



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MÉXICO**



FACULTAD DE ECONOMÍA

**“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA APERTURA DE UNA PLAZA
COMERCIAL EN IXTLAHUACA, ESTADO DE MÉXICO”**

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES

PRESENTA:

JORGE EMMANUEL VIEYRA GARDUÑO

ASESOR:

DR. EN A.D.E. HÉCTOR RUIZ RAMÍREZ

REVISORES:

DR. EN A.D.E. HÉCTOR RUIZ RAMÍREZ

DRA. EN E.D. MA. LUISA HERNÁNDEZ

MARTÍNEZ

DRA. EN A.D.E. DELIA ESPERANZA GARCÍA

VENCES

TOLUCA, ESTADO DE MÉXICO

FEBRERO 2026

INDICE

Introducción	4
CAPÍTULO I. MARCO CONCEPTUAL.....	8
1.1 Concepto de Proyecto de Inversión	8
1.2 Etapas de un Proyecto de Inversión	9
1.2.1 Estudio de Mercado	11
1.2.2 Estudio Técnico	12
1.2.3 Estudio Organizacional	13
1.2.4 Estudio Financiero	13
1.2.5 Evaluación	16
1.3 Ciclo de Vida de los Proyectos.....	17
1.4 Categorías de los Proyectos de Inversión	19
1.4.1 Tipos de Proyectos de Inversión.....	20
1.4.2. Características de los Proyectos de Inversión.....	22
1.5 Antecedentes de las Plazas Comerciales	22
1.5.1 Impacto de las Plazas Comerciales en el Municipio de Ixtlahuaca	24
CAPITULO II. ESTUDIO DE MERCADO	26
2.1 Plaza Comercial	26
2.1.1 Definición.....	26
2.1.2 Características Generales.....	27
2.1.3 Características Específicas.....	27
2.2 Análisis de la Demanda	28
2.2.1 Aspectos Económicos	29
2.2.2 Segmentación Mercado	31
2.2.3 Delimitación Geográfica.....	32
2.2.4 Segmentación Demográfica	32
2.2.5 Segmentación de acuerdo con la Asociación Mexicana de Mercados y Opinión Pública(AMAI)	36
2.2.6 Encuesta	45
2.3.Demanda Real	63
2.3.1 Demanda	63

2.3.2 Proyección de Ventas	66
2.4 Análisis de la Oferta	68
2.5 Análisis de la Competencia	78
2.6 Precios	80
2.7 Comercialización	80
CAPITULO III. ESTUDIO TÉCNICO	82
3.1 Materia prima e insumos.....	83
3.2 Localización del proyecto	84
3.3 Tamaño.....	87
3.4 Proceso Productivo.....	88
3.5 Layout.....	92
CAPITULO IV. ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN.....	97
4.1 Tipo de Empresa	97
4.2 Trámites Federales, Estatales y Municipales.....	100
4.3 Organización Administrativa	106
4.4 Perfil, funciones y responsabilidades del personal a contratar.....	109
4.5 Sueldos y Salarios	109
4.6. Costo por la Elaboración del Proyecto para la Apertura de la Plaza Comercial	110
CAPITULO V. ESTUDIO FINANCIERO	111
5.1 Inversión Total	111
5.1.1 Inversión Fija.....	113
5.1.2 Inversión Diferida.....	113
5.1.3 Capital de Trabajo	115
5.2 Financiamiento	116
5.3 Depreciaciones y Amortizaciones	117
5.4 Presupuesto de Ingresos	121
5.5 Presupuesto de Egresos.....	121
5.6 Punto de Equilibrio	128
5.7 Estados Financieros Proforma	130
5.7.1 Estado de Resultados	131

5.7.2 Flujo de Efectivo.....	133
CAPITULO VI. EVALUACIÓN	135
6.1 Flujo Neto de Efectivo.....	135
6.2 Trema	136
6.3 Valor Presente Neto.....	137
6.4 Tasa interna de rendimiento.....	138
6.5 Relación Beneficio Costo	139
6.6 Periodo de Recuperación de la Inversión.....	139
CONCLUSIONES.....	141
BIBLIOGRAFÍA	143
ANEXOS.....	147

Introducción

El comercio en el municipio de Ixtlahuaca ha ido creciendo constantemente con el paso de los años, las calles son insuficientes para poder comercializar productos de cualquier tipo, a eso le podemos añadir que el gobierno municipal actual no expide permisos para comercializar en la vía pública, ya que el comercio informal ha rebasado la capacidad de poder regular el comercio.

Tomando en cuenta estos factores analizamos la viabilidad de poder construir una Plaza Comercial y poder rentar locales comerciales, en este Proyecto demostraremos que es viable poder realizar este Proyecto de Inversión para la apertura de una plaza comercial en Ixtlahuaca, Estado de México.

Una plaza comercial consta de uno o varios edificios, por lo general de gran tamaño, que albergan locales y oficinas comerciales aglutinados en un espacio determinado, concentrando la mayor cantidad de clientes potenciales dentro del recinto.

Actualmente el municipio ya no cuenta con los espacios suficientes para poder ejercer el comercio formal por lo que la alternativa que es viable y vamos a demostrar en este proyecto es la construcción de una plaza comercial para poder ejercer la venta y renta de locales comerciales.

La hipótesis que pretendemos probar y que se planteó en el protocolo es la siguiente; el proyecto de inversión para la apertura de una plaza comercial en el municipio de Ixtlahuaca, Estado de México, es viable, factible y rentable ya que Ixtlahuaca es uno de los municipios más poblados de la zona norte del Estado de México y la segunda actividad comercial a lo que se dedica la población es al comercio formal e informal, por lo cual es necesaria una plaza comercial en el municipio ya que existe una alta demanda para locales en renta de la plaza comercial por parte de los consumidores

El Proyecto de Inversión para la apertura de una plaza comercial en Ixtlahuaca, Estado de México consta de seise capítulos en los cuales se evaluaron estudios fundamentales para saber si este proyecto de inversión es viable o no.

En el Primer Capítulo Marco Conceptual: se abordan los principales conceptos que se necesitan para la elaboración de un proyecto de inversión, se empieza con las definiciones básicas de proyecto, las etapas que implica un proyecto, así como los estudios principales que conforman un proyecto de inversión los cuales son; el estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional, estudio financiero y evaluación con ellos se determinara si el proyecto es viable y qué se requiere para llevarlo a cabo.

El Segundo Capítulo explica el Estudio de Mercado en este capítulo se describe que es una plaza comercial, así como las características generales y específicas que deben tener, también se aborda el tema de análisis de la demanda, para demostrar que nuestro proyecto es viable en el municipio de Ixtlahuaca Estado de México.

El Tercer Capítulo explica el Estudio Técnico en el cual se analiza la posibilidad técnica del inmueble que se va a construir, se abordan temas como la materia prima e insumos, la localización del proyecto, el tamaño del proyecto, estimación del costo de la construcción para posteriormente y por último se abordan los temas de proceso productivo y Layout.

En el Cuarto Capítulo se explica el Estudio de Organización, también se detallan los presupuestos de los diversos tipos de la inversión, se explica el tipo de empresa que es, la organización administrativa, el perfil, los tramites federales, estatales y municipales que se necesitan. El perfil funciones y responsabilidades del personal a contratar, posteriormente se aborda el tema de los sueldos y salarios.

El Quinto Capítulo se refiere al Estudio Financiero, que abarca la inversión total a realizar, la inversión fija que se necesita, la inversión diferida, el capital de trabajo, el financiamiento que se llevará a cabo para la realización del proyecto, depreciaciones y amortizaciones; de igual manera se abordará el tema de presupuesto de ingresos, de egresos, el punto de equilibrio, los estados financieros proforma: Estado de Resultados y el Flujo de Efectivo.

Por último, el Sexto Capítulo explica la evaluación siendo tal vez el más importante ya que es el que nos permite decidir la Implantación del Proyecto porque nos arroja el comportamiento del dinero a través del tiempo demostrándonos si es viable y

factible. En este capítulo también se menciona el Flujo Neto de Efectivo, Terna, Valor Presente Neto, la Tasa Interna de Rendimiento, la relación que tendremos en el Beneficio Costo y el Periodo de recuperación de la inversión de nuestro proyecto.

CAPÍTULO I. MARCO CONCEPTUAL

1.1 Concepto de proyecto de inversión

Para poder realizar un proyecto de inversión es necesario conocer los conceptos básicos que se utilizan y requieren, los cuales se mencionarán en este capítulo, donde se utilizan los más específicos y prácticos para facilitar el entendimiento y explicación de dicho proyecto.

¿Qué es un proyecto?

“Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiende a resolver una necesidad humana. En este sentido puede haber diferentes ideas, inversiones de monto distinto, tecnología y metodologías con diverso enfoque, pero todas ellas destinadas a satisfacer las necesidades del ser humano en todas sus facetas, como pueden ser: educación, alimentación, salud, ambiente, cultura, etcétera” (Urbina, 2013, pág. 20)

La definición más clara y sencilla de proyecto es aquella brindada por Fernández (2010) en la que establece que éste puede ser considerado como una operación compleja que requiere la combinación de diversos recursos humanos y materiales en un periodo de tiempo determinado para alcanzar objetivos específicos.

Inversión: Es el conjunto de recursos que se emplean para producir algo (bien o servicio), que pueda generar una utilidad (IHEM, 2013)

Con base a los autores mencionados anteriormente se define como proyecto a un planteamiento donde se tiene la necesidad de investigar y dar a conocer la solución o resultado de este ya sea positivo o negativo en cualquier ámbito.

¿Qué es un proyecto de Inversión?

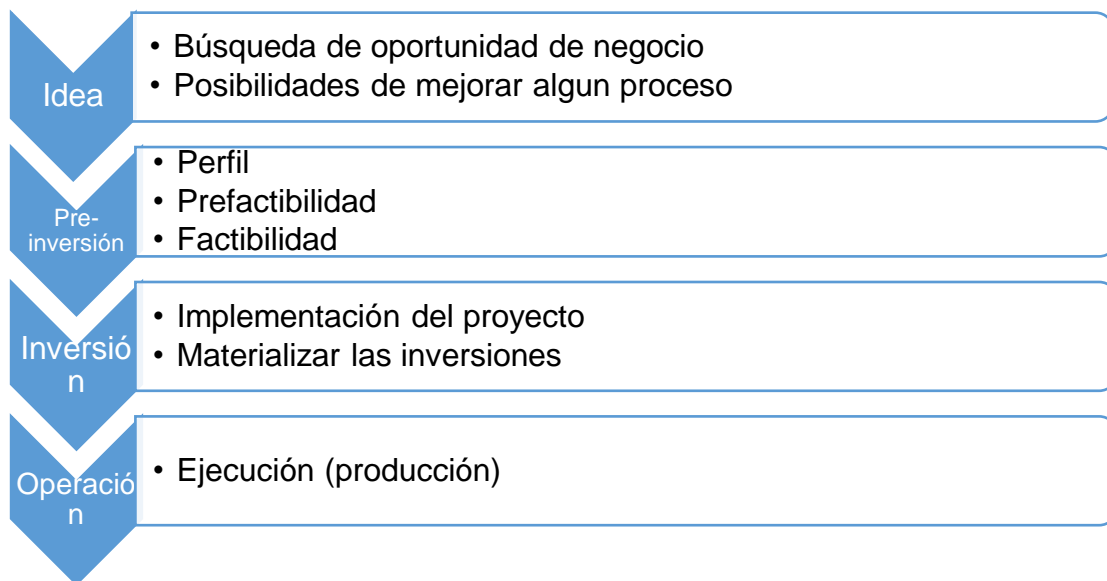
El proyecto de inversión es un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, producirá un bien o un servicio, útil a la sociedad. La evaluación de un proyecto de inversión, cualquiera que éste sea, tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que

asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable. Sólo así es posible asignar los recursos económicos a la mejor alternativa (Urbina, 2013).

1.2 Etapas de un proyecto de inversión

Existen diversos autores que establecen diferentes formas de clasificar las etapas de un proyecto de inversión, debido a que es un proceso metodológico. Sin embargo, de acuerdo con Chain este tipo de proyectos posee 4 etapas fundamentales: idea, pre-inversión, inversión y operación. A continuación, se pueden observar las 4 etapas en el Diagrama 1. (Chain, 2008)

Diagrama 1. Etapas de un Proyecto de Inversión



Fuente: (Chain, 2008)

El proyecto surge como respuesta a una idea que busca la solución de un problema, o la manera de aprovechar una oportunidad de negocio, misma que por lo general corresponde a la solución de un problema de terceros, por ejemplo, la demanda insatisfecha de algún producto o servicio, cualquier forma diferente de resolver un problema o aprovechar una oportunidad de negocio y generar un proyecto.

En la etapa de pre-inversión se realiza un estudio y análisis de la viabilidad económica, los cuales se deben realizar mediante seis estudios para recopilar la mayor cantidad de información posible, los cuales son:

- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Estudio organizacional- administrativo
- Estudio legal
- Estudio financiero
- Estudio social y medioambiental

Los cuatro primeros estudios arrojan información económica importante sobre costos y beneficios, la cual sistematiza monetariamente y se traduce en la construcción de un flujo de caja. El quinto estudio genera información para evaluar el proyecto, midiendo la rentabilidad, analiza variables cualitativas, la sensibilización del proyecto y se considera como un estudio transversal al estudio de la viabilidad económica de un proyecto (Caballero, 2013)

Todo este estudio y análisis pretende contestar la interrogante de si es o no pertinente realizar un determinado proyecto de inversión, por lo que resulta conveniente tener todos los elementos e información posible y precisa, de esta manera se logrará determinar con exactitud los beneficios y los costos de un negocio.

De acuerdo con Ramírez & Cajigas (2004) toda decisión sobre una inversión debe responder a las ventajas y desventajas asociadas a su ejecución, cualquier conclusión negativa que resulte de los estudios que se mencionaron anteriormente, determinará que el proyecto no se deberá llevar a cabo, ya que el estudio de inversión se centra en la viabilidad económica o financiera, el resto de variables (sociales, culturales o subjetivas) serán únicamente utilizadas como referencia.

Asimismo, el contenido de cada una de las etapas del proyecto de inversión, que comprenden desde el nivel de la gran idea hasta el estudio de pre inversión, están determinados por el grado de profundidad y especificación de la información que se dispone para realizarlos. En la medida que el estudio se aproxima a la etapa de

inversión se requiere de información detallada proveniente de fuentes confiables, que incluso muchas veces se tiene que actualizar porque los precios y otros factores cambian constantemente. Por eso, se dice que los diversos estudios que sustentan un proyecto de inversión tienen una vigencia limitada que continuamente se debe actualizar (Morales & Morales, 2009).

1.2.1 Estudio de Mercado

El estudio de mercado es muy importante para la elaboración del proyecto ya que a través de este identificaremos oportunidades para el mismo, así como identificación de las necesidades del consumidor y las estrategias que se deberán de implementar para tener éxito en el proyecto.

La American Marketing Association (AMA) define a la investigación de mercados como: “La función que en laza al consumidor, al cliente y al público con el comercializador a través de la información”. (American Marketing Association , 2003)

Visto lo anterior, cualquier proyecto que se desee emprender, debe tener un estudio de mercado que le permita saber en qué medio habrá de moverse, pero sobre todo si las posibilidades de venta son reales y si los bienes o servicios podrán colocarse en las cantidades pensadas, de modo tal que se cumplan los propósitos del empresario (SE, 2020).

Los objetivos que persigue el estudio de mercado son los siguientes:

- Obtener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo.
- Saber si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente.
- Conocer qué tipo de clientes son los interesados en los servicios, lo cual servirá para orientar la producción del negocio.

- Obtener información acerca del precio apropiado para colocar el bien o servicio y competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.
- Conocer el tamaño indicado del negocio por instalar, con las previsiones correspondientes para las ampliaciones posteriores, consecuentes del crecimiento esperado de la empresa. Exponer los canales de distribución acostumbrados para el tipo de bien o servicio que se desea colocar y cuál es su funcionamiento (SE, 2020).

El estudio de mercado se considera de suma importancia para este proyecto de inversión, ya que como se menciona anteriormente en él se describe el análisis de resultados para de esta manera conocer si es posible alcanzar los objetivos, metas y propósitos de cualquier emprendimiento, de tal modo que el emprendedor tome las decisiones que crea pertinentes para tener éxito en el proyecto.

1.2.2. Estudio Técnico

Pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea, este estudio comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto (Urbina, 2013).

El estudio técnico puede subdividirse a su vez en cuatro partes, que son:

- Determinación de un tamaño óptimo, la determinación es difícil, las técnicas existentes para su determinación son interactivas y no existe un método preciso y directo para su determinación.
- Determinación de la localización óptima del proyecto: es necesario tomar en cuenta no solo factores cuantitativos, como los costos de transporte de materia prima y del producto terminado, sino también los factores cualitativos, tales como apoyos fiscales, el clima, la actitud de la comunidad y otros.
- Ingeniería del proyecto: en términos técnicos, existen diversos procesos productivos opcionales, que son los más automatizados y los manuales. La elección de alguno de ellos dependerá en gran parte de la disponibilidad de capital.

1.2.3. Estudio Organizacional

Este estudio tiene por objeto definir como la empresa debe organizar sus actividades para crear el mayor valor. La estrategia de la empresa se implementa a través del diseño organizacional el cual consiste en suministrar el medio por el cual el gestor puede coordinar las actividades de las diversas funciones o áreas para explotar en forma íntegra las capacidades, conocimientos y habilidades de la empresa. (Paredes, 2005)

La estructura orgánica y el sistema de control configuran la forma como los recursos humanos se comportan y actúan en el escenario organizacional.

La coordinación del trabajo de los empleados para que formen un equipo que permita implementar en forma efectiva la estrategia que aumente la ventaja estratégica de los recursos humanos al otorgarles incentivos necesarios para lograr desempeños superiores de productividad, calidad, innovación y capacidad de satisfacción al cliente.

1.2.4 Estudio Financiero

Su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica. Comienza con la determinación de los costos totales y de la inversión inicial a partir de los estudios de ingeniería, ya que los costos dependen de la tecnología seleccionada. Continúa con la determinación de la depreciación y amortización de toda la inversión inicial. Otro de sus puntos importantes es el cálculo del capital de trabajo, que aunque bien es parte de la inversión inicial, no está sujeto a depreciación ni a amortización, dada su naturaleza líquida (Urbina, 2013).

Es decir, en este estudio se emplearán diversas evaluaciones para finalmente conocer la parte económica y analizar la información y tomar las decisiones pertinentes.

El estudio de la evaluación económica es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Tiene como objetivo conocer la rentabilidad

económica y social de la empresa, de tal manera que asegure que si resuelve una necesidad de forma eficiente, segura y rentable.

Existen diferentes técnicas y métodos de evaluación que nos permiten tener una decisión concreta de aceptar o rechazar un proyecto de inversión, las más comunes son las siguientes:

1.- Flujo Neto de Efectivo: Describe los ingresos y los gastos de dinero en efectivo en el transcurso de un período de tiempo determinado (por ejemplo, un mes o un año). Si se gasta menos de lo que se gana, el flujo de efectivo será positivo y se estará incrementando el patrimonio; por el contrario, si los gastos son superiores a los ingresos, el flujo de efectivo será negativo y se estará perdiendo el patrimonio, lo cual no es sostenible en el tiempo.

Mientras más amplio y positivo sea el Flujo Neto de Efectivo, mayor será el margen de maniobra que se tendrá para hacer frente a contingencias e imprevistos, a la vez que contribuirá a que se obtenga la independencia financiera que se desea.

2.- Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable (TREMA): Es un porcentaje que ayuda a determinar si se debe o no a invertir en un proyecto. Esta tasa se usa como referencia para determinar si el proyecto puede generar ganancias o no. La tasa se expresa de forma porcentual y se calcula con la siguiente fórmula:

$TREMA = \text{Tasa de inflación} + \text{riesgo de inversión}$

Donde la tasa de inflación se obtiene de los registros de cada país, se expresa de manera porcentual, en este caso se va a consultar vía internet en la página oficial del Banco de México.

El riesgo de inversión es el porcentaje de remuneración que obtendrá el inversor por confiar el dinero en un proyecto. Éste se determina con base en datos del estudio de mercado.

Si la TMAR es menor a la inflación, el proyecto NO será redituable y NO se invertirá en él, ya que generará pérdidas

Si la TMAR es igual a la inflación, el proyecto NO generará pérdidas ni ganancias

Si la TMAR es superior a la inflación, el proyecto puede ser redituable y los inversores se interesarán en él, por lo que cualquier rendimiento superior al de la TMAR es bueno

3.- Valor Actual Neto (VAN): Mide el excedente resultante después de obtener la rentabilidad deseada o exigida y después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer periodo de operación, y le resta la inversión total expresada en el momento 0. Esta resta equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento. Si el VAN es positivo el proyecto deberá aceptarse y llevarse a cabo, si es negativo se deberá rechazar (UDLAP, 2010).

La Fórmula para calcular el VAN (Valor Actual Neto) es:

$$\text{VAN} = \sum [\text{Flujo de Caja} / (1 + r)^t] - \text{Inversión Inicial}$$

Donde el VAN representa la suma de los flujos de caja futuros descontados a una tasa de descuento (r) durante un periodo (t), restando la inversión inicial. Un VAN positivo indica que el proyecto crea valor y es una buena inversión, mientras que un VAN negativo señala que destruye valor y debe ser rechazado.

Elementos de Fórmula:

- Σ (Sigma): Indica la suma de todos los flujos de caja.
- Flujo de Caja (FC): La cantidad de dinero que se espera que genere o se le reste al proyecto en un periodo determinado.
- r (Tasa de Descuento): La tasa de interés o rendimiento mínimo exigido para la inversión, que sirve para traer los flujos de caja futuros a su valor presente.
- t (Periodo): El número de periodos de tiempo (años, meses, etc.) en los que se espera recibir los flujos de caja.
- Inversión Inicial (I_0): El desembolso inicial que se realiza al comienzo del proyecto, en el momento cero ($t=0$).

4.- Tasa Interna de retorno: Con esta tasa se intuye que las utilidades o ganancias año con año se reinvierten completamente. En otras palabras, se trata de la tasa de rendimiento generada en su totalidad en el interior de la empresa por medio de la reinversión, el criterio de aceptación recae en que, si el rendimiento de la empresa es mayor que el mínimo fijado como aceptable, la inversión es económicamente rentable (Baca, 2013).

La Tasa Interna de Retorno puede calcularse aplicando la siguiente ecuación:

$$TIR = \sum (CF / (1 + r)^t) - CI = 0$$

Donde:

- Σ (Sigma): Indica la suma de todo
- CF: El flujo de efectivo esperado en cada período.
- r: La tasa interna de retorno que se busca encontrar.
- t: El período de tiempo en el que se recibe el flujo de efectivo.
- CI: La inversión inicial, que generalmente es un flujo de efectivo negativo en el período 0.

Este criterio es equivalente a hacer el VAN igual a cero y determinar la tasa que le permite al flujo actualizado ser cero.

5.- Relación Beneficio-Costo: Consiste en dividir todos los costos del proyecto sobre todos los beneficios económicos que se obtendrán, es importante que los costos y beneficios estén en valor presente, y para aceptar el proyecto, el cociente deberá tener un valor de mayor o igual a uno (UDLAP, 2010).

6.- Periodo de Recuperación de la Inversión: Muestra el tiempo necesario para que el proyecto genere suficientes ganancias o recursos para recuperar la inversión inicial. La ventaja de este método es que se conoce exactamente el tiempo de recuperación y se calcula fácilmente, por otro lado, sus desventajas son que no toma en cuenta el valor del dinero en el tiempo y tampoco considera los flujos de efectivo generados posteriormente al periodo de recuperación. Para calcularlo se necesita de la siguiente fórmula:

$$PRI = \text{Inversión Inicial} / \text{Flujo de Caja Anual}$$

7.- Periodo de recuperación descontado: En este se evalúa la cantidad de años que necesitará la institución para recuperar su inversión original tomando ya en cuenta los futuros flujos de efectivo y la tasa de descuento. Su desventaja es que tampoco considera los flujos de efectivo que se logran después de la recuperación de la inversión (UDLAP, 2010).

Es importante que se lleven a cabo con precisión y claridad cada una de las etapas, ya que proporcionan información sumamente importante para que se tenga un panorama y escenario definido para establecer una empresa o institución, y que no haya ninguna duda sobre la viabilidad y factibilidad de un proyecto de inversión.

1.2.5 Evaluación

La evaluación describe los métodos actuales de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son la Tasa Interna de Rendimiento y el Valor Presente Neto; se anotan sus limitaciones de aplicación y se comparan con métodos contables de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, y en ambos casos se muestra su aplicación práctica. Esta parte es muy importante, pues es la que al final permite decidir la implantación de proyecto (Urbina, 2013)

De acuerdo con el autor, la relación tiempo-dinero juega un papel esencial en la toma de decisiones acerca de la viabilidad, porque siempre se espera obtener una ganancia económica al invertir recursos, por lo tanto, si la recuperación de la inversión llega a demorar más de lo señalado, seguramente se convertirá en pérdida y el proyecto de inversión no será factible.

1.3 Ciclo de vida de los proyectos

El ciclo de vida de un proyecto incluye todos los pasos y fases necesarios para que los Project managers puedan llevar a cabo la gestión de los mismos, de principio a fin. Hay 5 fases en el ciclo de vida del proyecto (Atlassian , 2023) las cuales se mencionan a continuación, y cada una de ellas incluye un conjunto de pasos que deben ejecutarse en todo caso

a) Inicio

La fase inicial del ciclo de vida de un proyecto consta de solo dos pasos independientes: el acta de constitución del proyecto y el registro de partes interesadas. El objetivo de esta fase es determinar la visión del proyecto, documentar lo que se espera lograr y obtener la aprobación de la parte con capacidad de veto o decisión. El acta de constitución del proyecto o, en otras palabras, la documentación de inicio debe contener:

- Alcance del proyecto
- Entregables
- Objetivos
- Recursos necesarios
- Cronograma de actividades
- Costo estimado
- Riesgos y posibles dificultades

Cuando se invierte el tiempo necesario en esta fase inicial, el proyecto parte con más posibilidades de éxito.

b) Planificación

Durante la fase de planificación se construye la infraestructura del proyecto. La misma es la encargada de permitir que se logre y se haga dentro de las limitaciones predeterminadas de tiempo y presupuesto.

Las cuestiones a planificar en esta segunda fase del ciclo de vida de un proyecto son:

- El plan de gestión del proyecto.
- El alcance del mismo, de una forma más detallada que en la fase anterior.
- La estructura del trabajo.
- Un análisis de riesgos cuantitativos.
- Posibles respuestas a los riesgos.

Estamos hablando de una hoja de ruta detallada, el modelo del que depende que el proyecto tenga éxito. Cuando llegue al final de esta fase del ciclo de vida, todos los miembros del equipo no solo comprenderán la visión del proyecto, sino que también comprenderán con precisión lo que deben hacer para llegar a la meta a tiempo y dentro del presupuesto.

c) Ejecución

La fase de ejecución es donde todo se pone en marcha. Aquí se gasta la mayor parte del presupuesto y se generan la mayoría de los entregables.

Se trata de poner en acción el plan del proyecto. Esta fase puede llevar días, semanas o meses, dependiendo de la complejidad de cada caso. El objetivo en este momento es administrar equipos de manera efectiva mientras se cumple con el cronograma y con el presupuesto; a la vez que se alcanzan los objetivos propuestos.

d) Seguimiento o Control

Durante esta fase se monitoriza el progreso real del proyecto en comparación con el plan y se ponen en marcha las medidas correctivas necesarias.

Independientemente de lo razonable que sea un plan, en la práctica siempre van a ser necesarios ajustes, por eso esta fase es absolutamente crítica.

e) Cierre

La fase de cierre es la fase final del ciclo de vida de un proyecto. Es esencial cerrar formalmente el proyecto y obtener la aprobación escrita del cliente y de las demás partes interesadas.

Algunas de las acciones que se incluyen en la parte final del proceso son:

- La entrega del proyecto
- Reunión final

- Archivo de registros
- Disolución del equipo

1.4 Categorías de los proyectos de inversión

A continuación, en el diagrama número 2 podemos observar las categorías de Proyectos de inversión que existen, ya sea por su sector, económico o de acuerdo con las empresas privadas, cada categoría con su respectiva clasificación.

Diagrama 2: Categorías de los Proyectos de Inversión



Fuente: (Morales & Morales, 2009)

1.4.1 Tipos de Proyectos de Inversión

Los proyectos pueden ser de diversa índole, una clasificación a partir del fin buscado

Proyectos de Inversión Privada: El fin del proyecto es lograr una rentabilidad económica financiera, de tal modo que permita recuperar la inversión de capital puesta por la empresa o inversionistas diversos, en la ejecución del proyecto. Una

clasificación de proyectos privados se puede establecer en función al impacto en la empresa:

Creación de nuevas unidades de negocios o empresas: Un proyecto se refiere a la creación de un nuevo producto o servicio, estos proyectos típicos tienen flujos de ingresos y costos, asimismo tienen una inversión que permita iniciar la producción del nuevo bien o servicio, evaluándose la rentabilidad del producto (González, 2013)

Proyectos de Inversión Pública: En este proyecto, el estado es el inversionista que coloca sus recursos para la ejecución de este, el estado tiene como fin el bienestar social, de modo que la rentabilidad del proyecto no es sólo económica, sino también el impacto que el proyecto genera en la mejora del bienestar social en el grupo beneficiado o en la zona de ejecución, dichas mejoras son impactos indirectos del proyecto, como por ejemplo generación de empleo, tributos a reinvertir u otros.

Puede ser que un proyecto no sea económicamente rentable, pero su impacto puede ser grande, de modo que el retorno total o retorno social permita que el proyecto recupere la inversión puesta por el estado. En el caso de los proyectos públicos o sociales, se pueden establecer ciertas clasificaciones:

Proyectos de infraestructura: Relacionados a inversión en obras civiles de infraestructura que puede ser de uso económico (beneficiando la producción) o de uso social, mejorando las condiciones de vida.

