



UNIVERSIDAD VERACRUZANA

FACULTAD DE NEGOCIOS Y  
TECNOLOGÍAS

PROYECTOS DE INVERSIÓN

# UNI-EXPRESS

DOCENTE  
CABRERA CABELLO, EVA

PRESENTA:

FELICIANO PEDRAZA CRISTINA  
HUERTA HERNANDEZ BRENDA ANAHI  
PEREZ CHAVEZ ANGEL OSMAR  
CORTES OSORIO BELGICA MARLENE  
CRUZ HUERTA NICOLE



CONTADURÍA 702

## Contenido

<b>PORTEADA .....</b>	1
<b>LOGO .....</b>	5
<b>ESTUDIO DE MERCADO.....</b>	6
1. Descripción del producto o servicio .....	6
2. Mercado del proveedor .....	6
3. Análisis del consumidor.....	6
4. Análisis de la demanda .....	6
5. Fuentes de información primaria .....	6
6. Fuentes de información secundaria.....	7
7. Análisis de la oferta (competencia) .....	7
8. Canales de comercialización.....	7
9. Análisis de precios .....	7
10. Estrategias de promoción.....	7
11. Modelo de las 5 Fuerzas de Porter.....	8
12. Análisis de riesgos en el estudio de mercado .....	8
Distribución de planta .....	10
<b>ESTUDIO TÉCNICO .....</b>	11
1. Tamaño óptimo de la planta.....	11
Proceso de servicio: .....	11
Capacidad instalada: .....	11
Turnos de trabajo: .....	11
2. Localización del proyecto.....	11
Ubicación: .....	11
Justificación: .....	11
Método cualitativo por puntos: .....	11
Conclusión: .....	12
3. Ingeniería del proyecto.....	12
Descripción del proceso del servicio: .....	12
Diagrama .....	13
<b>ESTUDIO ORGANIZATIVO – LEGAL .....</b>	16
1. Fines.....	16
2. Misión .....	16

Misión redactada: .....	16
3. Visión .....	16
4. Valores.....	17
5. Análisis FODA .....	17
Fortalezas .....	17
Debilidades.....	17
Oportunidades.....	17
Amenazas.....	17
6. Cadena de valor (actividades primarias y de soporte).....	18
Actividades de soporte: .....	18
7. Objetivos estratégicos .....	18
8. Políticas .....	19
9. Organigrama .....	19
10. Descripción de puestos.....	19
11. Marco legal .....	21
<b>ESTUDIO FINANCIERO .....</b>	<b>22</b>
<b>1. POLÍTICAS FINANCIERAS DEL PROYECTO.....</b>	<b>22</b>
1.1. Políticas de Compras (Crédito / Contado) .....	22
1.2. Políticas de Ventas (Crédito / Contado).....	22
1.3. Políticas de Inventarios.....	23
1.4. Políticas de Incrementos en Precios de Venta y Gastos (Fundamentado).....	23
1.5. Políticas de Gastos Salariales .....	24
1.6. Políticas de Reparto de Utilidades (PTU) .....	24
2.Inversión Inicial.....	25
3.Financiamiento .....	25
4.Proyección de Ingresos.....	25
5.Proyección de costo de producción .....	25
6.Proyección de Gastos de Operación .....	26
7.Determinación del precio de venta y punto de equilibrio .....	27
8.Gastos financieros .....	27
9.Flujo de efectivo .....	27
10.Estado de resultados.....	27
11.Balance General .....	27

12. Valuación Económica.....	28
------------------------------	----

LOGO



# ESTUDIO DE MERCADO

## 1. Descripción del producto o servicio

- **Producto/Servicio:** Venta de artículos de papelería, material escolar, de oficina y servicios de copiado e impresión.
- **Naturaleza y usos:** Los productos satisfacen necesidades académicas y administrativas: útiles escolares, material para tareas, impresiones, encuadernaciones, copias, plastificados y venta de accesorios tecnológicos básicos.
- **Regulaciones:** Cumple con las Normas Oficiales Mexicanas (NOM) para productos de oficina, higiene y etiquetado. En caso de ofrecer servicios digitales o electrónicos (como recargas o copias con software), se seguirán las normas de protección al consumidor (PROFECO).
- **Propuesta de valor:** Ofrecer a estudiantes y personal universitario todos los materiales y servicios escolares en un solo lugar, con precios accesibles, rapidez y atención personalizada.

## 2. Mercado del proveedor

- **Principales insumos:** Papelería general (hojas, plumas, carpetas, libretas, tintas, toners, materiales de arte, papeles especiales).
- **Principales proveedores:** Distribuidores locales y mayoristas como Office Depot, Mayoreo Papelero, Lumen o proveedores directos de marcas nacionales (Kores, BIC, Scribe).
- **Características de los proveedores:** Entregas a domicilio, precios por volumen, crédito a corto plazo, facturación y disponibilidad constante de productos.

## 3. Análisis del consumidor

- **Tipo de consumidor:** Estudiantes universitarios, docentes y personal administrativo.
- **Segmentación:**
  - Edad: 18–35 años.
  - Nivel socioeconómico: medio y medio-bajo.
  - Ocupación: estudiantes y trabajadores educativos.
- **Área geográfica:** Zona universitaria y colonias cercanas (radio aproximado de 1 km).
- **Características:** Buscan precios bajos, disponibilidad inmediata, rapidez en servicio y posibilidad de imprimir o copiar materiales con urgencia.

