

**Proyecto: Papelería Multiservicios la Plaza**  
**Emprendedor: Elvira Alejandra Reyes Chávez**

**RESUMEN EJECUTIVO**

**II. Descripción de la empresa – Objetivos**

---

**a) Naturaleza de la empresa.**

La empresa en mención pertenecerá al sector terciario ya que en él se engloban aquellos servicios que se ofrecen con el objetivo de satisfacer las necesidades de una población además de comercializar productos, siendo este el caso de un establecimiento que comercializa productos de papelería y ofrece el servicio de arrendamiento de mobiliario para eventos sociales.

**b) Antecedentes del proyecto**

La Señora María Elvira Chávez Chávez, quien es el emprendedor de este proyecto, en la actualidad se dedica al hogar, además de rentar en contadas ocasiones mobiliario para eventos sociales, actividad que lleva a cabo desde hace alrededor de 10 años, lo cual lo ha logrado en base a la experiencia y aportes de su familia, siendo desde entonces que ella ha tenido contacto con las actividades comerciales y de servicios.

Debido a esto, y a las necesidades que se presentan en la población basadas en este tipo de establecimientos, es como el emprendedor decide poner en marcha una empresa que satisfaga dichas actividades, por lo que se establecería como única en su giro, añadiendo a esto el gusto por parte de la Señora María Elvira

Chávez Chávez por el trato personalizado con la gente y la experiencia adquirida con un negocio de esta índole.

#### c) Experiencia del emprendedor

- **Nombre:** María Elvira Chávez Chávez
- **Dirección:** Av. Matamoros #16, Colonia Centro
- **Edad:** 36 años
- **Ocupación:** Hogar
  
- **Experiencia en el ramo o empresarial:** 10 años

#### d) La idea

Este proyecto pretende establecer un negocio en el cual se pongan a la venta artículos escolares, de oficina, servicio de fax, servicio de copadoras, internet, impresiones de documentos. Además se contará con la renta de mobiliario para eventos sociales y la mantelería necesaria para cada ocasión.

#### e) ¿Por qué?

El negocio se considera como viable puesto que en esta ciudad no se cuenta con una empresa que ofrezca la diversidad de servicios que se presentaron con anterioridad, y resulta conveniente su existencia ya que en variadas ocasiones durante el año se presentan eventos tanto públicos como privados por lo que no sería necesario que la comunidad tuviera que trasladarse a otras ciudades cercanas para adquirir dichos servicios. Aunado a esto es una empresa rentable debido a que existe la demanda suficiente para contrarrestar los posibles costos que se pudieran tener para adquirir los productos que se están necesitando, y al ser el único negocio existente, los clientes acudirán para obtener sus servicios con regularidad.

#### f) Visión.

Ser una empresa líder dentro del ramo de productos y servicios de papelería y renta de mobiliario, buscando siempre la excelencia en los servicios para otorgar una respuesta integral a las necesidades de nuestros clientes.

#### f) Misión

Somos una empresa que ofrece productos y servicios de óptima calidad, en un ambiente vanguardista y tranquilo, incorporando constantemente nuevos artículos que satisfagan los requerimientos del cliente y buscando siempre establecer relaciones comerciales benéficas.

#### g) Valores

- ✓ **Calidad.** Satisfacer plenamente las necesidades del cliente, cumpliendo las expectativas del mismo.
- ✓ **Responsabilidad.** Cumplir con las obligaciones contraídas tanto de la empresa como con los clientes.
- ✓ **Honestidad.** Ser congruente entre lo que se piensa y la conducta, esto con la finalidad de que los clientes confíen en dicha empresa.
- ✓ **Trabajo en equipo.** Establecer una serie de estrategias, procedimientos y metodologías dentro del personal para lograr las metas propuestas.
- ✓ **Respeto.** Facultar al empleado para el reconocimiento, aprecio y valoración de las cualidades de los demás y sus derechos, ya sea por su conocimiento, experiencia o valor como personas.

#### h) Objetivos

##### Corto plazo.

- ✓ Darse a conocer con los proveedores de los artículos.
- ✓ Establecerse en el mercado para obtener clientes potenciales.

### **Mediano plazo.**

- ✓ Mejorar continuamente los productos y servicios para cubrir las exigencias del mercado.
- ✓ Reducir costos de operación y de productos.

### **Largo plazo.**

- ✓ Obtener la liquidez necesaria para lograr el retorno de la inversión.
- ✓ Expandir el mercado con un mayor número de servicios a prestar.
- ✓ Ampliar las instalaciones o bien establecer nuevas sucursales de la empresa.

### **i) Planes de la empresa**

- ✓ Ser una empresa organizada y confiable.
- ✓ Contar con una amplia gama de servicios y de mobiliario moderno que satisfaga la demanda.
- ✓ Crecer de forma notable, siendo así necesaria la adquisición de mano de obra dando lugar a una fuente de empleo que fomente el desarrollo económico de la región.

## **III. Descripción del entorno**

### **a) Tendencias macroeconómicas y financieras que repercuten en el negocio.**

Los factores del macroambiente que se encuentran vinculados con la empresa en mención se derivan básicamente en dos grandes ramas que son: variables políticas y sociales.

Con variables políticas nos referimos a aquellos cambios de administración que pudieran impactar la demanda en cuanto a la renta de mobiliario para sus eventos ya que siendo el único negocio en esa ciudad en contar con este servicio y debido al involucramiento que tiene el emprendedor en este ámbito, pudiera darse el caso de que los nuevos integrantes de las dependencias gubernamentales, decidiera acudir a otro prestador de servicios para sus reuniones, bajando con ello las ventas de ese mercado en particular. Mientras que con variables sociales, pueden afectar desde el punto de vista de la cultura de la gente y las tendencias que se ven marcadas en cuanto a diseños de moda, colores, materiales, etc que son utilizados tanto en los artículos escolares como en lo referente a decoraciones, añadiendo a esto la adaptabilidad a la tecnología ya que con mayor frecuencia nos topamos con que cada día se vuelve más indispensable para realizar las actividades diarias.

También cabe mencionar el impacto que tiene la inflación a nivel nacional no solo en un sector de industrias o empresas sino a nivel general ya que un aumento en el nivel general de precios implica una disminución del poder adquisitivo de la moneda. Es decir, cuando el nivel general de precios sube, cada unidad monetaria comprar menos bienes y servicios, lo que afecta la capacidad de compra que tiene la sociedad.

#### **IV. Análisis del Producto y su Mercado**

---

##### **a) Servicio: Visión general**

Multiservicios y accesorios La Plaza ofrecerá los siguientes servicios:



## Arrendamiento de mobiliario para eventos sociales

- Renta de mesa circular con 4 sillas
- Mantelería
- Cubre manteles
- Forro para sillas

## Papelería en General

- Artículos escolares
- Artículos de oficina
- Fax
- Copias
- Internet
- Impresión de documentos

Cabe señalar, que los productos que tienen mayor demanda dentro del mercado son la venta de artículos escolares, y las copias/fax, esto es con lo que respecta a la papelería en general, mientras que los servicios más destacados den otro ramo, que es el arrendamiento de mobiliario para eventos, es la renta de mesas con sus sillas así como la mantelería correspondiente. En la siguiente tabla se muestra una descripción de la gama de productos y servicios con los que cuenta “La Plaza”.

