFRESCO)	20.00	1,200.00	24,000.00	21.03	1,224	25,739.50	22.53	1,248	28,130.15	24.59	1,273	28,974.06	27.34	1,299	35,506.32	142,350.03
ARRIBA MIENTO LOCAL ARTESANAS	2,000.00	12.00	24,000.00	2,102.90	12.00	25,234.80	2,253.15	12.00	27,037.83	2,459.32	12.00	27,848.96	2,733.53	12.00	32,802.35	136,923.94
TOTAL		35,412	1,323,000.00		36,120	1,418,385.02		36,842	1,549,582.45		37,579	1,596,069.92		38,330	1,954,581.96	7,841,619.34



Restaurante Mery Regional SA de CV

CEDULA DE COSTOS PROYECCIÓN 5 AÑOS

AÑO 1															
CONCEPTO	UNIDADES	FRIJOLES	TORTILLAS	CHILES	QUESO	POLLO	ESPECIAS	ELOTE	MANTEQUILLA	HOJAS DE ELOTE	MASA DE MAIZ	MANTECA	HOJAS DE PLATANO	CARNE RES	
SOPA TARASCA	1,000.00	0.10	0.05	0.05	0.05	0.00	0.05	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
MOLE	2,000.00	0.00	0.10	0.05	0.00	0.20	0.05	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
HUCHEPOS	2,500.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.05	0.30	0.20	0.20	0.00	0.00	0.00	0.00	
CORUNDAS	2,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.30	0.10	0.20	0.00	
CHURIFO	3,000.00	0.00	0.10	0.10	0.00	0.00	0.10	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.30	
BIRRIA CHIVO	1,500.00	0.00	0.10	0.10	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
TRUCHA ARCOIRIS	1,800.00	0.00	0.00	0.05	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
ENCHILADAS	2,000.00	0.00	0.30	0.10	0.00	0.20	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.05	0.00	0.00	
TACOS DORADOS	2,000.00	0.10	0.30	0.02	0.02	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
MORISQUETA	1,200.00	0.10	0.00	0.05	0.05	0.00	0.03	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
CARNITAS	2,000.00	0.10	0.10	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
CHILES RELLENOS	1,000.00	0.00	0.10	0.05	0.10	0.00	0.03	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
BARBACOA	3,000.00	0.00	0.10	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.30	
POZOLE	2,000.00	0.00	0.00	0.02	0.00	0.10	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
MENUDO	1,500.00	0.00	0.20	0.10	0.00	0.00	0.02	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.20	
GORDITAS	2,000.00	0.10	0.00	0.02	0.02	0.02	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.02	
CHONGOS ZAMORANOS	1,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
NEVE DE AGUACATE	1,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
TOTAL	32,500.00	0.50	1.45	0.91	0.24	0.62	0.84	0.40	0.20	0.20	0.30	0.16	0.20	0.82	
	TOTAL KILOGRAMOS	820.00	2,800.00	1,770.00	290.00	1,240.00	1,521.00	1,050.00	500.00	500.00	600.00	320.00	400.00	2,140.00	
	PRECIO UNITARIO	20.00	10.00	5.00	20.00	50.00	20.00	10.00	20.00	10.00	5.00	20.00	10.00	70.00	
	INCREMENTO ANUAL	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	
	TOTAL COSTO DE VENTA	16,400.00	28,000.00	8,850.00	5,800.00	62,000.00	30,420.00	10,500.00	10,000.00	5,000.00	3,000.00	6,400.00	4,000.00	149,800.00	

Continúa en la siguiente página.