## 4. Análisis de la demanda

- **Tipo de demanda:** Frecuente y continua, con variaciones en periodos de inicio de semestre o exámenes.
- **Comportamiento:** Tiende a ser **elástica**, ya que los estudiantes responden al precio (si sube mucho, buscan opciones más baratas o digitales).
- **Proyección:** Se espera un crecimiento anual del 5–8% en ventas, especialmente en servicios de impresión y materiales creativos, considerando el flujo constante de alumnos universitarios.

## 5. Fuentes de información primaria

- **Método de investigación:** Encuesta directa.
- **Instrumento:** Cuestionario físico y en línea.
- **Público:** Estudiantes y personal de la universidad cercana.
- **Aplicación:** Entrevistas breves dentro del campus o mediante formularios digitales en grupos de Facebook o WhatsApp universitarios.

## 6. Fuentes de información secundaria

- **Fuentes:** INEGI (estadísticas comerciales locales), portales de PROFECO, estudios de consumo escolar y bases de datos de la universidad.
- **Tipo de información:** Número de estudiantes, hábitos de consumo, ingresos promedio y competencia existente.

## 7. Análisis de la oferta (competencia)

- **Tipo de mercado:** Competencia libre, con presencia de pequeñas papelerías y tiendas de conveniencia.
- **Principales competidores:** Otras papelerías cercanas, tiendas Oxxo con material básico, y servicios de impresión en línea.
- **Características:** Varían en tamaño y precios, pero pocas ofrecen atención personalizada o servicios completos (impresión, encuadernado, papelería y recargas en un solo sitio).

## 8. Canales de comercialización

- **Canal principal:** Venta directa en mostrador.
- **Canal complementario:** Pedidos por WhatsApp o redes sociales con entrega local.
- **Justificación:** El público objetivo busca inmediatez y cercanía, por lo que el canal directo es el más eficiente.

## 9. Análisis de precios

- **Tipo de precio:** Competitivo, basado en el promedio local.
- **Precio unitario ejemplo:**
  - Copia blanco y negro: \$1.00
  - Impresión a color: \$3.00
  - Libreta profesional: \$40.00
  -
- **Distribución del precio:**
  - 60% costo de insumo,
  - 25% gastos operativos (renta, luz, internet),
  - 15% utilidad esperada.

## 10. Estrategias de promoción

- **Medios:** Redes sociales (Instagram, Facebook), carteles en el campus, promociones en temporada de exámenes.
- **Estrategias:** Descuentos por volumen, paquetes escolares, promociones “2x1 en copias” o “10% en impresiones con credencial universitaria”.
- **Marca y logotipo:** “Uni-Pape Express”.
- **Eslogan:** “Todo lo que necesitas, justo a tiempo.”

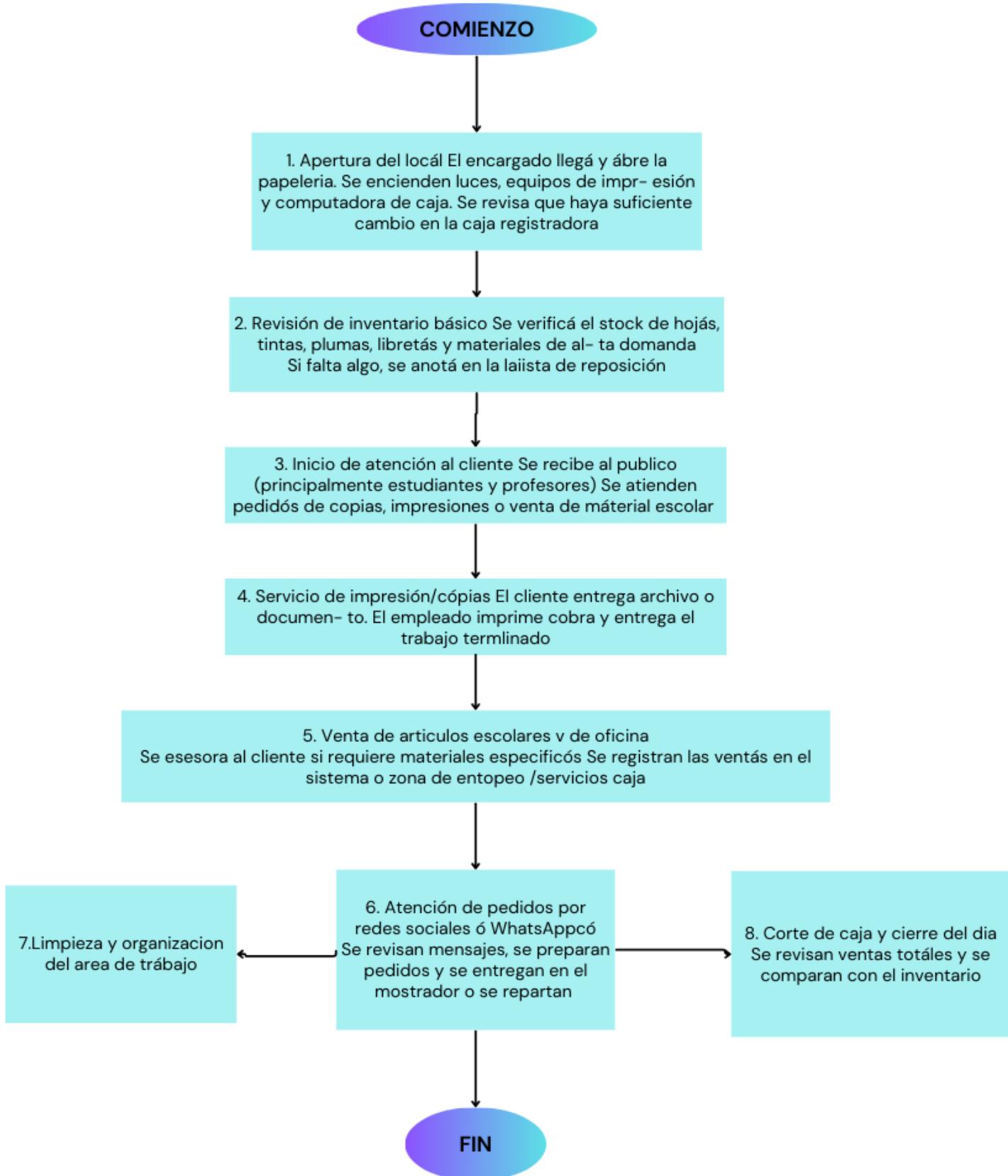
- **Etiqueta y empaque:** Bolsas ecológicas personalizadas con el logo, tickets digitales para fomentar sostenibilidad.