Producto o Servicio	Descripción
---------------------	-------------



Renta de mobiliario en general	Renta de mesas circulares con 4 sillas.
Renta de mantelería	Mantelería para cada juego de mesas con sus respectivos cubre manteles, forros para cada silla y moños para las mismas.
Venta de Artículos Escolares	Los artículos escolares de mayor uso que se ofrecen dentro de la empresa son: libretas y cuadernos, adhesivos, blocks, mochilas y portafolios, papel, bolígrafos, lápices, pinturas, colores, artículos de geometría, unicel, material educativo (laminas, mapas, biografías, etc).
Venta de Artículos de Oficina	Folders, papeles, formas administrativas, accesorios de escritorio, maletines, accesorios de oficina (grapadoras, guillotinas, ligas, cintas adhesivas, , perforadoras, clips, etc).
Servicio de fax	Se cuenta con servicio de fax para hacer llegar sus documentos importantes hacia su destino final de una manera más rápida.
Servicio de copias	En “La Plaza” se reproducen los documentos que el cliente desea y en las cantidades que se requieran por él, además de realizar ampliaciones y reducciones.
Impresión de documentos	Dentro del establecimiento, si el cliente

	<p>lo desea podrá imprimir sus trabajos escolares, laborales o personales que así desee, pudiendo ser tanto a blanco y negro como a color.</p>
--	--

**b) Fortalezas y ventajas.**

- Se tiene conocimiento sobre las necesidades que presentan los posibles clientes.
- El trato es personalizado.
- Es un negocio único con dicha gama de servicios.

**c) El cliente**

Los segmentos de los clientes potenciales se basarán de acuerdo a los servicios que se buscan quedando como sigue:

- 1. Alumnos.** Este segmento es considerado como el más importante respecto a la venta de productos escolares ya que es quien directamente utiliza estos artículos, siendo frecuentes sus compras.
- 2. Organismos públicos (Presidencia).** Se toma en cuenta este mercado ya que los eventos públicos son recurrentes y para una buena presentación como lo marca el protocolo es necesario el servicio de renta de mobiliario y equipo.
- 3. Cliente en general.** En este grupo de personas se demandan los dos rubros de productos y servicios, ya que utilizan tanto el mobiliario como la papelería pues las actividades no solo se basan en artículos escolares, sino otras que son necesarias en la vida diaria como fax, copias, diseños, etc.

Nombre	Atractividad A M B	En que se basa (Vol de compra, precio, forma de pago)	Local, Regional Nacional
Alumnos	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precio</li> <li>• Vanguardia (novedad)</li> <li>• Instalaciones amplias</li> </ul>	Local
Organismos públicos	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Volumen de compra</li> <li>• Confiabilidad</li> <li>• Rapidez en el servicio</li> <li>• Formas de pago</li> </ul>	Local
Cliente en General	M	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precio</li> <li>• Tecnología</li> <li>• Servicio personalizado</li> </ul>	Local

#### d) Competitividad

La competitividad en este negocio es casi nula, como ya se ha mencionado, debido a la falta de empresas que ofrezcan la diversidad de servicios que se presentan en este proyecto, sin embargo si solo se toma en cuenta los productos de papelería, se tiene competencia directa con las pequeñas papelerías que se encuentran ubicadas en la ciudad.



Nombre del competidor	Competitividad A M B	Debilidades con respecto al competidor	Fortalezas respecto al competidor
Papelerías pequeñas	B	<ul style="list-style-type: none"><li>• Posicionamiento en el mercado</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Excelencia en el servicio</li><li>• Ubicación</li><li>• Servicios diversos</li><li>• Experiencia</li><li>• Horario</li></ul>

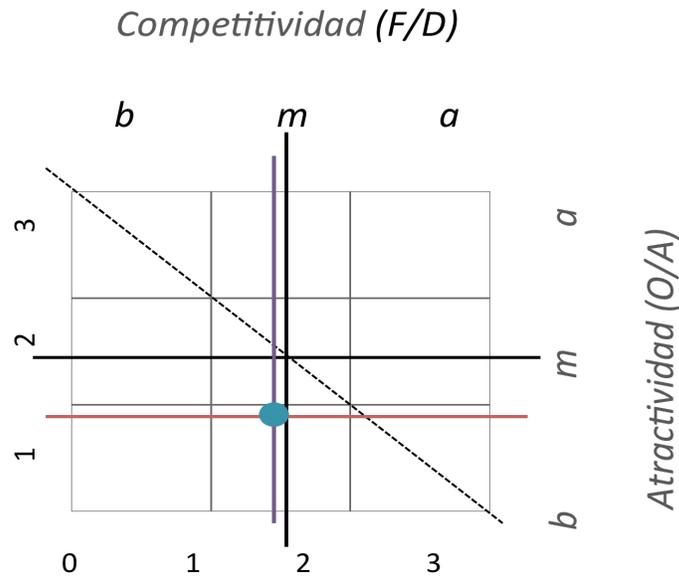
## V. Estrategia de Mercadotecnia

### a) Análisis FODA

<b>Fuerzas</b>	<b>Calif.</b>	<b>Debilidades</b>	<b>Calif.</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demanda alta</li> <li>• Experiencia y conocimientos.</li> <li>• Ubicación geográfica del establecimiento.</li> <li>• Personalización en el servicio.</li> <li>• Conocimiento de las necesidades demandadas.</li> </ul>	<p>5</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>3</p> <p>3</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de liquidez.</li> <li>• Falta de mobiliario para eventos sociales simultáneos.</li> <li>• Continúo asesoramiento sobre las nuevas tendencias en diseños.</li> </ul>	<p>4</p> <p>3</p> <p>3</p>
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>Total</b>	<b>10</b>
<b>Oportunidades</b>	<b>Calif.</b>	<b>Amenazas</b>	<b>Calif.</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia nula en cuanto a la renta de mobiliario.</li> <li>• Apoyos gubernamentales para la creación de nuevas empresas.</li> <li>• Dependencias de gobierno como posibles clientes.</li> </ul>	<p>5</p> <p>5</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las ventas temporales.</li> <li>• Llegada de nuevos competidores.</li> <li>• Negocios pequeños de venta de productos de papelería</li> </ul>	<p>3</p> <p>3</p> <p>4</p>

<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>Total</b>	<b>10</b>
--------------	-----------	--------------	-----------

**b) Matriz de posicionamiento**



**F= 19**      **D= 10**      **F/D = Coeficiente de competitividad**  
**1.90**

**O= 14**      **A= 10**      **O/A = Coeficiente de atractividad **1.4****

La matriz de posicionamiento nos muestra que el negocio se encuentra ubicado dentro del cuadrante cuatro, que nos indica que posee coeficientes tanto de competitividad como de atractividad bajos, sin embargo debido a su cercanía respecto a la media, es posible que una vez establecida la empresa se aprovechen las fortalezas y oportunidades para contrarrestar las debilidades y amenazas de manera que este equilibrio logre posicionar a la compañía en un nivel medio.

