



SEP

SECRETARÍA DE
EDUCACIÓN PÚBLICA

TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO



Gobierno
del Estado
de Oaxaca

2010 - 2016



TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO

**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE
TEPOSCOLULA**

INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN

**NOMBRE DEL PROYECTO: “CREACIÓN DE LA
EMPRESA “CACSaLa” DEDICADA A LA
COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS DE
CARRIZO CON MARCA REGISTRADA,
ELABORADAS EN LA COMUNIDAD DE SAN
FRANCISCO CHINDÚA NOCHIXTLÁN OAXACA”.**

**NOMBRE DEL ALUMNO: SALAZAR CRUZ
JERONIMO**

**DIRECTOR DEL PROYECTO: LN. ROLANDO
GUADALUPE JIMÉNEZ GRANADOS**

**SAN PEDRO Y SAN PABLO TEPOSCOLULA,
OAXACA.**



CONTENIDO	
RESUMEN EJECUTIVO	3
CAPÍTULO 1.....	5
1. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA IDEA.....	5
1.1. Naturaleza de la Empresa	5
1.2 JUSTIFICACIÓN	6
1.3 FILOSOFIA EMPRESARIAL.....	7
1.3.1 Misión	7
1.3.2 Visión.....	7
1.3.3 Objetivos.....	7
1.3.4 Objetivos específicos.....	7
1.4. ANÁLISIS FODA.....	8
1.4.1 MATRIZ FODA	9
CAPÍTULO 2	10
2. EL MERCADO	10
2.1 SEGMENTACIÓN DE MERCADO	10
2.2 INVESTIGACIÓN DE MERCADO	11
2.3 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	12
2.4 COMPETENCIA.....	13
2.4.2 LAS 4 P´s DE LA MERCADOTECNÍA.....	13
CAPÍTULO 3	17
3. PRONÓSTICO DE VENTAS.....	17
3.1 PRESUPUESTOS DE INVERSIÓN.....	17
3.2 INVERSIÓN INICIAL.....	17
CAPÍTULO 4	18
4. ESTUDIO TÉCNICO	18
4.1 PROCESO PRODUCTIVO	18
4.2 CAPACIDAD DE LA PLANTA.....	19
4.3 MAQUINARIA Y EQUIPO.....	20
4.4 LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	21
CAPÍTULO 5	22
5. ASPECTO ADMINISTRATIVO	22
5.1 PLANTILLA LABORAL	22
5.2 ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN	23

5.3 CONSTITUCIÓN LEGAL	23
5.4 SUELDOS Y SALARIOS	24
5.5 RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL.....	24
CAPÍTULO 6	26
6. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO	26
6.1 INDICADORES FINANCIEROS.....	26
6.2 PUNTO DE EQUILIBRIO	28
6.3 FUENTES DE FINANCIAMIENTO	30

RESUMEN EJECUTIVO

1. **Descripción del proyecto de emprendimiento.** El presente plan de negocios se desarrolla para identificar la demanda que tienen las artesanías de carrizo, así como las distintas habilidades que coadyuven a los artesanos de la Comunidad de San Francisco Chindúa a comercializar sus artesanías hechas de carrizo, implementando estrategias de mercadotecnia para así poder entrar, crecer y permanecer en el mercado de tal manera que se obtengan beneficios económicos, lo que implicará realizar una investigación de mercado para conocer la oferta y la demanda de dichas artesanías.
2. **Carácter innovador del proyecto.** A través de este proyecto se verán reflejados los esfuerzos en la comercialización de estas artesanías; por ende, en los recursos percibidos de cada persona, creando el registro de una marca para darles el valor a las artesanías de carrizo de igual manera diseñar nuevas y mejores artesanías mediante estándares de calidad y de producción.
3. **Pertinencia del proyecto de emprendimiento (resolución de retos y/o problemas de la sociedad en sus ámbitos local, estatal, regional y/o nacional).** El objetivo de este proyecto de residencia profesional es la comercialización de artesanías de carrizo de tal manera que se pueda competir en el mercado, por lo anterior, un grupo de personas de la comunidad de San Francisco Chindúa Nochixtlán Oaxaca se involucren en la elaboración de artesanías de carrizo. Con el desarrollo de dicha actividad: rescatar la cultura que se tenía en la comunidad y que hoy en día se está perdiendo; pero que a la vez estas personas obtengan un beneficio económico; por lo tanto, el interés de cada persona se verá reflejado en los ingresos que se perciban.
4. **Identificación de mercado y sus posibilidades de crecimiento nacional e internacional.**
 - Psicográfica: son personas con recursos medios y altos que adquieren productos para lujo de la casa o para utilizar en labores del hogar o del campo.
 - Demográfica: son personas de entre 25 y 70 años de edad con sexo indistinto.

- geográfica: Abarca todo el distrito de Asunción Nochixtlán Oaxaca abarcando las comunidades circunvecinas pertenecientes a este distrito con una visión en el mercado estatal en un año y mercado nacional en 3 años y más de 4 años mercado internacional.

5. **Planeación del proyecto:** recursos materiales, económicos, humanos e infraestructura necesarios para llevar a cabo el proyecto, Y Presupuesto del proyecto. INVERSIÓN FIJA

Concepto		Unidad	Cantidad	Costo unitario	Montos	Programa	Socios	total
Computadora		1	pieza	\$15000.00	\$15000.00			\$15000.00
transporte		1	pieza	\$150000.00	\$150000.00			\$150000.00
cuchillo		5	pieza	\$50.00	\$250.00			\$250.00
Mesas		5	pieza	\$300.00	\$1500.00			\$1500.00
Vitrinas		1	pieza	\$5000.00	\$5000.00			\$5000.00
Sillas		5	pieza	\$300.00	\$1500.00			\$1500.00
Navaja		5	pieza	\$100.00	\$500.00			\$500.00
Escoba		2	pieza	\$60.00	\$60.00			\$60.00
Impresora		1	pieza	\$3000.00	\$3000.00			\$3000.00
Recogedor		2	pieza	\$30.00	\$60.00			\$60.00
Cubeta		2	pieza	\$50.00	\$100.00			\$100.00
Jalador		1	pieza	\$30.00	\$30.00			\$30.00
Metro		5	pieza	\$80.00	\$400.00			\$400.00
Mostradores		1	pieza	\$5000.00	\$5000.00			\$5000.00
Total de inversión fija								\$182,400.00

INVERSIÓN DIFERIDA

Concepto	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Montos	Programa	Socios	Total
Registro de marca	Documento	1	\$3000.00	\$3000.00			\$3000.00
Acta constitutiva	Documento	1	\$15000.00	\$15000.00			\$15000.00
Contrato de luz	Documento	1	\$5000.00	\$5000.00			\$5000.00
Contrato de agua	Documento	1	\$5000.00	\$5000.00			\$5000.00
Renta del local	Documento	1	\$1000.00	\$1000.00			\$1000.00
Permiso municipal	Documento	1	\$3000.00	\$3000.00			\$3000.00
Total de inversión diferida							\$32,000.00

Inversión fija + inversión diferida = \$182,400.00 + \$32,000.00= 214,400.00

6. **Contexto legal y ético que permitirá la implementación de la empresa o negocio.** La comercialización de artesanías de carrizo corresponderá a una **sociedad anónima** ya que esta es una sociedad formalmente mercantil, de carácter capitalista, se identifica con denominación, tiene un capital dividido representado en títulos llamados acciones, y los socios limitan su responsabilidad hasta el monto total de las acciones que son de su propiedad.
7. **Especificar si se cuenta con la patente o se inició el proceso de patentamiento u otro medio de protección.** Se inició y finalizó el proceso de registro de la marca y se está en espera del título de registro de la misma ante el IMPI
8. **Descripción del perfil de cada emprendedor y su aporte al proyecto.** Único integrante del proyecto: Jerónimo Salazar Cruz, residente profesional de la ingeniería en administración del Instituto Tecnológico Superior de Teposcolula, esta idea de negocio es única y exclusivamente mía ya que observe una de las necesidades de mi Comunidad de procedencia que es San Francisco Chindúa Nochixtlán Oaxaca y decidí adquirir los conocimientos y posteriormente coadyuvar a los artesanos de esta comunidad y valorar las artesanías al introducir las artesanías de carrizo a un mercado es por esto que se espera en un corto plazo crear la empresa “CACSala” dedicada a comercializar dichas artesanías con marca registrada que elaboran los artesanos de San Francisco Chindúa.