## 11. Modelo de las 5 Fuerzas de Porter

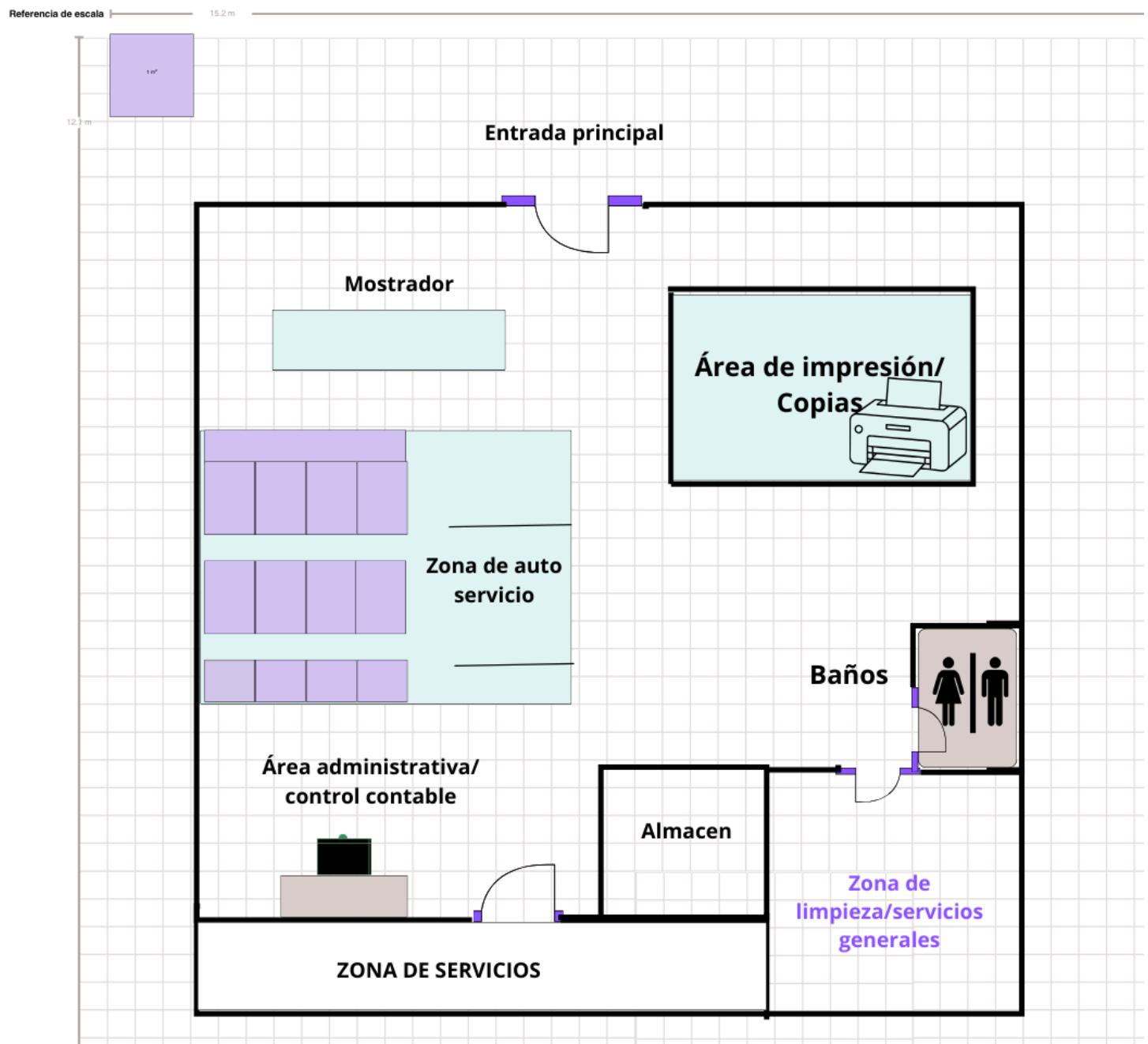
- **Poder de negociación de los clientes:** Alto, por la facilidad de comparar precios entre papelerías.
- **Poder de negociación de los proveedores:** Medio, ya que hay varias opciones de mayoreo.
- **Amenaza de nuevos competidores:** Alta, dado el bajo costo de entrada al mercado.
- **Amenaza de productos sustitutos:** Media, por el uso de materiales digitales o impresoras personales.
- **Rivalidad entre competidores existentes:** Alta, debido a la proximidad geográfica de los negocios similares.