VERDURAS	CARNE DE CHIVO	TRUCHA	ADOBERA	CREMA	ARROZ	CARNE DE PUERCO	CHILE POBLANO	HUEVO	MAÍZ POZOLERO	CHORIZO	ACEITE	CHONGOS ZAMORANOS	AGUACATE	LECHE	TOTAL
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.30
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.20	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.60
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.75
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.60
0.20	0.00	0.00	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00
0.00	0.30	0.00	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.70
0.00	0.00	0.40	0.00	0.00	0.05	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.60
0.00	0.00	0.00	0.10	0.05	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.90
0.10	0.00	0.00	0.10	0.05	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.79
0.00	0.00	0.00	0.00	0.10	0.20	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.63
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.30	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.60
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.28
0.00	0.00	0.00	0.00	0.03	0.00	0.00	0.30	0.10	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.00	1.03
0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.20	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.62
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.52
0.10	0.00	0.00	0.10	0.05	0.00	0.10	0.00	0.00	0.00	0.20	0.00	0.00	0.00	0.00	0.75
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.20	0.00	0.00	0.20
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.20	0.10	0.40
0.50	0.30	0.40	0.30	0.28	0.65	0.60	0.30	0.10	0.20	0.20	0.10	0.20	0.20	0.10	0.00
1,200.00	450.00	720.00	600.00	510.00	1,180.00	1,120.00	900.00	300.00	400.00	400.00	300.00	200.00	200.00	100.00	
20.00	70.00	50.00	30.00	20.00	10.00	60.00	15.00	20.00	20.00	50.00	25.00	30.00	30.00	10.00	
0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	
24,000.00	31,500.00	36,000.00	18,000.00	10,200.00	11,800.00	67,200.00	13,500.00	6,000.00	8,000.00	20,000.00	7,500.00	6,000.00	6,000.00	1,000.00	606,870.00

AÑO 2														
CONCEPTO	UNIDADES	FRUJONES	TORTILLAS	CHILES	QUESO	POLLO	ESPECIAS	ELOTE	MANTEQUILLA	HOJAS DE ELOTE	MASA DE MAIZ	MANTECA	HOJAS DE PLATANO	CARNERES
SOPA TARASCA	1224	0.10	0.05	0.05	0.05	0.00	0.05	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
MOLE	2040	0.00	0.10	0.05	0.00	0.20	0.05	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
HUCHEFOS	2550	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.05	0.30	0.20	0.20	0.00	0.00	0.00	0.00
CORUNDAS	2040	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.30	0.10	0.20	0.00
CHURIFO	3060	0.00	0.10	0.10	0.00	0.00	0.10	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.30
BIRRIA CHIVO	1530	0.00	0.10	0.10	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TRUCHA ARCOIRIS	1836	0.00	0.00	0.05	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ENCHILADAS	2040	0.00	0.30	0.10	0.00	0.20	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.05	0.00	0.00
TACOS DORADOS	2040	0.10	0.30	0.02	0.02	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
MORISQUETA	1224	0.10	0.00	0.05	0.05	0.00	0.03	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
CARNITAS	2040	0.10	0.10	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
CHILES RELLENOS	1530	0.00	0.10	0.05	0.10	0.00	0.03	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
BARBACOA	3060	0.00	0.10	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.30
POZOLE	2040	0.00	0.00	0.02	0.00	0.10	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
MENUDO	1530	0.00	0.20	0.10	0.00	0.00	0.02	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.20
GORDITAS	2040	0.10	0.00	0.02	0.02	0.02	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.02
CHONGOS ZAMORANOS	1224	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
NEVE DE AGUACATE	1836	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL	34884	0.50	1.45	0.91	0.24	0.62	0.84	0.40	0.20	0.20	0.30	0.16	0.20	0.82
	TOTAL KILOGRAMOS	856.80	2,917.20	1,841.10	357.00	1,264.80	1,658.52	1,071.00	510.00	510.00	612.00	326.40	408.00	2,182.80
	PRECIO UNITARIO	20.00	10.00	5.00	20.00	50.00	20.00	10.00	20.00	10.00	5.00	20.00	10.00	70.00
	INCREMENTO ANUAL	5.15%	5.15%	5.15%	5.15%	5.15%	5.15%	5.15%	5.15%	5.15%	5.15%	5.15%	5.15%	5.15%
	TOTAL COSTO DE VENTA	17,180.13	29,322.24	9,300.32	7,158.39	63,305.14	33,255.81	10,765.16	10,226.27	5,126.27	3,091.52	6,544.81	4,101.01	152,908.41

Continúa en la siguiente página.