CAPÍTULO 1.

1. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA IDEA.

1.1. Naturaleza de la Empresa

Durante las dos décadas pasadas, el mundo ha atravesado por un proceso de globalización que trae como consecuencia una creciente interdependencia económica, financiera, de mercado, política, cultural, social y ambiental entre las naciones. La globalización de la economía afecta de manera determinante el desempeño de los negocios de artesanías por lo que los conceptos de competitividad e innovación se han convertido en un tema interesante que necesita ser analizado, ya que como dicen (Solleiro & Castañón, 2005) en el análisis de la competitividad se ha dado como un denominador desde cualquier perspectiva que sea enfocada: “la competitividad depende de la capacidad de innovar”.

El presente plan de negocios se desarrolla para identificar la demanda que tienen las artesanías de carrizo, así como las distintas habilidades que coadyuvan a los artesanos de la Comunidad de San Francisco Chindúa a comercializar sus artesanías hechas de carrizo, implementando estrategias de mercadotecnia para así poder entrar, crecer y permanecer en el mercado de tal manera que se obtengan beneficios económicos, lo que implicará realizar una investigación de mercado para conocer la oferta y la demanda de dichas artesanías, para determinar el conocimiento que tiene la comunidad sobre la elaboración de los mismos.

Las empresas a través del uso eficiente de los recursos productivos, desarrollan y aplican nuevas tecnologías para incrementar su competitividad lo que da como

resultado una línea de producción, obteniendo productos iguales, a diferencia de un negocio de artesanías que si fuese de esta manera perdería el valor artesanal ya que son productos únicos, similares pero no iguales ya que cada uno es realizado por un proceso tradicional físico y perdería el valor artesanal, es por ello que nace la idea de realizar presente plan de negocios para comercializar artesanías de carrizo de la comunidad de San Francisco Chindúa Nochixtlán Oaxaca”. Consiste en buscar un segmento real de mercado para comercializar estas artesanías.

1.2 JUSTIFICACIÓN

La inminente globalización a través del desarrollo de los medios masivos de comunicación, ha generado que las empresas enfoquen sus esfuerzos hacia los nuevos mercados para lo cual uno de los primeros requisitos es conocer el terreno en el que se está dando la competencia, que a su vez marca las necesidades y satisfactores que requiere el consumidor final de los productos. El objetivo de este proyecto de residencia profesional es la comercialización de artesanías de carrizo de tal manera que se pueda competir en el mercado, por lo anterior, un grupo de personas de la comunidad de San Francisco Chindúa Nochixtlán Oaxaca se involucren en la elaboración de artesanías de carrizo. Con el desarrollo de dicha actividad: rescatar la cultura que se tenía en la comunidad y que hoy en día se está perdiendo; pero que a la vez estas personas obtengan un beneficio económico; por lo tanto, el interés de cada persona se verá reflejado en los ingresos que se perciban.

A través de este proyecto se proporcionarán estrategias mercadológicas adecuadas a los artesanos, que se dedican a trabajar este tipo de artesanías obteniendo mayores utilidades en la comercialización de sus productos artesanales, de la misma manera que los jóvenes de esta comunidad reconozca su cultura; que se vean reflejados los esfuerzos en la comercialización de estas artesanías por ende en los recursos percibidos de cada persona. La Mercadotecnia ayudará a comercializar ya que esta se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa en relación con el precio, la promoción, distribución y venta de bienes y servicios que ofrece, así como la definición del producto o servicio con base en las preferencias del consumidor, de forma tal que permitan crear un intercambio (entre empresa y consumidor) que satisfaga los objetivos de los clientes y de la propia organización. (Kotler, Fundamentos de mercadotecnia, 1984)

Las estrategias de mercadotecnia son un factor de suma importancia como determinante para la preservación de la cultura y tradiciones. Se trata de un proceso visionario de la economía entre diversas medidas para la conservación de productos tradicionales en la población, por estas razones el presente estudio percibe desarrollar estrategias dirigidas a la elaboración de objetos artesanales con materia prima que existe en la comunidad, con la finalidad de que las personas conozcan las diferentes opciones en mercadotecnia para poder vender sus productos. Todo producto o servicio debe ir encaminado a la satisfacción de una necesidad o a la solución de un problema de un segmento de mercado definido. Lo anterior es la base que fundamenta el posible éxito de una empresa, por lo que se deben establecer correcta y concretamente esos elementos de éxito. (Lipson A, 1979).

Las diferentes estrategias son fuentes principales en las empresas ya que gracias a estas se pueden vender con mayor facilidad los productos en el mercado, como

se muestra en la imagen 4 que a continuación se describe; esto me proporciona de manera muy general los aspectos que debo de tomar en cuenta para desarrollar una investigación de campo para ayudar con estrategias al desarrollo económico de las personas de dicha comunidad.

1.3 FILOSOFIA EMPRESARIAL

1.3.1 Misión

Fomentar el desarrollo artesanal Mexicano y Oaxaqueño más competitivo dentro del mercado, comercializando artesanías de carrizo con diseños exclusivos y de calidad que son elaboradas por artesanos de la comunidad de San Francisco Chindúa Nochixtlán Oaxaca, mediante una atención personalizada, innovadora y eficiente que permite satisfacer las necesidades de los consumidores o clientes.

1.3.2 Visión

Seremos una empresa que comercializa artesanías de carrizo innovadoras con altos estándares de calidad en la materia prima y manufacturera creando una imagen de prestigio y exclusividad que fortalezca el perfil interno y externo de la comercialización, reconocida a nivel regional y estatal para ayudar a mejorar la calidad de vida de artesanos de la comunidad de San Francisco Chindúa Nochixtlán Oaxaca.

1.3.3 Objetivos

Ser el enlace comercializador entre el productor y el cliente en el mercado de artesanías de carrizo de la población de San Francisco Chindúa Nochixtlán Oaxaca, con el fin de obtener más rentabilidad y volumen de venta de los productos para que los emprendedores y proveedores artesanos obtengan ingresos económicos representativos, así como la proyección regional, estatal y nacional no solo de sus artesanías sino también de su cultura indígena y de sus tradiciones.

1.3.4 Objetivos específicos

- 1) Contar con un negocio rentable después del primer año al vender mucho más que el volumen calculado en el punto de equilibrio.
- 2) Contribuir con el desarrollo socio-económico de la comunidad artesanal proveedora debido a la aceptación de los productos a comercializar, de esta manera se estará incentivando e inyectando ingresos económicos a su actividad gracias al incremento en las ventas.
- 3) Posicionar y obtener reconocimiento de los productos y marca a nivel estatal y nacional al vender a varios clientes en el mercado estatal y nacional.
- 4) Determinar el conocimiento que tiene la comunidad sobre la elaboración de productos de carrizo.
- 5) Diseñar estrategias de promoción y publicidad que se adecuen para la venta de los productos hechos de carrizo.

1.4. ANÁLISIS FODA

Para el análisis de la información se utilizó la herramienta de análisis foda que consiste en analizar los factores internos que son las fortalezas y las debilidades y los factores externos que son las oportunidades y amenazas de tal manera que al compararse se maximicen las fortalezas y las oportunidades y se minimicen las debilidades y las amenazas.

