



**TLATEMOANI**  
*Revista Académica de Investigación*  
Editada por Eumed.net  
No. 36 – Abril 2021.  
España  
ISSN: 19899300  
[revista.tlatemoani@uaslp.mx](mailto:revista.tlatemoani@uaslp.mx)

Fecha de recepción: 01 de Diciembre de 2020  
Fecha de aceptación: 01 de Marzo de 2021

**EL PROYECTO PRODUCTIVO, UNA HERRAMIENTA ELEMENTAL PARA EL  
EMPREENDEDOR DE CIUDAD VALLES, S.L.P.**

**THE PRODUCTIVE PROJECT, AN ELEMENTARY TOOL FOR THE  
ENTREPRENEUR OF CIUDAD VALLES, S.L.P.**

**Autores:**

León Donizetty Olivares Bazán

[donizetty.bazan@uaslp.mx](mailto:donizetty.bazan@uaslp.mx)

Pablo Martinez Gonzalez

[pablomg@uaslp.mx](mailto:pablomg@uaslp.mx)

Sergio Arcos Moreno

[sarcos@uaslp.mx](mailto:sarcos@uaslp.mx)

**Universidad Autónoma de San Luis Potosí**

**RESUMEN**

El presente trabajo tiene como finalidad presentar la metodología para la elaboración o construcción de un proyecto productivo, que servirá como una herramienta para los emprendedores quienes estén por iniciar su empresa. Existen manuales o lineamientos de como elaborar proyectos o planes de negocio, no obstante, un proyecto no funciona igual en un mismo lugar o región, la situación

socio económica, juega un papel muy importante al momento de crear la empresa. La metodología consistirá en adaptar esos elementos básicos que apoyen al emprendedor como lo son los estudios de mercado, técnico y financiero, además de utilizar indicadores financieros que sirvan para determinar la viabilidad del proyecto 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 purpose of this work is to present the methodology for the development or construction of a productive project, which will serve as a tool for entrepreneurs who are about to start their business. There are manuals or guidelines on how to develop projects or business plans, however, a project does not work the same in the same place or region, the socio-economic situation plays a very important role when creating the company. The methodology will consist of adapting those basic elements that support the entrepreneur such as market, technical and financial studies, in addition to using financial indicators that serve to determine the viability of the project through the techniques (Recovery Period, Net Present Value and Internal Rate of Return).

**Keywords:** Productive Project, Entrepreneur, Business plan and methodology.

## **1.1 EL PERFIL DEL EMPRENDEDOR**

Rafael Alcaraz (2011) describe el concepto de Emprender como “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)".

Las características comunes de los emprendedores son

Compromiso total, determinación y perseverancia.

Capacidad para alcanzar metas.

Orientación a las metas y oportunidades.

Iniciativa y responsabilidad.

Persistencia en la solución de problemas.

Realismo.

Auto confianza.

Altos niveles de energía.

Busca de retroalimentación.

Control interno alto.

Toma de riesgos calculados.

Baja necesidad de estatus y poder.

Integridad y confiabilidad

Tolerancia al cambio

Burch (1986) agrega a la lista de características del emprendedor las siguientes:

**Trabajadores:** son adictos al trabajo que se enfocan a sus metas y trabajan incansablemente para alcanzarlas.

**Optimistas:** consideran que cualquier cosa es posible y que cualquier momento es inmejorable para alcanzar metas y logros.

**Orientación a la excelencia:** su deseo de logro los lleva a hacer las cosas al mejor grado posibles para sentirse aún más orgullosos y satisfechos de lo alcanzado.

Para Schollhammer (1980), los emprendedores se pueden dividir en cinco tipos de personalidades:

El emprendedor administrativo. Hace uso de la investigación y desarrollo para generar nuevas y mejores formas de hacer las cosas.

El emprendedor oportunista. Busca constantemente las oportunidades y se mantiene alerta ante las posibilidades que le rodean.

El emprendedor adquisitivo. Se mantiene en una continua innovación que le permite crecer y mejorar lo que hace.

El emprendedor incubador. En su afán por crecer y buscar oportunidades y por preferir la autonomía, crea unidades independientes que eventualmente se convierten en nuevos negocios, incluso a partir de alguno ya existente.

El emprendedor imitador. Genera sus procesos de innovación a partir de elementos básicos ya existentes, mediante la mejora de ellos.

Según la razón por la que emprenden:

Por aprovechar una oportunidad, es decir, porque encontraron una necesidad insatisfecha o un nicho de mercado desatendido, o porque tiene una buena idea y desean desarrollarla por el gusto de verla hecha realidad.

Por necesidad o porque el emprendedor se encuentra en una situación desfavorable, específicamente si está desempleado, ya sea porque acaba de ser despedido o porque ha decidido independizarse y requiere procurarse alguna forma de ingreso económico.

El emprendedor social busca, a través de su creatividad, entusiasmo y trabajo, producir un cambio social en beneficio de un sector de la población, generalmente si fines de lucro.

El emprendedor que busca destacar en cierta área y ser modelo para otros; por ejemplo, en las artes, el deporte o la política.