### **c) Política de Producto y/o Servicio y Atención**

Los productos de papelería, como lo son los artículos escolares y de oficina, se ofrecerán en vitrinas en los empaques que fueron elegidos por los proveedores

para cada uno de ellos, o bien se encontraran en exhibición en lugares estratégicos dentro de las instalaciones de la empresa para que de esta manera, los clientes puedan observar sus características físicas y elegir el que sea de su agrado.

Con lo que respecta a los servicios de fax, internet y copias, la empleada de mostrador deberá otorgar el servicio al cliente de una manera cordial y respetuosa pensando siempre en la comodidad de los usuarios.

Referente al arrendamiento de mobiliario para eventos sociales, se montará una demostración de mesas con sus respectiva vestimenta que será cambiada cada semana para ofertar los diferentes diseños con los que se cuentan, además de contar con un catálogo que contendrá fotografías de muestra con las posibles combinaciones de colores, estilos, etc para lo concerniente a mantelería y para los trabajos de tarjetas de presentación, invitaciones y lonas, dicho catálogo se encontrará dentro de la empresa para que el público en general pueda conocer los servicios que se ofrecen.

**d) Política de precios, de Promociones y descuentos.**

En el establecimiento de precios se consideraron varios factores, uno de ellos es la competencia, para el caso del arrendamiento de mobiliario para eventos sociales este factor no afecta, debido a que en Matamoros, Chihuahua, no existe un lugar que lleve a cabo dicha actividad.

A continuación se muestran los precios tanto para el conjunto de productos que se ofrecerán en la papelería como para el servicio de arrendamiento de mobiliario y equipo para eventos sociales que se ofrecerán en Accesorios y Mutiservicios La Plaza:

SERVICIO Y/O PRODUCTO	COSTOS	GANANCIA	PRECIO
Arrendamiento de mobiliario	0.00	200.00	200.00
Papelería en General	14.58	20.42	35.00

Es importante mencionar que el precio para el arrendamiento de mobiliario para eventos sociales no genera costos debido a que es un activo fijo lo cual conlleva su desembolso en la inversión inicial. Así mismo, dicho precio es únicamente es para la renta de una mesa con cuatro sillas con su respectiva mantelería.

Para el caso de la papelería el precio se fijo en base al promedio de compra de una persona al acudir a una papelería, esto a consecuencia de la gama de productos tan enorme que existe, lo que permitió fijar en 35.00 una compra de material por persona.

## Política de Post – Venta y seguimiento a clientes

Referente al ramo de papelería en general, no existe una política post-venta ya que el cliente solamente acude al establecimiento a adquirir uno de estos artículos. Caso contrario ocurre en el servicio de mobiliario para eventos sociales, en donde se le deberá dar un seguimiento al cliente para la entrega del equipo que se le fue entregado, para esto será necesario colocar un código a cada mueble con el fin de poseer un inventario y con esto un control sobre lo que se renta, al momento de arrendar cierto número de mobiliario se levantará un reporte en el cual se establecerá la cantidad y el código de cada artículo, este formato deberá ser firmado por el cliente añadiendo la credencial de elector del mismo como garantía hasta que los bienes muebles sean devueltos.

## VI. Plan de ventas

---

### a) Estrategia de ventas



El servicio llegará hasta el cliente final de manera directa, esto es que no existen intermediarios entre los productos y servicios que se ofrecerán, ya que es el usuario quien acude al establecimiento y satisface su demanda a través de la gama de artículos que se ofertan.

### Calculo de la demanda.

En Matamoros, Chihuahua, la necesidad de contar con un lugar en el que se lleve a cabo la venta de artículos de papelería ha crecido de manera desmedida ya que los habitantes se ven en la necesidad de transportarse a lugares cercanos en los que se lleve dicha venta, que, aunque si existen papelerías estas son muy pequeñas y los productos que se ofrecen son muy pocos. Además de ello no existe un lugar en el que se arrende mobiliario para eventos sociales, los cuales según grupos de personas son muy necesarios para ocasiones como: eventos llevados a cabo por parte de la Presidencia Municipal, quinceañeras, cumpleaños, etc...

Ahora bien, mediante investigaciones de campo en relación a las papelerías existentes en la ciudad de Matamoros y a la experiencia sobre el servicio de arrendamiento de parte de la Sra. Chávez, se concluye que las ventas para los diferentes servicios que se ofrecerán en Multiservicios y Accesorios la Plaza, tendrán el siguiente comportamiento:

Producto / Servicio	Ventas Mensuales en Unidades Primer Año												Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Arrendamiento mobiliario	17	17	24	36	36	73	65	65	65	73	73	73	619
Papelería en general	96	96	128	173	173	345	345	363	363	345	345	345	3,117
													-
													-
													-
													-
													-
													-
<b>Total</b>	<b>113</b>	<b>113</b>	<b>152</b>	<b>209</b>	<b>209</b>	<b>418</b>	<b>411</b>	<b>428</b>	<b>428</b>	<b>418</b>	<b>418</b>	<b>418</b>	<b>3,736</b>
Porcentaje de inventario final deseado			0%										
<b>Producción programada</b>	<b>113</b>	<b>113</b>	<b>152</b>	<b>209</b>	<b>209</b>	<b>418</b>	<b>411</b>	<b>428</b>	<b>428</b>	<b>418</b>	<b>418</b>	<b>418</b>	<b>3,736</b>

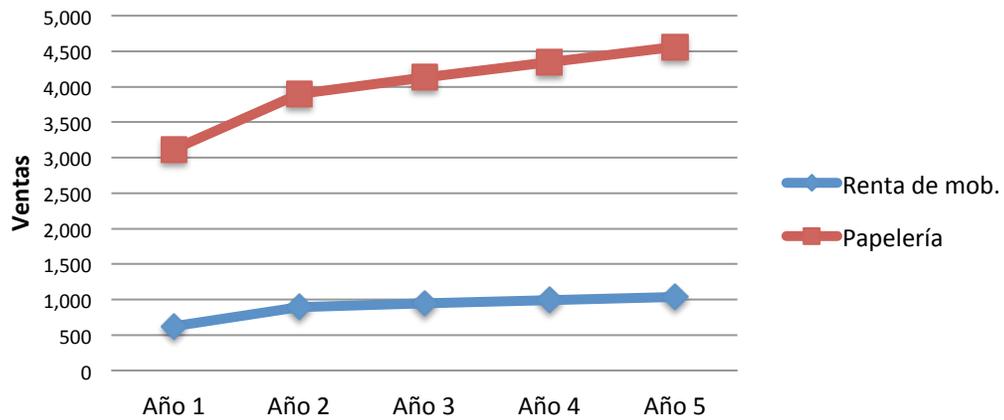
Producto / Servicio	Ventas Mensuales en Unidades Segundo Año												Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Arrendamiento mobiliario	73	73	73	75	75	75	73	73	73	75	75	75	888
Papelería en general	354	354	310	310	310	310	310	354	354	310	310	310	3,896
													-
													-
													-
													-
													-
													-
<b>Total</b>	<b>427</b>	<b>427</b>	<b>383</b>	<b>385</b>	<b>385</b>	<b>385</b>	<b>383</b>	<b>427</b>	<b>427</b>	<b>385</b>	<b>385</b>	<b>385</b>	<b>4,784</b>
Porcentaje de inventario final deseado			0%										
<b>Producción programada</b>	<b>427</b>	<b>427</b>	<b>383</b>	<b>385</b>	<b>385</b>	<b>385</b>	<b>383</b>	<b>427</b>	<b>427</b>	<b>385</b>	<b>385</b>	<b>385</b>	<b>4,784</b>

