



Universidad
Tecmilenio®



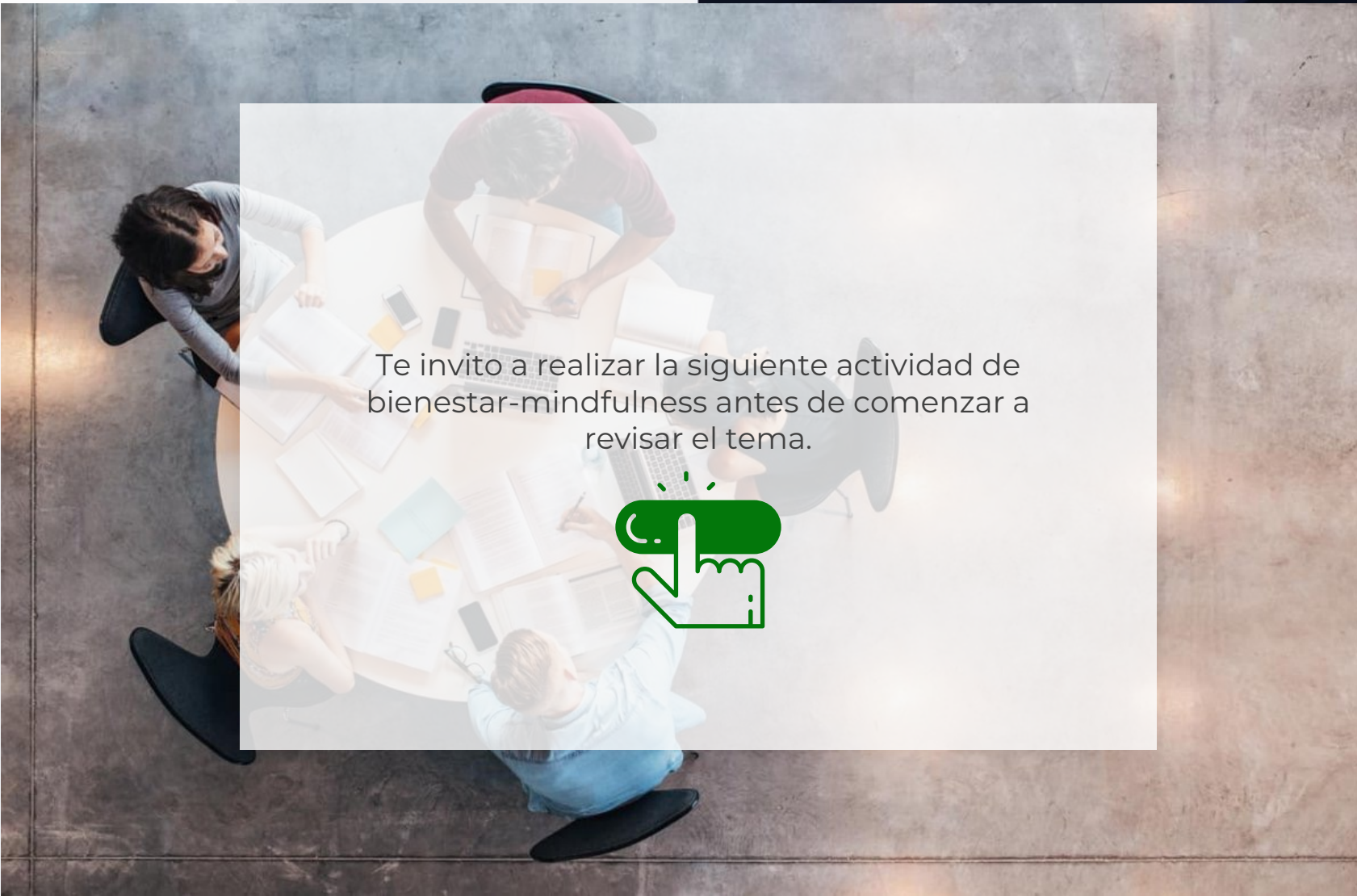


Análisis de inversiones

Panorama general sobre el
financiamiento de nuevos negocios

Semana 1





Te invito a realizar la siguiente actividad de bienestar-mindfulness antes de comenzar a revisar el tema.





En este tema identificarás las **fuentes de financiamiento** adecuadas a las características de cada empresa y señalarás los elementos clave que todo plan de negocios debe contener, así como los indicadores necesarios para establecer su grado de viabilidad y rentabilidad.



