

# ANTOLOGÍA: Modelo Talento Emprendedor Módulo V

## “Constitución de la Empresa”

**Apan, Hgo. Julio de 2019.**

## CONTENIDO

Número	Temas	Subtema	Pág.
1	5.1 Impacto social y sustentabilidad	5.1 Determinación de efectos sociales 5.2 Contribución a la economía 5.3 Empleos directos e indirectos 5.4 Contribución social 5.6 Sustentabilidad y calificación de impactos	3
2	5. 2 Aspectos legales	5.2 Estructura Legal (Personalidad jurídica) 5.2.1 Forma jurídica de la empresa 5.2.2 Sociedades mercantiles 5.2.3 Inscripción del RFC ante el SAT 5.2.3.1 Gestión de firma electrónica avanzada 5.2.3.2 Alta patronal ante el IMSS 5.2.4 Gestión de firma digital 5.2.5 Conformación de capital contable (% de derechos) 5.2.6 Gestión legal para la operación (licencias, uso de suelo, protección civil, trámites gubernamentales, certificaciones. Etc.)	5
3	5.3 Estudio Económico y Financiero	5.3.1. Programa de inversiones 5.3.1.1. Inversión inicial (circulante, fija, diferida) 5.3.1.2. Origen y aplicación de recursos 5.3.1.3. Calculo de ingresos 5.3.2. Fuentes de financiamiento (estructura financiera) 5.3.3. Pronósticos de ventas 5.3.4. Identificación de los costos de producción / operación 5.3.5. Estados financieros (en pesos constantes) 5.3.5.1. Flujo de efectivo por tres años (año 1 mensualmente años 2 y 3 anualmente) 5.3.5.2. Balance general anual (al final de cada año, por 3 años) 5.3.5.3. Estado de resultados anual (año 1 mensualmente por 2 años) 5.3.6. Razones financieras 5.3.6.1. Liquidez (circulante, prueba de ácido) 5.3.6.2. Rentabilidad sobre la inversión 5.3.6.3. Rentabilidad del capital contable	19

		<p>5.3.7. Evaluación económica</p> <p>5.3.7.1. VPN</p> <p>5.3.7.2. Periodo de recuperación de inversión – pay back</p> <p>5.3.7.3. TIR</p> <p>5.3.7.4. Punto de equilibrio</p>	
4	5.4 Resumen ejecutivo	<p>5.4.1 Descripción de la actividad y producto/servicio</p> <p>5.4.2 Modelo de negocio</p> <p>5.4.3. Misión, visión y objetivos</p> <p>5.4.4. Monto y distribución de la inversión, fuentes de financiamiento</p> <p>5.4.5. Factibilidad financiera (VPN, TIR, Punto de equilibrio)</p> <p>5.4.6. Potencial del mercado, entorno y factibilidad comercial del proyecto</p>	40

## 5.1 Impacto social y sustentabilidad

Una empresa sustentable, es aquella que toma en cuenta múltiples aspectos que van desde la satisfacción y bienestar de sus empleados, la calidad de sus productos, el origen de sus insumos, hasta el impacto ambiental de sus actividades, sin dejar de lado el efecto que causan sus productos y desechos, es decir, el impacto social, político y económico que produce su actividad y su compromiso con el desarrollo social y económico de un país.

En el proyecto se debe especificar el tipo de impacto social que se tendrá, por ejemplo, positivo, ya que generara o agregara un valor social, es decir el beneficio que la población obtendrá con este proyecto. En esta etapa del proyecto se debe considerar las situaciones siguientes que impactara el proyecto, desde lo económico, cultural, salud, educación y valor.

## 5.2 Determinación de efectos sociales: Evaluación del impacto

Salamanca define la evaluación de impacto como aquella que se detiene en indagar en los efectos secundarios o colaterales de una intervención social cualquiera, englobando sus externalidades positivas y negativas, efectos directos y secundarios de tipo diferido en el tiempo y que se realiza en dos momentos específicos del ciclo de vida de la intervención social.

De este modo, Cohen define evaluación de impacto como la diferencia existente entre un conjunto de características iniciales y las características finales observadas en la ejecución de un programa o proyecto. Este aspecto es nuevo, en la medida que junto a Franco sostenía que la eficacia, - entendida como el logro de los objetivos de la intervención social - era la medida del impacto.

### **5.3 Contribución a la economía**

La economía es una ciencia que se encarga del estudio de la producción, extracción, intercambio, distribución, consumo y cualquier otra actividad que envuelva a los bienes y servicios (creación de riqueza) que la sociedad necesita para poder cubrir sus necesidades, al menos, básicas.

Satisfacer las necesidades de las personas con los escasos recursos existentes supone, inventariar y priorizar las necesidades para adoptar acciones que satisfagan las más prioritarias al mayor número de personas posible. Sin embargo, hay economistas que tienen claro las necesidades, pero hacen una jerarquización de prioridades que beneficia a personas que ya tienen sus necesidades básicas solventadas; y, por el contrario, perjudican a aquellas que requieren solventarlas de manera imperiosa.

### **5.4 Empleos directos e indirectos**

#### **Empleos directos**

La creación de una empresa, propicia la generación directa de empleos, que beneficiarían la situación económica, ya que se requiere mano de obra, tanto en la elaboración de productos (Área de Producción), en la dirección de la empresa (Área administrativa), y en la venta del producto terminado (Área de ventas), lo que implica la utilización de personal para que se realicen dichas actividades.

En esta etapa del proyecto se debe especificar cuantos empleos demanda cada área de la empresa, justificando el impacto del total de los empleos generados por año con la empresa en la región, estimando en estos los próximos años.

#### **Empleos indirectos**

Creación de empleo indirecto. Además, de la creación directa de empleos, existirá la creación indirecta de empleos a través de las actividades de mantenimiento, cabe mencionar que la demanda de materia prima también será otra fuente de empleos indirectos.

Es importante mencionar que la cantidad de empleos indirectos que el proyecto generara, no se puede determinar ya que existen una serie de intermediarios ya sean, proveedores de materia prima, como, clientes directos, es decir distribuidores mayoristas del producto.

## 5.6 Sustentabilidad: Impacto ambiental

El propósito del impacto ambiental es asegurar, que las opciones de desarrollo bajo consideración sean ambientalmente adecuadas y sustentables, y que toda consecuencia ambiental sea reconocida pronto en el ciclo del proyecto y tomada en cuenta para el diseño del mismo. El impacto ambiental también proporciona un mecanismo formal para la coordinación institucional de cómo mantener las áreas de trabajo y de cómo tratar los desperdicios líquidos y sólidos. Al igual que los análisis económicos, financieros, institucionales y de ingeniería, la evaluación ambiental forma parte de la preparación del proyecto.

## 5.2 ESTRUCTURA LEGAL (Personalidad jurídica)

### 5.2.1 FORMA JURÍDICA DE LA EMPRESA

La definición de forma jurídica de una empresa podría darse afirmando que es la **identidad que asume legalmente una empresa** teniendo en cuenta su titularidad y a la responsabilidad que sus propietarios tienen en términos legales.

Así pues, una empresa puede tener **carácter individual, societario o cooperativo**. Dependiente del tipo de forma elegida el proceso de creación será más o menos farragoso.

No se pueden establecer criterios generales que permitan determinar cuál es la forma jurídica más adecuada en cada caso concreto, dado que cada proyecto empresarial presentará unas características propias que requerirán su estudio particular. Sin embargo, sí se pueden citar algunos aspectos generales a tener en cuenta en el momento de efectuar la elección de la forma jurídica de la empresa:

**Tipo de actividad a ejercer:** la actividad que vaya a desarrollar la empresa puede condicionar la elección de la forma jurídica en aquellos casos en que la normativa aplicable establezca una forma concreta.

**Número de Socios:** el número de personas que intervengan en el lanzamiento de una nueva empresa también influye en la elección. Así, cuando sean varios los promotores lo aconsejable será constituir una Comunidad de Bienes o una Sociedad

(sin olvidar que las Sociedades Anónimas y la de Responsabilidad Limitada pueden ser unipersonales).

**Responsabilidad de los promotores:** La responsabilidad puede estar limitada al capital aportado (sociedades anónimas, de responsabilidad limitada, etc.) o ser ilimitada, afectando tanto al patrimonio mercantil como al civil (empresario individual, sociedad colectiva, etc.).

**Necesidades económicas del proyecto:** la dimensión económica del proyecto a desarrollar influye en la elección, ya que para constituir determinadas sociedades se exige un capital mínimo.

**Aspectos fiscales:** Habrá que estudiar detalladamente los costes fiscales que la empresa habrá de soportar, teniendo en cuenta que las sociedades tributan a través del Impuesto sobre Sociedades. Los empresarios individuales lo hacen también, a través del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, en el que el tipo impositivo va elevándose según van incrementándose los beneficios.

## 5.2.2 SOCIEDADES MERCANTILES

La Ley General De Sociedades Mercantiles establece las sociedades mercantiles en México, en su Capítulo I, De la constitución y funcionamiento de las Sociedades en general.

“Artículo 1o.- Esta Ley reconoce las siguientes especies de sociedades mercantiles:

- I.- Sociedad en nombre colectivo.
- II.- Sociedad en comandita simple.
- III.- Sociedad de responsabilidad limitada.
- IV.- Sociedad anónima.
- V. Sociedad en comandita por acciones.
- VI. Sociedad cooperativa.
- VII. Sociedad por acciones simplificada.

Cualquiera de las sociedades a que se refieren las fracciones I a V, y VII de este artículo podrá constituirse como sociedad de capital variable, observándose entonces las disposiciones del Capítulo VIII de esta Ley.” (Ley General de Sociedades Mercantiles, capítulo II, Art. 1).