Ahora bien, el incremento de las ventas de un año a otro se considera en promedio en un 3.50%, estando en función de indicadores como la inflación. En función de ello se pronostican las ventas totales a 5 años, como se muestra a continuación:

Producto / Servicio	Ventas Anuales en Unidades				
	1	2	3	4	5
Arrendamiento mobiliario	619	888	942	989	1,040
Papelería en general	3,117	3,896	4,132	4,341	4,563
	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>3,736</b>	<b>4,784</b>	<b>5,073</b>	<b>5,330</b>	<b>5,603</b>
<b>Aumento porcentual</b>	<b>-</b>	<b>28.06%</b>	<b>6.05%</b>	<b>5.06%</b>	<b>5.12%</b>
<b>Inflación anual promedio</b>	<b>3.50%</b>		<b>Incremento en el precio</b>	<b>0.00%</b>	



## Pronóstico de ventas a 5 años



**b) Políticas  
cobranza**

**de crédito y**

Debido a que trata de una empresa de reciente creación las ventas se llevarán preferentemente de contado; así mismo se llevarán a cabo algunas promociones dependiendo de la temporada en el caso de artículos escolares y de oficina. En el caso de la renta de mobiliario se optará por preparar paquetes con descuentos para los diferentes eventos o por utilizarse para eventos públicos, esto con el fin de atraer un mayor número de clientes.

## VII. Plan de Operaciones

---

### a) Diagrama de flujo del proceso.

A continuación se muestra el diagrama de flujo para los dos grandes ramos en que se divide la empresa, como primer punto se observa lo que es la papelería en general, y como segundo punto el arrendamiento de mobiliario para eventos sociales.

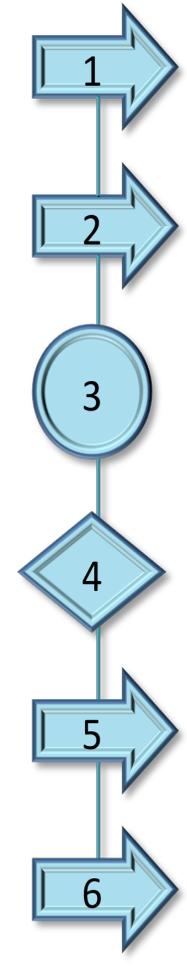
#### Papelería en General

1. Llega el cliente al establecimiento.
2. Se dirige al mostrador y pregunta sobre los artículos que necesita.
3. La empleada de mostrador proporciona diferentes opciones con las características buscadas.
4. El cliente selecciona el producto y/o servicio que satisfaga sus requerimientos.
5. El cliente se dirige a la caja a pagar el importe de su compra o bien el servicio que adquirió.
6. El usuario sale del establecimiento.



Diagrama de

flujo

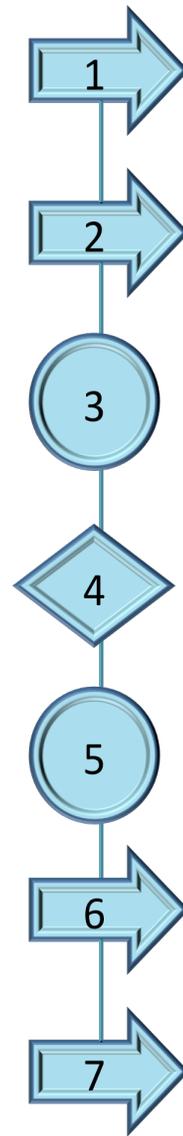


## Arrendamiento de mobiliario

1. Llega el cliente al establecimiento.
2. Se dirige al mostrador y pregunta el servicio que necesita ya sea para un evento social en general o con temática infantil.
3. La empleada de mostrador proporciona diferentes opciones con las características buscadas de acuerdo al catálogo de diseños con lo que se cuenta.
4. El cliente selecciona el modelo que satisfaga sus necesidades.

5. La \_\_\_\_\_ persona responsable del mostrador toma los datos del cliente para llenar el formato requerido con las especificaciones del mobiliario que se está llevando y se recoge la documentación necesaria.
6. El cliente se dirige a la caja y realiza el pago.
7. El usuario sale del establecimiento.

Diagrama de flujo



En la siguiente tabla se muestra un resumen de las actividades del proceso general mostradas en los diferentes diagramas de flujo, también se incluyen los tiempos necesarios para realizar cada etapa así como su frecuencia.

<b>Actividad</b>	<b>Tiempo de operación</b>	<b>Frecuencia</b>
Llegada del cliente al establecimiento	1 min.	Diariamente
El cliente pregunta sobre lo que necesita	1 min	Diariamente
Se muestran al cliente las diferentes opciones disponibles	2 min.	Diariamente
El usuario elige la opción que satisfaga sus necesidades	4 min. en promedio (varía de acuerdo a lo que se este buscando)	Diariamente
Recolección de datos y llenado de formas (en el caso del mobiliario)	10 min.	Diariamente
Pago del importe de compra	3 min.	Diariamente
Salida del cliente	1 min.	Diariamente
<b>Total</b>	<b>12 min.</b> <b>(papelería)</b> <b>22 min.</b> <b>(mobiliario)</b>	

Como se mostró en la tabla anterior el tiempo para realizar alguna compra sobre papelería en general es de 12 minutos, mientras que para llevar a cabo la renta de mobiliario el tiempo de operación es más alto, 22 minutos, ya que se deben seguir un mayor número de actividades además de que el cliente decide en un tiempo mayor el diseño en colores y texturas que requiere para su evento. Es importante mencionar que el tiempo de compra varía en función de lo que el cliente está solicitando por lo que, lo mencionado con antelación es solo un promedio de las actividades.

