

LA ADECUADA APLICACIÓN DE UN PROYECTO PRODUCTIVO. EL CASO LA RASPERIA EN CIUDAD VALLES, S.L.P.

Autores:

León Donizetty Olivares Bazán¹

Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Huasteca

Universidad Autónoma de San Luis Potosí

donizetty.bazan@uaslp.mx

Marisol Doria Sánchez²,

marisol.doria14@hotmail.com

Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Huasteca

Universidad Autónoma de San Luis Potosí

Resumen:

El presente trabajo tiene como finalidad presentar la metodología para la aplicación de un proyecto productivo denominada "LA RASPERÍA", en donde surgió como una idea en la materia de proyectos de investigación de la licenciatura en contaduría pública, posteriormente se desarrolló la idea en un proyecto y arranque del negocio. Para iniciar operaciones del negocio fue necesario consultar varios casos de éxito de pequeños negocios del mismo giro, debido a que en el municipio al ser una zona donde el principal giro es el comercio, los negocios que no cuenten con suficiente capital o infraestructura propia tienden a desaparecer en el primer año. Por tal razón se fue necesario recopilar información para desarrollar los estudios necesarios (mercado, técnico y financiero) para determinar si viabilidad del proyecto, así como a su vez la evaluación por medio de las técnicas (Periodo de Recuperación, Valor Presente Neto y Tasa Interna de Retorno).

Palabras Claves: Proyecto Productivo, Emprendedor, Plan de negocios, Metodología.

Abstract:

The present work has as purpose to present the methodology for the application of a productive project called "LA RASPERÍA", where it emerged as an idea in the subject of research projects of the public accounting degree, later the idea was developed in a project and starting the business. To start business operations it was necessary to consult several success stories of small businesses of the same line, because in the municipality being an area where the main trade is commerce, businesses that do not have enough capital or their own infrastructure tend to disappear in the first year. For this reason it was necessary to collect information to develop

¹ Licenciado en Contaduría Pública y Maestro en Administración por la Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Huasteca (UAMZH), Catedrático de la UAMZH desde 2013 a la fecha, y Profesor Tiempo Completo de la UAMZH – Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP) desde el 2018 a la fecha.

² Estudiante de 8° Semestre de la Licenciatura de Contaduría Pública de la UAMZH.

the necessary studies (market, technical and financial) to determine if the project's viability, as well as the evaluation by means of techniques (Recovery Period, Net Present Value and Internal Rate of return).

Key words: Productive Project, Entrepreneur, Business plan and methodology.

1.1 INTRODUCCIÓN

La carrera de contador público es una de las carreras más demandadas en México, según datos que proporciona el Instituto Mexicano para la Competitividad A.C. (IMCO, 2018), contaduría es la segunda licenciatura que más profesionistas posee México con un 1,056,267 lo que representa 8.73%, con una población económicamente activa del 77.78% de los cuales el 97.33% se encuentran ocupados, formales 78.97% contra un 21.03% informales.

Solo en el estado de san Luis potosí, las instituciones universitarias ofertan 21 licenciaturas del área contable, en donde se puede apreciar que cada ciclo escolar existe un incremento de estudiantes que ingresan al este nivel de estudio, en el último ciclo escolar 2017-2018 se aceptaron 3235 alumnos en todos los programas educativos de las diferentes universidades del estado potosino (ANUIES, 2018), en la tabla No 01 se presentan las principales universidades que ofertan esta carrera.