En estos proyectos se mide el impacto generado en los beneficiarios en materia de logros en salud (por ejemplo un proyecto de construcción de hospital) estos logros permiten mejorar la calidad del servicio, ahorrar recursos al estado por menores enfermedades o menor presión en centros existentes, educación (ampliación de aulas) mejorando la calidad del servicio educativo o incrementando su cobertura, o en la actividad económica (carreteras, canales de regadío u otros) que permite expandir la frontera de producción existente en una zona, estos proyectos incluyen el equipamiento respectivo (León, 2012)

Proyectos de Fortalecimiento de Capacidades Sociales o Gubernamentales: Hay diversas líneas, como por ejemplo participación ciudadana, mejora de la gestión pública, vigilancia ciudadana u otros, en estos proyectos el componente de inversión

en activos fijos, llámese obras civiles o equipamiento es limitado, la importancia del proyecto se centra en el logro de capacidades sea en la comunidad o en los beneficiarios, dichas capacidades pueden referirse a lograr habilidades de gestión si los actores son públicos o habilidades para el fortalecimiento del rol social en la gestión de la comunidad, muchas veces estos proyectos incluyen el diseño de planes de desarrollo local o planes de gestión territorial o ambiental. Debido a la naturaleza del proyecto, su evaluación radica en la medición actual y futura del logro de capacidades y como estas interactúan con los esfuerzos comunitarios para el desarrollo local (León, 2012)

Proyectos de inversión social: Un proyecto social sigue el único fin de generar un impacto en el bienestar social, generalmente en estos proyectos no se mide el retorno económico, es más importante medir la sostenibilidad futura del proyecto, es decir si los beneficiarios pueden seguir generando beneficios a la sociedad, aun cuando acabe el período de ejecución del proyecto (León, 2012)

1.4.2 Características de los Proyectos de Inversión

Los siguientes puntos deben ser tomados en cuenta por el emprendedor ya que el incumplimiento de alguno de ellos puede afectar el objetivo del proyecto en cuestión (Brito, 2014):

- La recuperación de capital es a largo plazo
- Son de carácter irreversibles
- Compromete grandemente los recursos de las organizaciones o de las personas
- La inversión comprende asignación de recurso en activos o actividades que permiten aumentar el valor global del mercado de la empresa o de la organización
- Se exigen varios estudios que permiten justificar la viabilidad y sana recuperación de la inversión (estudio de mercado, financiero y técnico)

1.5 Antecedentes de las plazas comerciales y su impacto

De acuerdo con el autor Jesús Pérez Brito (2014) el primer centro comercial de la historia “El mercado Trajano” ubicado en Roma, junto de la vía del foro imperial, es considerado como el primer centro comercial de la historia. Su origen lo encontramos entre los años 107 y 110 y fue construido por órdenes del emperador Trajano

El tamaño de este mercado era de 6 niveles cada uno con sus propias tiendas y una gran cantidad de productos comercializados en ellas. Sus más de 150 tiendas lo sitúan como el primer punto en la historia de los centros comerciales.

Para el siglo XIX encontramos uno de los primeros centros comerciales modernos construido en Damasco, la capital de Siria. El nombre de este centro comercial era Al-Hamidiyah y se ubicaba en el Zoco de Damasco (Brito, 2014).

Este mismo autor nos dice que también este centro comercial destaca el gran bazar de Isfahán del siglo XVII, además del bazar de Teherán con sus 10 kilómetros de puestos. Otro de los antecedentes es el bazar de Estambul el cual sigue activo hoy en día con más de 4 mil tiendas. Muchos creen que el lugar donde se construyó el primer centro comercial moderno es en medio oriente.

Se dice que el inventor del centro comercial moderno es Victor Gruen, un arquitecto de origen austriaco-estadounidense el cual, en 1952 sentó las bases de los centros comerciales. Esto debido a que dicho arquitecto lanzó un artículo en la revista Progressive Architecture con el primer prototipo de centro comercial. (Brito, 2014)

Este formato, nombrado “espacio cerrado para compras” rápidamente escaló sentando así la visión de los centros comerciales. Así que es probable que el parque comercial más grande de España tenga su origen en Victor Gruen. (Brito, 2014)

Hoy en día los centros comerciales modernos están pensados para ser de entretenimiento completo. Tenemos enormes tiendas con diferentes clases de giros que van desde la moda hasta los supermercados. Además, se añaden centros de juegos, cinemas, atracciones como pistas de hielo, la reciente inclusión amistosos con las mascotas y más.

Tal ha sido el crecimiento de los centros comerciales que podemos encontrar miles de kilómetros cuadrados de tiendas y tiendas, convirtiéndose en el principal punto de reunión para chicos y grandes. (Brito, 2014)

Como se mencionó en este apartado, en el día a día un centro comercial es de los lugares con mayor afluencia de personas, en estos, se llevan a cabo diversas actividades con fines distintos de acuerdo con los gustos y necesidades de cada una de ellas, y esto es lo que lo hace tan atractivo, es decir, mientras algunos llegan a comer en un restaurante, otros pueden buscar una tienda de ropa, algunos otros un banco, etc. o bien, una misma persona recorrer los 3 lugares sin salir de esa dirección. Es por ello por lo que un centro comercial en el municipio de Ixtlahuaca resulta ser tan atractivo para estudiarse y encontrar la viabilidad de este.

Impacto de las plazas comerciales dentro en el Municipio de Ixtlahuaca

De acuerdo con los datos del Censo Económico 2020, la principal actividad económica en el Municipio de Ixtlahuaca es comercio al por menor. Es por ello que las plazas comerciales que se encuentran en Ixtlahuaca son de gran impacto económico y social. En la actualidad existen 19 plazas comerciales consolidadas como las más importantes del municipio de Ixtlahuaca y con mayor afluencia de consumidores locales así de la región norte del Estado de México (INEGI, 2020)

Mapa 1. Centro Histórico del Municipio de Ixtlahuaca



Fuente: (Maps, 2024)

En este apartado podemos concluir que los centros comerciales en el municipio de Ixtlahuaca tienen un impacto positivo en la población provocado por el alto índice del comercio al por menor y el alto número de consumidores locales.

CAPÍTULO II. ESTUDIO DE MERCADO

Dentro de este capítulo analizaremos y hablaremos de lo que es un estudio de mercado, los elementos que contiene para su funcionamiento. Cabe mencionar que todos los proyectos de inversión necesitan tener un estudio de mercado para saber si es viable el proyecto y también para saber a qué sector se quiere llegar.

Aspectos poblacionales, características de la población de acuerdo con las reglas AMAI, análisis de los competidores, así como las fortalezas y debilidades de nuestra plaza comercial, son algunos de los temas más importantes que se abordarán dentro del capítulo II. Para finalizar y obtener la información que no fue encontrada, se efectuó una encuesta, así como el análisis de los resultados de cada pregunta.

2.1 Plaza comercial

2.1.1 Definición

Un centro comercial es una construcción que alberga tiendas y locales comerciales. Su objetivo es reunir, en un mismo espacio, diversas propuestas para que los potenciales clientes puedan realizar sus compras con mayor comodidad (Porto, 2013)

Internamente en una plaza comercial, la actividad más importante es la compra y venta masiva de bienes y servicios, en dónde se fomentan distintos tipos de consumo; ocio, entretenimiento, gastronomía, vestimenta, bienes electrónicos y muchos otros.

La gran virtud de los centros comerciales para los vendedores y comerciantes radica en la llamada economía de aglomeración, es decir, el hecho de que todas las tiendas se encuentran concentradas en un mismo entorno, unas junto a otras, de manera tal que un consumidor puede llevar a cabo distintas compras y contrataciones sin necesidad de volver a la calle. Así, las oportunidades de que el consumo se concrete son mucho más altas.

Al igual existen algunas ventajas para el consumidor, ya que puede resultarle más cómodo, accesible y funcional acudir a un solo lugar y encontrar los diversos productos, bienes, servicios etc., a su alcance en un solo lugar.

2.1.2 Características generales

Si bien los centros comerciales pueden ser muy diferentes entre sí, a grandes rasgos se caracterizan por:

- Son edificaciones normalmente grandes, o incluso conjuntos de edificaciones interconectados, destinadas casi exclusivamente al comercio y las transacciones financieras.
- Suelen albergar un gran número de tiendas y oficinas diferentes, así como espacios de recreación y ocio destinados al público en general.
- Normalmente cuentan con un estacionamiento y en ocasiones con su propia conexión al transporte público (como el subterráneo, por ejemplo).
- Son importantes puntos de concentración de gente y de negocios, en los que se movilizan grandes sumas de dinero al día y se consumen también grandes cuotas de recursos energéticos.
- Normalmente tienen su propia identidad espacial y arquitectónica, su propio diseño y un cierto sentido de la estética que suele imitar al espacio público: de allí los nombres comunes que utilizan, como “plaza”, “distrito”, “ciudad” y similares.
- Operan según un horario establecido, que usualmente privilegia la tarde y noche.

2.1.3 Características Específicas

El sector comercial tiene un constante cambio todos los días ya que debe adaptarse a las necesidades del consumidor.

También se pueden clasificar dependiendo de sus proporciones y su diseño, a continuación, se enlistan y se describen las características específicas de cada una en la época moderna (Concepto, 2024):

- Strip mall o mini centro comercial. Edificios de pequeña envergadura, se centran más que nada en la oferta de servicios y los locales de oficinas, y generalmente son a cielo abierto o en espacios modestos, no climatizados y de poca complejidad arquitectónica.
- Fashion mall o centro de moda. Edificios de gran tamaño, albergan una multitud de tiendas dedicadas a la venta minorista, generalmente de ropa y artículos de uso personal. Suelen ser entornos cerrados, climatizados y de varios pisos, acompañados de ferias gastronómicas y/o cines.
- Community center o centro comunitario. Edificios pequeños y poco vistosos, centrados en la venta de artículos de consumo diario y servicios cotidianos, ya que están pensados para ser visitados al menos una vez a la semana. Sus grandes protagonistas suelen ser los supermercados, cines y farmacias.
- Town Center o centro del pueblo. Edificios medianos, de entre uno y dos pisos, compuestos por diferentes negocios dedicados a brindar servicios cotidianos, como tintorerías, mercerías, restaurantes o bancos, ubicados de manera ordenada al aire libre o entre paredes.
- e-Marketplace o centros comerciales en línea. Se trata del equivalente virtual a los centros comerciales, es decir, plataformas en línea en las cuales es posible consumir productos y servicios de distinta procedencia, y completar las operaciones comerciales desde la computadora o el teléfono.

En este proyecto de inversión, se considera un mini centro comercial, principalmente por las características del inmueble, únicamente contará con 9 locales, dos sanitarios generales uno de caballeros y otro de damas. No contará con estacionamiento ya que los principales clientes serán personas que lleguen a pie. Por el tipo de comercio que se ofrece en el municipio de Ixtlahuaca, los giros que se ofertarán principalmente serán comercial y de consumo. Esta información se detallará más adelante.

2.2 Análisis de la Demanda

El análisis de la demanda es el proceso mediante el cual se logran identificar las condiciones que afectan y determinan el consumo de un bien o servicio en función

del tiempo. Es de suma importancia la elaboración de este estudio ya que dará la pauta para determinar el grado de viabilidad existente para la continuación del proyecto.

A través del desarrollo del análisis de la demanda se logra conocer de la mejor manera posible a los consumidores del proyecto, igualmente se demuestra si es que existe demanda insatisfecha y ayuda a determinar y pronosticar la demanda futura. (UNAM, 2010)

Para este Proyecto de la Apertura de una Plaza Comercial se emplearon herramientas de investigación de mercado como lo fue una encuesta a las personas que viven en la región donde estará ubicada la Plaza Comercial.

2.2.1 Aspectos Económicos

De acuerdo con el Censo Económico 2019, los sectores económicos que concentraron más unidades económicas en Ixtlahuaca fueron Comercio al por Menor (3,037 unidades), Industrias Manufactureras (798 unidades) y Otros Servicios Excepto Actividades Gubernamentales (763 unidades). Y podemos visualizarlo en el cuadro número 1 que se presenta a continuación.

Cuadro1. Unidades Económicas del Municipio de Ixtlahuaca

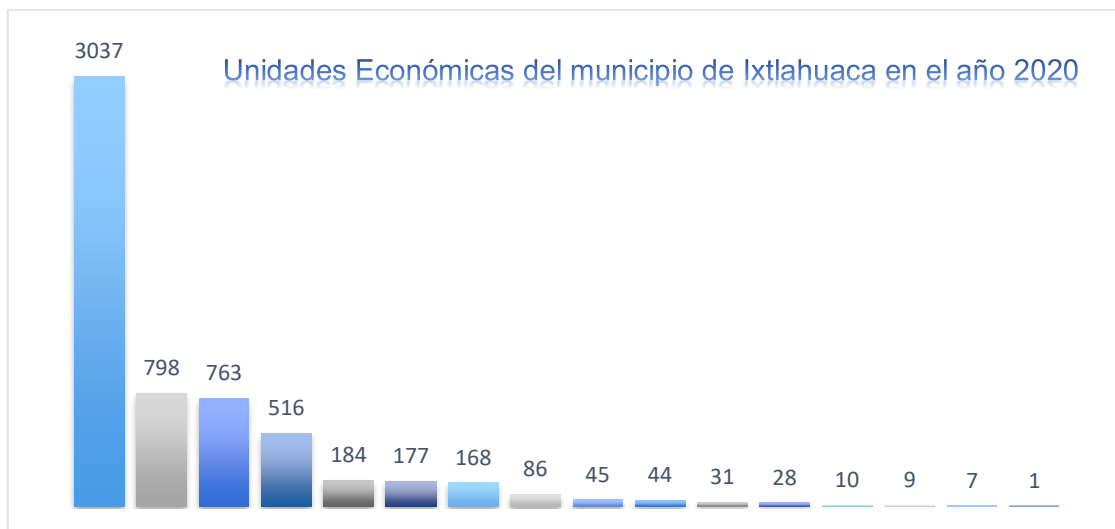
Actividad	Unidades
Comercio al por Menor	3037
Industrias Manufactureras	798
Otros Servicios Excepto Actividades Gubernamentales	763
Servicios Hotelería y Restaurantes	516
Servicios de Manejo de Residuos y Desechos	184
Comercio al por Mayor	177
Servicios de Salud y de Asistencia Social	168
Servicios profesionales	86
Actividades Culturales y Deportivos	45

Servicios Inmobiliarios	44
Servicios Financieros	31
Servicios Educativos	28
Transportes	10
Construcción	9
Medios Masivos	7
Servicios LUZ, AGUA Y GAS	1

Fuente: (datamexico.org, 2020)

Un punto importante que mencionar es, el comercio al por menor es a simple vista la actividad principal para el comercio en el municipio de Ixtlahuaca, basta solo con caminar en sus calles principales para poder identificar la gran ventaja que tiene sobre todas las demás actividades que ha identificado el CENSO del INEGI en el año 2020.

Gráfico 1. Unidades Económicas del Municipio de Ixtlahuaca en el año 2020



Fuente: (datamexico.org, 2020)

De acuerdo con los datos presentados en la gráfica 1, se puede observar que Ixtlahuaca es un mercado potencial en cuanto al comercio, ya que es la principal actividad económica de los habitantes, por lo tanto, las personas necesitan más espacios para poder mostrar y vender sus productos.

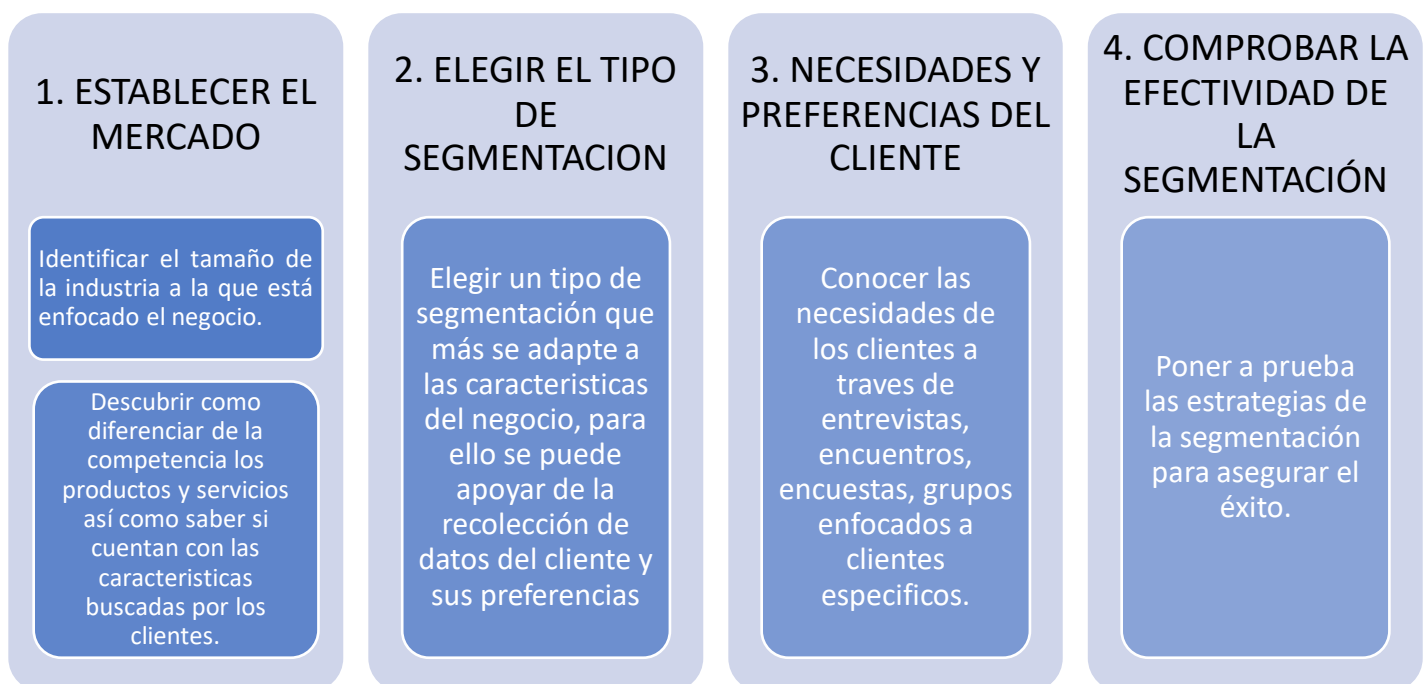
2.2.1 Segmentación de Mercado

Según Philip Kotler, economista y especialista en marketing nos menciona en su libro titulado Fundamentos de Marketing “La segmentación de Mercados es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores” (Kotler, 2013, pág. 49)

En este apartado, se pretende señalar las características de los posibles consumidores a quienes está dirigido este servicio, esto permitirá determinar la estrategia comercial más conveniente para el proyecto.

A continuación, en el diagrama número tres se muestran algunos de los pasos más importantes para poder segmentar un mercado.

Diagrama 3. Pasos a seguir para segmentar el mercado



Fuente: Elaboración Propia

El objetivo principal de este proyecto de inversión de acuerdo con la segmentación del cliente será crear un espacio agradable en el cual los clientes sean atraídos por los espacios para arrendar, es decir que sean de un tamaño óptimo, con un diseño atractivo, así como invertir en publicidad para resaltar de la competencia que se tiene respecto a otras plazas comerciales del municipio.

De igual manera es de suma importancia conocer las necesidades y preferencias del cliente, para conocer que clientes serán los potenciales y rentables para el negocio, para esto nos apoyaremos de la información que se desprende de una encuesta que veremos dentro del Capítulo II.

2.2.3 Delimitación Geográfica

Ubicado en el norte del Estado de México, Ixtlahuaca es uno de los 125 municipios que conforman la entidad. Su cabecera municipal es Ixtlahuaca de Rayón y es parte de la Región VI Ixtlahuaca, al colindar con los municipios de Atlacomulco, Jocotitlán, San Felipe del Progreso y Jiquipilco, así como su cercanía a la ciudad de Toluca resalta por estar ubicado en un lugar estratégico y esto ha sido muy favorable para su crecimiento y desarrollo.

Mapa 2. Ixtlahuaca, Estado de México.

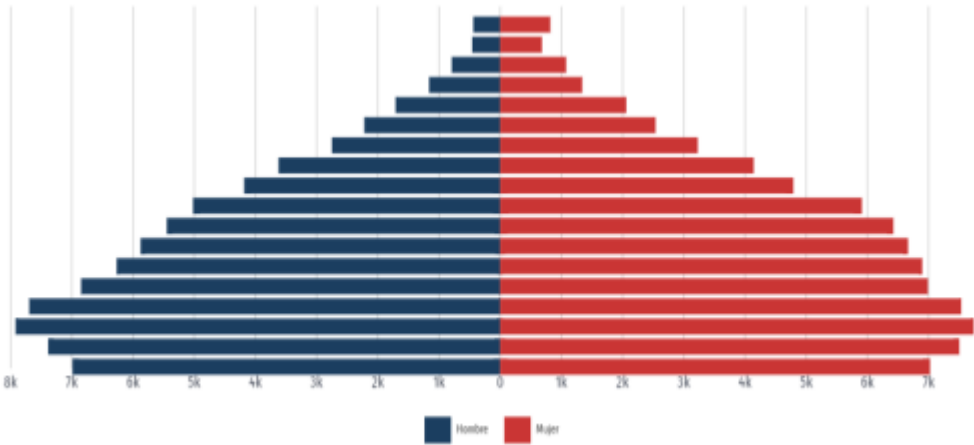


Fuente: Gobierno del Estado de México, 2021

2.2.4 Segmentación Demográfica

En la tabla número 1 se puede observar cómo es la variación de edades respecto a la población del municipio de Ixtlahuaca. De color azul se muestra a las personas de género masculino y de color rojo se representa a las personas de género femenino, los números que están en la parte de abajo en la gráfica es la cantidad en miles de personas; es decir, la letra k significa (mil).

Tabla 1. Pirámide Poblacional Total del Municipio de Ixtlahuaca en el año 2020



Fuente: (datamexico.org, 2020)

Es importante reconocer la importancia de la población en el municipio de Ixtlahuaca, como podemos ver en la tabla anterior, las mujeres son mayoría en el municipio, sin dejar atrás la importancia de la población masculina, en la actualidad la mujer tiene una participación fundamental en el día a día, por la capacidad de cubrir los distintos roles que exige la sociedad, principalmente estar al pendiente de la familia, el trabajo y ser ama de casa.

En el pasado, en una familia tradicional únicamente se contaba con un solo ingreso generalmente del hombre y era distribuido entre las necesidades generales del hogar y de cada integrante de la familia, sin embargo, ahora contribuyen dos ingresos o más, lo que permite tener una mejor calidad de vida a una familia.

A continuación, se muestra en el cuadro número 2 organizado por sexo y edad. La población total de Ixtlahuaca en 2020 fue 160,139 el 52.1% conformado por mujeres y 47.9% por hombres. En este proyecto nos enfocaremos en la población que solamente tenga 20 años o más, ya que los ingresos de estas personas son mayores y son económicamente activas. (datamexico.org, 2020)

Cuadro 2. Población del Municipio de Ixtlahuaca

<i>Población</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Género</i>
160,139	100%	Mujeres y Hombres
83,432	52.1%	Mujeres
76,707	47.9%	Hombres

Fuente: Elaboración Propia con base en datamexico en el año 2020

Cuadro 3. Rangos de la población en el municipio de Ixtlahuaca por Género por sexo y edad en el año 2020

<i>Rango de Edad</i>	<i>Población Total</i>	<i>Hombres</i>	<i>Mujeres</i>	<i>Porcentaje de población total</i>
0 a 4 años	14013	6989	7024	8.75%
5 a 9 años	14887	7385	7502	9.29%
10 a 14 años	15655	7917	7738	9.78%
15 a 19 años	15227	7694	7533	9.50%
20 a 24 años	13835	6847	6988	8.64%
25 a 29 años	13162	6266	6896	8.23%
30 a 34 años	12539	5875	6664	7.83%
35 a 39 años	11872	5447	6425	7.41%
40 a 44 años	10928	5018	5910	6.82%
45 a 49 años	8974	4183	4791	5.60%
50 a 54 años	7764	3621	4143	4.85%
55 a 59 años	5978	2750	3228	3.74%
60 a 64 años	4759	2220	2539	2.98%

65 a 69 años	3769	1709	2060	2.35%
70 a 74 años	2501	1161	1340	1.56%
75 a 79 años	1870	792	1078	1.16%
80 a 84 años	1140	458	682	0.71%
85 años o más	1258	439	819	0.78%
Total	160,131	76,771	83,360	100%

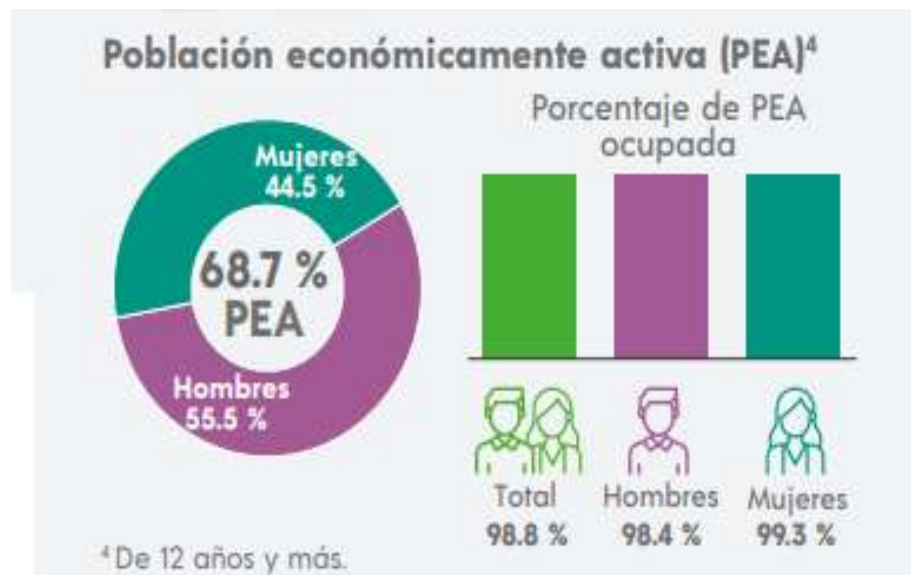
Fuente: Elaboración Propia con base en datamexico

De acuerdo con las tablas anteriores la sumatoria de población a partir de los 20 años para el género de hombres es de 46, 786 habitantes y para el de las mujeres 53, 563 habitantes, lo que representa el 100% de la población total en el municipio de Ixtlahuaca de acuerdo con el censo realizado por el INEGI en el año 2020.

Cabe resaltar que nuestro consumidor principal se encuentra en el municipio de Ixtlahuaca y son todas aquellas personas que tengan 12 años o más.

PEA (Población Económicamente Activa). A continuación, se va a segmentar de acuerdo con la información obtenida de la PEA en el municipio de Ixtlahuaca en el año 2020.

Gráfico 2. Población Económicamente Activa en el Municipio de Ixtlahuaca en el año 2020



Fuente: (INEGI, 2020)

La PEA en el municipio de Ixtlahuaca considerando a personas de 12 años o más, se encuentra en un nivel alto, el 68% de la Población (111, 015 habitantes) Total del Municipio de Ixtlahuaca es económicamente activa, de este porcentaje, el 44.5% son mujeres (71, 262 habitantes) y el 55.5% son hombres (93, 872 habitantes). (datamexico.org, 2020)

2.2.5 Segmentación de acuerdo con la Asociación Mexicana de Mercados y Opinión Pública (AMAI)

AMAI

A continuación, abordaremos las Reglas AMAI, que son un modelo estadístico que clasifica a los hogares mexicanos en niveles socioeconómicos (NSE). La Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión (AMAI) creó esta regla para determinar el nivel de calidad de vida de los hogares.

Este modelo estadístico permite agrupar y clasificar los hogares mexicanos en siete niveles, de acuerdo con su capacidad para satisfacer las necesidades de sus integrantes. (AMAI, 2024)

Para el desarrollo del modelo de estimación del NSE la AMAI se ha basado en un marco conceptual que considera seis dimensiones del bienestar dentro del hogar:

- Capital Humano
- Infraestructura Práctica
- Conectividad y entretenimiento
- Infraestructura Sanitaria
- Planeación y futuro
- Infraestructura básica y espacio

La satisfacción de estas dimensiones determina la calidad de vida y bienestar de los integrantes de los hogares.

La segmentación es un proceso de clasificación a la audiencia comercial en diferentes tipos, de acuerdo con sus características, como son, el perfil de comprador, sus hábitos o sus necesidades. Esta clasificación facilita la generación de respuestas precisas a sus demandas, así como la personalización de los servicios.

La importancia que tiene la segmentación de clientes consiste en crear una mejor comunicación con ellos, mejorar los productos, probar diferentes opciones de precios, centrarse en los clientes más rentables, mejorar el servicio al cliente, etc.

En este proyecto vamos a medir el nivel socioeconómico con las reglas AMAI 10X6

Desde 1994, el índice de Nivel Socioeconómico de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados y Opinión Pública (AMAI) se ha convertido en el criterio estándar de clasificación de la industria de la investigación de mercados en México. El primer índice de clasificación AMAI se dio a conocer en 1994. Desde entonces, el índice ha evolucionado mejorando su capacidad de discriminación y predicción.

A continuación, en el Diagrama número 4 podemos observar la actualización de indicadores, del índice de nivel socioeconómico en la actualidad, considerándose 5 aspectos.

Diagrama 4. Actualización de Indicadores

1	Indicadores incluidos en otros modelos
2	Indicadores correlacionados con ingreso familiar
3	Indicadores con mayor capacidad predicativa del ingreso
4	Dimensiones conceptuales de NSE y Calidad de Vida
5	Comparabilidad con Regla AMAI actual

Fuente: (Romo, 2009)

Tomando en cuenta estos indicadores la regla de 10x6 es la siguiente según Romo.

Diagrama 5. Los Diez Indicadores de la Regla 10x6

TECNOLOGÍA Y ENTRETENIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> • NÚMERO DE TELEVISION A COLOR • COMPUTADORA
INFRAESTRUCTURA PRACTICA	<ul style="list-style-type: none"> • NÚMERO DE FOCOS • NÚMERO DE AUTOS • ESTUFA
INFRAESTRUCTURA SANITARIA	<ul style="list-style-type: none"> • BAÑOS • REGADERA
INFRAESTRUCTURA BÁSICA	<ul style="list-style-type: none"> • TIPO DE PISO • NÚMERO DE HABITACIONES
CAPITAL HUMANO	<ul style="list-style-type: none"> • EDUCACIÓN DEL JEFE DE FAMILIA

Fuente: (Romo, 2009)

Modelo de Puntos: A las 10 variables seleccionadas se les asigno puntos considerando el coeficiente de cada uno de los valores en una regresión sobre el ingreso familiar.