Contar con acceso a **fuentes de financiamiento** que correspondan a las necesidades del tipo de negocio que se va a emprender es fundamental para darle continuidad, ya que al mismo tiempo que le garantiza flujos de efectivo para cumplir sus obligaciones operativas, le permite cubrir intereses más bajos, acordes con su capacidad de pago. Generalmente, respaldarse monetariamente por las utilidades o el ahorro derivado del desempeño de la compañía no es posible por la inestabilidad que presentan los ingresos en sus primeros años de vida.

A continuación, se muestran diversas opciones en México para establecer o desarrollar una nueva empresa, usando como herramienta del proceso el plan de negocios.

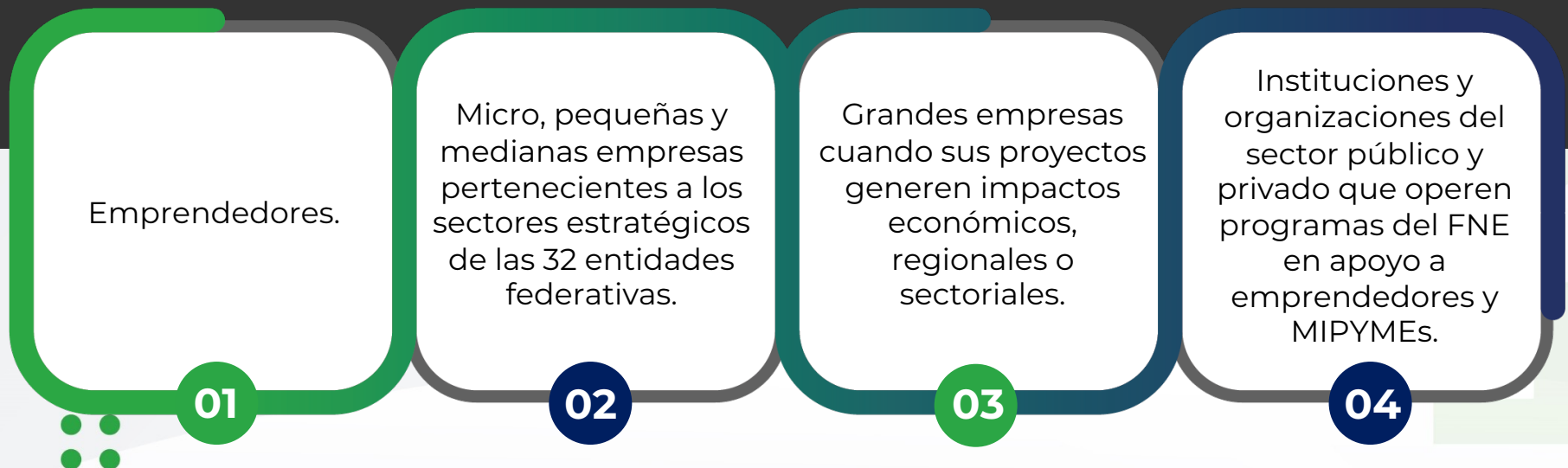




1.1 Fondo Nacional Emprendedor

El gobierno mexicano, a través de la Secretaría de Economía, estableció el **Fondo Nacional Emprendedor** (FNE), que tiene por objeto incorporar Tecnologías de la Información y Comunicaciones en las micro y pequeñas empresas para fortalecer sus capacidades administrativas, productivas y comerciales, favorecer la gestión del conocimiento y la innovación, así como la vinculación y oportunidades de negocio en los mercados nacionales e internacionales. Tiene cobertura nacional y su población objetivo son las micro y pequeñas empresas (Secretaría de Economía, 2019).

De acuerdo con las reglas publicadas, el FNE tendrá cobertura nacional y su población objetivo se integra de cuatro categorías:





1.2 Capital semilla

De acuerdo con el sitio de México Emprende (2021), se entiende por **capital semilla** la cantidad de dinero que se necesita para desarrollar una compañía y financiar las actividades clave en su proceso y puesta en marcha. Consiste en otorgar apoyo financiero temporal en forma de crédito simple a aquellos proyectos egresados del Sistema Nacional de Incubación de Empresas.



El destino de los recursos captados por este concepto se destina principalmente a las siguientes actividades:

Desarrollo de un prototipo comercial.

Elaboración de un estudio de mercado.

Elaboración de un estudio de factibilidad.

Elaboración de un plan de negocios.

Inversiones para lanzar un producto al mercado.

Adaptaciones y remodelaciones.

Registro de patentes.

Capital de trabajo para la operación del negocio.

Adquisición de maquinaria y equipo.





