



**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 y desarrollo de  
una guardería en la ciudad  
de Uruapan, Michoacán.**

**Tesis**

Que para obtener el título de:

**Licenciado en Contaduría**

Presenta:

**Andrés Paz Aguilar**

**Asesor:**

**L.C. Víctor Hugo García Romero**



**Uruapan, Michoacán. 16 de octubre de 2015**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**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.

## **AGRADECIMIENTOS**

“LA PRIMERA SEMILLA PARA LA ABUNDANCIA ES EL AGRADECIMIENTO”

MI MÁS SINCERO AGRADECIMIENTO A DIOS POR PERMITIRME LLEGAR HASTA AQUÍ Y CONVERTIRME EN LO QUE SOY, GRACIAS A MIS PADRES POR SU APOYO, TRABAJO Y SACRIFICIO EN TODOS ESTOS AÑOS, A MI ASESOR POR SU COLABORACIÓN PARA CONCLUIR SATISFACTORIAMENTE MI TESIS, A MIS PROFESORES Y AMIGOS CON LOS QUE COMPARTÍ MI DESARROLLO PERSONAL Y PROFESIONAL.

Y GRACIAS AL AMOR QUE ME INSPIRA EN LA VIDA A SER UN MEJOR SER HUMANO.

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	4
CAPÍTULO I	
CONCEPTOS GENERALES DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	
1.1. Definición de proyecto.....	6
1.2. La inversión.....	7
1.3. Definición de proyecto de inversión.....	8
1.4. Importancia de los proyectos de inversión .....	9
1.5. Ciclo de los proyectos .....	10
1.6. Carácter de un proyecto.....	12
1.7. Naturaleza del proyecto .....	13
1.8. Categoría del proyecto.....	13
1.9. Clasificación de los proyectos .....	15
1.10. Etapas de los proyectos de inversión.....	18
CAPÍTULO II	
DESARROLLO DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN	
2.1. Estudio de mercado .....	22
2.1.1. Definición de estudio .....	23
2.1.2. Definición de mercado.....	24
2.1.3. Tipos de mercado .....	24
2.1.4. Concepto de estudio de mercado.....	25
2.1.5. Objetivos del estudio de mercado.....	26
2.1.6. Importancia del estudio de mercado.....	26
2.1.7. Ventajas y desventajas.....	27
2.1.8. Fuentes para el estudio de mercado .....	28
2.1.9. Análisis de demanda .....	30
2.1.10. Análisis de la oferta.....	31
2.1.11. Análisis del precio .....	32
2.1.12. La distribución.....	34
2.2. Estudio técnico.....	35

2.2.1.	Localización óptima de la planta.....	36
2.2.2.	Tamaño del proyecto .....	38
2.2.3.	Ingeniería del proyecto .....	39
2.2.4.	Proceso de producción .....	40
2.2.5.	Distribución de la planta .....	40
2.2.6.	Organización del recurso humano .....	41
2.3.	Estudio financiero.....	42
2.3.1.	Presupuesto .....	42
2.3.2.	Inversión inicial .....	47
2.3.3.	Cronograma de inversiones.....	49
2.3.4.	Valor presente neto .....	50
2.3.5.	Tasa interna de rendimiento (tir).....	50
2.3.6.	Punto de equilibrio.....	50
2.3.7.	Costo de capital o tasa mínima aceptable de rendimiento .....	51
<b>CAPÍTULO III</b>		
<b>LA FAMILIA</b>		
3.1.	Definición de familia.....	54
3.2.	Tipos de familia.....	55
3.3.	Ciclo vital de la familia.....	57
3.4.	Matrimonios que trabajan.....	60
3.5.	Madres solteras .....	61
3.6.	Padres solteros .....	62
<b>CAPÍTULO IV</b>		
<b>CREACIÓN Y DESARROLLO DEL PROYECTO DE GUARDERÍA</b>		
4.1.	Estudio de mercado .....	66
4.1.1.	Mercado meta.....	66
4.1.2.	Análisis del precio.....	67
4.1.3.	Principales clientes .....	68
4.1.4.	Fuerzas y debilidades. estudio foda .....	69
4.1.5.	Estrategia de introducción al mercado.....	70
4.2.	Estudio técnico.....	72

4.2.1.	Localización .....	73
4.2.2.	Factores que condicionan la mejor ubicación del proyecto .....	74
4.2.3.	Distribución y diseño de las instalaciones .....	75
4.2.4.	Constitución jurídica .....	76
4.2.5.	Edificio y construcciones .....	77
4.2.6.	Descripción del servicio .....	77
4.2.7.	Nombre e imagen .....	78
4.2.8.	Organización del recurso humano .....	78
4.2.9.	Descripción de puestos .....	79
4.3.	Estudio financiero.....	81
4.3.1.	Capacidad del servicio.....	81
4.3.2.	Materiales .....	81
4.3.3.	Mano de obra.....	84
4.3.4.	Determinación de presupuesto de gastos .....	85
4.3.5.	Inversión en mobiliario y equipo .....	86
4.3.6.	Obra civil.....	87
4.3.7.	Determinación de las depreciaciones esperadas .....	88
4.3.8.	Fuentes de financiamiento.....	89
4.3.9.	Cálculo del presupuesto de ventas proyectado .....	90
4.3.10.	Calculo del flujo de efectivo proyectado.....	90
4.3.11.	Cálculo del estado de resultados proyectado .....	92
4.3.12.	Cálculo del estado de posición financiera proyectado .....	93
4.3.13.	Determinación del costo de capital o tasa mínima aceptable de rendimiento .....	94
4.3.14.	Determinación del valor presente neto .....	96
4.3.15.	Determinación de la tasa interna de rendimiento .....	98

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFÍA

## INTRODUCCIÓN

Con la presente investigación se pretende conocer y analizar la factibilidad de realizar un proyecto de inversión, es decir la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo la creación y desarrollo de una guardería en la ciudad de Uruapan Michoacán, para esto se investigará las situaciones y medios que den la posibilidad de lograr los objetivos, analizando los procesos operativos, técnicos y económicos, es decir, la ingeniería, mercado y aspectos legales que den la posibilidad de definir el tamaño y localización exacta, así como su organización, las inversiones que serán necesario realizar, los ingresos y gastos y las fuentes de financiamiento para lograr un correcto flujo de fondos . Y al final realizar una evaluación que permita realizar el análisis de los resultados.

Para tomar una decisión sobre un proyecto, es necesario que éste sea sometido al análisis multidisciplinario de diferentes especialistas. Una decisión de este tipo no puede ser tomada por una sola persona con un enfoque limitado, o ser analizada sólo desde un punto de vista; por esta razón en cada capítulo de esta investigación se desarrollaran los elementos necesarios que permitan obtener información confiable, que muestren un panorama amplio sobre la situación económica y social en el ambiente que se pretende realizar.

En un proyecto de inversión debe haber una parte teórica que proporcione la mayor información contable, financiera, fiscal, económica y social; y una parte práctica, en donde se aterrizan las ideas, se muestran los escenarios que pueden surgir y se obtienen datos numéricos exactos. Así pues, en el primer capítulo se

pretende mostrar los conceptos básicos de un proyecto de inversión, para conocer los elementos que lo integran, los estudios que deben realizarse y la metodología para hacerlo. Por otra parte en el capítulo dos se guiará al inversionista sobre el proceso a realizar, tomando en cuenta lo que debe realizar antes, durante y después del proyecto, todo esto será de manera teórica, es decir, mostrando información de mercado, conceptos y formulas financieras, estadísticas, estrategias de marketing, procesos de investigación, etc. En el tercer capítulo se brindará información acerca del núcleo familiar, ya que es el cliente potencial en el presente proyecto. Se estudiará los tipos de familia que existen en la actualidad, las necesidades que tienen y las posibilidades para adquirir el servicio ofrecido, ya que de esta manera se obtiene mayor información para adaptar el servicio y así tenga éxito en el mercado. Y por último en el capítulo cuarto se realizará la parte práctica, en donde se ponga a prueba todo lo investigado, se presenten datos numéricos, se elaboren presupuestos, se realicen estudios de mercado, y se obtengan resultados que permitan evaluar si el proyecto será factible o no, y a través de ésta investigación, se podrá lograr el financiamiento necesario para desarrollar el proyecto y obtener los mayores resultados.



## **CAPÍTULO I**

### **CONCEPTOS GENERALES DE PROYECTOS DE INVERSIÓN**

En el presente capítulo se explican los conceptos generales de proyectos de inversión que se pueden definir como las series de procedimientos para lograr un objetivo teniendo en cuenta algunos elementos específicos. Para abordar este tema es importante recalcar que elementos forman parte de un proyecto de inversión, clases de proyecto de inversión, viabilidad entre otras. El objetivo principal de esta actividad es asimilar dichos conceptos para desenvolvernos con confianza a la hora de plantear cualquier tipo de proyectos. Para definir cada concepto generalizado del tema, se realizó una investigación descriptiva que conceptualiza cada uno de ellos a través de la recopilación de información directa y resumida que se adapte al planteamiento general de la investigación, partiendo desde su definición hasta finalmente llegar a la estructura especificada.

#### **1.1. DEFINICIÓN DE PROYECTO**

Para comenzar a materializar una idea planteada, es necesario elaborar un plan o proyecto, por lo que primeramente es importante conocer lo que se entiende como proyecto y de esta forma ir dirigiéndolo hacia nuestro objetivo.

De acuerdo al diccionario de la Real Academia Española menciona que un proyecto es: “Primer esquema o plan de cualquier trabajo que se hace a veces como prueba antes de darle la forma definitiva.”

“Un proyecto es un conjunto de datos, cálculos y dibujos articulados en forma metodológica, que dan los parámetros de cómo ha de ser y cuanto ha de costar una obra o tarea. Esta información se somete a evaluaciones para fundamentar una decisión de aceptación o rechazo”. (Huerta, citado por Hernández, 2005:3)

Así pues, basado en las definiciones anteriores, se puede concluir que un proyecto es la búsqueda de soluciones a diversos problemas a través de un plan en el que se establecen los pasos a seguir a través de un modo determinado y el conjunto de recursos a utilizar con el objetivo de obtener un resultado en un tiempo establecido.

## **1.2. LA INVERSIÓN**

En los proyectos existen compromisos de suma importancia que hacen posible la obtención de beneficios futuros que ayudan a mantener y acrecentar dicho proyecto, uno de estos compromisos es precisamente la inversión

La decisión de inversión supone comprometer uso recursos financieros en el momento actual con la esperanza de que proporcionen beneficios en el futuro; tal compromiso implica un riesgo, por cuanto tomamos la decisión basándonos en estimaciones o expectativas acerca de lo que acontecerá en el futuro. (AGUILAR, 2006:5)

“Es el empleo de bienes económicos, que dan como resultado una magnitud de estos mayor que la empleada”. (HERNANDEZ, 2005:3)

De lo anterior, podemos señalar que la inversión es la asignación de recursos al plan que se tiene contemplado, logrando un crecimiento de los mismos que nos permita llegar al objetivo principal (ya sea la producción de un bien o servicio), por el cual fue diseñado dicho plan.

### **1.3. DEFINICIÓN DE PROYECTO DE INVERSIÓN**

Una vez que entendemos el concepto de proyecto y el concepto de inversión, es necesario lograr una conjunción de los mismos para definir a los proyectos de inversión.

“Un proyecto de inversión es el conjunto de planes detallados que tienen por objetivo aumentar la productividad de la empresa para incrementar las utilidades o la prestación de servicios, mediante el uso óptimo de los fondos en un plazo razonable”. (GITMAN, citado por Hernández, 2005:3)

Según la Organización de las Naciones Unidas (ONU), “en su etapa de estudio, el proyecto es un conjunto de antecedentes que permiten juzgar las ventajas y desventajas que presenta la asignación de recursos (llamados también insumos) a un centro o unidad productora donde serán transformados en bienes o servicios” (CORTAZAR,1993:11)

Teniendo claro que un proyecto es una idea o plan, y una inversión es la aportación de recursos, señalamos que un proyecto de inversión es la utilización de los recursos en el plan a desarrollar para producir un bien o servicio útil tanto

para quien lo ofrece como para quien lo recibe, realizando diversos estudios de factores que en él intervienen, encaminados a la satisfacción de necesidades.

#### **1.4. IMPORTANCIA DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN**

El instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social (ILPES), en la Guía para la presentación de proyectos nos señala: “Cuando se trata de proyectos que contribuyen al desarrollo económico y social de los países y regiones es evidente que el concepto de importancia de un proyecto se refiere a su repercusión en las metas del desarrollo, la cual depende de:

- a) Tamaño del proyecto en relación con las dimensiones económicas del sistema que se inserta (medida, por ejemplo, por la relación entre su valor agregado y el ingreso nacional);
- b) Naturaleza de sus insumos y de su producto y de la posición de estos en el cuadro general de la economía nacional”.

De esta forma, se puede concluir, que la idea de los proyectos de inversión surge a partir de su importancia, es decir, para que se va a realizar, la manera de llevarlo a cabo, el tiempo para desarrollarlo y que factores intervendrán en él, identificando así, los efectos y repercusiones que tendrá en el entorno tanto económico, como social.

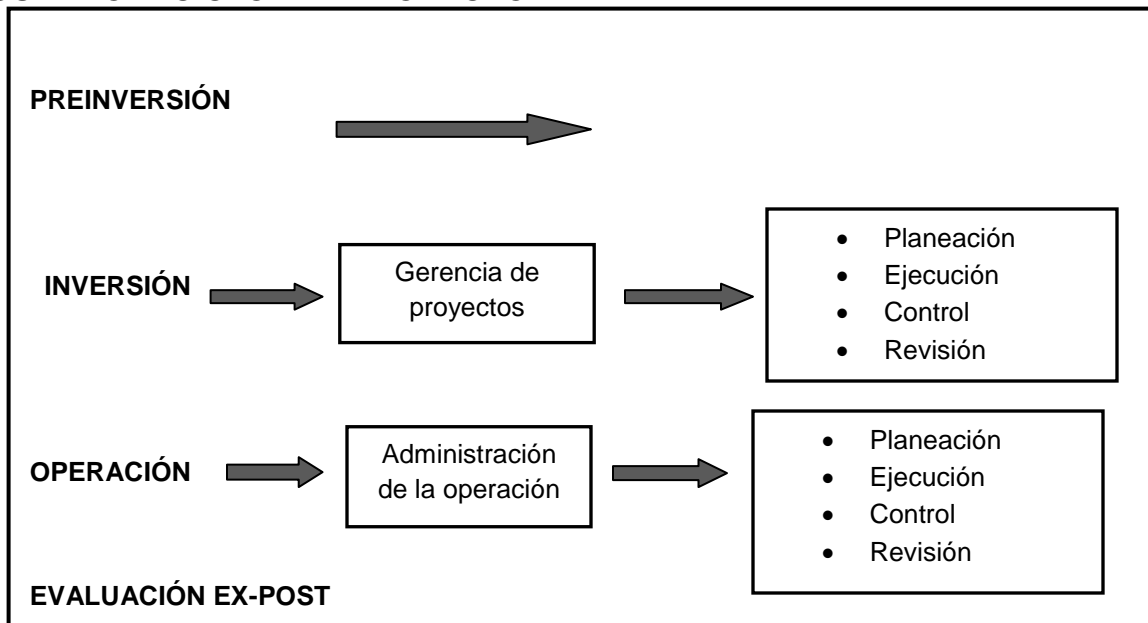
## 1.5. CICLO DE LOS PROYECTOS

El éxito y crecimiento de un proyecto no depende en sí de la dimensión de la inversión, sino de la calidad de la misma y del conocimiento de los elementos que integran dicho proyecto.

Para ello, es necesario identificar las fases que recorre el proyecto desde el surgimiento de la idea hasta la materialización de la misma, que es lo que conocemos como el Ciclo de los Proyectos.

El proceso de los proyectos de inversión comprende cuatro etapas completamente diferenciables en contenido y prácticamente sucesivas e irreducibles: Preinversión, inversión, operación y lo que se suele denominar como evaluación ex-post.

CUADRO 1. CICLO DEL PROYECTO



FUENTE: Gestión de proyectos: Identificación, formulación, evaluación financiera-económica-social-ambiental

Juan José Miranda Miranda en su libro “Gestión de proyectos: Identificación, formulación, evaluación financiera-económica-social-ambiental” nos habla de estas etapas, las cuales se explican detalladamente a continuación:

**Preinversión.** La fase “preinversión”, corresponde a todos los estudios que se precisa adelantar antes de tomar la decisión formal de canalizar o no recursos hacia algún objetivo particular; esta fase incluye los procesos de identificación, selección, formulación, evaluación y negociación del proyecto.

**Inversión.** La “inversión o ejecución o implementación” es básicamente una etapa de movilización de recursos tanto humanos como financieros o físicos, con el propósito de garantizar los medios idóneos para el cumplimiento posterior del objetivo social de la empresa. Se trata pues, de un proceso de transformación que utiliza diversos insumos para entregar una nueva capacidad, que pueden ser las instalaciones de una fábrica, un embalse para riego, una campaña de vacunación masiva, etc., en fin , la dotación de una nueva capacidad instalada para la economía. Es de tal dimensión e importancia esta etapa que se suele diseñar y montar un andamiaje organizativo especial denominado “gerencia de proyecto”.

**Operación.** La etapa de “operación” corresponde a una actividad permanente y rutinaria encaminada a la producción de un bien o a la prestación de un servicio; es la etapa, repetimos, en la cual se cumple el objetivo social buscado por el proyecto.

En las etapas de ejecución y operación se desarrolla el ciclo básico de la acción administrativa, vale decir: planeación, ejecución, seguimiento y control, por

eso suele denominar también “la administración de la ejecución y operación del proyecto”. La planeación que termina el curso de acción a seguir, la ejecución que es la traducción del plan a los hechos concretos, y el seguimiento y control que corresponden a la verificación de que lo ejecutado está en armonía con lo planeado, de lo cual puede resultar la revisión de los planes y la corrección de las acciones.