- I.- Sociedad en nombre colectivo;

La Ley General De Sociedades Mercantiles establece las sociedades mercantiles en México, establece en su Artículo 25.- Sociedad en nombre colectivo es aquella

que existe bajo una razón social y en la que todos los socios responden, de modo subsidiario, ilimitada y solidariamente, de las obligaciones sociales.

La razón social se formará con el nombre de uno o más socios, y cuando en ella no figuren todos se añadirán las palabras y compañía o equivalentes. No se establece un mínimo de capital, y las reservas representan 5% de las utilidades anuales hasta reunir 20% del capital social fijo. Existe un mínimo de dos socios, pero un máximo ilimitado.

## II.- Sociedad en comandita simple;

La Ley General De Sociedades Mercantiles establece las sociedades mercantiles en México, establece en su Artículo 51.- Sociedad en comandita simple es la que existe bajo una razón social y se compone de uno o varios socios comanditados que responden, de manera subsidiaria, ilimitada y solidariamente, de las obligaciones sociales, y de uno o varios comanditarios que únicamente están obligados al pago de sus aportaciones.

¿Quiénes son los comanditados?

Son los socios en nombre colectivo, los cuales son responsables de las deudas sociales de manera subsidiaria, indefinida y solidariamente. Estos tienen la calidad de comerciantes y son sujetos a la quiebra de manera individual, cuando se produzca la cesación de pago de la sociedad.

¿Quiénes son los comanditarios?

No son responsables ni subsidiaria ni solidariamente de las obligaciones contratadas por la sociedad. Su riesgo y responsabilidad se limita a los aportes realizados, ya que no tienen ni están obligados a responder más allá de los mismos.

¿Cómo se forma la razón social?

La razón social está conformada por el nombre de uno o más comanditados, seguidos de la palabra “y compañía” en caso de que no figuren los nombres de todos. A esta razón social se le agrega siempre las palabras “Sociedad en Comandita”, o bien su abreviatura “S. en C.”

¿Qué características tiene la sociedad en comandita simple?

- Son económicas y sencillas de crear, únicamente hay que hacer un acuerdo previo sobre la asociación para establecer la responsabilidad gerencial, la propiedad y la distribución de los beneficios.
- El nombre de la compañía puede ser el de uno o más de los socios gestores, pero se debe indicar que este es el nombre de la compañía. La empresa

también puede contar con un nombre comercial especial, pero no debe mencionar el nombre de ningún socio comanditario en el nombre de la organización.

- Se debe establecer el monto del valor de los aportes de todos los socios.
- La parte dentro de ese monto que le corresponde a cada comanditado y comanditario.
- No se tienen accionistas.
- No se establece un mínimo de capital, sin embargo, las reservas representan el 5% de las utilidades anuales hasta reunir el 20% del capital fijo social.

### III.- Sociedad de responsabilidad limitada;

La Ley General De Sociedades Mercantiles establece las sociedades mercantiles en México, establece en su Artículo 58.- Sociedad de responsabilidad limitada es la que se constituye entre socios que solamente están obligados al pago de sus aportaciones, sin que las partes sociales puedan estar representadas por títulos negociables, a la orden o al portador, pues sólo serán cedibles en los casos y con los requisitos que establece la presente Ley

Esta sociedad permite que la responsabilidad de los socios se vea limitada exclusivamente al monto de sus aportes, sin importar si fueron materiales o de capital. **Esto hace que en caso de algún problema o quiebra de la empresa, los socios no vean afectado su patrimonio ni bienes personales.**

Características de la S. de R.L.

- Los aportes solo pueden ser de bienes o dinero.
- Los socios no deben pagar la diferencia si los bienes se deprecian.
- Si se contraen deudas, los socios responden únicamente por su aporte.
- Se necesita un mínimo de dos socios para conformarse y un máximo de cincuenta.
- La razón social debe ir seguida de “Sociedad de Responsabilidad Limitada” o sus siglas “S. de R.L”.
- La sociedad se compondrá por los nombres de uno o más socios. De no figurar los de todos debe agregarse “y compañía” o equivalentes. El nombre de los administradores debe figurar siempre.
- En caso de que uno de los socios se retire, se debe agregar la palabra “sucesores” a la razón social.
- Todo socio puede separarse cuando no se tome en cuenta su voto a la hora de nombrar un administrador ajeno a la empresa.
- El administrador necesita el acuerdo de la mayoría de los socios para delegar su cargo.

- El administrador debe rendir cuentas cada seis meses salvo que se haya estimado otra periodicidad.
- Los socios deben apegarse a lo establecido en el contrato social aprobado.
- Los socios tienen derecho de preferencia para adquirir la parte de otro socio.

### **Limitaciones**

- No puede estar constituida por más de 50 socios.
- Los socios sólo podrán tener una parte social.
- Para que ingrese un nuevo socio o para que uno ceda su parte se requiere del consentimiento de todos los socios.

### **Requisitos para formar una Sociedad de Responsabilidad Limitada**

- Selecciona una denominación o razón social.
- Define quienes serán los socios.
- Reúne la información necesaria para la redacción de los estatutos sociales.
- Acude ante el notario o corredor público para formalizar la constitución.
- Obtén los permisos y licencias necesarios para empezar las operaciones.

## **IV.- Sociedad anónima;**

La Ley General De Sociedades Mercantiles establece las sociedades mercantiles en México, establece en su Artículo 87.- Sociedad anónima es la que existe bajo una denominación y se compone exclusivamente de socios cuya obligación se limita al pago de sus acciones.

La sociedad anónima es una de las sociedades mercantiles más comunes en México, sobre todo en su modalidad de Capital Variable. En esta, el capital social es susceptible a aumentos y disminuciones y cuenta con un capital fijo, no menor al mínimo establecido por la ley.

### **Ventajas de la S.A.**

- Los accionistas no tienen responsabilidad personal.
- Facilidad de acumulación de capital.
- Facilidad de transferir.
- Administración profesional.
- Es una sociedad con estabilidad.
- El capital proviene de los accionistas de la empresa.

### **Desventajas de la sociedad anónima**

- Tiene una mayor regulación.
- Separación entre el derecho de control y propiedad.
- Poder de toma de decisiones (voto de la mayoría de los accionistas).

### Requisitos para crear una S.A.

- Debes hacer el registro público de comercio.
- Buscar los socios que formarán parte.
- Definir el capital social.
- Conseguir el dinero efectivo.
- Definir el valor de cada acción.
- Aunque la sociedad anónima es muy similar a la de Capital Variable, ambas tienen diferencias. Tanto los requisitos que piden para su registro, como las leyes y libros contables que se tienen que presentar en cualquier variable de esta sociedad.

### V. Sociedad en comandita por acciones:

La Ley General De Sociedades Mercantiles establece las sociedades mercantiles en México, establece en su Artículo 207.- La sociedad en comandita por acciones, es la que se compone de uno o varios socios comanditados que responden de manera subsidiaria, ilimitada y solidariamente, de las obligaciones sociales, y de uno o varios comanditarios que únicamente están obligados al pago de sus acciones.

La sociedad en comandita por acciones es de naturaleza mixta, pues combina las características de las sociedades de capital, con las personales. Se rige por las mismas normas que la sociedad en comandita simple, en cuanto a su administración y representación, poseyendo también socios comanditados (que responden igual que los integrantes de una sociedad colectiva, en forma subsidiaria, ilimitada y solidaria) y comanditarios (que solo responden con sus aportes) pero en ésta, el capital de los socios comanditarios se divide en acciones, por eso también combina normas de las Sociedades Anónimas, en cuanto a su constitución y funcionamiento. Por lo tanto, siempre debe constituirse en instrumento público, donde deben indefectiblemente figurar los nombres de todos los socios comanditarios, inscribirse en el Registro Público de Comercio.

La denominación social, se integra adicionando "sociedad en comandita por acciones" o SCA. o la abreviatura (Soc. en com. por acc.)

Todos los socios para la toma de decisiones se reúnen en Asambleas de Accionistas. Para la votación, la parte de interés de los socios comanditados, se fraccionan del mismo modo que las acciones. Puede existir un Directorio si lo prevé

el contrato social. Los socios comanditados pueden ser excluidos por justa causa, dentro de los 90 días siguientes al hecho motivante de la exclusión. La administración puede ser unipersonal o colegiada, designado el o los administradores por la Asamblea, cargo que puede recaer en uno o varios socios comanditados, o en terceros. Si el administrador fuera un no socio, la designación deberán hacerla solo los socios colectivos.

## **VI. Sociedad cooperativa,**

La Ley General De Sociedades Mercantiles establece las sociedades mercantiles en México, establece en su Artículo 212.- Las sociedades cooperativas se regirán por su legislación especial. (Ley General de Sociedades Cooperativas)

Cuando un grupo de personas tiene un mismo objetivo empresarial y persigue la misma ambición, parece lógico que quieran unirse y aunar fuerzas y trabajo a través de una sociedad cooperativa para, por un lado, contar con mayores recursos y, por otro lado, ser más eficientes y eficaces, obteniendo rentabilidad más rápido. Así, hay toda una serie de condiciones que nos indican cuándo es conveniente crear una cooperativa. No obstante, como todo, tiene sus pros y contras.

Constitución: será inscrita mediante escritura pública, y presentando la documentación adecuada, en el Registro de Cooperativas.

– Socios: serán personas físicas o jurídicas, públicas o privadas y comunidades de bienes.

-Responsabilidad: la responsabilidad de cada socio queda limitada al capital aportado. No existe la posibilidad de transmisión de la propiedad, tan sólo darse de baja en la condición de socio.

-Capital social: en los estatutos quedará recogido el capital social mínimo para la constitución y funcionamiento de la cooperativa, que será totalmente desembolsado en el momento de la creación de esta. A diferencia de las sociedades anónimas y limitadas, no existe un mínimo establecido de capital necesario.

-Régimen: tienen funcionamiento democrático y, por lo tanto, cada socio tiene derecho a un voto, independientemente del capital aportado. Tiene estructura horizontal, con una repartición equitativa del poder decisorio.