1.3 Instituciones Bancarias

Villegas y Ortega (2009) señalan que la **intermediación bancaria** es el proceso por el cual una empresa autorizada por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores capta recursos del público inversionista con la finalidad de colocarlo en unidades económicas que lo requieren, obteniendo en esta actividad una ganancia como resultado de los intereses que se obtienen en estos préstamos, y las comisiones derivadas de su operación y administración. A continuación, se describen los conceptos relacionados con el crédito que se deben tomar en cuenta.

La tasa de interés

Es lo que se paga y se cobra luego de un préstamo. Para una persona que pide prestado dinero a un banco, la tasa de interés será el costo principal.

Monto del crédito

Se refiere a la cantidad de dinero prestada. Es mayor que el monto del crédito, principalmente por el pago de los intereses.

Denominación de crédito

Los créditos que se otorgan en México, por lo general, se denominan en pesos ya que esa es la moneda de curso legal en el país. Sin embargo, puede haber ocasiones en que sea en una moneda diferente, como el dólar estadounidense.





Comisiones

Son cobros distintos a las tasas de interés que carga el banco por el crédito que está otorgando, tienen el propósito de cubrir los costos directos y los gastos administrativos relacionados. Estas comisiones pueden generarse por la apertura del crédito, la disposición, los pagos anticipados o fuera de tiempo, entre otros conceptos.

Vencimiento anticipado

Algunos contratos de crédito tienen contemplado que en caso de existir incumplimiento de algún pago o que éste se haya hecho fuera de tiempo, el crédito otorgado vencerá en forma anticipada.

Pagos anticipados

Son los que realiza el deudor en adición a los pagos mensuales periódicos previstos. Es decir, además de los que realiza de forma programada, puede hacer otros a los que no está obligado; por lo general se abonan al capital que todavía falta por pagar.





Enlista los factores que considerarías para seleccionar un crédito de una empresa que se dedica a la venta de pasteles para mascotas:





Los nuevos negocios, dependiendo de sus necesidades económicas, pueden tomar la decisión de financiar sus operaciones por medio de la aportación económica de los socios. Otra opción es acudir a las diversas instancias públicas o privadas que ofrecen programas de apoyo para obtener créditos, ya sea en efectivo o en especie, seleccionando aquella opción que permita alcanzar su desarrollo y consolidación.

Retomando los conceptos anteriores, analiza las diversas fuentes de financiamiento que se encuentran presentes en el entorno financiero mexicano, ¿consideras que son las adecuadas y suficientes para las necesidades de los emprendedores nacionales?

No olvides que la baja probabilidad de supervivencia de un nuevo negocio durante el primer año obliga a los nuevos empresarios a revisar las diversas opciones disponibles en el mercado, hacer un amplio análisis y seleccionar la que se adecúe a sus necesidades, que le permita contar con recursos financieros baratos y su pago se encuentre dentro de sus posibilidades.





- México Emprende. (2021). *Capital Semilla*. Recuperado de <http://www.mexicoemprende.org.mx/capital-semilla/>
- Secretaría de Economía. (2019). *REGLAS de Operación del Fondo Nacional Emprendedor para el ejercicio fiscal 2019*. Recuperado de https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5551413&fecha=28/02/2019
- Villegas, E., y Ortega, R. (2009). *Sistema Financiero de México* (2ª ed.). México: McGraw-Hill.