**Evaluación Ex-Post.** Los proyectos en operación son objeto de análisis con el fin de contrastar si los planteamientos y expectativas resultantes del estudio de preinversión se dieron en la ejecución y si se están presentando en la operación; con el fin de verificar la bondad de los instrumentos de captura, procesamiento y análisis de la información y de los mecanismos de decisión utilizados, esto corresponde a la llamada “evaluación ex-post”.

Así pues, es muy importante conocer el ciclo de los proyectos si se aspira tener una utilización adecuada de los recursos buscando siempre objetivos de crecimiento económico y social, de esta manera, se lograra el objetivo principal de la entidad.

## **1.6. CARÁCTER DE UN PROYECTO**

Es necesario conocer la naturaleza del proyecto, para determinar hacia quien va dirigido y como logrará su sustento.

El instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social (ILPES), en la Guía para la presentación de proyectos nos señala: “El carácter de un

proyecto se refiere a si el proyecto es considerado predominantemente económico o social. Será de carácter económico si la decisión final sobre su realización se hace en base a una demanda efectiva capaz de pagar el precio del bien o servicio que el proyecto produzca. Será de carácter social si el precio o una parte de él serán pagados por la comunidad, a través de impuestos, subsidios, etc.”

De esta forma se tiene más claro la forma en que se hará llegar de recursos para lograr un desarrollo y mantenimiento del proyecto y sobre todo saber que tan conveniente es su realización.

### **1.7. NATURALEZA DEL PROYECTO**

En este sentido, los proyectos pueden ser de instalación o implantación de un conjunto integrado de bienes de producción (una carretera, por ejemplo), de operación (racionalización del uso de factores de producción), o combinación de las dos formas anteriores (instalación y operación de una industria). En ese contexto, “mantenimiento” es una parte de la operación que se caracteriza por el empleo de insumos que son fundamentalmente de la misma especie que los requeridos por la implantación, mientras la operación en general requiere insumos de otra especie.

(Ibíd.)

### **1.8. CATEGORÍA DEL PROYECTO**

La categoría aplicada a un proyecto puede realizarse de acuerdo al sector o actividad económica o social en que se enfoque:



## **Producción de Bienes**

- ⇒ Agrícolas
- ⇒ Pecuarios
- ⇒ Forestales
- ⇒ Pesqueros, etc.

## **Infraestructura económica**

- ⇒ Energía
- ⇒ Transportes
- ⇒ Comunicaciones

## **Social**

- ⇒ Salud
- ⇒ Vivienda
- ⇒ Organización espacial y comunitaria
- ⇒ Saneamiento ambiental

## **Prestación de un servicio**

- ⇒ Personales
- ⇒ Materiales
- ⇒ Técnicos
- ⇒ Institucionales

(Ibíd.)

## **1.9. CLASIFICACIÓN DE LOS PROYECTOS**

Es importante también conocer la clasificación de los proyectos de inversión, para así, de acuerdo al plan que se ha desarrollado y al objetivo que se pretende lograr, identificar a cual clasificación pertenece dicha idea.

Los proyectos de inversión pueden clasificarse según el destino de los recursos y los beneficios que se planeen al respecto, la cual se presenta a continuación:

### **1.9.1 De acuerdo al sector al que se dirigen**

1.9.1.1 Agropecuarios - Este tipo de proyecto se ubican en el sector primario abarcando el campo de la producción animal y vegetal. Al ser explotados no se efectúa transformación alguna; por ejemplo: Porcícolas (los que se encargan de la cría y la engorda de cerdos), Caprinos (aquellos que se dedican a la cría y engorda de cabras) y Frutícolas (dedicados a la explotación de frutales)

1.9.1.2 Industriales – Son los que se ubican en el sector secundario, conocido también como industrial. Su principal característica es la transformación de productos. Comprende toda la actividad manufacturera, la industria extractiva y el procesamiento de productos.

1.9.1.3 De servicios – Este tipo de proyectos se ubican en el sector terciario, y su propósito no es producir bienes materiales, sino prestar servicios de carácter personal, material o técnico, mediante el ejercicio profesional, o bien, a través de instituciones.

1.9.1.4 Infraestructura – Este tipo de proyectos pueden ser de dos formas, la económica y la social:

⇒ Económica – incluyen los proyectos de unidad directa o indirecta productiva que proporcionan a la actividad económica ciertos insumos, bienes o servicios de utilidad general, por ejemplo: energía eléctrica, transporte y comunicaciones.

⇒ Social – se encargan de atender las necesidades humanas de la población, tales como la salud, educación, abastecimiento de agua, redes de alcantarillado, instalación de drenajes, vivienda, entre otras.

## **1.9.2 De acuerdo a su naturaleza**

1.9.2.1 Dependientes – Son dos o más proyectos relacionados, que al ser probado uno los demás también se aceptan.

1.9.2.2 Independientes – Son dos o más proyectos que son analizados y son aprobados o rechazados de forma individual, sin que la decisión incida en los demás.

1.9.2.3 Mutuamente excluyentes – Se analiza un conjunto de proyectos y al seleccionar alguno, los demás quedan descartados.

## **1.9.3 De acuerdo a su capital**

1.9.3.1 Públicos – Un proyecto de inversión público es un grupo de tareas que comprometen recursos, actividades y productos durante un periodo

determinado y en una región en particular que resuelven problemas de la población.

1.9.3.2 Privados – Los proyectos de uso privado pueden definirse como instrumentos de decisión, que orienta y apoya el proceso racional de toma de decisiones, realizado por un empresario particular para satisfacer sus objetivos y su finalidad es generar ingresos con fines de lucro para algún particular.

#### **1.9.4 De acuerdo a su rendimiento**

1.9.4.1 Simples – En los proyectos simples no planificas todas las acciones, es decir, paso por paso miras las acciones que hay que hacer para guiar dicho proyecto.

1.9.4.2 No simples – En un proyecto no simple, al empezarlo es importante pensarlo bien y documentar las tareas antes de empezar, realizando una planeación detallada de posibles acciones para el proyecto.

#### **1.9.5 De acuerdo a la satisfacción de necesidades**

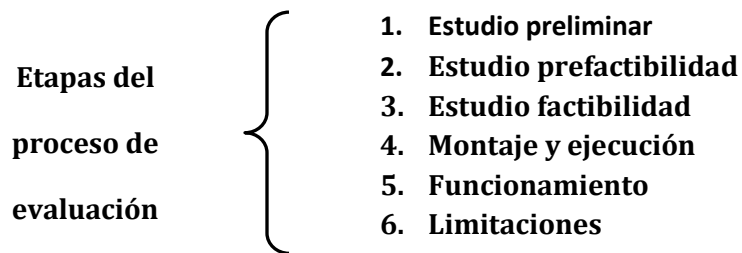
1.9.5.1 De servicios – que pueden ser social (salud, educación, etc.), física (aeropuertos, carreteras, electrificación, etc.), hidráulica (presas, mantos, etc.) y transporte (en todas sus modalidades).

1.9.5.2 Producción de Bienes – que pueden ser agrícolas, forestales, marítimos, mineros, pecuarios, etc.

(HERNANDEZ, 2005:4)

## 1.10. ETAPAS DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN

Las etapas de los proyectos de inversión son la profundidad con la que la investigación se realiza. En ellas se analiza y describe el comportamiento del consumidor a través de análisis.



**1.10.1 Estudio preliminar** – sirve como base para investigar sólidamente el proyecto. Se trata de conceptualizar la idea del proyecto y limitar los márgenes de la inversión.

**1.10.2 Estudio prefactibilidad** – consiste en comprobar mediante información detallada, a través de estadísticas, la magnitud de la competencia, etc. Se muestra la viabilidad del proyecto en un folleto junto con la semblanza del mismo. Es una etapa en la que se precisan los elementos y formas de las que consta la inversión que se piensa llevar a cabo.

**1.10.3 Estudio Factibilidad** – Señala las alternativas de solución a los problemas del proyecto, se presenta documento del proyecto integrado por los análisis de mercado, de ingeniería, económicos financieros y el plan de ejecución. Se establecen los elementos cuantificables y no cuantificables del proyecto.

**1.10.4 Montaje y ejecución** – se elabora un programa de actividades para realizar las operaciones. Hay técnicas y procedimientos para los planes de

ejecución: manuales de objetivos y políticas, diagramas de procesos y flujos, graficas de Grantt, pronósticos y presupuestos.

**1.10.5 Funcionamiento** – El potencial de un producto o servicio necesita indicadores de la posibilidad de introducirnos en un mercado que consideren la existencia y disponibilidad de materias primas, tecnología y equipo para producir. Se refiere a la implantación del proyecto y capacitación del personal, mantenimiento y venta del bien, así como las fuentes de financiamiento aplicables.

**1.10.6 Limitaciones** – entre las limitantes que nos podemos enfrentar están las siguientes:

1.10.6.1 Infraestructura insuficiente – se refiere a la falta de servicios en la zona a construir, así como altos costos de instalación.

1.10.6.2 Tecnología – falta de maquinaria adecuada, o en su defecto, el mantenimiento y conservación tiene que ser dado por personal especializado y tiene que ser pagado a personas que vienen del exterior.

1.10.6.3 Ecología – cumplimiento con las normas ambientales que las autoridades exigen.

1.10.6.4 Ambiente social - impacto que tendrá el proyecto en la sociedad.

1.10.6.5 Económico – fuentes de financiamiento y sus políticas crediticias, en corto, mediano y largo plazo.

1.10.6.6 Políticas de desarrollo – es importante conocer las políticas de desarrollo de los gobiernos municipal, estatal y federal, para detectar posibles beneficios.

1.10.6.7 Metería Prima – es conveniente analizar todas las alternativas de obtener las materias primas para contar con flujos constantes que impidan la escasez.

1.10.6.8 Cambios en el uso del uso – se recomienda que en cuanto se determine el lugar donde se va a construir la obra, se inicien los trámites correspondientes para autorizar el cambio deseado.

1.10.6.9 Permisos de construcción – es necesario realizar todos los trámites y estudios relacionados con la construcción ante las autoridades correspondientes.

(Ibíd.)

Las etapas de los proyectos de inversión es una parte importante del desarrollo de los mismos, ya que nos permite identificar las actividades y acciones que deben realizar en cada una de ellas, para así lograr una buena aplicación de los recursos.

Todo plan debe seguir un orden, y cada etapa del proyecto es importante ya que para realizar una, antes debió haberse cumplido correctamente la anterior.

Los proyectos de inversión surgen a partir de necesidades humanas, y pretenden la satisfacción de las mismas. En el presente capítulo se analizó de

manera general los conceptos que intervienen en el desarrollo del proyecto, para determinar el impacto que se tiene sobre una comunidad.

Aunque no se puede hablar de una metodología rígida que guíe la toma de decisiones sobre un proyecto, fundamentalmente debido a la gran diversidad de proyectos y sus diferentes aplicaciones, si es posible afirmar que una decisión siempre debe estar basada en el análisis de un sin número de antecedentes con la aplicación de una metodología lógica que abarque la consideración de todos los factores que participan y afectan al proyecto.

Es de suma importancia que desde el surgimiento de la idea, se plantee y desarrolle correctamente el proyecto, conociendo su marco teórico general, que nos ayude a determinar qué tan posible es lograr realizarlo para saber si es conveniente llevarlo a cabo o pensar en algunas modificaciones, o bien, llevar a cabo otro más factible. También es necesario poner singular atención en las fases del proyecto para obtener el mayor beneficio de las mismas, ya que solo así se logrará el éxito de la puesta en marcha del proyecto.



## **CAPÍTULO II**

### **DESARROLLO DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN**

Este capítulo explica las fases que debe seguir un proyecto de inversión. Se detallan las fases de formulación y desarrollo del proyecto, los estudios necesarios para obtener resultados que permitan realizar una evaluación y tomar decisiones sobre si el proyecto resulta factible o no. Estos conceptos básicos ayudaran a clarificar las características de cada una de las etapas.

La preparación de un proyecto de inversión tiene como uno de sus objetivos fundamentales, a futuro, garantizar al inversionista un reconocimiento económico y social, y debe cumplir, de manera estándar, con los siguientes bloques de desarrollo.

#### **2.1. ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercado de un proyecto es uno de los análisis más importantes y complejos que deba realizar un investigador. Más que centrar la atención en el consumidor y la cantidad de producto que demandará, tiene que estudiar los mercados, proveedores, competidores y distribuidores e incluso, cuando así se requiera, las condiciones del mercado externo.

El estudio, más que describir y proyectar los mercados relevantes para el proyecto, debe ser una base sólida para realizar una investigación completa: debe arrojar datos básicos para las demás partes de la investigación.

El estudio de mercados constituye el punto de partida para determinar qué tan fiable será el proyecto. Es en éste estudio donde se identificarán y analizarán las condiciones más importantes que actualmente rigen la dinámica del mercado, con el fin de encontrar información, que combinada con la información previamente obtenida, permita formar una base sólida para utilizarla de base en la toma de decisiones.

De manera general, el estudio de mercado pretende saber quiénes son los que se interesan en el producto o servicio, y conocer el número de los mismos, así como conocer cuánto estaría dispuesto a pagar por él, quienes ofrecen productos o servicios similares, que características tienen esos productos o servicios y cuantos se interesan en ellos.

### **2.1.1. DEFINICIÓN DE ESTUDIO**

De acuerdo al diccionario de la Real Academia Española menciona que un estudio es: “el esfuerzo que pone el entendimiento aplicándose a conocer algo”

Así pues, un estudio es un desarrollo de actitudes y habilidades al cual se incorporan conocimientos. En un estudio se desarrollan una serie de estrategias con el fin de que el objetivo de investigación sea fácil y se logran alcanzar los mejores resultados.

### **2.1.2. DEFINICIÓN DE MERCADO**

De acuerdo con los economistas, un mercado es el área geográfica en la que concurren oferentes y demandantes que se interrelacionan para el intercambio de un bien o servicio. (MENDEZ, citado por hernández, 2005:18).

Desde el punto de vista de los mercadólogos, el mercado puede definirse como el conjunto de consumidores y/o compradores que ejercen una demanda específica sobre un producto o tipo de servicio. (HERNANDEZ, 2005:19).

De esta forma se puede concluir que un mercado es el lugar físico o virtual donde se da un intercambio comercial a través de una compra-venta, donde además intervienen elementos como el precio, cantidades y mercancías.

### **2.1.3. TIPOS DE MERCADO**

Los mercados se clasifican de varias maneras. En este trabajo nos referimos a dos:

- a) De acuerdo con el área geográfica.
  - ❖ Locales. Mercados localizados en un ámbito geográfico muy restringido.
  - ❖ Regionales. Son los que abarcan varias localidades, integradas en una región geográfica o económica.
  - ❖ Nacionales. Son los mercados que integran la totalidad de las operaciones comerciales internas que se realizan en un país.
  - ❖ Globales. Es el conjunto de operaciones comerciales entre países.

b) De acuerdo al tipo de consumo.

❖ De mercancías. Cuando se ofrecen bienes producidos para su venta.

Ejemplo: Sanborns, Gigante, Wal-Mart, etc.

❖ De servicios. Son mercados que ofrecen servicios. El más importante es el mercado de trabajo. Ejemplo: Medios de transporte, recreación, etc.

(HERNANDEZ, 2005:19)

#### **2.1.4. CONCEPTO DE ESTUDIO DE MERCADO**

Un estudio de mercado es el punto de partida para la presentación de un proyecto, que sirve para los análisis técnicos, financieros y económicos, el cual abarca variables sociales y económicas, además de recopilar y analizar antecedentes para ver la conveniencia de producir para atender una necesidad.

Con el estudio de mercado se busca estimar la cantidad de bienes y servicios que la comunidad adquirirá a determinado precio.

La definición del mercado o segmentos del mercado al que van a ser destinados los productos y/o servicios a ofrecer y las correspondientes estrategias de mercadeo, como base para el planteamiento financiero y la evaluación, exige conocer con el mayor grado de exactitud un conjunto de variables, mas importantes que el precio o la demanda, entre las que se encuentran el análisis de las fuerzas que mueven la competencia en el mercado.

(CORDOBA, 2006:147)

En base a lo anterior, puedo concluir que el estudio de mercado es un proceso cuyo objetivo es planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes sobre la viabilidad comercial de una actividad económica, para ayudar a tomar decisiones y controlar acciones de marketing, elaborando estrategias que marquen el rumbo de la empresa, logrando posicionarse a nivel competitivo y crear un valor agregado para que este sea percibido en el mercado como único.

### **2.1.5. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercado de un proyecto persigue los siguientes objetivos:

- ❖ Verificar que existe un mercado insatisfecho y que es viable, desde el punto de vista operativo, introducir en ese mercado el producto objeto de estudio.
- ❖ Demostrar que tecnológicamente es posible producirlo, una vez que se verificó que no existe impedimento alguno en el abastecimiento de todos los insumos necesarios para su producción.
- ❖ Demostrar que es económicamente rentable llevar a cabo su realización.

El objetivo de la segmentación de mercados consiste en lograr mercados diferenciados a los que es posible dirigir una oferta de productos específica, de tal forma, que exista un producto que ocupe en cada segmento una posición privilegiada, al adaptarse en mayor medida a las necesidades de los consumidores, con lo que se obtendrán mayores beneficios.

### **2.1.6. IMPORTANCIA DEL ESTUDIO DE MERCADO**

La importancia del estudio de mercado radica en que:

- ❖ Se evita gastos. En muchas ocasiones, proyectos que a primera instancia parecen viables son descartados por estudios preliminares que arrojan información contraria. Así la inversión no se realiza y se evitan pérdidas al inversionista.
- ❖ Las decisiones se toman basadas en un mercado real, como resultado en información de calidad obtenida en la investigación.
- ❖ Se conoce el ambiente donde la empresa realizará sus actividades económicas.
- ❖ Permite trazar varios rumbos, tanto a la hora de llevar a cabo el proyecto, como en su funcionamiento.
- ❖ Se sabe si el proyecto va a satisfacer una necesidad real.
- ❖ Ilustra sobre las fortalezas y debilidades de las empresas competidoras: políticas de venta, trato con el cliente, seriedad en la entrega, calidad del producto o servicio, políticas de salarios, programas de capacitación, tecnología, proceso de producción en línea, etc.
- ❖ Se conoce la parte sobre la que tiene control la competencia. Esta información sirve al determinar las estrategias de penetración.