## 12. Análisis de riesgos en el estudio de mercado

Riesgo	Probabilidad	Impacto	Acción de mitigación	Responsable	Seguimiento
Aumento de precios en insumos	Media	Media	Buscar proveedores alternos	Encargado de compras	Revisión mensual
Baja de ventas en vacaciones	Alta	Alta	Promociones previas y ventas por redes	Encargado de marketing	Cada semestre
Entrada de nuevos competidores	Media	Alta	Diferenciarse con servicios adicionales	Gerente	Anual
Fallas en equipos de impresión	Media	Media	Mantenimiento preventivo	Técnico	Trimestral
Cambios en hábitos digitales	Baja	Media	Ofrecer servicio de impresión de documentos en línea	Propietario	Semestral



## Distribución de planta



## **ESTUDIO TÉCNICO**

### **1. Tamaño óptimo de la planta**

#### **Proceso de servicio:**

La papelería “**UNI-EXPRESS**” ofrece servicios de venta de artículos escolares y de oficina, así como copias, impresiones, encuadernado, plastificado y recargas. El proceso técnico consiste en la atención directa al cliente, selección o solicitud del servicio, operación de equipos, entrega y cobro.

#### **Capacidad instalada:**

Con base en la proyección de la demanda obtenida del estudio de mercado, se estima atender un mínimo de **20 clientes diarios**, lo que representa aproximadamente **600 clientes mensuales** (considerando 30 días de operación). Cada cliente realiza en promedio 3 servicios (copias, impresión y compra de artículos), por lo que la capacidad instalada de atención será de **1,800 servicios mensuales**.

#### **Turnos de trabajo:**

La papelería operará en **un turno mixto**, abarcando el horario de **8:00 a.m. a 8:00 p.m.**, con rotación entre los dos empleados y supervisión directa del gerente. Esto permitirá cubrir la demanda tanto del horario matutino como vespertino de clases universitarias.

### **2. Localización del proyecto**

#### **Ubicación:**

El proyecto se ubicará **frente a la Universidad Veracruzana, Facultad de Negocios y Tecnologías (FNT)**. Esta localización fue elegida estratégicamente por su alta concentración de estudiantes, docentes y personal administrativo que requieren materiales escolares, impresiones y servicios de papelería inmediatos.

#### **Justificación:**

- **Aspectos sociodemográficos:** La zona cuenta con un flujo constante de jóvenes de entre 18 y 30 años, con un consumo frecuente de productos escolares.
- **Aspectos institucionales:** La cercanía directa con la FNT facilita la comunicación, convenios y promociones dirigidas a la comunidad universitaria.
- **Aspectos económicos:** Los precios de renta en la zona son accesibles y la densidad de negocios complementarios (cafeterías, cibers, tiendas) genera sinergia comercial.

#### **Método cualitativo por puntos:**

Criterio	Ponderación	Opción Zona Centro	A: Opción Universitaria	B: Zona	Calificación ponderada
Cercanía mercado meta	al 30%	6	10		3.0
Costo de renta	25%	8	9		2.25
Accesibilidad transporte	y 20%	9	10		2.0
Competencia cercana	15%	7	8		1.2
Seguridad servicios básicos	y 10%	8	9		0.9
<b>Total</b>	<b>100%</b>		—		<b>9.35/10</b>

### Conclusión:

La **zona universitaria** es la localización óptima, ya que obtuvo la calificación más alta al combinar proximidad, costos razonables y una demanda concentrada y constante.

### 3. Ingeniería del proyecto

#### Descripción del proceso del servicio:

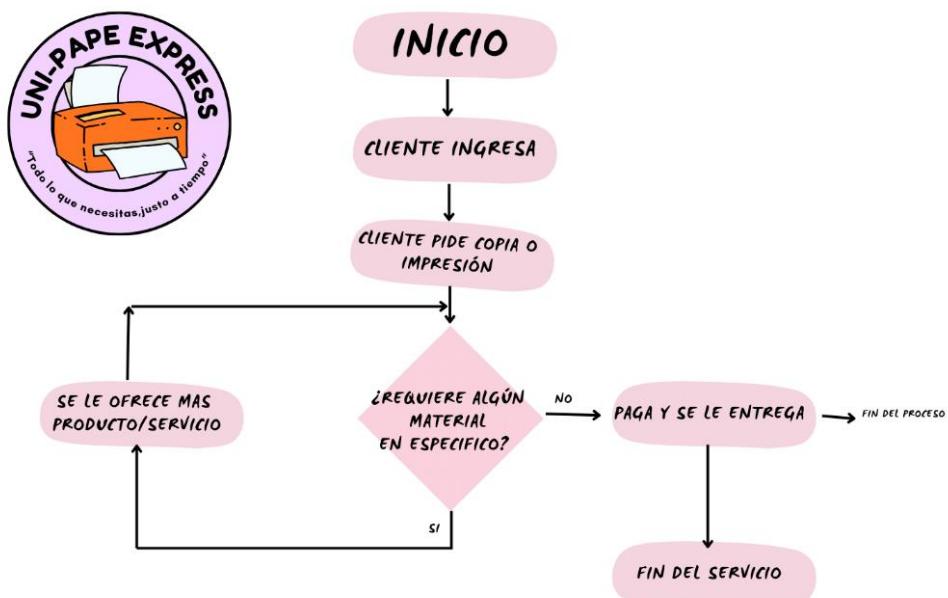
1. **Recepción del cliente.**  
Se saluda y se identifica la necesidad (compra, impresión o copiado).
2. **Selección del producto o servicio.**  
El cliente elige el material o entrega su archivo digital para impresión o copiado.
3. **Ejecución del servicio.**  
El personal realiza la impresión, copiado, encuadrado o plastificado.
4. **Revisión y entrega.**  
Se verifica la calidad y se entrega el producto o servicio al cliente.
5. **Cobro y registro.**  
Se realiza el cobro y se anota la venta en el sistema o bitácora.
6. **Atención posventa.**  
Se resuelven dudas y se ofrecen promociones o servicios adicionales.