Si el individuo emprende dentro de una empresa que no es la suya se le llama emprendedor interno (intrapreneur), y si lo hacen en su propio negocio con fines de lucro es un emprendedor externo (entrepreneur), el cual puede comenzar desde cero, adquirir una empresa ya existente o comprar una franquicia, fabricar productos, ofrecer servicios o sólo comerciar algo ya existente.

Actualmente la Facultad de Estudios Profesionales Zona Huasteca (FEPZH), a lo largo de 36 años, han salido profesionistas formados con su disciplina y con espíritu emprendedor, es todo quiere decir, que además de ejercer su profesión, también tiene la mentalidad de crear su propia empresa, esto hace que 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 Empezar 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 UNA EMPRESA**

Dirigir una empresa micro, pequeña o mediana 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. Respaldao 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.

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.

### **Estudio de Mercado**

Para el estudio del mercado, el emprendedor debe de identificar a sus principales competidores, 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 del estudio de mercado le debe de dar como resultado información cualitativa y cuantitativa de los gustos y preferencia de la población objetivo, esta información puede ser obtenida por medio de fuentes primarias o secundarias.

Métodos comúnmente utilizados para obtener información primaria: Observación, Sondeo, Panel de consumidores, encuesta o entrevista.

Métodos comúnmente utilizados para obtener información secundaria: Datos estadísticos de censos poblacionales, resultados de informes sobre la situación de la industria en la que se va a operar, entrevistas con competidores, resultados de venta en otros países.

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 respaldó 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. 01 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
Nivel de Confianza	75%	80%	85%	90%	95%	95.5%

Tabla No. 01 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 determinar 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 básicos 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, es uno de los elementos más importantes en la creación de una empresa, es por tal motivo que cuando se realice el proyecto productivo, el emprendedor debe tener una metodología para reclutar el personal indicado, esto también se dificulta, ya que de arranque un negocio no cuenta con suficiente experiencia para escoger al perfil más idóneo o inclusive no tendrá los suficientes recursos para retenerlo, es por eso que en muchos casos,

normalmente recurren a los familiares para que ocupen esos puestos, y así puedan beneficiar a sus mismo integrantes del mismo lazo familiar.

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 articulo 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, este 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 años 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:

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:

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**

La finalidad de los proyectos, es para determinar si son viables o no, es por eso, que se deben de evaluar antes de realizar la inversión de la apertura de la empresa. Posterior a la apertura, se recomienda diseñar un plan de negocios que sirva como base sobre el objetivo planteado, en caso de que no se esté cumpliendo con las metas planteadas, se deben de tomar estrategias que sirvan para que la empresa tome el camino trazado. Para eso, es necesario cumplir con las estrategias trazadas 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 diferenciaron de los existentes, debían de tener una propuesta innovadora para competir en el mercado local, para eso la innovación como lo menciona 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).

Las empresas deben de tener una identidad propia, algo que los distinga de los competidores, el logotipo de la empresa, además de darle una forma a la visual al negocio, sirve como estrategia de mercado para estar conectados con sus potenciales clientes, debe ser algo que este vinculado a la región, por ejemplo, un logotipo que tenga las raíces de la huasteca potosina, tiene como propósito transmitir los colores típicos de la región 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.

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

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.

Es necesario que al terminar su primer año de operaciones. procedan analizar e interpretar los estados financieros, (estos estados financieros pueden ser obtenidos a través de paquetes contables comerciales o generarlos a través de herramientas de hojas de cálculo) 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 es necesario aplicar indicadores financieros que se encuentran en el apéndice c de la NIF A3 para conocer la situación real de la empresa. Lo anterior se debe, a que la toma de decisiones que pretenda a realizar el emprendedor debe estar sustentado con un documento formal.

Las razones financieras que se utilizaran son las siguientes:

Prueba de Liquidez (PL)= (Activos Circulantes) / (Pasivos Circulantes)

Prueba del Ácido (PA)= (Activos Circulantes-Inventarios) / (Pasivos Circulantes)

Rotación de Inventarios (RI)= (Costo de Ventas) / ((Inventario Inicial-Inventario Final) /2)

Rotación de Cuentas por pagar (RCP)= (Ventas Netas) / ((Saldo Inicial de Cuentas por cobrar + Saldo Final de las Cuentas por cobrar) /2)

Rotación de Activos Totales (RAT)= (Ventas Netas) / (Activos Totales)

Retorno de Activos (RdA)= (Utilidad Neta) / (Activos Totales)

Retorno de Capital Total (RdCT)= (Utilidad Neta) / (Capital Contable)

Deuda a Capital Contable (DaC)= (Pasivos Totales) / (Capital Contable)

Deuda a Activos Totales (DaAT)= (Pasivos Totales) / (Activos Totales)

Margen de Utilidad Bruta (MUB)= (Utilidad Bruta) / (Ventas Netas)

Margen de Utilidad Neta (MUN)= (Utilidad Neta)/(Ventas Netas )

## CONCLUSIONES

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 Secretaria de Economía, Secretaria 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](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.anui.es.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-calcul.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.