## VII. Sociedad por acciones simplificada.

Fue implementada hace poco, su principal objetivo facilitar y agilizar la constitución de sociedades mercantiles, incorporando mecanismos sencillos al alcance de cualquiera.

Su principal ventaja es que ahora ya no necesitas acudir con un notario para crear tu empresa porque todo se hace por internet. Esta es una buena noticia para los emprendedores que no tienen muchos recursos para invertir.

### Características de la S.A.S.

- Está constituida por una o más personas físicas, quienes estarán obligadas solamente al pago de sus aportes.
- Debe ser constituida a través del sistema electrónico de constitución que, para tal efecto, establezca la secretaría de economía y se llevará por medios digitales mediante el programa informático que establezca la propia Secretaría de Economía.
- Existirán diversas cláusulas que podrán escogerse con el fin de integrar los estatutos sociales de dicha sociedad.

En ningún caso se exigirá el requisito de escritura pública, póliza o cualquier otra formalidad adicional para su constitución.

No requiere separar el 5% de las utilidades anuales para constituir el fondo de reserva, a diferencia de las demás sociedades.

### Requisitos para constituir una S.A.S.

- Nombre, documentos de identidad y domicilio de los accionistas.
- Razón social seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificadas” o sus siglas S.A.S.
- Domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezca en el mismo acto de constitución.
- Término de duración si éste no fuera indefinido.
- Una enunciación clara y completa de las actividades principales de la sociedad.
- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores.

### Restricciones de la S.A.S.

- Sólo pueden constituirse por personas físicas.

- Los accionistas no pueden ser simultáneamente accionistas de otras sociedades mercantiles.
- Sus ingresos anuales no podrán rebasar los \$5.000.000 de pesos.
- Todos los accionistas deben contar con firma electrónica avanzada vigente.
- Es claro que crear tu empresa es posible y viable en México.

### 5.2.3 INSCRIPCIÓN DEL RFC ANTE EL SAT

Cuando inicies una actividad o establezcas un negocio, el primer paso es tu inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes (RFC).

Persona física:

Si eres persona física mayor de 18 años y cuentas con CURP, puedes realizar este procedimiento ingresando a la página del SAT. Deberás contar con los siguientes datos: información de la actividad que realizarás, el domicilio en donde llevarás a cabo tu actividad, correo electrónico vigente y la CURP. Una vez que termines de ingresar la información anterior, el sistema te generará tu acuse de inscripción y la Cédula de Identificación Fiscal.

También puedes hacer el trámite presencialmente en una Administración Desconcentrada de Servicios al Contribuyente con los siguientes documentos: original del acta de nacimiento o CURP, original del comprobante de domicilio, original de cualquier identificación oficial vigente con fotografía y firma (credencial para votar con fotografía, pasaporte o cédula profesional).

#### Quiénes lo presentan

Personas morales de nueva creación a través de sus representantes legales, como son entre otras:

Asociaciones civiles, sociedades civiles, sociedades anónimas, sociedades de responsabilidad limitada, sindicatos, partidos políticos, asociaciones religiosas, sociedades cooperativas, sociedades de producción rural, y otras personas morales.

#### Dónde se presenta

- En el Portal del SAT (preinscripción, misma que no se tendrá por presentada si el contribuyente no cumple con la conclusión del trámite en la oficina del SAT dentro de los diez días siguientes al envío de la solicitud).
- En una oficina del SAT para iniciarlo y concluirlo, previa cita registrada en el Portal del SAT, SAT Móvil o Portal GOB.MX.

#### Qué documentos se obtienen

- Solicitud de inscripción en el RFC.

- Acuse único de inscripción en el RFC, que contiene la cédula de identificación fiscal y código de barras bidimensional (QR).
- Acuse de presentación con información inconclusa de solicitud de inscripción o aviso de actualización en el RFC con el que se informa que la autoridad está en posibilidad de constatar los datos proporcionados en el RFC, se debe presentar aclaración para continuar con el trámite de inscripción.
- Acuse de preinscripción en el RFC, en el caso de que el trámite se inicie en el Portal del SAT.

### **Cuándo se presenta**

Dentro del mes siguiente al día en que se tenga la obligación de presentar las declaraciones periódicas, de pago o informativas propias o por cuenta de terceros o cuando exista la obligación de expedir comprobantes fiscales por las actividades que se realicen.

### **Requisitos**

#### **En la Oficina del SAT:**

- Acuse de preinscripción en el RFC, en caso de haber iniciado la solicitud a través del Portal del SAT.
- Documento constitutivo protocolizado (copia certificada).
- Comprobante de domicilio fiscal, cualquiera de los señalados en el inciso B) del apartado de definiciones del Catálogo de Servicios y Trámites (original).
- Poder notarial en caso de representación legal, que acredite la personalidad del representante legal (copia certificada), o carta poder firmada ante dos testigos y ratificadas las firmas ante las autoridades fiscales o ante fedatario público (original). Si fue otorgado en el extranjero deberá estar debidamente apostillado o legalizado y haber sido formalizado ante fedatario público mexicano y en su caso, contar con traducción al español realizada por perito autorizado.
- Identificación oficial vigente del representante legal, cualquiera de las señaladas en el inciso A) del apartado de definiciones del Catálogo de Servicios y Trámites (original).
- Personas morales diferentes del Título III de la Ley del Impuesto sobre la Renta, deberán contar con clave de RFC válido, de cada uno de los socios, accionistas o asociados dentro del acta constitutiva. En caso de que el RFC válida de los socios, accionistas o asociados no se encuentren dentro del acta constitutiva el representante legal debe presentar manifestación por escrito que contenga las claves de RFC correspondientes.
- En el caso de personas morales y asociaciones en participación residentes en México que cuenten con socios, accionistas o asociados residentes en el extranjero que no están obligados a solicitar su inscripción en el RFC, utilizarán el RFC genérico siguiente:
  - Personas físicas: EXTF900101NI1
  - Personas morales: EXT990101NI1

### 5.2.3.1 GESTIÓN DE FIRMA ELECTRÓNICA AVANZADA

Su principal objetivo facilitar y agilizar la constitución de sociedades mercantiles, incorporando mecanismos sencillos al alcance de cualquiera. Las firmas electrónicas forman parte del proceso de transformación digital de todo el mundo y ofrecen muchos beneficios para las empresas.

El artículo 89 Código de Comercio define a la Firma Electrónica como: “Los datos en forma electrónica consignados en un Mensaje de Datos, o adjuntados o lógicamente asociados al mismo por cualquier tecnología, que son utilizados para identificar al Firmante en relación con el Mensaje de Datos e indicar que el Firmante aprueba la información contenida en el Mensaje de Datos, y que produce los mismos efectos jurídicos que la firma autógrafa, siendo admisible como prueba en juicio”.

El Artículo 2 de la Ley de Firma Electrónica Avanzada señala que **Firma Electrónica Avanzada es**: “El conjunto de datos y caracteres que permite la identificación del firmante, que ha sido creada por medios electrónicos bajo su exclusivo control, de manera que está vinculada únicamente al mismo y a los datos a los que se refiere, lo que permite que sea detectable cualquier modificación ulterior de éstos, la cual produce los mismos efectos jurídicos que la firma autógrafa”.

#### DOCUMENTOS NECESARIOS

- Memoria USB
- Dirección de correo electrónico vigente
- Solicitud de Certificado de *e. Firma*

#### OPCIONES PARA REALIZAR TU TRÁMITE

- **Presencial:** Acude ante cualquier oficina del SAT o en los Módulos de Servicios Tributarios que ofrecen ese servicio, con previa cita.
- **Citas por Internet:**

## 5.2.4 Alta patronal ante el IMSS

Para realizar tu alta como patrón Persona Moral ante el IMSS, es necesario registrar tu empresa

- Sujetos del beneficio.

Como aseguramiento voluntario al régimen obligatorio:

- Trabajadores en industrias familiares y los independientes, ejidatarios, comuneros, colonos y pequeños propietarios y patrones personas físicas con trabajadores a su servicio, que tributen en el RIF. (Art. 13 fracciones I, III y IV de la LSS)

Como aseguramiento obligatorio:

- Trabajadores de los patrones personas físicas que tributan en el RIF. (Art. 12, fracción I de la LSS)
- Requisitos para otorgar el subsidio
  - Que tributen en el RIF.
  - Que no hayan cotizado al IMSS o aportado al INFONAVIT, durante alguno de los 24 meses previos a la fecha de solicitud de aplicación del subsidio\*.

### 5.2.4.1 GESTIÓN DE FIRMA DIGITAL

El Código de Comercio no da una definición de lo que debe entenderse por Firma Digital, únicamente menciona que en aquellas disposiciones que se refieran a Firma Digital, se considerará a ésta como una especie de la Firma Electrónica y al encontrarse dicha definición dentro del marco de la Firma Electrónica Avanzada, legalmente son lo mismo.

La doctrina la ha definido como **“El conjunto de datos que en forma electrónica consignados en un mensaje de datos o adjuntados o lógicamente asociados al mismo, pueden ser utilizados para identificar al firmante, en relación con el mensaje de datos e indicar que aquel aprueba la información recogida en el mensaje de datos, utilizando tecnología digital”**

## 5.2.5 GESTIÓN LEGAL PARA LA OPERACIÓN (licencias, uso de suelo, protección civil, trámites gubernamentales, certificaciones. Etc.)

Cuando llega la hora de iniciar los trámites necesarios para abrir su empresa, muchos emprendedores se sienten desorientados y hasta agobiados. Pero la buena noticia es que en los últimos años este proceso no sólo se ha simplificado, sino que se ha acelerado.