VERDURAS	CARNE DE CHIVO	TRUCHA	ADOBERA	CREMA	ARROZ	CARNE DE PUERCO	CHILE POBLANO	HUEVO	MAIZ POZOLERO	CHORIZO	ACETE	CHONGOS ZAMORANOS	AGUACATE	LECHE	TOTAL
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.30
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.20	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.60
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.75
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.60
0.20	0.00	0.00	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00
0.00	0.30	0.00	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.70
0.00	0.00	0.40	0.00	0.00	0.05	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.60
0.00	0.00	0.00	0.10	0.05	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.90
0.10	0.00	0.00	0.10	0.05	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.79
0.00	0.00	0.00	0.00	0.10	0.20	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.63
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.30	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.60
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.28
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.03	0.00	0.00	0.30	0.10	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	1.03
0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.20	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.62
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.52
0.10	0.00	0.00	0.10	0.05	0.00	0.10	0.00	0.00	0.00	0.20	0.00	0.00	0.00	0.00	0.75
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.20	0.00	0.00	0.20
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.20	0.10	0.40
0.50	0.30	0.40	0.30	0.28	0.65	0.60	0.30	0.10	0.20	0.20	0.10	0.20	0.20	0.10	0.00
1,224.00	459.00	734.40	612.00	520.20	1,203.60	1,142.40	918.00	306.00	408.00	408.00	306.00	244.80	367.20	183.60	
20.00	70.00	50.00	30.00	20.00	10.00	60.00	15.00	20.00	20.00	50.00	25.00	30.00	30.00	10.00	
5.15%	5.15%	5.15%	5.15%	5.15%	5.15%	5.15%	5.15%	5.15%	5.15%	5.15%	5.15%	5.15%	5.15%	5.15%	
24,543.04	32,153.64	36,757.82	18,391.52	10,430.79	12,097.99	68,602.83	13,817.28	6,135.76	8,181.01	20,421.01	7,665.76	7,356.61	11,034.91	1,845.46	631,720.87

AÑO 3														
CONCEPTO	UNIDADES	FRIJOLES	TORTILLAS	CHILES	QUESO	POLLO	ESPECIAS	ELOTE	MANTEQUILLA	HOJAS DE ELOTE	MASA DE MAIZ	MANTECA	HOJAS DE PLATANO	CARNE RES
SOPA TARASCA	1248.48	0.10	0.05	0.05	0.05	0.00	0.05	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
MOLE	2080.8	0.00	0.10	0.05	0.00	0.20	0.05	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
HUICHEPOS	2601	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.05	0.30	0.20	0.20	0.00	0.00	0.00	0.00
CORUNDAS	2080.8	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.30	0.10	0.20	0.00
CHURPO	3121.2	0.00	0.10	0.10	0.00	0.00	0.10	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.30
BIRRIA CHIVO	1560.6	0.00	0.10	0.10	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TRUCHA ARCOIRIS	1872.72	0.00	0.00	0.05	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ENCHILADAS	2080.8	0.00	0.30	0.10	0.00	0.20	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.05	0.00	0.00
TACOS DORADOS	2080.8	0.10	0.30	0.02	0.02	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
MORISQUETA	1248.48	0.10	0.00	0.05	0.05	0.00	0.03	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
CARNITAS	2080.8	0.10	0.10	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
CHILES RELLENOS	1560.6	0.00	0.10	0.05	0.10	0.00	0.03	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
BARBACOA	3121.2	0.00	0.10	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.30
POZOLE	2080.8	0.00	0.00	0.02	0.00	0.10	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
MENUDO	1560.6	0.00	0.20	0.10	0.00	0.00	0.02	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.20
GORDITAS	2080.8	0.10	0.00	0.02	0.02	0.02	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.02
CHONGOS ZAMORANOS	1248.48	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
NEVE DE AGUACATE	1872.72	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL	35581.68	0.50	1.45	0.91	0.24	0.62	0.84	0.40	0.20	0.20	0.30	0.16	0.20	0.82
	TOTAL KILOGRAMOS	873.94	2,975.54	1,877.92	364.14	1,290.10	1,691.69	1,092.42	520.20	520.20	624.24	332.93	416.16	2,226.46
	PRECIO UNTARIO	20.00	10.00	5.00	20.00	50.00	20.00	10.00	20.00	10.00	5.00	20.00	10.00	70.00
	INCREMENTO ANUAL	7.15%	7.15%	7.15%	7.15%	7.15%	7.15%	7.15%	7.15%	7.15%	7.15%	7.15%	7.15%	7.15%
	TOTAL COSTO DE VENTA	17,541.21	29,968.19	9,523.88	7,308.84	64,597.04	33,954.76	11,002.31	10,441.19	5,239.19	3,165.83	6,682.36	4,191.36	156,011.11