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
F1. Se tiene conocimiento del proceso para elaborar una artesanía de carrizo en la comunidad de San Francisco Chindúa Nochixtlán Oaxaca.	D1. Falta de mercado para vender los productos.
F2. Se tiene la materia prima en la región.	D2. Demasiado tiempo para la elaboración de una artesanía de carrizo
F3. Se ofrece un estándar de calidad del producto.	D3. Bajo precio ante el tiempo de elaboración de cada artesanía
F4. Se tiene relación con los artesanos que saben trabajar estas artesanías en la Comunidad de San Francisco Chindúa	D4. Falta de materiales y maquinaria para la elaboración.
F5. Creación de una sociedad o grupo de trabajo.	D5. Falta de financiamiento interno
	D6. Falta de instalación

FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
O1. Se aprovechan los recursos naturales.	A1. Se desconoce la demanda de las artesanías de carrizo
O2. Cuidado de los recursos naturales	A2. Competencia en el mercado con productos industrializados
O3. La materia prima es satisfactoria para todo el año.	A3. Se desconoce la cantidad de personas que elaboran artesanías de carrizo en el estado de Oaxaca
O4. Los artesanos buscan satisfacer sus necesidades.	A4. Se desconoce la cantidad de consumidores en el estado de Oaxaca.
O5. Aprender a elaborar estas artesanías.	A5. Falta de financiamiento externo
O6. Interés por colaborar por parte de los artesanos de la comunidad de San Francisco Chindúa	A6. Alto costo de los productos de carrizo ante la competencia con productos industrializados.

1.4.1 MATRIZ FODA

<p>FACTORES INTERNOS</p> <p>FACTORES EXTERNOS</p>	<p>LISTA DE FORTALEZAS</p> <p>F1. Se tiene conocimiento del proceso para elaborar una artesanía de carrizo en la comunidad de San Francisco Chindúa Nochixtlán Oaxaca.</p> <p>F2. Se tiene la materia prima en la región.</p> <p>F3. Se ofrece un estándar de calidad del producto.</p> <p>F4. Se tiene relación con los artesanos que saben trabajar estas artesanías en la Comunidad de San Francisco Chindúa</p> <p>F5. Creación de una sociedad o grupo de trabajo.</p>	<p>LISTA DE DEBILIDADES</p> <p>D1. Falta de mercado para vender los productos.</p> <p>D2. Demasiado tiempo para la elaboración de una artesanía de carrizo</p> <p>D3. Bajo precio ante el tiempo de elaboración de cada artesanía</p> <p>D4. Falta de materiales y maquinaria para la elaboración.</p> <p>F5. Falta de financiamiento interno</p> <p>F6. Falta de instalación</p>
<p>LISTA DE OPORTUNIDADES</p> <p>O1. Se aprovechan los recursos naturales.</p> <p>O2. Cuidado de los recursos naturales</p> <p>O3. La materia prima es satisfactoria para todo el año.</p> <p>O4. Los artesanos buscan satisfacer sus necesidades.</p> <p>O5. Aprender a elaborar estas artesanías.</p> <p>O6. Interés por colaborar por parte de los artesanos de la comunidad de San Francisco Chindúa</p>	<p>(F1-O1)</p> <p>Con el conocimiento del proceso para elaborar una artesanía de carrizo se aprovechan los recursos naturales en la comunidad de San Francisco Chindúa Nochixtlán Oaxaca.</p> <p>(F2-O2)</p> <p>La materia prima cumple con ciertos estándares de calidad aprovechándola en un 80%.</p>	<p>(D1-O1)</p> <p>Buscar nuevos mercados para colocar o vender las artesanías de carrizo.</p> <p>(D4-O4)</p> <p>Con el interés de cada artesano para elaborar artesanías de carrizo se puede combatir el financiamiento interno.</p>
<p>LISTA DE AMENAZAS</p> <p>A1. Se desconoce la demanda de las artesanías de carrizo</p>	<p>(F4-A4)</p> <p>Crear un grupo de trabajo o una sociedad con los artesanos para conseguir financiamiento externo y así</p>	<p>(D4-A2)</p> <p>Con el la adquisición del financiamiento interno adquirido en las artesanías de carrizo se puede</p>

<p>A2. Competencia en el mercado con productos industrializados</p> <p>A3. Se desconoce la cantidad de personas que elaboran artesanías de carrizo en el estado de Oaxaca</p> <p>A4. Se desconoce la cantidad de consumidores en el estado de Oaxaca.</p> <p>A4. Falta de financiamiento externo</p> <p>A5. Alto costo de los productos de carrizo ante la competencia con productos industrializados.</p>	<p>adquirir o comprar maquinaria y material de equipo y de trabajo.</p>	<p>competir con los productos industrializados; ya que se reducirán tiempos y esfuerzos por parte de los artesanos de la Comunidad de San Francisco Chindúa Nochixtlán Oaxaca.</p>
--	---	--

CAPÍTULO 2

2. EL MERCADO

2.1 SEGMENTACIÓN DE MERCADO

9. Segmentación del mercado

- Psicográfica: son personas con recursos medios y altos que adquieren productos para lujo de la casa o para utilizar en labores del hogar o del campo.
- Demográfica: son personas de entre 25 y 70 años de edad con sexo indistinto.
- geográfica: Abarca todo el distrito de Asunción Nochixtlán Oaxaca abarcando las comunidades circunvecinas pertenecientes a este distrito.

10. Tipos de mercado:

- Mercado real: son personas que compran artesanías solo una vez, en este caso son personas ricas o de clase social alta, la mayoría hombres.
- Mercado potencial: son todas las personas que compran artesanías consecutivamente, personas de clase social baja o media por lo regular en su mayoría mujeres.

11. Target Group: Son las mujeres con una edad de 25 a 70 años de edad el punto fuerte para mandar a la venta las artesanías de carrizo.

12. Beneficios:

- Social: Estas artesanías podrán satisfacer las necesidades de estas personas para el fin que se les confiera.
- Económico: la empresa deberá obtener beneficios económicos en las ventas de sus artesanías.

- Ambiental: la materia prima que se utiliza para elaborar estas artesanías es el carrizo del cual se aprovecha el 90%, esta planta se consigue en la misma región y su extracción o corte no afecta al medio ambiente.
- Administrativo: son bienes que adquiere la empresa para el control de sus operaciones.
- Tipo de mercadotecnia: la mercadotecnia que se utilizará será por producto ya que es una gama o serie de diferentes artesanías las que se venderán en el mercado como lo son los frutereros canastas, canastos, yaguales y artículos para lujo de la casa.
- Consumidor:
 - Aspecto cultural: son personas con cultura indígena con clase social media alta y baja, con diferentes costumbres, creencias y tradiciones.
 - Aspecto social: impacta el estatus económico y la familia de cada cliente o consumidor; por lo cual se busca satisfacer a estos elementos.
 - Aspecto personal: la ocupación ni el estilo de vida la personalidad no impactan en este apartado ya que este producto satisface diferentes necesidades como lujos y trabajos del hogar o del campo.

2.2 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

- tamaño de mercado.

calcular la demanda primaria: Para la aplicación de las encuestas se toma como base el muestreo probabilístico para seleccionar la muestra y conocer la oferta y demanda de las artesanías de carrizo que tienen en el mercado. Son personas de entre 25 y 60 años de edad ubicadas en la ciudad de Asunción Nochixtlán Oaxaca, así como en poblaciones circunvecinas pertenecientes a este distrito, con gastos promedios anuales de \$200.00 a \$500.00 m/n en artesanías en general lo cual nos permite visualizar las artesanías de carrizo en un punto estratégico para la producción, de manera que se vea el impacto en cada venta.

- conocer los datos demográficos:
 - Total de habitantes de Nochixtlán y sus comunidades: 30000
 - Hombres: 10000
 - Mujeres: 12000
 - Niños y niñas: 8000
 - De estos posibles clientes que entran en el rango de edad son: 10,000.

- DESCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA.

Se describen las personas o grupos que constituyen los sujetos de la investigación de mercado de los cuales se extrae la muestra para la aplicación de encuestas para conocer la oferta y la demanda de las artesanías de carrizo.