Análisis de inversiones

Análisis de mercado

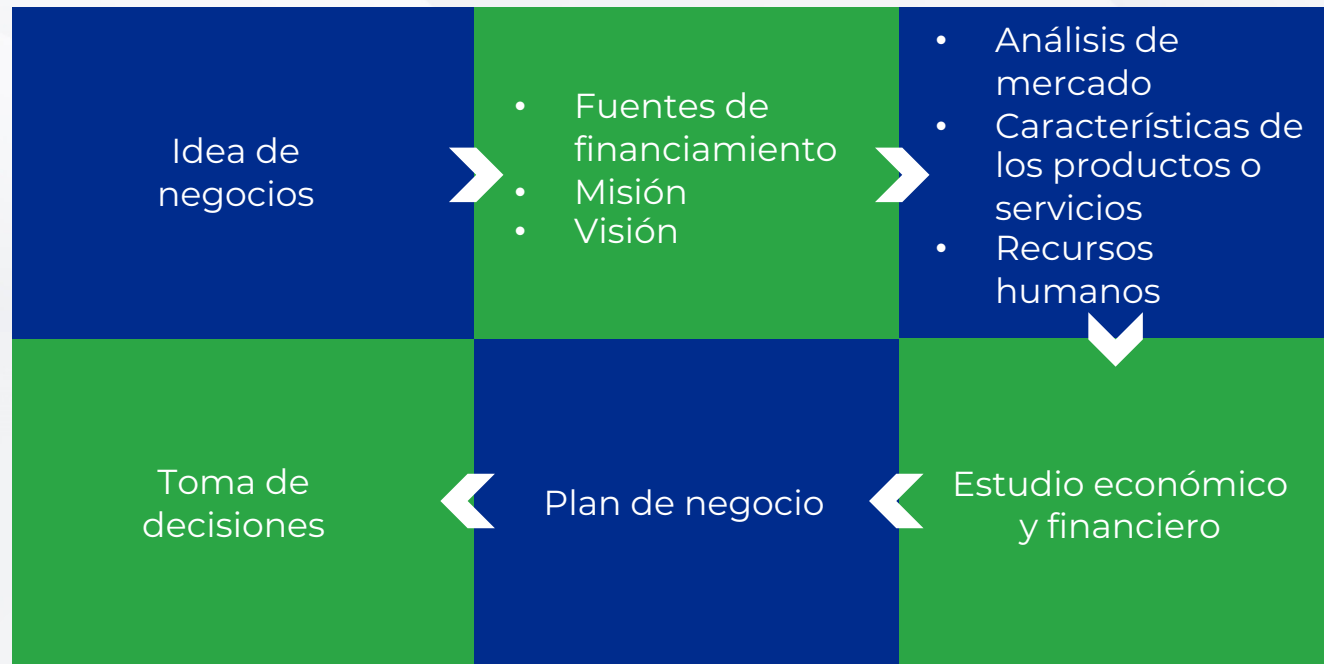
Semana 1





Al desarrollar un plan de negocios podrás detectar las necesidades de la empresa, así como cada oportunidad, identificando situaciones y procesos que no son muy evidentes en la operación regular.

En este tema aprenderás la manera en que se elabora un plan de negocios, los elementos con que cuenta cada una de sus partes y la importancia de la investigación de mercados. A continuación, se presenta de manera esquemática el proceso para su elaboración.





2.1 Identificar el concepto de plan de negocios

Pepe y Toño (2017) señalan que hay cinco puntos básicos al momento de elaborar un **plan de negocios**:

Estructura ideológica:

Incluye el nombre de la empresa, así como la misión, visión, valores y una descripción de las ventajas competitivas del negocio.

01

Estructura del entorno:

Se fundamenta en un análisis de las fortalezas y debilidades de la empresa, así como del comportamiento del sector en el que se desarrolla, tendencias del mercado, competencia y clientes potenciales.

02





Estructura mecánica:

Aquí se enlistan las estrategias de distribución, ventas, mercadotecnia y publicidad, es decir, qué acciones hay que ejecutar para lograr el éxito de la idea de negocios.

03

Estructura financiera:

Este punto es esencial pues pone a prueba –con base en cálculos y proyecciones de escenarios– la viabilidad de la idea, hablando en términos económicos, y si generará un margen de utilidad atractivo.

04

Recursos humanos:

Ayuda a definir cada uno de los puestos de trabajo que se deben cubrir y determina los derechos y obligaciones de cada uno de los miembros que integran la organización. No importa si estás arrancando tú solo, esto será tu base para asegurar el crecimiento de la empresa.

05



2.1 Identificar el concepto de plan de negocios

Finalmente, según Alcaraz (2011), se elabora el **resumen ejecutivo**, el cual representa el concentrado de la información sobresaliente de cada una de las áreas del plan de negocios. Considera que debe ser claro, preciso y explicativo, y contar con los siguientes aspectos:



Toda la información clave del plan.

Los elementos que darán éxito al proyecto.

La información principal de cada área analizada en el plan que permita la evaluación técnica.



2.2 Características del mercado

Alcaraz (2011) señala que para determinar las **características de los clientes potenciales** es fundamental elaborar una investigación de mercado que permita conocer sus necesidades y determinar cómo satisfacerlas. Los elementos centrales en este estudio son los siguientes:

01

Tamaño del mercado.

Para lo cual se debe buscar, de manera objetiva y de acuerdo con fuentes de información confiables, el aforo de los clientes posibles de la empresa, quiénes son y cuáles son sus características socioeconómicas, para identificar plenamente el segmento en el que se desempeñará la empresa.

02

Consumo aparente.

Significa identificar el número de clientes potenciales, así como un estimado del consumo que harán de los productos o servicios que la empresa ofrece.