Municipio	Institución	Unidad	Nombre de la Licenciatura
Axtla de terrazas	Universidad Tangamanga	Universidad Tangamanga – Plantel Huasteca	Licenciatura en Contador Público
Ciudad Valles	Instituto de Ciencias y Estudios Superiores de San Luis Potosí	Instituto de Ciencias y Estudios Superiores de San Luis Potosí	Contador Público
Ciudad Valles	Universidad Autónoma de San Luis Potosí	Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Huasteca	Licenciatura en Contaduría Pública
Matehuala	Instituto Tecnológico de Matehuala	Instituto Tecnológico de Matehuala	Contador Público
Matehuala	Instituto Tecnológico de Matehuala	Instituto Tecnológico de Matehuala	Licenciatura en Contaduría
Matehuala	Universidad de Matehuala	Universidad de Matehuala	Licenciatura en Contaduría
Rioverde	Centro Universitario Justo Sierra	Centro Universitario Justo Sierra	licenciatura en contaduría pública
Rioverde	Universidad Autónoma de San Luis Potosí	Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Media	Licenciatura en Contaduría Pública
Rioverde	Universidad Autónoma de San Luis Potosí	Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Media	Licenciatura en Contaduría Pública y Finanzas
San Luis Potosí	Centro de Estudios Superiores del Valle de San Luis Potosí	Centro de Estudios Superiores del Valle de San Luis Potosí	Licenciatura en Contador Público
San Luis Potosí	Escuela Bancaria y Comercial, S.C.	Escuela Bancaria y Comercial, S.C.- Campus San Luis Potosí	Licenciatura en Contaduría Pública
San Luis Potosí	Instituto Universitario de Educación Superior de México	Instituto Universitario de Educación Superior de México	Licenciatura en Contaduría
San Luis Potosí	Universidad Abierta	Universidad Abierta	Contador Público
San Luis Potosí	Universidad Autónoma de San Luis Potosí	Facultad de Contaduría y Administración	Contador Público

San Luis Potosí	Universidad Cuauhtémoc	Universidad Cuauhtémoc, S.C. - Plantel San Luis Potosí	Licenciatura en Contaduría
San Luis Potosí	Universidad Interamericana para el Desarrollo	Universidad Interamericana para el Desarrollo - Campus San Luis Potosí	Licenciatura en Contaduría
San Luis Potosí	Universidad Potosina	Instituto Mexicano de Educación Superior y Alta Dirección	Licenciatura en Contador Público
San Luis Potosí	Universidad Potosina	Universidad Potosina	Licenciatura en Contador Público
San Luis Potosí	Universidad Tangamanga	Universidad Tangamanga - Plantel San Luis	Licenciatura en Contador Público
Tamazunchale	Universidad Autónoma de San Luis Potosí	Coordinación Académica Región Huasteca Sur	Licenciatura en Contaduría Pública y Finanzas
Tamazunchale	Universidad Tamazunchale	Universidad Tamazunchale	Licenciatura en Contaduría
Venado	Universidad de Matehuala	Universidad de Matehuala - Campus Venado	Licenciatura en Contaduría
Xilitla	Educadistancia S.L.P.	Educadistancia S.L.P.	Licenciatura en Contaduría Pública

Tabla No 01 Carreras Profesionales de Licenciatura en Contador Público del Estado de San Luis Potosí.

Fuente: Elaboración propia obtenida de la Base de Datos de ANUIES (2018)

Complementando a lo anterior, en la UAMZH a lo largo de 35 años se han titulados más de 1,000 de estudiantes, es todo quiere decir, que la carrera los espacios para insertarse laboralmente se encuentren ocupados y que las oportunidades de crecimiento se reduzcan dando como resultado un océano rojo como lo menciona (Chan Kim and Mauborgne, 2004:2). A raíz de lo anterior, y con la gran oferta que existe de profesionistas en la región, ha generado que los estudiantes no ejerzan su profesión y buscan oportunidades de crecimiento en otras áreas de su campo laboral. Una de las opciones que pocos estudiantes optan es el emprendedurismo, (Alcaraz R., 2011:2) citando a varios autores lo define en concepto de Emprender que es un término que tiene múltiples acepciones, según el contexto en que se le emplee será la connotación que se le adjudique. En el ámbito de los negocios el emprendedor es un empresario, es el propietario de una empresa comercial con fines de lucro; Finley (1990) lo describe como alguien que se aventura en una nueva actividad de negocios; Say (1800) —citado por Drucker (1989)— lo clasifica como un “buen administrador”. En cambio, para el académico, emprender es un vocablo que denota un perfil, un conjunto de características que hacen actuar a una persona de una manera determinada y le permiten mostrar ciertas competencias para visualizar, definir y alcanzar objetivos. Y en esto coincide Ronstadt (1985).