Diagrama 6. Modelo de Puntos

CANTIDAD	PUNTOS			
	TV A COLOR	AUTOMÓVIL	BAÑOS	COMPUTADORA
No Tener	0	0	0	0
1	26	22	13	17
2	44	41	13	29
3	58	58	31	29
4	58	58	48	29

CANTIDAD	PUNTOS		
	PISO DIFERENTE DE TIERRA O CEMENTO	REGADERA	ESTUFA
No Tener	0	0	0
Tener	11	10	20

ESCOLARIDAD	
NIVEL	PUNTOS
Sin Instrucción	0
Primaria o secundaria completa o incompleta	22
Carrera técnica preparatoria completa o incompleta	38
Licenciatura completa o incompleta	52
Postgrado	72

CUARTOS	
CANTIDAD	PUNTOS
0 A 4	0
5 A 6	8
7 ó MÁS	14

FOCOS	
CANTIDAD	PUNTOS
6 - 10	15
11 - 15	27
16 - 20	32
21 +	46

Fuente: (Romo, 2009)

Tabla de puntos por nivel:

Es importante mencionar que la Distribución de los Hogares del País según su nivel socioeconómico 2018 es el siguiente que se presenta en el Diagrama 7.

Diagrama 7. Distribución de los Hogares de acuerdo con la Regla AMAI en el año 2018

Nacional	%
A/B	7%
C+	12%
C	15%
C-	15%
D+	15%
D	28%
E	9%
Total	100%

Fuente: Cálculos propios de la AMAI a partir de los datos de la encuesta Nacional de Ingresos y gastos de los Hogares 2018

A continuación, se mencionará la descripción de cada categoría y sus características más importantes para poder diferenciar una de otra.

Nivel Socioeconómico A/B

En México se caracteriza por su alto poder adquisitivo y una serie de indicadores que reflejan un estándar de vida elevado. Aquí están algunos detalles clave:

Educación: El 78% de los jefes de familia en estos hogares tienen estudios profesionales o posgrado. Esto sugiere una fuerte inversión en educación y una base sólida de conocimientos.

Vivienda: Siete de cada diez viviendas (72%) tienen al menos 3 dormitorios, lo que indica un espacio amplio y cómodo para la familia. Además, un 70% de estas

viviendas cuentan con al menos dos automóviles, lo que refleja una movilidad y comodidad significativas.

Conectividad: Prácticamente todos (99%) los hogares de este nivel socioeconómico cuentan con acceso a internet, lo que es fundamental en la era digital actual. Esto facilita la comunicación, el trabajo y el acceso a información.

Tecnología: El 32% de los hogares tiene al menos 2 computadoras, lo que sugiere una adopción activa de tecnología y acceso a herramientas digitales. (AMAI, 2024)

Nivel Socioeconómico C+

En México se caracteriza por los siguientes aspectos:

Educación: El 69% de los jefes de hogar en este nivel tiene al menos estudios de preparatoria, lo que indica un nivel educativo intermedio.

Vivienda: El 53% de las viviendas cuenta con al menos 3 dormitorios, lo que sugiere un espacio adecuado para la familia. Además, un 35% de estas viviendas tiene al menos dos automóviles, lo que refleja una movilidad y comodidad razonables.

Conectividad: El 98% de los hogares tiene internet fijo en la vivienda, lo que es fundamental para la comunicación, el trabajo y el acceso a información.

Tecnología: Un 13% de los hogares tiene al menos dos computadoras, lo que muestra una adopción moderada de tecnología. En cuanto al gasto, poco menos de la tercera parte del ingreso (32%) se destina a alimentación. (AMAI, 2024)

Nivel Socioeconómico C

En México se caracteriza por los siguientes aspectos:

Educación: El 79% de los jefes de hogar en este nivel tiene al menos estudios de secundaria o más, lo que indica un nivel educativo básico o intermedio.

Vivienda: El 41% de las viviendas tiene al menos 3 dormitorios, lo que sugiere un espacio adecuado para la familia.

Conectividad: El 92% de los hogares tiene internet fijo en la vivienda, lo que es fundamental para la comunicación, el trabajo y el acceso a información.

Tecnología: Un 6% de los hogares tiene al menos dos computadoras, lo que muestra una adopción básica de tecnología.

En cuanto al gasto, el 36% se destina a alimentación. Además, el 18% de los hogares tiene al menos dos automóviles. (AMAI, 2024)

Nivel Socioeconómico C-

En México se caracteriza por los siguientes aspectos:

Educación: El 67% de los jefes de hogar en este nivel tiene estudios máximos de secundaria, lo que indica un nivel educativo básico.

Vivienda: El 78% de las viviendas habitan en viviendas con uno o dos dormitorios, lo que sugiere un espacio más limitado en comparación con niveles superiores.

Conectividad: Ocho de cada 10 hogares (80%) cuentan con internet fijo en la vivienda, lo que es fundamental para la comunicación y el acceso a información.

Tecnología: El 28% de los hogares tiene al menos una computadora, lo que muestra una adopción básica de tecnología.

En cuanto al gasto, cerca del 38% se asigna a alimentación, y el 20% se destina al transporte. (AMAI, 2024)

Nivel Socioeconómico D+

En México se caracteriza por los siguientes aspectos:

Educación: El 76% de los jefes de hogar en este nivel tiene estudios hasta secundaria, lo que indica un nivel educativo básico.

Vivienda: Ocho de cada 10 hogares habitan en viviendas con a lo sumo 2 dormitorios, lo que sugiere un espacio más limitado en comparación con niveles superiores.

Conectividad: El 57% de los hogares cuenta con conexión fija a internet, lo que es fundamental para la comunicación y el acceso a información.

Tecnología: Solamente el 16% de los hogares tiene al menos una computadora, lo que muestra una adopción básica de tecnología.

En cuanto al gasto, el 42% se destina a alimentación, y el 18% al transporte. (AMAI, 2024)

Nivel Socioeconómico D

En México se caracteriza por los siguientes aspectos:

Educación: El 55% de los jefes de hogar en este nivel tiene estudios hasta primaria, lo que indica un nivel educativo básico.

Vivienda: El 87% de las viviendas en donde habitan tienen uno o dos dormitorios, lo que sugiere un espacio más limitado en comparación con niveles superiores.

Conectividad: Solamente el 17% de los hogares tiene internet fijo en la vivienda, lo que muestra una baja conectividad.

Tecnología: Un 4.1% de los hogares tiene al menos una computadora, lo que refleja una adopción mínima de tecnología.

En cuanto al gasto, poco menos de la mitad (46%) se destina a alimentación. Esto sugiere una priorización de necesidades básicas. (AMAI, 2024)

Nivel Socioeconómico E

En México se caracteriza por los siguientes aspectos:

Educación: El 83% de los jefes de hogar en este nivel tiene estudios hasta primaria, lo que indica un nivel educativo básico.

Vivienda: Siete de cada diez viviendas tienen solamente un dormitorio, lo que sugiere un espacio más limitado en comparación con niveles superiores. Además, el 82% de estas viviendas no cuentan con baño completo, lo que refleja condiciones de vida más modestas.

Conectividad: La tenencia de internet en la vivienda es muy baja (0.3%), lo que muestra una falta de acceso a la red.

Tecnología: Prácticamente no cuentan con computadora en la vivienda.

En cuanto al gasto, más de la mitad (52%) se asigna a alimentación, y solo el 3% se destina a educación. (AMAI, 2024)

Gráfico 3. Gráficos de los niveles Socioeconómicos de las Reglas AMAI en el año 2024



Fuente: (AMAI, 2024)

El municipio de Ixtlahuaca la población es de 160, 139 habitantes de los cuales el 47.9 % son hombres y el 52.1% son mujeres por lo tanto se puede concluir que Ixtlahuaca es un municipio con un alto número de habitantes y su tipo de clasificación de nivel socioeconómico es la siguiente.

Diagrama 7. Clasificación socioeconómica de acuerdo con el número de habitantes en México

Tamaño	A/B	C+	C	C-	D+	D	E	Total
100,000 y más habitantes	10%	17%	19%	16%	14%	20%	4%	100%
15,000 a 99,999 habitantes	6%	12%	16%	17%	16%	26%	8%	100%
2,500 a 14,999 habitantes	3%	8%	11%	15%	17%	35%	12%	100%
Menos de 2,500 habitantes	1%	3%	6%	11%	16%	44%	19%	100%
Total	7%	12%	15%	15%	15%	28%	9%	100%

Fuente: Cálculos propios de la AMAI a partir de los datos de la encuesta Nacional de Ingresos y gastos de los Hogares 2018

De acuerdo con la información que se muestra en el diagrama número 7, podemos concluir que:

- El Nivel Socioeconómico es una segmentación del consumidor que expresa la capacidad económica y social. No es un estilo de vida.
- Casi dos terceras partes de los hogares mexicanos son de nivel socioeconómico bajo. México en promedio es nivel D+.
- De acuerdo a la información anterior podemos concluir que solo nos enfocaremos en 2 tipos de segmentación de acuerdo a la regla AMAI 10X6 ya que solo los tipos de personas A/B Y C+, tienen un nivel o estilo de vida alto, por lo cual solo ellos pueden adquirir un local comercial en renta o venta, es decir sumando estos dos tipos de categorías A/B Y C+ representa el 27%, nos da un total de población de 29, 975 habitantes, es decir el 27% de la Población Económicamente Activa que es el dato que tomaremos como referencia de 111, 015 habitantes, dicho de otra manera solo tomaremos en cuenta a 29,975 personas como referencia para aplicar nuestra encuesta, ya que este número de habitantes es nuestro mercado meta.

Por lo tanto, nuestra demanda potencial es de 29,975 habitantes.

Debido a que ya no existe más información en plataformas digitales decidimos hacer una encuesta para obtener más información para complementar nuestro proyecto, a continuación, se muestra la encuesta realizada.

2.2.3 ENCUESTA

Las encuestas son un instrumento efectivo para averiguar los gustos o preferencias de un grupo, con el propósito de crear o difundir un producto o servicio. Gracias a ellas, algunas empresas pueden saber la opinión del público, clientes, etc. con la intención de conocer aquello que deben mejorar o cambiar.

Por otro lado, a través de las encuestas es posible investigar la opinión de la gente acerca de un tema en específico y obtener la información de primera mano, es principalmente utilizado en el sector comercial, sector privado, ámbito político, gubernamental, etc.

Algunas medidas que hay que tomar para obtener información son:

1. Pertinencia para alcanzar el objetivo propuesto
2. Manejo de datos cuantitativos
3. Tipo de reactivos o preguntas que se harán: es recomendable que sean preguntas cerradas, abiertas de opción múltiple, siempre y cuando sean claras y precisas.
4. Diseño: especificar los propósitos de la encuesta, así como la clase de información que se desea obtener. Aquí, se delimita a la muestra por el tipo de población, tamaño de la muestra, tipo de cuestionario, tipo de reactivos, etc.
5. Recolección de datos: Fase de aplicación del cuestionario a la población seleccionada.
6. Análisis y sistematización de la información: Se analizan y procesan los datos para obtener conclusiones que se difundirán a través de informes. (México G. d., 2025)

La parte más importante de una encuesta son las preguntas de esta, pues deben elaborarse a partir del objetivo general de la información que se busca recabar, así como también de los objetivos específicos en la investigación. Existen diferentes maneras para formular las preguntas, como son; respuestas abiertas a la opinión, opción múltiple, o limitar las respuestas por un “sí” o “no”, “verdadero” o “falso” etc.

En resumen, la encuesta tiene como objetivo conocer la opinión de las personas acerca de un tema, hecho o suceso, es una de las herramientas más ocupadas en

una investigación, el tipo de preguntas en una encuesta va a depender del grupo de población al que se aplicará, por tanto, es necesario especificar los datos de la muestra cómo, edad, género, ocupación, o diferentes variantes que puedan influir en el resultado de la encuesta. Una vez que el cuestionario se tiene, es importante seleccionar la población que formará parte del estudio, la cual deberá ser representativa y suficiente para que los datos obtenidos adquieran validez.

Por ejemplo, si quieres saber la opinión de los pobladores del municipio de Ixtlahuaca sobre la apertura de una nueva plaza comercial, se debe considerar una muestra amplia, así como también estas personas deberán pertenecer a los sectores económicos A/B y C+ de acuerdo con las reglas AMAI 10X6, ya que solo en estas 2 segmentaciones se encuentra nuestro mercado meta.

Es importante mencionar que mi demanda potencial son 29,975 personas y que existen dos tipos de muestreo, probabilístico y no probabilístico, el que vamos a utilizar en la encuesta es el no probabilístico por conveniencia, ya que yo elijo a quien voy encuestar de acuerdo a sus ingresos económicos y que sea del municipio de Ixtlahuaca.

La encuesta fue aplicada en campo, la muestra es seleccionada por conveniencia, ya que de acuerdo al artículo publicado por Kassiani Nikolopoulou el 10 de Agosto del año 2022 nos dice que; El muestreo por conveniencia es un método de muestreo no probabilístico en el que las unidades se seleccionan para su inclusión en la muestra porque son las de más fácil acceso para el investigador. (Nikolopoulou, 2022)

Esto puede deberse a la proximidad geográfica, la disponibilidad en un momento dado o la disposición a participar en la investigación. El muestreo por conveniencia, a veces llamado muestreo accidental, es un tipo de muestreo no aleatorio (Nikolopoulou, 2022)

La población encuestada debe de cumplir con dos características, en primer lugar, debía residir en el municipio de Ixtlahuaca, en segundo lugar, que sus ingresos fueran altos.


Se utilizó una herramienta de cálculo para muestras de investigación, en la cual nos da como resultado una muestra de 97 personas, aplicando un nivel de confianza del 95%, aplicando un margen de error de 10 y una población total de Ixtlahuaca de 160,139 habitantes.

Fórmula utilizada en la calculadora de muestra:

$$\text{Tamaño de Muestra} = Z^2 * (p) * (1-p) / c^2$$

Donde:

- Z = Nivel de confianza
- p = Población
- c = Margen de error



The image shows a web-based calculator titled "Calculadora de muestra". It has the following fields and controls:

- Nivel de confianza:** Radio buttons for "95%" (selected) and "99%".
- Margen de Error:** A text input field containing the value "10".
- Población:** A text input field containing the value "160139".
- Buttons:** An orange "Limpiar" button and a blue "Calcular Muestra" button.
- Tamaño de Muestra:** A text input field at the bottom containing the calculated value "97".

A continuación, se describen las preguntas que se aplicarán al público del municipio de Ixtlahuaca, se tomará en cuenta a 100 personas ya que estamos redondeando a un número cerrado, para poder interpretar con mayor facilidad los resultados que arroja la encuesta, entre hombres y mujeres de los sectores económicos A/B y C+, de acuerdo a las reglas AMAI 10X6, desde los 12 años en adelante ya que la población económicamente activa se toma en cuenta a partir de los 12 años, siendo ellos el público objeto en este proyecto.

Cabe señalar que como la muestra es no probabilística la información que se obtiene solamente se refiere a las personas encuestadas por lo tanto no es válida

para todo el universo en su conjunto. Sin embargo, la información recabada nos da una idea cercana a la forma en la que se comportara el consumidor.

**ENCUESTA
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MEXICO
FACULTAD DE ECONOMÍA**

OBJETIVO: Conocer las principales necesidades y requerimientos del consumidor para establecer una plaza comercial en el municipio de Ixtlahuaca.

1.-SEXO:

- a) HOMBRE_____ b) MUJER_____

2.- EDAD:

- a) 12-21AÑOS _____
b) 22-30 AÑOS _____
c) 31 40 AÑOS _____
d) 41-50 AÑOS _____
e) MÁS DE 50 AÑOS _____

3.- EN CASO DE NO VIVIR EN LA CABECERA MUNICIPAL DE IXTLAHUACA ¿CON QUÉ FRECUENCIA ACUDES A LA CABECERA MUNICIPAL DE IXTLAHUACA?

- a) 1 A 3 DÍAS A LA SEMANA _____
b) 4 A 5 DÍAS A LA SEMANA _____
c) 6 A 7 DÍAS A LA SEMANA _____
d) AQUÍ VIVO _____

4.- ¿CUAL ES TU OCUPACIÓN?

- a) COMERCIANTE _____
b) EMPLEADO _____
c) SERVIDOR PÚBLICO _____
d) OTRO (ESPECIFIQUE) _____

5.- ¿USTED RENTARÍA UN LOCAL EN UNA PLAZA COMERCIAL DE IXTLAHUACA?

- a) SI _____
b) NO _____

6.- ¿ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR DE RENTA MENSUAL \$10,000 POR UN LOCAL DE 20 METROS CUADRADOS EN UNA PLAZA COMERCIAL UBICADA FRENTE AL JARDÍN JUARÉZ?

- a) SI _____
b) NO _____

7.- ¿QUÉ UBICACIÓN PREFERIRÍA QUE TENGA EL LOCAL COMERCIAL?

- a) EN EL CENTRO _____
b) EN EL MERCADO _____
c) EN LA TERMINAL _____
d) OTRO(ESPECIFIQUE) _____

8.-CONSIDERA QUE EL ESTACIONAMIENTO EN UNA PLAZA COMERCIAL ES:

- a) INDISPENSABLE _____

- b) IRRELEVANTE _____
- c) NO NECESARIO _____

9.- ¿CONOCE LA UBICACIÓN DEL JARDÍN JUAREZ EN IXTLAHUACA?

- a) SI _____
- b) NO _____

DE CONOCERLO, ¿QUÉ OPINA DE SU UBICACIÓN?

- a) BUENA _____
- b) REGULAR _____
- c) MALA _____

10.- ¿QUÉ ASPECTO CONSIDERARIA EL MÁS IMPORTANTE PARA RENTAR UN LOCAL COMERCIAL?

- a) TAMAÑO _____
- b) PRECIO DE RENTA _____
- c) UBICACIÓN _____
- d) PLAZA COMERCIAL _____
- e) LOCAL A PIE DE CALLE _____
- f) OTRO (ESPECIFIQUE) _____

11.- ¿EN QUÉ RANGO DE INGRESOS SEMANALES TE ENCUENTRAS?

- a) DE \$8,000 a 10,000 _____
- b) DE \$10,001 a 15,000 _____
- c) MAS DE \$15,000 SEMANALES _____

Análisis del cuestionario, por tema

Investigación de Campo

Con base en el resultado de la muestra, se procedió a elaborar un cuestionario integrado por 11 preguntas orientadas a conocer el interés de las personas en rentar un local comercial, ubicado en el municipio de Ixtlahuaca, así como cuanto estarían dispuestos a pagar.

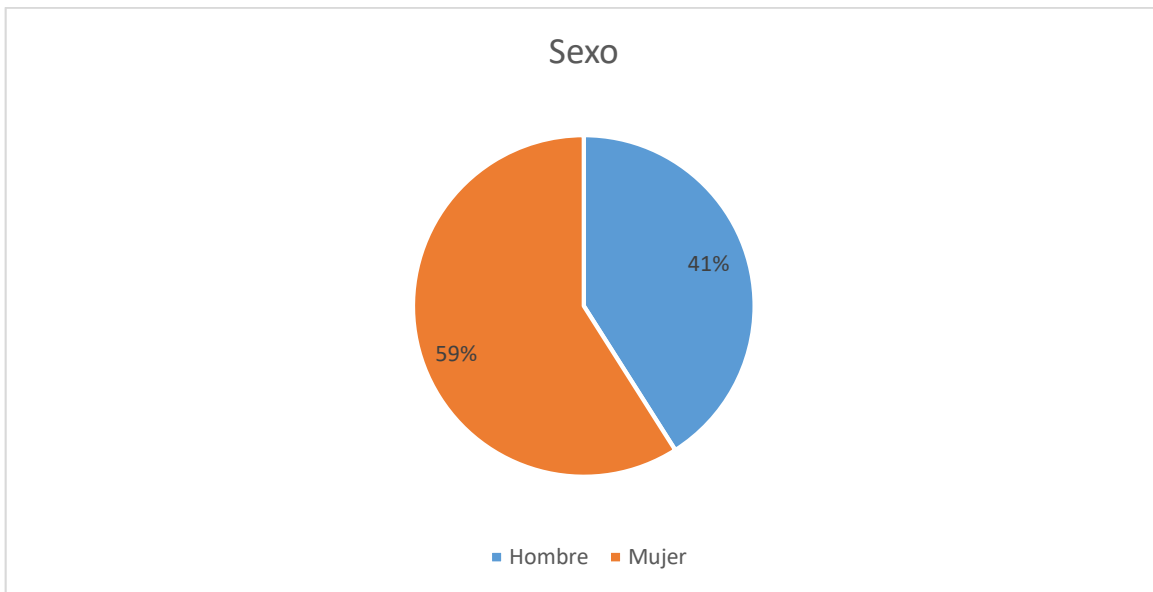
La encuesta se aplicó en el municipio de Ixtlahuaca, con el objetivo de tener un panorama real, así como la aceptación y viabilidad del proyecto.

La encuesta realizada a 100 personas se puede encontrar en los anexos de este trabajo, los resultados se presentan a continuación:

Pregunta 1:

La finalidad de esta pregunta es saber cuál es el porcentaje de hombres y cuál es el porcentaje de mujeres que respondieron a esta encuesta

Gráfico 4. Sexo



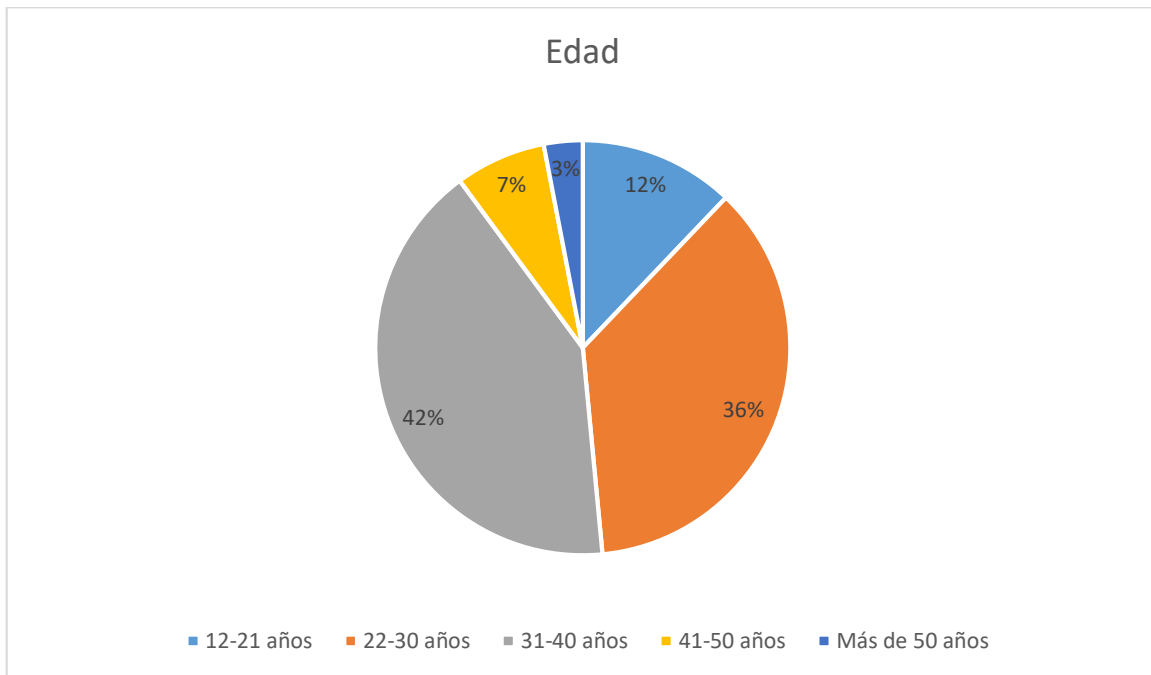
Fuente: Elaboración Propia

Como se observa en el gráfico 4, el 59% de las personas que contestaron a esta primera pregunta de la encuesta son mujeres, mientras que el 41% de las personas encuestadas fueron de género masculino.

Pregunta 2:

Esta pregunta permite conocer el rango de edad en el que se encuentran las personas que se les hizo la encuesta para después hacer un análisis general y saber en qué rango de edad se encontrará nuestro mercado potencial.

Gráfico 5. Edad



Fuente: Elaboración Propia

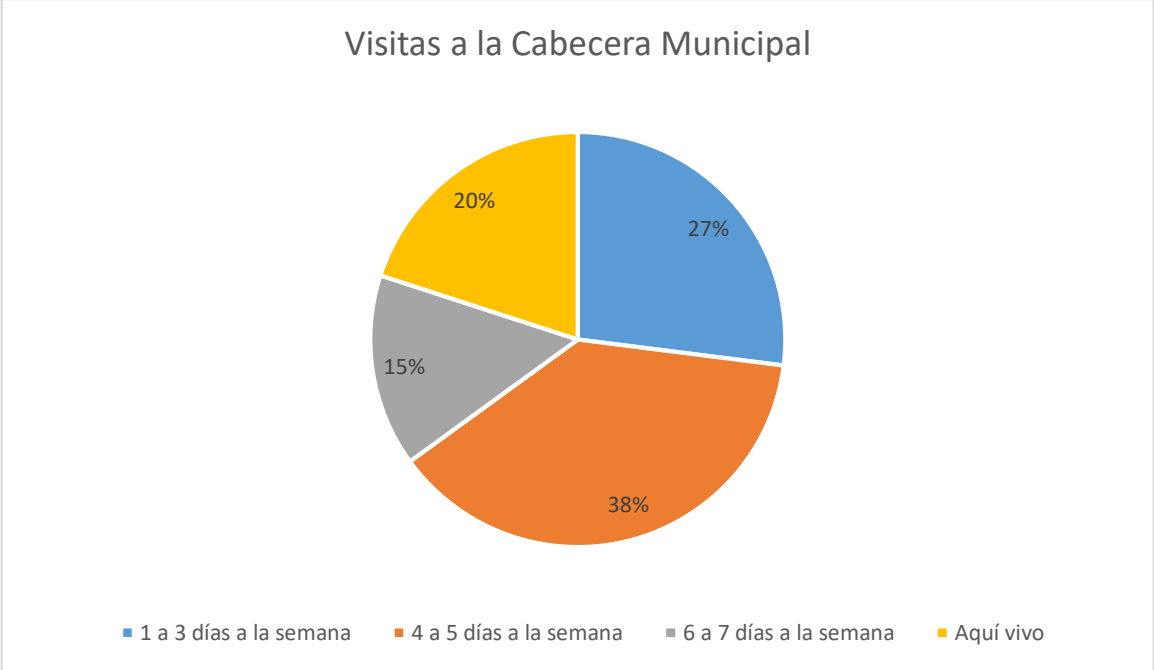
Como se puede observar en el gráfico 6, el 42% de las personas encuestadas se encuentra en un rango de edad de los 31-40 años, el 36% nos indica que se encuentran las personas de 22-30 años, el 12% se encuentra entre los 12-21 años, el 7% entre los 41-50 años y solamente el 3% representa a personas mayores de 50 años.

Los resultados de esta pregunta nos indican que la mayoría de las personas encuestadas son jóvenes, el 78% de las personas se encuentra entre los 22-40 años, algo positivo para el proyecto ya que estas personas se encuentran en una edad productiva para poder emprender y producir; por lo tanto, es muy probable que puedan rentar un local comercial para generar capital.

Pregunta 3:

La finalidad de esta pregunta es saber con qué frecuencia visitan la cabecera municipal de Ixtlahuaca, ya que la plaza comercial estará ubicada en la cabecera municipal

Gráfico 7. Visitas a la Cabecera Municipal



Fuente: Elaboración Propia

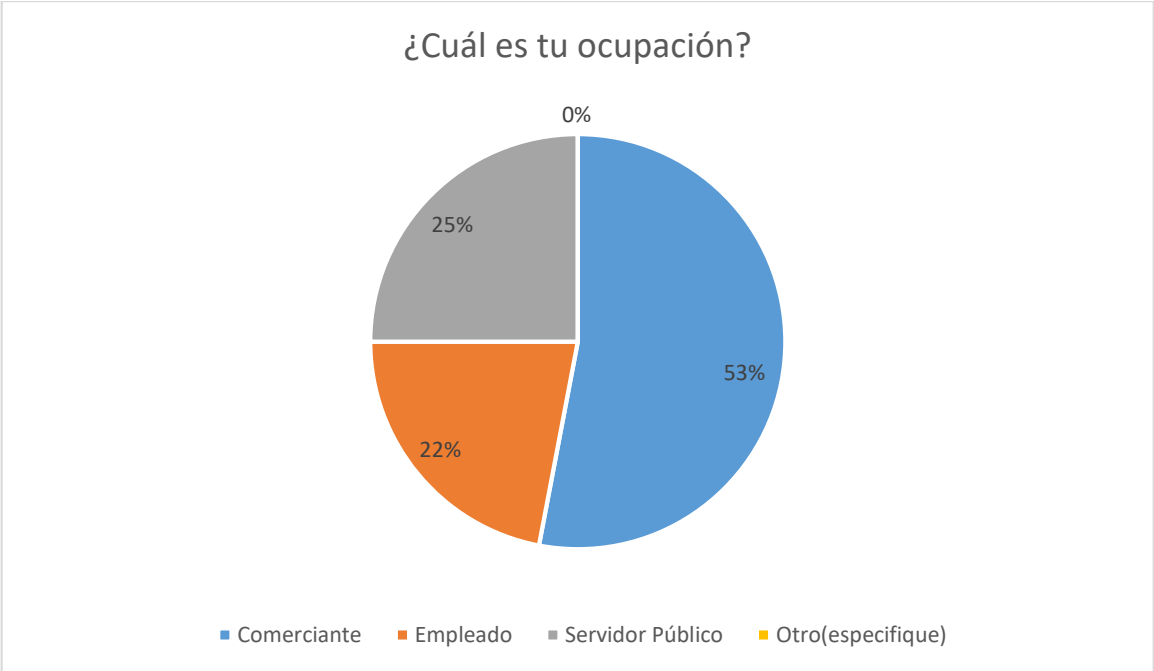
Como se puede observar en el gráfico 7, el 38% de las personas encuestadas contestó que visita la cabecera municipal de 4 a 5 días a la semana, el 27% contestó que visita la cabecera municipal de 1 a 3 días a la semana, el 15% contestó que visita la cabecera municipal de 6 a 7 días a la semana, y finalmente el 20% contestó que vive en la cabecera municipal.

Los resultados de esta pregunta indican que los encuestados visitan frecuentemente la cabecera municipal, siendo este un resultado positivo ya que la plaza comercial se encontrará en ese lugar.

Pregunta 4:

La finalidad de esta pregunta es saber la ocupación de las personas encuestadas.