03

Demanda potencial

Al contar con el cálculo del consumo aparente, es posible determinar la demanda potencial del producto o servicio de la empresa, proyectando el crecimiento del mercado a corto, mediano y largo plazo.

04

Participación de la competencia en el mercado.

Para obtener este dato se recomienda que la empresa identifique a sus principales competidores, el área geográfica que cubren y la principal ventaja competitiva que le permitirá ganar mercado. Con esto se podrán establecer las estrategias de posicionamiento que deberá seguir la empresa para entrar y desarrollarse en el mercado.





2.2 Características del mercado

Por su parte, el **estudio de mercado** ayuda a la empresa a conocer sus clientes actuales y potenciales, de manera que, al saber sus gustos y preferencias, su ubicación, clase social, educación y ocupación, entre otros aspectos, podrá ofrecer los productos que ellos desean a un precio adecuado. Alcaraz (2011) establece las siguientes divisiones:



Objetivos del estudio de mercado

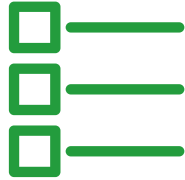
Esta fase permite conocer de manera directa al cliente, especialmente los aspectos relacionados con el producto o servicio, utilizando las técnicas de encuesta o entrevista que permita definir el producto o servicio que se planea ofrecer, de acuerdo con el punto de vista del consumidor potencial.



Encuesta

La cual debe ser planeada con mucho cuidado, debido a que los datos que se quieren conocer del mercado potencial será descrito en preguntas claras y concretas que no den lugar a dudas en su respuesta y así obtener la información que se busca.





La aplicación de la encuesta

Debe realizarse de forma correcta, para asegurar que la información obtenida sea válida y adecuada a los fines que se buscan.



Resultados obtenidos

Una vez obtenida la información, se debe elaborar un reporte en relación con los clientes potenciales, con la finalidad de obtener conclusiones válidas y confiables de acuerdo con la factibilidad del mercado, así como a las preferencias del posible consumidor.



Conclusiones del estudio realizado

Es la interpretación de los datos obtenidos, para relacionarlo con la potencialidad de la empresa, las ventas que podría lograr, lo que dará la base para elaborar el sistema de comercialización, y la estrategia de marketing que corresponda a las características del mercado.



2.3 Estrategia de mercadotecnia

De acuerdo con Pepe y Toño (2017), dependiendo de la naturaleza de lo que comercialices, tendrás que elegir los **medios** a través de los cuales tus clientes potenciales tendrán acceso a tu oferta. Para ello, responde preguntas como:

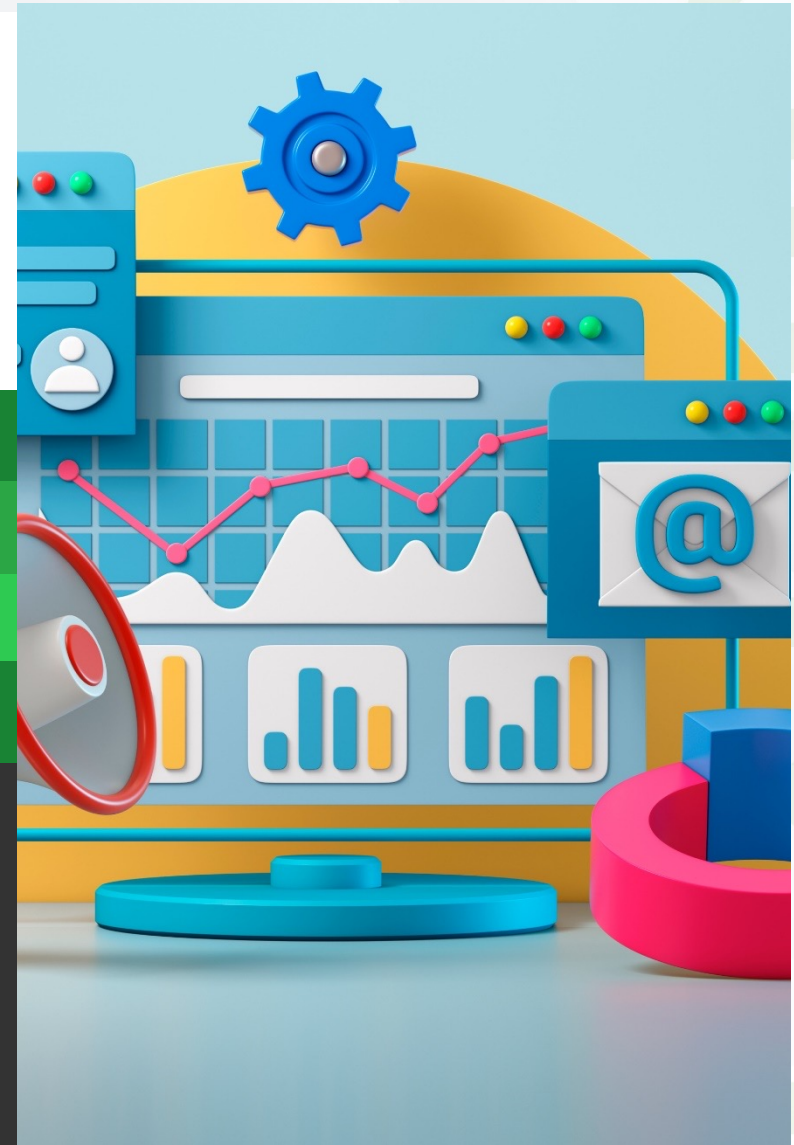
¿Necesitas hacer un inventario?