## Diagrama

(Diagrama del proceso en texto)

Cliente → Sigue la solicitud → Se imprime o copia → Se entrega → Se cobra → Fin del servicio.

(Diagrama en imagen)



## 4. Necesidades de maquinaria y equipo

Equipo / Mobiliario	Cantidad	Marca / Modelo Sugerido	Proveedor	Costo aproximado (MXN)
Computadora escritorio	de 2	HP o Lenovo	Office Depot	\$12,000 c/u
Impresora multifuncional láser	1	Brother L2550DW	DCP-Lumen	\$8,000
Fotocopiadora	1	Canon IR1024	Mayoreo Papelero	\$10,000
Plastificadora	1	Fellowes Saturn 3i A4	Amazon	\$2,000
Encuadernadora	1	GBC C200	CombBind OfficeMax	\$2,500

<b>Equipo / Mobiliario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Marca / Modelo Sugerido</b>	<b>Proveedor</b>	<b>Costo aproximado (MXN)</b>
Mostrador con vitrina	1	Hecho a medida	Carpintería local	\$4,000
Estantes metálicos	3	Genérico	Mayoreo Papelero	\$1,500 c/u
Sillas y mesa de trabajo 2 sets		Genérico	Office Depot	\$3,000 total
Caja registradora / POS 1		Square Terminal	Square	\$6,000
Total estimado de inversión				<b>\$52,500</b>

## 5. Necesidades de materias primas

<b>Materia prima / insumo</b>	<b>Cantidad mensual aprox.</b>	<b>Proveedor principal</b>	<b>Precio unitario (MXN)</b>	<b>Costo mensual estimado</b>
Hojas tamaño carta (resma)	10	Mayoreo Papelero	\$120	\$1,200
Cartulinas colores	de 50	Lumen	\$5	\$250
Tinta y tóner para impresora	2 unidades	Office Depot	\$1,200	\$2,400
Plásticos para encuadernar	50	Lumen	\$2	\$100
Espirales para encuadernado	50	Mayoreo Papelero	\$3	\$150
Bolsas ecológicas	200	Proveedor local	\$1.5	\$300
Artículos escolares Diversos varios	(plumas, libretas, clips, etc.)	Lumen / Kores —		\$3,000
<b>Total mensual estimado</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>\$7,400</b>

## 6. Distribución de la planta

El local tendrá una superficie aproximada de **35 m<sup>2</sup>**, distribuida de la siguiente forma:

- **Área de atención al cliente (15 m<sup>2</sup>)**: mostrador, exhibidores de productos y zona de cobro.
- **Área de impresión y copiado (10 m<sup>2</sup>)**: impresora multifuncional, fotocopiadora y mesa de trabajo.
- **Área de almacenamiento (5 m<sup>2</sup>)**: resmas de papel, tóner, materiales y bolsas.
- **Área administrativa (5 m<sup>2</sup>)**: escritorio del gerente, computadora y registros contables.

**Distribución física (descripción):**

El mostrador se ubica al frente, frente al acceso principal. Detrás se encuentran los equipos de impresión y copiado, y al fondo el pequeño almacén y el área administrativa. El flujo del cliente es lineal: **entrada → mostrador → entrega → salida**.

# **ESTUDIO ORGANIZATIVO – LEGAL**

## **1. Fines**

- Incrementar la satisfacción de los estudiantes universitarios mediante la oferta de productos y servicios escolares accesibles.
- Maximizar la eficiencia operativa de la papelería para reducir tiempos de atención.
- Mejorar de manera continua la calidad del servicio prestado.
- Visualizar el bienestar de los clientes mediante rapidez, disponibilidad de materiales y atención personalizada.
- Incluir en la redacción quién es el sujeto beneficiado: *estudiantes, docentes, personal administrativo y comunidad universitaria*.

## **2. Misión**

- **¿Qué necesidades atiende?**  
Proveer soluciones rápidas y accesibles en artículos de papelería, copias, impresiones y servicios escolares.
- **¿Quiénes van a ser atendidos?**  
Estudiantes universitarios, docentes, administrativos y público general del área.
- **¿Dónde se operará? (Ámbito geográfico)**  
Zona Universitaria de la Facultad de Negocios y Tecnologías de la Universidad Veracruzana.

### **Misión redactada:**

“Brindar productos y servicios de papelería de forma rápida, accesible y confiable a la comunidad universitaria, contribuyendo a su desempeño académico mediante atención personalizada y soluciones inmediatas.”

## **3. Visión**

Debe incluir: ámbito geográfico, alcance sectorial y posicionamiento.

