

// " LA INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCION" //



Casa abierta al tiempo

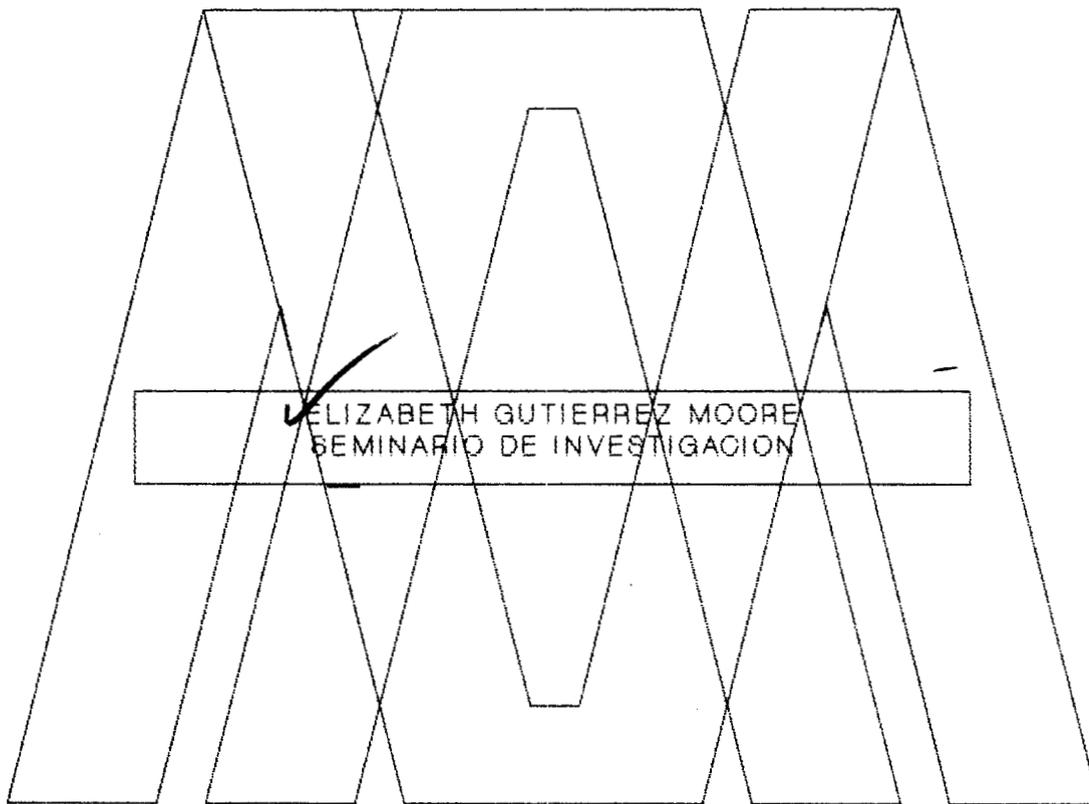
✓ CSH

152781

ASESOR: EDUARDO VILLEGAS HERNANDEZ

**UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA**

UNIDAD IZTAPALAPA



✓ ELIZABETH GUTIERREZ MOORE  
SEMINARIO DE INVESTIGACION

CS.H

U. A. M. IZTAPALAPA

COLABORADORES:

✓ BECERRA BECERRA, MA. DE LOS ANGELES

GARCIA RESENDIS VICTOR

VILLAREAL SANCHEZ JESUS

Lic. Administración

MEXICO, D.F. IZTAPALAPA 1993

9-XI-95

152781

I N D I C E

INTRODUCCION..... 4

I. REAJUSTE MACROECONOMICO EN MEXICO 1982 - 1992.....7

    I.1 La estrategia económica.....8

    I.1.2 De la Apertura Comercial en México al TLC.....8

    I.1.2.1 Cuadro resumen del TLC.....10

    I.2. PROGRAMA DE REAJUSTE MACROECONOMICO

        LA ERA DE LOS PACTOS.....13

    I.2.1 Programa Inmediato de Reordenación Económica.....13

    I.2.2 Programa de Contención.....13

    I.2.3 Programa de Aliento y Crecimiento.....14

    I.2.4 Pacto de Solidaridad Económica.....14

    I.2.5 Pacto de Estabilidad y Crecimiento Económico.....15

    I.2.6 Acuerdo Nacional para Elevar  
        la Productividad y la Calidad.....16