Es por ello ante la situación precaria, los estudiantes al momento de egresar de sus carreras profesionales, además de ejercer su profesión, puedan adquirir la capacidad de crear un negocio y mantenerlo, esto además de beneficiarlo económicamente, servirá para generar fuentes de empleos formales e informales a las personas de su alrededor.

1.2 CREACIÓN DE LA RASPERIA

Dirigir una empresa chica, mediana o grande es sin duda uno de los mayores logros que tiene el hombre, sin embargo, el emprendedor debe ser consiente que la vida de un empresario es difícil, porque la toma de decisiones impactara de manera positiva o negativa al negocio, aunado a eso

deberá de asumir responsabilidades y riesgos que no estén contemplados, desde que surge la idea de crear un producto o servicio hasta la poner el proyecto en marcha (SAGARPA,2018:5).

“Los proyectos surgen de las necesidades individuales y colectivas de la sociedad y las personas. Son las que imponen, sus necesidades que deben satisfacer sus requerimientos, con una adecuada asignación de los recursos teniendo en cuenta la realidad social, cultural y política del país en la que el proyecto pretende desarrollarse” (Morales, Pombosa y Espin, 2017:2).

Una de las necesidades que se padece en ciudad valles, es el exceso de calor que prevalece en esta zona del estado de San Luis Potosí. Cada año presenta cifras alarmantes en la temperatura en el municipio, uno de los más recordados fue en el año 2011 cuando llego a una cifra record de 53°C (Tovar, 2011), es por eso, que la idea de generar un producto de características frías con la finalidad de que los clientes puedan adquirir un nuevo concepto que se diferenciara del resto de los productos que se ofertan en el mercado local. Respaldando lo anterior y realizando un estudio se puede apreciar en la figura No 01 que el clima del municipio de ciudad valles es en promedio 18.4 °C a 31.1°C lo que el producto es factible para venderse en esta zona.



ESTACIONES CLIMATOLÓGICAS TEMPERATURAS MÁXIMA Y MÍNIMA POR MES

Estacion	24012
NOMBRE	CIUDAD VALLES
ESTADO	SAN LUIS POTOSI

Temp Min (°C)					
Mes	Mín.	Prom.	Máx.	Desv. Est.	
ENE	-2.0	12.1	21.0	3.6	
FEB	2.0	13.5	21.5	3.5	
MAR	2.5	16.4	24.0	3.6	
ABR	10.0	19.7	25.5	2.8	
MAY	12.0	22.2	27.5	2.4	
JUN	18.0	23.0	27.5	1.6	
JUL	19.0	22.4	26.5	1.2	
AGO	19.0	22.4	27.0	1.2	
SEP	12.0	21.6	26.5	1.6	
OCT	9.0	18.9	26.0	3.0	
NOV	3.5	15.8	24.5	3.4	
DIC	-1.5	12.9	21.0	3.5	
Total general	-2.0	18.4	27.5	4.8	

Estacion	24012
NOMBRE	CIUDAD VALLES
ESTADO	SAN LUIS POTOSI

Temp Max (°C)					
Mes	Mín.	Prom.	Máx.	Desv. Est.	
ENE		6.0	24.6	38.5	4.9
FEB		8.0	27.2	42.0	5.0
MAR		16.0	30.8	47.0	5.0
ABR		14.0	34.2	49.0	4.7
MAY		20.5	35.9	48.0	3.7
JUN		24.0	35.8	50.0	3.8
JUL		23.0	34.0	47.0	3.3
AGO		24.0	34.4	41.0	3.1
SEP		22.0	32.4	43.0	3.0
OCT		15.0	30.4	42.0	3.2
NOV		12.0	27.6	38.5	3.9
DIC		6.0	25.1	39.0	4.8
Total general	6.0	31.1	50.0	5.7	