(HERNANDEZ, 2005:20)

### **2.1.7. VENTAJAS Y DESVENTAJAS**

Sus ventajas están en el siguiente orden:

- ❖ Permite descubrir oportunidades comerciales.
- ❖ Permite satisfacer en mayor medida las necesidades de los consumidores.

- ❖ Las empresas obtendrán mayores ingresos como consecuencia de un mayor volumen de ventas o mayores beneficios.

También tiene algunas desventajas como:

- ❖ Elevados costos como consecuencia de la amplitud de la gama de productos y la necesidad de aplicar diferentes programas comerciales.
- ❖ No siempre es posible aprovechar las economías de escala.

Especial importancia requiere para el proyecto, evaluar el atractivo del segmento, considerando en primer lugar, el tamaño y el crecimiento del mercado y en segundo lugar, el atractivo estructural del segmento.

#### **2.1.8. FUENTES PARA EL ESTUDIO DE MERCADO**

Las fuentes de información son primarias o secundarias. Las primarias comprenden la información obtenida de primera mano por los investigadores. Su finalidad es la propia investigación.

Las fuentes secundarias son documentos, películas, revistas, videos, etc. Son anteriores y su finalidad no es la investigación.

Una vez seleccionadas las fuentes, se eligen las técnicas de recolección:

- ❖ Observación. Es la información que se obtiene a través de nuestros sentidos.
- ❖ Entrevista. La entrevista es la formulación de preguntas a los sujetos. Se realiza generalmente mediante un cuestionario.

- ❖ Recopilación de la información. Después de especificar el bien que se piensa producir o el servicio que se prestará, así como la parte de la población por la cual existe interés, se procede a recopilar los datos en las fuentes de información.

**Fuentes Secundarias.** En la actualidad existe gran cantidad de información especializada, según la actividad que se desea investigar, esto nos sirve para proyectar la demanda futura, partiendo como se dijo anteriormente de datos históricos; sin embargo, hay que seleccionarla con mucho cuidado de tal manera que nos permita realizar el análisis. Esta información se consigue en: cámaras de comercio, universidades, centros de estadísticas de gobiernos municipales, estatales y federales, periódicos y revistas especializadas, centros de salud, regionales y estatales, internet, etc.

**Fuentes Primarias.** Como dijimos, es la información que recopila el investigador directamente y que sirve para conocer entre otras cosas: el número potencial de consumidores probables, dónde efectúan las compras los consumidores (centros comerciales, expendios pequeños. Zonas urbanas, zonas rurales), que tipo de servicio prefieren, ubicación geográfica de compradores y usuarios, volumen de compras, frecuencia en las compras. Razones por las cuales efectúan las compras (motivación, actitudes), factores que inciden en las decisiones de compra, usos dados al producto, indicaciones en los hábitos de compra, otras características de los compradores y usuarios (edad, sexo, color, razón, tamaño de la familia, escolaridad).



La aplicación de cuestionario es el instrumento más utilizado. Su estructura depende de la información que se requiere obtener.

Después de estructurar el cuestionario y determinar el tamaño mínimo de la muestra requerida, se elige la zona en donde se aplicará, empleando las técnicas para tal caso.

### **2.1.9. ANÁLISIS DE DEMANDA**

El pronóstico de la demanda es esencialmente una extensión del análisis de la demanda presente. Los parámetros que indican el tamaño del mercado, su velocidad y grado de crecimiento, entre otros, deben depurarse y perfeccionarse antes de efectuar proyecciones. Entre los métodos que más se utilizan para pronosticar la demanda están:

- ❖ Encuestas de extensión de compras: Se procura conocer que piensan los compradores potenciales de un producto, respecto a su conducta futura. Estas encuestas pueden tomar diferentes formas, pero generalmente se procura obtener una información en términos de probabilidades, de la reacción del consumidor frente a ciertas variables: precios, créditos, calidad del bien, etc.
- ❖ La opinión de expertos. Consultar la opinión de expertos bien informados puede ser útil en un estudio de mercado, en particular cuando el diseño de un estudio especial es muy difícil o costoso.
- ❖ Pruebas de mercado. En algunos casos, cuando se trata de comercializar un nuevo producto o una variante de producto, se suele recurrir a pruebas

de mercado. Estas pruebas consiste en introducir un producto y promover su venta en cierta área limitada o dirigida a un grupo específico de compradores.

- ❖ Análisis estadístico de series de tiempo. Consiste en hacer proyecciones de tendencias. Se ajusta a una función a los datos sobre consumo referido a un periodo anterior y se estima el consumo futuro de acuerdo con los parámetros de la función de ajuste.
- ❖ Modelos econométricos. Los modelos econométricos puede tratar simplemente el lado de la demanda y tratar de resumir en pocas variables los elementos que determinan la demanda. A partir de ahí se establece una relación funcional, cuyos parámetros se estiman por medio de cálculos de regresión que pueden ser lineales. Una vez obtenida la función, se estima la demanda futura con solo asignarle valores a la variable independiente.

#### **2.1.10. ANÁLISIS DE LA OFERTA**

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que se ofrecen (venden) a distintos precios en un momento determinado.

Los determinantes de la cantidad ofrecida son:

- ❖ El precio del bien. Se establece que a medida que el precio aumenta, la cantidad ofrecida es mayor. Por lo tanto, precio y cantidad guardan una relación directa. El precio está determinado por el costo de la materia prima, los intereses que se pagan por el uso del capital, sueldos y salarios que

paga la empresa, dividendos a la organización, impuestos al gobierno y publicidad.

El precio al que otros productores venden el artículo en el mercado. Es decir, el producto debe ser competitivo tanto en calidad como en precio, esto es, producir con el mínimo costo y que este sea por lo menos igual al de otras empresas que produzcan artículos semejantes en calidad y cualidades.

- ❖ La tecnología. A medida que la tecnología se perfecciona y evoluciona, la producción aumenta.
- ❖ La oferta de los insumos. La abundancia o escasez de los insumos limita la cantidad que se ofrece al consumidor.
- ❖ Condiciones meteorológicas. Hay artículos que se producen en ciertas condiciones naturales de temperatura, lluvia. Grado de humedad, etc. La cantidad que se produzca depende de que las condiciones naturales sean óptimas.

Al igual que en el caso de la demanda, la estructura del mercado está determinada por el número de clientes.

#### **2.1.11. ANÁLISIS DEL PRECIO**

El precio es el regulador entre la oferta y la demanda, a excepción de cuando existe protección (aranceles, impuestos).

El estudio de precios tiene gran importancia e incidencia en el estudio de mercado, ya que de la fijación del precio y de sus posibles variaciones depende el éxito del producto o servicio a ofrecer.

Como menciona Marcial Córdoba Padilla en su libro formulación y evaluación de proyectos: “el precio es la manifestación en valor de cambio de un bien expresado en términos monetarios, o como la cantidad de dinero, que es necesario entregar para adquirir un bien.

Es indudables que entre más alto sea el precio menor será la demanda, y mayor la oferta y, cuando el precio disminuya sucederá lo contrario. Un precio demasiado alto puede representar la disminución de la demanda, un precio demasiado bajo el fin de la rentabilidad.

El precio de venta depende de:

- ❖ Elasticidad – precio de la demanda.
- ❖ Concepto de mercadotecnia de la empresa.
- ❖ Estructura del mercado en cuanto a oferta y número de consumidores.
- ❖ Fijación de precios oficiales.
- ❖ Tipo y naturaleza del mercado y sistemas de distribución.
- ❖ Estructura de los costos de operación.
- ❖ Margen de rentabilidad esperado.

En todo proyecto se debe analizar un presupuesto de ingresos y gastos, y ello exigirá estimar los precios que probablemente rijan tanto para los insumos

como para los productos. Estos precios no son iguales a los precios de mercado, sino que corresponden a un valor asignado a los bienes en términos de cuánto vale a la sociedad producirlos.

### **2.1.12. LA DISTRIBUCIÓN**

Está determinada por la capacidad financiera del proyecto, ubicación del consumidor o usuario, tipo de producto y factores diversos (legislación, convenios, tradiciones). En la distribución del producto se tiene en cuenta: posición en el mercado, área de influencia, regionalización, variedad de oferta, sistemas de ventas y comportamientos.

Los canales de distribución son:

1. PRODUCTOR → CONSUMIDOR. Relación directa, eliminándose la intermediación, común en proyectos pequeños.
2. PRODUCTOR → DETALLISTA → CONSUMIDOR. Usual en proyectos medianos.
3. PRODUCTOR → MAYORISTA → MINORISTA → CONSUMIDOR. Relación que se da en proyectos grandes.
4. PRODUCTOR → AGENTE → MAYORISTA → MINORISTA → CONSUMIDOR. Esquema utilizado por las grandes empresas que solamente se dedican a la producción encargando la comercialización a empresas filiales o asociados.

## 2.2. ESTUDIO TÉCNICO

Uno de los aspectos que mayor atención requiere por parte de los analistas, es el estudio técnico que supone: la determinación del tamaño más conveniente, la identificación de la localización final apropiada y, obviamente, la selección del modelo tecnológico y administrativo idóneo que sean consecuentes con el comportamiento del mercado y las restricciones de orden financiero.

El estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos: ¿Cuánto, dónde, cómo y con qué producirá mi empresa?

Se busca diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea este un bien o un servicio.

ESTUDIO TÉCNICO	
Producir	¿Dónde? ¿Cuándo? ¿Cuánto? ¿Cómo? ¿Con qué?

Objetivo	Verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto o servicio.
Determina	Tamaño óptimo. Localización óptima. Equipos e instalación. Sugerir la organización requerida.

Si el estudio de mercado indica que hay demanda suficiente; características del producto o servicio, tamaño de la demanda y cuantificación del volumen de venta y precio de venta, hay necesidad de definir el producto en el estudio técnico.

### **2.2.1. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DE LA PLANTA**

Se define la macrolocalización y la microlocalización del proyecto en función de la ubicación del mercado meta, la materia prima, la mano de obra disponible, así como la infraestructura disponible. Algunos de los aspectos que deben ser tomados en cuenta para definir la ubicación del proyecto podrían ser los siguientes:

- ✓ Concentración Geográfica de la población objetivo del proyecto.
- ✓ Regulaciones urbanas para la ubicación de industrias, comercios, residencias y complejos educativos (planes reguladores locales).
- ✓ Características de los suelos (topografía, tipo de suelos, sismográfica).
- ✓ Ubicación de la materia prima y de la mano de obra calificada y no calificada, entre otros.

(Los proyectos de inversión: evaluación financiera. Fernández Espinoza Raúl, Editorial tecnológica de CR. 1era edición 2007. Pág. 42)

## **I. MACROLOCALIZACIÓN**

La macrolocalización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macrozona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto, es decir, en esta etapa se ubica el área general (país, estado, ciudad, etc.) en que se ubicará el proyecto; para ello se realiza un análisis de las condiciones generales tanto económicas, de infraestructura, de población y características sociales, entre otras.

Al momento de realizar el análisis de la Macrolocalización deben tomarse en cuenta, además de los aspectos económicos y sociales, las normas legales vigentes acerca de los derechos de propiedad, contaminación ambiental y leyes laborales; así como realizar un análisis de la accesibilidad de servicios bancario y financieros que se pudieran necesitar de manera inmediata.

## **II. MICROLOCALIZACIÓN**

Una vez que se ha elegido la zona en donde se puede desarrollar el proyecto (Macrolocalización), se comienza a elegir la zona específica y el sitio preciso (Microlocalización).

El análisis de microlocalización indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macrozona elegida, mediante dicho análisis identificaremos claramente el lugar, medidas del terreno, domicilio, vías de



acceso, etc., esta microlocalización, abarca también la definición de las condiciones naturales, geográficas y físicas que tiene el lugar, así como su infraestructura y disponibilidad de mano de obra para el proyecto.

Dentro de la microlocalización se describirán las dimensiones y distribución física general de los edificios, construcciones, patios, etc., que requiera la planta.

### **2.2.2. TAMAÑO DEL PROYECTO**

El tamaño de la planta está definido por la cantidad a producir en función de la fracción del mercado que se desea satisfacer. Aquí se establece una conexión con el estudio de mercado en donde se definió la demanda efectiva del proyecto y el mercado objetivo del proyecto.

La definición del tamaño del proyecto se inicia con la elaboración de un diagrama de flujo de proceso, que muestre las diferentes etapas de producción, cantidad de insumos y de producto terminado.

Este análisis implica tener que definir el tipo de producto, el proceso de producción, cuales son los insumos que se requieren , cuáles y qué cantidad son los equipos a emplear, así como los requerimientos de mano de obra e instalaciones físicas y de terrenos.

Algunos de los factores adicionales que condicionan el tamaño del proyecto son los siguientes:

- ✓ Tamaño de la demanda efectiva resultante y la población objetiva del proyecto.

- ✓ Posibilidades de financiamiento del proyecto por parte de la empresa y por parte de bancos o inversionistas privados.
- ✓ Localización del proyecto y posibilidades de expansión.
- ✓ Cercanía del proyecto a los puntos de producción de la materia prima.
- ✓ Resultados del estudio de impacto ambiental y regulaciones urbanísticas.
- ✓ Desarrollo del proyecto en el tiempo (crecimiento en etapas o de acuerdo con el crecimiento de la demanda).

Debemos buscar siempre un tamaño óptimo, es decir, el que asegure la más alta rentabilidad desde el punto de vista privado o la mayor diferenciación entre beneficios y costos sociales.

### **2.2.3. INGENIERIA DEL PROYECTO**

El objetivo de la ingeniería del proyecto consiste en especificar técnicamente los factores fijos y variables que componen el sistema, para interrelacionarlos de tal forma, que permitan la instalación adecuada de las unidades productivas.

Para realizar el estudio de la ingeniería del proyecto, se hace necesario tomar en consideración:

- ✓ Características del producto: Físicas y química, así como las normas técnicas establecidas.
- ✓ Programa de producción. Esto permite determinar el tipo de maquinaria requerido, que definirá en parte las dimensiones de las instalaciones de la planta, con base en una distribución en el área.

- ✓ Descripción del proceso de producción. Este punto es importante, porque permite el cálculo de los costos por cada etapa y la distribución de la maquinaria (análisis de tiempos y movimiento).
- ✓ Requerimientos de Insumos y Mano de obra.
- ✓ Cronogramas de construcción e inversiones.

La evaluación de estos puntos otorga un amplio panorama al proyecto en su etapa inicial, intermedia y final proporcionando alternativas, estableciendo controles y determinando funciones.

#### **2.2.4. PROCESO DE PRODUCCIÓN**

El proceso de producción, consiste en el procedimiento técnico o procesamiento de transformación que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos. Para llevar a cabo este proceso de producción es necesario seleccionar la tecnología a emplear.

Los factores que influyen en esta selección son los resultados de la investigación de mercados.

#### **2.2.5. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA**

Una buena distribución de la planta es aquella que propicia condiciones óptimas de trabajo, seguridad y bienestar para los usuarios y trabajadores de la misma.

La manera en que se distribuya la planta, afectará al manejo de materiales, la utilización de equipo, utilización adecuada del espacio, los niveles de inventario,

la productividad de los trabajadores, así como la comunicación y armonía con la organización general de la empresa.

Para determinar la distribución del interior de una planta, existente o en un proyecto, es necesario diseñar un plan para colocar las máquinas y demás equipos de manera que permita a los materiales avanzar con mayor facilidad, al costo más bajo y con el mínimo de manipulación, desde que se reciben las materias primas, hasta que se despachan los productos.

## **2.2.6. ORGANIZACIÓN DEL RECURSO HUMANO**

La administración del recurso humano consiste en captar, mantener trabajando y dando el máximo de sí al personal de la organización, con una actitud positiva y favorable. La finalidad es proporcionar a la organización fuerza laboral eficiente, logrando dotarla de la flexibilidad suficiente para adaptarse rápidamente a cualquier cambio que pueda surgir en la empresa.

### **2.2.6.1. ORGANIGRAMA**

La empresa deberá seleccionar la estructura organizacional inicial, procediendo a seleccionar y elaborar un organigrama de la empresa el cual podrá ser horizontal, vertical, circular o escalar.

El organigrama “es la representación gráfica de la estructura formal de autoridad y división especializada del trabajo de una organización por niveles jerárquicos”. (HERNANDEZ, 2007:87)

En síntesis, se puede decir que un organigrama indica y muestra, en forma esquemática, la posición de las aéreas que integran una empresa, sus líneas de autoridad, relaciones de personal, comités permanentes, líneas de comunicación y asesoría.

Por esta razón, un organigrama cobra real importancia en la creación de un negocio, ya que pueden presentarse problemas dentro del mismo si no se tienen las cosas claras y organizadas.

### **2.3. ESTUDIO FINANCIERO**

En este estudio debe presentarse un análisis financiero del proyecto. El estudio financiero comprende la inversión, la proyección de los ingresos y los gastos y las distintas formas de financiamiento que se prevén para todo el periodo de su ejecución y de su operación. Este análisis busca demostrar que el proyecto puede llevarse a cabo con los recursos financieros disponibles.

#### **2.3.1. PRESUPUESTO**

Presupuesto es una palabra que se compone de dos raíces latina: *PRE* que significa antes de, o delante de, y *SUPONER* que significa Facio o Hace.

Por lo tanto presupuesto significa: “Antes de lo hecho”.

Según Cristóbal del Rio: “Es la técnica de planeación y predeterminación de cifras sobre bases estadísticas y apreciaciones de hechos y fenómenos aleatorios”.

En conclusión, el presupuesto es una planeación que busca cuantificar monetariamente las operaciones a futuro en un determinado proyecto.