¿Requieres de un lugar para almacenar tu mercancía?

¿Tus ventas se hacen sobre pedido?

¿Te conviene más tener un local o manejar un catálogo por Internet?

Un **plan de mercadotecnia adecuado** permite llegar al mercado meta de acuerdo con un proceso estructurado, sin embargo, se debe considerar que en un mundo que cambia constantemente debido a las tecnologías de la información y comunicación, debe pensarse en nuevas y mejores estrategias para el negocio a cada momento.





Señala al menos tres estrategias de mercadotecnia a las que recurrirías para que un negocio de venta de shampoo en barra prospere.





Entre los principales motivos que causan la muerte de una empresa se encuentran que el emprendedor no detectó que la competencia es más fuerte de lo que pensaba, insuficientes esfuerzos de promoción, distribución y ventas, y no encontrar al cliente potencial debido a que su producto es igual a otros, sin una ventaja competitiva.

Una investigación de mercado adecuada, que permite recopilar información, interpretarla y utilizarla, sirve al nuevo empresario para realizar una adecuada toma de decisiones así como para lograr la satisfacción de sus clientes.

Un plan de mercadotecnia puede ofrecer múltiples ventajas ya que siempre es perfectible, sin embargo, en caso de desviación se debe analizar, junto con sus causas, como retroalimentación para planes posteriores.





- Alcaraz, R. (2011). *El emprendedor de éxito*. (4a ed.). México: McGraw-Hill.
- Pepe y Toño. (2017). *Tu plan de negocios paso a paso*. Recuperado de <https://www.pepeytono.com/publicacion?id=1510695493553>





Análisis de inversiones

Estudio técnico

Semana 1





Una vez que ya se estableció la viabilidad del proyecto de un nuevo negocio, validando las posibles ventas con el estudio de mercado, es el turno del aspecto técnico, que se relaciona con la actividad del nuevo negocio, el cual ahora debe demostrar su viabilidad en el entorno de la producción considerando un enfoque económico, operativo y sustentable.

De acuerdo con el criterio de factibilidad, la finalidad de esta investigación consiste en que se puedan obtener productos o servicios a un precio competitivo y que sean realizables desde el punto de vista técnico. Se desarrollan los aspectos relacionados con el tipo de procesos productivos correspondientes, las principales variables serían la capacidad de la planta, el tipo de maquinaria y equipo, y la lista de costos de inversión, así como los relacionados con la operación del negocio.

Actualmente, una variable central es que los proyectos deben indicar el impacto social, la influencia que pueden tener en la población objetivo, así como los beneficios sociales que proveerá en esa comunidad específica. En este tema identificarás las variables principales que conforman un estudio técnico, con la finalidad de definir la factibilidad técnica en relación con el tamaño del mercado que se va a satisfacer y que sea rentable para los inversionistas.





3.1 Estructura del estudio técnico del plan de negocios

En esta investigación se define la **viabilidad técnica**, en el cual, se relaciona la posibilidad de satisfacer el tamaño de mercado de acuerdo con la capacidad técnica de la empresa, que sea rentable para los inversionistas, así como la ubicación física de la entidad. Por ello, para su elaboración se debe contar con la información arrojada por el estudio de mercados, sobre todo en lo que se requiere los datos técnicos y de mercado.