Figura No 1 Estaciones Climatológicas de Ciudad Valles

Fuente: Servicio Meteorológico Nacional

Por lo tanto, como menciona (BACA, 2013:2) *“siempre que exista una necesidad humana de un bien o un servicio habrá necesidad de invertir”*, al tener la idea clara y estudiar los antecedentes climatológicos del lugar se procedió a desarrollar el documento en donde se siguió la metodológica de autores como (Baca, 2013) y (Morales y Morales, 2004) para poder desarrollar un proyecto de inversión y evaluarlo para conocer si es rentable. Para eso desarrollo una estructura de proyecto que contemplaba lo siguiente puntos:

- Idea del Proyecto
- Estudio de mercado
- Estudio Técnico
- Estudio Financiero
- Evaluación del proyecto

Los criterios de selección que se consideraron fueron: estudios de Mercado, Estudio Técnico, el Estudio Financiero y el estudio evaluación financiero.

1.2.1 Estudio de Mercado

Para el estudio del mercado, se identificaron los productos que los consumidores está demandando en el mercado local como son: Los negocios, el precio, características, competencia, gustos y preferencias de los consumidores, poder de compra y los hábitos de consumo de los demandantes. En el desarrollo de esta investigación dio como resultado que son dos negocios que tiene un concepto similar, el producto que oferta tiene las mismas características e inclusive los precios son similares, la diferencia es en la antigüedad de los negocios el primero Raspados Huastecos Tam Kujuw, tiene aproximadamente dos años en el mercado y Gonzalitos es un negocio que tiene más de diez años.

Al desarrollar el estudio de mercado se contempló los análisis de la oferta y la demanda, precios y la comercialización, la importancia de este estudio respaldo la y reforzó la idea del proyecto. El instrumento para determinar algunos aspectos del producto fue por medio de una encuesta que se desarrolló entre personas de 15 a 35 años con una muestra representativa (BACA, 2013:23-168).

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N-1)) + k^2 * p * q}$$

Figura No 02 Formula para determinar el tamaño de la muestra

Fuente: Obtenida de la página Feedbacknetworks

N: es el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados).

k: es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos.

K	1.15	1.28	1.44	1.65	1.96	2	2.58
Nivel de Confianza	75%	80%	85%	90%	95%	95.5%	99%

Tabla No 02 Niveles de Confianza

Fuente: Elaboración propia obtenida de la página Feedbacknetworks

e: es el error muestral deseado. El error muestral es la diferencia que puede haber entre el resultado que obtenemos preguntando a una muestra de la población y el que obtendríamos si preguntáramos al total de ella.

p: es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que $p=q=0.5$ que es la opción más segura.

q: es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es $1-p$.

n: es el tamaño de la muestra (número de encuestas que vamos a hacer) (Feedback Networks Technologies, 2019).

Para determina la muestra representativa fue necesario utilizar la información que proporciona INEGI en el censo de población y vivienda 2015. Según datos de INEGI la población de ciudad valles fue de 176 935 habitantes y al aplicar la fórmula de la muestra representativa nos da como resultado un tamaño de la muestra de 383.

1.2.2 Estudio Técnico

En este apartado se desarrolló aquellos aspectos técnicos que son básico para la creación de la empresa como la localización, el proceso productivo de cómo elaborar el producto y las fases que conlleva el producirlo, la normativa que tendrá al ser un producto perecedero (seguridad e higiene), el cuidado del medio ambiente, así como el cronograma de actividades donde se ejecutará el proyecto.

La parte de recursos humanos, se les dio la oportunidad de que sus familiares pudieran trabajar dentro del negocio debió a que los emprendedores (propietarios del local) no podrían atender el local por que se encuentran actualmente estudiando la licenciatura. Esto no quiere decir que la empresa sea familiar por alguna de las partes, una empresa familiar es aquella que cumple con dos requisitos fundamentales: en la parte de propiedad, todas o al menos la parte proporcional que permita mantener el control de la organización deben pertenecer a dos o más miembros de una familia. En segundo lugar, que al menos dos de los miembros de la familia estén involucrados en el funcionamiento de la empresa familiar. Es decir, no basta con tener el control accionario de la empresa, sino que al menos dos de los miembros de la familia deben estar laborando en la empresa (Betancourt, Arcos, Torres y Olivares, 2012:15-16).