Según Cristóbal del Rio, los objetivos del presupuesto están en todas las etapas del proceso administrativo:

- a) Previsión. Tener anticipadamente todo lo necesario, para la elaboración y ejecución del presupuesto.
- b) Planeación. Planificación unificada y sistematizada de las posibles acciones, en concordancia con los objetivos.
- c) Organización. Que exista una adecuada, precisa y funcional estructura de la entidad.
- d) Coordinación o integración. Compaginación estrecha y coordinada de todas y cada una de las secciones, para que cumplan con los objetivos de la entidad.
- e) Dirección. El presupuesto ayuda en las políticas a seguir, en la toma de decisiones, así como auxilio correcto y con buenas bases para conducir y guiar a los subordinados.
- f) Control. Compara lo presupuestado y lo resultados obtenidos, dando lugar a diferencias analizables y estudiables, para hacer operaciones y correcciones.

El presupuesto en el proceso administrativo tiene total importancia, puesto que ayuda a que una organización esté completamente en lo cierto en cuanto a las funciones y actividades que realiza.

Además el presupuesto sirve de medio de comunicación de los planes de toda la organización, proporcionando las bases que permitirán evaluar la actuación de los distintos segmentos, o aéreas de actividad de la empresa y de la gerencia.

### **2.3.1.1. PRESUPUESTO DE OPERACIÓN**

El presupuesto de operación se forma a partir de los ingresos y egresos de operación y tiene como objetivo pronosticar un estimado de las entradas y salidas monetarias de la empresa, durante uno o varios periodos, mismos que están en relación directa con la vida útil del proyecto.

#### **A. PRESUPUESTO DE INGRESOS**

La principal fuente de ingresos de un proyecto generalmente son las ventas de la producción. Pero hay que tomar en cuenta el tiempo de entrada de estos ingresos, lo que depende de las condiciones económicas del entorno, del tipo del cliente y políticas de facturación, crédito y cobranza de la empresa.

El proceso para proyectar las ventas, y por consiguiente los ingresos, con base en un pronóstico de las condiciones de la economía y de la empresa, incluye las siguientes actividades:

- ✓ Análisis y proyección de la economía en su conjunto.
- ✓ Análisis y proyección de una industria o sector del mercado.
- ✓ Proyección de la empresa y sus ventas.

El plan financiero de una empresa comienza con el presupuesto de ingresos, el cual es la base de todo el programa presupuestal, ya que los ingresos constituyen la principal fuente de fondos de una empresa.

## **B. PRESUPUESTO DE EGRESOS**

Estas proyecciones se elaboran considerando los gastos de instalación, construcción y operación del proyecto. También se toman en cuenta los calendarios previstos de ejecución, las políticas de pago a proveedores de la empresa y los niveles de precio en relación con las ventas.

Generalmente este presupuesto está determinado por los siguientes conceptos:

### **a) COSTO DE PRODUCCIÓN**

El costo de producción estará integrado por todas las operaciones realizadas desde la adquisición del material, hasta su transformación en artículo de consumo o servicio, constituido por tres elementos:

- i. Material. Es el elemento principal puesto que de este se obtendrá el producto terminado.
- ii. Sueldos y salarios. También conocido como mano de obra. Este representa el esfuerzo humano necesario para la transformación del material. Hay dos tipos de mano de obra: Directa, que es cuando se puede identificar en



cuanto al monto en la unidad producida; e indirecta, cuando no interviene directamente en la transformación de la materia prima.

- iii. Gastos indirectos de producción. Son los elementos necesarios para la transformación del material, que como su nombre lo dice, intervienen de manera indirecta en la producción, como: energía eléctrica, combustibles, agua, etc.

#### **b) COSTO DE ADMINISTRACIÓN**

Este costo está formado por aquellas operaciones que se realizan después de que el producto es entregado al cliente hasta que se recibe en caja o se deposita en el banco el importe del bien vendido.

#### **c) COSTO DE DISTRIBUCIÓN**

En este costo se incluyen aquellas actividades necesarias para promover y cerrar operaciones de venta, así como la investigación y desarrollo de nuevos mercados o nuevos productos.

#### **d) COSTO FINANCIERO**

“El costo financiero representa todos aquellos gastos necesarios para allegarse de fondos, como son: intereses, descuentos de documentos, comisiones y situaciones, gastos de cobranza, castigo por cuentas incobrables”. (DERL RIO, 1997: I-14).

## **e) OTROS COSTOS**

Comprenden aquellas partidas no propias ni indispensables para el buen desempeño de la empresa; esto significa que son partidas no cotidianas, como: huelgas, incendios, temblores, inundaciones, entre otras, y unas vez que suceden si forman parte total de costo total.

## **C. PRESUPUESTO DE FLUJOS DE EFECTIVO**

El flujo de efectivo proyectado es el resultado de todo el proceso anterior. Se trata de ubicar los ingresos y egresos en una misma tabla que ordene en el tiempo las entradas y salidas de dinero, y en consecuencia conocer el flujo neto de efectivo por periodo.

### **2.3.2. INVERSIÓN INICIAL**

Una inversión es una erogación de la cual, se espera obtener un beneficio económico.

Hay que tener en cuenta que en la actualidad el dinero es escaso, es por esto que en todo proyecto de inversión se realiza una calendarización sobre los flujos de efectivo que se irán aplicando de acuerdo a los requerimientos del proyecto, ya que si se realizan gastos en un momento inadecuado, aunque cuando este sea necesario, en dado momento se considerará dinero ocioso y por el cual se estará pagando un interés, aun cuando haya sido una aportación de los socios.

Así pues, la inversión inicial es la cantidad de dinero que se aporta o invierte para poner en marcha un proyecto de negocio, el cual sea utilizado de manera eficiente y produzca un rendimiento.

#### **2.3.2.1. Fijo o no circulante**

Los recursos necesarios para la etapa de instalación del proyecto de inversión, constituyen el capital fijo del mismo y señala los requisitos para la inversión.

El estudio de mercado y estudio técnico, permite la estimación del valor de todos los activos necesarios para obtener el total de la inversión requerida.

Así pues, los activos fijos son propiedad de la empresa y es necesario adquirir inicialmente con el fin de que la misma pueda desempeñar sus operaciones de producción, comercialización y distribución de los productos a obtener, o el servicio a ofrecer; entre estos se encuentran: terrenos, edificios, instalaciones, maquinaria, equipo mobiliarios, equipo de transporte, herramientas, entre otros; los cuales son considerados fijos dado que la empresa no puede deshacerse de ellos fácilmente.

#### **2.3.2.2. Activo circulante**

El activo circulante de la empresa es aquel que tiene cierta rotación o movimiento constante y que es de fácil conversión en efectivo.

Estos también van desde el surgimiento de la idea hasta la puesta en marcha del proyecto de inversión.

### **2.3.2.3. Capital de trabajo**

“Desde el punto de vista contable, este capital se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante”. (BACA, 1991: 172).

Su importancia estriba, en que las empresas deben conocer las necesidades de efectivo que les permita hacer frente a su gastos, así como la frecuencia de los mismos, razón por la cual deben planear adecuadamente el monto de los créditos, basado en los gastos y en las ventas esperadas, de tal forma que no exista una liquidez excesiva, ya que esto repercutiría en las utilidades de la empresa, ya sea por los pagos de interés o tener un dinero ocioso, por lo tanto, se debe analizar

### **2.3.3. CRONOGRAMA DE INVERSIONES**

Este cronograma no es más que un simple diagrama de GANTT en el cual se deben tomar en cuenta las fechas o plazos de entrega ofrecidos por los proveedores, y de acuerdo con los tiempos que se tarde tanto en instalar como en poner en marcha los equipos, se calcula el tiempo apropiado para registrar los activos en forma contable.

#### **2.3.4. VALOR PRESENTE NETO**

El método del valor presente neto es uno de los criterios económicos más ampliamente utilizados en la evaluación de proyectos de inversión. Consiste en determinar la equivalencia de proyectos de inversión en el tiempo cero de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. Cuando dicha equivalencia es mayor que el desembolso inicial, entonces, es recomendable que el proyecto sea aceptado.

#### **2.3.5. TASA INTERNA DE RENDIMIENTO (TIR)**

La tasa interna de rendimiento, como se llama frecuentemente, es un índice de rentabilidad ampliamente aceptado. Está definida como la tasa de interés que reduce a cero el valor presente, el valor futuro, o el valor anual equivalente de una serie de ingresos y egresos.

En términos económicos la tasa interna de rendimiento representa el porcentaje de interés que se gana sobre el saldo no recuperado de una inversión. El saldo no recuperado de una inversión en cualquier punto del tiempo de la vida del proyecto, puede ser visto como la porción de la inversión original que aún permanece sin recuperar en ese tiempo.

#### **2.3.6. PUNTO DE EQUILIBRIO**

“Se conoce como punto de equilibrio, al vértice en el que se juntan las ventas y los gastos totales, representa el momento en el cual no existen utilidades

ni pérdidas para una entidad, es decir, que los ingresos son igual a los gastos”  
(DEL RIO, 1997: I-25)

La utilidad de este punto de equilibrio consiste en que se puede calcular con mucha facilidad el punto mínimo de producción al que debe operarse con el fin de no incurrir en pérdidas. Su fórmula es:

$$PE = \frac{CF}{(PV - CV)}$$

Dónde:

PE = Punto de Equilibrio

CF = Costos fijos totales

PV = Precio de Venta

CV = Costos Variables Totales

### **2.3.7. COSTO DE CAPITAL O TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO**

El costo de capital se refiere a la tasa mínima de rendimiento que la empresa debe mantener en el mercado con el fin de que la inversión realizada por el empresario sea redituable.

Se considera que esa tasa mínima de rendimiento debe ser la tasa máxima que ofrecen los bancos por una inversión a plazo fijo (CETES). Realizando un balance neto entre el rendimiento bancario y la inflación, siempre habrá una

pérdida neta del poder adquisitivo por lo que se concluye que la tasa mínima de rendimiento que debe ofrecer la empresa debe ser igual o por arriba del índice inflacionario lo que significa que el capital invertido por el empresario mantendría su poder adquisitivo.

Estudiar el presente capítulo, nos da un amplio panorama de cómo se constituyen los proyectos de inversión y los elementos que en él influyen, todos ellos encaminados a lograr una evaluación clara y real que sirva de base para la toma de decisiones.

El estudio de mercado nos corrobora la existencia de una demanda insatisfecha en el mercado y la posibilidad de brindar un mejor servicio al cliente, también nos permite analizar conceptos, tales como demanda, oferta, precio, etc., así como su respectiva clasificación y métodos de proyección, ello con el fin de dar una perspectiva del riesgo que un nuevo producto corre de ser o no aceptado en el mercado.

Por otra parte, el estudio técnico nos permite analizar y determinar los elementos que tienen relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto. El resultado técnico busca respuestas a cuestionamientos que surgirán durante el desarrollo del proyecto.

El estudio financiero tiene como finalidad comprender cuales son los elementos y la información necesaria para llevar a cabo un análisis financiero, en él se estudia la forma de hacer proyecciones financieras, determinar punto de

equilibrio y más factores que ayudan a verificar la factibilidad de un proyecto de inversión.

Así pues, si se pretende obtener resultados favorables durante el proceso del proyecto y lograrlo con éxito, es necesario estudiar y apegarse a estos estudios que van marcando la manera en que deben hacerse las operaciones e investigaciones, para así, detectar posibles errores con el fin de eliminarlos, y detectar aquellos puntos fuertes y potencializarlos.



## **CAPÍTULO III**

### **LA FAMILIA**

Una sociedad no puede evolucionar positivamente sin su célula principal: La familia.

En el presente capítulo abordaremos de manera general los conceptos y elementos que intervienen en el núcleo familiar, importantes en el desarrollo de esta investigación ya que permite conocer las necesidades de cada familia.

La familia hoy es un tema de actualidad, y resulta importante conocer su diversidad, así como las principales problemáticas que surgen en el interior de la misma, que permitan idear un servicio óptimo para proporcionar seguridad a los padres y a sus hijos.

#### **3.1. DEFINICIÓN DE FAMILIA**

Todo individuo nace dentro de una estructura llamada “familia”, de la cual recibe una herencia genética. Es en este núcleo familiar donde la persona comienza a descubrir el mundo, empezando su formación física, mental y personal, además de relacionarse con los demás.

Los valores que la familia transmite al individuo le permiten que comience a crear su propia visión y percepción de sí mismo, de la familia y de la sociedad en general.

Marcela Campabadal Castro en su libro El libro con discapacidad y su entorno nos señala: “Familia es la unidad social constituida por un grupo de

personas unidas por vínculos consanguíneos, afectivos, y/o cohabitacionales que llenan necesidades diversas en el ser humano para su desarrollo integral”.

La familia desde el enfoque sistemático se define como la comunidad establecida por el marido, la esposa y su descendencia común, unidos por dos tipos de vínculos:

- a) Vínculos afectivos y emocionales.
- b) Vínculos legales en los que se establecen unos derechos y obligaciones prescritas.

(MILLAN, 2002:253)

Así de esta forma, es importante señalar que la familia es la base de la sociedad, es donde la persona comienza a darle un sentido a la vida (propia y ajena), explora sus sentimientos, aprende a comportarse en la sociedad, logrando un equilibrio personal, mental y social.

### **3.2. TIPOS DE FAMILIA**

La familia actual presenta muy diversas formas en su estructura y en su funcionamiento, que han dado lugar a diferentes formas de convivencia y de relación entre sus miembros, y que son los resultados de diversos cambios sociales de diferentes procedencias, y a diferente ritmo, acontecidos en los últimos años.

Los principales cambios más destacables, tanto a nivel cuantitativo como a nivel cualitativo, pueden situarse en:

- a) El descenso de la nupcialidad de solteros, que ha disminuido en los grupos más jóvenes, el aumento de las formas alternativas al matrimonio, y el aumento en el número de separaciones y divorcios,
- b) El descenso del número de nacimientos y el aumento de la edad media de la mujer en el nacimiento de sus hijos,
- c) La reducción en la mortalidad infantil y el aumento de la esperanza de vida.

Las estructuras de la familia no son rígidas ni estáticas; son cambiantes y varían en diferentes etapas de la familia. Las reglas cambian según las edades de los hijos y las necesidades de la pareja y la familia.

Se pueden señalar dos categorías básicas de estructura familiar, según la composición de la unidad doméstica:

- a) La familia nuclear
- b) La familia extensa

Las familias nucleares generalmente están constituidas por dos generaciones: la madre y el padre con los y las hijas, mientras que las familias extensas son aquellas que integran por lo menos tres generaciones y en donde viven varias parejas con sus hijos. En México, la familia nuclear se encuentra principalmente en las zonas urbanas, en tanto que en el campo han predominado los arreglos familiares extensos.

Sin embargo, estudios realizados señalan que una proporción importante de las familias mexicanas no caen dentro de estas dos categorías. Las diferencias culturales y étnicas de las diversas regiones de nuestro país, junto con las

transformaciones socioeconómicas, han influido mucho en nuestra organización familiar. Por ejemplo, son muy comunes los hogares básicamente nucleares pero en donde viven también otros familiares agregados. Un ejemplo de este tipo de familia “nuclear extendida” es aquella donde un pariente mayor, algún hermano o hermana, sobrino o sobrina de los padres viven con ellos y sus hijos o hijas.

Por otro lado, el aumento de número de divorcios y la constitución de segundos matrimonios han llevado a la creación de nuevas estructuras familiares.

<b>ESQUEMA DE DIFERENTES ESTRUCTURAS FAMILIARES</b>	
Familia nuclear	Constituida por dos generaciones, la madre y el padre con los y las hijas.
Familia extensa	Integrada de tres generaciones (por lo menos), en donde viven varias parejas con sus hijas e hijos.
Familia nuclear extendida	En donde un(a) pariente del padre o la madre vive con ellos y sus hijos.
Familia Monoparental	Formada por el padre o la madre con sus hijas o hijos.
Familia donde la pareja se separa y se casa por segunda ocasión	En donde los y las hijas tienen dos hogares: el del papá y el de la mamá.

(PICK, 2002:106)

### **3.3. CICLO VITAL DE LA FAMILIA**

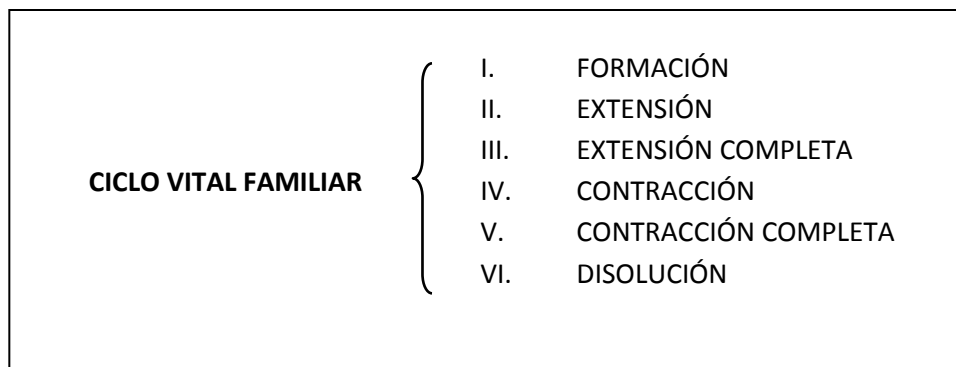
Para analizar y comprender a la familia actual, y sobre todo sus funciones psicológicas y educativas, es necesario tener en cuenta el ciclo vital, que estudia las etapas o periodos por los que pasa la familia desde su construcción hasta su

desaparición. Entendemos, pues, por ciclo vital la secuencia de estadios que atraviesa la familia desde su constitución hasta su desaparición.

Este ciclo vital, no solo tiene repercusiones demográficas sino también de organización interna, de relaciones entre los esposos y entre éstos y los hijos y otra serie de cambios y factores que influyen y se reflejan en actitudes y comportamientos sociales e intrafamiliares.

La división y clasificación del ciclo vital de la familia en estadios o etapas es variada, dependiendo de la ciencia y los criterios que se utilicen.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) divide el ciclo vital en las siguientes etapas:



**Formación.-** es la llamada etapa del “nido sin usar”. Comprende el periodo que va desde el momento que se forma hasta el nacimiento del primer hijo. Su duración promedio es de 18 meses.