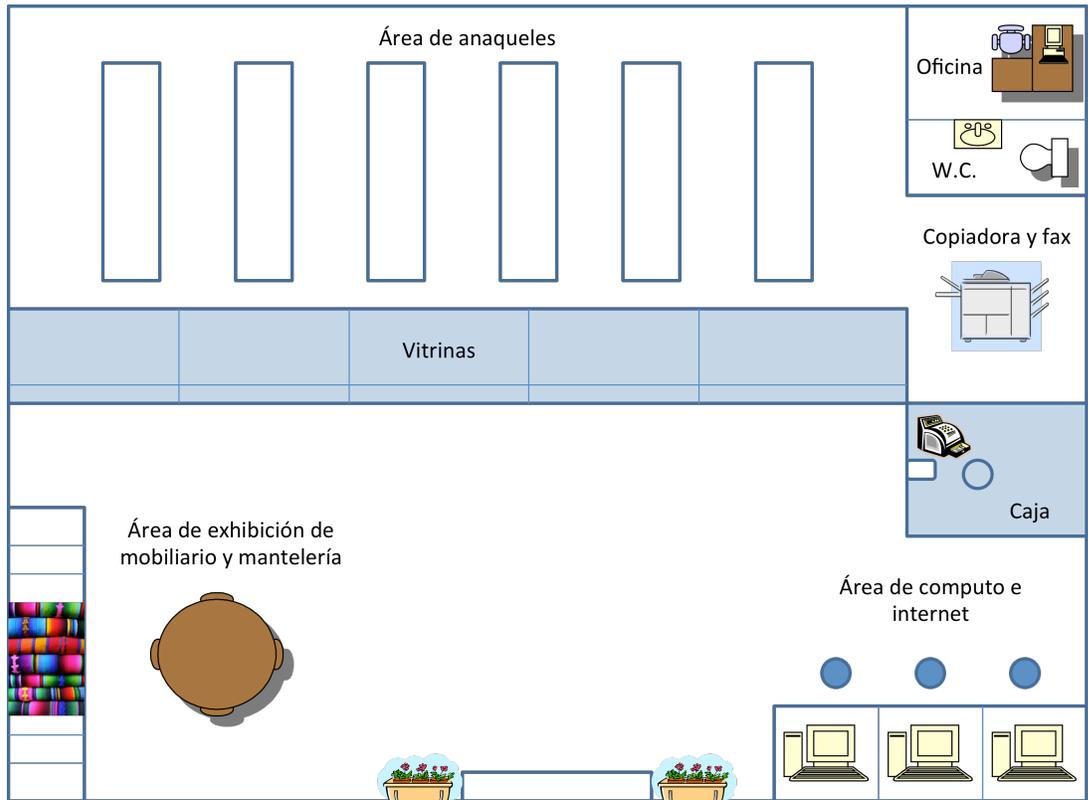
**b) Ubicación, distribución y capacidad instalada de la empresa.**

**Ubicación**

La empresa se encontrará ubicada en Avenida Matamoros No.16, Colonia Centro en la ciudad de Matamoros, Chihuahua. Dicha localización proporciona una ventaja para la compañía ya que se encuentra en un lugar céntrico y al ser una ciudad pequeña, se puede estar más cerca de los clientes potenciales.

**Distribución de la planta.**

La distribución del establecimiento comercial, está diseñado en base a las actividades que se realizan en ella como se mostro en el diagrama de flujo además de proporcionar mayor comodidad a los clientes así como a la empleada de mostrador de manera que los productos pueden ser visibles y de fácil acceso para ambos casos, así mismo, es indispensable una planeación del espacio para futuros proyectos de expansión.



### Capacidad instalada.

A continuación se muestra de manera general, el mobiliario y equipo necesarios para las operaciones normales de la empresa:

Equipo	Características	Capacidad
Vitrina cajonera	Vitrina con cajones de 1.20x.50x.94.	20 cajones
Sillas cromadas	Sillas tapizadas en vinil negro mod. Geminis.	
Mesas Redondas	Mesas con cubierta de fibra de vidrio.	
Computadoras	Procesador dual Celeron 2.6, disco duro de 500, memoria DDR3.	--

### c) Logística de suministro de insumos

Insumo	Nombre del proveedor	Ubicación	Tiempo en llegar	Nivel de inventario
Papelería	Equipos Villela y Copy Jet	Hgo. Del Parral	1 día	½ de inventario.

### d) Calidad de insumos

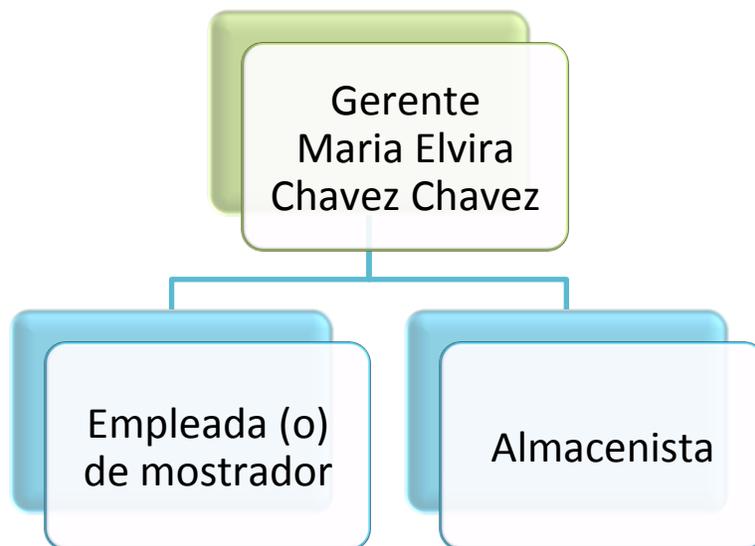
Los insumos son elegidos de acuerdo con sus características y buscando siempre productos de calidad, ofreciendo variedad en ellos para los diferentes gustos y precios. Una vez que se solicitan los insumos, antes de realizar cualquier compra, estos son revisados exhaustivamente para que se encuentren en condiciones óptimas.

## VIII. Recursos Humanos

---

### a) Organización funcional

#### Organigrama



#### Instructivo

##### **Gerente.**

Ocupa el primer lugar jerárquico, es el soporte de la organización a nivel general, fijando las políticas operativas y administrativas para el buen desarrollo de la empres.

##### **Empleada (o) demostrador.**

Será el responsable de que los servicios se presten de manera eficaz y eficiente siempre tomando en cuenta los requerimientos del cliente, así mismo será quien se encargue del cobro de las compras realizadas por los clientes.

### **Almacenista.**

Sera el responsable de recibir la materia prima y almacenarla en el lugar correspondiente, asi como llevar el correcto control de inventario.

### **b) Reglamento de Recursos Humanos**

1. La jornada laboral será de 8 horas, en caso de ser necesario se ampliara está teniendo derecho al pago de horas extras.
2. Se trabajaran seis días a la semana de lunes a viernes horario completo y los sábados únicamente se laborara en las mañanas. Teniendo como día de descanso el domingo.
3. Solo se tendrá derecho a tres faltas injustificadas mensuales, en caso de superar el límite se le descontarán los días de su sueldo.
4. Se gozara de un periodo vacacional de seis días el primer año aumentando en dos los próximos años, se les otorga siempre y cuando exista una persona que los remplace.
5. Se tendrá como un máximo de diez minutos en los retardos, después de tres retardos generara una falta.
6. En el caso de permisos extraordinarios se deberá avisar al gerente quien será la persona que decida si se otorga.

### **c) Condiciones de trabajo y remunerativas**

En un principio la remuneración que se les otorgara a los empleados será meramente representativa en la que se les proporcione un poco más del salario mínimo que les permita cubrir con sus necesidades básicasLa escala salarial se llevara a cabo de manera cualitativa en la que se tomaran en cuenta los niveles jerárquicos, como se muestra a continuación:

Puesto	Total de empleados	S.D.I	Salario Mensual
Gerente	1	230.26	\$ 2,200
Empleado de mostrador	1	131.58	\$ 1,500
Almacenista	3	92.11	\$ 1,500
<b>Total</b>	<b>5</b>		<b>\$ 5,200</b>

Es importante mencionar que los sueldos de los empleados ya incluyen prestaciones.

#### d) Plan de Recursos Humanos.

##### Análisis de puestos

##### Gerente

**Supervisión:** Empleado de mostrador

##### **Acciones principales:**

- Establecer los objetivos y metas generales y financieras de la empresa.
- Desarrollar estrategias para el logro de los objetivos propuestos.
- Proporcionar un ambiente organizacional que incentive el trabajo en equipo para el logro de los objetivos de la compañía de la manera más eficaz y eficiente.
- Fijar los planes de acción para el corto, mediano y largo plazo.
- Definir las necesidades del personal.
- Tomar decisiones adecuadas que vayan encaminadas a un buen desempeño de la empresa.