El establecimiento o constitución de un negocio o empresa requiere el cumplimiento de ciertos requisitos y trámites legales ante autoridades gubernamentales, privadas y sociales. A continuación, se enumeran algunas de las dependencias a las que deberá acudir y los trámites que deben realizarse:

### **Aviso de funcionamiento.**

Este trámite se realiza ante la Secretaría de Salud (SA), como requisito de tipo administrativo para la apertura de un establecimiento que realice actividades de obtención, elaboración, preparación, fabricación, mezclado, acondicionamiento, distribución, manipulación, transporte, maquila, expendio, suministro, importación o exportación de productos alimenticios, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, tabaco, productos de aseo, limpieza, o perfumería y belleza, así como de las materias primas y aditivos que intervienen en su elaboración.

### **Sistema de Información Empresarial Mexicano**

De acuerdo con la Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones, todas las tiendas, comercios, fábricas, talleres o negocios deben registrarse en el Sistema Empresarial Mexicano (SIEM) con lo cual tendrán la oportunidad de aumentar sus ventas, acceder a información de proveedores y clientes potenciales, obtener información sobre los programas de apoyo a empresas y conocer sobre las licitaciones y programas de compras del gobierno.

### **Coparmex**

En forma opcional, el patrón puede inscribirse en la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex).

### **Sindicato**

Aun cuando no existe obligación legal de afiliar a los trabajadores ante algún sindicato, los trabajadores pueden constituirse en sindicato cuando se conjunten más de veinte trabajadores en activo. En la práctica los diferentes sindicatos, reconocidos por las autoridades del trabajo en el ámbito federal o local, buscan forzar la contratación colectiva de los trabajadores y su respectiva afiliación, por lo que es conveniente entablar pláticas con alguna central obrera antes de constituirse, y así no tener que negociar bajo presión.

## **Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática**

Al iniciar operaciones y posteriormente cada año, se debe dar aviso de manifestación estadística ante la Dirección General de Estadística, dependiente del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI).

### **Secretaría de Economía**

Esta secretaría (SE) debe verificar y autorizar todos los instrumentos de medidas y pesas que se usen como base u objeto de alguna transacción comercial. Reglamenta y registra las Normas Oficiales Mexicanas (NOM) que son obligatorias para ciertos productos (instrumentos de medición y prueba, ropa y calzado, salud, contaminantes, entre otros). También existen normas opcionales, cuya adopción permite la autorización para el uso del sello oficial de garantía, siempre y cuando se cumplan con las especificaciones de un sistema de control de calidad. Asimismo, puede emitir, a petición y según previa comprobación, un certificado oficial de calidad. La Secretaría (SE) estipula y controla los registros de las marcas, nombres comerciales, patentes y otras formas de propiedad industrial.

### **Secretaría del Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca**

Las empresas que emitan a la atmósfera olores, gases, o partículas sólidas o líquidas deben solicitar una licencia de funcionamiento expedida por esta secretaría (SEMARNAP). Estas emisiones deberán sujetarse a los parámetros máximos permitidos por la ley.

### **Secretaría del Trabajo y Previsión Social**

Todos los negocios deben cumplir con el Reglamento Federal de Seguridad, Higiene y Medio Ambiente de Trabajo y Normas Relativas.

### **Comisión Nacional del Agua**

En caso de no estar conectado a alguna red de agua potable y alcantarillado se debe solicitar permiso ante la Comisión Nacional del Agua para obtener derechos de extracción de agua del subsuelo, y de igual manera se deben registrar las descargas. En ambos casos se origina el pago de derechos.

### **Otras autorizaciones:**

Como las relativas a la Comisión Federal de Competencia, Comisión Federal de Electricidad, Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, entre otras.

### 5.3. Estudio económico y financiero

#### 5.3.1. Programa de inversiones

Cuando se hace referencia a un plan de inversión de una empresa se refiere a un programa en el cual se va detallar el destino, las acciones y los plazos de las inversiones que tendrá la empresa para garantizar la rentabilidad y minimizar los riesgos de las mismas.

Es decir, que cuando se plantee iniciar un proyecto que requiere inversión, previamente se debe reflexionar sobre lo que se necesita para iniciar dicho proyecto, qué acciones se deben llevar a cabo y en qué plazos se deben realizarla.

Al realizar el programa de inversiones se deben considerar dos partidas:

- ✓ **Inversiones:** en este caso se describe la maquinaria, equipos, gastos de constitución por la creación de la empresa, renta o compra de un local, aplicaciones informáticas, entre otras.
- ✓ **Gastos corrientes: son todos aquellos** a los que tendrá que hacer frente durante los primeros meses de actividad estos pueden ser gastos por alquileres, suministros, proveedores, entre otros.

A continuación, se presenta un ejemplo de un programa de inversión de un proyecto.

#### PROGRAMA DE INVERSIÓN

Cantidad	Descripción	Marca	Valor total incluyendo IVA	Años de vida útil	% de depreciación	de Costo mantenimiento	de Otros
----------	-------------	-------	----------------------------------	----------------------------	-------------------------	---------------------------	----------

### 5.3.1.1. Inversión inicial (circulante, fija, diferida)

La inversión inicial de una empresa es cuando se indica la cuantía y la forma en que se estructura el capital para la puesta en marcha de la empresa y el desarrollo de la actividad empresarial hasta alcanzar el umbral de rentabilidad.

Para ello es necesario considerar los usos del capital de inversión:

- ✓ Bienes tangibles o activo fijo: tales como maquinaria, instalaciones, locales u oficinas, elementos de transporte, equipamiento informático, etc.
- ✓ Bienes intangibles o activo intangible: como gastos de constitución y primer establecimiento, fianzas, patentes.
- ✓ Fondo de maniobra: capital necesario para el desenvolvimiento del día a día del negocio, como sueldos, impuestos, Seguridad Social, pago a proveedores, alquileres, gastos de consumo como de luz, agua, telefonía y comunicaciones, entre otros.

Para lo anterior es necesario identificar la inversión inicial con la que cuenta la empresa para lo cual se presentan dos tablas para identificar dicho importe la primera es de forma detallada y la segunda de forma general:

INVERSION INICIAL DE FORMA DETALLADA	
CONCEPTO INVERSIÓN ( en pesos mexicanos)	
Gastos de Constitución y puesta en marcha	
Terrenos y bienes naturales	
Edificios y otras construcciones	
Maquinaria, instalaciones y utillaje	
Elementos de transporte	
Mobiliario y enseres	

Equipos para procesos de información	
Aplicaciones informáticas	
Derechos de traspaso	
Patentes y marcas	
Depósitos y fianzas	
Existencias	
Previsión de fondos	
<b>TOTAL DE INVERSION INICIAL</b>	

Una vez identificando los importes de las cuentas se puede decir que la inversión inicial de la empresa es de \$\_\_\_\_\_

**PRESUPUESTO DE INVERSION GENERAL**

CONCEPTOS	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	MONTOS	PRESUPUESTO	TOTAL
ACTIVO CIRCULANTE						
ACTIVO FIJO						
ACTIVO DIFERIDO						
<b>TOTAL</b>						

### 5.3.1.2. Origen y aplicación de recursos

Los recursos con los que cuenta la empresa se debe tener presente el origen y la aplicación de los mismos, se considera que:

- Origen de los recursos: Es cuando existe una disminución en una cuenta de activo (-), aumenta una cuenta de pasivo (+) o una cuenta de capital contable (+).
- Aplicación de los recursos: Es cuando aumenta una cuenta de activo (+), disminuye una cuenta de pasivo (-) y de capital contable (-).

Para el caso de una empresa de nueva creación de debe identificar las entradas o el origen de los recursos para que a su vez se tenga bien identificadas las salidas o aplicación de recursos.

ORIGEN DE LOS RECURSOS	
CONCEPTO	IMPORTE
TOTAL DE INGRESOS (ORIGEN)	

Los recursos o ingresos que se obtienen en la empresa se aplican o erogan por gastos necesarios para la empresa, es decir se debe tener identificado la aplicación de los recursos.

APLICACION DE LOS RECURSOS	
CONCEPTO	IMPORTE

TOTAL DE EGRESOS (APLICACIÓN)	

Al analizar el origen y la aplicación de recursos, uno de los principales puntos a observar es si cumple con el principio de conformidad financiera, el cual indica que las fuentes de corto plazo deberían financiar las aplicaciones de corto plazo; las fuentes de largo plazo deberían financiar las aplicaciones de largo plazo; la generación interna de fondos debe financiar primero que todos los dividendos y lo que quedase debe aplicarse a corto y/o largo plazo dependiendo de la política de crecimiento de la empresa.

### 5.3.1.3. Cálculo de ingresos

Para conocer los ingresos de la empresa es necesario realizar los siguientes pasos:

1. Verificar el precio de venta de cada unidad: El precio de venta por unidad ayuda a la empresa a determinar los ingresos generados gracias a las ventas. Una empresa que vende múltiples objetos debe obtener el precio de venta de cada unidad para determinar los ingresos por ventas. En contraste, a una empresa que venda un solo producto le será más sencillo calcular los ingresos por venta.
2. Identificar la cantidad de unidades vendida: Determinar el número de unidades le permite a la empresa calcular los ingresos por venta obtenidos como resultado de sus operaciones. Las empresas que venden múltiples objetos deben determinar la cantidad de unidades vendidas de cada producto.
3. Multiplicar el precio de venta de cada unidad por la cantidad total de unidades vendidas, este cálculo indicara el ingreso generado por cada producto que vendió la empresa.
4. Sumar el ingreso generado por cada producto y con esto obtendrá el ingreso de la empresa.

Cabe mencionar que el ingreso se recomienda calcular de forma mensual, dependiendo el producto o servicio a ofrecer es bueno considerar estaciones del

año, conmemoraciones, etc., ya que dependiendo lo que ofrezca la empresa el ingreso mensual puede variar.