Gráfico 8. Ocupación



Fuente: Elaboración Propia

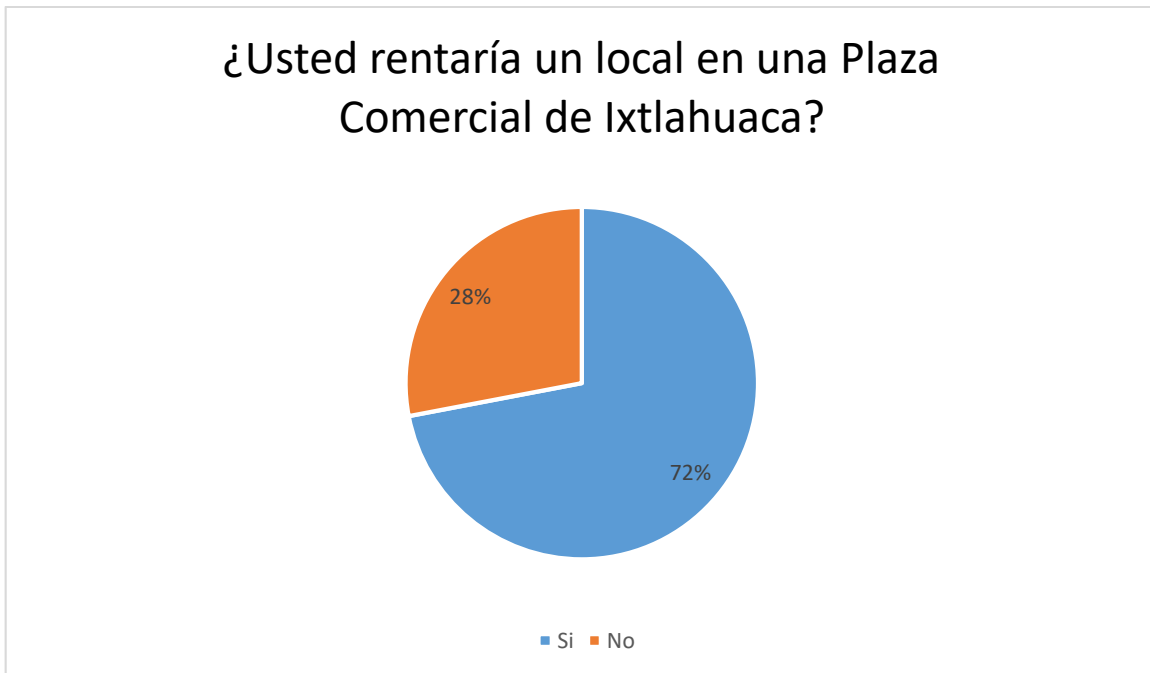
Como se puede observar en el gráfico 8, el 53% de las personas encuestadas respondió que son comerciantes, el 25% respondió que son servidores públicos, el 22% respondió que son empleados de alguna otra persona o empresa, mientras que el 0% dijo que no se dedica a otra actividad.

Los resultados de esta pregunta permiten concluir que poco más de la mitad de las personas encuestadas se dedican al comercio, lo cual es un resultado positivo ya que los locales que se están rentado les pueden funcionar perfectamente para su actividad comercial.

Pregunta 5:

Esta pregunta es clave, si no es que la más importante ya que el porcentaje de respuestas positivas determinará la viabilidad del proyecto

Gráfico 9. ¿Usted rentaría un local en una Plaza Comercial en Ixtlahuaca?



Fuente: Elaboración Propia

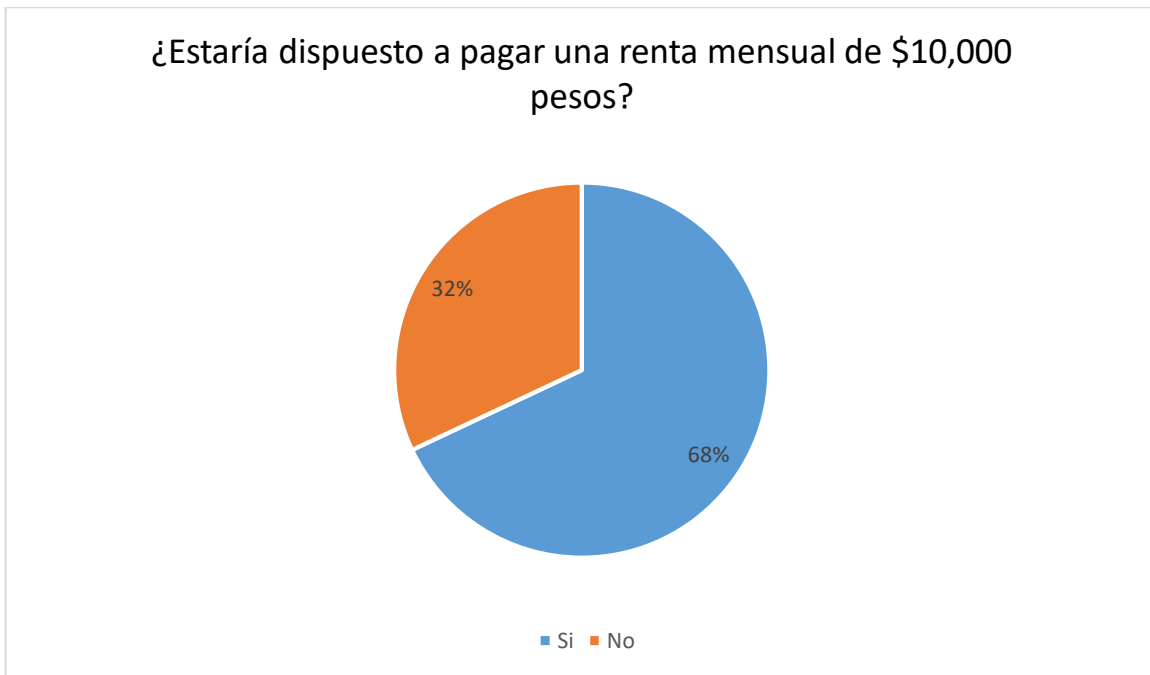
Como se puede observar en el gráfico 9, el 72% de las personas encuestadas respondió que, si estuvieran dispuestas a rentar un local en una plaza comercial en Ixtlahuaca, mientras que el 28% de los encuestados respondieron que no.

Los resultados de esta pregunta son muy buenos ya que esta pregunta es una de las 2 más importantes, ya que, si tienen la disponibilidad de rentar un local en una plaza comercial, de acuerdo con los resultados que se muestren en la siguiente pregunta, en la 6 y conjuntamente con esta, la 5, se podrá concluir si es viable construirla de acuerdo al estudio de mercado y estudio en campo que se está haciendo.

Pregunta 6:

Esta pregunta permite saber si la población está dispuesta a pagar la renta de un local comercial en \$10,000 pesos, si las respuestas en su mayoría son positivas podríamos concluir que tiene viabilidad el proyecto

Gráfico 10. ¿Estaría dispuesto a pagar una renta mensual de \$10,000 pesos?



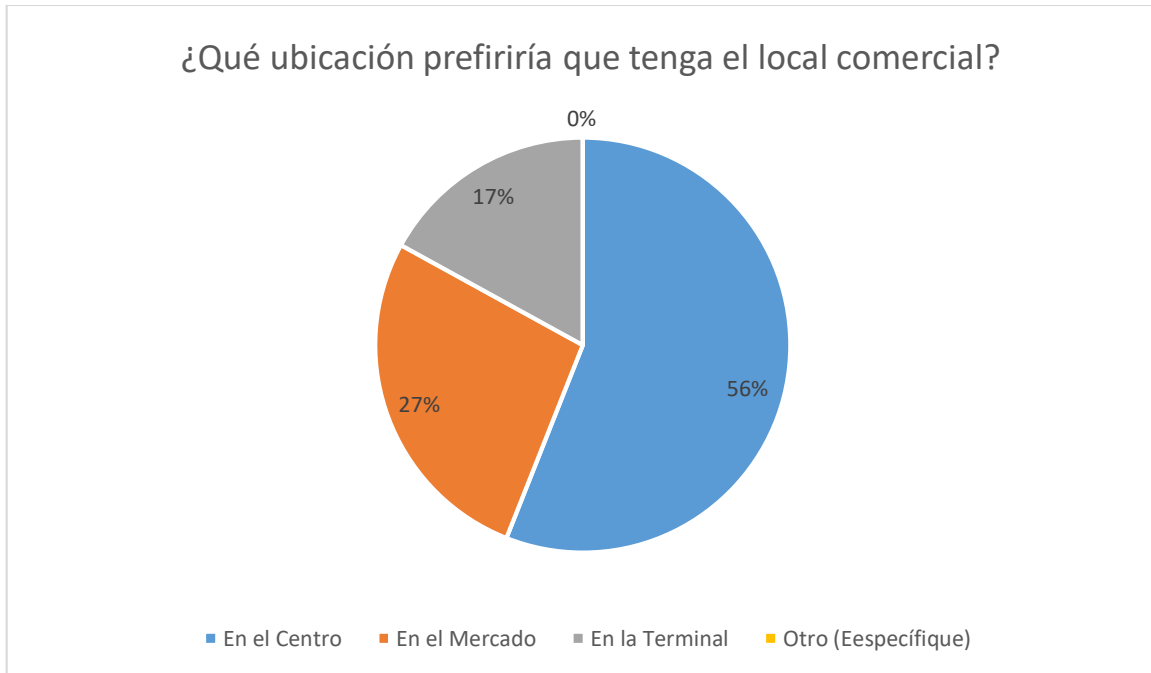
Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en el gráfico 10, el 68% de las personas encuestadas respondió que si estuvieran dispuestas a pagar una renta mensual de \$10,000 pesos por un local en una plaza comercial, mientras que el 32% respondió que no. Esta pregunta número 7 conjuntamente a la pregunta 6 nos permiten saber la viabilidad de construir la plaza comercial de acuerdo con los resultados del estudio de mercado y estudio de campo; ya que de acuerdo con los dos resultados de las preguntas la mayoría de las personas si estarían dispuestas a rentar un local en la plaza comercial y pagarían una renta mensual de diez mil pesos.

Pregunta 7:

Esta pregunta fue planteada para saber la ubicación que prefiere la población para rentar un local comercial en los lugares con más afluencia en la cabecera municipal de Ixtlahuaca.

Gráfico 11. ¿Qué ubicación preferiría que tenga el local comercial?



Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a los resultados que se observan en el gráfico 11, el 56% de las personas encuestadas contestó que preferirían que la ubicación del local comercial se encontrara en el centro, mientras que el 27% contestó que preferiría en el mercado, el 17% contestó que preferiría que estuviera ubicado cerca de la terminal. Con esta pregunta también se concluye que la gente prefiere rentar un local comercial en el centro, lugar donde se encontrará ubicada la Plaza Comercial.

Pregunta 8:

La finalidad de esta pregunta es saber qué porcentaje de personas considera que es necesario un estacionamiento para rentar un local en una plaza comercial

Gráfico 12. Importancia de Estacionamiento en la Plaza Comercial



Fuente: Elaboración Propia

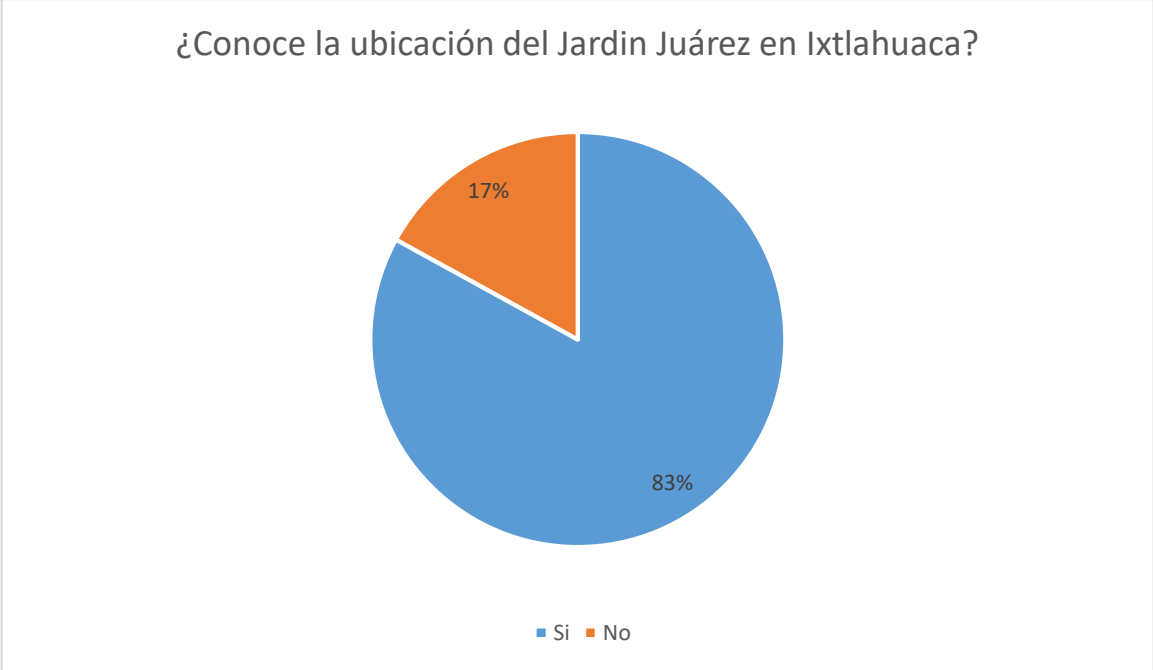
De acuerdo a los resultados que se pueden observar en el gráfico 12, nos muestra que el 63% de las personas encuestadas considera que es indispensable tener estacionamiento en una plaza comercial, el 27% contestó que no es necesario, mientras que el 10% respondió que es irrelevante.

Los resultados de esta pregunta son negativos ya que tenemos un déficit porque no se tiene un estacionamiento en la plaza comercial, el espacio y presupuesto son insuficientes para poder construirlo.

Pregunta 9:

Esta pregunta fue planteada para saber el porcentaje de personas que ubican el Jardín Juárez, ya que frente a este jardín estará ubicada la plaza comercial

Gráfico 13. Ubicación de Jardín Juárez



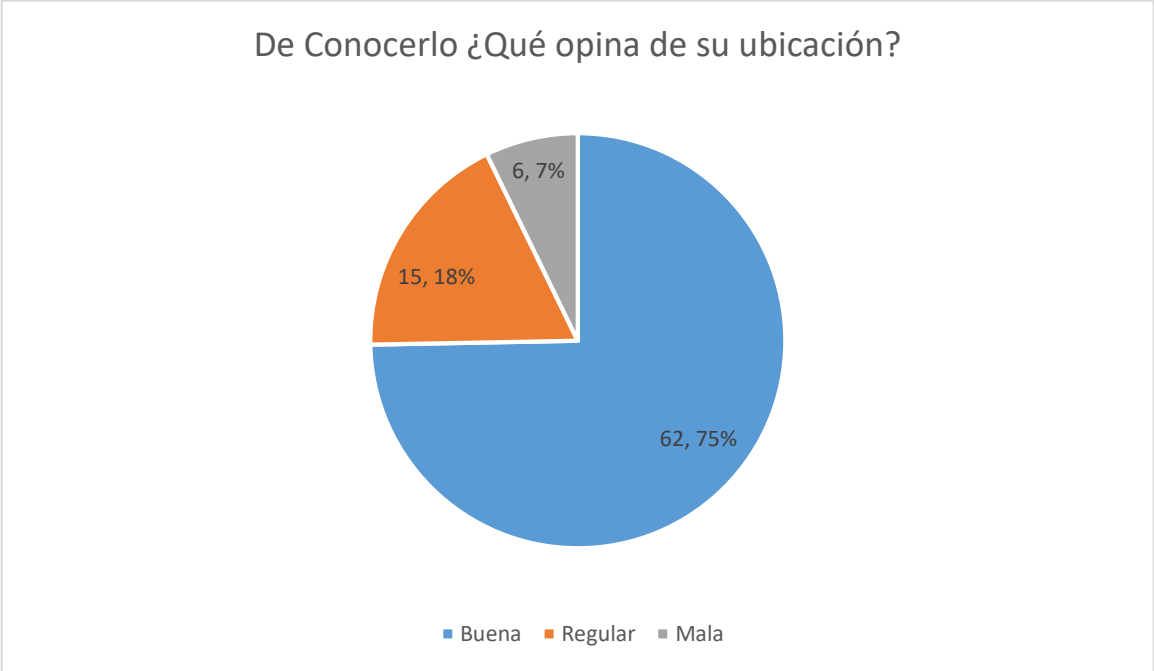
Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo con los resultados que se pueden observar en el gráfico 13, el 83% de las personas encuestadas respondió que, si conoce la ubicación del Jardín Juárez, mientras que el 17% respondió que no lo conoce.

Pregunta 10:

La finalidad de esta pregunta es mostrar el porcentaje de personas que considera que la ubicación frente al jardín Juárez es buena, ya que eso es lo que nos interesa porque ahí estará ubicada la plaza comercial.

Gráfico14. Opinión de Ubicación



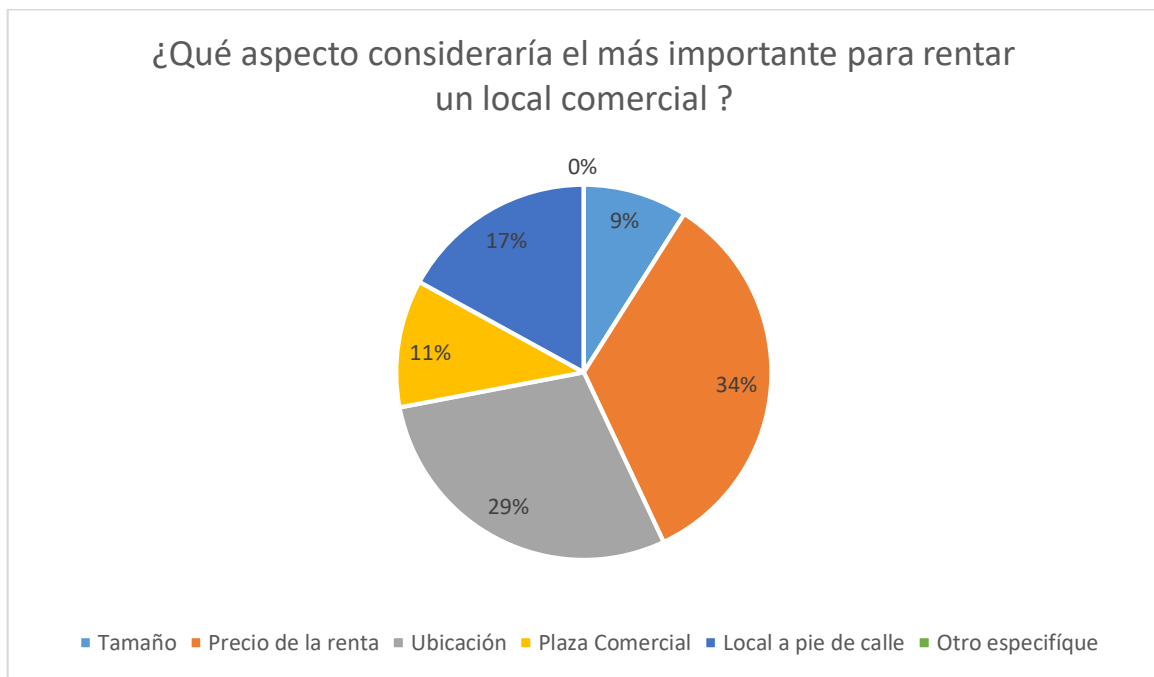
Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo con los resultados que se observan en el gráfico 14, y basándonos en las personas que respondieron que, si conocían el Jardín Juárez, podemos decir que el 75% opina que su ubicación es buena, el 18% respondió que su ubicación le parece regular, mientras que el 7% respondió que es mala.

Pregunta 11.

Esta pregunta fue realizada para saber en qué orden de importancia consideran los aspectos planteados para rentar un local comercial.

Gráfico 15. Importancia de aspectos para rentar un local comercial



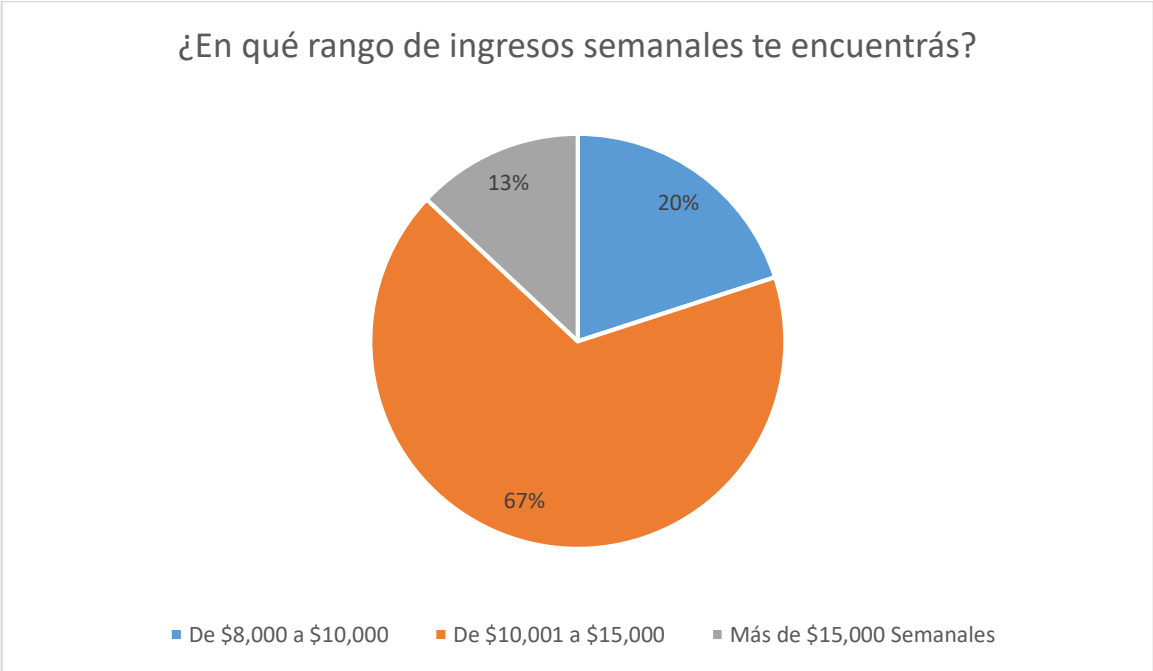
Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo con los resultados que se pueden observar en el gráfico 15, nos dice que el 34% de las personas encuestadas consideran que el Precio de la renta es el aspecto más importante para poder rentar un local comercial, el 29% nos dice que la ubicación es el aspecto más importante, el 17% respondió que considera que el aspecto más importante es que se encuentre el local a pie de calle, el 11% respondió que se ubique en una plaza comercial, mientras que el 9% respondió que el aspecto más importante para poder rentar un local comercial es el tamaño.

Pregunta 12.

Esta pregunta fue planteada con la finalidad de saber el porcentaje de personas que realmente pudiera rentar un local comercial, ya que, aunque la persona pudiera dedicarse al comercio sus ingresos deben de ser altos para poder pagar una renta de un local.

Gráfico 16. Rango de ingresos semanales



Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo con los resultados que se pueden observar en el gráfico 16, nos indica que el 28% de las personas encuestadas tienen ingresos mayores a los \$15,000 pesos semanales, el 31% tienen ingresos mayores a los \$10,000 pesos semanales, el 24% respondió que sus ingresos son menores a los \$5,000 pesos semanales y el 17% respondió que sus ingresos son mayores a \$5,000 pesos semanales.

De acuerdo con estos resultados y por lógica las personas que tienen ingresos mayores a los \$10,000 pesos semanales pueden rentar un local comercial, lo cual representaría al 59% de las personas encuestadas, siendo un resultado positivo para el proyecto.

No quiere decir que el 41% de las personas restantes no puedan rentar un local comercial de nuestra plaza, pero si tomará en cuenta otros factores y el principal sería el precio por lo cual daría como resultado que rente un local comercial más barato en otra plaza.

2.2.4 Demanda real

Demanda

Se puede definir que demanda es la cantidad de bienes o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir con la finalidad de satisfacer las necesidades o deseos, en diferentes niveles de precios dependiendo su poder adquisitivo de cada individuo.

Según Fisher, y Callado, la demanda se refiere a “las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado”. (Fischer & Callado, 2012, pág. 117)

La demanda real de un producto o servicio puede considerarse como los requerimientos del consumidor. (Fischer & Callado, 2012)

En este apartado, la demanda real se obtendrá del análisis descriptivo que arroje la encuesta. Para ello debemos considerar los siguientes puntos importantes:

- a) Señalar las necesidades y expectativas del público
- b) Identificar a los principales competidores de las plazas comerciales en el Municipio de Ixtlahuaca
- c) Conocer el promedio de ingresos semanales y mensuales de la muestra que se aplique.

Para el proyecto de una plaza comercial en el municipio de Ixtlahuaca, de acuerdo con la encuesta obtenemos las siguientes conclusiones respecto a la demanda real, los ingresos de las personas que acudan a la plaza comercial deben estar por encima de los \$8,000 pesos semanales para que los consideremos un cliente

potencial, por otro lado, las personas que acudirán a una plaza comercial rondarán de entre los 12 a los 65 años siendo un 68% mujeres un 32% hombres.

Los días con mayor afluencia de personas son los fines de semana, la mayoría de las personas no son originarias del municipio de Ixtlahuaca, acuden a él para realizar sus compras, buscando principalmente locales de “venta de ropa”, sin embargo, las personas interesadas en alquilar un local comercial están dispuestas a pagar hasta 10,000 pesos mensuales, principalmente buscan un espacio con buena ubicación y con un tamaño adecuado.

El estacionamiento si afecta la decisión del consumidor de rentar un local en la plaza comercial, pero eso se va a contrarrestar con la excelente ubicación que tiene el inmueble y las comodidades que ofrece.

Es así como se define la demanda real en este proyecto de inversión, se tendrá que poner atención en ofrecer los espacios de acuerdo con las necesidades del consumidor, resumidas en el siguiente cuadro número 5.

2.2.5 Mercado meta de venta

En el mercado meta de venta se proyectará cuantos locales comerciales se rentarán cada mes, para tener una estimación durante el primer año. En el cuadro número 5 se desglosa cuantos locales se pronostica rentar por mes.

Cuadro 5. Mercado Meta

Mercado meta de Locales en Renta

Mes	Locales Rentados
Enero	6
Febrero	0
Marzo	0
Abril	0
Mayo	0
Junio	0

Julio	0
Agosto	0
Septiembre	0
Octubre	0
Noviembre	0
Diciembre	0
Total de Locales Rentados	6

Fuente: Elaboración Propia

Mercado meta de locales en venta

Mes	Locales Vendidos
Enero	3
Febrero	0
Marzo	0
Abril	0
Mayo	0
Junio	0
Julio	0
Agosto	0
Septiembre	0
Octubre	0
Noviembre	0
Diciembre	0
Total de Locales Vendidos	3

Fuente: Elaboración Propia

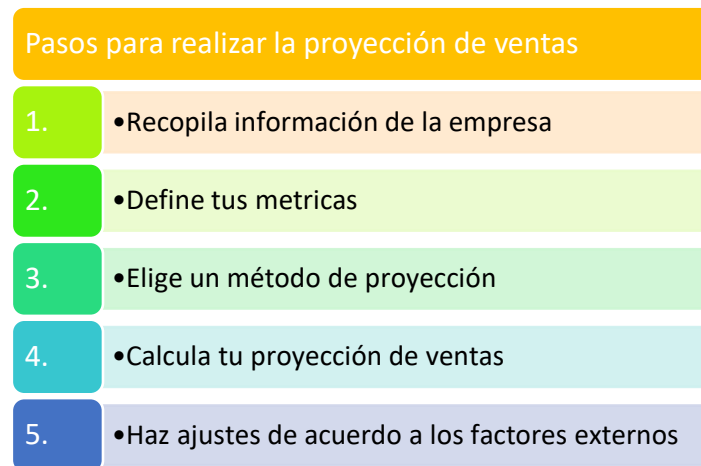
De acuerdo con la tabla anterior, se puede percibir que los seis locales comerciales ya estarán rentados antes que termine el primer año, también se puede observar que los 3 locales comerciales que están en venta se concretarán desde el mes uno.

Proyección de ventas

Una proyección de ventas pronostica los futuros ingresos que obtendrá el negocio basándose en datos históricos. De igual manera se utiliza para pre visualizar las proyecciones financieras a modo que puedan realizarse ciertos ajustes al plan de negocios de acuerdo con los resultados de esta. Aunado a lo anterior también puede visualizarse el número de unidades que se venderán de un producto, los clientes que se ganarán en cierto tiempo determinado, etc. (Arias, 2020)

Dentro del proyecto de la plaza comercial se tendrá que realizar el pronóstico de ventas y pronóstico de rentas, ya que desde el año 1 se tendrán que vender 3 locales comerciales para recuperar más rápido la inversión que se realizó.

Diagrama 9. Pasos para realizar una proyección de ventas.



Fuente: (Arias, 2020)

1. En este proyecto de inversión no se tiene información de años anteriores para realizar la proyección de ventas por lo que se proyectarán las ventas a futuro; considerando que se tendrán 6 locales comerciales con una renta mensual de 10,000 mil pesos y 3 en locales comerciales en venta de 2 millones de pesos cada uno.
2. La proyección de ingresos por ventas se hará a 10 años. Teniendo en cuenta que cada año corresponderá el incremento de renta en cada local del 2.4%, que es lo que aumentan nuestros competidores a sus clientes.
3. Existen dos métodos para pronósticos básicos; a) *Método descendente*: Comienza con el tamaño total del mercado y se va reduciendo. b) *Método*

ascendente: Comienza con tu negocio y se va expandiendo. En este proyecto consideraremos la proyección con el método ascendente.

- De acuerdo con la información obtenida en los puntos anteriores considerando los 6 locales de la plaza comercial rentados y 3 locales comerciales vendidos, la proyección de ventas para el año 1 es de \$720,000 para los locales rentados y \$6,000,000 seis millones de pesos para los locales comerciales vendidos, es importante mencionar que los locales vendidos serán pagados en una sola exhibición. Es así, como la proyección de ventas a 10 años con un aumento en la renta de 2.4% anual.