Continúa en la siguiente página.

VERDURAS	CARNE DE CHIVO	TRUCHA	ADOBERA	CREMA	ARROZ	CARNE DE PUERCO	CHILE POBLANO	HUEVO	MAIZ POZOLERO	CHORIZO	ACEITE	CHONGOS ZAMORANOS	AGUACATE	LECHE	TOTAL
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.30
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.40
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.75
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.60
0.20	0.00	0.00	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00
0.00	0.30	0.00	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.70
0.00	0.00	0.40	0.00	0.00	0.05	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.60
0.00	0.00	0.00	0.10	0.05	0.05	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.90
0.10	0.00	0.00	0.10	0.05	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.79
0.00	0.00	0.00	0.00	0.10	0.20	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.63
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.30	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.60
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.28
0.00	0.00	0.00	0.00	0.03	0.00	0.00	0.30	0.10	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.00	1.03
0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.20	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.62
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.52
0.10	0.00	0.00	0.10	0.05	0.00	0.10	0.00	0.00	0.00	0.20	0.00	0.00	0.00	0.00	0.75
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.20	0.00	0.00	0.20
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.20	0.10	0.40
0.50	0.30	0.40	0.30	0.28	0.65	0.60	0.30	0.10	0.20	0.20	0.10	0.20	0.20	0.10	0.00
1,248.48	468.18	749.09	624.24	530.60	811.51	1,165.25	936.36	312.12	416.16	416.16	312.12	249.70	374.54	187.27	
20.00	70.00	50.00	30.00	20.00	10.00	60.00	15.00	20.00	20.00	50.00	25.00	30.00	30.00	10.00	
7.15%	7.15%	7.15%	7.15%	7.15%	7.15%	7.15%	7.15%	7.15%	7.15%	7.15%	7.15%	7.15%	7.15%	7.15%	
25,058.87	32,806.07	37,507.96	18,771.83	10,650.02	8,173.14	69,998.20	14,112.35	6,264.72	8,352.96	20,837.76	7,825.32	7,508.73	11,263.10	1,886.11	640,644.41