El cálculo de los ingresos se debe calcula en base al número y tipo de productos o servicios pronosticados mensualmente como se muestra en la siguiente tabla:

INGRESOS DE LA EMPRESA				
Concepto	Número de piezas / Numero de servicios según aplique la empresa	Precio unitario	Ingreso mensual	Proyección mensual
Total de ingresos				

### 5.3.2. Fuentes de financiamiento (estructura financiera)

Se refiere a la obtención de recursos financieros que necesita una empresa para poder realizar sus operaciones cotidianas o de crecimiento a largo plazo.

Existen algunos tipos de fuentes de financiamientos, como las siguientes:

- Los ahorros personales.
- Los amigos y los parientes.
- Bancos y uniones de crédito.
- Las empresas de capital de inversión.

La estructura de financiamiento se conforma por las inversiones y las fuentes financiamiento que se utilizan, es decir que la estructura financiera es la obtención

de los recursos o medios de pago, que se destinan a la adquisición de los bienes de capital que la empresa necesita para el cumplimiento de sus fines.

En dichas fuentes de financiamiento es importante considerar el termino amortización el cual se refiere al proceso mediante el cual se da a conocer las pérdidas de activos o pasivos para así poder reflejar en el sistema de contabilidad los cambios en el precio del mercado u otras reducciones de valor. Hay dos tipos de amortizaciones, la amortización técnica o económica y la amortización financiera.

Existen dos tipos de amortización como se describe a continuación:

- La amortización técnica consiste en que la inversión realizada se va distribuyendo en el tiempo y recuperándose a través de la venta de los productos comprados o fabricados. En general es una estimación contable del valor de la depreciación del activo inmovilizado. Esto se hace para dar el valor más cercano al real posible del inmovilizado en el momento de hacer el balance, y por otra, para evitar los beneficios ficticios y que además produciría el empobrecimiento de la empresa cuando desaparezcan.
- La amortización financiera se puede definir como las devoluciones o reintegros de los recursos ajenos recibidos a largo plazo, préstamos o recurso financieros ajenos a largo plazo. Es decir que la amortización financiera es el reembolso gradual de una deuda. Es la obligación de devolver un préstamo recibido de un banco es un pasivo, cuyo importe se va reintegrando en varios pagos diferidos en el tiempo.

Las empresas tienen diversas fuentes de financiamiento como lo son:



### 5.3.3. Pronósticos de ventas

El pronóstico o proyección de ventas es la estimación futura de la demanda de un producto y/o servicio, tomando en cuenta las condiciones del contexto externo e interno y, el uso de supuestos racionales.

Es decir, que es la técnica que tiene como fin calcular las ventas de una manera rápida y confiable, permite estimar la demanda hacia el futuro, basándose en información histórica generada por el movimiento de productos, utilizando como fuentes de datos, ya sea las transacciones de inventarios o la facturación de las ventas realizadas.

Es importante primero entender los siguientes términos básicos:

- ✓ Factor de mercado: es un objeto del mercado que existe en el mercado, es finito y medible y se relaciona con la demanda de un bien o servicio. Por ejemplo, la cantidad de restaurantes es un factor de mercado ya que se relaciona con la demanda de materia prima alimenticia, vajilla, etc.
- ✓ Potencial de ventas de un mercado: es la venta total de un mismo producto de todas las empresas que lo comercializan, en condiciones óptimas, durante un período determinado. Esto supone dos cosas:
  - ✓ los planes de marketing se diseñaron y ejecutaron a la perfección y todos los miembros del mercado con deseos de comprar el producto y el dinero para hacerlo, lo hicieron.
- ✓ Participación de mercado: es la porción de mercado que abarcan las ventas totales de un producto en particular. Puede referirse a una empresa o varias, así como a un producto o varios.
- ✓ Previsión de ventas o Demanda de la empresa: es la estimación de ventas que hace una empresa para un período determinado, suponiendo que se aplique un determinado plan de marketing, una estrategia de mercado y otros elementos de negocios. Un pronóstico puede expresarse en unidades físicas o monetarias.

La proyección de ventas es de vital importancia para los directivos de la empresa por que les permite tomar decisiones de mercadotecnia, producción, aprovisionamiento y flujo de caja. Por tanto, debe ser elaborado con sumo cuidado, dejando de lado el optimismo desmedido o la exagerada moderación, porque pueden afectar seriamente a la empresa en su conjunto.

## Factores para hacer un buen Pronóstico de Venta:

- a) Ventas históricas, este paso es el más sencillo, se toma el historial del mismo período en el año anterior y se realiza un reflejo.
- b) Ventas previstas, este paso es importantísimo en los grandes clientes, lograr que nos envíen con antelación un programa de órdenes de compra. Se logra generando una cultura en el cliente, sino no se puede entregar nunca en tiempo y forma, es necesario asegurar el stock para proveer a los clientes más grandes, pero también es importante no desatender al resto.
- c) Ventas en base al objetivo de crecimiento, desde la dirección de la empresa se establece un crecimiento esperado para el año siguiente y los objetivos comerciales deben tener presente las metas empresariales.
- d) Mercado externo, este es el más difícil y el que nos puede jugar más en contra porque es muy difícil predecir las crisis económicas del país y del mundo, y más difícil es predecir cómo va a afectar a cada empresa en su rubro y actividad.

Existen diversos métodos para realizar la proyección de ventas los cuales se describen a continuación:

- Datos históricos: Consiste en tomar como referencia las ventas pasadas y analizar la tendencia, por ejemplo, si en los meses pasados hemos tenido un aumento del 5% en las ventas, podríamos pronosticar que para el próximo mes las ventas también tengan un aumento del 5%.
- Tendencias del mercado: Este método consiste en tomar como referencia a estadísticas o índices del sector o del mercado, analizar las tendencias y, en base a ellas, proyectar o pronosticar nuestras ventas.
- Ventas potenciales del sector o mercado: Este método consiste en hallar primero las ventas potenciales del sector o mercado (las máximas ventas que se podrían dar), y luego, en base a dicha información, determinar nuestro pronóstico de ventas.
- Ventas de la competencia: Este método consiste en calcular las ventas de la competencia, y tomar éstas como referencia para pronosticar las nuestras.
- Encuestas: Este método consiste en obtener información a través de encuestas en donde las preguntas estarían relacionadas con la intención de compra, la frecuencia de compra y el gasto promedio.

- Pruebas de mercado: Este método consiste en realizar una prueba piloto en donde se ofrezca el nuevo producto en determinadas zonas con el fin de evaluar la respuesta del consumidor y, en base a ello, pronosticar las ventas.
- Juicios personales: Este método consiste en pronosticar nuestras ventas basándonos en nuestra experiencia, sentido común y buen juicio.

Para llevar a cabo una proyección de ventas se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- ✓ Capacidad del negocio: aspectos limitativos del negocio, tales como la inversión, la capacidad de producción, la capacidad de abastecimiento, el tamaño del negocio, el esfuerzo de marketing, etc.
- ✓ Temporadas: épocas o estaciones que se presenten durante el año. Debemos tener en cuenta que hay productos que se demandan durante todo el año (tienen una demanda continua), hay otros que sólo son demandados en determinadas épocas del año y hay otros que tienen una demanda irregular, es decir, que su demanda suele aumentar o bajar en determinadas épocas.
- ✓ Aspiraciones de ventas: debemos tener en cuenta nuestras aspiraciones de ventas, es decir, tener en cuenta cuánto es lo que quisiéramos vender, o cuáles quisiéramos que sean nuestros objetivos de ventas. Pero siempre teniendo en cuenta otros factores, sobre todo, los factores limitativos del negocio.

A continuación, se presenta una tabla en la cual se puede realizar la proyección de ventas de la empresa.

#### PROYECCION DE INGRESOS

CONCEPTO	VOLUMEN	PRECIO UNITARIO	VENTAS (INGRESOS)	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
			PUEDA SER ANUAL O MENSUAL	1	2	3	4	5



Una vez contemplando todos los costos de la empresa se deberá identificar si corresponde a un costo fijo o variable con la finalidad de identificar posibles alteraciones a la hora de realizar erogaciones.

Para realizar la identificación es importante conceptualizar que se considera un costo fijo y un costo variable

A continuación, veremos las principales diferencias entre los principales costos de una empresa: fijos y variables.

- ✓ Los costos fijos son aquellos que no dependen del volumen de producción de la empresa, ni cambian en función a este; mientras que los variables sí varían en base al nivel de producción. Por ejemplo, el pago por alquiler de un local será un costo constante, que está al margen del nivel de producción. Por el contrario, los costos de materia prima están directamente asociados a los niveles de producción.
- ✓ Entre los costos variables más comunes tenemos los insumos como el agua para elaborar una gaseosa; también la tela, el hilo y los botones para una prenda de vestir; el cuero para la elaboración de zapatos o el cacao para la fabricación de chocolates. El egreso en estos productos solo se hará efectivo si es que se produce. En caso contrario no habrá desembolso alguno.

En cuanto a los costos fijos, los más comunes son los gastos de alquiler, parte del pago de planillas, los servicios públicos (teléfono, luz, agua y cable que no esté vinculada a la parte productiva de la empresa), el mantenimiento de los equipos, entre otros.

Sin importar la cantidad de mercadería que se produzca, la empresa deberá realizar estos gastos, incluso si no produce nada. Sin embargo, hay gastos como el mantenimiento de los equipos que pueden ser una parte "fija" y la otra "variable" dependiendo de las políticas de las empresas. Si el mantenimiento se hace en función a las unidades producidas, entonces se trata de costos variables. Si el mantenimiento se hace cada cierto tiempo, independientemente de la cantidad producida, entonces sería un costo fijo. Lo mismo puede pasar con la luz y el agua. Si ambos servicios aumentan a mayores niveles de producción, entonces parte del costo mensual de esos servicios son variables y otra parte es fija.