- Se utilizan formulas estadísticas matemáticas:
- En esta investigación se utiliza la siguiente formula:

$$n = \frac{N}{1 + (e'' * N)}$$

DONDE:

n= tamaño de la muestra que se desea calcular

e= nivel de error muestral elevado al cuadrado por lo general para este tipo de muestreo se trabaja con el 5% de error (0.05).

N= población para el cual el estudio es válido = 10,000.00

$$n = \frac{10,000.00}{1 + (0.0025 * 10,000.00)} = 384.61 \text{ redondeado es } = 385 \text{ personas}$$

2.3 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Las fuentes pueden ser:

- Ajenas a la empresa, como datos estadísticos e información que proporcionan INEGI, Banco de México, BANCOMEXT, entre otros.

Fuentes de información especializada para el giro (revistas, folletos, instituciones especializadas, entre otras):

Nombre	Dirección y teléfono
• Artesanías Tradicionales de México (folletos)	"FONART" Av. Patriotismo 691 Col. Mixcoac.
• Como acercarse a la artesanía (libro)	"FONART" Av. Patriotismo 691 Col. Mixcoac.
• Programa Nacional de Artesanías de la Secretaría de Economía	Insurgentes Sur 1940 Col. Florida

Cámaras empresariales y asociaciones de industriales vinculadas al giro:

Nombre	Dirección y teléfono
• FONART (Fondo Nacional para el Fomento de las Artes)	"FONART" Av. Patriotismo 691 Col. Mixcoac. Tel. 5981666
• Agrupación de Artesanos de Metepec	Ayuntamiento de Metepec, Morelos.
• Agrupación Mexicana de Arte y Cultura	Río Amazonas 17 C.P. 06500 Tel. 5667684
•	

2.4 COMPETENCIA

2.4.1 CUADRO DE ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

COMPETIDOR	PRODUCTO	SERVICIO	VARIEDAD	CALIDAD	PRECIO	PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO %
Artesanías de palma	Sombreros, Petates, Sopladores, Tenates, Monederos, Lujos	Bajo e ineficiente	Poca	Buena	Muy barato	10%
Artesanías de barro	Hoyas, cazuelas, platos, jarrones, tazas, floreros, lujos.	Bajo e ineficiente	Poca	Buena	Muy barato	10%
Artesanías de madera	Alebrijes, sillas, mesas, roperos, lujos.	Bajo y amable	Poca	Muy buena	Normal	10%
Productos industrializados	Bolsas, morrales, tenates, canastos, sombreros, etc.	Medio servicio	Demasiada	Mala	Barato	55%
Artesanías de pinos ocotales	Lujos	Bajo	Poca	Buena	Barato	5%
Artesanías de basura reciclada	Carteras monederos, flores, floreros,	Bajo e ineficiente	Poca	Buena	Barato	5%
Artesanías de hoja de totomoxtle	Flores	Bajo	poca	Buena	Barato	5%

2.4.2 LAS 4 P's DE LA MERCADOTECNÍA

4 P's de la mercadotecnia.

Para que un producto llegue a su mercado, la mercadotecnia es una estrategia que abarca Producto, Precio, Publicidad y Punto de venta ("las 4 P").

Consiste en definir de manera coherente cuatro elementos centrales para que, en simultáneo, el cliente perciba su valor y lo quiera comprar, y la empresa de artesanías de carrizo invierta sus recursos de manera eficiente.

- Producto. artesanías de carrizo en diferentes tamaños con una diversidad de diseños; satisfaciendo necesidades para el uso que cada uno de los posibles clientes les confiera.

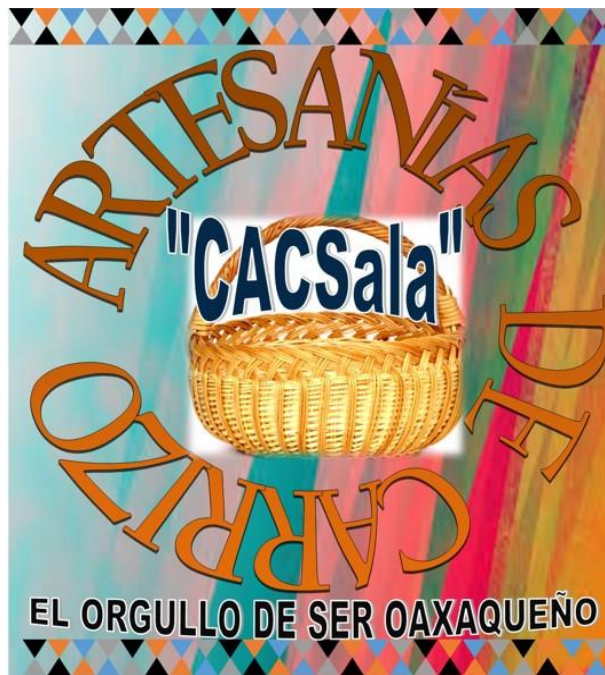
Características:

- Producto: “artesanías de carrizo”
- Elaboración mediante estándares de calidad en cuanto a el tiempo de elaboración y el proceso
- Variedad en diseños
- Calidad en la materia prima
- Precios justos
- Productos barnizados y pintados
- Empaque transparente
- Productos mostrados en un catálogo de productos
- Nombre de la marca: “CACsala”
- Slogan del producto: “EL ORGULLO DE SER OAXAQUEÑO”.

Ilustración 1. Etiqueta



Ilustración 2. Logotipo



- Precio.

Fijación del Precio:

Así como el producto, la promoción y la plaza; afectan al volumen de ventas de la empresa y finalmente a su cuadro de ganancias, el precio como parte de la mezcla comercial, está siempre a prueba y ningún precio puede considerarse permanente. El precio tiene muchas dimensiones y brinda al gerente de comercialización la oportunidad de ajustar su oferta a un mercado meta deseada.

Importancia del precio.

- ⊙ El precio es el principal determinante que ha operado para el consumidor pueda seleccionar lo que quiere comprar.
- ⊙ El precio es el único elemento de la mezcla de mercadotecnia que produce más ingresos y dependen también la fácil comercialización al acceso que tengan de los productos.

Asignación de precio al producto: de acuerdo a los costos fijos y los costos variables y de la utilidad deseada se asigna el precio utilizando la siguiente fórmula matemática; para conocer la rentabilidad deseada antes se debe comparar con productos existentes en el mercado, con la competencia, es decir, para que no eleve las expectativas de los precios ante la competencia y así se logre tener ventas.

$$\text{Precio unitario} = \frac{\text{Costo Unitario}}{(1 - \text{Rentabilidad deseada})}$$

$$\text{Precio unitario} = \frac{200.00}{(1 - 30\%)}$$

$$\text{Precio unitario} = \frac{200.00}{(0.7\%)}$$

$$\text{Precio unitario} = \frac{200.00}{(0.7\%)} = \$285.71$$

El precio se fijara para la gama de productos artesanales proporcionándole una utilidad deseada a cada uno de ellos.

- Publicidad.

La publicidad consiste en todas las actividades que comprenden la presentación a un grupo de un mensaje no personal, que se identifica con el patrocinador; sobre un producto o empresa. Para vender las artesanías se diseñara una adecuada campaña publicitaria.

- ✓ Volantes

Ilustración 3

PRIMER GRAN VENTA DE ARTESANÍAS DE CARRIZO EN EL DISTRITO DE ASUNCIÓN NOCHIXTLÁN OAXACA

Entrada libre
Horario de atención: de 8am a 8pm.
Interesados comunicarse al tel. 9511574965
Correo: arte_carrizo@hotmail.com
Pagina de internet: http:arte.carrizo.oax.com.mx

INNOVACIÓN
DESARROLLO
TRADICIONES
ARTE
CULTURA

CARRIZO
!!No fates te esperamos!!

- Punto de venta.

La empresa “CACSala” estará ubicada en la Comunidad de San Francisco Chindúa; comercializará sus artesanías de carrizo en el Distrito de Asunción Nochixtlán Oaxaca, y en las comunidades circunvecinas.