AÑO 4														
CONCEPTO	UNIDADES	FRIJOLES	TORTILLAS	CHILES	QUESO	POLLO	ESPECIAS	ELOTE	MANTEQUILLA	HOJAS DE ELOTE	MASA DE MAIZ	MANTECA	HOJAS DE PLATANO	CARNE RES
SOPA TARASCA	1273.4496	0.10	0.05	0.05	0.05	0.00	0.05	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
MOLE	2122.416	0.00	0.10	0.05	0.00	0.20	0.05	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
HUCHEPOS	2653.02	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.05	0.30	0.20	0.20	0.00	0.00	0.00	0.00
CORUNDAS	2122.416	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.30	0.10	0.20	0.00
CHURIFO	3183.624	0.00	0.10	0.10	0.00	0.00	0.10	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.30
BIRRIA CHIVO	1591.812	0.00	0.10	0.10	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TRUCHA ARCOIRIS	1910.1744	0.00	0.00	0.05	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ENCHILADAS	2122.416	0.00	0.30	0.10	0.00	0.20	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.05	0.00	0.00
TACOS DORADOS	2122.416	0.10	0.30	0.02	0.02	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
MORISQUETA	1273.4496	0.10	0.00	0.05	0.05	0.00	0.03	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
CARNITAS	2122.416	0.10	0.10	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
CHILES RELLENOS	1591.812	0.00	0.10	0.05	0.10	0.00	0.03	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
BARBACOA	3183.624	0.00	0.10	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.30
POZOLE	2122.416	0.00	0.00	0.02	0.00	0.10	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
MENUDO	1591.812	0.00	0.20	0.10	0.00	0.00	0.02	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.20
GORDITAS	2122.416	0.10	0.00	0.02	0.02	0.02	0.02	0.01	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.02
CHONGOS ZAMORANOS	1273.4496	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
NEVE DE AGUACATE	1910.1744	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL	36293.3136	0.50	1.45	0.91	0.24	0.62	0.84	0.40	0.20	0.20	0.30	0.16	0.20	0.82
	TOTAL KILOGRAMOS	891.41	3,035.05	1,915.48	371.42	1,315.90	1,725.52	1,114.27	530.60	530.60	636.72	339.59	424.48	2,270.99
	PRECIO UNITARIO	20.00	10.00	5.00	20.00	50.00	20.00	10.00	20.00	10.00	5.00	20.00	10.00	70.00
	INCREMENTO ANUAL	9.15%	9.15%	9.15%	9.15%	9.15%	9.15%	9.15%	9.15%	9.15%	9.15%	9.15%	9.15%	9.15%
	TOTAL COSTO DE VENTA	17,909.86	30,628.26	9,752.67	7,462.44	65,915.30	34,668.37	11,244.64	10,660.63	5,354.59	3,241.88	6,822.80	4,283.67	159,176.75

Continúa en la siguiente página.

VERDURAS	CARNE DE CHIVO	TRUCHA	ADOBERA	CREMA	ARROZ	CARNE DE PUERCO	CHILE POBLANO	HUEVO	MAIZ POZOLERO	CHORIZO	ACETE	CHONGOS ZAMORANOS	AGUACATE	LECHE	TOTAL
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.30
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.20	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.60
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.75
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.60
0.20	0.00	0.00	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00
0.00	0.30	0.00	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.70
0.00	0.00	0.40	0.00	0.00	0.05	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.60
0.00	0.00	0.00	0.10	0.05	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.90
0.10	0.00	0.00	0.10	0.05	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.79
0.00	0.00	0.00	0.00	0.10	0.20	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.63
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.30	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.60
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.28
0.00	0.00	0.00	0.00	0.03	0.00	0.00	0.30	0.10	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.00	1.03
0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.20	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.62
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.52
0.10	0.00	0.00	0.10	0.05	0.00	0.10	0.00	0.00	0.00	0.20	0.00	0.00	0.00	0.00	0.75
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.20	0.00	0.00	0.20
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.20	0.10	0.40
0.50	0.30	0.40	0.30	0.28	0.65	0.60	0.30	0.10	0.20	0.20	0.10	0.20	0.20	0.10	0.00
1,273.45	477.54	764.07	636.72	541.22	1,252.23	1,188.55	955.09	318.36	424.48	424.48	318.36	254.69	382.03	191.02	
20.00	70.00	50.00	30.00	20.00	10.00	60.00	15.00	20.00	20.00	50.00	25.00	30.00	30.00	10.00	
9.15%	9.15%	9.15%	9.15%	9.15%	9.15%	9.15%	9.15%	9.15%	9.15%	9.15%	9.15%	9.15%	9.15%	9.15%	
25,585.51	33,471.75	38,273.40	19,160.00	10,873.84	12,636.83	71,421.93	14,413.70	6,396.38	8,528.50	21,263.00	7,988.19	7,664.00	11,496.00	1,927.65	658,222.57