Una vez entendida la diferencia se procede a realizar la clasificación respectiva en la siguiente tabla:

### COSTOS TOTALES

CONCEPTO DE LOS COSTOS FIJOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

CONCEPTO DE LOS COSTOS VARIABLES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

SUMATORIAS DE COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS					
COSTOS VARIABLES					
COSTOS TOTALES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

### 5.3.5. Estados financieros (en pesos constantes)

Los estados financieros pueden ser muy necesarios para al menos dos cosas importantes. Primero, poder ayudar a estructurar el razonamiento respecto a decisiones de negocios. Segundo, para poder brindar información necesaria para la toma de las decisiones.

Los estados financieros que son emitidos por una empresa tienen la gran ventaja de poder revelar mucho acerca del negocio, es decir si es rentable, si tiene liquidez, etc.

### 5.3.5.1. Flujo de efectivo por tres años (año 1 mensualmente años 2 y 3 anualmente)

El flujo de efectivo o cash flow en inglés, se define como la variación de las entradas y salidas de dinero en un período determinado, y su información mide la salud financiera de una empresa.

El flujo de efectivo permite realizar previsiones, posibilita una buena gestión en las finanzas, en la toma de decisiones y en el control de los ingresos, con la finalidad de mejorar la rentabilidad de una empresa, para lo cual en la siguiente tabla se debe representar el estado de flujo de efectivo para el primer año de forma mensual y para el año dos y tres de forma anual.

#### ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

CONCEPTOS	AÑO 1												AÑO 2	AÑO 3
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre		
( + ) VENTAS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
( + ) VALOR DE RESCATE	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
( = ) INGRESOS TOTALES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
COSTOS FIJOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
COSTOS VARIABLES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
( = ) COSTOS TOTALES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
COMPRA ACTIVO FIJO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
COMPRA ACTIVO DIFERIDO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
COMPRA CAPITAL DE TRABAJO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

( = ) SALDO FINAL	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

### 5.3.5.2. Balance general anual (al final de cada año, por 3 años)

El balance general o estado de situación financiera es un **reporte financiero que funge como una fotografía al reflejar la situación financiera de una empresa a una fecha determinada.**

Está conformado por las cuentas de activo (lo que la empresa posee), pasivo (deudas) y la diferencia entre estos que es el patrimonio o capital contable. Este reporte por lo general es realizado al finalizar el ejercicio de la empresa de manera anual (balance final), sin embargo, para fines de información es importante que se realice con una periodicidad mensual, trimestral o semestral para un mejor seguimiento.

En el siguiente formato se muestra la estructura de un balance general, cabe mencionar que cada cuenta de este estado financiero depende del alcance de cada empresa, es decir cada empresa tendrá distintos conceptos de cuenta ya que como bien se dijo anteriormente es una fotografía de los activos y pasivos de cada empresa.

Dicho balance general se debe realizar al finalizar cada ejercicio, es decir a diciembre durante tres años consecutivos, lo anterior para identificar la situación económica de la empresa.

Empresa _____					
Balance General al _____ de _____					
ACTIVO			PASIVO		
Circulante			Circulante		
Caja	\$		Proveedores	\$	
Bancos	\$		Acreedores	\$	
Inventarios	0.00	\$	Impuestos Pagar	por \$	\$

Fijo				"Forjando destinos, construyendo futuros" Fijo		
Terrenos	\$			Cuentas por Pagar L/P	\$	
Edificio	\$			Créditos hipotecarios	\$	\$
Maquinaria	\$					
Equipo de computo	\$	\$				
Diferido				CAPITAL CONTABLE		
Rentas pagadas por anticipado	\$			Aportaciones	\$	
Seguros Pagados por Anticipado	\$	\$		Reservas para futuros aumentos	\$	
				Resultado del Ejercicios Anteriores	\$	
TOTAL DE ACTIVO		\$		Resultado del Ejercicio	\$	\$
				TOTAL DE PASIVO Y CAPITAL	\$	

Firma de quien realizo

Firma de quien autorizo

### 5.3.5.3. Estado de resultados anual (año 1 mensualmente por 2 años)

Es también conocido como estado de ganancias y pérdidas es un reporte financiero que en base a un periodo determinado muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en el momento en que se producen y como consecuencia, el beneficio o pérdida que ha generado la empresa en dicho periodo de tiempo para analizar esta información y en base a esto, tomar decisiones de una empresa.

En el siguiente formato se muestra la estructura general de un estado de resultados, al igual que el balance general cada concepto de las cuentas que lo integren para cada empresa será distinto debido a que muestra la información contable de cada empresa, el cual debe ser elaborado de forma mensual para el primer año de operaciones posteriormente se debe elaborar el estado de resultados de forma

anual para el año dos y tres, con la finalidad de identificar el importe de la utilidad neta de la empresa.

Empresa			
Estado de Resultado del _____ al _____ de _____			
Ventas		\$	
Costo		\$	
Utilidad Bruta		\$	
Gastos de Administración	\$		
Gastos de Venta	\$	\$	
Utilidad de operación		\$	
Gastos Financieros		\$	
Utilidad Neta		\$	

Firma de quien realizo

Firma de quien autorizo

### 5.3.6. Razones financieras

Es la conversión de los activos en efectivo, ya que es el medio principal para obtener fondos que se necesitan para satisfacer las obligaciones de una empresa.

#### 5.3.6.1. Liquidez (circulante, prueba de ácido)

Se aprecia la liquidez de una empresa con respecto a los pasivos que tenga.

$$\text{Razón de circulante} = \frac{\text{Activo Circulante } \$}{\text{Pasivo Circulante } \$} = \boxed{\$}$$

Prueba de ácido	Activo Circulante	-	\$	\$
	Inventarios			
	<hr style="width: 100%;"/>			
	pasivo Circulante		\$	

### 5.3.6.2. Rentabilidad sobre la inversión

La rentabilidad de una inversión es un indicador que mide la relación que existe entre la ganancia de una inversión y el costo de ésta, al mostrar qué porcentaje del dinero invertido se ha ganado o recuperado, o se va a ganar o recuperar.

Rentabilidad sobre la inversión	Utilidad Neta	\$	\$
	<hr style="width: 100%;"/>		
	Activo Total	\$	

### 5.3.6.3. Rentabilidad del capital contable

La razón de la utilidad neta después de impuestos al capital contable mide la tasa de rendimiento sobre la inversión de los accionistas. Esta razón nos indica el índice (porcentaje) de rentabilidad que produce la empresa a los propietarios de la misma. Se obtiene del cociente de Ingresos Netos sobre el Capital Contable.

Rentabilidad del capital contable	Ingreso Neto	\$	\$
	<hr style="width: 100%;"/>		
	Capital Contable	\$	

### 5.3.7. Evaluación económica

La evaluación económica es una manera de medir y comparar los diversos beneficios de los recursos y puede constituir un instrumento poderoso para ayudar a utilizarlos y ordenarlos más racionalmente.

Mediante este método se trata de asignar valores cuantitativos a los bienes y servicios obtenidos a partir de los recursos ambientales, independientemente de que se disponga de valores de mercado. A continuación, se presenta la siguiente tabla donde se deben identificar los siguientes datos, lo anterior para identificar la evaluación económica de la empresa.

TASA DE ACTUALIZACION DE

AÑO	INGRESOS	COSTOS	FLUJO DE EFECTIVO	TASA (1+t) <sup>-n</sup>	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
0	\$ -	\$ -	\$ -	1.000	\$ -	\$ -
1	\$ -	\$ -	\$ -	0.909	\$ -	\$ -
2	\$ -	\$ -	\$ -	0.826	\$ -	\$ -
3	\$ -	\$ -	\$ -	0.751	\$ -	\$ -
4	\$ -	\$ -	\$ -	0.683	\$ -	\$ -
5	\$ -	\$ -	\$ -	0.621	\$ -	\$ -
TOTAL	\$ -	\$ -	\$ -		\$ -	\$ -

VAN	
TIR	
B/C	

### 5.3.7.1. VPN

El Valor Presente es una fórmula que permite calcular cuál es el valor de hoy que tiene un monto de dinero que no se recibirá ahora mismo, sino que más adelante, en el futuro.

Para calcular el VP necesitamos conocer dos cosas: los flujos de dinero que se recibirán (o que se pagara en el futuro ya que los flujos también pueden ser negativos) y una tasa que permita descontar estos flujos.

La fórmula del valor presente es la siguiente:

$$VP = \frac{F_n}{(1+r)^n}$$

Suponga que se recibirá un monto de dinero en el futuro ( $n$  años en el futuro o  $n$  períodos en el futuro) y la tasa de descuento es de  $r\%$ , la que refleja el costo de oportunidad.

Ahora si se recibe varios flujos de dinero en distintos períodos la formula seria:

$$VP = F_0 + F_1/(1+r) + F_2/(1+r)^2 + \dots + F_n/(1+r)^n$$

Donde:

$F_i$  = Flujos ( $i=0,1,2,3,\dots,n$ )

$r$  = tasa de descuento

Ejemplo de cálculo del valor presente

Cuando se quiere valorar un proyecto de inversión, se descuentan los flujos que se recibirán a una tasa determinada. Si el VP del proyecto es mayor que cero, entonces la inversión es rentable, de lo contrario o no se gana nada o no se pierde dinero.

Es decir, Una persona le pide prestado a otra su vehículo durante 3 meses a un pago mensual de 5000 pesos (el primer pago es hoy). Luego de este tiempo se lo comprará por 45000 pesos. El costo de oportunidad de la persona que pide prestado es de un 5% mensual. ¿Cuál es el VP del proyecto?

Se calcula el VP:

$$VP = 5000 + 5000/(1+5\%) + 5000/(1+5\%)^2 + 45000/(1+5\%)^3$$

$$VP = 53170 \text{ (valor aproximado)}$$

### 5.3.7.2. Periodo de recuperación de inversión – pay back

Es la relación costo beneficio es decir que mayor que 1, significa, que por cada peso invertido se va a recuperar un excedente de pesos.