En la parte legal dieron de alta con la obligación de una persona física en el Régimen de Incorporación Fiscal y así aprovechar el beneficio de no pagar impuesto el primer año. En la producción se desarrolló una normativa y políticas internas en donde se especificaban el procedimiento a seguir para la elaboración de producto. En esta parte del estudio era fundamental seguir con las normas de higiene debido a que era un producto para el consumo de los clientes como lo son las raspas. Otro punto importante fue desarrollar un producto que no afectara al medio ambiente y poder contribuir a la conservación de esta, además apoyar a la economía de productores de la región, es por eso que los proveedores son comerciantes que cosechan las frutas por temporada, debido a que en esta región se cultiva frutos como lo son: Litche, mango, ciruela, melón, papaya entre otros. Dejando atrás el raspado tradicional que era realizado a base de colorantes artificiales, el producto tendrá un toque casero que los clientes demandan.

1.2.3 Estudio Financiero

Las proyecciones son una herramienta esencial para determinar cómo se verá reflejada la empresa aun fecha determinada, Se deben considerar varios aspectos como lo son la determinación del capital de trabajo, los presupuestos de inversión, memorias de costos, proyección de ventas. Los estados financieros proyectados.

En el presupuesto de inversión se consideró dos elementos: Activo Fijo y Capital de Trabajo, sin embargo, hay que considerar un elemento con relación a la depreciación de los Activos Tangibles o Intangibles, las Normas de Información Financiera mencionan en la NIF C-6 “es la distribución sistemática y razonable en resultados del monto depreciable de un componente a lo largo de su vida útil”, es decir, que la depreciación es toma como base en la vida útil del activo y no de las tasas fiscales de los artículo 33 y 34 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta.

Para la adquisición de activo fijo se consideró la maquinaria elemental para uso negocio, la depreciación debe de consistir en base a su vida útil, esto debido a que no es el mismo trato de vida útil que se les daría a negocios.

Las memorias de costos, deberán de incluir todos aquellos costos fijos y variables que se la empresa genera, desde la compra de materia, el costo por desarrollar el producto hasta su empaquetado final, así como el pago de los servicios (renta, agua, luz, teléfono, internet, etc.) y la mano de obra.

Las proyecciones de ventas están basadas en estimaciones que se obtuvieron de la encuesta realizada del estudio de mercado y del producto que prefiere los clientes. Una vez obtenidos las proyecciones (ingresos y costos) se empezó a desarrollar los estados proforma (balance General, Flujos de Efectivo y estado de resultados) para determinar las cifras finales y poder aplicar las técnicas de evaluación de proyectos de inversión.

1.2.4 Estudio Evaluación Financiero

Por último, la parte financiera, esta apartado se desarrolló, al realizar las corridas financieras y aplicar los métodos de evaluación de proyectos como son el Valor Presente Neto (VPN), Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Periodo de Recuperación (PR). Para eso es necesario que las cantidades proyectadas del estudio financiero sea lo más preciso posible para poder dar una certeza en los resultados.

El periodo de recuperación es una de las técnicas de valuación en donde mide el plazo en que transcurre antes de se recupere la inversión original a partir de los flujos de efectivos esperados. La fórmula para determinar es la siguiente:

Periodo de Recuperación =
(Número de alis antes de la recuperación total de la inversión original) +
(Costo no recuperado al inicio de la recuperación total del año / Flujos totales de efectivo durante la recuperación total del año).

Método del Valor Presente Neto (VPN) es utilizado para evaluar las propuestas de las inversiones de capital, mediante la determinación del valor presente neto futuros de efectivo, descontados a la tasa de rendimiento requerida por la empresa. La fórmula para determinar es:

$$\begin{aligned} \text{VPN} &= \hat{F}\hat{E}_0 + \frac{\hat{F}\hat{E}_1}{(1+k)^1} + \frac{\hat{F}\hat{E}_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{\hat{F}\hat{E}_n}{(1+k)^n} \\ &= \sum_{t=0}^n \frac{\hat{F}\hat{E}_t}{(1+k)^t} \end{aligned}$$