Cuadro 6. Proyección de Ingresos por Rentas

Locales Comerciales en Renta

INFORMACIÓN DEL NEGOCIO	6 locales comerciales	10,000 mensuales
DEFINE TUS METRICAS	Proyección a 10 años	Incremento de renta 2,4%
METODO DE PROYECCIÓN DE VENTAS	Método ascendente	Contrato por 12 meses

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 7. Proyección de Ingresos por Ventas

Locales Comerciales en Venta

INFORMACIÓN DEL NEGOCIO	3 locales comerciales	2 millones de pesos por c/u
DEFINE TUS METRICAS	Pago en una sola exhibición	Pago en una sola exhibición
METODO DE PROYECCIÓN DE VENTAS	Método ascendente	Contrato de Compra Venta

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 8. La proyección de ventas la podemos observar en el siguiente cuadro

Año	Incremento de la Renta Anual 2.4%	Renta Base	6 locales al mes	12 meses del año
1		\$10,000	\$60,000	\$720,000
2	\$17,280	\$10,000	\$60,000	\$737,280
3	\$17,695	\$10,000	\$60,000	\$754,975
4	\$18,119	\$10,000	\$60,000	\$773,094
5	\$18,554	\$10,000	\$60,000	\$791,648
6	\$19,000	\$10,000	\$60,000	\$810,648
7	\$19,456	\$10,000	\$60,000	\$830,103
8	\$19,922	\$10,000	\$60,000	\$850,026
9	\$20,401	\$10,000	\$60,000	\$870,427
10	\$20,890	\$10,000	\$60,000	\$891,317
	Total			\$8,029,518

Fuente: Elaboración Propia

Continuación del Cuadro 8

Ingreso por Venta	Monto
Local Comercial 1	\$2,000,000
Local Comercial 2	\$2,000,000
Local Comercial 3	\$2,000,000
Total	\$6,000,000

Fuente: Elaboración Propia

- Los ajustes que deben ser considerados; que se tiene el riesgo de que algún local no pueda rentarse por un cierto periodo de tiempo, se perdería el ingreso de ese local, así como también en esta proyección se está considerando un índice de aumento del 2,4% puede variar de acuerdo con el cálculo realizado en esta proyección. Si más adelante hay un incremento al porcentaje de la renta se ajusta.

2.2. Análisis de la Oferta

Tiene como finalidad establecer las condiciones y cantidades de un bien o servicio que se pretende vender en el mercado. La oferta es la cantidad de productos que se colocan a disposición del público consumidor (mercado) en determinadas cantidades, precios tiempos y lugares.

El análisis de la oferta permite evaluar las fortalezas y debilidades e implementar estrategias para mejorar la ventaja competitiva.

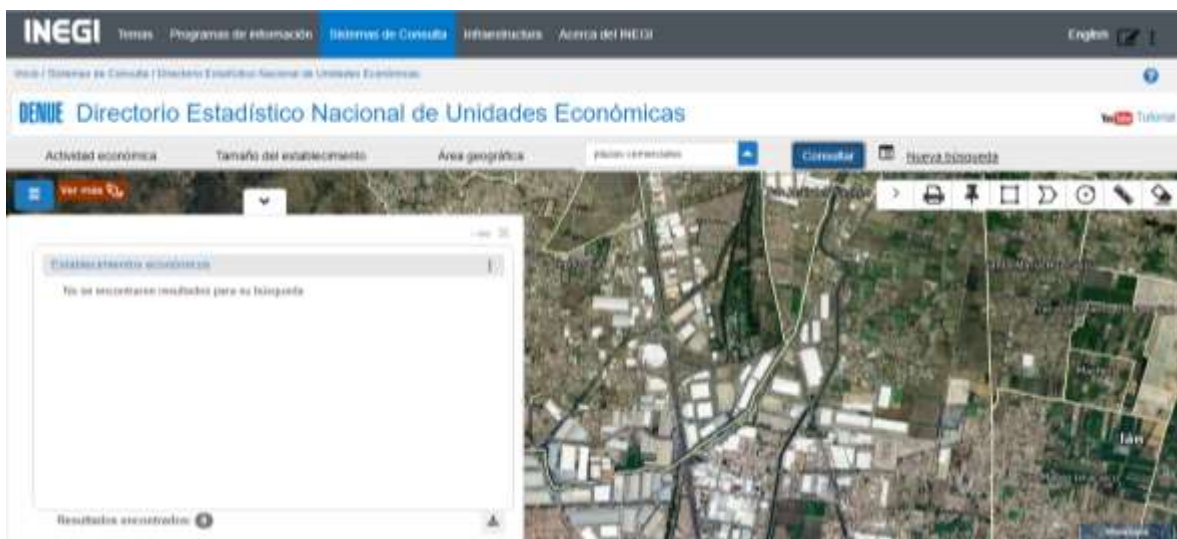
También es importante analizar las condiciones con las que se maneja dicha oferta, para disponer así de los elementos mínimos necesarios para establecer las posibilidades que tendrá el bien o servicio del proyecto en función de la competencia existente.

Principales Competidores

Un competidor es una persona individual o jurídica que compite dentro de un mercado determinado, ofreciendo bienes o servicios para poder obtener un beneficio económico. (Quiroa, 2020)

El municipio de Ixtlahuaca es la Puerta al Norte del Estado de México, por lo cual existe mucho comercio al por menor y al por mayor en cada una de sus calles, así como en las plazas comerciales existentes, en este apartado del proyecto, se mencionará a los 4 competidores principales. Así como sus principales características, también se mencionará las fortalezas y debilidades que tenemos frente a estos competidores,

Ilustración 1. Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas



Fuente: Directorio Nacional de Unidades Económicas

De acuerdo a la consulta que realizamos en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) no existen plazas comerciales registradas, sin embargo, si existen en funcionamiento 4 en el Municipio que son el “SUPER

KOMPRAS”, “PLAZA SANTO DOMINGO”, “PASAJE SANTIAGO”, “PLAZA SAN ANGEL”.

SUPER KOMPRAS:

El Súper Kompras se encuentra a un costado del mercado municipal 1º de septiembre, a 300 metros lineales de la terminal de autobuses. Este establecimiento tiene 15 años funcionando en el municipio por lo cual ya es un lugar conocido y es un lugar confiable, los locales comerciales que se rentan en este establecimiento son de 9 m2 (metros cuadrados) con un costo de 15 mil pesos de renta mensual.

Los giros comerciales de los establecimientos dentro de la plaza son los siguientes; tienda de belleza, zapatería, maquinitas, cafetería, joyería, tienda de ropa, cerrajería y un estudio de fotografía.

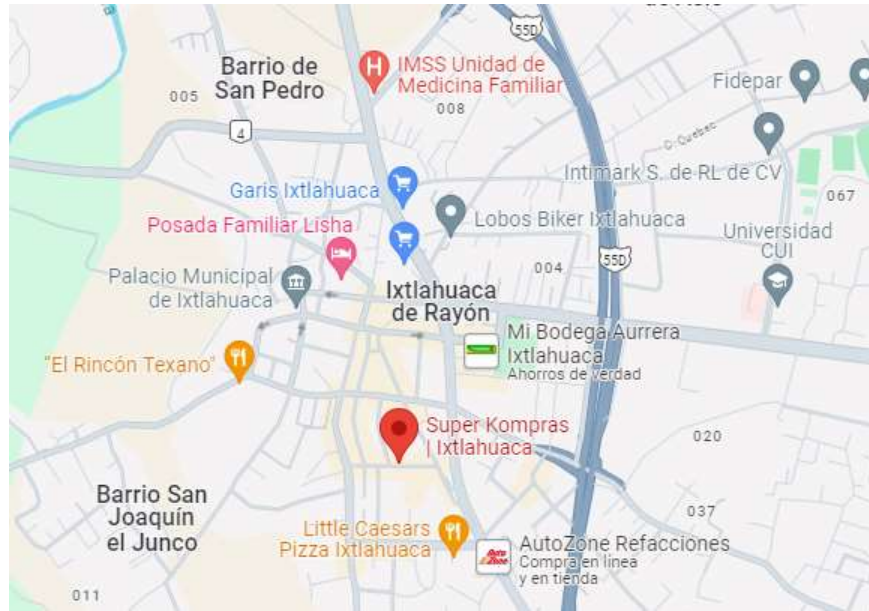
Los locatarios de esta plaza tienen una buena ventaja ya que existe un número alto de afluencia en cuanto a personas se refiere, una ventaja competitiva que tenemos nosotros como nueva plaza comercial son los precios de 5 mil pesos de diferencia entre ellos y nosotros

Ilustración 2. Interior de Súper Kompras



Fuente: Propia

Mapa 3. Ubicación de Súper Kompras



Fuente: (Maps, 2024)

Plaza Santo Domingo:

La Plaza Santo Domingo se encuentra en la Avenida de los Maestros, San Joaquín el Junco a 200 metros lineales de la terminal de autobuses, esta plaza comercial se construyó desde hace 10 años (2014), cuenta con dos niveles de construcción con aproximadamente 20 locales de 4m x 3m comerciales en funcionamiento, la renta para cada espacio en esta plaza es de 8 mil pesos mensuales.

En esta plaza comercial los locales los utilizan en mayor proporción como consultorios, despachos jurídicos, ópticas de lentes, así como negocios de tipo ejecutivo, en esta plaza comercial no hay mucha afluencia de gente porque no es muy transitada la calle, existe un estacionamiento para que las personas que visiten algún local comercial de la plaza puedan estacionarse sin problema alguno.

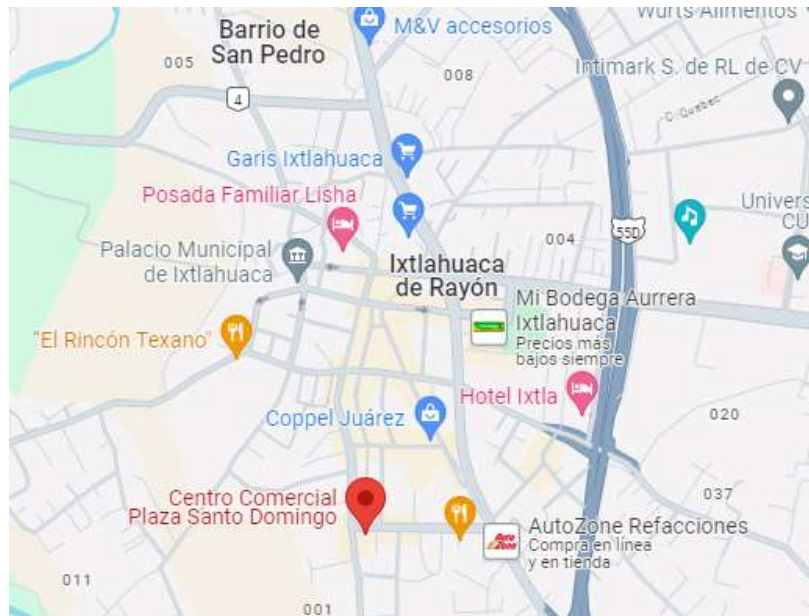
La desventaja que le veo a esta plaza comercial, respecto a la de nosotros es que la calle en la que se encuentra establecida no es muy transitada, por lo cual no hay tanta afluencia de personas, eso significa que hay pocos clientes y es muy difícil poder obtener el capital para pagar la renta mensual, para los locatarios no es rentable por eso frecuentemente se desocupan los locales en la plaza comercial.

Ilustración 3. Plaza Santo Domingo



Fuente: (Maps, 2024)

Mapa 4. Ubicación de Plaza Santo Domingo



Fuente: (Maps, 2024)

Pasaje Santiago:

El Pasaje Santiago se encuentra, en la Calle Melchor Ocampo a 100 metros de los bancos (BBVA, BANORTE, CITY BANAMEX), este pasaje comercial se encuentra establecido desde el año 2010, es decir, desde hace 14 años, esta plaza comercial tiene 50 locales comerciales de 2 metros x 2 metros, el costo de la renta mensual

de estos locales es de 7 mil pesos, todos los locales comerciales se encuentran rentados.

Existen diversos giros comerciales de los locatarios que se encuentran en este pasaje, a continuación, se mencionaran algunos; pollería, tortillería, reparación de computadoras, pizzas, baños, cocina económica, taller de costura, acuario, peluquería, tienda de regalos, discos cd y películas, así como muchos otros más.

La desventaja que yo le veo a este pasaje comercial es que los tamaños de los locales son muy pequeños y no pueden tener privacidad entre un locatario y otro porque están muy pegados los establecimientos, otro defecto o desventaja que le veo es que venden comida dentro de esta plaza, pero la zona de comida está a un costado de los baños públicos que existen, es muy antihigiénico para las personas que van a comer ahí.

Si las autoridades municipales siguieran al pie de la letra el bando municipal y la ley orgánica municipal del Estado de México, ese pasaje debería de estar suspendido hasta que las regulaciones sanitarias se cumplan al cien por ciento.

En cambio, los servicios que ofrece nuestra plaza comercial son totalmente mejores, en cuestión de comodidad, privacidad y de higiene.

Ilustración 3. Pasaje Santiago



Fuente: (Maps, 2024)

Mapa 5. Ubicación de Pasaje Santiago



Fuente: (Maps, 2024)

Plaza San Ángel:

La plaza San Ángel se encuentra entre la Av. Gustavo Baz Prada y la Av. de la mujer, esta plaza cuenta con 23 locales comerciales de 3 metros x 4 metros, se encuentran en muy buenas condiciones, con un precio de 12 mil pesos mensuales, en esta plaza existen locales comerciales de diferentes giros como lo son lavanderías, consultorio de podología, consultorio dental, cafetería, tienda de ropa, óptica visual, restaurant tipo buffet y una sucursal de la agencia de coches Nissan Toluca.

La desventaja que tiene esta plaza comercial; respecto a la de este proyecto, es que ya se encuentra a las afueras de la cabecera municipal y no tiene tanta afluencia de personas como la calle en donde se va a abrir la plaza comercial, también es importante mencionar que el precio de la renta es más elevado que el que se ofrece en este proyecto.

Ilustración 4. Plaza San Ángel










Fuente: (Maps, 2024)

Mapa 6. Ubicación de Plaza San Ángel



Fuente: (Maps, 2024)

Cuadro 7. FODA de las Plazas Comerciales en el Municipio de Ixtlahuaca

FORTALEZAS	
	EXCELENTE UBICACIÓN: La plaza comercial cuenta con una excelente ubicación, en la calle Benito Juárez #105, frente al jardín Juárez, esta calle es la más transitada de la cabecera municipal, hay mucho comercio formal
	INSTALACIONES NUEVAS : La plaza comercial contará con instalaciones totalmente nuevas, eso hará atractivo el lugar y novedoso, las plazas comerciales con las que estaremos compitiendo tienen más de 10 años con sus instalaciones y se han ido deteriorando.
	CALLE MÁS TRANSITADA EN EL MUNICIPIO: La plaza comercial está ubicada en la Calle Benito Juárez, es la calle más transitada y existe mucho comercio
	LOCALES MÁS GRANDES EN METROS CUADRADOS: Los locales comerciales que se tienen en renta cuentan con una extensión mayor en metros cuadrados en comparación con la de nuestra competencia
	ZONA SEGURA EN CUANTO A SEGURIDAD PÚBLICA: La plaza comercial se encuentra en la cabecera municipal a dos cuadras de la Presidencia, por lo cual hay mucha vigilancia por parte de las unidades de Seguridad Pública del municipio.
	PEATONALIZACIÓN DE LAS CALLES: Señalamientos en la calle donde se encuentra la plaza comercial.
	REDES SOCIALES ACTIVAS, PROMOCIÓN DE LA APERTUA DE LA PLAZA COMERCIAL: Se estará pagando publicidad para que aparezca de manera digital en las redes sociales de YouTube y Facebook, que son las redes sociales más utilizadas

✚ CONTAMOS CON UN PLAN DE CONTROL DE EMERGENCIA: A diferencia de las demás plazas comerciales, se cuenta con un plan de evacuación en caso de incendios o sismos.

✚ HIGIENE CONSTANTE: Todos los días estará limpiando una persona los pasillos, debe de terminar antes de las 9:00 am, ya que a esa se apertura la plaza comercial, por lo tanto los locatarios también.

Fuente:(Elaboración Propia)

Cuadro 8. Debilidades frente a las Plazas Comerciales en el Municipio de Ixtlahuaca

DEBILIDADES
✚ NO SE CUENTA CON ESTACIONAMIENTO: A diferencia de dos plazas comerciales, no se cuenta con estacionamiento.
✚ UNA PLAZA SE ENCUENTRA A UN COSTADO DE LA TERMINAL: Dada la cercanía de la terminal de autobuses con esta plaza comercial, existe afluencia de gente todos los días por las mañanas y por las tardes.
✚ DIFICIL ACCESO A TRANSPORTE PÚBLICO: La plaza comercial se encuentra en la calle más transitada de la cabecera municipal, por lo cual no existen bases de taxis colectivos, se tienen que caminar dos cuadras para llegar a una.
✚ POCOS LOCALES COMERCIALES EN COMPARACIÓN A LAS OTRAS PLAZAS: En comparación con las otras plazas tenemos un número bajo respecto a las demás, tenemos nueve y la que mayor número de locales tiene son 50.
✚ ALGUNAS PLAZAS TIENEN PRECIOS MENSUALES MÁS ACCESIBLES: La plaza comercial que tiene 50 locales, tiene precios más accesibles, son más pequeños pero muchas personas se basan en el precio para rentar un local comercial.

- ✚ FACIL ACCESO A CAJEROS AUTOMATICOS, SE ENCENTRAN A 50MTS Y 100MTS: Dos Plazas comerciales que son nuestra competencia, se encuentran muy cerca de los cajeros automáticos, eso puede significar afluencia de gente y que por consiguiente visiten esas plazas comerciales.

Fuente: (Elaboración Propia)

2.2.1 Análisis de la Competencia

Para este proyecto de inversión se considera que nuestros competidores son de libre competencia, ya que existen varias plazas comerciales en el municipio de Ixtlahuaca que ofrecen locales en renta, lo que diferencia en gran medida es la ubicación céntrica, el precio accesible de los locales, y el posicionamiento como una plaza comercial nueva.

A continuación, se muestra en el cuadro número 9 un comparativo entre las Fortalezas y Debilidades de la Plaza Comercial del Proyecto, frente a sus Competidores en el Municipio.

Cuadro 9. Fortalezas y Debilidades de la Plaza Comercial del Proyecto, frente a sus Competidores en el Municipio.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
✚ EXCELENTE UBICACIÓN	✚ NO CUENTO CON ESTACIONAMIENTO
✚ INSTALACIONES NUEVAS	✚ UNA PLAZA SE ENCUENTRA A UN COSTADO DE LA TERMINAL
✚ CALLE MÁS TRANSITADA EN EL MUNICIPIO	✚ DIFICIL ACCESO A TRANSPORTE PÚBLICO
✚ LOCALES MÁS GRANDES EN METROS CUADRADOS	✚ POCOS LOCALES COMERCIALES EN COMPARACIÓN A LAS OTRAS PLAZAS
✚ ZONA SEGURA EN CUANTO A SEGURIDAD PÚBLICA	✚ ALGUNAS PLAZAS TIENEN PRECIOS MENSUALES MÁS ACCESIBLES
✚ PEATONALIZACIÓN DE LAS CALLES	
✚ REDES SOCIALES ACTIVAS, PROMOCIÓN DE LA APERTUA DE LA PLAZA COMERCIAL	

<ul style="list-style-type: none"> ✚ CONTAMOS CON UN PLAN DE CONTROL DE EMERGENCIA ✚ HIGIENE CONSTANTE 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ FACIL ACCESO A CAJEROS AUTOMATICOS, SE ENCENTRAN A 50MTS Y 100MTS
--	---

Fuente: (Elaboración Propia)

Un competidor directo es una empresa que comercialice un producto similar al nuestro en la misma área geográfica. Mientras que un competidor indirecto es la empresa que ofrece un producto diferente o sustituto con relación al nuestro.

Por ejemplo, existe competencia indirecta entre un fabricante de mantequilla y uno de margarina que venden a los mismos clientes. También existen competencia indirecta entre el fabricante de anteojos que compite indirectamente con los fabricantes de lentes de contacto.

Los tipos de competencia para el análisis de la oferta se describe:

Oferta en libre competencia: es tal la cantidad de oferentes del mismo artículo que su participación en el mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio que ofrece al consumidor.

Oferta Oligopólica: Unos pocos oferentes dominan el mercado y determinan la oferta y los precios. Como ejemplo se tiene el mercado de autos nuevos.

Oferta Monopólica: Solo existe un oferente del servicio o producto. Domina el mercado completamente implantando precio, calidad y cantidad. El caso clásico son los monopolios estatales. (Corvo, 2021)

Teniendo estos tres tipos de competencia podemos concluir que el proyecto de la plaza comercial tiene una oferta en libre competencia, ya que hay diferentes tipos de calidad de los locales comerciales en renta, precio y ubicación, que son algunos de los factores más importantes que los clientes toman en cuenta, para tomar una decisión.

2.3 Precios

Mientras que para Kotler & Armstrong (2007, p. 309) el precio, “es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio”. Otra definición de algunos otros autores es la siguiente, “el valor expresado en moneda” o “en resumen, el precio es la cantidad de dinero necesaria para adquirir en intercambio la combinación de un producto y los servicios que lo acompañan” (Fischer & Callado, 2012)

De acuerdo con las definiciones de los autores anteriores y haciendo un análisis podemos concluir que el precio es la cantidad de dinero que un cliente está dispuesto a pagar por un bien o servicio. Nuestra competencia está rentando locales comerciales entre los 5 mil y 12 mil pesos mensuales, de acuerdo con la encuesta que se aplicó; podemos concluir que, para este proyecto de inversión tenemos un precio de renta del local comercial, iniciando con \$10,000.00 pesos mensuales con incrementos de renta anuales

Se tiene una estrategia para que los clientes que nos paguen puntualmente los primeros 12 meses tengan derecho a renovar su contrato 24 meses más, si así lo desean.

2.5 Comercialización

Es el proceso de llevar nuevos productos o servicios al mercado, que va desde la producción, distribución, marketing, ventas, atención al cliente etc. para lograr el éxito comercial del nuevo producto o servicio. Esta requiere de una estrategia de marketing y lanzamiento de productos que incluye la fase de ideación, el proceso de negocio y la etapa de partes interesadas. (Kenton, 2020)

En este caso, es de vital importancia para que los clientes potenciales a rentar un local estén enterados de la apertura de esta plaza comercial y llame la atención para que se logre el objetivo de arrancar con el 100% de locales ocupados y vendidos los tres que estarán en venta.

La estrategia que vamos a implementar en este proyecto de acuerdo con el estudio realizado es contratar una empresa de marketing digital, en la actualidad la mayoría de las personas están usando todo el tiempo el teléfono o computadora, ya sea para trabajar o para estar pasando sus ratos libres.

Cuadro 10. Cotización de Publicidad en Redes Sociales que nos hizo la Empresa Digital.

Personas Alcanzadas	Redes Sociales	Duración	Costo
100, 000 personas	Facebook y YouTube	30 días	\$60, 000 MNX

Fuente: Cotización de Empresa Digital

De acuerdo con los datos que se tienen del CENSO del INEGI en 2020 las redes sociales más utilizadas son éstas dos, por lo cual se pretende llegar a 100 mil personas, a través de esta herramienta tecnológica.

Se utilizará un algoritmo para que esta publicidad llegue a personas de Ixtlahuaca y municipios vecinos, no mayor a 50 km a la redonda.

Con esta estrategia estamos seguros que todos los locales comerciales estarán rentados y vendidos antes de su inauguración.

Cabe señalar que esta inversión se hará antes de la inauguración de la plaza comercial, este gasto se está considerando en la inversión total.

Capítulo III. ESTUDIO TECNICO

En este capítulo se analizan aspectos como la materia prima e insumos, localización del proyecto, tamaño del proyecto, estimación del costo de la construcción, el proceso productivo y el Layout.

El estudio técnico debe de ser congruente con los objetivos del proyecto de inversión y con los niveles de profundidad del estudio en su conjunto. Este puede desarrollarse en los niveles de idea, factibilidad y proyecto definitivo.

Ilustración 5.



Fuente: Google fotos

Para el estudio técnico se necesitara acondicionar una oficina, ya que es de suma importancia para que desde ese espacio pueda estar trabajando el gerente general y cumplir con las responsabilidades que le competen, como por ejemplo estar promocionando y concretando reuniones para mostrar los locales comerciales en renta o venta, otra actividad de suma importancia que realizará el gerente general en esa oficina será realizar los contratos de compra venta y arrendamiento de los clientes , así como realizar los pagos de luz, agua, internet, mantenimiento, etc.

Para realizar el estudio técnico solo se necesitará lo más esencial para una oficina, desde esta oficina se estará operando, haciendo, llamadas, análisis, cotizaciones, publicidad y todo lo necesario para que se logre con éxito la apertura de la plaza comercial en el municipio de Ixtlahuaca.

3.1 Materia Prima e Insumos

Es una parte importante para dar un buen servicio, por lo tanto, es fundamental precisar las características de la materia prima que se integrarán a ellos, e incluso, se deben detallar los insumos adicionales que se usarán durante el proceso de servicio.

La materia prima e insumos comprende los rubros que intervendrán en la operación normal de la empresa, mediante la cotización con diferentes proveedores de estos recursos a modo de minimizar los costos del proyecto, sin que ello signifique sacrificar la calidad de estos.

En el cuadro 11 podemos observar la materia prima y los insumos que necesitaremos para poder realizar la venta y la renta de los locales comerciales, que son muy básicos como lo son el internet, teléfono, luz y agua.

Cuadro 11. Materia Prima e Insumos

Elemento	Descripción	Costo Mensual
Internet	Se necesita contratar un internet para estar analizando a los competidores y haciendo publicidad referente a los locales comerciales que queremos rentar	\$500
Luz	Es de carácter obligatorio para que puedan funcionar todos nuestros aparatos tecnológicos	\$500
Teléfono	Se necesita para poder contestar y	\$500

	realizar llamadas a clientes interesados en los locales comerciales	
Agua	Es de suma importancia para el funcionamiento de los baños	\$500
TOTAL		\$2,000

Fuente: Elaboración Propia

3.2 Localización del Proyecto

Es importante determinar la ubicación más ventajosa para el proyecto de inversión. Se denomina ubicación “ventajosa” porque contribuye a satisfacer los requerimientos del mercado y de los insumos, situación que se refleja en un margen atractivo de utilidad tanto para los resultados de la inversión como para la operación del proyecto de inversión (Castro, 2009)

La localización del proyecto será en el municipio de Ixtlahuaca, frente al jardín Juárez, a continuación, mencionaremos los elementos principales que debe tener acceso nuestra plaza comercial para que pueda tener un mayor porcentaje de factibilidad.

Ilustración 6. Ubicación donde se realizará el Proyecto



Fuente: (Maps, 2024)

Ilustración 7. Plano del Exterior de la Plaza Comercial



Fuente: Imagen elaborada, por el Arquitecto responsable de la Obra

Para tomar la mejor decisión respecto al terreno donde quedará ubicado el proyecto se realizó la selección de factores. En donde se toman en cuenta varios puntos importantes para la realización de este.

La infraestructura mínima necesaria para la ubicación del proyecto está integrada por los siguientes elementos: fuentes de suministro de agua; disponibilidad de energía eléctrica; servicios públicos diversos; etc.

Fuentes de suministro de agua: El agua es un insumo prácticamente indispensable en la totalidad de las actividades productivas el terreno elegido cuenta con este servicio lo que facilitará la construcción y el funcionamiento de la plaza comercial.

Disponibilidad de energía eléctrica: Este suele ser un factor determinante en la localización ya que todos los locales comerciales necesitarán energía eléctrica para realizar las distintas actividades que se realizarán, dependiendo sus giros. Otro factor con el que cuenta el terreno elegido.

Servicios públicos diversos: Otros importantes servicios públicos requeridos para la construcción del proyecto, los cuales el terreno posee son: caminos, vías de acceso y calles, servicios médicos, seguridad pública, facilidades educacionales, red de drenaje y alcantarillado etc.

Cabe resaltar que estos tres elementos principales que se mencionaron, se tiene acceso a ellos, ya que el terreno está ubicado en el centro del municipio de Ixtlahuaca y sin problema alguno podemos acceder a ellos.

La localización del proyecto de la plaza comercial estará en el centro del municipio de Ixtlahuaca, específicamente frente al Jardín Juárez, en la imagen se puede observar claramente que existe afluencia de personas, es la calle más transitada del municipio por lo cual una plaza comercial sería un excelente y viable proyecto.

Ilustración 8. Ubicación donde se realizará el Proyecto



Fuente: (Maps, 2024)

Medidas del terreno 14m frente X 15m de fondo, Se localiza en la Calle Juárez, a un costado de la Farmacia de los Ángeles y junto a la peluquería “Ciro”, frente al Jardín Juárez, Municipio de Ixtlahuaca.

Coordenadas 19.568972, -99.766917

3.3 Tamaño

El objetivo de este punto consiste en determinar la capacidad instalada del lugar, así como el equipo requerido por el proceso de conversión del proyecto. El tamaño del proyecto está definido por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios, durante un período de operación normal.

En la determinación del tamaño de un proyecto existen, por lo menos, dos puntos de vista: El técnico y el económico.

El primero define a la capacidad o tamaño como el nivel máximo de producción que puede obtenerse de una operación con determinados equipos e instalaciones. Por su parte, el económico define la capacidad como el nivel de producción que, utilizando todos los recursos invertidos, reduce al mínimo los costos unitarios o bien, que genera las máximas utilidades (Morales & Morales, 2009)

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular puede lograr durante un período de tiempo determinado. En general se habla de un sobredimensionamiento frente al tamaño real de la demanda. Este elemento es determinante en la competitividad del producto o servicio frente a otros competidores en el mercado.

En este sentido utilizando la capacidad máxima para la renta de los seis locales y la venta de 3 locales comerciales disponibles nos tardaríamos 3 días, ya que se organizará en el tiempo de atención de la siguiente manera.

Cuadro 12. Tiempo de Atención al Cliente

Día Uno	Tiempo de Atención
Cliente 1	2 horas
Cliente 2	2 horas
Cliente 3	2 horas
Cliente 4	2 horas
Día Dos	
Cliente 5	2 horas
Cliente 6	2 horas
Cliente 7	2 horas

Cliente 8	2 horas
Día Tres	
Cliente 9	2 horas

Fuente: Elaboración Propia

En el cuadro anterior podemos observar que se atenderán 4 clientes el día uno, 4 clientes el día dos y un cliente el día tres, esto considerando que la jornada laboral es de 8 horas al día.

3.5 Proceso Productivo

En el siguiente apartado se presenta el proceso productivo para llevar a cabo una renta de un local comercial, así como los tiempos de realización del mismo. Cabe destacar que en el proceso productivo no se tomó en cuenta las actividades que se realizan para construir la plaza comercial, solamente se indica el tiempo, ya que en el apartado de tiempo de construcción se da una explicación detallada.

Para el proceso productivo renta y venta de un local comercial se necesitarán los elementos que se enlistan en el cuadro número 12, ya que todo este proceso es a través de llamadas y contactarse en redes sociales, teniendo las herramientas tecnológicas necesarias.

Cuadro 12. Elementos Esenciales para el Proceso Productivo

Elemento	Descripción	Costo Mensual	Costo Único por Adquisición del Producto
Oficina	Una oficina será fundamental tener un espacio para realizar las diferentes actividades que se necesiten para lograr la apertura de la plaza comercial.	\$10,000	
Computadora	Se necesita para guardar en digital los contratos de renta, así como para		\$8,000

	agendar visitas de clientes que se contacten por medio de redes sociales		
Impresora	Será necesaria para imprimir contratos que se realicen, recibos, etc.		\$2000
Silla	Será necesaria para que pueda trabajar el Gerente General.		\$1500
Escritorio	Será necesario para que el Gerente General pueda trabajar y pueda apoyar distintos materiales que utilice.		\$3000
TOTAL		\$10,000	\$14,500

Fuente: Elaboración Propia

A continuación, podemos observar la estimación del costo de construcción, del lado izquierdo la descripción del trabajo y del lado derecho el costo que tendrá, expresado en pesos mexicanos.