- Evaluar las reales de la compañía con lo planeado, para identificar las fortalezas y debilidades de la misma y así poder establecer medidas correctivas en caso de que sea necesario.

### **Requisitos:**

- Título profesional: licenciatura afín de áreas económico-administrativas.
- Sexo: Mujer (requisito no excluyente)
- Estado civil: soltero (requisito no excluyente)

### **Competencias dominantes:**

- Capacidad de motivar y dirigir al personal
- Liderazgo
- Comunicación eficaz
- Conducir y fomentar el trabajo en equipo
- Habilidad de mando
- Espíritu emprendedor
- Ser competitivo
- Integridad ética
- Tolerancia a la presión
- Relaciones Públicas

### **Empleado de mostrador**

### **Acciones principales:**

- Brindar la mejor atención a los clientes.
- Entregar los productos a los clientes
- Mostrar las diferentes opciones que existen para la compra o el servicio.
- Cobrar el importe de las ventas



**UACH**incuba

Centro Universitario de Incubación  
y Desarrollo Empresarial



- Realizar  
solicita

facturas si así lo  
el cliente.

### **Requisitos:**

- Escolaridad mínima: secundaria terminada
- Sexo: Mujer (requisito no excluyente)
- Estado civil: soltero (requisito no excluyente)
- Conocimientos básicos de computación.

### **Competencias dominantes:**

- Responsable
- Respetuoso
- Trato amable con los personas
- Tolerante
- Integridad ética

## **IX. Aspectos Legales**

---

Multiservicios y Accesorios “La Plaza” como empresa se establecerá de la siguiente manera:

### **a) Sociedad**

Por ser una pequeña empresa se constituirá como Persona Física con Actividad Empresarial, dentro del régimen intermedio; esto ante la Secretaria de Hacienda y Crédito Público.

Se constituye como Persona Física debido a que para fines fiscales, es necesario definir si una persona realizará sus actividades económicas como persona física o como persona moral, por el tamaño de la empresa y la actividad a realizar se establece como persona física la cual se define como “Un individuo con capacidad para contraer obligaciones y ejercer derechos”.

### **b) Trámite federal**

- Inscripción al Registro Federal de Contribuyentes, en el régimen que más te convenga, según las actividades que vaya a realizar tu empresa.
- Inscripción del Registro Empresarial ante el IMSS: La inscripción debe hacerse dentro de un plazo no mayor de cinco días de iniciadas las actividades. Al patrón se le clasificará de acuerdo con el Reglamento de Clasificación de Empresas y denominación del Grado de Riesgo del Seguro del Trabajo, base para fijar las cuotas que deberá cubrir.





Mé  
Pi  
Papelería en g

### Presupuesto Anual de Costos de Operación

Concepto	Costo Total Anual	Costo Unitario Anual
<i>Costos variables</i>		
Materia prima	33,811	9.05
Envases y embalajes	36	0.01
Materiales indirectos	-	0.00
Energía y combustibles	-	0.00
Mano de obra directa	-	0.00
Subtotal	33,847	9.06
<i>Costos fijos</i>		
Mano de obra indirecta	-	
Otros costos operativos	-	
Depreciación	16,674	
Subtotal	16,674	
<b>Total</b>	<b>50,521</b>	

**Puesto**  
 Gerente

Puesto	Sueldos de Ventas		
	Sueldo Mensual	Prestaciones 35%	Sueldo Anual
Mostrador	1,797	629	29,112
Almacenista	1,797	629	29,112
		-	-
		-	-
	<b>Total Sueldos Ventas</b>		<b>58,223</b>



# UACHincuba

Centro Universitario de Incubación  
y Desarrollo Empresarial



## Gastos de Concept

Sueldos  
Contador exte  
Servicios (agua  
**Total anual**

### Gastos de Venta

Concepto	Costo
Sueldos	58,223
Comisiones	-
Renta	6,000
Mantenimiento	
Combustibles	
<b>Total anual</b>	<b>64,223</b>



**Presupuesto A**  
**Gastos de Adm**  
**Gastos de Ven**

**Fijos**

Sueldos

Renta

Mantenimiento

*Subtotal*

**Variables**

Comisiones

Combustibles

Viáticos

Otros gastos

*Subtotal*

Total

\* Todos los gastos

- Activos Fijos

Otros Activos Fijos

Concepto	Cantidad	Costo	Aportación Propia	Financiamiento
Sillas cromadas 3/4	283	64,265		64,265
Mesas redondas	20	20,764		20,764
Computadoras	3	20,870	6,957	13,913
Vitrinas con cristales	3	19,101		19,101
				-
<b>Total Otros Activos</b>		<b>125,000</b>	<b>6,957</b>	<b>118,043</b>



**Concepto**  
 Maquinaria  
 Terreno y E  
 Vehículos  
 Otros Activ  
 Activo Difer  
**Total (**  
**Total (**

### Depreciación y Amortización del Activo Fijo y Diferido

Concepto	Costo Total	% Anual Deprec.	Año				
			1	2	3	4	5
<i>Otros Activos Fijos</i>							
Sillas cromadas 3/4	64,265	10%	6,427	6,427	6,427	6,427	6,427
Mesas redondas	20,764	10%	2,076	2,076	2,076	2,076	2,076
Computadoras	20,870	30%	6,261	6,261	6,261	-	-
Vitrinas con cristales	19,101	10%	1,910	1,910	1,910	1,910	1,910
-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Activo Diferido</i>							
Formalización de la soc	-	-	-	-	-	-	-
Elab. del perfil de inver:	-	-	-	-	-	-	-
Derechos de registro de	-	-	-	-	-	-	-
Permisos o licencias	-	-	-	-	-	-	-
Otros	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Total</b>			<b>16,674</b>	<b>16,674</b>	<b>16,674</b>	<b>10,413</b>	<b>10,413</b>

- Inventario



**Mat**  
**Pri**  
Materiales  
Envases y e  
Materiales

### Efectivo y Valores

Días de efectivo	-
Gastos de venta	64,223
<b>Efetivo y valores</b>	-

### Cuentas por Cobrar

Periodo de cobro	-
Ventas Anuales	232,829
<b>Cuentas por cobrar</b>	

**Pasivo Circulante** -

<b>Inversión Neta</b>			
	<b>Aportación Propia</b>	<b>Financiamiento Programa</b>	<b>Total</b>
Capital de Trabajo Neto	25,000	-	25,000
Activo Fijo y Diferido	6,957	118,043	125,000
<b>Total</b>	<b>31,956</b>	<b>118,043</b>	<b>150,000</b>
Porcentajes	21.30%	78.70%	100.00%

## **Amortización de la deuda**

---



# UACHincuba

Centro Universitario de Incubación  
y Desarrollo Empresarial



<u>Fecha de Pago</u>
01/05/2012
01/06/2012
01/07/2012
01/08/2012
01/09/2012
01/10/2012
01/11/2012
01/12/2012
01/01/2013
01/02/2013
01/03/2013
01/04/2013
01/05/2013
01/06/2013
01/07/2013
01/08/2013
01/09/2013
01/10/2013
01/11/2013
01/12/2013
01/01/2014
01/02/2014
01/03/2014
01/04/2014
01/05/2014
01/06/2014
01/07/2014
01/08/2014
01/09/2014
01/10/2014
01/11/2014
01/12/2014
01/01/2015
01/02/2015
01/03/2015
01/04/2015