CAPÍTULO 3

3. PRONÓSTICO DE VENTAS

3.1 PRESUPUESTOS DE INVERSIÓN

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA

materia prima	cantidad por unidad	cantidad por mes	manejo especial	precio por mes
carrizo	8 carrizos	300 carrizos	N/A	\$100.00
barniz	1/3	2 litros	N/A	\$200.00
pintura de aceite	1/3	5 litros de diferente color	N/A	\$300.00
llegalan	2	50 varas	N/A	\$50.00
palma	Una tira	Un rollo	N/A	\$250.00
Total por mes				\$900.00

PRECIO ESTIMADO POR AÑO DE LA MATERIA PRIMA= \$18000.00

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA POR UNIDAD

Materia prima	Proveedor	Precio	Calidad	Servicios que ofrece	Línea de crédito	Facilidad de acceso
carrizo	Artesanos	\$.50 c/u	Buena		N/A	Muy buena
barniz	Comex	un litro \$75.00	Buena		N/A	Buena
pintura de aceite	Comex	un litro \$75.00	Buena		N/A	Buena
llegalan	Artesanos	\$.50 c/u	Buena		N/A	Buena
palma	Jaltepec	\$200.00 un rollo	Buena		N/A	Buena

3.2 INVERSIÓN INICIAL

INVERSIÓN FIJA

Concepto		Unidad	Cantidad	Costo unitario	Montos	Programa	Socios	total
Computadora		1	pieza	\$15000.00	\$15000.00			\$15000.00
transporte		1	pieza	\$150000.00	\$150000.00			\$150000.00
cuchillo		5	pieza	\$50.00	\$250.00			\$250.00
Mesas		5	pieza	\$300.00	\$1500.00			\$1500.00
Vitrinas		1	pieza	\$5000.00	\$5000.00			\$5000.00
Sillas		5	pieza	\$300.00	\$1500.00			\$1500.00

Navaja		5	pieza	\$100.00	\$500.00			\$500.00
Escoba		2	pieza	\$60.00	\$60.00			\$60.00
Impresora		1	pieza	\$3000.00	\$3000.00			\$3000.00
Recogedor		2	pieza	\$30.00	\$60.00			\$60.00
Cubeta		2	pieza	\$50.00	\$100.00			\$100.00
Jalador		1	pieza	\$30.00	\$30.00			\$30.00
Metro		5	pieza	\$80.00	\$400.00			\$400.00
Mostradores		1	pieza	\$5000.00	\$5000.00			\$5000.00
Total de inversión fija								\$182,400.00

INVERSIÓN DIFERIDA

Concepto	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Montos	Programa	Socios	Total
Registro de marca	Documento	1	\$3000.00	\$3000.00			\$3000.00
Acta constitutiva	Documento	1	\$15000.00	\$15000.00			\$15000.00
Contrato de luz	Documento	1	\$5000.00	\$5000.00			\$5000.00
Contrato de agua	Documento	1	\$5000.00	\$5000.00			\$5000.00
Renta del local	Documento	1	\$1000.00	\$1000.00			\$1000.00
Permiso municipal	Documento	1	\$3000.00	\$3000.00			\$3000.00
Total de inversión diferida							\$32,000.00

Inversión fija + inversión diferida = \$182,400.00 + \$32,000.00= 214,400.00

CAPÍTULO 4

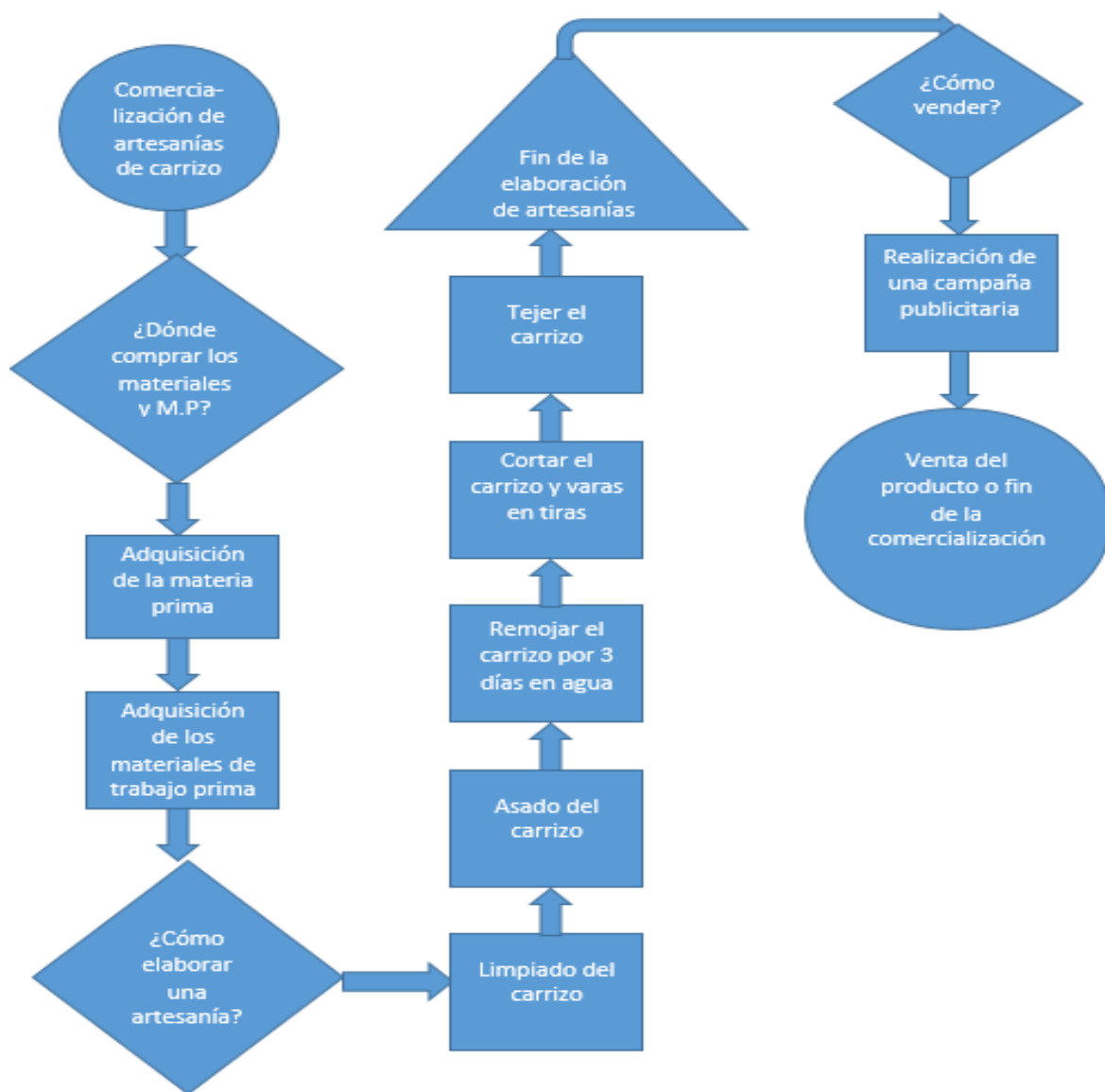
4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 PROCESO PRODUCTIVO

GASTOS DE FABRICACIÓN PARA COMERCIALIZAR ARTESANÍAS DE CARRIZO.

gastos indirectos de fabricación	gastos iniciales	gastos estimados por mes
Impuestos	\$5000.00	\$500.00
Transporte	\$15000.00	\$300.00
Publicidad	\$200.00	\$200.00
Luz	\$100.00	\$100.00
Agua	\$100.00	\$100.00
Teléfono	\$500.00	\$300.00
Renta del local	\$1500.00	\$1500.00
Internet	\$500.00	\$300.00
Total	\$22900.00	\$3000.00