Estimación del costo de la Construcción

Cuadro 13. Control de Materias Primas

(Precios al mes de mayo de 2025; cifras expresadas en pesos)

Descripción	Costos
Diseño Estructura	\$60,000
Cimentación y Albañilería	\$1,700,000
Instalaciones Eléctricas	\$310,000
Instalaciones Hidro Sanitarias	\$310,000
Instalaciones de Gas	\$40,000
Cancelería, Puertas, Cristales y Plafón	\$480,000

Fuente: Elaboración propia con base en cotización de precios

Las materias primas e insumos que se utilizarán para la construcción de la plaza comercial son fáciles de conseguir, mismos que se comprarán en la casa de materiales que se hicieron las cotizaciones, ubicada en el municipio de Ixtlahuaca.

Cuadro 14. Materiales e Insumos para el Proceso Productivo

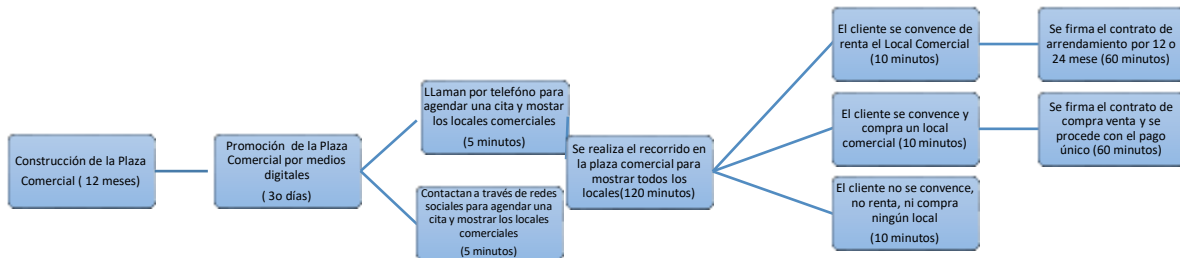
PARTIDA	UNIDAD	CANTIDAD
Proyecto Ejecutivo	MNX	\$60,000
Albañilería		
Demolición de muros	m2	\$160,000
Limpieza del terreno	m2	\$60,000
Compactación de terreno a nivel del proyecto	m2	\$50,000
Cimbra	m2	\$300,000
Zapata de cimentación	m2	\$350,000
Columnas de concreto	m2	\$200,000
Muro de Block, Pisos de Concreto	m2	\$300,000
Techo de concreto	m2	\$100,000
Acabado de muros, pintura vinílica	m2	\$180,000
Impermeabilización	m2	\$80,000
Tinacos	U	\$20,000
Instalaciones Eléctricas		
Excavación	M	\$40,000
Cableado	M	\$150,000
Contratos con C.F.E.	U	\$50,000
Salidas de Lámparas, Apagadores, Contactos	M	\$30,000
Lámparas Exteriores	U	\$40,000
Instalaciones Hidro Sanitarias	M	\$80,000
Cisterna	U	\$40,000
Drenaje Sanitario	M	\$60,000
Sanitarios	U	\$100,000
Coladeras	U	\$30,000
Instalaciones de Gas		
Tanque Estacionario de Gas	U	\$40,000
Cancelería, Puertas, Cristales y Plafón		
Cancelería de Aluminio	m2	\$400,000
Letreros Exteriores	m2	\$80,000
Terreno	m2	\$7,000,000
Empresa de Marketing Digital	U	\$60,000
Total		\$10,060,000

Fuente: Elaboración propia, basándome en los presupuestos realizados

En el siguiente diagrama se muestra el tiempo que lleva cada proceso después de la construcción de la plaza, el primer proceso es darle promoción en redes sociales para que la gente del municipio pueda conocer este nuevo lugar, posteriormente las personas que estén interesadas en la renta o adquisición de un local comercial, se contactaran a través de un número de teléfono o a través de redes sociales para

agendar una cita con el cliente, una vez que ya se tenga la cita, se le dará un paseo por la plaza comercial al cliente, mostrándole todos los locales comerciales disponibles, después de ese recorrido el cliente decidirá si renta o adquiere un local comercial o no, en el supuesto caso que si le convenga alguno, se pasara a la firma de contrato de arrendamiento por 12 meses o el contrato de compra venta si es el caso.

Diagrama 10. Proceso Productivo



Fuente: Elaboración Propia

Descripción de cada paso del Proceso Productivo:

1. Construcción de la Plaza Comercial: La construcción de la plaza comercial tendrá un tiempo aproximado de 12 meses.
2. Promoción de la Plaza Comercial por Medios Digitales: La promoción por medios digitales comenzará un mes antes de que se concluya la construcción, para que cuando se termine la plaza comercial ya estén todos los locales vendidos y rentados.
3. Contactan a través de una llamada telefónica: Un cliente contacta a través de una llamada telefónica para generar una cita y puedan mostrarle los locales comerciales para venta o renta.

4. Contactan a través de redes sociales: Un cliente contacta a través de las redes sociales para generar una cita y puedan mostrarle los locales comerciales ya sea para venta o renta.
5. Se realiza el recorrido por la plaza comercial: Se le da un recorrido al cliente a lo largo de la plaza comercial para mostrarle todos los locales y en este mismo recorrido se le indica cuales están en venta y cuales están en renta, este recorrido tendrá un tiempo aproximado de dos horas.
6. El cliente no se convence: El cliente decide no rentar, ni comprar, aquí termina el proceso con este cliente.
7. El cliente se convence en rentar un local comercial: El cliente decide que los locales comerciales que se ofrecen son la mejor opción, por lo tanto, se procede a firmar un contrato de arrendamiento.
8. El cliente se convence de comprar un local comercial: El cliente decide que los locales comerciales que se ofrecen son la mejor opción por lo tanto se procede a firmar el contrato de compraventa.

3.6 Layout

La distribución de planta o layout, se refiere a la disposición de los elementos de una planta o espacio determinado, cuya finalidad principal es a conocer la ubicación específica del mobiliario, equipo, entradas, salidas, entre otros (Empresario, 2020)

Esta herramienta nos permite tener en mente la distribución de todo lo que habrá dentro de la plaza comercial, nos mostrará en donde y como se encontrará distribuido cada local.

Como se mencionó antes la plaza estará ubicada en la calle Benito Juárez no 105, frente al jardín Juárez, el costo de renta de cada local comercial será de será de 10,000 pesos mensuales.

En la ilustración número 8 se puede observar cómo estará la distribución de la plaza comercial y será de la siguiente manera.

Ilustración 8. Diseño del Interior de la Plaza Comercial



Fuente: Elaboró Arquitecto responsable de la Obra

En este caso, el terreno en donde se ubicará la Plaza Comercial contará con planta baja y una planta alta, las dimensiones de los locales comerciales y la oficina del Gerente General serán de 4m x 4m

En la planta baja se ubicará la recepción, a un costado la oficina del gerente general, cuatro locales comerciales, al igual que unos baños públicos que tendrán un costo de recuperación, en la planta alta habrá otros 5 locales comerciales, cabe mencionar que un local cuenta con una terraza, pero no está totalmente al exterior, dentro de la plaza comercial se encuentra un domo de cristal templado de 10mm de grosor. En la planta alta también se encontrarán unos baños públicos que tendrán un costo de recuperación para la gente que visite la plaza, pero los locatarios podrán entrar totalmente gratis.

Ilustración 9. Diseño del Interior de la Planta baja de la Plaza Comercial



Fuente: Elaboró Arquitecto responsable de la Obra

Dentro de esta Plaza Comercial se necesitara acondicionar una oficina, ya que es de suma importancia para que desde ese espacio pueda estar trabajando el gerente general y cumplir con las responsabilidades que le competen, como por ejemplo estar promocionando y concretando reuniones para mostrar los locales comerciales en renta o venta, otra actividad de suma importancia que realizará el gerente general en esa oficina será realizar los contratos de compra venta y arrendamiento de los clientes , así como realizar los pagos de luz, agua, internet, mantenimiento, etc.

En el cuadro número 15 se muestran los materiales más esenciales para que desde ahí el Gerente General pueda estar cumpliendo las responsabilidades que se le asignarán.

Cuadro 15. Material Esencial para que el Gerente General cumpla sus responsabilidades

Elemento	Descripción
Oficina	Una oficina será fundamental tener un espacio para realizar las diferentes actividades que se necesiten para

	lograr la apertura de la plaza comercial.
Computadora	Se necesita para guardar en digital los contratos de renta, así como para agendar visitas de clientes que se contacten por medio de redes sociales
Internet	Se necesita contratar un internet para estar analizando a los competidores y haciendo publicidad referente a los locales comerciales que queremos rentar
Luz	Es de carácter obligatorio para que puedan funcionar todos nuestros aparatos tecnológicos
Teléfono	Se necesita para poder contestar y realizar llamadas a clientes interesados en los locales comerciales
Agua	Es de suma importancia para el funcionamiento de los baños

Impresora	Será necesaria para imprimir contratos que se realicen, recibos, etc.
Silla	Será necesaria para que pueda trabajar el Gerente General.
Escritorio	Será necesario para que el Gerente General pueda trabajar y pueda apoyar distintos materiales que utilice.

Fuente: Elaboración Propia

CAPITULO IV. ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN

En este capítulo se abordará la normatividad de en la que se va a constituir la Plaza Comercial, así como sus obligaciones y responsabilidades. De la misma manera se

establecerá como va a funcionar en términos de puestos líneas de autoridad, responsabilidad y las funciones del personal contratado, y los trámites legales que debe de cumplir la Plaza Comercial para que funcione dentro de un marco legal.

4.1 Tipo de Empresa

Una empresa es una organización de personas que comparten unos objetivos con el fin de obtener beneficios.

Una empresa es una unidad productiva agrupada y dedicada a desarrollar una actividad económica con ánimo de lucro. En nuestra sociedad, es muy común la creación continua de empresas.

La correcta creación de una empresa es un proceso muy importante para consolidar su adecuado funcionamiento, en este caso para que la Plaza Comercial pueda cumplir este proceso satisfactoriamente será necesario que siga una serie de pasos establecidos por el Gobierno de México, estos se señalan en el diagrama número 11.

Diagrama 11. Pasos para abrir una empresa en México



Fuente: Gobierno de México 2018

Constitución de una Sociedad Anónima:

Debido al tipo de servicio que la Institución pretende brindar y al capital inicial con que contará, será necesario que se constituya como una Sociedad Anónima (S.A.).

A continuación, en el siguiente cuadro, se explican las características principales de este tipo de sociedad.

Cuadro 13. Principales Características de una Sociedad Anónima

Características	
Número de socios	Mínimo dos
Integración del capital social	Los accionistas pueden tener más de una acción
Límite de responsabilidad de los socios	Hasta por el monto de sus acciones
Cesión de las partes representativas del capital	Las acciones deben ser cedidas libremente

Fuente: Elaboración propia con información de Dirección de Asuntos Internacionales y Políticas Públicas (2016)

De acuerdo con la SE (2020) los requisitos para pertenecer a esta clasificación de sociedad mercantil son:

- 1) Denominación o razón social aprobada por la Secretaría de Economía.
- 2) Nombre completo y datos generales de cada accionista.
 - Fecha de nacimiento
 - Estado civil
 - Teléfono
 - Correo electrónico
 - Profesión u ocupación

Igualmente, se requerirá que cada accionista presente los siguientes documentos en original y copia:

- 1) Dos identificaciones oficiales (INE, pasaporte, cartilla militar, licencia de conducir, etc.)
- 2) Comprobante Único de Registro de Población (CURP)
- 3) Registro Federal de Contribuyentes (RFC)

- 4) Comprobante de domicilio con vigencia no mayor a tres meses a la fecha de emisión del recibo (teléfono, gas, agua, electricidad, etc.)
- 5) En caso de ser extranjeros, los documentos de su procedencia

Asimismo, será necesario presentar:

- 1) Datos generales del administrador único o de los miembros del consejo de administración (presidente, secretario, tesorero)
- 2) Nombre completo y datos generales del comisario, así como dos identificaciones oficiales vigentes y comprobante de domicilio vigente
- 3) Monto del capital social de la empresa distribuido en números de acciones (con valor nominal) de cada socio. Igualmente, se puede establecer un monto de capital variable
- 4) Fecha de duración de la sociedad
- 5) Objetivo social
- 6) Domicilio social de la empresa

El paso inicial para que la Plaza Comercial se constituya como una sociedad, será ir ante un Notario Público, debido a que son ellos quienes formulan el proyecto de Escritura Constitutiva y Estatutos Sociales; asimismo, son quienes se encargarán de solicitar el permiso de la Secretaria de Relaciones Exteriores (SRE) para la denominación de la sociedad, es decir el nombre, por lo cual se deberá proporcionar tres alternativas en orden de preferencia. Será de suma importancia describir claramente al Notario el objeto de la sociedad, así como su localización o administración. Este trámite tendrá un costo de \$10,000.00 pesos mexicanos.

Posteriormente se deberá acudir con la autoridad federal, estatal y municipal para la inscripción del acta constitutiva en el Registro Público de la Propiedad. Acto seguido será asistir a la Secretaria de Hacienda y Crédito Público para hacer la correspondiente inscripción al Registro Federal de Contribuyentes. Y finalmente imprimir los comprobantes fiscales.

Trámites federales

Aviso de uso de denominación:

En esta parte del proceso, los notarios, corredores públicos y en su caso representantes legales notifican a los interesados la autorización del uso de la denominación o razón social, reservando al mismo su uso exclusivo (SE, 2020). La Secretaría de Economía permite realizar este trámite de manera gratuita.

Para que la Institución pueda obtener el aviso correspondiente cuenta con tres opciones:

- 1) Asistir a las Oficinas de la Secretaría de Economía, Torre Insurgentes.
- 2) Realizar el trámite en línea mediante el enlace especificado por el Gobierno de México, posteriormente, el representante de la Plaza Comercial debe proporcionar todos los datos requeridos y hacer uso de la firma electrónica obtenida al inicio del proceso.
- 3) Asistir a las delegaciones y subdelegaciones de la Secretaría de Economía para realizar el proceso de manera presencial.

4.2 Trámites federales, estatales y municipales

En México, existen diversos trámites con los cuales se debe cumplir para la operación legal de una empresa, estos deben presentarse de acuerdo con cada nivel federal, estatal y municipal según corresponda y de acuerdo con las características y actividades que desempeñe cada empresa.

Algunos permisos son de carácter obligatorio o algunos otros de carácter informativo ante las autoridades. Para obtener dichos permisos y trámites es necesario gestionar una serie de trámites para dar aviso las autoridades y de esta manera se logre obtener permisos, licencias, registros, entre otros.

Los trámites federales son; el permiso de uso de denominación, la inscripción de la sociedad ante el Registro Público del Comercio, la inscripción al Registro Federal de Contribuyentes (RFC), el alta patronal en el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) y el registro al Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM).

A nivel estatal, comúnmente se realiza la inscripción para el pago del impuesto sobre nómina.

Por su parte, los trámites municipales por lo general incluyen los permisos de apertura o licencias de funcionamiento, así como dictámenes de protección civil, medio ambiente, entre otros, que varían dependiendo del municipio.

Inscripción en el Registro Público de Comercio

El Registro Público de Comercio, es un organismo que se encuentra a cargo de la Secretaría de Economía, se encarga de brindar seguridad y certeza jurídica, a través, de la publicidad de los actos jurídicos mercantiles relacionados con los comerciantes y que, conforme a la ley, lo requieran para surtir efectos contra terceros (SE, 2020).

Inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes

La Plaza Comercial al ser una persona moral y al estar constituida como una S.A tendrá la obligación de realizar su inscripción ante el Servicio de Administración Tributaria (SAT) para obtener su Cédula de identificación fiscal.

Este proceso es completamente gratuito y se puede realizar en línea o de manera presencial.

- 1) En línea: Se realiza ingresando al portal del SAT, específicamente en el apartado de trámites del RFC, posteriormente se debe llenar un formulario y confirmar la información proporcionada.
- 2) Presencial: Será necesario acudir a las oficinas del SAT que resulten convenientes en cuanto a localización y se deberán presentar en original los siguientes documentos (SAT, 2020).
 - Identificación oficial del representante legal (credencial para votar, pasaporte, cédula profesional, licencia para conducir, credencial del INAPAM, documento migratorio)
 - Poder Notarial con el que acredite la personalidad del representante legal
 - Escrito libre en el cual se manifiesten las claves de RFC válidas de los socios, accionistas o asociados cuando no se encuentren dentro del

acta constitutiva de las personas morales diferentes del título III de la Ley del ISR

- Comprobante de domicilio
- Las personas morales diferentes del título III de la Ley del ISR, deberán contar con opinión de cumplimiento positiva de sus socios, accionistas o asociados

Alta Patronal en el Instituto Mexicano de Seguridad Social (IMSS)

Este trámite permitirá que La Plaza Comercial obtenga un Número de Registro Patronal con el cual podrá cumplir con los pagos correspondientes ante el IMSS.

La realización del alta patronal no tiene ningún costo y puede llevarse a cabo en línea o en ventanilla.

1) En línea: Ingresando a la página oficial del IMSS en su apartado de servicios digitales. El servicio se encuentra disponible las 24 horas del día durante todo el año, será necesario contar con los siguientes documentos:

- Comprobante de domicilio del centro de trabajo
- Primera y última hoja del Poder Notarial para actos de dominio, de administración o poder especial en donde se especifique que puede realizar toda clase de trámites y firmar documentos ante el IMSS; así como, la hoja donde aparezca el nombre del representante legal
- Primera y última hoja de la Escritura Pública o Acta Constitutiva que contenga el sello del Registro Público de la Propiedad y del Comercio, así como, la hoja donde aparezca el nombre del representante legal

2) Ventanilla: Acudiendo a las oficinas del IMSS más cercanas, los documentos necesarios son los siguientes:

- Registro Federal de Contribuyentes (RFC) del domicilio fiscal y/o Aviso de apertura de establecimiento - Copia
- Comprobante del domicilio del centro de trabajo - Original y copia
- Croquis de localización del domicilio del centro de trabajo - Original

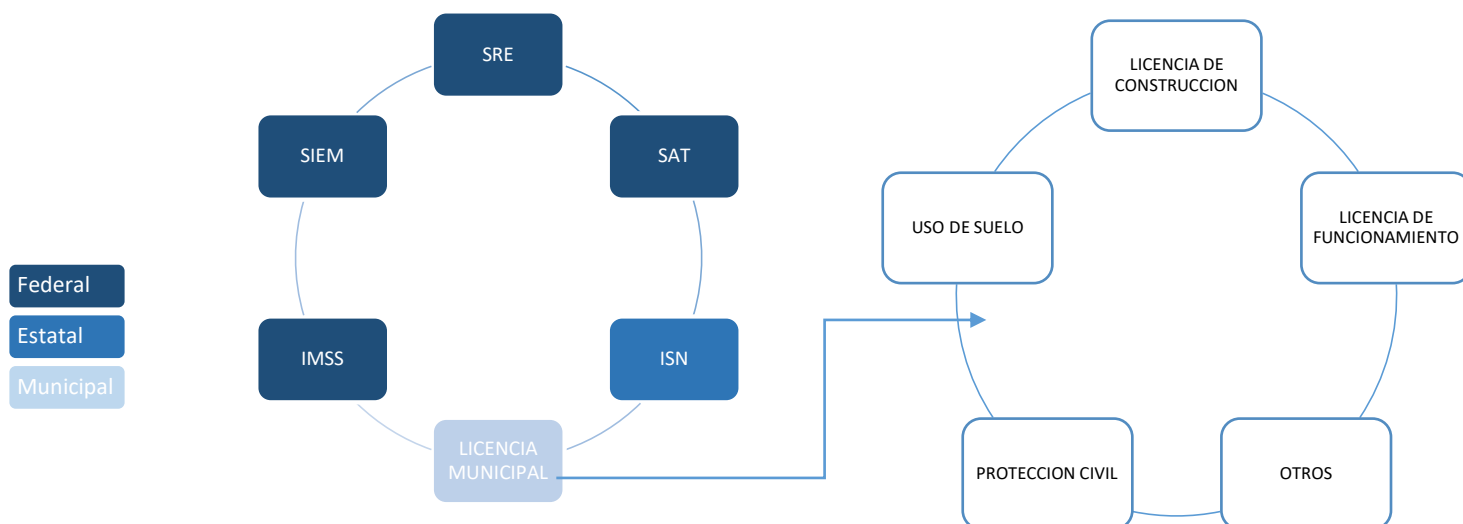
- Escritura Pública o Acta Constitutiva que contenga el sello del Registro Público de la Propiedad y del Comercio - Original y copia
- Poder Notarial para actos de dominio, de administración o poder especial en donde se especifique que puede realizar toda clase de trámites y firmar documentos ante el IMSS - Original y copia
- Identificación oficial vigente del representante legal - Original y copia
- Registro Federal de Contribuyentes (RFC) del representante legal - Copia
- Clave Única de Registro de Población (CURP) del representante legal - Copia

Igualmente, la Institución deberá realizar la inscripción cada uno de sus trabajadores ante este organismo, dentro de un plazo no mayor a cinco días del inicio de sus actividades, con la finalidad de que sean clasificados de acuerdo con el Reglamento de Clasificación de Empresas y denominación del Grado de Riesgo del Seguro del Trabajo (IMSS, 2020).

Inscripción ante los demás organismos requeridos

El representante Legal deberá asegurarse de realizar su registro en los organismos que lo ameriten, con la finalidad de que pueda operar conforme al marco legal y de esta manera pueda brindar un servicio de calidad a cada una de las personas que atienda

En la siguiente hoja se muestra y explica el diagrama número 12.



Fuente: (mejora regulatoria, 2021)

Es importante analizar que en este proyecto de inversión únicamente se van a considerar los permisos y trámites requeridos por las autoridades de acuerdo con las necesidades del mismo.

En cuanto a los trámites *federales*, únicamente necesitaremos la incorporación al SAT del inversionista de nuestro proyecto. Se deberá inscribir al régimen fiscal de personas físicas con actividades empresariales y profesionales, en éste, se encuentran registrados aquellos contribuyentes que tienen locales comerciales y que sus ingresos van hasta los 2 millones de pesos anuales y que están dispuestos a cumplir con las obligaciones de tributar ante el SAT.

Respecto a los permisos *estatales*, este proyecto no aplica para impuesto sobre nómina, ya que no se tendrán empleados.

Los trámites municipales indispensables en este proyecto serán:

Permiso de uso de suelo, el cual determina las actividades permitidas en el interior de un predio (edomex.gob.mx, 2022). Se requiere un uso de suelo comercial; que como su nombre lo indica, está destinado a comercios y almacenes. (México G. d., s.f.)

El costo de la licencia de uso de suelo en el Estado de México depende de la superficie de uso habitacional:

Hasta 160 m²: \$3207 mxn

De 161 m² hasta 500 m²: \$5271.23 mxn

Licencia de construcción, se conoce así, al permiso expedido por la autoridad municipal, que te acredita para llevar a cabo alguna obra de cualquier tipo, es necesaria para garantizar el cumplimiento de las normas que aseguran la seguridad de los individuos, tanto los que participan en la obra, así como para el resto de los ciudadanos.

El costo de un permiso de construcción en el Estado de México varía según el tipo de construcción y puede ser de: \$470.56 a \$7,425.86 para construcciones habitacionales, \$6,791.39 a \$11,771.33 para construcciones especializadas. (México G. d., Sistema Electrónico de Información, Trámites y Servicios, 2024).

Licencia de Funcionamiento, es el permiso otorgado por la autoridad municipal para que puedan llevarse a cabo las actividades establecidas en un negocio, empresa, etc. actualmente en el municipio de Ixtlahuaca se realiza por medio de la herramienta SARE (Sistema de apertura rápida de empresas), este es otorgado para los giros de bajo riesgo contenidos en el catálogo municipal de actividades económicas de Ixtlahuaca.

El costo de una Licencia de Funcionamiento para una Plaza Comercial de acuerdo al Código Financiero del Estado de México es de \$3,211 mxn, es importante mencionar que este costo solo es por la expedición de la licencia y cubre el permiso del año en que se expide, cada año se tiene que hacer un refrendo de la misma. (México C. F., s.f.)

Permiso de Protección Civil, es el trámite en donde se otorga la aprobación de las medidas de seguridad con las que debe contar el establecimiento que registre congregación de personas, en el mismo se hace mención que reúnen las condiciones de seguridad para su operación y funcionamiento.

Este permiso no tiene ningún costo solo se debe de cumplir con los lineamientos que nos marque la coordinación de Protección Civil.

Cuadro 15. Tabla de Costos de Trámites Federales, Estatales y Municipales para la Construcción y apertura de una Plaza Comercial en el Municipio de Ixtlahuaca

Tramites	Costo
Federales	Sin costo
Estatales	Sin costo
Municipales	\$15,000
Total	\$15,000

Fuente: Elaboración Propia

4.3 Organización Administrativa

La organización administrativa es el conjunto de métodos y procedimientos puestos en práctica para ordenar, controlar y dirigir una empresa a través de sus departamentos, recursos y procesos, con el fin de alcanzar sus metas u objetivos trazados. (Brito, 2014)

Toda empresa u organización posee un patrón o un orden propio, que guía sus procesos productivos y es responsable de su margen de eficiencia o efectividad. O sea, existen formas de organización administrativa más eficaces que otras, pero toda organización posee una estructura organizacional que define sus jerarquías, sus procesos y sus flujos. (Brito, 2014)

Teniendo la definición anterior podemos decir que la organización administrativa se entiende como una disciplina y una metodología de evaluación empresarial, propone comprender el funcionamiento de las organizaciones y concebir los modelos necesarios para su estudio, en este caso buscara entender el funcionamiento del proyecto de la plaza comercial y que todo funcione en orden supervisado por el Gerente General de la Plaza.

Tipos de organización Administrativa

Dependiendo de su forma y características, es posible distinguir entre varios modelos de organización administrativa, como son:

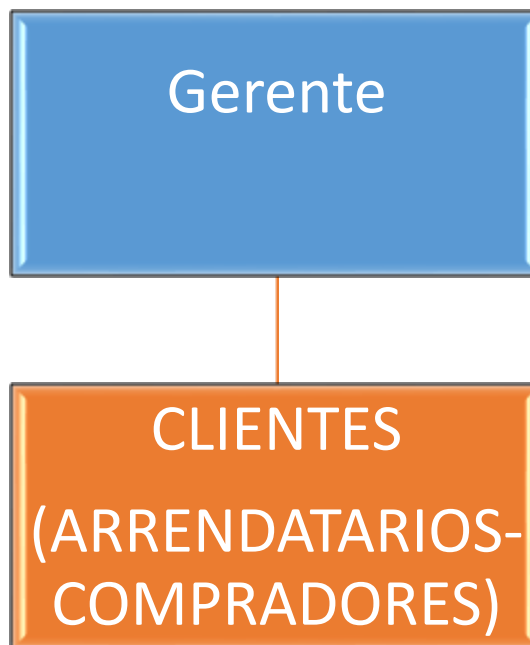
- Organización lineal. Se trata del modelo jerárquico tradicional, simple y piramidal, que presenta líneas de autoridad únicas y la información se transmite de manera unidireccional, desde las visiones globales superiores de la estructura, hasta las posiciones locales de la base. La toma de decisiones es totalmente centralizada y existe una jefatura única.
- Organización funcional. Esta es la versión moderna del modelo anterior, que estructura la empresa en base a departamentos, cada uno dotado de su jefe, y el total de los jefes dirigidos por la cúpula de la empresa, ya sea de manera individual o en base a reuniones. Es un modelo ideal para dividir el trabajo en pequeñas partes, y las decisiones suelen tomarse mediante consultas al especialista de cada área.
- Organización matricial. Se trabaja en base a proyectos y resultados esperados, mediante la constitución de equipos de trabajo multidisciplinarios a los que pertenecen individuos de diversas áreas. Estos grupos poseen un jefe de proyecto, son temporales, e intercambian información con otros proyectos de manera esporádica y eventual. Se comportan, del resto, como células más o menos autónomas.
- Organización en comités. Opera en base a comités, o sea, a grupos reducidos a los que se asigna el estudio de alguna etapa o aspecto específico del proceso productivo, ya sea de manera formal o informal. Los miembros de los comités trabajan por separado y se reúnen cada cierto tiempo, involucrando generalmente a los líderes o jefes de cada sección de la empresa, y varían de acuerdo con la resolución de las situaciones específicas a atender.
- Organización en trébol. Supone la contratación externa u outsourcing de muchas de las tareas de la empresa, cuyo equipo de trabajo fundamental lo constituyen quienes dirigen las labores externas y coordinan los diversos

esfuerzos de la empresa. Es un modelo en boga en tiempos de baja contratación laboral.

Analizando el concepto de organización administrativa, los elementos que la comprenden, y los tipos de organización que existen, podemos concluir que nuestra empresa es de organización lineal, ya que la información se transmite de manera unidireccional, la toma de decisiones es totalmente centralizada y existe una jefatura única, en este caso el jefe Gerente de la plaza comercial y es del que dependerán todas las decisiones.

Tomando en cuenta que la empresa es de organización lineal y que la información se transmite de manera directa, se realizó el diagrama número 9 para que pueda quedar más claro el concepto y que solo tendrán relación Gerente General-Clientes.

Diagrama 11. Organización Administrativa



Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 15. Actividades Desempeñadas por el Gerente

- Entregar en condiciones óptimas el local comercial que renten o se venda
- Elaborar contratos de renta y compra venta
- Determinar por cuanto tiempo realizará el contrato si a 12 o 24 meses
- Ser el contacto directo con los locatarios interesados en rentar o adquirir un local comercial
- Elaborar un informe mensual de acuerdo a los locatarios que pagan puntualmente y quienes no, para evaluar si se les renovará el contrato
- Responsable de Pagar la Luz cada Bimestre
- Responsable de Pagar el Agua cada Bimestre
- Responsable de Pagar el Teléfono cada mes
- Responsable de pagar el Internet cada mes
- Recaudar la renta de cada mes y entregársela al dueño

Fuente: Elaboración Propia

4.4 Perfil. Funciones y responsabilidades del personal a contratar

En el caso de este proyecto solamente se contratará al Gerente General de la empresa y él se encargará de rendirle informes a los dueños de la plaza comercial.