**Extensión.-** Comprende el periodo fecundo de la familia, desde que nace el primer hijo hasta que nace el último. Las características de esta etapa serian:

reducción del nivel de satisfacción sexual debido al parto y a la lactancia, trastornos de hábitos comunicativos de la pareja que ahora cuenta con menos tiempo para cambiar impresiones, aparición de estados depresivos y nerviosos, entre otros.

**Extensión Completa.-** Comprende el periodo de crianza y educación de los hijos, abarca desde el nacimiento del último hijo hasta la salida del hogar de uno de ellos. En esta etapa la pareja dispone de más tiempo y existe una consolidación y estabilización laboral, ya que la mujer puede regresar al mundo profesional, si es que en algún momento se retiró.

**Contracción.-** Corresponde al periodo en el que la familia se constituye en plataforma de colocación para sus hijos. Abarca desde la salida del primer hijo hasta la del último. Tiene una duración aproximada de 20 o 30 años, dependiendo del número de hijos de la pareja.

**Contracción Completa.-** Es la etapa llamada del “nido vacío”. Abarca desde la salida del último hijo hasta la muerte de uno de los cónyuges. En esta etapa observamos, paradójicamente, el contraste entre el entusiasmo e ilusión que caracterizaban la fase del matrimonio con la incertidumbre y la nostalgia que con gran frecuencia se ve marcada en esta fase del desarrollo familiar.

**Disolución.-** Esta comprende desde la muerte del primer cónyuge hasta la muerte del cónyuge sobreviviente. En la muerte del cónyuge, el sobreviviente se enfrenta a la soledad. Puede asentarse enfermedades preexistentes o

desencadena la aparición de nuevas. Es la última etapa y con la que concluye el ciclo familiar.

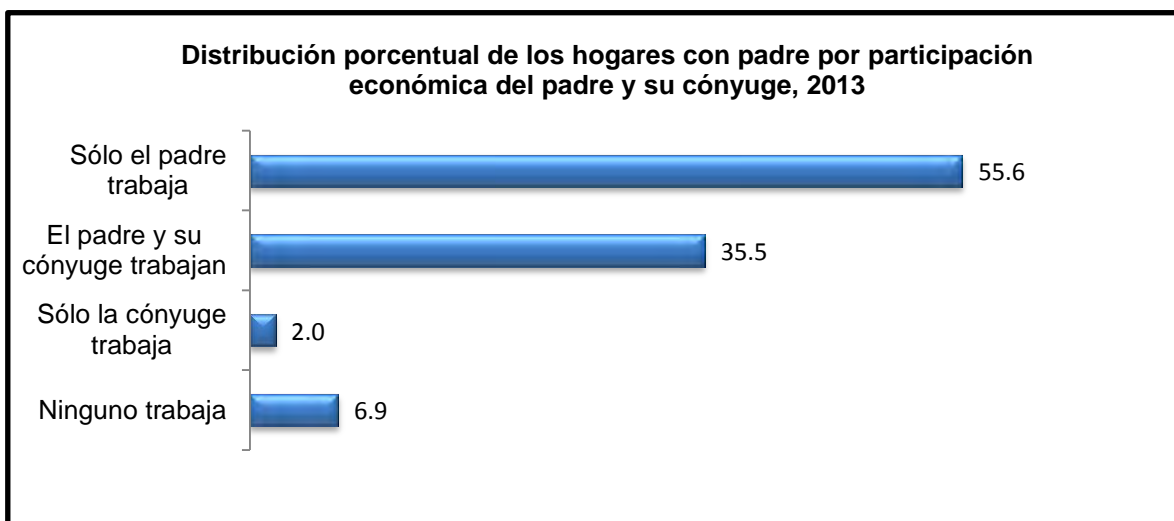
### **3.4. MATRIMONIOS QUE TRABAJAN**

En la actualidad, la mujer ha asumido un papel muy importante en la sociedad, pues ha incorporado dentro de sus necesidades un nivel de realización social más allá de la maternidad y la familia, pero al mismo tiempo sigue siendo señora y ama de casa, y madre pendiente de sus hijos. La mujer también ha tenido que convertirse en una “supermujer”, porque asumió nuevos papeles, sin dejar los que ya tenía. Es una mujer que poco a poco ha tomado más participación e incorporación al trabajo, a la vida social, que toma en serio sus responsabilidades sociales pero sin redimensionar su lugar y su papel dentro de la casa en tanto madre y esposa.

Al mismo tiempo el hombre ha tomado más participación en el hogar, sin descuidar sus responsabilidades sociales y laborales. Es un hombre de mente abierta que trabaja conjuntamente con la mujer para mantener una sana estabilidad en el hogar y un desarrollo tanto personal como familiar.

Hoy en día la madre tiene gran participación económica en los hogares, sin embargo, por lo que respecta a la participación del padre y su pareja, prevalece el patrón tradicional del hombre como el proveedor del hogar, ya que en poco más de la mitad de los hogares con padre sólo él se encuentra inserto en el mercado laboral (55.6%); la proporción en que tanto el padre como su esposa trabajan es

de 35.5%, mientras que en 6.9% no lo hacen y sólo en 2% únicamente la cónyuge trabaja.



FUENTE: **INEGI**. *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, 2013, primer trimestre. Base de datos. México, 2013.*

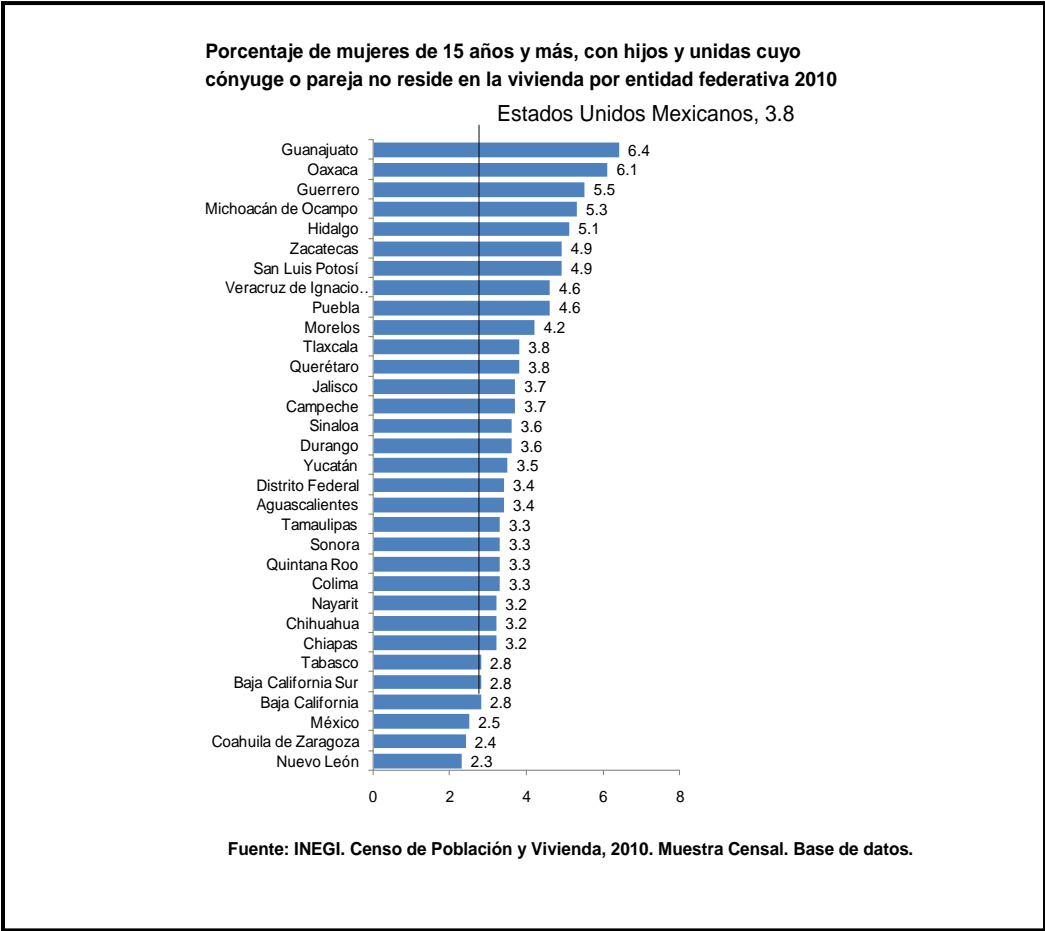
### 3.5. MADRES SOLTERAS

Hoy en día, cada vez resulta más común encontrarse con mujeres que son la responsabilidad y sustento de su familia, son ellas, quienes por situaciones diversas, se hacen cargo de la educación de sus hijos, además de trabajar para precisamente poder cubrir los gastos del hogar y llevar lo necesario a casa.

Conforme a los resultados de la muestra del censo de población 2010, tres de cada cuatro mujeres de 15 años y más con al menos un hijo (73.5%) se encuentra casada o unida, dos de cada diez (20.4%) está separada, divorciada o viuda, mientras que 6% son madres solteras.



La entidad federativa que muestra la mayor proporción de madres solteras de 15 años y más es el Distrito Federal (8.8%) en tanto que Chiapas muestra el menor porcentaje (2.4%), y el estado de Michoacán de Ocampo ocupa el cuarto lugar (5.4%). De las mujeres unidas de 15 años y más con hijos, cuatro de cada cien (3.8%) su cónyuge o pareja reside en una vivienda diferente; en entidades de alta migración como Guanajuato y Oaxaca este porcentaje supera el 6 por ciento.



**3.6. PADRES SOLTEROS**

Los papás solteros que tiene la custodia de sus hijos son más comunes hoy en día de lo que solían ser, pues según estimaciones, el número de papás solos

con la custodia de sus hijos se ha incrementado en un 25% de 1996 a 1999, y en años recientes el número ha incrementado.

Hay muchos caminos que conducen a la paternidad de los solteros. Algunos se convierten en padre solteros por el fallecimiento del cónyuge. Otros nunca se casaron, ya sea por decisión o por abandono. Otros más se divorciaron.

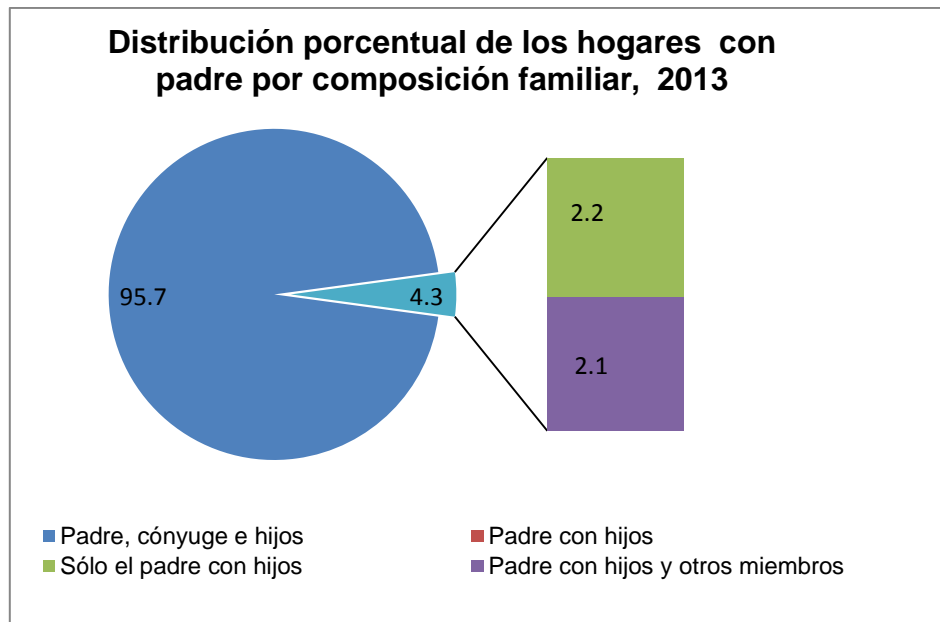
La paternidad de los solteros es una especie de “paternidad plus”: enfrentan las situaciones cotidianas de criar a sus hijos, más los problemas de llevar a cabo, en solitario, un trabajo originalmente diseñado para dos personas.

Es innegable que la paternidad de los solteros es un estilo de vida estresante. Las preocupaciones financieras pueden verse como algo difícil de superar; sobrellevar el trabajo, la casa, un tiempo adecuado para estar con sus hijos y los momentos para uno mismo es una labor complicada.

A todo esto, se le debe sumar la importante tarea que tienen los padres solteros para proveer lo económicamente necesario al hogar, trabajando la mayor parte del día. Es aquí donde surge la necesidad de encontrar un lugar seguro donde dejar a los hijos mientras se asiste al trabajo.

A principios de 2009, de los 27.6 millones de hogares registrados en el país, 16.2 millones se forman por el jefe varón con hijos (hogares con padre) y representan 58.5% del total.

De los hogares con padre, en 95.7% está presente la cónyuge, en 2.2% sólo el padre con sus hijos y, en 2.1% el padre, sus hijos y otros miembros.



FUENTE: **INEGI**. *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, 2013, primer trimestre. Base de datos. México, 2013.*

Así pues, una vez que se ha investigado y analizado los diversos tipos de familia y las necesidades que en ellas existen, se puede comenzar a idear un servicio que cubra dichas necesidades de acuerdo a sus posibilidades económicas, familiares y sociales.

Es un público difícil de convencer, sobre todo por el tipo de servicio que se pretende ofrecer, sin embargo cuando se ofrece calidad y seguridad, sin duda alguna el proyecto va encaminado hacia el éxito.

Una vez que se ha obtenido un panorama de la composición de las familias, sus necesidades y posibilidades de usar el servicio de guarderías, en el próximo capítulo se comenzará con el desarrollo del proyecto en base a la información de los capítulos anteriores, con datos reales que nos ayuden a obtener un análisis para decidir si el proyecto resulta factible o no.

## **CAPÍTULO IV**

### **CREACIÓN Y DESARROLLO DEL PROYECTO DE GUARDERÍA**

Este proyecto va encaminado esencialmente a la creación de un centro de cuidado infantil, valorando que tan viable es su constitución y los elementos que en ello intervendrán.

La incorporación de la mujer a la actividad laboral fuera del hogar y, consecuentemente, el cambio en las estructuras familiares, constituyen las razones principales por las cuales las madres no pueden seguir prestando una dedicación exclusiva al cuidado y a la educación de los hijos.

En este contexto, los centros de atención a la infancia surgen como una necesidad, tanto desde el punto de vista privado como institucional, para prestar un servicio que tradicionalmente se desarrollaba en el seno de la familia. Como resultado de lo anterior, no solamente un mayor número de niños acuden a estos centros, sino que también lo hacen a edades más tempranas y por un mayor número de horas.

Las guarderías son centros diurnos de atención educativa y asistencial que cuentan con un programa anual, que se dirigen a la población infantil menor de 4 años y dependen de la constitución de Familia.

El presente proyecto tiene como objetivo principal desarrollar un proyecto de inversión para la creación de una guardería, además de analizar los métodos de financiamiento que se pueden obtener para el desarrollo del proyecto, examinar los procesos operativos, técnicos y económicos desarrollados en guardería y

calcular las inversiones, ingresos y gastos necesarios para el desarrollo del proyecto.

Para la realización del trabajo se acudió a la zona elegida para dicho proyecto para observar las condiciones propias de la ubicación como infraestructura, servicios públicos, caminos, entre otros, se realizaron entrevistas a todas aquellas personas que se encuentran participando en el proyecto con el fin de recolectar toda la información necesaria para la creación del mismo, se efectuaron consultas por internet con el fin de indagar quienes realizan ya este tipo de proceso, así mismo esta tesis cuenta con el apoyo de información tanto bibliográfica como hemerográfica para el desarrollo del marco teórico.

#### **4.1. ESTUDIO DE MERCADO**

Este proyecto va encaminado esencialmente al servicio de guardería y pretende conocer la posibilidad de brindar un mejor servicio que el ya existente en el mercado, a través del análisis de los elementos que a continuación se detallarán.

##### **4.1.1. MERCADO META**

En los últimos años, Uruapan ha crecido como ciudad en aspectos económicos y sociales, ofreciendo mejores oportunidades laborales; razón por la cual surge la necesidad por parte de los padres de familia para confiar el cuidado de sus hijos mientras ellos trabajan a una estancia infantil segura y accesible. Del presente proyecto contempla dicha ciudad para ofrecer un servicio especializado y confiable.

#### **4.1.2. ANÁLISIS DEL PRECIO**

El precio “es la cantidad o valor monetario a la cual los productores están dispuestos a vender, y lo consumidores a comprar, un bien o un servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”. (BACA, 1997:41)

Es de suma importancia establecer el precio al cual será ofrecido el servicio, ya que de esto depende la elaboración de presupuestos, lo más conveniente es ofrecer un precio competitivo, para asegurarse el mayor número de plazas cubiertas posible, y encarecer los servicios complementarios, que son opcionales.

El precio de las plazas se define tomando en cuenta varios elementos, tales como, el precio de la competencia, los servicios que serán ofrecidos, cuanto está dispuesto a pagar el cliente y sobre todo las posibilidades de cubrir dicho precio.

Para determinar el precio es necesario realizar un análisis de los precios ofrecidos por la competencia. En la ciudad hay tanto guardería públicas como privadas, tomando en cuenta que el proyecto es para una guardería privada, se ha realizado la investigación de este tipo de empresas.

En Uruapan los precios ofrecidos por las guarderías privadas van desde los \$1,000.00 hasta \$3,500.00 mensualmente, manteniéndose un promedio de \$1,800.00.

Por otra parte, es necesario conocer las condiciones y posibilidades que tiene el cliente para cubrir el precio que será ofrecido, por lo cual, se ha procedido

a realizar una investigación través de encuestas para conocer cuánto está dispuesto a pagar.

Los resultados que se han obtenido son los siguientes:



Basándonos en los elementos anteriores, se ha decidido para el presente proyecto un precio de \$ 2,000.00 dado que se encuentra en el rango de las posibilidades de pago por parte del cliente, además es un precio competitivo y cubre los servicios que se ofrecerán permitiendo hacer rentable el negocio.