“Ser la papelería líder en la zona universitaria, reconocida por su eficiencia, calidad y variedad de productos, consolidándonos como la primera opción para estudiantes y docentes dentro del sector de servicios escolares.”

#### **4. Valores**

- Responsabilidad
- Honestidad
- Servicio
- Calidad
- Respeto
- Puntualidad
- Compromiso
- Trabajo en equipo

(Carácter instrumental y moral, claramente definidos).

#### **5. Análisis FODA**

##### **Fortalezas**

- Ubicación estratégica frente a una facultad.
- Servicio rápido y personalizado.
- Variedad de productos y servicios complementarios (copias, impresiones, encuadernado y papelería).

##### **Debilidades**

- Dependencia de equipos electrónicos.
- Poco reconocimiento inicial de marca.
- Espacio físico limitado.

##### **Oportunidades**

- Alta concentración de clientes potenciales.
- Alianzas con docentes y grupos universitarios.
- Aumento en demanda de materiales impresos en temporada de exámenes.

##### **Amenazas**

- Sustitución por materiales digitales.
- Incremento en costos de insumos (papel, tinta).
- Poca seguridad en el área.

## **6. Cadena de valor (actividades primarias y de soporte)**

### **Actividades primarias:**

1. **Logística interna:** Recepción de insumos (papel, artículos escolares, tóner).
2. **Operaciones:** Impresiones, copias, encuadrado, plastificado, venta de artículos.
3. **Logística externa:** Entrega directa en mostrador.
4. **Marketing y ventas:** Promociones en redes, publicidad universitaria.
5. **Servicio al cliente:** Asesoría, resolución de dudas, atención personalizada.

### **Actividades de soporte:**

- **Infraestructura:** Local, sistemas de cobro, equipos de impresión.
- **Gestión de talento:** Capacitación básica al personal.
- **Tecnología:** Actualización de software, mantenimiento de impresoras.
- **Compras:** Negociación con proveedores mayoristas.

## **7. Objetivos estratégicos**

(Conforme a las perspectivas de *accionistas, clientes, procesos y capacidades*)

### **a) Perspectiva de los accionistas:**

Incrementar la rentabilidad anual de la empresa en un 10%.

### **b) Perspectiva de los clientes:**

Aumentar la satisfacción del cliente al 95% mediante un servicio en menos de 5 minutos.

### **c) Perspectiva de procesos:**

Reducir en 20% el desperdicio de insumos (hojas, tinta) por optimización de procesos.

### **d) Perspectiva de capacidades:**

Capacitar al personal cada semestre en uso de equipos y trato al cliente.

## 8. Políticas

- **Ventas:** Mantener precios competitivos según el mercado cercano.
- **Compras:** Adquirir insumos en proveedores mayoristas buscando costo-beneficio.
- **Créditos:** No se otorgarán créditos; el pago será de contado.
- **Inventarios:** Mantener niveles mínimos para insumos esenciales (papel, tinta, espirales).

## 9. Organigrama



## 10. Descripción de puestos

### 1. Propietario / Gerente General

- i. Es la figura máxima de la empresa.
- ii. Supervisa directamente a los tres departamentos principales:

- ✓ Ventas
- ✓ Impresión y copiado
- ✓ Administración

## 2. Encargado de Ventas

- Atiende al cliente en mostrador.
- Se encarga de:
  - ✓ Cobro
  - ✓ Reposición de producto
  - ✓ Mantenimiento de exhibidores
  - ✓ Asesoría en artículos escolares
- Reporta al Gerente General.

## 3. Encargado de Impresión y Copiado

- Maneja las impresoras, copiadora, plastificadora y encuadernadora.
- Realiza trabajos especiales:
  - ✓ Impresiones a color
  - ✓ Proyectos en PDF
  - ✓ Tareas, trabajos escolares
  - ✓ Plastificados
  - ✓ Encuadernados
- Supervisa al **Auxiliar de Papelería**.

## 4. Auxiliar de Papelería

- Apoya en ambas áreas, pero principalmente en impresión.
- Sus funciones son:
  - ✓ Cargar papel
  - ✓ Preparar materiales
  - ✓ Ayudar en la entrega de trabajos
  - ✓ Revisar calidad del material
  - ✓ Ordenar insumos en almacén

## 5. Auxiliar Administrativo

- Apoya al Gerente en tareas organizativas y de control.

- Sus funciones:
  - ✓ Llevar registro de ventas y gastos
  - ✓ Apoyar en inventarios
  - ✓ Elaborar reportes
  - ✓ Manejar redes sociales y promociones
  - ✓ Control de documentos (facturas, notas, pedidos)

## 11. Marco legal

### a) Forma de constitución:

Se recomienda iniciar como **RESICO**, por su bajo costo y facilidad administrativa.

### b) Régimen fiscal:

Régimen Simplificado de Confianza (RESICO), si los ingresos no exceden el límite anual.

### c) Principales obligaciones fiscales:

- Declaraciones mensuales y anuales ante el SAT.
- Pago de ISR e IVA.
- Emisión de CFDI por cada venta con factura.

### d) Obligaciones laborales:

- Registro ante el IMSS si se contrata personal.
- Pago de prestaciones según LFT (aguinaldo, vacaciones, prima vacacional, días de descanso).

### e) Obligaciones con colaboradores:

- Contratos individuales de trabajo.
- Manual de funciones.
- Seguridad e higiene básica.