Para calcular el PRI se usa la siguiente fórmula:

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

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.

Año	Flujo de Efectivo a Valor Presente	Flujos de Efectivo Acumulativos
0 (lo)	200,000 (b)	
1 (a)	97,500	97,500 (c)
2	101,250 (d)	198,750
3	125,000	323,750

Así, los datos son:

$$a = 1 \text{ año}$$

$$b = 200,000$$

$$c = 97,500$$

$$d = 101,250$$

Reemplazando los valores en la fórmula:

$$PRI = 1 + \frac{(200,000 - 97,500)}{101,250} = 2.012345679 \text{ años}$$

Para determinar el número de meses se resta el número entero y luego se multiplica por 12:

$$0.12345679 \times 12 = 1.48 \text{ meses}$$

Para expresar el número de días restamos nuevamente el número entero y multiplicamos la fracción por 30 que es el número de días:

$$0.48 \times 30 = 14.4 \text{ días}$$

Así, en este ejemplo tenemos que la recuperación de la inversión tomará 2 años, un mes y 14 días.

### 5.3.7.3. TIR

Es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.

### 5.3.7.4. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio indica el porcentaje de ventas de productos o servicios que en términos monetarios se debe tener para cubrir todos los costos que una empresa tenga.

En la siguiente tabla se debe determinar cuál es el punto de equilibrio de la empresa.

PUNTO DE EQUILIBRIO

CONCEPTOS / AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS					
COSTOS FIJOS					
COSTOS VARIABLES					
COSTOS TOTALES					
PUNTO DE EQUILIBRIO \$					
PUNTO DE EQUILIBRIO %					

### 5.4. Resumen ejecutivo

Descripción de la actividad y producto/servicio

El resumen ejecutivo es una síntesis de los puntos más importantes que conforman un plan de negocios, por lo que constituye la primera parte del mismo; sin embargo, debe ser elaborado al final del proyecto.

El objetivo que se persigue con la elaboración de un resumen ejecutivo, es que el lector tenga una visión general del plan de negocio, así como que logre una comprensión e interés en el proyecto, y en seguir leyendo el resto de las partes que conforman el plan.

Objetivos del resumen ejecutivo:

- Explicar claramente en qué consiste el negocio
- Crear interés en el lector.
- Ser un resumen: Para que resulte atractiva la lectura del resumen, éste no debe exceder de 3 páginas, aunque lo recomendable es que sea sólo una.

A continuación, veamos los elementos que debería incluir un resumen ejecutivo:

#### **5.4.1. Descripción de la actividad y producto/servicio**

En este apartado se debe indicar los datos básicos del negocio como el nombre del proyecto o negocio, su ubicación, el giro de la empresa, etc.

La descripción del negocio: en qué consiste el negocio, el producto o el servicio que se va a ofrecer, cuáles son sus principales características, etc.

#### **5.4.2 Modelo de negocio**

En esta etapa del proyecto se debe especificar y esquematizar el modelo de negocio, así como la propuesta de valor que se implementara con el proyecto.

Las características diferenciadoras: aquello que se va a ofrecer, que sea innovador y novedoso, y que permita diferenciar o distinguir el producto o servicio del de la competencia.

Las ventajas competitivas: En qué aspectos el producto o servicio tiene ventajas sobre la competencia.

#### **5.4.3. Misión, visión y objetivos**

La visión y misión: La visión se refiere a la posición que los administradores desean que logre la empresa y la misión es la razón de ser del negocio.

Las razones que justifican la propuesta del negocio: las razones por las que se ha encontrado atractiva la idea de negocio, es decir, las razones por las que se ha considerado la idea como una oportunidad de negocio.

Los objetivos del negocio: los principales objetivos que se buscará una vez puesto en marcha el negocio.

Las estrategias: las principales estrategias que se utilizará para conseguir los objetivos.

El equipo de trabajo: las personas que llevarán a cabo el proyecto y las que lo administrarán.

#### 5.4.4. Monto y distribución de la inversión, fuentes de financiamiento

La inversión requerida se refiere a cuánto es lo que vamos a necesitar de inversión, cuánto usaremos de capital propio y cuánto es lo que estamos solicitando como financiamiento externo.

La rentabilidad del proyecto: los resultados de los indicadores de rentabilidad utilizados.

Potencia de mercado, entorno y factibilidad

Segmento del mercado: se debe especificar a qué tipo de mercado, por ejemplo: jóvenes tanto hombres como mujeres, egresados de secundaria con un rango de edades entre 14 a 18 años Con un nivel socioeconómico C+, C y C-. Habitantes de la región de Apan.

Potencial del mercado: se utilizará una fórmula para determinar el potencial de mercado y si se considera viable ofertar al segmento atender sobre el producto o servicio.

$$MP = FC \times (MM - \% DC) \times PP$$

El impacto ambiental del proyecto: un resumen del impacto ambiental del negocio y cómo se disminuirá o controlará.

Las conclusiones del proyecto: las conclusiones a las que se ha llegado una vez culminado el desarrollo del plan de negocios. Esta parte podría estar incluida al final del plan, después del estudio financiero.

Recomendaciones para realizar el Resumen ejecutivo:

El hecho de que los puntos anteriormente explicados, se hayan puesto en forma de lista, no significa que el resumen ejecutivo deba ser presentado de esa forma, ya que es recomendable que se escriba de corrido, es decir, un texto como tal, sin que se incluyan subtítulos, como se hace normalmente en el resto del plan.

Al escribirlo se debe tener en cuenta los dos principales objetivos del resumen ejecutivo que son el describir claramente el negocio, por lo debemos procurar que el lector sepa en qué consiste el negocio desde la lectura de la primera página. Y el generar interés en el lector, para lo cual se recomienda usar un lenguaje positivo, señalar claramente los factores que permitirán la viabilidad y sostenibilidad del proyecto y no abarcar muchas páginas en su desarrollo.

No es necesario que el resumen ejecutivo sea tan explícito, ya que, para conocer más al respecto, el lector puede remitirse al resto del plan de negocio, donde cada uno de los puntos es desarrollado a detalle.

#### **5.4.5. Factibilidad financiera (VPN, TIR, Punto de equilibrio)**

Regresar al punto 5.7.1., 5.7.3., y 5.7.4. de esta antología para el desarrollo de estos subtemas de factibilidad financiera.

#### **5.4.6. Potencial del mercado, entorno y factibilidad comercial del proyecto**

El estudio de mercado

El estudio del mercado trata de determinar el espacio que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico. Por espacio se entiende:

1. La necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un producto en un área delimitada.
2. Se identifican las empresas productoras y las condiciones en que se está suministrando el bien.
3. El régimen de formación del precio y de la manera como llega el producto de la empresa productora a los consumidores y usuarios.

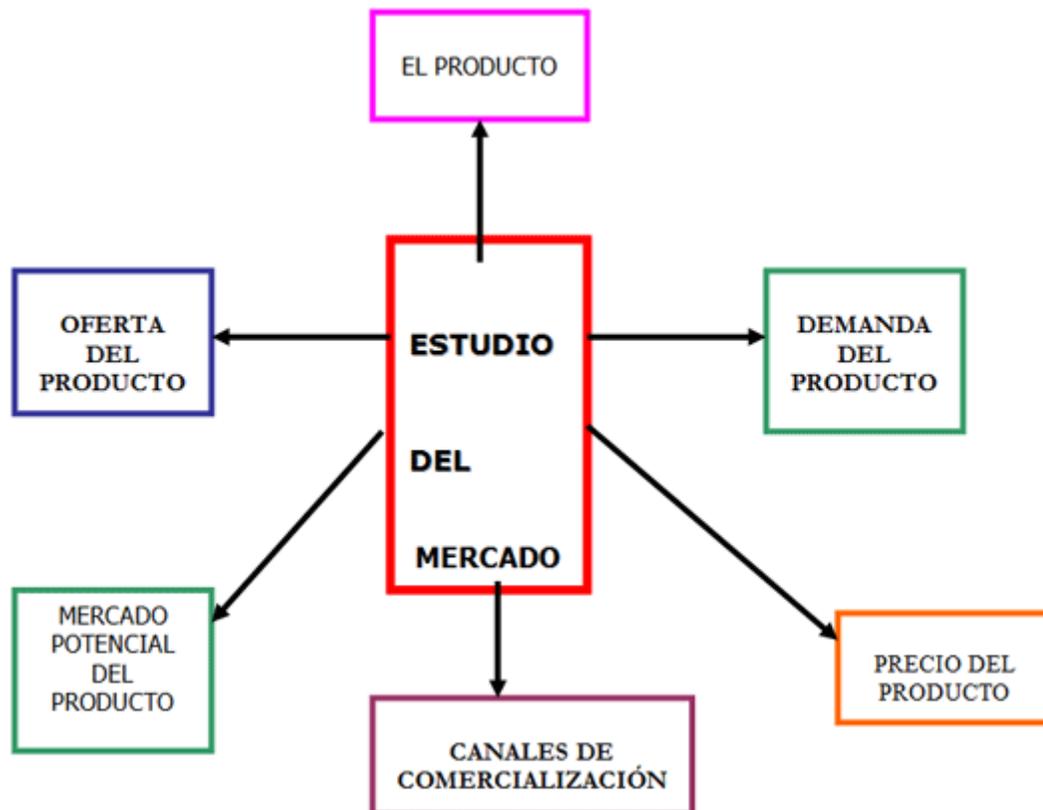
En un estudio de factibilidad sirve como antecedente para la realización de los estudios técnicos, de ingeniería, financiera y económica para determinar la viabilidad de un negocio.

El estudio de mercado está compuesto por bloques, buscando identificar y cuantificar, a los participantes y los factores que influyen en su comportamiento.

El estudio de mercado busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que, en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifican la inversión en un programa de producción de un bien durante cierto período de tiempo.