AÑO 5

CONCEPTO	UNIDADES	FRIJOLES	TORTILLAS	CHILES	QUESO	POLLO	ESPECIAS	ELOTE	MANTEQUILLA	HOJAS DE ELOTE	MASA DE MAIZ	MANTECA	HOJAS DE PLATANO	CARNERES
SOPA TARASCA	1298.91859	0.10	0.05	0.05	0.05	0.00	0.05	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
MOLE	2164.86432	0.00	0.10	0.05	0.00	0.20	0.05	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
HUCHEPOS	2706.0804	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.05	0.30	0.20	0.20	0.00	0.00	0.00	0.00
CORUNDAS	2164.86432	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.30	0.10	0.20	0.00
CHURIPO	3247.29648	0.00	0.10	0.10	0.00	0.00	0.10	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.30
BIRRIA CHIVO	1623.64824	0.00	0.10	0.10	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TRUCHA ARCORIS	1948.37789	0.00	0.00	0.05	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ENCHILADAS	2164.86432	0.00	0.30	0.10	0.00	0.20	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.05	0.00	0.00
TACOS DORADOS	2164.86432	0.10	0.30	0.02	0.02	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
MORISQUETA	1298.91859	0.10	0.00	0.05	0.05	0.00	0.03	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
CARNITAS	2164.86432	0.10	0.10	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
CHILES RELLENOS	1623.64824	0.00	0.10	0.05	0.10	0.00	0.03	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
BARBACOA	3247.29648	0.00	0.10	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.30
POZOLE	2164.86432	0.00	0.00	0.02	0.00	0.10	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
MENUDO	1623.64824	0.00	0.20	0.10	0.00	0.00	0.02	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.20
GORDITAS	2164.86432	0.10	0.00	0.02	0.02	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.02
CHONGOS ZAMORANOS	1298.91859	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
NEVE DE AGUACATE	1948.37789	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL	37019.1799	0.50	1.45	0.91	0.24	0.62	0.84	0.40	0.20	0.20	0.30	0.16	0.20	0.82
	TOTAL KILOGRAMOS	909.24	3,095.76	1,953.79	378.85	1,342.22	1,760.03	1,136.55	541.22	541.22	649.46	346.38	432.97	2,316.40
	PRECIO UNITARIO	20.00	10.00	5.00	20.00	50.00	20.00	10.00	20.00	10.00	5.00	20.00	10.00	70.00
	INCREMENTO ANUAL	11.15%	11.15%	11.15%	11.15%	11.15%	11.15%	11.15%	11.15%	11.15%	11.15%	11.15%	11.15%	11.15%
	TOTAL COSTO DE VENTA	18,286.20	31,302.58	9,986.70	7,619.25	67,260.38	35,396.85	11,492.21	10,884.64	5,472.48	3,319.68	6,966.17	4,377.98	162,406.50

Continúa en la siguiente página.