Tasa Interna de Rendimiento (TIR) es la tasa de descuento que obliga al valor presente de los flujos de efectivo esperados de un proyecto a igualar su costo inicial. Su fórmula es:

$$\begin{aligned} \hat{F}\hat{E}_0 + \frac{\hat{F}\hat{E}_1}{(1+\text{TIR})^1} + \frac{\hat{F}\hat{E}_2}{(1+\text{TIR})^2} + \dots + \frac{\hat{F}\hat{E}_n}{(1+\text{TIR})^n} &= 0 \\ &= \sum_{t=0}^n \frac{\hat{F}\hat{E}_t}{(1+\text{TIR})^t} = 0 \end{aligned}$$

Estos tres métodos de evaluación se aplicaron al proyecto dando un resultado favorable y posteriormente se tomó la decisión de desarrollarlo (Besley, 2008: 340-354).

2. NEGOCIO EN MARCHA

El proyecto al ser evaluado como viable y rentable, se puso en marcha en el año 2018, donde los primeros meses fueron pronosticados con ventas bajas debido a que los clientes recién empezaron a conocer el nuevo negocio, posteriormente el negocio empezó a obtener clientes de todas las edades. Sobre el transcurso de los meses, se analizó las metas que se propusieron, en donde se analizó los productos que más se vendía contra los que no, y si era necesario modificar con el propósito de ser eficiente con los recursos de la empresa, para cumplir con las estrategias trazadas fue necesario realizar un plan estratégico donde se incluyera todas aquellas estrategias que impactaría positivamente en el negocio (SAGARPA, 2018:31-33).

Las características que tiene el emprendedor entre las más mencionadas son la creatividad e innovación, su confianza en sí mismo y sus capacidades, perseverancia, la capacidad de manejar problemas y la aceptación del riesgo. Es por tal motivo que su producto para ser atractivo y demandado por los clientes tenía que tener rasgos que lo diferenciara de los existentes, debían de tener una propuesta innovadora para competir en el mercado local, para eso la innovación como lo menciono en uno de sus artículos Peter F. Drucker: *“Una Innovación tiene que ser simple y enfocada”*, es por ello que fue necesario desarrollar un producto que tuviera fruta y no el colorante que tradicionalmente se utiliza para el producto de los raspados, al analizar el comportamiento de los clientes se dieron cuenta que existía un producto que era el más solicitado y debido a que tenía ingredientes que conocen la mayoría de las personas. Además, cambiaron

su logotipo por colores tradicionales de la región, esto sirvió para atraer a nuevos clientes (Drucker, 2004: P-7).

En la Figura No 02 se muestra el logotipo de la empresa, esto sin duda fue una estrategia de mercado para estar conectados con las raíces de la huasteca potosina, el propósito de haber escogido esos colores típicos de la región fue para formar o transmitir a los clientes la identidad de la empresa, como lo menciona (Capriotti, 2009:19-27) en su obra que la identidad corporativa se puede reconocer en dos grandes concepciones: en el enfoque del diseño que define la representación icónica de una organización, que manifiesta sus características y sus particularidades y el enfoque organizacional define como el conjunto de características centrales, perdurables y distintivas de una organización, con las que la propia organización se autoidentifica y se autodiferencia.



Figura No 02 Logotipo De la empresa

Fuente: Elaboración Propia

Una vez que inicio el proyecto, y al tener conocimientos se desarrolló un plan de negocios en qué consistía en diseñar metas a cortos mediano y largo plazo con el fin de tener sanas las finanzas y recursos de la empresa, para eso se apoyaron en el manual de (SAGARPA, 2018:161-302) y de (Alcaraz, R., 2011:235-245), donde se obtuvo herramientas elementales para el desarrollo de un plan de negocios, además de eso aprovecharon capacitaciones de los cursos talleres “Consultoría para la consolidación Empresarial para jóvenes” y “Elaboración de Proyectos productivos y planes de negocio” impartidos por la organización México Calidad Suprema. En esta etapa se diseñó contemplando los siguientes aspectos:

- Resumen Ejecutivo
- Naturaleza del proyecto
- Administrativo Organizacional
- Mercado
- Producción o Servicios
- Finanzas
- Aspectos Legales
- Responsabilidad Social y/o Medio Ambiente
- Anexos
- Fuentes Bibliográficas

³ El logotipo del negocio es un prototipo que fue obtenido por los colores y diseño de la región de la huasteca potosina desarrollado por artesanos de la cultura tenek. El huasteco es una lengua perteneciente a la familia maya. En 2010 se registraron 166,952 hablantes de alguna variedad del huasteco. El huasteco conjunta 3 variantes, la primera se habla en San Luis Potosí y las dos últimas en el estado de Veracruz. Los hablantes de huasteco nombran a su lengua como teenek o tenek, y reconocen que ésta es la forma correcta de referirse a ella. Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas (INPI, 2018)

Al detectar que las metas no se estaban cumpliendo y el porcentaje de ventas no era el esperado, la solución fue replantear y analizar las metas cada tres meses, al ser un negocio de recién creación y conocer que existía la probabilidad de caer en uno de los tres escenarios (optimista, moderado o normal o pesimista), en el plan de negocios se debían de colocar diferentes estrategias para atraer más clientes, prueba de ello fue la difusión de su producto a través de los diferentes redes sociales, debido a que la gran parte de su clientes se encontraban en mencionados sitios.

Al terminar el primer año de operaciones del negocio. Se procedió analizar e interpretar los estados financieros para conocer la situación actual de la empresa y además hacer un comparativo con los estados financieros que resulten se estén obteniendo de los próximos meses del año 2 de operaciones de la empresa. Los principales estados financieros como lo son el Balance General, Estado de Resultados y lo Flujos de Efectivos son de vital importancia para poder contribuir a la toma de decisiones y analizar si se están cumpliendo con las metas planteadas en el plan de negocios (Perdomo, A., 1994:65-69). También fue necesario aplicar las principales razones financieras que se encuentran en el apéndice c de la NIF A3 para conocer la situación real de la empresa.

Las razones financieras que se utilizaran son las siguientes:

$$\text{Prueba de Liquidez (PL)} = \frac{\text{Activos Circulantes}}{\text{Pasivos Circulantes}}$$

$$\text{Prueba del Acido (PA)} = \frac{\text{Activos Circulantes} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivos Circulantes}}$$

$$\text{Rotación de Inventarios (RI)} = \frac{\text{Costo de Ventas}}{(\text{Inventario Inicial} - \text{Inventario Final})/2}$$

$$\begin{aligned} &\text{Rotación de Cuentas por pagar (RCP)} \\ &= \frac{\text{Ventas Netas}}{(\text{Saldo Inicial de Cuentas por cobrar} + \text{Saldo Fnal de las Cuentas por cobrar})/2} \end{aligned}$$

$$\text{Rotación de Activos Totales (RAT)} = \frac{\text{Ventas Netas}}{\text{Activos Totales}}$$

$$\text{Retorno de Activos (RdA)} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}}$$

$$\text{Retorno de Capital Total (RdCT)} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Contable}}$$

$$\text{Deuda a Capital Contable (DaC)} = \frac{\text{Pasivos Totales}}{\text{Capital Contable}}$$

$$\text{Deuda a Activos Totales (DaAT)} = \frac{\text{Pasivos Totales}}{\text{Activos Totales}}$$

$$\text{Margen de Utilidad Bruta (MUB)} = \frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Netas}}$$

$$\text{Margen de Utilidad Neta (MUN)} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}}$$

CONSIDERACIONES FINALES

Los proyectos inversión que se ejecutan adecuadamente son una oportunidad de crecimiento para el emprendedor, ya que tomando las medidas necesarias su proyecto se convertirá en un negocio en marcha, se debe considerar que mientras más tiempo le inviertas al estudio y a la evaluación, se podrán tomar decisiones más precisas y concretas. Además, los proyectos de

inversión son una oportunidad de fuentes de empleos directa o indirectamente ya que podría beneficiar a las personas de su alrededor.