Los elementos relacionados con el proceso productivo que se deben considerar son los siguientes:

01



La descripción técnica del producto

02



Los requerimientos de bienes y servicios

03



Requerimientos de inmueble planta y equipo

04



El personal necesario para su operación

05



La logística interna

06

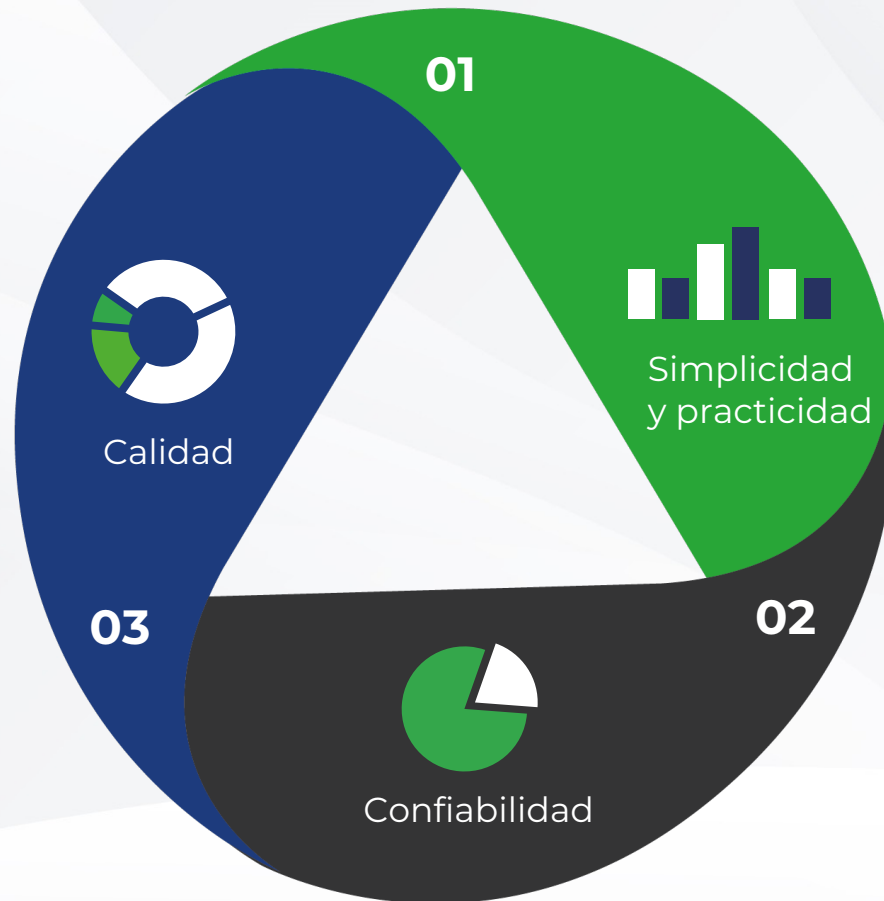


Determinación de posibles fuentes contaminantes y sus recomendaciones



3.2 Descripción técnica del producto

De acuerdo con Alcaraz (2011) **el diseño de un producto** o servicio debe cumplir con varias características, entre ellas:





3.2 Descripción técnica del producto

Para Iñiguez y González (2009) **la descripción técnica** es la que se hace de un objeto específico, con sus cualidades y características, por ejemplo, en el caso de un automóvil, se señalan los rasgos del vehículo, marca, tipo, modelo y clave.

Este documento se elabora para llevar a cabo una relación de materiales necesarios o hacer los inventarios específicos en la empresa; los datos deben ser ciertos y exactos, especificando con claridad el artículo y sus características. Se utiliza principalmente en un almacén, ya sea en la compra o venta de materiales, solicitud de envío y facturas.

El sitio de Rock Content (2019) señala que los principales elementos para hacer una descripción que venda el producto son:

1. Escribe a la persona a la que le encantaría conocer tu producto.
2. Busca palabras claves.
3. Utiliza un tono de voz consistente con tu marca.
4. Cuenta una historia.
5. Conecta atributos y beneficios.
6. Utiliza palabras sensoriales.
7. Prueba social, una poderosa arma de persuasión.





3.3 Estudio de impacto ambiental

Para procurar un desarrollo sustentable, la SEMARNAT (2018) evalúa los posibles efectos de las obras o actividades en el ecosistema involucrado, considerando el conjunto de elementos que los conforman y no únicamente los recursos que, en su caso, serían sujetos de aprovechamiento o afectación. En total se refiere a los medios, componentes y factores que conforman el ecosistema.

Criterios de evaluación

Buscan que el uso de los recursos naturales se realice respetando la integridad funcional y las capacidades de carga de los ecosistemas de los que forman parte dichos recursos, para lo cual, debe contar con los siguientes puntos:

01



Integridad funcional

Conjunto de mecanismos que permiten el mantenimiento del equilibrio ecológico y la permanencia del ecosistema, entendiendo como mecanismos los sucesos intermedios entre causa y efecto.