VERDURAS	CARNE DE CHIVO	TRUCHA	ADOBERA	CREMA	ARROZ	CARNE DE PUERCO	CHILE POBLANO	HUEVO	MAIZ POZOLERO	CHORIZO	ACETE	CHONGOS ZAMORANOS	AGUACATE	LECHE	TOTAL
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.30
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.20	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.60
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.75
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.60
0.20	0.00	0.00	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00
0.00	0.30	0.00	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.70
0.00	0.00	0.40	0.00	0.00	0.05	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.60
0.00	0.00	0.00	0.10	0.05	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.90
0.10	0.00	0.00	0.10	0.05	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.79
0.00	0.00	0.00	0.00	0.10	0.20	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.63
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.30	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.60
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.28
0.00	0.00	0.00	0.00	0.03	0.00	0.00	0.30	0.10	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.00	1.03
0.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.20	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.62
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.52
0.10	0.00	0.00	0.10	0.05	0.00	0.10	0.00	0.00	0.00	0.20	0.00	0.00	0.00	0.00	0.75
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.20	0.00	0.00	0.20
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.20	0.10	0.40
0.50	0.30	0.40	0.30	0.28	0.65	0.60	0.30	0.10	0.20	0.20	0.10	0.20	0.20	0.10	0.00
1,298.92	487.09	779.35	649.46	552.04	1,277.27	1,212.32	974.19	324.73	432.97	432.97	324.73	259.78	389.68	194.84	
20.00	70.00	50.00	30.00	20.00	10.00	60.00	15.00	20.00	20.00	50.00	25.00	30.00	30.00	10.00	
11.15%	11.15%	11.15%	11.15%	11.15%	11.15%	11.15%	11.15%	11.15%	11.15%	11.15%	11.15%	11.15%	11.15%	11.15%	
26,123.14	34,150.90	39,054.42	19,556.16	11,102.33	12,915.05	72,874.55	14,721.41	6,530.78	8,707.71	21,696.90	8,154.43	7,822.46	11,733.70	1,970.09	671,885.66



Restaurante Mery Regional SA de CV

CEDULA DE GASTOS GENERALES PROYECCIÓN 5 AÑOS

REFER	CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
		TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	
		0%	5.15%	7.15%	9.15%	11.15%	
N/A	Luz	60,000.00	63,087.00	67,594.57	73,776.09	82,002.12	346,459.78
N/A	Teléfono	12,000.00	12,617.40	13,518.91	14,755.22	16,400.42	69,291.96
N/A	Agua	6,000.00	6,308.70	6,759.46	7,377.61	8,200.21	34,645.98
N/A	Mantenimiento de Instalaciones	12,000.00	12,617.40	13,518.91	14,755.22	16,400.42	69,291.96
N/A	Mantenimiento de Equipo de Cocina	14,400.00	15,140.88	16,222.70	17,706.26	19,680.51	83,150.35
N/A	Mantenimiento de Mobiliario	12,000.00	12,617.40	13,518.91	14,755.22	16,400.42	69,291.96
N/A	Gas LP	36,000.00	37,852.20	40,556.74	44,265.65	49,201.27	207,875.87
N/A	Bebidas	10,000.00	10,514.50	11,055.47	11,624.28	12,222.34	55,416.59
1	Bailes, show s	25,200.00	26,496.54	28,389.72	30,985.96	34,440.89	145,513.11
2	Previsión Social	199,871.76	210,155.16	225,170.75	245,762.61	273,165.14	1,154,125.42
3	Publicidad	27,600.00	29,020.02	31,093.50	33,937.00	37,720.98	159,371.50
4	Utencilios de cocina	66,500.00	69,921.43	74,917.31	81,768.50	90,885.69	383,992.92
5	Artículos de limpieza	40,800.00	42,899.16	45,964.30	50,167.74	55,761.44	235,592.65
6	Decoraciones	24,000.00	25,234.80	27,037.83	29,510.44	32,800.85	138,583.91
7	Depreciaciones	114,500.00	102,000.00	102,000.00	94,000.00	65,000.00	477,500.00
8	Papelería	10,440.00	10,977.14	11,761.45	12,837.04	14,268.37	60,284.00
TOTAL		671,311.76	687,459.72	729,080.53	777,984.83	824,551.10	<u>3,690,387.94</u>

CONCENTRADO DE GASTOS

1	
Bailes, shows	
Luces	2,400.00
Música	9,600.00
Adornos	2,400.00
Honorarios	10,800.00
TOTAL	\$ 25,200.00

2	
Previsión Social	
NÓMINA GERENTE GENERAL	81,571.95
NÓMINA GERENTE DE RESTAURANT	60,279.68
NÓMINA GERENTE GERENTE CONTAB	58,756.35
NÓMINA GERENTE DE RECURSOS HUM	60,480.43
NÓMINA MESEROS	24,934.38
NÓMINA COCINEROS	28,692.49
NÓMINA AUXILIARES	27,008.11
TOTAL	\$ 199,871.76