### f) Trámites y permisos:

- Licencia de funcionamiento del municipio.
- Permiso de uso de suelo.
- Registro ante Hacienda (RFC).

# ESTUDIO FINANCIERO

## 1. POLÍTICAS FINANCIERAS DEL PROYECTO

Las siguientes políticas establecen los criterios mediante los cuales se administrarán los recursos financieros del proyecto, con el fin de asegurar liquidez, rentabilidad y control de los flujos de efectivo de UNI-EXPRESS.

### 1.1. Políticas de Compras (Crédito / Contado)

**Objetivo:** Garantizar el abastecimiento continuo de insumos al menor costo posible, sin comprometer la liquidez.

**Política:**

- El **80% de las compras** de insumos básicos (hojas, tóner, artículos escolares) se realizarán **de contado**, aprovechando descuentos por pronto pago que ofrecen proveedores mayoristas.
- El **20% restante** podrá adquirirse a **crédito a 30 días**, únicamente con proveedores confiables que no cobren intereses.
- Las compras mayores a **\$5,000** deberán ser autorizadas por el Gerente General.
- Se negociará con proveedores para mantener precios preferenciales y bonificaciones por volumen.
- Se dará prioridad a proveedores que ofrezcan:
  - Facturación inmediata,
  - Entregas en corto plazo,
  - Políticas de devolución claras,
  - Varias líneas de productos sustitutos.

**Impacto en el flujo de efectivo:**

El pago mayoritariamente de contado reduce pasivos, evita intereses y facilita descuentos; el crédito a corto plazo evita descapitalización en temporadas de alta demanda.

### 1.2. Políticas de Ventas (Crédito / Contado)

**Objetivo:** Maximizar la liquidez mediante ventas inmediatas.

**Política:**

- Todas las ventas al público en mostrador serán **95% de contado** (efectivo, transferencia o tarjeta).
- Solo se permitirá venta a **crédito al personal docente/administrativo**, únicamente en:
  - Montos superiores a **\$300**
  - Plazo máximo: **15 días**
  - Registro obligatorio vía “nota de crédito”.
- No se permitirá crédito a estudiantes.

- Las ventas por WhatsApp o redes sociales deberán liquidarse antes de la entrega del producto.

**Impacto en el flujo de efectivo:**

El predominio de ventas al contado mantiene la liquidez diaria, reduce el riesgo de incobrabilidad y permite ciclos de efectivo cortos.

### 1.3. Políticas de Inventarios

**Objetivo:** Mantener niveles óptimos de inventario que garanticen la operación sin generar costos por sobreacumulación.

**Política:**

**a) Materias primas (papel, tóner, espirales):**

- Mantener un inventario mínimo equivalente a **15 días de operación**.
- Reponer cuando el inventario llegue al **30% del nivel máximo**.
- Inventarios físicos cada semana.

**b) Productos terminados (artículos escolares y oficina):**

- Mantener inventario para **1 mes de demanda estimada**.
- En temporada de inscripciones y exámenes aumentar inventario un **25% adicional**.

**c) Producción en proceso (impresiones, encuadrados):**

- Trabajos no entregados no deberán permanecer más de **48 horas** en taller.
- Cualquier trabajo adelantado debe estar respaldado por anticipo.

**Impacto en el flujo de efectivo:**

Un control eficiente de inventarios evita compras excesivas, disminuye costos de almacenamiento y permite programar compras estratégicas sin afectar liquidez.

### 1.4. Políticas de Incrementos en Precios de Venta y Gastos (Fundamentado)

**Objetivo:** Actualizar precios conforme a la inflación y los costos del sector para asegurar la rentabilidad.

**Política de incrementos en precios de venta:**

- Los precios de venta se actualizarán **una vez por año** en el mes de febrero.
- Incremento anual estimado: **6%**, fundamentado en:
  - La inflación promedio del sector papelería y material de oficina.
  - Actualizaciones en los costos del papel y tóner.
  - Estudios de precios de la competencia local.

**Política de incrementos en gastos operativos:**

- Gastos como renta, energía eléctrica, internet y consumibles administrativos se actualizarán **en un rango del 4% al 6% anual**, considerando inflación.
- El gasto en mantenimiento de equipos incrementará un **5% anual** debido al desgaste natural.

**Impacto en el flujo de efectivo:**

La actualización periódica mantiene márgenes reales y evita pérdidas por inflación acumulada, asegurando estabilidad financiera.

## 1.5. Políticas de Gastos Salariales

**Objetivo:** Mantener una estructura salarial justa, competitiva y alineada a la Ley Federal del Trabajo.

**Política:**

- Los sueldos del personal aumentarán un **5% anual**, equivalente al promedio de inflación proyectado.
- Se otorgarán todas las prestaciones de ley:
  - Aguinaldo: 15 días,
  - Vacaciones: según antigüedad,
  - Prima vacacional: 25%.
- El pago de salarios será **semanal**.
- El Gerente General autorizará horas extras únicamente en semanas de alta demanda (exámenes, inscripciones).
- Los incentivos se pagarán únicamente si se cumple el objetivo mensual de ventas.

**Impacto en el flujo de efectivo:**

Los gastos salariales representan el mayor pago fijo mensual; su planificación evita desequilibrios y garantiza solvencia en temporadas bajas.