**4.1.3. PRINCIPALES CLIENTES**

Los principales clientes del servicio de guarderías son aquellos padres cuya actividad laboral (o social) los obliga a necesitar de un servicio que se haga responsable del cuidado de sus hijos.

En el presente proyecto, hemos dividido por zonas y comercios, los cuales se presentan a continuación:

- ❖ Col. Balcones
- ❖ Residencial Don vasco
- ❖ Universidad Don Vasco
- ❖ Loma Larga
- ❖ Lomas del Valle
- ❖ ESFU 1
- ❖ UNID
- ❖ Poder Judicial
- ❖ Central Camionera
- ❖ Comercial (Burger King, Atención a clientes TELCEL, Nextel)

#### 4.1.4. FUERZAS Y DEBILIDADES. ESTUDIO FODA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La guardería cuenta con un horario completo, donde las madres que trabajan o estudian en la tarde pueden dejar con confianza a los niños.</li> <li>• Proceso de construcción priorizando el aspecto pedagógico.</li> <li>• Cada profesor no tendrá a su cargo más de 7 niños</li> <li>• Contamos con actividades extraescolares, culturales y deportivas donde los niños despiertan a nuevos intereses</li> <li>• Precio accesible</li> <li>• Equipo de trabajo conformado por profesionales</li> <li>• Personal suficiente.</li> <li>• Instalaciones adecuadas para el buen desarrollo de los niños</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrar en mercados de nueva creación</li> <li>• Ofrecer servicios nuevos que la competencia no ofrece</li> <li>• Creación de fuentes de empleo para padres de familia</li> <li>• Incremento en la natalidad en el país</li> <li>• Conciencia creciente de la importancia de la educación temprana en los niños</li> <li>• Existencia de nuevas necesidades familiares, como la entrada de la mujer en el campo laboral</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de recursos de capital</li> <li>• Carencia de recursos financieros</li> <li>• Falta de confianza de los padres en la guardería por ser de nueva creación</li> <li>• Elevados precios en los gastos de operación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El servicio se busca por necesidad mas no por gusto</li> <li>• Servicios ofrecidos por la competencia</li> <li>• Existencia de familiares o personas que acuden al cuidado de los niños en sus hogares</li> </ul>



- |  |   |
|--|---|
|  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Estrategias de planificación familiar</li></ul> |
|--|---|

#### **4.1.5. ESTRATEGIA DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO**

Cuando se comienza con un nuevo proyecto, se deben buscar aquellas estrategias que lo permitan introducirse al mercado de una forma eficaz y eficiente, logrando acaparar la atención del consumidor y siendo competencia.

Tratándose de educación infantil, la calidad del servicio es básica. Actualmente, las condiciones socio-laborales limitan el número de hijos, por lo que, consecuentemente, los que se tienen se miman mucho. En este sentido, es muy importante la profesionalidad en el servicio, así como que el negocio refleje una imagen de calidad para que el centro sea elegido por los padres.

Una estrategia de captación de clientes es precisamente la diferenciación al momento de ofrecer los servicios y actividades, para ello es necesario primeramente analizar las ofertas que ofrecen las diferentes guarderías y escuelas que serán competencia directa.

Así, entre las estrategias de diferenciación a implementar serían:

- ❖ La imagen a transmitir a los padres a la hora de presentarles el centro, presentándolo como un centro de vigilancia, pero al mismo tiempo cuidando el aspecto educativo y/o calidad de atención a los niños.

- ❖ Al momento de hacer el recorrido de presentación a los padres, se realizara en horarios de clase para comprobar la realidad del método de trabajo y la calidad del trato.
- ❖ En ocasiones, al padre le cuesta trabajo dejar al hijo en manos de desconocidos y suelen preocuparse por su estado, para esto, se le ofrecerá la opción de visitar o ver al niño a cualquier hora, previa solicitud, esto para potenciar una imagen de trato personal y familiar.
- ❖ Referente al servicio de comedor, se le ofrecerá a los clientes una tarifa desglosada en función al uso del servicio, así cuanto más detalles de la tarifa mayor capacidad de adaptación se ofrece a los clientes.
- ❖ En caso de ser necesario, se podría ampliar el horario del centro de trabajo, o con turnos fines de semana, lo que permite a los padres cumplir al completo la jornada laboral.

Tratándose de la promoción, al comienzo de la actividad lo más conveniente sería anunciarse y darse a conocer en la radio o en periódicos locales para comunicar la apertura de un centro de atención a la infancia.

De la misma manera, al final de temporada, en época de solicitud de inscripciones, se realizan acciones publicitarias a través de prensa y Páginas Amarillas para ofertar las plazas.

Una forma más de promoción sería contar con imagen corporativa que muestran en rótulos, tarjetas, facturas, etc., todos ellos con el logotipo del centro.

Sin embargo, la publicidad más efectiva es la que realizan los propios padres. Se trata, sin duda, de un método promocional muy económico, para ello, el servicio a ofrecer debe ser satisfactorio para que la promoción sea positiva y beneficiosa.

Algunas estrategias de promoción y publicidad a utilizar serian:

- ❖ Utilizar mensajes claros sin ambigüedades
- ❖ Destacar los beneficios de los servicios
- ❖ Únicamente prometer aquello que realmente se pueda cumplir
- ❖ Crear comunicación verbal
- ❖ Publicidad para los empleados
- ❖ Dar continuidad a la publicidad
- ❖ Crear el mundo de la compañía en la mente del consumidor
- ❖ Construir una personalidad adecuada para la compañía
- ❖ Influir en el personal sobre la forma de trato con los clientes
- ❖ Identificar la compañía con el cliente
- ❖ Crear y mantener una imagen favorable
- ❖ Facilitar la evaluación del servicio
- ❖ Destacar la imagen organizacional

#### **4.2. ESTUDIO TÉCNICO**

El presente estudio se aleja un poco de lo teórico ya que durante el desarrollo del mismo, conoceremos y analizaremos la ubicación, distribución, constitución, organización administrativa, mobiliario necesario, proceso del

servicio, entre otros; todo ello encaminado a tener una idea más clara de lo que se pretende lograr.

#### **4.2.1. LOCALIZACIÓN**

Con el proyecto, se pretende determinar la localización más adecuada en base a diversos factores.

El primer punto a analizar será precisamente el que se refiere a la localización más adecuada para la instalación de una guardería.

Independientemente de la ubicación misma, es el de elegir aquel que conduzca a la maximización de la rentabilidad del proyecto entre las alternativas que se consideren factibles.

De tal modo que para la determinación de la mejor ubicación del proyecto, el estudio de localización se ha subdividido en dos partes: Macrolocalización y Microlocalización

#### **I. MACROLOCALIZACIÓN.**

La macrolocalización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macrozona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto.

En este caso, la guardería quedará comprendido dentro del Estado de Michoacán y en particular en el Municipio de Uruapan, segundo municipio más poblado del estado, situado en el centro occidente del territorio.

El Municipio de Uruapan cuenta con una extensión territorial actual de 954.17 km<sup>2</sup> que equivalen al 1.62% de la extensión total del estado.

El Municipio casi en la totalidad de su territorio cuenta con los servicios de agua entubada, luz eléctrica, pavimentación, drenaje, teléfono, correo, transporte terrestre, bancos, centros comerciales, iglesias, centros de salud, escuelas, panteones, parques, canchas deportivas, áreas verdes, etc.

Considerando los factores anteriores, se establece como un lugar adecuado para desarrollar el proyecto.

## **II. MICROLOCALIZACIÓN**

El análisis de microlocalización indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macrozona elegida.

Para la instalación del proyecto en la ciudad de Uruapan, se dispone de un terreno con una área de 490.51 m<sup>2</sup>, que se encuentra ubicado en la zona norte de la ciudad, en la calle loma larga colonia Balcones (frente a la ESFU 1, al lado del residencial Don vasco).

### **4.2.2. FACTORES QUE CONDICIONAN LA MEJOR UBICACIÓN DEL PROYECTO**

Como se señaló en el estudio de Microlocalización, se dispone de un terreno en la Colonia Balcones calle Loma larga, cuya zona de influencia está caracterizada por los siguientes aspectos:

El entorno donde se encuentra localizado el terreno, cuenta con la infraestructura y servicios públicos necesarios como son los servicios de agua entubada, electricidad, pavimentación, drenaje, teléfono, correo, transporte terrestre, iglesias, hospitales, escuelas, parques, unidades habitacionales, residenciales, restaurantes, bancos y terminal de autobuses, entre otros.

Por otra parte, uno de los aspectos que podría causar un impacto favorable al proyecto, se refiere a que el lugar donde se sitúa el terreno se encuentra en una zona altamente estratégica, dado a que se ubica cerca de zonas concurridas.

Además el atractivo visual que podrá derivarse del mismo será ventajoso, ya que frente al terreno existe una escuela secundaria, y unos metros adelante una Universidad. Además de varios negocios y establecimientos importantes.

De tal modo que estos factores condicionan la mejor ubicación del proyecto, al encontrarse cerca de una zona ampliamente transitada, lo que permitirá que un mayor número de personas se percate de la existencia de la guardería y facilitará la captación de demandantes de este tipo de servicio.

#### **4.2.3. DISTRIBUCIÓN Y DISEÑO DE LAS INSTALACIONES**

Para que la distribución y diseño de las instalaciones del proyecto provean condiciones de trabajo aceptables, es preciso tomar en cuenta dos especificaciones en particular: **funcionalidad y estética** que proporcionen y optimicen la distribución eficiente entre cada una de sus áreas.

Dentro de la organización que se tiene en la guardería, se toma especial consideración en la clasificación de los niños de acuerdo a su edad y niveles de madurez de manera que reciban la atención adecuada, el tipo de servicios que demanda el niño que asiste a esta institución, el número y características del personal que lo atenderá, así como la participación que se requiere de los Padres de Familia.

Es por eso que a los menores se les clasifica de la siguiente manera:

<b>Salas</b>	<b>Educadoras</b>	<b>Asistente Educadora</b>	<b>Niños</b>
Lactante A	1	4	25
Lactante B	1	4	25
Lactante C	1	3	28
Maternal	1	2	30

#### **4.2.4. CONSTITUCIÓN JURÍDICA**

La guardería se constituirá como una Persona Moral, la principal ventaja de realizarlo así es debido a que en una sociedad se tiene la ventaja de poder disponer de las técnicas y habilidades de cada socio. En una situación ideal, la contribución que cada socio puede hacer a la empresa complementa la de los otros socios.

Además, hay más capital de inversión disponible, ya que la capacidad de la empresa para aumentar el capital se incrementa con tan solo incluir más socios. A diferencia de una propiedad única, que sólo cuenta con los recursos financieros de un individuo, en una sociedad se tienen los recursos combinados de los socios.

También se pueden obtener recursos económicos mediante créditos bancarios, con mayor facilidad.

Se puede convertir en socios a los empleados más valiosos. Las sociedades pueden atraer y retener a los empleados de alta calidad ofreciéndoles la oportunidad de convertirse en socios, y este método de motivación ha tenido mucho éxito en particular en las áreas legales y contables.

#### **4.2.5. EDIFICIO Y CONSTRUCCIONES**

Se considera el requerimiento de un terreno para la construcción del centro de atención infantil. El edificio comprenderá área de sala maternal, sala preescolar, comedor, cocina, sanitarios, salas de juego y oficinas administrativas. Todas estas construcciones con una superficie aproximada de 490 m<sup>2</sup>.

#### **4.2.6. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO**

EL centro de atención a la infancia prestara un servicio asistencial y educacional a los niños en función de la edad de desarrollo en la que se encuentren. Es decir, la guardería se encargara de vigilar y cuidar a los niños que no puedan servirse por sí mismos y precisen una atención continua, pero también se presta un servicio educacional a los niños que, por su grado de desarrollo, estén en condiciones de recibir lecciones que faciliten su aprendizaje. Con horario de lunes a viernes de 8:00 am a 5:00 pm y los sábados de 8:00am a 02:00 pm.



#### **4.2.7. NOMBRE E IMAGEN**

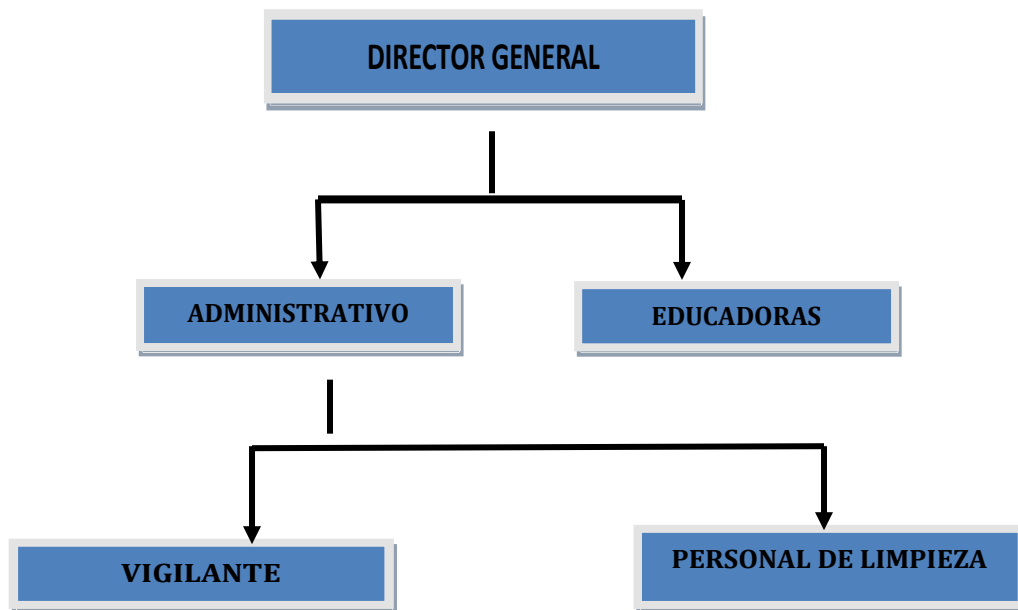
Es de suma importancia elegir el nombre y la imagen que se dará a los clientes, dado que esta decisión influye considerablemente el éxito o fracaso del proyecto.



El nombre increcendo en el proyecto, es un juego de palabras (no una traducción entre idiomas) que busca crear un impacto y penetración en la mente del consumidor, que invita a desarrollar el crecimiento tanto físico como psicológico del niño de una manera positiva. Se buscaron colores que fueran llamativos para lograr una mayor captación de clientes.

#### **4.2.8. ORGANIZACIÓN DEL RECURSO HUMANO**

El recurso humano constituye un importante elemento en la operación de un proyecto. Por tal motivo, es necesario identificar y cuantificar el tipo de personal que el proyecto requiere; así como determinar el costo en remuneraciones que ello implica.



#### **4.2.9. DESCRIPCIÓN DE PUESTOS**

##### **I. DIRECTOR**

Es la persona cuya actividad y función primordial, será la de verificar que se lleve a cabo el cumplimiento de la planeación general, llevar un control de los procesos y las tareas, y administrar los recursos de la mejor manera para alcanzar los objetivos de la guardería.

Además será quien proponga los lineamientos Institucionales para dar respuesta a las necesidades del niño y su familia.

Promoverá la interacción de los educadores, niños y familia para favorecer el enriquecimiento del tiempo del niño.

Coordinara, supervisara y evaluara las actividades que se desarrollan.

Atenderá los requerimientos materiales de las unidades a cargo.

Abastecerá y supervisará los menús diarios.

## **II. EDUCADORAS**

Son las personas que estarán más en contacto con los niños y que compartirán más tiempo con ellos. Impartirán enseñanzas basadas en los parámetros internos y de acuerdo a las edades de los niños.

## **III. PERSONAL ADMINISTRATIVO**

Llevar una administración efectiva de los recursos, en base a los requerimientos de la dirección general, y tener un control de los ingresos y gastos que se lleven a cabo, para las actividades operativas de la guardería.

Realizará en forma toda la tarea administrativa o de apoyo requerida por el equipo directivo, tales como: certificados, actas, notas, comunicaciones, legajos del personal. Todo lo referido a control de ausentismo, lleva registros de carpetas médicas, permisos, etc.

También mantendrá informado al equipo directivo sobre el procedimiento y resultados obtenidos en las acciones que le conciernen.

## **IV. VIGILANTE**

Garantizará la seguridad del personal pero especialmente de los niños, del establecimiento y los bienes de la Universidad de la guardería. Observar y aplicar correctamente las normas e indicaciones atinentes al funcionamiento del Servicio

de Vigilancia en relación con el mantenimiento y el orden. Atender e informar correctamente al público.

### **4.3. ESTUDIO FINANCIERO**

En este apartado se pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, el cual representa el costo total de la operación del centro infantil, así como otra serie de indicadores que servirán de base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica la cual nos indicara si el mismo es rentable o no; durante el desarrollo de este capítulo se presenta en forma desglosada cada uno de los costos necesarios para llevar a cabo el proyecto, así como la forma en que cada uno se constituyen para facilitar su comprensión.

#### **4.3.1. CAPACIDAD DEL SERVICIO**

Dadas las condiciones del diseño y construcción, se han distribuido las áreas de tal manera que el servicio que se ofrece sea suficiente, teniendo el personal adecuado para cubrir la demanda. La capacidad de las instalaciones es de 100 niños, considerando que no todos contratan los mismos horarios, ni utilizan las mismas horas dicho servicio, se pueden tener más de 100 niños inscritos.

#### **4.3.2. MATERIALES**

Al tratarse de un servicio lo que se está ofreciendo a los clientes, los materiales no tendrán una rotación continua, ya que los que sean adquiridos al inicio de operaciones serán utilizados durante largos periodos de tiempo.