4.1.1 Diagrama de flujo de proceso para elaborar y vender artesanías de carrizo.



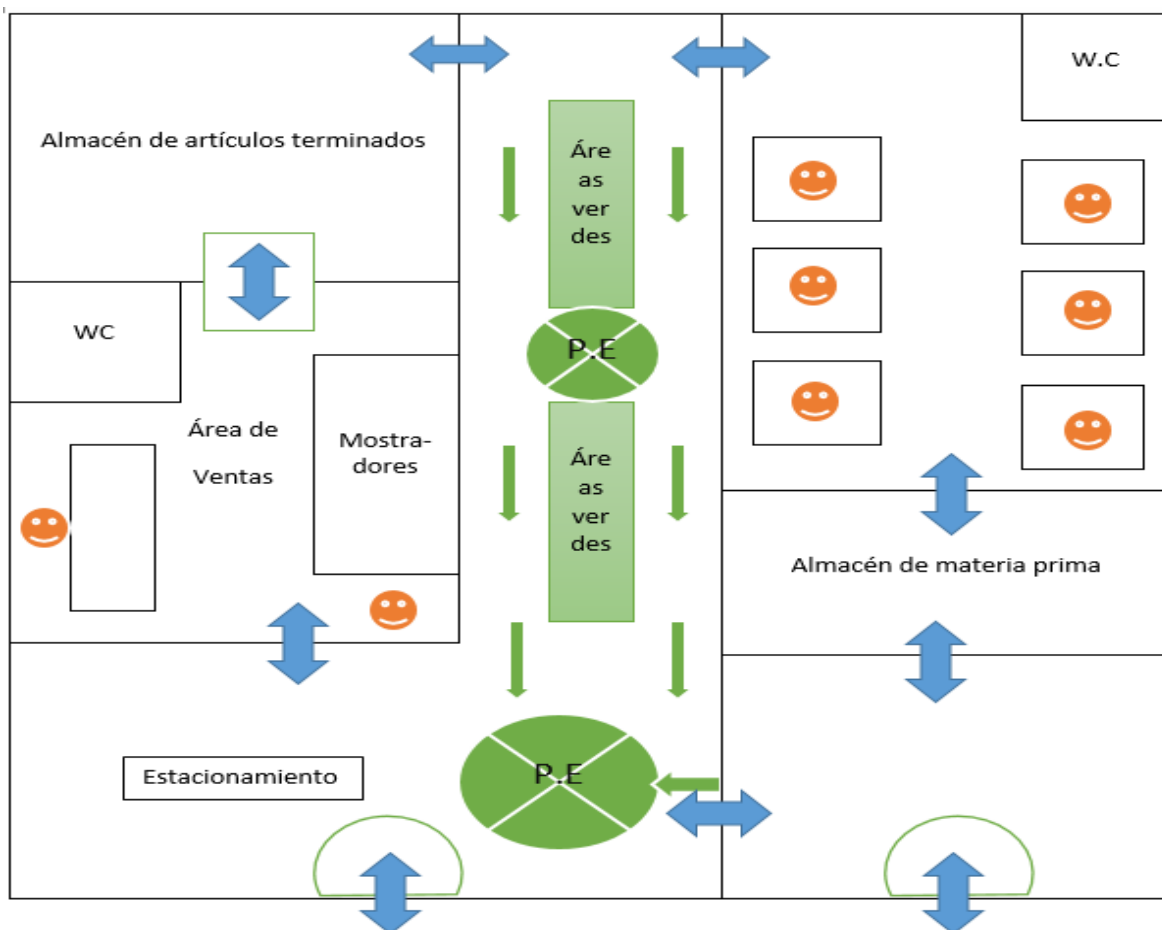
4.2 CAPACIDAD DE LA PLANTA

- Objetivo general: la misión del encargado de realizar la distribución de la planta es realizar un acomodamiento adecuado en función del tamaño, materiales, y de los trabajadores en áreas de la economía laboral, el beneficio de los trabajadores y de la seguridad e higiene en el trabajo.

Objetivos específicos:

- ✓ Incluir todos los recursos.
- ✓ Reducción de tiempos y movimientos.
- ✓ Dimensionar los espacios.
- ✓ Nombrar esos espacios.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



4.3 MAQUINARIA Y EQUIPO

Definición de la tecnología aplicada

Materiales	Herramientas	equipo
Mostradores	Machete	Computadora
Vitrinas	Cuchillo	Impresora
Agua	Navaja	Fax
Caja registradora	Escoba	Teléfono
Hojas blancas	Recogedor	Vehículo de transporte
Lápices	Cubeta	Antena de internet
Lapiceros	Trapeador	Cafetera
Goma	Jalador	Maquina cortadora de carrizo
Sacapuntas	Metro	Maquina peladora de carrizo
Sillas		
Bancos		
Lámpara		
Cable		
Mesas		

4.4 LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

Localización del negocio “comercialización de artesanías de carrizo”.

El negocio de venta de artesanías de carrizo está ubicado en: independencia S/N colonia centro CP: 69685, en la comunidad de San Francisco Chindúa, Nochixtlán, Oaxaca.

El municipio de San Francisco Chindúa, Nochixtlán, Oaxaca, se encuentra ubicado al noroeste del estado de Oaxaca, a una altura de 2,120 msnm, con una población total de 638 habitantes; según el muestreo finito para conocer el tamaño de mercado que comprenden las distintas variedades de artesanías de carrizo son 10,000 posibles clientes ubicados en el distrito de Asunción Nochixtlán Oaxaca y en comunidades circunvecinas.

MACRO LOCALIZACIÓN



MICRO LOCALIZACIÓN



CAPÍTULO 5

5. ASPECTO ADMINISTRATIVO

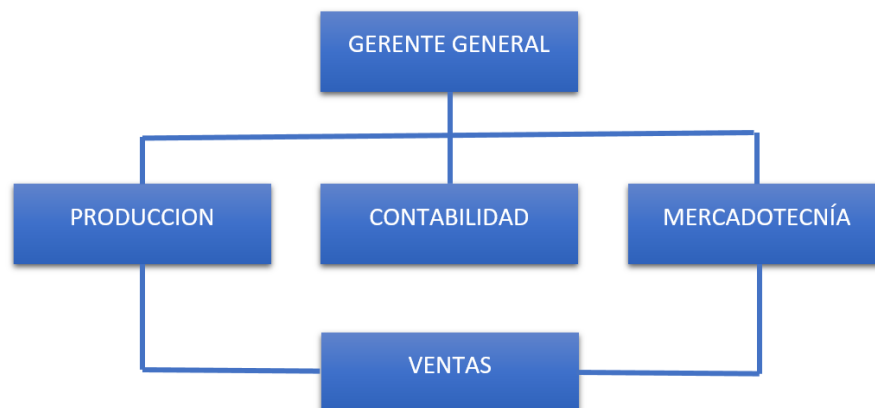
5.1 PLANTILLA LABORAL

PUESTO	PERFIL	CAPACIDADES	FUNCIONES
Gerente general	carrera terminada con el perfil en administración	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Conocer el proceso administrativo ➤ Ser líder. ➤ Saber tomar decisiones. ➤ Conocimiento y manejo sobre las TIC's 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dirigir las actividades ➤ Controlar las actividades ➤ Integrar a los programas a todo el personal. ➤ Asignar mandos y responsabilidades.
Producción	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No existe un nivel de estudios determinados. ➤ Sin límite de edad. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tener el conocimiento para elaborar artesanías de carrizo ➤ Poder elaborar artesanías ➤ Conocer la materia prima. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Elaborar artesanías ➤ Capacidad de innovar al elaborar una artesanía ➤ Capacidad de adaptarse a los cambios.
Contabilidad	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Contaduría pública ➤ Maestro en ciencias ➤ Gestión empresarial ➤ Ingeniería en administración ➤ Licenciatura en administración. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Conocer el proceso contable ➤ Conocer los indicadores financieros. ➤ Utilizar las tic's. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Elaborar balance general. ➤ Elaborar estados de resultados ➤ Calcular el punto de equilibrio ➤ Controlar los estados contables. ➤ Controlar los inventarios en compras de materiales y materia prima. ➤ Controlar las ventas.
Mercadotecnia	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mercadólogo, ➤ Licenciado en mercadotecnia ➤ Licenciado en administración 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Elaborar campañas publicitarias. ➤ Facilidad de palabra. ➤ Facilidad de expresión. ➤ Relaciones públicas. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Elaborar campañas publicitarias. ➤ Poder de convencimiento. ➤ Capacidad de promocionar un producto. ➤ Grabar spot de radio.