4.5 Sueldos y salarios

Salario es la retribución que debe pagar el patrón al trabajador por su trabajo, éste se puede fijar por unidad de tiempo, por unidad de obra, por comisión, a precio alzado o de cualquier otra manera. En este caso se establecerá el salario por unidad de tiempo y de acuerdo con la posición que se tenga dentro de la organización (Ley Federal de Trabajo, 2024).

El salario deberá ser remunerado y nunca menor al fijado como mínimo, de acuerdo con la nueva política salarial, se estableció que el salario mínimo general en 2024 será de \$248.93 pesos diarios (por una jornada de 8 horas) asimismo para fijar el

importe del salario se tomarán en consideración la cantidad y calidad del trabajo (Ley Federal de Trabajo, 2024)

Se contempla que a el Gerente General de la empresa se le asignará un sueldo de \$10, 000 Diez Mil Pesos mensuales, éstos diez mil pesos ya incluyen todo tipo de prestaciones de acuerdo con las actividades que realice, en el siguiente gráfico se muestra desglosado cuánto dinero ganará diariamente.

Cuadro 16. Salario del Gerente General

Salario	Cantidad expresada en Pesos Mexicanos
Diario	\$357.14
Semanal	\$2,500
Mensual	\$10,000

Fuente: Elaboración Propia

4.6 Costo por la Elaboración del Proyecto para la apertura de Plaza Comercial

El costo por la elaboración del proyecto para la apertura de la plaza comercial será considerado en la inversión total, ya que son los honorarios que se deben de pagar por el asesoramiento y estudio detallado que se hizo para la realización de este proyecto.

Cuadro 17. Costo de la Elaboración del Proyecto para la apertura de Plaza Comercial

Concepto	Monto
Costo	\$60,000.00

Fuente: Elaboración basado en el Presupuesto de la Elaboración del Proyecto

Capítulo V. ESTUDIO FINANCIERO

En este capítulo se llevará a cabo el análisis financiero del proyecto de inversión, para este estudio se cuantificará el monto de inversión requerida para la puesta en marcha de dicho proyecto, además se debe realizar un análisis de factibilidad que permita saber si es viable la apertura de una Plaza Comercial en el Municipio de Ixtlahuaca.

El estudio financiero se elabora con los datos proporcionados sobre la cantidad de inversión, ingresos, gastos, utilidad, capital de trabajo, depreciaciones, amortización, sueldos, entre otros; que determinan los flujos de efectivo que producirá la renta de locales comerciales para determinar su evaluación.

2.3 Inversión Total

La inversión total son todos los gastos que se efectúan para la adquisición de determinados factores o medios productivos, los cuales permiten implementar una unidad de producción por ejemplo los precios para los edificios, obras civiles e instalaciones, se puede obtener en base a la compra de los equipos de producción (Peters, 2013)

Después de todos los estudios realizados y el cálculo de las inversiones previas puestas en marcha y de aquellas que se realizan durante la construcción de la plaza comercial, serán determinantes para la evaluación económica del proyecto.

Para tal efecto, el monto de inversión total requerido se sintetiza en tres segmentos:

- 1) Inversión Fija
- 2) Inversión Diferida
- 3) Capital de Trabajo

El siguiente cuadro muestra el resumen de la inversión total requerida para la puesta en marcha de la Apertura de la Plaza Comercial.

Cuadro 18. Inversión Total

CONCEPTO	PESOS
1.- Inversión Fija	
Terreno	\$7,000,000
Construcciones	\$2,720,000
Equipo de Computo	\$8,000
Impresora	\$2,000
Silla	\$1,500
Escritorio	\$3,000
Total de Inversión Fija	\$9,734,500
2.-Inversión Diferida	
Contrato de agua	\$500
Contrato de luz	\$500
Contrato de internet	\$500
Contrato de teléfono	\$500
Costo de Elaboración del Proyecto	\$60,000
Permisos Municipales	\$15,000
Publicidad	\$60,000
Mantenimiento (Limpieza y Composturas)	\$4,000
Total de Inversión Diferida	\$141,000
3.- Capital de Trabajo	
Efectivo	\$12,000
Total de Capital de Trabajo	\$12,000
Total de Inversión	\$9,887,500

Fuente: Elaboración Propia

2.3.1 Inversión Fija

La inversión fija del proyecto contempla la inversión en activos fijos tangibles, tales como terreno, obras físicas; así como la adquisición de mobiliario y equipo, entre otros, para su inicio de operación (UNAM, 2015).

La inversión fija: Se refiere a todo tipo de activos cuya vida útil es mayor a un año y cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades. Estas comprenden los siguientes elementos:

- Terreno
- Construcciones
- Equipo de cómputo

Cuadro 19. Inversión Fija

CONCEPTO	PESOS
1.- Inversión Fija	
Terreno	\$7,000,000
Construcciones	\$2,720,000
Equipo de Cómputo	\$8,000
Impresora	\$2,000
Silla	\$1,500
Escritorio	\$3,000
Total de Inversión Fija	\$9,734,500

Fuente: Elaboración Propia

2.3.2 Inversión Diferida

Esta inversión se realiza en bienes y servicio intangibles indispensables para la Institución, pero no intervienen directamente en la actividad que nos compete. A diferencia de las inversiones fijas, la inversión diferida al referirse a servicios intangibles está sujeta a amortizaciones y se recupera a largo plazo (UNAM, 2015)

De acuerdo con la definición anterior, en el proyecto de la plaza comercial, la inversión diferida serían los estudios previos que se realizaron como lo fue la

encuesta, para saber la viabilidad y factibilidad de la construcción de la plaza comercial en el municipio de Ixtlahuaca.

El pago de permisos, tramites, contratos de luz, agua y licencia de funcionamiento para la plaza comercial, también son elementos de nuestra inversión diferida, ya que sin ellos no podría funcionar nuestra plaza comercial, o ni siquiera pudiéramos abrirla.

En el caso del Proyecto de la Plaza Comercial la inversión diferida se muestra en el siguiente cuadro, dando un total de \$ 137,000 Ciento Treinta y Siete Mil Pesos.

Cuadro 20. Inversión Diferida

INVERSIÓN DIFERIDA	
CONCEPTO	MONTO
Contrato de agua	\$500
Contrato de luz	\$500
Contrato de internet	\$500
Contrato de teléfono	\$500
Costo de Elaboración del Proyecto	\$60,000
Permisos Municipales	\$15,000
Publicidad	\$60,000
Mantenimiento (Limpieza y Composturas)	\$4,000
TOTAL	\$141,000

Fuente: Elaboración Propia

5.1.3 Capital de Trabajo

La apertura de la Plaza Comercial en el municipio de Ixtlahuaca generará gastos antes de que empiece a funcionar la empresa y se empiecen a generar ingresos, se debe de tener una cantidad de dinero para poder solventar esos gastos y la empresa siga funcionando sin ningún problema.

La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios para la operación normal del proyecto, cuya función consta en financiar el desfase que se produce entre los egresos y la generación de ingresos de la Institución (UNAM, 2015).

El capital de trabajo está conformado por todos los gastos que se necesitan para poner en funcionamiento la empresa, es decir el capital inicial.

Para calcular el capital de trabajo, se utilizó el método del déficit acumulado, donde se calculan los flujos de ingresos y egresos proyectados.

El método del déficit acumulado máximo es un procedimiento para calcular la inversión en capital de trabajo de un proyecto. Para ello, se proyectan los flujos de ingresos y egresos de cada mes, cada semana o cada día según sea necesario y se determina el déficit acumulado máximo

Cuadro 21. Capital de Trabajo

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
INGRESOS	0	20,000	30,000	40,000	40,000	40,000	60,000	80,000	90,000	90,000	90,000	90,000
EGRESOS	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000
SALDOS	-16,000	4,000	14,000	24,000	24,000	24,000	44,000	64,000	74,000	74,000	74,000	74,000
ACUMULADOS	-16,000	-12,000	2,000	26,000	50,000	74,000	118,000	182,000	256,000	330,000	404,000	478,000

Fuente: Elaboración Propia

En el cuadro anterior se puede observar que a partir del tercer mes de funcionamiento la plaza comercial tendrá ingresos mayores a los egresos y por lo tanto un saldo positivo, lo que hace el acumulado de \$12,000 pesos, es el dinero en efectivo que la plaza comercial requiere frente a sus gastos iniciales

5.2 Financiamiento

En este apartado se analizan los problemas relacionados con la especificación de las fuentes financieras a las que se recurrirá, y la manera en que se canalizar estos recursos para convertir en realidad la iniciativa (Hinojosa & Alfaro, 2000).

Después de haber calculado el monto total de inversión inicial, se ha analizado la estructura de financiamiento del proyecto. El monto de la inversión inicial es alto, pero el propietario del proyecto cubrirá el 100% de la inversión que es la cantidad de \$9,881,000 pesos (Nueve Millones Ochocientos Ochenta y Un Mil pesos); ya que en cuanto comience a funcionar la plaza comercial y se empiecen a cobrar las rentas de los locales comerciales, el dinero recaudado será para él y así que el retorno del dinero de inversión sea lo más pronto posible.

Cuadro 22. Aportaciones de los Socios

Estructura de Financiamiento	Porcentaje	Pesos Mexicanos (MXN)
Aportación del Inversionista 1	50%	\$4,943,750
Aportación del Inversionista 2	50%	\$4,943,750
TOTAL	100%	\$9,887,500

Fuente: Elaboración Propia

En el cuadro 22 podemos observar cómo se encuentran divididas las aportaciones que cada socio hará para poder hacer posible la construcción de la Plaza Comercial, el socio número uno aportará \$4,943,750 (Cuatro Millones, Novecientos Cuarenta y Tres Mil, Setecientos Cincuenta Pesos), mientras que el socio número dos aportará la misma cantidad de \$4,943,750 (Cuatro Millones, Novecientos Cuarenta y Tres Mil, Setecientos Cincuenta pesos). La suma de estas dos aportaciones nos da el total de \$9,887,500 (Nueve Millones, Ochocientos Ochenta y Siete Mil, Quinientos Pesos) que es la cantidad que se necesita para poder construir la Plaza Comercial.

Gráfico 17. Porcentaje de Financiamiento



Fuente: Elaboración Propia

5.3 Depreciaciones y Amortizaciones

Para las depreciaciones y amortizaciones tienen significados diferentes los distintos autores que existen, de acuerdo análisis que se realizó las dos definiciones que se presentan a continuación son las más completas y estaremos trabajando sobre ellas en el Proyecto de la Plaza Comercial.

La depreciación tiene la misma connotación que amortización, pero la depreciación sólo se aplica al activo fijo, ya que a medida que se usan los bienes estos valen menos, en otras palabras, se deprecian en cambio, la amortización solo se aplica a los activos diferidos o intangibles (Urbina, 2013).

Otro costo que debe ser tomado en cuenta como parte de los egresos del proyecto, aunque en este caso, de manera independiente; es el referente a la depreciación y amortización de activos. El primero aplicado solamente a la inversión en obra física y al equipamiento como un costo contable que será de utilidad para un pago menor de impuestos y como una forma de recuperación de la inversión por los activos fijos mencionados (UNAM, 2015).

La vida útil y el método de depreciación pueden variar según el tipo de activo y las regulaciones contables aplicables.

Cuando un activo se utiliza en las operaciones de una empresa para generar ingresos, sufre un desgaste natural que disminuye su vida operativa. La depreciación busca reconocer este desgaste del activo a través de una asignación de gastos.

Activos que no se deprecian: existen activos fijos que no se deprecian, como los edificios en construcción o la maquinaria y equipo en montaje. Estos activos no se deprecian mientras se encuentren en proceso de construcción o montaje, ya que no se utilizan. La depreciación se realiza una vez que estén en condiciones de ser utilizados y generar ingresos, asociando así el gasto que ha contribuido a generarlos.

Otro ejemplo de activo fijo que no se deprecia son los terrenos. Por disposición legal fiscal, no son objeto de depreciación.

Amortizaciones

Por otro lado, la amortización se refiere al proceso contable utilizado para distribuir el costo de los activos intangibles a lo largo de su vida útil estimada. Esto incluye activos como patentes, derechos de autor, marcas registradas, software, entre otros. Al igual que las depreciaciones, la vida útil y el método de amortización para estos activos intangibles pueden variar según las regulaciones contables y las políticas internas de la empresa. (UNAM, 2015)

De acuerdo con esta información, podemos concluir que las depreciaciones y amortizaciones son de gran importancia en un estado financiero ya que ayudan a reflejar de manera precisa la situación financiera de la empresa al considerar la disminución del valor de los activos con el tiempo.

Podemos concluir que las depreciaciones y amortizaciones son importantes para la toma de decisiones, ya que proporcionan información relevante sobre la reposición de activos, inversiones y planificación financiera a largo plazo.

En este proyecto habrá depreciaciones y amortizaciones, que se mostrarán en el cuadro número 23, lo único que no se va a depreciar es el terreno, por el contrario, con el paso del tiempo tendrá un costo mayor.

En el proyecto referente a la Plaza Comercial solamente se va a aplicar el 5% de la depreciación a la construcción del edificio que de acuerdo con el método empleado para su cálculo es el llamado Método Fiscal de Línea Recta que implica el uso de tasas de depreciación y amortización de activos establecidos en el artículo 34 de la Ley del Impuesto sobre la Renta (2019). Al equipo de Cómputo y la impresora se le aplicará un 30%, mientras que a la silla y al escritorio se le aplicará el 10%. En cuanto a la amortización se refiere se aplicará una tasa del 10% a los elementos que se enlistan en el cuadro 23.

En la siguiente página, se muestra en el cuadro 23 las depreciaciones y amortizaciones de los primeros 10 años de Operación de la Plaza Comercial.

Cuadro 23. Depreciaciones y Amortizaciones

CONCEPTO	VALOR ORIGINAL	TASA (%)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
DEPRECIACIONES								
Terreno	\$5,000,000							
Construcciones	\$2,720,000	5%	\$136,000	\$136,000	\$136,000	\$136,000	\$136,000	\$136,000
Equipo de Cómputo	\$8,000	30%	\$2,400	\$2,400	\$2,400	\$800	\$0	\$0
Impresora	\$2,000	30%	\$600	\$600	\$600	\$200	\$0	\$0
Silla	\$1,500	10%	\$150	\$150	\$150	\$150	\$150	\$150
Escritorio	\$3,000	10%	\$300	\$300	\$300	\$300	\$300	\$300
AMORTIZACIONES								
Contrato de Agua	\$500	10%	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50
Contrato de Luz	\$500	10%	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50
Contrato de Internet	\$500	10%	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50
Contrato de Teléfono	\$500	10%	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50
Costo de Elaboración del Proyecto	\$60,000	10%	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000
Permisos Municipales	\$15,000	10%	\$1,500	\$1,500	\$1,500	\$1,500	\$1,500	\$1,500
Publicidad	\$60,000	10%	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000
Mantenimiento (Limpieza y Composturas)	\$4,000	10%	\$400	\$400	\$400	\$400	\$400	\$400
Total de Depreciaciones y Amortizaciones			\$153,550	\$153,550	\$153,550	\$151,550	\$150,550	\$150,550

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 23. Continuación del Cuadro 23

CONCEPTO	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Valor Residual
DEPRECIACIONES					
Terreno					\$7,000,000
Construcciones	\$136,000	\$136,000	\$136,000	\$136,000	\$1,360,000
Equipo de Cómputo	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Impresora	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Silla	\$150	\$150	\$150	\$150	\$0
Escritorio	\$300	\$300	\$300	\$300	\$0
AMORTIZACIONES					
Contrato de Agua	\$50	\$50	\$50	\$50	\$0
Contrato de Luz	\$50	\$50	\$50	\$50	\$0
Contrato de Internet	\$50	\$50	\$50	\$50	\$0
Contrato de Teléfono	\$50	\$50	\$50	\$50	\$0
Costo de Elaboración del Proyecto	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$0
Permisos Municipales	\$1,500	\$1,500	\$1,500	\$1,500	\$0
Publicidad	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$0
Mantenimiento (Limpieza y Composturas)	\$400	\$400	\$400	\$400	\$0
Total de Depreciaciones y Amortizaciones	\$150,550	\$150,550	\$150,550	\$150,550	\$

Fuente: Elaboración propia

5.4 Presupuesto de Ingresos

Ingresos: Los ingresos representan cualquier cantidad de dinero que entre a formar parte de la economía de una persona o empresa (BBVA, 2024)

El presupuesto de Ingresos representa una estimación de entrada de efectivo generada por la renta de locales comerciales que ofrecerá la plaza comercial en el municipio de Ixtlahuaca, Estado de México, es útil para la realización del Estado de Resultados y punto de Equilibrio, para posteriormente realizar la Evaluación

Económica del proyecto. Por consiguiente, será preciso pronosticar el volumen y comportamiento de ambos durante un horizonte de planeación (2025-2035).

El presupuesto de ingresos consiste en el dinero que ingresará a la empresa a partir de la venta de los productos, y este capítulo se debe estimar de manera realista.

El concepto que representará la entrada de Capital para la Plaza, serán 6 Locales comerciales en renta y 3 locales en venta.

- ❖ De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas, se partirá con la renta de 6 locales comerciales y con la venta de 3 locales comerciales, ya que la inversión que se tiene que hacer es muy grande y con la venta de 3 locales comerciales, el tiempo de recuperación de la inversión será más corto
- ❖ El pronóstico de ingresos se realizará por 10 años, ya que se considera que la inversión así lo requiere para tratar de recuperarla en un corto plazo.
- ❖ El primer año se calcula iniciar con la venta de los 3 locales comerciales y 6 rentados, desde antes de concluir la plaza comercial se le dará difusión y habrá un encargado por parte del propietario que su función será tener todos los locales comerciales rentados y vendidos.

Cuadro 24. Presupuesto Mensual de Ingresos

#LOCAL	MONTO MENSUAL EN PESOS MEXICANOS (MXN)
1	\$10,000
2	\$10,000
3	\$10,000
4	\$10,000
5	\$10,000
6	\$10,000
INGRESO TOTAL MENSUAL	\$60,000

Fuente: Elaboración Propia

En el cuadro 24 se puede observar el ingreso mensual que se tendrá, por cada local comercial y en la parte inferior se muestra el total de ingresos anuales que se tendrán, teniendo en cuenta que son 6 locales, mensualmente se tendrá un ingreso por renta de \$60,000 pesos.

Cuadro 25. Ingreso Anual

MES	MONTO MENSUAL (MXN)
ENERO	\$60,000
FEBRERO	\$60,000
MARZO	\$60,000
ABRIL	\$60,000
MAYO	\$60,000
JUNIO	\$60,000
JULIO	\$60,000
AGOSTO	\$60,000
SEPTIEMBRE	\$60,000
OCTUBRE	\$60,000
NOVIEMBRE	\$60,000
DICIEMBRE	\$60,000
INGRESO TOTAL ANUAL	\$720,000

Fuente: Elaboración Propia

En el cuadro 25 se puede observar los ingresos que se tendrán anualmente, en la parte izquierda del cuadro viene especificado cuanto estará ingresando cada mes, haciendo la sumatoria de los ingresos nos resulta la cantidad de \$720,000 pesos que son el ingreso por año.

Cuadro 26. Ingresos por Ventas

<i>Ingreso por Venta</i>	<i>Monto</i>
<i>Local Comercial 1</i>	\$2,000,000
<i>Local Comercial 2</i>	\$2,000,000
<i>Local Comercial 3</i>	\$2,000,000
<i>Total</i>	\$6,000,000

Fuente: Elaboración Propia

En el cuadro 26 se puede observar la cantidad de ingresos que se obtendrán con la venta de 3 locales comerciales, la suma de la venta de los 3 locales comerciales es de \$6,000,000 pesos (Seis millones de pesos), hay que mencionar que este ingreso será único ya que el objetivo de la venta de los locales es que sea mejor el tiempo de recuperación de la inversión realizada por parte de los socios.

Cuadro 27. Sumatoria de Ingresos por Ventas y Rentas

Ingreso por Venta	\$6,000,000
Ingreso por Renta Anual	\$720,000
Total	\$6,720,000

Fuente: Elaboración Propia

En el cuadro 27 podemos observar la suma de dinero por parte de los ingresos por renta y los ingresos por renta, dándonos como resultado la cantidad de \$6,720,00 pesos (Seis Millones, Setecientos Veinte Mil Pesos), está cantidad de dinero se tendrá como ingreso el primer año de operación.

Cuadro 28. Ingresos por Renta pronosticados a 10 años

AÑO	AUMENTO DEL 2.4%	MONTO ANUAL (MXN)

2025		\$720,000
2026	\$17,280	\$737,280
2027	\$17,695	\$754,975
2028	\$18,119	\$773,094
2029	\$18,554	\$791,648
2030	\$19,000	\$810,648
2031	\$19,456	\$830,103
2032	\$19,922	\$850,026
2033	\$20,401	\$870,427
2034	\$20,890	\$891,317
Total de Ingresos por Renta en 10 años		\$8,029,518

Fuente: Elaboración Propia

En el cuadro 28 podemos observar los ingresos por renta pronosticados a 10 años, a partir del año 2 habrá un incremento del 2.4% en la renta, ya se especifica que habrá un aumento en la renta cada año cuando firman el contrato de arrendamiento., la cantidad pronosticada de Ingresos por Renta es de \$8,029,518 pesos (Ocho Millones, Veintinueve mil, quinientos dieciocho pesos)

5.5 Presupuesto de Egresos

Egresos: Los egresos son las cantidades de dinero que salen y representan una reducción de algún patrimonio (gastos) (BBVA, 2024).

El presupuesto de egresos comprende costos de producción (directos e indirectos), gastos de operación (administración y financieros). Los costos directos de producción son aquellos que intervienen directamente en la producción de un bien u ofrecimiento de un servicio; los costos indirectos a diferencia de los primeros, éstos operan de manera indirecta al no intervenir en la transformación de materias primas.

En la hoja siguiente en el cuadro 29, se muestra el presupuesto de Egresos del presente proyecto pronosticado a 10 años.

Cuadro 29. Presupuesto de Egresos

Concepto/Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Costos de Producción										
Sueldos y Salarios(Gerente General)	\$120,000	\$120,000	\$120,000	\$120,000	\$120,000	\$120,000	\$120,000	\$120,000	\$120,000	\$120,000
Material de Limpieza(Escobas, Jabón, Trapeadores, etc)	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000
Mantenimiento de Impresora y Computadora	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000
Tóner	\$1,500	\$1,500	\$1,500	\$1,500	\$1,500	\$1,500	\$1,500	\$1,500	\$1,500	\$1,500
Lámparas	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000
Papelería	\$3,000	\$3,000	\$3,000	\$3,000	\$3,000	\$3,000	\$3,000	\$3,000	\$3,000	\$3,000
Total de Costos de Producción	\$134,500	\$134,500	\$134,500	\$134,500	\$134,500	\$134,500	\$134,500	\$134,500	\$134,500	\$134,500
Gastos de Administración										
Pago de Agua	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000
Pago de Luz	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000
Pago de Internet	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000
Pago de Teléfono	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000	\$6,000
Pago de Licencia de Funcionamiento	\$15,000	\$15,000	\$15,000	\$15,000	\$15,000	\$15,000	\$15,000	\$15,000	\$15,000	\$15,000
Sueldo de Mantenimiento(Limpieza y Composturas)	\$72,000	\$72,000	\$72,000	\$72,000	\$72,000	\$72,000	\$72,000	\$72,000	\$72,000	\$72,000
Total de Gastos de Administración	\$111,000									
Gastos de venta										
Publicidad	\$60,000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Total de Egresos Anuales	\$305,500	\$245,500	\$245,500	\$245,500	\$245,500	\$245,500	\$245,500	\$245,500	\$245,500	\$245,500

Fuente: Elaboración Propia

5.6 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es donde el ingreso total de una empresa es igual a sus gastos totales, es decir, que en el punto de equilibrio no hay utilidad o esta es simplemente cero, este análisis proporciona puntos de referencia importantes para la planificación a largo plazo de un negocio (Arevalo, Burgos, Núñez, & Serrano, 2017).

El punto de equilibrio es el nivel de producción que deberá mantener una empresa para cubrir todos sus costos de operación, sin recurrir en pérdidas o utilidades.

El nivel de equilibrio se alcanza cuando los ingresos son iguales a la suma de los costos fijos y variables, siendo ese el nivel en el cual no se pierde ni se gana dinero.

La función de este análisis consiste en que se puede calcular el punto mínimo de producción al que debe de operar la empresa para no contraer pérdidas; al igual que determinar el nivel al que tendrá que producir y vender un bien o un servicio, para que el beneficio que ello genere sea suficiente para cubrir todos sus costos de producción.

En este caso tendríamos que hacer el cálculo y saber cuántos locales comerciales deben de estar rentados para llegar al punto de equilibrio.

Se usa el método analítico para comparar el punto de equilibrio durante el horizonte de planeación que consiste en comparar los costos y gastos de una empresa para determinar el punto en que no se generen ni se pierdan utilidades.

$$PE = \frac{CF}{1 - \left(\frac{CV}{VT}\right)}$$

Dónde:

CF = Costo Fijo

CV = Costo Variable

VT = Ventas Totales

Cuadro 30. Punto de Equilibrio

Concepto	Fijo	Variable
Sueldos y Salarios (Gerente General)	\$120,000	
Material de Limpieza (Escobas, Jabón, Trapeadores, etc)	\$6,000	
Mantenimiento de Impresora y Computadora	\$2,000	
Tóner	\$1,500	
Lámparas		\$2,000
Papelería		\$3,000
Pago de Agua	\$6,000	
Pago de Luz		\$6,000
Pago de Internet		\$6,000
Pago de Teléfono		\$6,000
Pago de Licencia de Funcionamiento		\$15,000
Sueldo de Mantenimiento (Limpieza y Composturas)		\$72,000
Total	\$135,500	\$110,000

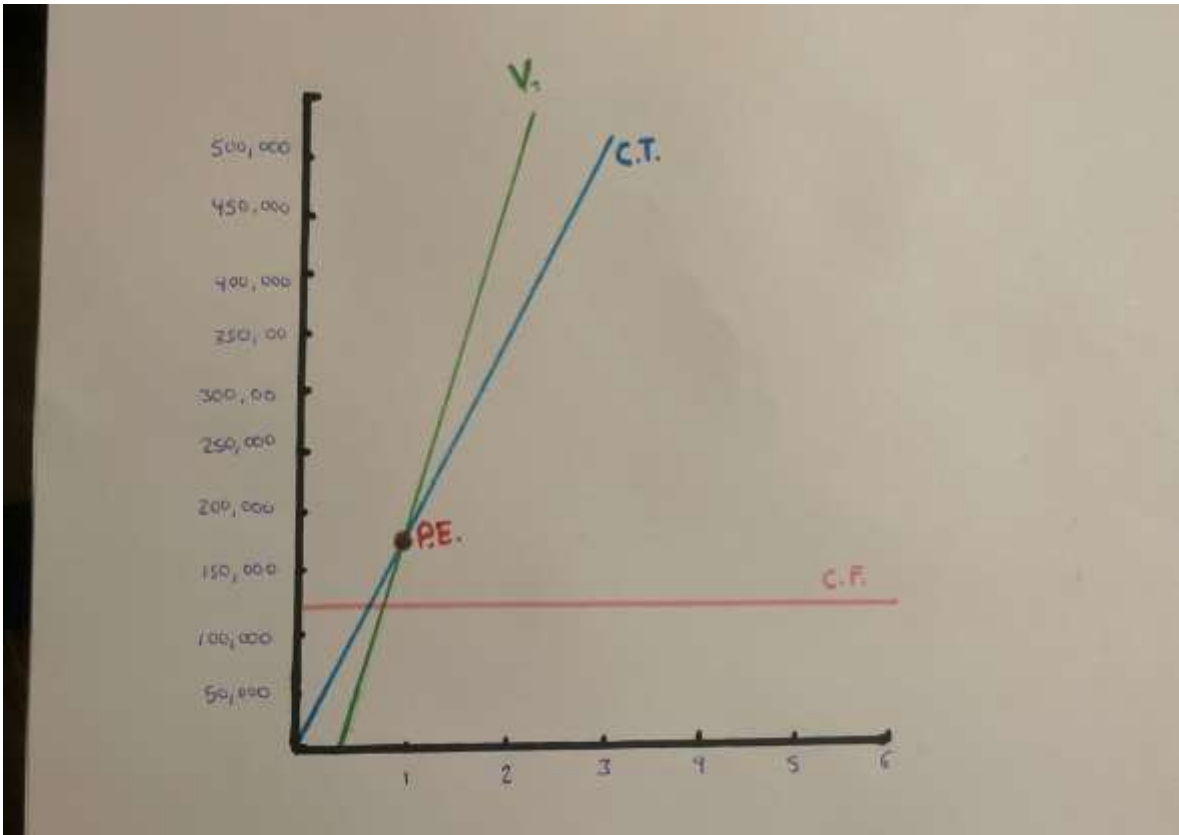
Fuente: Elaboración propia

Ventas Totales \$720,000

Realizando la Operación y sustituyendo en la fórmula, el resultado para el punto de Equilibrio es de \$159,934.43

Dicho de otra manera, para que no haya pérdidas ni ganancias, deben de ingresar a la empresa \$159,934.43 pesos.

Gráfico 18. Punto de Equilibrio



Fuente: Elaboración Propia

5.7 Estados Financieros Proforma

Los Estados Financieros Proforma son comúnmente los siguientes: Estado de Resultados, Flujo de Efectivo, Balance General y Estado de Origen y Destino; estados que sirven como indicadores del comportamiento de la empresa en el futuro, acorde a los recursos de que dispone, a las utilidades que se generen en su actividad y a las obligaciones que deberá cumplir (UNAM, 2015).

El Estado de Resultados, también conocido como Estado de Pérdidas y Ganancias, muestra los resultados obtenidos por la empresa en términos de utilidades o pérdidas en un determinado periodo (UNAM, 2015).

El Flujo de Efectivo, igualmente llamado como Flujo de Caja, es la planeación de entradas y salidas de efectivo presentados en una forma sistemática y en un periodo determinado de tiempo de una empresa (García & Saldarriaga, 2015).

El Balance General es el documento en el cual se describe la posición financiera de la empresa en un punto específico del tiempo, indica las inversiones realizadas bajo la forma de activos y los medios a través de los cuales se financiaron dichos activos, está compuesto por: activo, pasivo y capital contable (Sifuentes, 2019).

El Estado de Origen y Destino es una herramienta para el análisis económico y financiero a través del cual se obtienen las variaciones que han ocurrido en las masas patrimoniales de una empresa mediante la comparación de las mismas entre ejercicios contables con el fin de determinar cuáles han sido las fuentes que se han generado en dicho periodo de tiempo como resultado del ciclo de explotación de la empresa y en que han sido aplicadas o usadas las mismas (El Economista, 2016).