Los materiales a utilizar serán:

<b>MATERIALES</b>					
<b>AREA</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL MENSUAL</b>
Dormitorios	Colchonetas	Pieza	5	\$250	1,250.00
	Almohadas	Pieza	10	\$100	1,000.00
	Cobijas	Pieza	5	\$250	1,250.00
	Sábanas	Pieza	5	\$240	1,200.00
	Canguros	Pieza	4	\$380	1,520.00
	Portabebés	Pieza	5	\$1,100	5,500.00
Comedor	Baberos	Pieza	5	\$60	300.00
Cocina	Platos	Pieza	20	\$30	600.00
	Vasos	Pieza	20	\$10	200.00
	Cucharas	Pieza	20	\$8	160.00
	Utensilios	Pieza	15	\$300	4,500.00
	Ollas para hervir agua	Pieza	3	\$600	1,800.00
	Cafetera	Pieza	1	\$420	420.00
	Base para garrafón de agua	Pieza	1	\$150	150.00
	Garrafón de agua	Pieza	1	\$30	30.00
	Biberones	Paquete	2	\$430	860.00
	Vaso entrenador		5	\$98	490.00
	Jabón	Cajas	5	\$14	70.00
	Gel antibacterial	Pieza	5	\$120	600.00
	Alcohol	Litro	2	\$48	96.00
	Vendas	Paquetes	10	\$13	130.00
	Curitas	Paquetes	3	\$60	180.00
	Termómetro	Pieza	1	\$65	65.00
	Merthiolate	Pieza	2	\$35	70.00
	Agua oxigenada	Pieza	2	\$30	60.00

Enfermería	Medicamentos pediátricos	Cajas	3	\$100	300.00
	Pomadas	Pieza	2	\$50	100.00
	Algodón	Paquete	1	\$35	35.00
	Gasas	Paquete	2	\$112	224.00
	Cinta adhesiva	Paquete	1	\$120	120.00
	Jeringas	Paquete	4	\$15	60.00
Limpieza	Escobas	Pieza	3	\$19	57.00
	Trapeadores	Pieza	3	\$18	54.00
	Botes de basura	Pieza	5	\$40	200.00
	Recogedores	Pieza	2	\$30	60.00
	Desinfectante	Litro	5	\$30	150.00
	Limpiavidrios	Litro	3	\$28	84.00
	Botes para agua	Pieza	3	\$15	45.00
	Aromatizantes	Pieza	5	\$40	200.00
	Jergas	Pieza	5	\$15	75.00
	Tapetes	Pieza	4	\$40	160.00
	Sacudidores	Pieza	2	\$20	40.00
	Guantes	Paquete	2	\$25	50.00
Sala de juegos y videos	Estantes	Pieza	2	\$450	900.00
	Pelotas	Pieza	3	\$30	90.00
	Sonajas	Pieza	3	\$100	300.00
	Mordederas	Pieza		\$80	-
	Cubos de plástico	Pieza	4	\$50	200.00
	Juguetes didácticos	Pieza	2	\$300	600.00
	Artículos para colorear	Caja	2	\$100	200.00
	Colores	Caja	1	\$90	90.00
	Plastilina	Caja	1	\$45	45.00
	Crayolas	Caja	1	\$150	150.00
	Marionetas	Pieza	4	\$30	120.00
	Cartulinas	Pieza	10	\$2.00	20.00

	Fomi	Pieza	10	\$2	20.00
	Hojas de colores	Paquete	10	\$15	150.00
	Arnés para niños que empiezan a caminar	Pieza	4	\$150	600.00
	Películas	Pieza	5	\$100	500.00
Sanitarios	Toallas	Pieza	4	\$60	240.00
	Papel higiénico	Caja	2	\$180	360.00
Medidas de Seguridad	Extinguidores Alarmas	Pieza	2	\$440	880.00
		Pieza	1	1390	1,390.00
	Candados	Pieza	5	\$29	350.00
Administración	Calculadora	Pieza	1	\$70	65.00
	Engrapadora	Pieza	2	\$65	80.00
	Lapiceros	Paquete	3	\$40	105.00
	Lápiz	Paquete	2	\$35	50.00
	Hojas de papel	Paquete	3	\$25	180.00
	Folders	Caja	3	\$60	180.00
	Marcadores	Caja	1	\$100	100.00
	Teléfono	Pieza	1	500	500.00
<b>TOTAL</b>					<b>32,980.00</b>

#### 4.3.3. MANO DE OBRA

NOMINA					
PUESTO	SALARIO DIARIO	SALARIO MENSUAL	No. DE PUESTOS	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Director	200.00	5,600.00	1	5,600.00	67,200.00
Administrativo	75.00	2,100.00	1	2,100.00	25,200.00
Educadora	150.00	4,200.00	4	16,800.00	201,600.00
Asistente de educadora	121.43	3,400.00	13	44,200.00	530,400.00
Cocinera Y Limpieza	60.57	1,695.96	1	1,695.96	20,351.52
Vigilante	60.57	1,695.96	1	1,695.96	20,351.52
<b>TOTAL</b>		<b>18,691.92</b>		<b>72,091.92</b>	<b>865,103.04</b>

#### 4.3.4. DETERMINACION DE PRESUPUESTO DE GASTOS

<b>GASTOS DE ADMINISTRACION</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
LUZ	500.00	6,000.00
NOMINA	72,091.92	865,103.04
TELEFONO	250.00	3,000.00
INTERNET	300.00	3,600.00
PAPELERIA	500.00	6,000.00
GAS	300.00	3,600.00
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>73,941.92</b>	<b>887,303.04</b>

<b>GASTOS DE VENTA</b>					
<b>PRODUCTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>TIEMPO DE COMPRA</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
Huevo	2 kg	36.00	Semanal	144.00	1,728.00
Pan blanco de caja	2 paquetes	48.00	semanal	192.00	2,304.00
Frijoles	3 kg	66.00	semanal	264.00	3,168.00
Jamón	2 kg	120.00	semanal	480.00	5,760.00
Salchicha	2kg	100.00	semanal	400.00	4,800.00
bolillo	pieza	25.00	diario	500.00	6,000.00
gelatina en polvo	caja	8.00	quincenal	600.00	7,200.00
queso	2kg	120.00	Semanal	480.00	5,760.00
tortillas de maíz	2kg	24.00	diario	480.00	5,760.00
cajeta	2 frascos	80.00	mensual	80.00	960.00
mermelada	2 frascos	60.00	mensual	60.00	720.00
atún	10 latas	90.00	mensual	90.00	1,080.00
pastas	6 bolsitas	24.00	semanal	480.00	5,760.00
galletas	3 paquetes	120.00	mensual	120.00	1,440.00
manzanas	4 kg	48.00	semanal	192.00	2,304.00
peras	4 kg		Semanal		



		60.00		240.00	2,880.00
plátanos	3 kg	45.00	semanal	180.00	2,160.00
naranjas	4 kg	54.00	semanal	216.00	2,592.00
pepinos	4 kg	60.00	semanal	240.00	2,880.00
jícamas	4 kg	60.00	semanal	240.00	2,880.00
mandarinas	4 kg	48.00	semanal	192.00	2,304.00
jitomates	4 kg	80.00	semanal	320.00	3,840.00
cebollas	3 kg	36.00	Semanal	144.00	1,728.00
zanahorias	4 kg	48.00	Semanal	192.00	2,304.00
papas	4kg	72.00	Semanal	288.00	3,456.00
calabaza	4 kg	64.00	Semanal	256.00	3,072.00
<b>TOTAL ALIMENTACION</b>				7,070.00	84,840.00
Publicidad				1,000.00	12,000.00
<b>TOTAL GASTOS VENTA</b>				<b>8,070.00</b>	<b>96,840.00</b>

#### 4.3.5. INVERSIÓN EN MOBILIARIO Y EQUIPO

Enseguida se muestra el mobiliario y equipo necesario para llevar a cabo la prestación del servicio, así como su costo y la cantidad estimada que se requiere.

#### MOBILIARIO Y EQUIPO

ÁREA	MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Dormitorios	Cunas	Pieza	10	\$ 1,000.00	\$ 10,000.00
	Corral	Pieza	8	\$ 1,000.00	\$ 8,000.00
	Andaderas	Pieza	5	\$ 1,000.00	\$ 5,000.00
Comedor	Sillas	Pieza	15	\$ 100.00	\$ 1,500.00
	Periqueras	Pieza	5	\$ 450.00	\$ 2,250.00

	Mesas	Pieza	5	\$ 439.00	\$ 2,195.00
Cocina	Refrigerador	Pieza	1	\$ 2,700.00	\$ 2,700.00
	Tanque de gas	Pieza	1	\$ 500.00	\$ 500.00
	Microondas	Pieza	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
Enfermería	Camilla	Pieza	1	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
Sala de juegos y videos	Estantes	Pieza	5	\$ 900.00	\$ 4,500.00
	Televisión	Pieza	1	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
	Mesa de trabajo con sillas		4	\$ 1,276.00	\$ 5,104.00
	DVD	Pieza	1	\$ 500.00	\$ 500.00
	CD'S, Películas	Pieza	1	\$ 700.00	\$ 700.00
Patio de juegos	Resbaladillas	Pieza	1	\$ 1,099.00	\$ 1,099.00
	Columpios	Pieza	1	\$ 700.00	\$ 700.00
	Rampa escalerilla				\$ -
Sanitarios	Baños	Pieza	4	\$ 860.00	\$ 3,440.00
	Bañera	pieza	2	\$ 800.00	\$ 1,600.00
Administración	Computadora	Pieza	1	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00
	Impresora	Pieza	1	\$ 900.00	\$ 900.00
	Escritorio	Pieza	3	\$ 700.00	\$ 2,100.00
	Sillas	Pieza	3	\$ 600.00	\$ 1,800.00
	Archivero	Pieza	2	\$ 1,800.00	\$ 3,600.00
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 74,888.00</b>

#### 4.3.6. OBRA CIVIL

##### TERRENO

<b>Valor terreno</b>	
Área	490.51
Costo por m2	2,000.00
<b>Costo terreno</b>	<b>981,020.00</b>

<b>Costo de construcción</b>	
Área	490.51
Costo por m <sup>2</sup>	5,000.00
Valor construcción	2,452,550.00
No. Plantas	1
<b>Total</b>	<b>2,452,550.00</b>
Área	235.6 m <sup>2</sup>
Costo por m <sup>2</sup>	5,000.00
Valor construcción	1,178,000.00
No. Plantas	1
<b>Total</b>	<b>1,178,000.00</b>
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>3,630,550.00</b>

<b>GASTOS PREOPERATIVOS</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>TOTAL</b>
Publicidad	3,000.00
Licencias y permisos	2,000.00
Tramites notariales	3,000.00
Contratación teléfono	200.00
Contratación internet	200.00
Seguros en caso siniestros	20,000.00
Contratación Luz	
<b>TOTAL</b>	<b>28,400.00</b>

#### 4.3.7. DETERMINACIÓN DE LAS DEPRECIACIONES ESPERADAS

<b>ACTIVO</b>	<b>VALOR</b>	<b>%</b>	<b>año1</b>	<b>año2</b>	<b>año3</b>	<b>año4</b>	<b>año5</b>
Edificio y construcciones	3,630,550.00	5%	181,527.50	181,527.50	181,527.50	181,527.50	181,527.50
Mobiliario y equipo	74,888.00		9,368.80	9,368.80	9,368.80	7,488.80	6,548.80
Total depreciación			190,896.30	190,896.30	190,896.30	189,016.30	188,076.30

ACTIVO	VALOR	%	año6	año7	año8	año9	año10
Edificio y construcciones	3,630,550.00	5%	181,527.50	181,527.50	181,527.50	181,527.50	181,527.50
Mobiliario y equipo	74,888.00		6,548.80	6,548.80	6,548.80	6,548.80	6,548.80
Total depreciación			188,076.30	188,076.30	188,076.30	188,076.30	188,076.30

#### 4.3.8. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

##### FINANCIAMIENTO

4 SOCIOS	APORTACIÓN
1er Socio	1,025,000.00
2do Socio	1,025,000.00
3er Socio	1,025,000.00
4to socio	1,025,000.00
Préstamo Bancario	590,000.00
<b>Total</b>	<b>4,690,000.00</b>

OPERACIONES INICIALES		
Préstamo	590,000.00	
Aportación socios	4,100,000.00	
Pago Terreno		981,020.00
Pago construcción		3,630,550.00
Pago mobiliario		74,888.00
	<b>4,690,000.00</b>	<b>4,686,458.00</b>
Saldo Inicial	3,542.00	

De acuerdo a la información anterior, la cual incluye gastos preoperativos, gastos de operación e inversiones, la inversión necesaria para llevar a cabo este proyecto es de \$ 4, 690,000.00

#### 4.3.9. CÁLCULO DEL PRESUPUESTO DE VENTAS PROYECTADO

<b>SERVICIO DE GUARDERIA</b>	<b>año 1</b>	<b>año 2</b>	<b>año 3</b>	<b>año 4</b>	<b>año 5</b>
Variación de Precio	0.0%	3.0%	3.0%	3.0%	3.0%
Precio	2,000.00	2,060.00	2,121.80	2,185.45	2,251.02
Unidades	90	100	100	100	100
Ventas totales	2,160,000	2,472,000	2,546,160	2,622,545	2,701,221

	<b>año 6</b>	<b>año 7</b>	<b>año 8</b>	<b>año 9</b>	<b>año 10</b>
Variación de Precio	3.0%	3.0%	3.0%	3.0%	3.0%
Precio	2,318.55	2,388.10	2,459.75	2,533.54	2,609.55
Unidades	100	100	100	100	100
Ventas totales	2,782,258	2,865,726	2,951,697	3,040,248	3,131,456

#### 4.3.10. CALCULO DEL FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO

	<b>año 1</b>	<b>año 2</b>	<b>año 3</b>	<b>año 4</b>	<b>año 5</b>
<b>SALDO INICIAL</b>	3,542.00	27,000.00	27,000.00	27,000.00	27,000.00
<b>ENTRADAS</b>					
Ventas Contado	2,160,000.00	2,472,000.00	2,546,160.00	2,622,544.80	2,701,221.14
Recuperación de Inversiones	299,993.98	299,993.98	1,352,107.85	2,509,926.64	3,725,142.98
Intereses de Inversión	6,077.62	1,624.97	7,323.92	13,595.44	20,177.86
<b>TOTAL DE ENTRADAS</b>	<b>2,466,071.60</b>	<b>2,773,618.95</b>	<b>3,905,591.76</b>	<b>5,146,066.88</b>	<b>6,446,541.98</b>
Saldo Disponible	2,469,613.60	2,800,618.95	3,932,591.76	5,173,066.88	6,473,541.98
<b>SALIDAS</b>					
Gastos de Venta	96,840.00	96,840.00	96,840.00	96,840.00	96,840.00
Gastos de Administración	887,303.04	887,303.04	887,303.04	887,303.04	887,303.04
Pago de Préstamo	540,833.33	49,166.67	-	-	-

Gastos Preoperativos	28,400.00	-	-	-	-
Impuestos	275,455.03	387,608.66	411,522.08	436,780.86	462,598.93
Pago de Intereses	44,454.86	592.73	-	-	-
<b>TOTAL SALIDAS</b>	<b>1,873,286.26</b>	<b>1,421,511.10</b>	<b>1,395,665.12</b>	<b>1,420,923.90</b>	<b>1,446,741.97</b>
Exceso o Insuficiencia	596,327.34	1,379,107.85	2,536,926.64	3,752,142.98	5,026,800.01
Inversiones	569,327.34	1,352,107.85	2,509,926.64	3,725,142.98	4,999,800.01
<b>SALDO FINAL</b>	<b>27,000.00</b>	<b>27,000.00</b>	<b>27,000.00</b>	<b>27,000.00</b>	<b>27,000.00</b>

	<b>año 6</b>	<b>año 7</b>	<b>año 8</b>	<b>año 9</b>	<b>año 10</b>
<b>SALDO INICIAL</b>	27,000.00	27,000.00	27,000.00	27,000.00	27,000.00
<b>ENTRADAS</b>					
Ventas Contado	2,782,257.78	2,865,725.51	2,951,697.28	3,040,248.20	3,131,455.64
Recuperación de Inversiones	4,999,800.01	6,336,059.32	7,735,881.81	9,201,263.41	10,734,260.24
Intereses de Inversión	27,082.25	34,320.32	41,902.69	49,840.18	58,143.91
<b>TOTAL DE ENTRADAS</b>	<b>7,809,140.04</b>	<b>9,236,105.16</b>	<b>10,729,481.78</b>	<b>12,291,351.78</b>	<b>13,923,859.79</b>
Saldo Disponible	7,836,140.04	9,263,105.16	10,756,481.78	12,318,351.78	13,950,859.79
<b>SALIDAS</b>					
Gastos de Venta	96,840.00	96,840.00	96,840.00	96,840.00	96,840.00
Gastos de Administración	887,303.04	887,303.04	887,303.04	887,303.04	887,303.04
Pago de Préstamo	-	-	-	-	-
Gastos Preoperativos	-	-	-	-	-
Impuestos	488,937.68	516,080.30	544,075.34	572,948.50	602,726.28
Pago de Intereses	-	-	-	-	-
<b>TOTAL SALIDAS</b>	<b>1,473,080.72</b>	<b>1,500,223.34</b>	<b>1,528,218.37</b>	<b>1,557,091.54</b>	<b>1,586,869.32</b>
Exceso o Insuficiencia	6,363,059.32	7,762,881.81	9,228,263.41	10,761,260.24	12,363,990.47
Inversiones	6,336,059.32	7,735,881.81	9,201,263.41	10,734,260.24	12,336,990.47
<b>SALDO FINAL</b>	<b>27,000.00</b>	<b>27,000.00</b>	<b>27,000.00</b>	<b>27,000.00</b>	<b>27,000.00</b>