3	
Publicidad	
Volantes	1,200.00
Espectaculares	2,400.00
Spot en la radio	9,600.00
Televisión	14,400.00
TOTAL	\$ 27,600.00

4	
Utensilios de cocina	
Platos	20,000.00
Cubiertos	8,500.00
Trastes para cocinar	10,000.00
Vasos	13,000.00
Tasas	10,000.00
Jarras	5,000.00
TOTAL	\$ 66,500.00

5	
Articulos de limpieza	
Jabón en polvo	6,000.00
Cloro	4,800.00
Aromatizante	3,600.00
Traperos	1,200.00
Escobas	1,200.00
Papel higiénico	9,600.00
Servilletas	6,000.00
Toallas limpiadoras	2,400.00
Jabón en barra	6,000.00
TOTAL	\$ 40,800.00

6	
Decoraciones	
Mantelería	6,000.00
Adornos florales	6,000.00
Honorarios	2,400.00
Piezas de adorno	9,600.00
TOTAL	\$ 24,000.00

Restaurante Mery Regional SA de CV_	
CONCENTRADO DE NÓMINAS ANUAL	
NÓMINA ANUAL	
PERCEPCIONES	
SUELDOS	467871.76
VACACIONES	45000
PRIMAS VACACION	14000
PRIMA DOMINICAL	24000
HORAS EXTRAS	10000
PREMIO DE PUNTUA	15000
	575871.76
DEDUCCIONES	
IMSS	241000
Retenciones de ISR	20000
Prestamos otorgad	30000
INFONAVIT	50000
Subsidio al Empleo	35000
	376000
NETO ANUAL	199871.76

7												
Depreciaciones												
CEDULA DE DEPRECIACIONES												
CONCEPTO	ESPECIFICACIONES	MODELO	FECHA DE ADQUISICIÓN	MOI	TASA DE DEPRECIACIÓN	1	2	3	4	5	TOTAL	SALDO PENDIENTE DE DEPRECIAR
Construcción	CONSTRUCCIÓN RESTAURANT	F/458256	03/05/XX	1000,000.00	5.00%	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	250,000.00	750,000.00
Automóvil	1AUTOMÓVIL MARCA NISSAN	F/1009	01/01/XX	100,000.00	25.00%	25,000.00	25,000.00	25,000.00	25,000.00	-	100,000.00	-
Equipo de Computo	5 EQUIPOS DE COMPUTO	F/154654	05/02/XX	40,000.00	30.00%	12,000.00	12,000.00	12,000.00	4,000.00	-	40,000.00	-
Maquinaria para Restaurant	3 ESTUFAS INDUSTRIAL	F/456785	08/02/XX	70,000.00	20.00%	14,000.00	14,000.00	14,000.00	14,000.00	14,000.00	70,000.00	-
Maquinas registradoras	2 MAQUINAS REGISTRADORAS	F/9898	02/05/XX	12,500.00	100.00%	12,500.00	-	-	-	-	12,500.00	-
Equipo de Oficina	5 ESCRITORIOS, Y 2 LIBRERIAS	F/6556	03/03/XX	10,000.00	10.00%	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	5,000.00	5,000.00
TOTAL				\$ 1,232,500.00		114,500.00	102,000.00	102,000.00	94,000.00	65,000.00	477,500.00	755,000.00

8	
Papeleria	
Bloques de Facturas	1800.00
Rollos de Tickets	1200.00
Lapiceros	1200.00
Lapices	600.00
Varios	2,400.00
Calculadoras	840.00
Hojas Blancas	2,400.00
TOTAL	\$ 10,440.00