Para efectos de evaluación en la parte financiera, debido a que es un proyecto nuevo, solo se considera el Estado de Resultados y el Flujo de Efectivo.

5.7.1 Estado de Resultados

El Estado de Resultados es un estado financiero básico en el cual se presenta información relativa a los logros alcanzados por la administración de una empresa durante un periodo determinado; asimismo, hace notar los esfuerzos que se realizaron para alcanzar dichos logros. La diferencia entre logros y esfuerzos es un indicador de la eficiencia de la administración y sirve de medida para evaluar su desempeño.

El Estado de resultados debe mostrar la información relacionada con las operaciones de una entidad lucrativa en un periodo contable mediante un adecuado enfrentamiento de los ingresos con los costos y gastos relativos, para así determinar la utilidad o pérdida neta del periodo, la cual forma parte del capital ganado de esas entidades.

En la siguiente página se muestra el Estado de Resultados Proforma, pronosticado a 10 años.

Cuadro 31. Estado de Resultados

Concepto/Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos Totales por Renta	\$720,000	\$737,280	\$754,975	\$773,094	\$791,648	\$810,648	\$830,103	\$850,026	\$870,427	\$891,317
Ventas Totales por Locales Comerciales	\$6,000,000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Costos de Producción	\$134,500	\$134,500	\$134,500	\$134,500	\$134,500	\$134,500	\$134,500	\$134,500	\$134,500	\$134,500
Utilidad Bruta	\$6,585,500	\$602,780	\$620,475	\$638,594	\$657,148	\$676,148	\$695,603	\$715,526	\$735,927	\$756,817
Gastos de Administración	\$111,000	\$111,000	\$111,000	\$111,000	\$111,000	\$111,000	\$111,000	\$111,000	\$111,000	\$111,000
Gastos de Venta	\$60,000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Depreciaciones y Amortizaciones	\$153,550	\$153,550	\$153,550	\$151,550	\$150,550	\$150,550	\$150,550	\$150,550	\$150,550	\$150,550
Utilidad antes de ISR y PTU	\$6,260,950	\$338,230	\$355,925	\$376,044	\$395,598	\$414,598	\$434,053	\$453,976	\$474,377	\$495,267
ISR(30%)	\$1,878,285.0	\$101,469.0	\$106,777.42	\$112,813.23	\$118,679.51	\$124,379.38	\$130,216.04	\$136,192.79	\$142,312.98	\$148,580.05
PTU(10%)		\$33,823.0	\$35,592.47	\$37,604.41	\$39,559.84	\$41,459.79	\$43,405.35	\$45,397.60	\$47,437.66	\$49,526.68
Utilidad Neta	\$4,382,665.0	\$202,938.0	\$213,554.83	\$225,626.47	\$237,359.02	\$248,758.76	\$260,432.09	\$272,385.58	\$284,625.95	\$297,160.10

Fuente: Elaboración Propia

Nota:

5.7.2 Flujo de Efectivo

El estado de Flujo de Efectivo muestra de donde se originó el efectivo, así como su aplicación en un periodo determinado. Este estado les sirve a los administradores para la toma de decisiones en nuevas inversiones, para pagar deudas a corto y largo plazo, entre otros.

El Flujo de Efectivo, igualmente llamado como Flujo de Caja, es la planeación de entradas y salidas de efectivo presentados en una forma sistemática y en un periodo determinado de tiempo de una empresa (Gómez, 2015)

El Flujo de Efectivo tiene como propósito dar a conocer cómo el dinero se gastó o invirtió en la empresa y cómo financió las compras (por deuda o por fondos aportados por los accionistas).

Este flujo consta de dos partes en su contenido:

- Entradas: Aportaciones de socios, ventas a corto plazo.
- Salidas: Consta de las Inversiones y los Gastos a corto plazo.

En la siguiente página en el Cuadro 32, se muestra el Flujo de Efectivo pronosticado a 10 años.

Cuadro 32. Flujo de Efectivo

Concepto/Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Entradas		\$6,732,000	\$5,419,995	\$5,928,678	\$6,448,402	\$6,978,633	\$7,520,041	\$8,073,306	\$8,638,710	\$9,216,546	\$9,807,113
Aportaciones de Socios	\$9,887,500	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Créditos Bancarios	\$0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ingreso por Rentas	\$ -	\$6,720,000	\$737,280	\$754,975	\$773,094	\$791,648	\$810,648	\$830,103	\$850,026	\$870,427	\$891,317
Caja Inicial		\$12,000	\$4,682,715	\$5,173,703	\$5,675,308	\$6,186,984	\$6,709,393	\$7,243,202	\$7,788,684	\$8,346,120	\$8,915,796
2.- Salidas											
Inversión Fija	\$9,734,500	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversión Diferida	\$141,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de Administración	\$ -	\$111,000	\$111,000	\$111,000	\$111,000	\$111,000	\$111,000	\$111,000	\$111,000	\$111,000	\$111,000
Gastos de Venta	\$ -	\$60,000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
ISR(30%)	\$ -	\$ 1,878,285	\$ 101,469.00	\$ 106,777.42	\$ 112,813.23	\$ 118,679.51	\$ 124,379.38	\$ 130,216.04	\$ 136,192.79	\$ 142,312.98	\$ 148,580.05
PTU(10%)	\$ -	\$ -	\$ 33,823.00	\$ 35,592.47	\$ 37,604.41	\$ 39,559.84	\$ 41,459.79	\$ 43,405.35	\$ 45,397.60	\$ 47,437.66	\$ 49,526.68
Total de Salidas	\$9,875,500	\$2,049,285	\$246,292	\$253,370	\$261,418	\$269,239	\$276,839	\$284,621	\$292,590	\$300,751	\$309,107
Saldo	\$12,000	\$4,682,715	\$5,173,703	\$5,675,308	\$6,186,984	\$6,709,393	\$7,243,202	\$7,788,684	\$8,346,120	\$8,915,796	\$9,498,006

Fuente: Elaboración Propia

CAPITULO VI. EVALUACIÓN

En este último capítulo de evaluación se abordará el estudio y cálculo del Flujo Neto de Efectivo, la Tasa de Rendimiento Mínima (TREMA), el Valor Presente Neto, la Tasa Interna de Rendimiento (TIR), la relación Beneficio Costo y el Periodo de Recuperación de la Inversión, los resultados de estos estudios nos darán certeza si realmente el proyecto de inversión es viable y redituable.

6.1. Flujo Neto de Efectivo

El Flujo Neto de Efectivo se refiere al excedente de efectivo que una empresa genera después de descontar todos los costos y gastos asociados, por tanto, esta es una medida importante de la salud financiera de una entidad, ya que indica cuánto efectivo está disponible para cubrir deudas, invertir en activos, distribuir dividendos a los accionistas o reinvertir en el negocio. (Alejos, 2021)

Teóricamente el Flujo Neto de Efectivo es la diferencia entre ingresos y egresos de una empresa que vuelven a ser utilizados en su proceso productivo, lo que representa disponibilidad neta de dinero en efectivo para cubrir aquellos costos y gastos en que incurre la empresa, esto permite obtener un margen de seguridad para operar durante el horizonte del proyecto (Efectivo, 2015)

Cuadro 33. Flujo de Neto de Efectivo

Concepto/año	0	1	2	3	4	5
Ingresos por Rentas		\$720,000	\$737,280	\$754,975	\$773,094	\$791,648
Ingresos por Ventas		\$6,000,000	\$0	\$0	\$0	\$0
Costos y Gastos		\$305,500	\$245,500	\$245,500	\$245,500	\$245,500
ISR		\$1,878,285.00	\$101,469	\$106,777	\$112,813	\$118,680
PTU			\$33,823.00	\$35,592.47	\$37,604.41	\$39,559.84
Inversión Fija y Diferida	\$9,875,500					
Capital de Trabajo	\$12,000					
Valores Residuales y Recuperación						
Flujo Neto de Efectivo	-\$9,887,500.00	\$4,536,215	\$356,488	\$367,105	\$377,176	\$387,909

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 33. Continuación del Flujo Neto de Efectivo

Concepto/año	6	7	8	9	10
Ingresos por Rentas	\$810,648	\$830,103	\$850,026	\$870,427	\$891,317
Ingresos por Ventas	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Costos y Gastos	\$245,500	\$245,500	\$245,500	\$245,500	\$245,500
ISR	\$124,379	\$130,216	\$136,193	\$142,313	\$148,580
PTU	\$41,459.79	\$43,405.35	\$45,397.60	\$47,437.66	\$49,526.68
Inversión Fija y Diferida					
Capital de Trabajo					
Valores Residuales y Recuperación					
Flujo Neto de Efectivo	\$399,309	\$410,982	\$422,936	\$435,176	\$645,817

Fuente: Elaboración Propia

La proyección del Flujo Neto de Efectivo arroja que el Proyecto de Apertura de la Plaza Comercial, tendrá un resultado de \$4,536,215 en el año uno, Para el segundo año se tendrá un total de \$356,488 como flujo neto de efectivo, para el año 3 se tendrá \$367,105, para el año 4 se tendrá \$377,176, para el año 5 se tendrá \$387,909, para el año 6 se tendrá la cantidad de \$399,309 como Flujo neto de efectivo, en el año 7 se tendrá \$410,982, en el año 8 se tendrá \$422,936, en el año 9 se tendrá \$435,176 y finalmente en el año 10 se tendrá un Flujo Neto de Efectivo de \$645,817.

6.2 TREMA

Todo el proyecto de inversión antes de iniciar operación o de decidir invertir en este, debe de tener una tasa mínima de ganancia sobre la inversión, ya que todo inversionista, busca obtener un beneficio por el desembolso que va a hacer, a esta tasa se le denomina tasa mínima aceptable de rendimiento que es el costo de capital.

La Tasa de Rendimiento Mínima (TREMA) que los inversionistas están dispuestos aceptar para que puedan invertir su dinero en el proyecto es del 17.50%. Esta tasa se calculó considerando que se gana el 11.5% en la inversión de Cetes en el

Gobierno Mexicano y sumándole la tasa de premio al riesgo que se considera, cabe mencionar que se realizó de manera directa ya que no se solicitó ningún crédito bancario.

$$TREMA = 11.5\% + 6.0\% = 17.50\%$$

Lo que indica que el proyecto deberá generar una tasa de rendimiento del 17.50%

6.3 Valor Presente Neto

El Valor Presente Neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: maximizando la inversión, ya que permite determinar si dicha inversión puede incrementar o reducir el valor de la empresa. Este valor consiste en determinar la equivalencia en el tiempo cero de cada flujo de efectivo futuro que genera el proyecto y al final comparar estos flujos con el desembolso inicial.

El proyecto se determina rentable si el VPN es mayor o igual a cero, si es así se acepta dicho proyecto; pero si es el caso contrario que el valor presente neto sea negativo se dice que el proyecto no es viable y se tiene que rechazar o modificar. (Ruiz, 2022).

Para calcular la VAN se necesita de la siguiente fórmula:

$$VAN = -S_0 + \sum_{t=1}^n \frac{S_t}{(1+i)^t}$$

Dónde:

VPN= Valor Presente Neto

S₀= Inversión inicial

S_t= Flujo de Efectivo Neto del período t

n= Número de períodos de vida del proyecto

i=Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TREMA)

Se realizará el cálculo del VPN a 10 años

Cuadro 34. Valor Presente Neto

	0	1	2	3	4
FNE	-\$ 9,887,500.00	\$6,720,000	\$4,536,215	\$356,488	\$367,105
VPN anual		\$5,719,148.94	\$3,285,624.26	\$219,751.23	\$192,592.17
Acumulado			\$9,004,773.20	\$9,224,524.43	\$9,417,116.60

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 34. Continuación de Valor Presente Neto

5	6	7	8	9	10
\$377,176	\$387,909	\$399,309	\$410,982	\$422,936	\$435,176
\$168,405.11	\$147,401.76	\$129,134.94	\$113,114.94	\$99,068.01	\$86,753.34
\$9,585,521.71	\$9,732,923.48	\$9,862,058.42	\$9,975,173.36	\$10,074,241.36	\$10,160,994.71

Fuente: Elaboración Propia

En el cuadro anterior podemos observar que el Valor Presente Neto calculado a 10 años es de \$10,160,994.71 pesos, por lo cual representa una cantidad mayor a cero por lo que el proyecto es considerado rentable y por lo tanto aceptado.

En el año número 8 el Valor Presente Neto (Acumulado), es de \$9,975,173.36 pesos; es decir en este año los ingresos ya son mayores que la inversión.

Otro punto importante es resaltar que en ningún año se generaron pérdidas y podemos decir que el proyecto es viable.

6.3 Tasa Interna de Rendimiento (TIR)

La Tasa Interna de Retorno o TIR permite saber si es viable invertir en un determinado negocio, considerando otras opciones de inversión de menor riesgo. La TIR es un porcentaje que mide la viabilidad de un proyecto o empresa, determinando la rentabilidad de los cobros y pagos actualizados generados por una inversión (Muñoz, 2016).

Al aplicar la fórmula de la TIR en Excel, se obtiene un resultado del 22% con este resultado y con el VAN de \$10,160,994.71 pesos calculado a 10 años, se concluye que el proyecto generará ganancias a un Mediano Plazo ya que en los primeros 8

años se recuperará la Inversión Total Realizada, y a partir del año 9 se generarán ganancias.

Dicho de otra manera, podemos concluir que el proyecto es viable ya que la TIR es mayor que la TREMA.

6.5 Relación Beneficio Costo

La relación beneficio-costos es un índice que define la viabilidad y rentabilidad de un proyecto de inversión con base en sus beneficios y costos. Este índice se interpreta de la siguiente manera:

Si el resultado es mayor que 1, significa que los beneficios (ingresos) son mayores a los sacrificios (egresos) y, en consecuencia, el proyecto generará riqueza a una comunidad. Si el proyecto genera riqueza con seguridad traerá consigo un beneficio social (Bolaños, 2013).

Si el resultado es igual a 1, los beneficios igualan a los sacrificios sin generar riqueza alguna. Por tal razón sería indiferente ejecutar o no el proyecto. En cambio, si el resultado es menor que 1, indica que la empresa no generará ganancias y por lo tanto será necesario rechazar el proyecto (Bolaños, 2013)

En el caso del proyecto de la Plaza Comercial se tuvo como resultado:

$$B/C = VAN / Inversión\ inicial$$

$$B/C = \$10,160,994.71 / \$9,887,500.00$$

$$B/C = \$1.03$$

El cual nos indica que por cada peso que se invertirá en la Institución, se tendrá una ganancia de 3 centavos, lo que hace que el proyecto sea viable ya que mostrará ganancias a corto, mediano y largo plazo.

6.6 Periodo de Recuperación de la Inversión

El período de recuperación consiste en determinar el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial. Si el periodo de recuperación es mayor a la vida útil

del proyecto se debe rechazar el proyecto, y en caso contrario, se debe aceptar la inversión (Ruiz, 2019).

Cuadro 35. Relación Beneficio Costo

5	6	7	8	9	10
\$377,176	\$387,909	\$399,309	\$410,982	\$422,936	\$435,176
\$168,405.11	\$147,401.76	\$129,134.94	\$113,114.94	\$99,068.01	\$86,753.34
\$9,585,521.71	\$9,732,923.48	\$9,862,058.42	\$9,975,173.36	\$10,074,241.36	\$10,160,994.71

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo con el cuadro anterior y en la columna relativa del Valor Presente Neto Acumulado, se puede observar que el Proyecto de la Apertura de una Plaza comercial, es rentable ya que el periodo de recuperación es en el año 8.

Conclusiones

De acuerdo con las investigaciones realizadas en este proyecto podemos concluir que la hipótesis planteada al principio de este proyecto se cumple, ya que de acuerdo a la encuesta realizada a las personas nos arroja como resultado que la mayoría estarían dispuestos a rentar un local comercial y pagar 10 mil pesos mensuales, también podemos agregar a este cumplimiento de hipótesis que ya no hay espacios suficientes para poder ejercer el comercio el municipio de Ixtlahuaca y la construcción de una plaza comercial para posteriormente rentar o vender los locales comerciales sería una alternativa para dar solución a la insuficiencia de espacios para poder ejercer el comercio.

Otro punto que debemos mencionar y que asegura el cumplimiento de la hipótesis, es que de acuerdo al plan de ventas y rentas que se tiene pronosticado, al octavo año se recupera toda la inversión realizada, esto quiere decir que a partir del año número 9 las ganancias serán netas; por lo que podemos decir que es un proyecto viable, factible y rentable.

Como fue mencionado e ilustrado con datos reales, el comercio es la segunda actividad a la que se dedican los Ixtlahuaquenses, después de la agricultura, por lo que los espacios son insuficientes en el municipio para poder ofrecer diferentes productos a la población, en este proyecto que se ha presentado se demuestra que es viable y se generarán ganancias en un corto plazo.

Se realizó un estudio (cotización) para saber cuánto se tiene que invertir para que la plaza comercial esté en funcionamiento, en la cual incluye el terreno, construcción, pago de trámites para poner en marcha la plaza y el recurso humano que se necesita. La cantidad que se necesita para poder llevar a cabo este proyecto es de \$9,887,500 (Nueve Millones, Ochocientos ochenta y siete mil, quinientos pesos) de los cuales \$9,734,500 (Nueve millones setecientos treinta y cuatro mil quinientos pesos) se destinarán para la inversión fija, \$141,000 (Ciento cuarenta y un mil pesos) serán destinados para la inversión diferida y los \$12,000 restantes serán empleados en el capital de trabajo.

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en el estudio, análisis y evaluación, podemos concluir que el proyecto de inversión es viable, se tendrá que hacer una inversión de capital fuerte, pero como se plantea en el proyecto tendrá un retorno de inversión en 8 años, lo que significa que a partir del año 9 se generarán ganancias y se contará con el inmueble para seguir generando capital a lo largo de los siguientes años.

Podemos concluir de acuerdo con la encuesta realizada el 72% de las personas encuestadas estarían dispuestas a rentar un local comercial en el municipio de Ixtlahuaca, el 68% estarían dispuestos a pagar una renta mensual de \$10,000 pesos.

También se realizó un estudio de depreciaciones y amortizaciones a lo largo de los 10 primeros años de operación y se obtuvo un valor residual de \$8,360,000 pesos

Podemos concluir que el proyecto es viable ya que al realizar el capítulo VI de Evaluación, todos los resultados salieron positivos, con lo que se prueba la hipótesis. El flujo de Efectivo nos refleja el capital de caja con el que contará la empresa, por lo que vemos en ningún momento es negativo, lo que indica que la empresa es viable en el tiempo evaluado que son 10 años de operación la empresa tiene finanzas sanas y al alza.

En el cálculo de la Tasa de Rendimiento Mínimo Aceptable (TREMA), que es la tasa la que se debe aspirar ganar como mínimo en la instalación de la empresa, para calcular esta tasa, y debido a que no se solicita ningún préstamo bancario, se consideró 11.5% que es la inversión que te da a ganar el Gobierno Mexicano si lo inviertes en Cetes y otro 6.0% que consideramos que es tasa mínima aceptable de rendimiento al riesgo, dándonos un total de 17.5% que se debe aspirar a ganar en el proyecto

Para concluir en el proyecto se demuestra en el apartado de Beneficio Costo que es el que nos da la viabilidad y rentabilidad del proyecto aplicamos la fórmula

$B/C = VAN / \text{Inversión inicial}$

Nos da como resultado 1.03, esto quiere decir que por cada peso invertido en el proyecto se ganarán 3 centavos.

BIBLIOGRAFÍA

- (2024). Obtenido de Datamexico.org:
<https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/geo/ixtlahuaca>
- Alejos, L. C. (2021). *Contabilidad Financiera Intermedia* .
- Amai.org. (2024). *Niveles Socioeconómicos AMAI*. Obtenido de
<https://www.amai.org/NSE/index.php?queVeo=niveles>
- Arevalo, L. M. (2017). Analisis del Punto de Equilibrio en la Toma de Decisiones de un Negocio. *Estrategias del Desarrollo Empresarial*, 11.
- Arevalo, L., Burgos, D., Núñez, W., & Serrano, M. (2017). Análisis de Punto de Equilibrio en la Toma de Decisiones de un Negocio. *Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial*, págs. 14-24. Recuperado el 05 de marzo de 2020, de Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial:
https://www.ecorfan.org/spain/researchjournals/Estrategias_del_Desarrollo_Empresarial/vol3num8/Revista_de_Estrategias_del_Desarrollo_Empresarial_V3_N8_2.pdf
- Arias, E. R. (2020). *Economipedia* . Obtenido de
<https://economipedia.com/definiciones/proyeccion-de-ventas.html>
- Bolaños, V. (2013). *Análisis del Costo-Beneficio*. Recuperado el 9 de febrero de 2020, de Mezcla de Mercadotecnia: <https://utecno.files.wordpress.com/2013/09/anacc81lisis-costo-beneficio.pdf>
- Brito, J. P. (2014). *El Proyecto de Inversión como Estrategía Gerencial*. Obtenido de <https://bibliotecas.diputados.gob.mx/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=308351>
- Cabezut-Boo. (2009). *Estudio de Mercado, Demanda del Proyecto*. Obtenido de https://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/mgc/gonzalez_c_je/capitulo4.pdf
- Castro, A. M. (2009). *Proyectos de Inversión "Evaluación y Formulación"*. México, DF: Mc Graw Hill.
- Concepto. (2024). Obtenido de <https://concepto.de/organizacion-administrativa/>
- Concepto. (2024). *Organización Administrativa*. Obtenido de <https://concepto.de/organizacion-administrativa/#:~:text=En%20administraci%C3%B3n%20de%20empresas%2C%20la,u%20objetivos%20trazados%20de%20antemano.>
- Corvo. (2021). *Gestión Administrativa y su Aporte al Desarrollo Empresarial* . Obtenido de <file:///C:/Users/ADMIN/Downloads/Dialnet-GestionAdministrativaYSuAporteAlDesarrolloEmpresar-8383410.pdf>

- Datamexico.org. (2020). *Censo* .
- EFFECTIVO, F. D. (2015). *UNAM*. Obtenido de UNAM: <https://www.paginaspersonales.unam.mx/app/webroot/files/1613/Asignaturas/2334/Archivo2.5537.pdf>
- El Nuevo Empresario. (2020). *¿Qué es el Layout o Distribución de Planta?* Recuperado el 03 de febrero de 2020, de El nuevo empresario: <https://elnuevoempresario.com/que-es-el-layout-o-distribucion-de-la-planta>
- Empresario, E. N. (2020). *El Nuevo Empresario.com*. Obtenido de <https://elnuevoempresario.com/que-es-el-layout-o-distribucion-de-la-planta/#gs.h1bn20>
- García , I., & Saldarriaga, C. (2015). *Universidad Pontificia Bolivariana*. Recuperado el 07 de marzo de 2020, de <http://revistas.upb.edu.co>
- Gómez, C. A. (2015). El Flujo de Efectivo como Herramienta de Planeación Financiera para la Empresa x. *Colección Académica de Ciencias Estratégicas* .
- Gonzalez, R. M. (2014). *Investigación de Mercados*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/slideshow/la-investigacin-de-mercados-8953407/8953407>
- Gozález, D. G. (2013). *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*. Obtenido de Elaboración de Proyectos de Inversión: https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/icbi/licenciatura/elaboracion_de_proyectos___clasificacion_.pdf
- ILPES. (2015). *Metodología General de*. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/03c0aa00-6080-47e9-832e-312de97cbc00/content>
- IMSS. (2020). *Alta Patronal e Inscripción en el Seguro de Riesgos de Trabajo o Reanudación de Actividades para Personas Morales*. Recuperado el 09 de febrero de 2020, de Gobierno de México: <http://www.imss.gob.mx/tramites/imss02001c>
- INEGI.ORG.MX. (2020). *Panorama Sociodemográfico de México*. Obtenido de https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825197889.pdf
- Kenton. (2020). Innovación Comercial . *Uninades episteme: Revista Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación*, 15.
- León, A. R. (2012). Los Proyectos y sus Dimensiones: Una Aproximación Conceptual. *Ley Federal de Trabajo*. (2024). Recuperado el 22 de febrero de 2020, de Estados Unidos Mexicanos: <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Documentos/Federal/pdf/wo9059.pdf>
- Maps, g. (Julio de 2024). *Google Maps*. Obtenido de https://www.google.com/maps/place/Super+Kompras+%7C+Ixtlahuaca/@19.5656955,-99.7688267,17z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x85d265ca90a33079:0x915d41fc873237fb18m2!3d19.5656955!4d-99.7662518!16s%2Fg%2F1tgdcr_q?entry=ttu

- Mejora Regulatoria*. (2021). Obtenido de Gobierno del Estado de México: https://cemer.edomex.gob.mx/tramites_servicios
- México, C. F. (s.f.). Obtenido de Chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcgclclefindmkaj/https://legislacion.edomex.gob.mx/sites/legislacion.edomex.gob.mx/files/files/pdf/cod/vig/codvig007.pdf
- México, G. d. (2024). *Sistema Electrónico de Información, Trámites y Servicios*. Obtenido de <https://sistemas2.edomex.gob.mx/TramitesyServicios/Tramite?tram=2673&cont=0>
- México, G. d. (s.f.). *Tramites y Licencias*. Obtenido de <https://www.gob.mx/tramites/ficha/permiso-de-construccion/Entidades7099>
- MÉXICO, I. H. (2013). Obtenido de <https://ihaem.edomex.gob.mx/>
- Morales, A., & Morales, A. (2009). *Proyectos de Inversión. Evaluación y Formulación*. México: Mcgraw-Hill Interamericana.
- Muñoz, M. (2016). *VAN y TIR*. Recuperado el 20 de febrero de 2020, de Universidad Arturo Prat del Estado de Chile: http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/valor-actual-neto-y-tasa-interna-de-retorno-van-y-tir_1563977885.pdf
- Paredes, M. H. (2005). *Estudio de Mercado*. Obtenido de <https://virtual.urbe.edu/tesispub/0097423/cap02.pdf>
- Pérez, P. J. (2020). *asasasa*. Ciudad de México: Trillas.
- Porto, J. P. (2013). Obtenido de <https://www.coursehero.com/file/pm7h94/Referencia-Autores-Juli%C3%A1n-P%C3%A9rez-Porto-y-Mar%C3%ADa-Merino-Publicado-2010/>
- Reverte, C., & López, P. (2023). *Proyectos de inversión*. Obtenido de Rev, El Inversionista No.5: www.ssssss
- Romo, H. L. (2009). Nivel Socioeconómico AMAI. 103.
- SAT. (2020). *Inscripción en el RFC de Personas Morales a Través de Federatario Público por medios remotos*. Recuperado el 09 de febrero de 2020, de Gobierno de México: <https://www.gob.mx/tramites/ficha/inscripcion-en-el-rfc-de-personas-morales-a-traves-de-fedatario-publico-por-medios-remotos/SAT285>
- SE. (2020). *Aviso de Uso de Denominación o Razón Social*. Recuperado el 08 de febrero de 2020, de Secretaría de Economía: <https://www.gob.mx/tramites/ficha/aviso-de-uso-de-denominacion-o-razon-social/SE64>
- SE. (2020). *Registro Público de Comercio*. Recuperado el 09 de febrero de 2020, de Secretaría de Economía: <https://rpc.economia.gob.mx/siger2/xhtml/faq.xhtml>
- UNAM. (2015). *Estudio Económico-Financiero*. Recuperado el 20 de febrero de 2020, de Facultad de Economía: <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap3.pdf>

URBINA, B. (2013). Obtenido de <https://econforesyproyec.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/11/evaluacion-de-proyectos-gabriel-baca-urbina-corregido.pdf>

ANEXOS

ENCUESTA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MEXICO FACULTAD DE ECONOMÍA

OBJETIVO: Conocer las principales necesidades y requerimientos del consumidor para establecer una plaza comercial en el municipio de Ixtlahuaca.

1.-SEXO:

a) HOMBRE_____ b) MUJER_____

2.- EDAD:

f) 12-21 AÑOS _____
g) 22-30 AÑOS _____
h) 31 40 AÑOS _____
i) 41-50 AÑOS _____
j) MÁS DE 50 AÑOS _____

3.- EN CASO DE NO VIVIR EN LA CABECERA MUNICIPAL DE IXTLAHUACA ¿CON QUÉ FRECUENCIA ACUDES A LA CABECERA MUNICIPAL DE IXTLAHUACA?

e) 1 A 3 DÍAS A LA SEMANA _____
f) 4 A 5 DÍAS A LA SEMANA _____
g) 6 A 7 DÍAS A LA SEMANA _____
h) AQUÍ VIVO _____

4.- ¿CUAL ES TU OCUPACIÓN?

e) COMERCIANTE _____
f) EMPLEADO _____
g) SERVIDOR PÚBLICO _____
h) OTRO (ESPECIFIQUE) _____

5.- ¿USTED RENTARÍA UN LOCAL EN UNA PLAZA COMERCIAL DE IXTLAHUACA?

c) SI _____
d) NO _____

6.- ¿ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR DE RENTA MENSUAL \$10,000 POR UN LOCAL DE 20 METROS CUADRADOS EN UNA PLAZA COMERCIAL UBICADA FRENTE AL JARDÍN JUARÉZ?

c) SI _____
d) NO _____

7.- ¿QUÉ UBICACIÓN PREFERIRÍA QUE TENGA EL LOCAL COMERCIAL?

e) EN EL CENTRO _____
f) EN EL MERCADO _____

- g) EN LA TERMINAL _____
- h) OTRO(ESPECIFIQUE) _____

8.-CONSIDERA QUE EL ESTACIONAMIENTO EN UNA PLAZA COMERCIAL ES:

- d) INDISPENSABLE _____
- e) IRRELEVANTE _____
- f) NO NECESARIO _____

9.- ¿CONOCE LA UBICACIÓN DEL JARDÍN JUAREZ EN IXTLAHUACA?

- c) SI _____
- d) NO _____

DE CONOCERLO, ¿QUÉ OPINA DE SU UBICACIÓN?

- d) BUENA _____
- e) REGULAR _____
- f) MALA _____

10.- ¿QUÉ ASPECTO CONSIDERARIA EL MÁS IMPORTANTE PARA RENTAR UN LOCAL COMERCIAL?

- g) TAMAÑO _____
- h) PRECIO DE RENTA _____
- i) UBICACIÓN _____
- j) PLAZA COMERCIAL _____
- k) LOCAL A PIE DE CALLE _____
- l) OTRO (ESPECIFIQUE) _____

11.- ¿EN QUÉ RANGO DE INGRESOS SEMANALES TE ENCUESTRAS?

- d) DE \$8,000 a 10,000 _____
- e) DE \$10,001 a 15,000 _____
- f) MAS DE \$15,000 SEMANALES _____