#### 4.3.11. CÁLCULO DEL ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

ESTADO DE RESULTADOS					
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
VENTAS	2,160,000.00	2,472,000.00	2,546,160.00	2,622,544.80	2,701,221.14
UTILIDAD BRUTA	2,160,000.00	2,472,000.00	2,546,160.00	2,622,544.80	2,701,221.14
GASTOS					
Gastos de Venta	96,840.00	96,840.00	96,840.00	96,840.00	96,840.00
Gastos de Administración	887,303.04	887,303.04	887,303.04	887,303.04	887,303.04
Depreciación	190,896.30	190,896.30	190,896.30	189,016.30	188,076.30
Intereses Pagados	44,454.86	592.73	-	-	-
Productos Financieros	- 6,077.62	- 1,624.97	- 7,323.92	- 13,595.44	20,177.86
Gastos preoperativos	28,400.00	-	-	-	-
TOTAL GASTOS	1,241,816.58	1,174,007.10	1,167,715.42	1,159,563.90	1,152,041.48
UTILIDAD ANTES DE ISR	918,183.42	1,297,992.90	1,378,444.58	1,462,980.90	1,549,179.66
Impuestos	275,455.03	389,397.87	413,533.37	438,894.27	464,753.90
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>642,728.40</b>	<b>908,595.03</b>	<b>964,911.21</b>	<b>1,024,086.63</b>	<b>1,084,425.76</b>

	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10
VENTAS	2,782,257.78	2,865,725.51	2,951,697.28	3,040,248.20	3,131,455.64
UTILIDAD BRUTA	2,782,257.78	2,865,725.51	2,951,697.28	3,040,248.20	3,131,455.64
GASTOS					
Gastos de Venta	96,840.00	96,840.00	96,840.00	96,840.00	96,840.00
Gastos de Administración	887,303.04	887,303.04	887,303.04	887,303.04	887,303.04
Depreciación	188,076.30	188,076.30	188,076.30	188,076.30	188,076.30
Intereses Pagados	-	-	-	-	-
Productos Financieros	- 27,082.25	- 34,320.32	- 41,902.69	- 49,840.18	58,143.91
Gastos preoperativos	-	-	-	-	-
TOTAL GASTOS	1,145,137.09	1,137,899.02	1,130,316.64	1,122,379.16	1,114,075.43
UTILIDAD ANTES DE ISR	1,637,120.69	1,727,826.49	1,821,380.63	1,917,869.03	2,017,380.21
Impuestos	491,136.21	518,347.95	546,414.19	575,360.71	605,214.06
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>1,145,984.48</b>	<b>1,209,478.55</b>	<b>1,274,966.44</b>	<b>1,342,508.32</b>	<b>1,412,166.15</b>

**4.3.12. CÁLCULO DEL ESTADO DE POSICIÓN FINANCIERA  
PROYECTADO**

<b>BALANCE GENERAL</b>					
	<b>año 1</b>	<b>año 2</b>	<b>año 3</b>	<b>año 4</b>	<b>año 5</b>
<b>ACTIVO</b>					
Circulante					
Bancos	27,000.00	27,000.00	27,000.00	27,000.00	27,000.00
Inversiones	299,993.98	1,352,107.85	2,509,926.64	3,725,142.98	4,999,800.01
<b>TOTAL CIRCULANTE</b>	<b>326,993.98</b>	<b>1,379,107.85</b>	<b>2,536,926.64</b>	<b>3,752,142.98</b>	<b>5,026,800.01</b>
No circulante					
Edificio y construcciones	4,611,570.00	4,611,570.00	4,611,570.00	4,611,570.00	4,611,570.00
Mobiliario y equipo	74,888.00	74,888.00	74,888.00	74,888.00	74,888.00
Depreciación	- 190,896.30	- 381,792.60	- 572,688.90	761,705.20	949,781.50
<b>TOTAL NO CIRCULANTE</b>	<b>4,495,561.70</b>	<b>4,304,665.40</b>	<b>4,113,769.10</b>	<b>3,924,752.80</b>	<b>3,736,676.50</b>
<b>SUMA ACTIVO</b>	<b>4,822,555.68</b>	<b>5,683,773.25</b>	<b>6,650,695.74</b>	<b>7,676,895.78</b>	<b>8,763,476.51</b>
<b>PASIVO</b>					
Impuestos por pagar	30,660.62	32,449.82	34,461.11	36,574.52	38,729.49
Préstamos	49,166.67	-	-	-	-
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>79,827.28</b>	<b>32,449.82</b>	<b>34,461.11</b>	<b>36,574.52</b>	<b>38,729.49</b>
<b>CAPITAL</b>					
Capital social	4,100,000.00	4,100,000.00	4,100,000.00	4,100,000.00	4,100,000.00
Resultado ejercicios anteriores	-	642,728.40	1,551,323.42	2,516,234.63	3,540,321.26
Resultado del ejercicio	642,728.40	908,595.03	964,911.21	1,024,086.63	1,084,425.76
<b>TOTAL CAPITAL</b>	<b>4,742,728.40</b>	<b>5,651,323.42</b>	<b>6,616,234.63</b>	<b>7,640,321.26</b>	<b>8,724,747.02</b>

	<b>año 6</b>	<b>año 7</b>	<b>año 8</b>	<b>año 9</b>	<b>año 10</b>
<b>ACTIVO</b>					
Circulante					
Bancos	27,000.00	27,000.00	27,000.00	27,000.00	27,000.00
Inversiones	6,336,059.32	7,735,881.81	9,201,263.41	10,734,260.24	12,336,990.47
<b>TOTAL CIRCULANTE</b>	<b>6,363,059.32</b>	<b>7,762,881.81</b>	<b>9,228,263.41</b>	<b>10,761,260.24</b>	<b>12,363,990.47</b>
No circulante					



Edificio y construcciones	4,611,570.00	4,611,570.00	4,611,570.00	4,611,570.00	4,611,570.00
Mobiliario y equipo	74,888.00	74,888.00	74,888.00	74,888.00	74,888.00
Depreciación	- 1,137,857.80	- 1,325,934.10	1,514,010.40	1,702,086.70	1,890,163.00
<b>TOTAL NO CIRCULANTE</b>	<b>3,548,600.20</b>	<b>3,360,523.90</b>	<b>3,172,447.60</b>	<b>2,984,371.30</b>	<b>2,796,295.00</b>
<b>SUMA ACTIVO</b>	<b>9,911,659.52</b>	<b>11,123,405.71</b>	<b>12,400,711.01</b>	<b>13,745,631.54</b>	<b>15,160,285.47</b>
<b>PASIVO</b>					
Impuestos por pagar	40,928.02	43,195.66	45,534.52	47,946.73	50,434.51
Prestamos					
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>40,928.02</b>	<b>43,195.66</b>	<b>45,534.52</b>	<b>47,946.73</b>	<b>50,434.51</b>
<b>CAPITAL</b>					
Capital social	4,100,000.00	4,100,000.00	4,100,000.00	4,100,000.00	4,100,000.00
Resultado ejercicios anteriores	4,624,747.02	5,770,731.51	6,980,210.05	8,255,176.49	9,597,684.82
Resultado del ejercicio	1,145,984.48	1,209,478.55	1,274,966.44	1,342,508.32	1,412,166.15
<b>TOTAL CAPITAL</b>	<b>9,870,731.51</b>	<b>11,080,210.05</b>	<b>12,355,176.49</b>	<b>13,697,684.82</b>	<b>15,109,850.97</b>

#### **4.3.13. DETERMINACIÓN DEL COSTO DE CAPITAL O TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO**

Para crear cualquier organización, ésta requiera de una inversión inicial, tal es el caso de Incredendo guardería infantil la cual conformara su capital con la aportación de sus socios.

Antes de invertir, cualquier persona tiene en mente una tasa mínima de ganancia sobre la inversión realizada, a esta se le conoce como la tasa mínima aceptable de rendimiento. Se tiene la creencia de que esta tasa debe ser comprable a la tasa máxima que ofrecen los bancos por una inversión a plazo fijo (CETES), siempre y cuando estas mantengan un rendimiento equiparable al índice inflacionario vigente con el fin de que el dinero invertido en el banco mantenga su

poder adquisitivo, además es importante mencionar que el riesgo de asegurar el dinero invertido en el banco es prácticamente cero. Por lo tanto cuando un inversionista arriesga su dinero, le interesa un rendimiento que haga crecer su dinero a la par o más allá de los efectos de inflación. La fórmula para calcular la TMAR es:

$$\text{TMAR} = i + f + if$$

Dónde:

$i$  = premio al riesgo de invertir en empresas

$f$  = inflación

Para establecer el índice inflacionario se ha consultado al Banco de México el cual señala que la inflación cerró en 2014 en 4.1% al incrementarse el Índice Nacional de Precios al Consumidor en 0.49% durante diciembre.

Durante 2014 la inflación se vio distorsionada por la entrada en vigor de nuevas disposiciones fiscales en enero del mismo año.

Para 2015 se estima que la inflación se restablecerá en un 3 por ciento, ya que durante este año los precios no recibirán el impacto de la reforma fiscal, como ocurrió en 2014.

Según datos del mismo Banco de México, el valor del CETE se mantiene en un 4% promedio.

El valor del premio al riesgo dependerá del riesgo en que se incurra al hacer esa inversión, para dicho proyecto se ha establecido un valor de 10%.

En base a lo anterior, se obtuvieron los siguientes datos:

- $f = 7\%$
- $i = 10\%$

Desarrollando la fórmula:

$$\text{TMAR} = 7\% + 10\% + (.07)(.10) = 17\%$$

Por lo tanto la tasa mínima aceptable de rendimiento que la empresa debe ofrecer al inversionista es del 17%.

#### **4.3.14. DETERMINACIÓN DEL VALOR PRESENTE NETO**

El valor presente neto (VPN) se define como: “el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujo descontados a la inversión inicial”.

Los flujos de dinero traído del futuro al presente se les llama flujos descontados; sumar los flujos descontados en el presente y restárselos a la inversión inicial equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero.

Para aceptar el proyecto, la ganancias deberán ser mayores que los desembolsos, lo cual arrojará como resultado que el VPN sea mayor que cero.

La fórmula para calcular el VPN es:

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

Donde:

FNE= Flujo Neto de Efectivo

i= TMAR

El VPN del proyecto se calcula a continuación:

	VPN = - 4, 690,000.00
FNE <sub>1</sub>	292,791.36 / (1+.1700) <sup>1</sup> = 250,249.03
FNE <sub>2</sub>	1,052,113.87 / (1+.1700) <sup>2</sup> = 768,583.44
FNE <sub>3</sub>	1,157,818.80 / (1+.1700) <sup>3</sup> = 722,907.97
FNE <sub>4</sub>	1,215,216.34 / (1+.1700) <sup>4</sup> = 648,500.26
FNE <sub>5</sub>	1,274,657.03 / (1+.1700) <sup>5</sup> = 581,385.29
FNE <sub>6</sub>	1,336,259.31 / (1+.1700) <sup>6</sup> = 520,925.45
FNE <sub>7</sub>	1,399,822.49 / (1+.1700) <sup>7</sup> = 466,414.38
FNE <sub>8</sub>	1,465,381.60 / (1+.1700) <sup>8</sup> = 417,314.85
FNE <sub>9</sub>	1,532,996.83 / (1+.1700) <sup>9</sup> = 373,137.16
FNE <sub>10</sub>	1,602,730.23 / (1+.1700) <sup>10</sup> = 333,427.80
	392,845.62

#### 4.3.15. DETERMINACIÓN DE LA TASA INTERNA DE RENDIMIENTO

La Tasa Interna de Rendimiento (TIR) “es la tasa de descuento que hace que el VPN sea igual a cero”. (BACA, 1997:183).

“Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”. (BACA, 1997:183).

Con esta tasa se conoce el valor real del rendimiento del dinero y se calcula con la siguiente fórmula:

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

Donde:

P = inversión inicial

FNE = Flujos netos de efectivo

i= en este caso la “i” se determina por medio de tanteos de prueba y error, hasta que la “i” haga igual la suma de los flujos descontados, a la inversión inicial “P”.

	VPN = - 4, 690,000.00
FNE <sub>1</sub>	292,791.36 / (1+.1888) <sup>1</sup> = 246,284.26
FNE <sub>2</sub>	1,052,113.87 / (1+.1888) <sup>2</sup> = 744,422.59
FNE <sub>3</sub>	1,157,818.80 / (1+.1888) <sup>3</sup> = 689,089.75
FNE <sub>4</sub>	1,215,216.34 / (1+.1888) <sup>4</sup> = 608,369.16
FNE <sub>5</sub>	1,274,657.03 / (1+.1888) <sup>5</sup> = 536,766.42
FNE <sub>6</sub>	1,336,259.31 / (1+.1888) <sup>6</sup> = 473,326.84
FNE <sub>7</sub>	1,399,822.49 / (1+.1888) <sup>7</sup> = 417,082.29
FNE <sub>8</sub>	1,465,381.60 / (1+.1888) <sup>8</sup> = 367,263.63
FNE <sub>9</sub>	1,532,996.83 / (1+.1888) <sup>9</sup> = 323,181.76
FNE <sub>10</sub>	1,602,730.23 / (1+.1888) <sup>10</sup> = <u>284,213.30</u>
	4,690,000.00

Por lo tanto la TIR del proyecto es de 18.88% lo cual hace aceptable el proyecto ya que la TMAR es de 17%.

En el presente capítulo se han reunido los elementos necesarios para la evaluación del proyecto de inversión, el material investigado se ha organizado y agrupado de tal manera que nos permita saber si la inversión será rentable o no. De acuerdo a los resultados obtenidos se han elaborado presupuestos, estimaciones, estados financieros, que nos permitirán llegar a una conclusión.

En base a los datos anteriores, y de acuerdo al análisis de la información e investigación realizada en el presente proyecto, se puede concluir que el proyecto de inversión para la creación y desarrollo de guardería en la ciudad de Uruapan resulta factible ya que de acuerdo al análisis financiero y resultados obtenidos en los estados financieros proyectados se demuestra que la inversión inicial se

recuperará durante el tiempo en que se ha estimado el proyecto (10 años). Además el resultado que arroja el análisis financiero presentado en este capítulo, indica que el VPN resulta positivo y la TIR fue mayor a la TMAR lo cual demuestra que la inversión económicamente es rentable.

## CONCLUSIONES

El proceso de una nueva empresa u organización es sumamente complejo, debido a que es fácil manejar conceptos teóricos durante el desarrollo de los capítulos como se realizaron en esta investigación, sin embargo aplicarlo y convertirlo en un proyecto real es una tarea más compleja, dado que se requiere de una amplia investigación tanto documental como de campo que toma tiempo con el fin de obtener una idea más clara del campo en el cual deseamos incursionar y así poder tomar decisiones correctas sobre si se debe invertir o no.

Tal es el caso del presente trabajo, en el cual se ha realizado una profunda investigación acerca de la factibilidad de invertir en la creación y desarrollo de una guardería en la ciudad de Uruapan; ya que como se estudió en los capítulos anteriores, el servicio de guardería requiere de una investigación particular ya que se tiene a cargo el cuidado de niños y es una responsabilidad de importancia, además que siempre se buscará obtener un rendimiento óptimo.

En cuanto a la demanda del servicio de acuerdo a las investigaciones realizadas, las guardería cuentan con un mercado constante y exigente en cuanto a los requerimientos de dicho servicio, además que se tiene un mercado insatisfecho por lo que los clientes buscarían un servicio de mejor calidad y seguridad, lo cual refuerza una vez más la viabilidad del proyecto.

Para realizar la evaluación de un proyecto de inversión normalmente se debe contar con un equipo de profesionales que contribuyan al éxito del mismo,



tales como: Ingenieros, investigadores de mercado, administradores, químicos y contadores especialistas en varias ramas, teniendo como resultado de esta interacción un estudio completo de viabilidad técnica, económica y de mercado, que sirve como base para decidir la realización de alguna inversión. Es importante mencionar que la participación del Licenciado en contaduría es de suma importancia, ya que para que un inversionista se interesa en un proyecto y tome la decisión adecuada deberá contar con la interpretación financiera que el contador tenga como resultado de todas las operaciones a realizar por el grupo de profesionales, es decir, los estados y análisis financieros realizados por el contador son la parte crucial de tomar o no la decisión correcta sobre la inversión.

Considero que un proyecto de inversión es una investigación muy completa, ya que abarca datos de diferentes áreas, como elaboración de presupuestos, estrategias de marketing, estudio de costos, investigación de mercado, agrupación de datos estadísticos, indicadores financieros, elaboración de estados financieros, etc.; y esto proporciona a un contador una visión más amplia de su campo de trabajo.

Finalmente puedo concluir que en el estudio y evaluación de este proyecto se cumple con el objetivo de la investigación ya que se obtuvieron los datos necesarios para tomar una decisión acerca de si invertir resulta factible o no, y como se mencionó con anterioridad existe una demanda por este tipo de servicio debido a la necesidad que se tiene por parte de los padre de familia para dejar a sus hijos al cuidado de profesionales, además las condiciones para las

instalaciones son óptimas y resultan accesibles, y por supuesto también resulta factible el proyecto.

## BIBLIOGRAFÍA

- AGUILAR, Díaz Inmaculada et.al., Finanzas Corporativas en la Práctica. Delta Publicaciones Universitarias, España 2006.
- BACA, Urbina Gabriel. Evaluación de proyectos. Ed. McGraw Hill, 3<sup>a</sup>. Edición, México, 1999.
- BURBANO, Ruiz Jorge. Enfoque moderno de planeación y control de recursos. Ed. McGrawHill, 2<sup>a</sup>. Edición, Bogotá Colombia, 1995.
- COSS, Bu Raúl, Análisis y proyectos de Inversión. LIMUSA, México, 1990.
- CORTAZAR, Martínez Alfonso. Introducción al análisis de proyectos de inversión. Trillas, México 1993.
- DUTULLY, Roberto F. Planeación y control de costos. Ed. Trillas. México 1980.
- FERNÁNDEZ, Espinoza Saúl. Los proyectos de inversión. Editorial tecnológica de costa rica, 1<sup>a</sup>. Edición, Costa rica, 2007.

- HERNANDEZ, Hernández Abraham et.al., Formulación y evaluación de proyectos de inversión. Thomson, 5<sup>a</sup>. Edición, México, 2005.
- MIRANDA, Miranda Juan José. Gestión de proyectos: Identificación, Formulación, Evaluación financiera-económica-social-ambiental. MM Editores, 5<sup>a</sup>. Edición, Bogotá, 2005.
- ILPES, Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social. “Guía para la presentación de proyectos”, 13<sup>a</sup>. Edición 1985.