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Licenciado en negocios ➤ Licenciado en gestión empresarial. 		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Hacer trípticos, volantes, folletos, carteles, etc. ➤ Realizar guiones de televisión para promocionar una artesanía de carrizo.
Ventas	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bachillerato terminado. ➤ Técnico en administración ➤ Técnico en contabilidad ➤ Edad de 20 años a 40 años. ➤ Ambos sexos 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Poder de convencimiento. ➤ Facilidad de palabra. ➤ Carisma. ➤ Facilidad de relaciones públicas. ➤ Facilidad de negociar. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacidad de negociación al vender una artesanía. ➤ Inventariar las artesanías en existencia. ➤ Inventariar las ventas. ➤ Inventariar pedidos. ➤ Solicitar pedidos a producción.

5.2 ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN

La estructura organizacional de la empresa estará definida por el siguiente organigrama



5.3 CONSTITUCIÓN LEGAL

Para conocer la constitución legal de la empresa se analizaron diferentes aspectos los cuales arrojan a una conclusión que la comercialización de artesanías de carrizo corresponderá a una **sociedad anónima** ya que esta es una sociedad formalmente mercantil, de carácter capitalista, se identifica con denominación, tiene un capital dividido representado en títulos llamados acciones, y los socios limitan su responsabilidad hasta el monto total de las acciones que son de su propiedad.

Características de una sociedad anónima

- ✓ Es una sociedad capitalista

- ✓ El capital se divide y representada por títulos valores
- ✓ La responsabilidad del socio es limitada
- ✓ Hay libertad para transmitir calidad de socio
- ✓ Los órganos de la sociedad funcionan independientemente
- ✓ Se gobierna democráticamente

Ventajas:

1. Brinda posibilidades de acceder a créditos y préstamos en bancos e instituciones financieras.
2. Estará facultada para cerrar contratos legales con clientes y proveedores. .
3. Acceso a nuevos mercados y oportunidades de exportación. Es decir, no tienen ninguna limitación legal para realizar negocios con otras empresas y competir en el mercado nacional e internacional.
4. Puede expandir su empresa abriendo nuevas filiales en otras regiones del país sin problemas legales o multas.
5. Una empresa formalmente inscrita evidencia la responsabilidad social del propietario.

5.4 SUELDOS Y SALARIOS

Puesto	Sueldo quincenal	Sueldo mensual	Sueldo anual
Gerente general	\$ 3,000.00	\$ 6,000.00	\$ 72 000.00
Producción 1	\$ 1,000.00	\$ 2,000.00	\$ 24 000.00
Producción 2	\$ 1,000.00	\$ 2,000.00	\$ 24 000.00
Producción 3	\$ 1,000.00	\$ 2,000.00	\$ 24 000.00
Contabilidad	\$ 1,500.00	\$ 3,000.00	\$ 36 000.00
Mercadotecnia	\$ 1,500.00	\$ 3,000.00	\$ 36 000.00
Ventas	\$ 1,500.00	\$ 3,000.00	\$ 36 000.00
Total:	\$ 10,500.00	\$ 21,000.00	\$ 252 000.00

5.5 RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL

El proceso de reclutamiento y selección de personal es un conjunto de etapas o pasos que tienen como objetivo el reclutar y seleccionar al personal más idóneo para un puesto de trabajo en una empresa.

Éste empieza con la definición del perfil del postulante, y continúa con la búsqueda, reclutamiento o convocatoria de postulantes, la evaluación de éstos, la selección y contratación del más idóneo, y la inducción y capacitación de éste.

Veamos a continuación cada una de las etapas que conforman el proceso de reclutamiento y selección de personal:

1. Definición del perfil del postulante

El proceso de reclutamiento y selección de personal empieza con la definición del perfil del postulante, es decir, con la definición de las competencias o características que debe cumplir una persona para que pueda postular al puesto que estamos ofreciendo, como se muestra en la tabla de plantilla laboral.

2. Búsqueda, reclutamiento o convocatoria

El siguiente paso consiste en la búsqueda, reclutamiento o convocatoria de los postulantes que cumplan con las competencias o características que hemos definido en el paso anterior (sin necesidad de que tengan que cumplir todas ellas).

Las siguientes son algunas de las principales fuentes, formas o métodos a través de los cuales podemos buscar, reclutar o convocar postulantes:

- Anuncios o avisos: la forma más común de buscar o convocar postulantes es a través de la publicación de anuncios o avisos, ya sea en diarios, Internet, carteles, murales en centros de estudios, paredes o ventanas de nuestro local, etc.
- Recomendaciones: otra forma común de conseguir postulantes es a través de las recomendaciones que nos hagan contactos, amigos, conocidos, trabajadores de nuestra empresa, clientes, centros de estudios, etc.
- La competencia: empresas competidoras, de las cuales podemos conseguir postulantes capacitados y con experiencia.
- Consultoras en recursos humanos: empresas especializadas en buscar postulantes, pero a un costo muy elevado.
- prácticas: consiste en tomar como postulantes a los practicantes que ya estén colaborando con nosotros de manera temporal.

3. Evaluación

El tercer paso del proceso de reclutamiento y selección de personal es la evaluación de los postulantes que hemos reclutado o convocado, con el fin de elegir entre todos ellos al más idóneo (o a los más idóneos) para el puesto que estamos ofreciendo.

Esta etapa puede empezar con una pre-selección (por ejemplo, a través de revisión de currículums) que nos permita descartar a los postulantes que no cumplan con los requisitos solicitados, o que nos permita tener un número razonable de postulantes a los cuales evaluar.

Y una vez que contamos con un número razonable de postulantes, pasamos a citarlos y a evaluarlos a través del siguiente proceso:

- Entrevista preliminar: consiste en tomarle al postulante una primera entrevista informal en la cual le hagamos preguntas abiertas con el fin de comprobar si realmente cumple con los requisitos que hemos solicitado.
- prueba de conocimiento: consiste en tomarle al postulante una prueba oral y escrita con el fin de determinar si cumple con los conocimientos necesarios para el puesto.

- prueba psicológica: consiste en tomarle una prueba psicológica con el fin de determinar su equilibrio emocional, para lo cual podríamos contratar los servicios de un psicólogo que nos ayude con ello.
- entrevista final: consiste en tomarle una entrevista más formal y estricta que la primera, en donde le hagamos preguntas abiertas con el fin de conocerlo en profundidad, la cual podría ser tomada por el jefe del área a la cual postula.

Es posible evadir algunas de estas etapas con el fin de ahorrar tiempo y reducir costos, sin embargo, mientras más formal y estricto sea este proceso de evaluación, más posibilidades tendremos de contratar a la persona indicada.

4. Selección y contratación

Una vez que hemos evaluados a todos los postulantes o candidatos, pasamos a seleccionar al que mejor desempeño haya tenido en las pruebas y entrevistas realizadas, es decir, pasamos a seleccionar al candidato más idóneo para cubrir el puesto vacante.

Y una vez que hayamos elegido al candidato más idóneo, pasamos a contratarlo, es decir, a firmar junto con él un contrato en donde señalemos el cargo a desempeñar, las funciones que realizará, la remuneración que recibirá, el tiempo que trabajará con nosotros, y otros aspectos que podrían ser necesario acordar.

5. Inducción y capacitación

Finalmente, una vez que hemos seleccionado y contratado al nuevo personal, debemos procurar que se adapte lo más pronto posible a la empresa, y capacitarlo para que se pueda desempeñar correctamente en su nuevo puesto.