## 1.6. Políticas de Reparto de Utilidades (PTU)

**Objetivo:** Cumplir con la legislación mexicana y mantener motivado al personal.

**Política:**

- Se calculará el reparto de utilidades (PTU) anual conforme a la LFT, equivalente al **10% de las utilidades fiscales**.
- El límite para cada trabajador será:
  - **3 meses de salario**, o
  - **Promedio de la participación recibida en los últimos 3 años**, lo que resulte más favorable para el trabajador.
- El reparto se realizará antes del **30 de mayo** de cada año.
- En caso de no generarse utilidad fiscal, no habrá reparto.

**Impacto en el flujo de efectivo:**

El PTU anual debe reservarse parcialmente mes a mes para evitar presiones de liquidez al cierre del ejercicio.

**NOTA: A PARTIR DEL PUNTO DOS EN ADELANTE, LA INFORMACIÓN SE  
ENCINTRARA EN UN EXCEL, PARA MEJOR MANEJO.**

## **2.Inversión Inicial**

Señala el monto de inversión que requiere el proyecto, incluyendo inversiones en activos fijos y capital de trabajo. Desglosando cada concepto

Presenta el cálculo depreciación de los activos fijos y diferidos. Mensual el primer año y años los siguientes cuatro años.

## **3.Financiamiento**

Explica cómo estará financiada la inversión inicial, montos que serán financiados de manera interna (capital social) y externa (acreedores)

En caso de requerir financiamiento externo, señala el monto del crédito, plazo, tasa de interés, periodos de amortización del capital y de los intereses)

## **4.Proyección de Ingresos**

Muestra claramente cuál el método que utiliza para proyectar el número de unidades que venderá a lo largo de años, mostrando el análisis del primer año de forma mensual y de los 4 años restantes de forma anualizada

Muestra el presupuesto de ingresos considerando la proyección de unidades vendidas y los incrementos en el precio de venta. Mensual el primer año y los siguientes 4 años de forma anualizada.

Muestra el presupuesto de ventas de contado y ventas de crédito de acuerdo con lo señalado en sus políticas. Mensual el primer año y los siguientes 4 años de forma anualizada.

Muestra el presupuesto de cuentas por cobrar (clientes). Mensual el primer año y los siguientes 4 años de forma anualizada.

## **5.Proyección de costo de producción**

De acuerdo con el tipo de empresa, muestra el análisis del costo de ventas, el análisis del primer año de forma mensual y de los 4 años restantes de forma anualizada.

Determina la Producción estimada (en unidades) de acuerdo con las ventas en unidades proyectadas y los inventarios iniciales y finales que desea mantener. Mensual el primer año y los siguientes 4 años de forma anualizada.

Muestra detalladamente los consumos de materia prima por cada unidad que se requiere producir y los costos unitarios.

Determina el presupuesto de compras de materias primas, de acuerdo con los inventarios iniciales y finales. Mensual el primer año y los siguientes 4 años de forma anualizada. Considera el incremento en los precios de forma anual. Determina el costo unitario.

Muestra el presupuesto de compras de contado y de crédito de acuerdo con lo señalado en sus políticas. Mensual el primer año y los siguientes 4 años de forma anualizada.

Muestra el presupuesto de cuentas por pagar (proveedores y acreedores). Mensual el primer año y los siguientes 4 años de forma anualizada.

Explica los consumos de mano de obra que utilizará la producción

Presenta el presupuesto de mano de obra. Mensual el primer año y los siguientes 4 años de forma anualizada. Considera salarios y prestaciones, incrementos salariales de forma anual. Determina el costo unitario.

Explica los gastos indirectos de fabricación en que incurrirá.

Presenta el presupuesto de gastos indirectos de fabricación. Mensual el primer año y los siguientes 4 años de forma anualizada. Considera incrementos de forma anual. Determina el costo unitario.

Una vez concluidos los 3 elementos del costo, determina el costo de producción unitario.

Presenta Estado de Costo de Ventas

**AQUIII**

## **6.Proyección de Gastos de Operación**

Explica los gastos de operación en que incurrirá.

Presenta el presupuesto de gastos de operación, que incluyan la depreciación. Mensual el primer año y los siguientes 4 años de forma anualizada. Considera incrementos de forma anual. Determina el costo unitario.

En el caso de la nómina de personal considera salarios y prestaciones, incrementos salariales de forma anual.

## **7.Determinación del precio de venta y punto de equilibrio**

Suma los costos de producción (costos variables) y los gastos de operación (costos fijos) más un porcentaje de utilidad deseado para determinar el precio de venta

Determina el punto de equilibrio en unidades.

## **8.Gastos financieros**

Presenta la amortización de la deuda con el correspondiente cálculo de intereses.

## **9.Flujo de efectivo**

Presenta el flujo de efectivo, identificando claramente los flujos de efectivo de la operación, los flujos de efectivo de inversión y los flujos de efectivo de financiamiento. Mensual el primer año y los siguientes 4 años de forma anualizada.

## **10.Estado de resultados**

Presenta el estado de resultados de forma anualizada los 5 años.

## **11.Balance General**

Presenta el estado de situación financiera de forma anualizada los 5 años.

## **12. Valuación Económica**

Presenta el cálculo del Valor Presente Neto a partir de los flujos de efectivo anuales de 5 años. Utilizará como tasa de descuento la referencia del costo de capital (tasa de interés del financiamiento).

Presenta el cálculo de la Tasa Interna de Rendimiento a partir de los flujos de efectivo anuales de 5 años.

Presenta el cálculo del Periodo de Recuperación de la Inversión