01/05/2015	37
01/06/2015	38
01/07/2015	39
01/08/2015	40
01/09/2015	41
01/10/2015	42
01/11/2015	43
01/12/2015	44
01/01/2016	45
01/02/2016	46
01/03/2016	47
01/04/2016	48

01/05/2016	49	23,609	-	23,609	1,967	1,967	21,641
01/06/2016	50	21,641	-	21,641	1,967	1,967	19,674
01/07/2016	51	19,674	-	19,674	1,967	1,967	17,707
01/08/2016	52	17,707	-	17,707	1,967	1,967	15,739
01/09/2016	53	15,739	-	15,739	1,967	1,967	13,772
01/10/2016	54	13,772	-	13,772	1,967	1,967	11,804
01/11/2016	55	11,804	-	11,804	1,967	1,967	9,837
01/12/2016	56	9,837	-	9,837	1,967	1,967	7,870
01/01/2017	57	7,870	-	7,870	1,967	1,967	5,902
01/02/2017	58	5,902	-	5,902	1,967	1,967	3,935
01/03/2017	59	3,935	-	3,935	1,967	1,967	1,967
01/04/2017	60	1,967	-	1,967	1,967	1,967	0

### Balance General Inicial

<b>Activo</b>		<b>Pasivo y Capital</b>	
<i>Activo Circulante</i>		<i>Pasivo Circulante</i>	
Efectivo	-	Cuentas por pagar	-
Cuentas por cobrar	-	Documentos por pagar	-
Inventario	25,000	Impuestos por pagar	-
<b>Total circulante</b>	<b>25,000</b>	<b>Total circulante</b>	<b>-</b>
<i>Activo Fijo</i>		<i>Pasivo Fijo</i>	
Maquinaria y Equipo	-	Préstamo a largo plazo	118,043
Terreno y Edificios	-	<b>Total pasivo</b>	<b>118,043</b>
Vehículos	-	<i>Capital</i>	
Otros Activos Fijos	125,000	Capital propio	31,956
(-) Depreciación	-	Utilidades retenidas	-
<b>Total fijo</b>	<b>125,000</b>	<b>Total capital</b>	<b>31,956</b>
<i>Activo Diferido</i>	-		
<b>Total de Activos</b>	<b>150,000</b>	<b>Total Pasivo y Capital</b>	<b>150,000</b>



---

**Ventas**

*Ingresos*

Cobranzas:

Mismo mes

Un mes

Dos meses

Tres meses

Total cobranzas

Otros ingresos

Total ingresos

*Egresos*

Compras a proveedores

Pagos:

Mismo mes

Un mes

Dos meses o más

Total pagos

Energía y combustibles

Mano de obra directa

Mano de obra indirecta

Otros costos operativos

Gastos de administración

Gastos de venta

Intereses

Amortización de deuda

Impuestos

Compras de activos fijos

Dividendos en efectivo

Otros egresos

Total egresos

Excedente (faltante) del mes

Efectivo al inicio del mes

Efectivo acumulado

Saldo mínimo deseado

Efectivo (préstamo) acumulado



Ventas  
 Costo de ventas  
 Inventario inicial  
 Compras y producción:  
 Materia prima  
 Envases y embalajes  
 Materiales indirectos  
 Energía y combustibles  
 Mano de obra directa  
 Subtotal  
 Inventario final  
 Mano de obra indirecta  
 Otros costos operativos  
 Total costo de ventas  
 Utilidad Bruta  
 Gastos de venta y administración  
 Gastos de Administración\*  
 Sueldos  
 Renta  
 Mantenimiento  
 Comisiones  
 Combustibles  
 Viáticos  
 Otros gastos  
 Total gastos de venta y administr  
 Utilidad Antes de Depr., Int. e Impue  
 Depreciación y amortización  
 Utilidad Antes de Intereses e Impuestos  
 Intereses  
 Utilidad Antes de Impuestos  
 Impuestos  
 Utilidad Neta Después de Impuestos  
 Dividendos  
 Adición a Utilidades Retenidas

### Estados de Resultados Mensuales

	Segundo Año												Total	
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12		
Ventas	27,935	27,935	26,341	26,755	26,755	26,755	26,341	27,935	27,935	26,755	26,755	26,755	26,755	324,949
Costo de ventas														
Inventario inicial	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Compras y producción:														
Materia prima	3,734	3,734	3,734	3,734	3,734	3,734	3,734	3,734	3,734	3,734	3,734	3,734	3,734	44,812
Envases y embalajes	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Materiales indirectos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Energía y combustibles	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mano de obra directa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Subtotal	3,738	3,738	3,738	3,738	3,738	3,738	3,738	3,738	3,738	3,738	3,738	3,738	3,738	44,860
Inventario final	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Mano de obra indirecta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros costos operativos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total costo de ventas	3,738	3,738	3,738	3,738	3,738	3,738	3,738	3,738	3,738	3,738	3,738	3,738	3,738	44,860
Utilidad Bruta	24,196	24,196	22,602	23,016	23,016	23,016	22,602	24,196	24,196	23,016	23,016	23,016	23,016	280,089
Gastos de venta y administración														
Gastos de Administración*	3,498	3,498	3,498	3,498	3,498	3,498	3,498	3,498	3,498	3,498	3,498	3,498	3,498	41,980
Sueldos	5,022	5,022	5,022	5,022	5,022	5,022	5,022	5,022	5,022	5,022	5,022	5,022	5,022	60,261
Renta	518	518	518	518	518	518	518	518	518	518	518	518	518	6,210
Mantenimiento	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Comisiones	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Combustibles	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Viáticos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros gastos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total gastos de venta y administración	9,038	9,038	9,038	9,038	9,038	9,038	9,038	9,038	9,038	9,038	9,038	9,038	9,038	108,451
Utilidad Antes de Depr., Int. e Impuestos	15,159	15,159	13,565	13,979	13,979	13,979	13,565	15,159	15,159	13,979	13,979	13,979	13,979	171,638
Depreciación y amortización	1,389	1,389	1,389	1,389	1,389	1,389	1,389	1,389	1,389	1,389	1,389	1,389	1,389	16,674
Utilidad Antes de Intereses e Impuestos	13,769	13,769	12,175	12,589	12,589	12,589	12,175	13,769	13,769	12,589	12,589	12,589	12,589	154,964
Intereses	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidad Antes de Impuestos	13,769	13,769	12,175	12,589	12,589	12,589	12,175	13,769	13,769	12,589	12,589	12,589	12,589	154,964
Impuestos	5,508	5,508	4,870	5,036	5,036	5,036	4,870	5,508	5,508	5,036	5,036	5,036	5,036	61,986
Utilidad Neta Después de Impuestos	8,262	8,262	7,305	7,554	7,554	7,554	7,305	8,262	8,262	7,554	7,554	7,554	7,554	92,978
Dividendos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	60,436
Adición a Utilidades Retenidas	8,262	8,262	7,305	7,554	7,554	7,554	7,305	8,262	8,262	7,554	7,554	7,554	7,554	32,542