CAPÍTULO 6

6. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO

6.1 INDICADORES FINANCIEROS

6.1.1 Cuánto quiero ganar (Margen de Utilidad)

Se puede observar que la inversión, de las artesanías de carrizo en cuanto a materia prima no es demasiada ya que la materia prima principal que es el carrizo se encuentra en la región de la mixteca y no es cara ya que esta crece en todo tipo de tierra y abunda rápidamente de los cuales se le puede dar 1 corte al año. Es por esto que no se gasta tanto en materia prima se gastara más en gastos variables por lo que se espera una rentabilidad del 30% en cada artesanía ya que se deben cumplir con ciertos estándares de calidad para su elaboración, por otro lado el tiempo para elaborar una artesanía es demasiado y sobrepasa al salario mínimo, entonces algunos gastos variables serán elevados.

6.1.2 Valor actual neto (VAN)

El Valor Actualizado Neto (VAN) es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión. Proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto analizado en valor absoluto, es decir expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas.

FORMULA:

$$VAN = \frac{-I_0 + FE_1}{(1 + COK)^1} + \dots + \frac{+FE}{(1 + COK)^N}$$

DONDE:

VAN= Valor actual neto

I₀= Inversión inicial

FE_n= Flujos de efectivo esperados o ingresos futuros netos esperados.

COK= Costo de oportunidad del capital o tasa de descuento por 1

VAN= \$1,175,116.99

6.1.3 Tasa de rendimiento mínima aceptable (TREMA)

La TMAR o tasa mínima aceptable de rendimiento, también llamada TIMA, tasa de interés mínima aceptable o TREMA, tasa de rendimiento mínimo aceptable es la tasa que representa una medida de rentabilidad, la mínima que se le exigirá al proyecto de tal manera que permita cubrir:

- La totalidad de la inversión inicial
- Los egresos de operación
- Los intereses que deberán pagarse por aquella parte de la inversión financiada con capital ajeno a los inversionistas del proyecto
- Los impuestos
- La rentabilidad que el inversionista exige a su propio capital invertido

Para determinar la TREMA se consideran las siguientes dos opciones: Un índice inflacionario más una prima (por decirlo así: un premio) por incurrir en el riesgo de invertir el dinero en el proyecto:

FÓRMULA:

TREMA = índice inflacionario (inflación) + prima de riesgo

$$TREMA = i + f + \dots + (if)$$

DONDE:

TREMA= Tasa de rendimiento mínima aceptable

F= Tasa de inflación

IF= Ganancia mínima del empresario

DATOS:

- a) Rentabilidad promedio del sector= 30% anual
- b) Inflación promedio últimos 5 años= 4.43%
- c) Tasa libre de riesgo= 4%
- d) Tasa positiva bancaria= 4%

e) Tasa activa bancaria= 4%

DESARROLLO DE LA FÓRMULA:

TREMA= 51.14%

6.1.4 periodo de recuperación de la inversión (PRI)

EL periodo de recuperación de la inversión - PRI - es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

FÓRMULA:

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

DONDE:

a= Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b= Inversión Inicial

c= Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d= Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

DESARROLLO DE LA FORMULA:

$$PRI = 1 + \frac{(214400 - 110200)}{155200}$$

$$PRI = 1.67139175$$

La inversión se recupera en 1 año, con 9 meses y 13 días y a partir de 1 año con 10 meses se empiezan a generar utilidades.

6.2 PUNTO DE EQUILIBRIO

Cuánto debo vender (Punto de Equilibrio)

El punto de equilibrio lo calculo en base a los costos fijos y los costos variables y los ingresos, por lo tanto tenemos que:

FÓRMULA:

$$PE = \frac{CF}{(1 - (\frac{CVU}{PVU}))}$$

DONDE:

PE= Punto de equilibrio calculado en pesos?

PEQ= Punto de equilibrio calculado en unidades?

CF= Costos fijos = \$182400.00

CVU= Costo variable unitario= \$200.00

PVU= Precio variable unitario = \$285.71

$$PE = \frac{182400}{(1 - (\frac{200}{285.71}))}$$

$$PE = \frac{182400}{(1 - 0.7000105)}$$

$$PE = \frac{182400}{(0.2999895)} = \$608,021.281$$

$$PEQ = \frac{CF}{(PVU - CVU)}$$

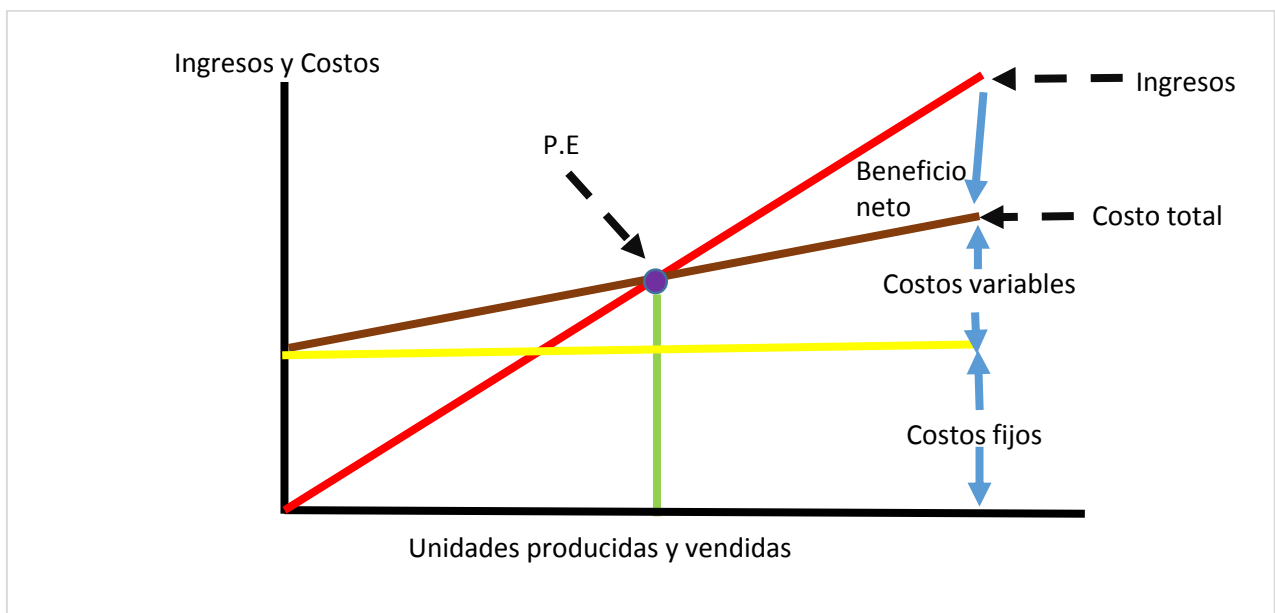
$$PEQ = \frac{182400}{(285.71 - 200)}$$

$$PEQ = \frac{282400}{(85.71)} = 3294.83141$$

INTERPRETACIÓN:

El punto de equilibrio se alcanza con \$608,021.281 y 3295 unidades producidas y vendidas de manera anual y a partir de las 3296 unidades producidas y vendidas se empiezan a generar utilidades.

Gráfica del punto de equilibrio



6.3 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

De las fuentes de financiamiento analizadas, las más recomendables para este plan de negocios es solicitar el **fondo pyme** que otorga el Gobierno Federal y otra el **capital semilla** que es una fuente de financiamiento que para obtenerlo tendremos que incubarnos en el **Sistema Nacional de Incubación de Empresas** de la Secretaría de Economía y si el negocio es del tipo tradicional o de tecnología intermedia, podrás acceder a un monto de \$50,000 a \$500,000. Si es de alta tecnología hasta \$1.5 millones. El porcentaje máximo de apoyo será de hasta el 70% del costo total del proyecto, con un plazo de 36 y 48 meses respectivamente y un periodo de gracia de hasta seis y nueve meses en capital en cada uno de los casos.