Los estudiantes la gran mayoría tiene características de tener un perfil de emprendedor, sin embargo, son unos cuantos los que se atreven a emprender su idea sin temor al fracaso, algunas de las causas son que muchos no poseen el capital para poder crearla u otra no opción es que no realizan correctamente un estudio y se aventuran sin conocer cuál es la situación actual.

Existen programas e instituciones de apoyo al emprendedor como lo es la Banca de Desarrollo (Bancomer, Banamex, Santander, entre otros) que apoyan con créditos pyme; los apoyos gubernamentales como lo son la Secretaría de Economía, Secretaría de Hacienda y Crédito Público; Asesorías y capacitación (Endeavor o Jóvenes empresarios COPARMEX) o Incubadoras Universitarias. Es decir, existen gran variedad para el apoyo al emprendedor, solo es necesario que crean en sí mismos y asesorarse para que tomen la mejor decisión.

BIBLIOGRAFÍA

Perdomo Moreno, A. (1994). "Análisis e Interpretación de Estado Financieros". Ediciones Contables y Administrativas SA de CV. México

Morales Castro J. A. y Morales Castro, A. (2004): "Proyectos de Inversión". Editorial Gasca SICCO. México

Peter F. Drucker (2004): "La disciplina de la innovación". En Revista Harvard Business Review, Agosto 2004. p 1-9

W. Chan Kim and Renée Mauborgne (2004): "La estrategia del océano azul". En Revista Harvard Business Review, Octubre 2004. p 1-9

Besley Scott and F. Brigham E. (2008). "Fundamentos de la Administración Financiera". CENAGGE Learning. México.

Capriotti Peri, P. (2009). "Branding Corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad corporativa". Andros Impresores. Chile

Alcaraz Rodríguez R. (2011). "El emprendedor de Exito ".Editorial McGraw Hill. México

Tovar Zanella, M. E. (2011). "Valles a un paso de temperatura máxima en su historia". Disponible: <http://www.emsavalles.com/leer.php?l=NL14783&f=pr> Consultado en 28/05/2019 a las 12:12

Betancourt Enríquez, A.D. Arcos Moreno, S. Torres Vargas, A.E., Olivares Bazán, L.D. (2012). "Empresas Familiares". Tlatemoani (abril 2012). En línea: <http://www.eumed.net/rev/tlatemoani/09/emvb.pdf>

Gabriel Baca Urbina (2013). "Evaluación de proyectos". Editorial Mc Graw Hill. México.

Instituto Mexicano para la Competitividad A.C. (IMCO) (2018): "Las 10 carreras con mayor número de profesionistas". Disponible en: <http://imco.org.mx/comparacarreras/las-10-mas> Consultado en 26/05/2019 a las 15:12

Norberto Hernán Morales Merchán, Edwin Pombosa Junez y Eduardo Rubén Espín Moya (2017): "El propósito de los proyectos productivos y empresariales", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Latinoamérica, (enero 2017). En línea: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/la/17/proyectos.html>
<http://hdl.handle.net/20.500.11763/la17proyectos>

Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas (INPI), (2018). Atlas de los pueblos indígenas de México Huasteco". Disponible: http://atlas.cdi.gob.mx/?page_id=626

Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA) (2018). "Evaluación de Proyectos Productivos y Elaboración de Planes de Negocio".

Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) (2019): "Anuarios Estadísticos de Educación Superior ciclo escolar 2017-2018". Disponible: <http://www.anuies.mx/informacion-y-servicios/informacion-estadistica-de-educacion-superior/anuario-estadistico-de-educacion-superior> Consultado en 27/05/2019 a las 13:12

Servicio Meteorológico Nacional (SMN), (2018). "Información Estadística Climatológica de Ciudad Valles". Disponible: <https://smn.cna.gob.mx/tools/RECURSOS/Estadistica/24012.pdf> Consultado en 26/05/2019 a las 12:51

Feedback Networks Technologies S.L., (2019). "Calcular la muestra". Disponible: <https://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calculat.html> Consultado en 29/05/2019 a las 10:54

Norma de Información Financiera (NIF), (2019). "NIF C6, NIF A3". Instituto Mexicano de Contador Públicos. México.