---

Ventas  
*Costo de ventas*  
Inventario inicial  
Compras y producc  
Materia prima  
Envases y embala  
Materiales indirec  
Energía y combus  
Mano de obra dir  
Subtotal  
Inventario final  
Mano de obra indir  
Otros costos operat  
Total costo de ve  
Utilidad Bruta  
*Gastos de venta y a*  
Gastos de Administr  
Sueldos  
Renta  
Mantenimiento  
Comisiones  
Combustibles  
Viáticos  
Otros gastos  
Total gastos de v  
Utilidad Antes de De  
Depreciación y am  
Utilidad Antes de Int  
Intereses  
Utilidad Antes de Im  
Impuestos  
Utilidad Neta Despu  
Dividendos  
Adición a Utilidades  
  
Amortización de det  
Amortización como



# UACHincuba

Centro Universitario de Incubación  
y Desarrollo Empresarial



---

Punto de equilibrio (u  
Punto de equilibrio cc

Costos variables total  
Costos fijos totales  
Costo total  
Unidades de ventas  
Costos variables unita  
Costos fijos unitarios  
Costo total unitario  
Precio unitario prome  
Margen de contribuci  
Utilidad operativa prc



**Activo**

*Activo Circulante*

Efectivo

Cuentas por cobrar

Inventario

Total circulante

*Activo Fijo*

Maquinaria y Eq

Terreno y Edifici

Vehículos

Otros Activos Fij

Activo fijo bru

(-) Depreciación

Total fijo

*Activo Diferido*

(-) Amortizaciór

Total diferido

**Total de Activ**

**Pasivo y Capital**

*Pasivo Circulante*

Cuentas por pagar

Documentos por

Impuestos por pa

Total circulante

*Pasivo Fijo*

Préstamos a largo

**Total de Pasiv**

*Capital*

Capital propio

Utilidades retenidas

**Total capital**

Capital propio	31,956	31,956	31,956	31,956	31,956
Utilidades retenidas	15,757	48,300	75,076	106,232	141,189
<b>Total capital</b>	<b>47,714</b>	<b>80,256</b>	<b>107,033</b>	<b>138,188</b>	<b>173,146</b>
<b>Total Pasivo y Capital</b>	<b>143,899</b>	<b>156,248</b>	<b>159,920</b>	<b>167,962</b>	<b>179,853</b>



---

## *Razones de Liquidez*

Razón Circulante

Prueba del Ácido

## *Razones de Actividad*

Rotación del Efectivo

Rotación de CxC

Periodo de Cobranza

Rotación de Inventar

Rotación de Activo FI

Rotación de Activo T

## *Razones de Endeuda*

Razón de la Deuda

Rotación de Interese

Cobertura de Cargos

Multiplicador de Cap

Deuda a Largo Plazo

## *Razones de Rentabili*

Margen de Utilidad E

Margen de Utilidad C

Margen de Utilidad M

Rendimiento sobre

Rendimiento sobre

**Razón circulante.** Mientras mayor sea esta razón, mayor será la capacidad de la empresa para pagar sus deudas, es decir, muestra qué proporción de deudas de corto plazo son cubiertas por elementos del activo, cuya conversión en dinero corresponde aproximadamente al vencimiento de las deudas.

Para la empresa en mención se cuenta con una rotación de efectivo buena ya que el activo circulante es más grande que el pasivo circulante, esto para los 2 primeros años, para los demás no aplica ya que no se tendrá endeudamiento.

**Rotación rápida.** Esta razón casi es la misma que la razón circulante debido a que excluye los inventarios, es decir a la parte menos líquida de los activos circulantes del numerador y los más sujetos a pérdidas en caso de quiebra.



Para la  
razón es muy

empresa dicha  
favorable ya que

este cociente representa la cantidad de pesos y centavos disponibles para el pago de cada peso de pasivo circulante, es decir, para el primer año si se podrá cumplir con las obligación aunque con un poco de dificultad esto se le atribuye a la deuda que se adquirirá pero para los demás años no tendrá ningún problema.

**Margen de utilidad neta.** El margen de utilidad neta muestra la eficiencia relativa de la empresa después de tomar en cuenta todos los gastos e impuestos sobre ingresos, pero no los cargos extraordinarios, es decir, relaciona la utilidad líquida con el nivel de las ventas netas.

Para el caso la mayoría de los diferentes años se cuenta con un rendimiento por encima del 20%, lo cual significa que por cada peso que venda la empresa, se obtendrá alrededor de 20 centavos, después de que todos los gastos, incluyendo los impuestos, hayan sido deducidos, es decir, cuanto más grande sea el margen neto de la empresa es mejor.

**Rendimiento sobre capital (ROE).** El ROE indica el poder de obtención de utilidades de la inversión en libros de los accionistas, y se le utiliza frecuentemente para comparar a dos compañías o más en una industria.

La empresa en mención contara con un ROE bastante alto para los años proyectados, lo que significara que por cada peso que se mantenga se generara un rendimiento de casi un peso sobre el capital, es decir, muestra la capacidad de la empresa para generar utilidad a favor de los propietarios.



### Flujos de Efectivo de Operación

Utilidad neta  
 (+) Depreciación y am  
 (+) Disminución en cu  
 (-) Aumento en cuent  
 (+) Disminución en inv  
 (-) Aumento en invent  
 (-) Disminución en cue  
 (+) Aumento en cuent  
 (-) Disminución en pas  
 (+) Aumento en pasivi  
 Total

### Flujos de Efectivo de Inversión

(+) Disminución en ac  
 (-) Aumento en activo  
 Total

### Flujos de Efectivo de Financiamiento

(+) Aumento en docur  
 (-) Disminución en do  
 (+) Aumento en deud  
 (-) Disminución en de  
 (+) Aumento en aport  
 (-) Disminución en ap  
 (-) Dividendos  
 Total

### Cambio neto en efect

### Flujos Netos de Efectivo

	Año					
	0	1	2	3	4	5
UAI		52,525	154,964	178,510	207,703	233,051
(-) Impuestos		21,010	61,986	71,404	83,081	93,221
UNODI		31,515	92,978	107,106	124,622	139,831
(+) Depreciación		16,674	16,674	16,674	10,413	10,413
FEO		48,189	109,652	123,780	135,035	150,244
(+) FENO						54,152
Inversión inicial	-150,000					
FEN	-150,000	48,189	109,652	123,780	135,035	204,396

Valor Presente  
 Tasa Interna d  
 TIR Modificad  
 Índice de Rent  
 Relación Costo  
 Periodo de Re  
 Valor Presente  
 Propietar  
 Valor Presente  
 Costo Promed  
 Costo del Cap

Una vez que se le resta a la inversión inicial la suma de los flujos descontados nos arroja el valor monetario real del proyecto y la TIR que es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a 0.

En base al anterior resultado muestra que el proyecto es aceptable. Además el periodo de recuperación una vez realizada la inversión y en base a los ingresos pronosticados, estos indican que el periodo de recuperación de la inversión inicial será en el siguiente tiempo 1.93 años, lo cual será muy favorable ya que el proyecto se considera rentable.