02



Capacidad de carga

Es la medida que posee un componente ambiental (agua, aire, suelo, flora o fauna) para depurar, dispersar, absorber o soportar vertidos, emisiones o residuos sin afectar su calidad, estructura o función.



3.3 Estudio de impacto ambiental

A continuación se muestran gráficamente los criterios de sustentabilidad.

Por utilización de recursos naturales

Por ocupación del territorio

Por contaminación

Renovables

No renovables

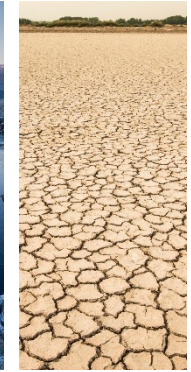
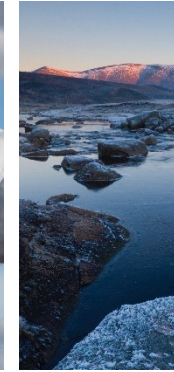
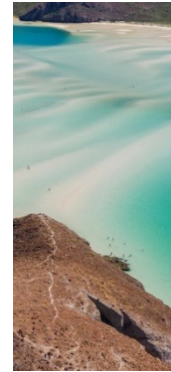
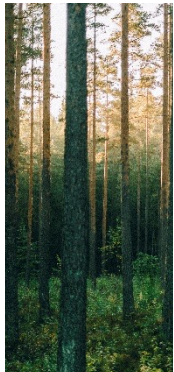
Suelo

Agua

Aire

Agua

Suelo



Límites

Tasa de renovación

Tasa de consumo o de sustitución

Capacidad de carga

Capacidad de dispersión

Capacidad de dilución

Capacidad de recepción

Objetivos

Evitar la sobreexplotación

Evitar el agotamiento

Evitar la sobrecarga

Evitar la contaminación por arriba del límite

Meta

DESARROLLO SUSTENTABLE

Imagen obtenida de <http://www.semarnat.gob.mx/archivosanteriores/transparencia/transparenciafocalizada/Documents/Criterios%20de%20sustentabilidad.pdf>



3.3 Estudio de impacto ambiental

¿Qué tipo de medidas se pueden aplicar?

Finalmente hay diferentes tipos de medidas que se utilizan en la evaluación del impacto ambiental:

Medidas de prevención

Son las acciones que deberá ejecutar la persona que promueve el estudio de impacto ambiental para evitar efectos previsibles de deterioro del ambiente.

Medidas de mitigación

Son las acciones que deberá ejecutar la persona que promueve el estudio de impacto ambiental para atenuar los impactos y restablecer las condiciones ambientales previas.

Medidas de compensación

Conjunto de acciones a través de las cuales se pretende recuperar la funcionalidad ecológica de ambientes dañados por impactos residuales o garantizar la continuidad.





¿Consideras que una empresa restaurantera, a pesar de encontrar un segmento de mercado en el cual hay muchas posibilidades de obtener ganancias, debe producir sus servicios de manera indiscriminada?

¿Cuál sería su peor escenario?



Para que un nuevo negocio se desarrolle, la oferta de bienes y servicios es un factor clave para alcanzar el éxito; se deben ofrecer aquellos que son requeridos por los consumidores y que satisfagan su necesidad.

Además, se debe observar la importancia del área productiva, con la finalidad de contribuir con el cumplimiento de los objetivos para los cuales fue creada la empresa y los recursos utilizados deben ser cuantificables de acuerdo con los medios de la compañía.

Un factor que no puede quedar de lado es la manera en que una nueva empresa puede afectar el entorno donde potencialmente se desarrollará, por ello, necesita respetar las normatividades en materia de impacto ambiental vigentes en la legislación mexicana.





- Alcaraz, R. (2011). *El emprendedor de éxito*. (4a ed.). México: McGraw Hill.

Capítulo 8. Producción

- Iñiguez, G., y González, E. (2009). *La comunicación industrial y empresarial*. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2009b/558/#indice>

- SEMARNAT. (2018). *Criterios de evaluación de impacto ambiental*. Recuperado de <https://www.gob.mx/semarnat/acciones-y-programas/criterios-de-evaluacion-de-impacto-ambiental>

- Rock Content. (2019). *8 tips para elaborar la descripción de producto perfecto en tu ecommerce*. Recuperado de <https://rockcontent.com/es/blog/descripcion-de-producto/>