Para fines prácticos están estructurados en bloques que buscan analizar el comportamiento pasado y proyectar el futuro de los agentes participantes en él.

FIGURA 1. ESQUELETO DE UN ESTUDIO DE MERCADO



### El producto

En esta parte se deben definir las características específicas del bien o servicio objeto de análisis.

1- Producto principal. Se deben reunir los datos que permitan identificar al producto principal. Se deben señalar sus características físicas, químicas o de cualquier otra índole. Tiene que haber coherencia con los datos del estudio técnico. Es necesario aclarar si se trata de productos para exportación, tradicionales, o un nuevo producto.

2- Subproductos. Señale si se originan subproductos en la fabricación del producto principal y el uso que se les dará.

3- Productos sustitutos. Se debe señalar la existencia y características de productos similares en el mercado, y que puedan competir con ellos en el mercado, indicando en qué condiciones pueden favorecer o no al producto objeto de estudio.

4- Productos complementarios. Indique si el uso o consumo del producto está condicionado por la disponibilidad de otros bienes y servicios. Identifique esos productos complementarios destacando sus relaciones con el producto, para que sean incluidos en el estudio de mercado.

## El consumidor

1. Población. Estime la extensión de los probables consumidores o usuarios, y determine el segmento de la población será la que adquiera el producto en el mercado.

- Consumidores actuales y tasa de crecimiento
- Distribución espacial de la misma, por grupos de edad, sexo y otros cuyas especificaciones afecten al producto.

2. Ingreso. Se debe caracterizar la capacidad potencial de compra de los consumidores, con los siguientes datos.

- Nivel de ingreso y tasa de crecimiento.
- Estratos actuales de ingresos y cambios en su distribución

3. Factores limitativos de la comercialización

Hay que identificarlos y pueden ser

- Alterables
- No alterables

Puede ser deficiencia en la infraestructura, régimen de mercado, idiosincrasia de los usuarios, restricciones legales, distancias excesivas, etc.

## Demanda del producto

Aquí se determinan las cantidades del bien que los consumidores están dispuestos a adquirir y que justifican la realización de los programas de producción. Se debe cuantificar la necesidad real o psicológica de una población de consumidores, con disposición de poder adquisitivo suficiente y con unos gustos definidos para adquirir un producto que satisfaga sus necesidades. Debe comprender la evolución de la demanda actual del bien, y el análisis de ciertas características y condiciones que sirvan para explicar su probable comportamiento a futuro.

Deben incluir:

1. Situación actual de la demanda.

Haga una estimación cuantitativa del volumen actual de consumo del bien producido. Preséntelos de esta manera.

a- Series estadísticas básicas que permitan determinar la evolución del consumo del producto durante un período suficiente que permita estimar la tendencia a largo plazo.

b- Estimación de la demanda actual

c- Distribución espacial y tipología de los consumidores. Caracterice la demanda y presente indicaciones de su concentración o dispersión en el espacio geográfico, junto con la variedad de consumidores.

2. Indicadores de la demanda.

Utilice índices y coeficientes teóricos en base a las series estadísticas anteriores y preséntelos así.

a. Tasa anual de crecimiento del consumo en el período considerado

b. Índices básicos de elasticidades precio, ingreso, cruzada.

3. Situación futura. Para estimarla debe proyectar la demanda futura para el período de la vida útil del proyecto. Se debe basar en los datos estadísticos conocidos. Para hacerlo debe proceder así:

1. Proyecte estadísticamente la tendencia histórica, en caso de estudios individuales, se recomienda el análisis de regresión por el método de mínimos cuadrados.

2. Considere luego los condicionantes de la demanda futura, estos pueden ser.

- El aumento de la población, del ingreso, cambios en su distribución.
- Cambios en el nivel general de precios.
- Cambios en la preferencia de los consumidores.
- Aparición de productos sustitutos.
- Cambios en la política económica.
- Cambios en la evolución y crecimiento del sistema económico.

3. Proyecte la demanda ajustada con los factores anteriores, y obtendrá la demanda futura del bien.

Oferta del producto

Estudia las cantidades que suministran los productores del bien que se va a ofrecer en el mercado. Analiza las condiciones de producción de las empresas productoras

más importantes. Se referirá a la situación actual y futura, y deberá proporcionar las bases para prever las posibilidades del proyecto en las condiciones de competencia existentes.

1. Situación actual. Presente y analice datos estadísticos suficientes para caracterizar la evolución de la oferta. Para ello siga el siguiente esquema:

a- Series estadísticas de producción e importación.

b- Cuantifique el volumen del producto ofrecido actualmente en el mercado.

c- Haga un inventario crítico de los principales oferentes, señalando las condiciones en que realizan la producción las principales empresas del ramo. Debe señalar los siguientes aspectos.

- Volumen producido.
- Participación en el mercado.
- Capacidad instalada y utilizada.
- Capacidad técnica y administrativa.
- Localización con respecto al área de consumo.
- Precios, estructura de costos.
- Calidad y presentación del producto.
- Sistemas de Comercialización, crédito, red de distribución.
- Publicidad, asistencia al cliente.
- Regímenes especiales de protección.

2. Análisis del régimen de mercado. Presente información suficiente que permita conocer, si la estructura del mercado del producto, es de competencia perfecta, imperfecta y sus diversos matices.

3. Situación futura, la evolución previsible de la oferta, formulando hipótesis sobre los factores que influirán sobre la participación del producto en la oferta futura. Se deben destacar:

a- Las posibilidades de incremento en el grado de utilización de la capacidad ociosa de los productores actuales.

b- Existencia de planes y proyectos de ampliación de la capacidad instalada por parte de los productores actuales.

- Analice los factores influyentes en la evolución previsible de la oferta. Examine los datos sobre la evolución previsible de.
- Evolución del sistema económico.
- Cambios en el mercado proveedor.
- Medidas de política económica.
- Régimen de precios, mercado cambiario.

- Factores aleatorios y naturales.

c- Projete la oferta ajustada con los factores anteriores, y obtendrá la oferta futura del bien.

## Los precios del producto

Aquí se analiza los mecanismos de formación de precios en el mercado del producto.

1. Mecanismo de formación: existen diferentes posibilidades de fijación de precios en un mercado se debe señalar la que corresponda con las características del producto y del tipo de mercado. Entre las modalidades están:

- Precio dado por el mercado interno.
- Precio dado por similares importados.
- Precios fijados por el gobierno.
- Precio estimado en función del costo de producción.
- Precio estimado en función de la demanda (a través de los coeficientes de elasticidad).
- Precios del mercado internacional para productos de exportación.

2. Fijación del precio se debe señalar valores máximos y mínimos probables entre los que oscilará el precio de venta unitario del producto, y sus repercusiones sobre la demanda del bien. Una vez que se ha escogido un precio, es el que se debe utilizar para las estimaciones financieras del proyecto.

## Mercado potencial

El objetivo del estudio de mercado es proyectar las cantidades del producto que la población estará en capacidad de consumir a los diferentes niveles de precios previstos. en este sentido, es necesario calcular la demanda insatisfecha. Para determinarla proceda de esta manera.

1. Cruce los datos proyectados de demanda con la oferta proyectada.
2. Si la demanda es mayor que la oferta proyectada significa que existirá demanda insatisfecha.
3. Compárela con la oferta del producto que cubrirá el proyecto, y cuantifíquela.

4. En caso de no existir tales diferencias, se deberán mencionar los factores que pueden permitir captar un mercado ya cubierto, o la incorporación a posibles expansiones futuras.
5. Recuerde que de esta demanda potencial se usará para las estimaciones financieras.

## Comercialización

Son las actividades relacionadas con la transferencia del producto de la empresa productora al consumidor final y que pueden generar costos para el proyecto.

1. Es necesario detallar la cadena de comercialización desde que el producto sale de la fábrica hasta que llega al usuario. Hay muchas modalidades, debe señalar si los productos fabricados por la empresa se van a vender

- A puerta de fábrica.
- A nivel de mayorista.
- A nivel de minorista.
- A nivel de consumidores.

2. Determine si se va a utilizar publicidad, para la promoción del producto, empaques, servicio al cliente, transporte y otros y los costos que ocasionan al producto

Al realizar un estudio de mercado permite identificar claramente las características del producto o servicio que se pretende colocar en el mercado, este permite analizar el comportamiento pasado y proyectar a futuro de la demanda de un bien, analizando los factores de diversa índole que influyen sobre sus consumidores.

Estudia el comportamiento y condiciones en que las empresas productoras del producto actúan en el mercado, y proyecta ese comportamiento a futuro, para determinar bajo determinadas hipótesis, cuál va a ser su evolución a futuro, una vez conocida la evolución y proyecciones de la oferta y demanda potencial, estime la demanda insatisfecha existente en el mercado del bien y calcula la parte de esa demanda que cubrirá el producto del proyecto.

## Bibliografía:

- Castro, M., A. (2002). Respuestas Rápidas para los Financieros. (1era Ed). México: Editorial Pearson Educación.
- Casto, M, A. Morales, C, J. (2014). Planeación Financiera. (1era Ed). México: Editorial Patria.
- Equipo Jurídico Deusto, (2005), Diccionario Jurídico y Financiero, (1era Ed), España: Ediciones Deusto.
- Emery , R, D. Finnerty, D. J, Stowe, D. J. Fundamentos de administración financiera
- Ley General De Sociedades Mercantiles
- Ley General de Sociedades Cooperativas
- Ley del Seguro Social
- Reyes Krafft, Alfredo Alejandro, 2008. La Firma Electrónica y las Entidades de Certificación. 2a. ed. Ciudad de México: Porrúa.
- <http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=10&g=4&sg=28>
- <https://www.emprendepyme.net/la-eleccion-de-la-forma-juridica-de-la-empresa.html>
- <https://www.seguridata.com/diferentes-tipos-firma-electronica-mexico.php>
- <http://www.imss.gob.mx/beneficios-riss>