    I.3. EL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO DE 1988-1994.....17

    I.3.1 Logros y Metas del PND.....18

527

II.	LA INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCION.....	19
II.1	Breve contexto histórico.....	19
II.1.1	La Camara Nacional de la Industria de la Construcción.....	20
II.1.2	Las empresas y sus clasificaciones en la Industria de la construcción.....	20
II.2	Características de la Industria de la Construcción.....	24
III.	LAMINAS GLORIA (CASO DE ESTUDIO).....	28
III.1	Definición del negocio.....	28
III.1.1	Misión Empresarial.....	28
III.1.2	Filosofía de la empresa.....	28
III.1.3	Nombre y Registro de la empresa.....	29
III.2	Descripción de los productos.....	29
III.2.1	Tipos de productos que se ofrecen.....	29
III.2.1.1	Lámina de Cartón.....	29
III.2.1.2	Lámina de Plástico.....	30
III.2.1.3	Lámina de Asbesto.....	30
III.2.1.4	Lámina Galvanizada.....	31
III.3	Breve historia de la empresa.....	31
III.3.1	Primera etapa (1963-1971).....	32
III.3.2	Segunda etapa (1972-1986).....	32
III.3.3	Tercera etapa (1987-1992).....	33
III.3.4	Situación Financiera Actual.....	37

IV.	PROYECTO DE CRECIMIENTO.....	38
IV.1	Análisis de mercado.....	40
IV.1.1	Clasificación del Producto.....	42
IV.1.2	Análisis de la demanda.....	42
IV.1.2.1	Distribución geográfica del mercado de consumo..	42
IV.1.2.2	Proyección de la demanda.....	42
IV.1.2.3	Tabulación de fuentes primarias.....	43
IV.1.3	Análisis de precios.....	50
IV.1.4	Canales de comercialización y distribución del producto.....	51
IV.2	Estudio técnico del proyecto.....	52
IV.2.1	Tamaño y localización.....	52
IV.2.1.1	Disponibilidad de materia prima.....	52
IV.2.1.2	Macrolocalización.....	53
IV.2.1.3	Microlocalización.....	53
IV.2.1.4	Adquisición de equipo y maquinaria.....	53
IV.2.1.5	Distribución de la planta.....	54
IV.2.1.6	Organización de la empresa.....	54
IV.2.1.7	Marco legal.....	54
IV.3	Proyecto de inversión.....	55
V.	CONCLUSIONES.....	58
VI.	BIBLIOGRAFIA.....	59
VII.	ANEXOS.....	61

## INTRODUCCION

### LA INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCION

La industria de la construcción surge como tal en el año de 1935 y se encontró constituida por empresas especializadas de los diversos campos de la ingeniería civil. Esta industria a lo largo de los años se ha mantenido con un capital netamente mexicano y el número de empresas que participan en esta actividad ha tenido un crecimiento constante desde 1939, año en que operaron 90 constructoras.

## IMPORTANCIA DE LA INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCION EN LA ECONOMIA NACIONAL.

La industria de la construcción tiene una importancia significativa en la economía nacional, ya que si ésta registra tasas negativas la construcción se vera afectada, pero si la economía registra un incremento en su crecimiento la construcción obtendra cifras positivas y dinamiza al resto de la economía debido a la estrecha relación que guarda con otros factores productivos como son: el número de empleos que genera (teniendo la característica de ser empleos eventuales que no requieren de personal capacitado); a la formación bruta de capital en la cual contribuye en un alto porcentaje al producir la infraestructura básica necesaria para el país; y el volumen de compras que realiza de forma directa y/o indirecta a 34 de los 72 sectores productivos del país (que se encuentran contemplados en la matriz insumo producto de la industria de la construcción que definio la Secretaria de Programación y Presupuesto en el año de 1980) entre los que destacan: la industria del cemento ; la industria del hierro y del acero; la industria básica de los metales no ferrosos; la industria de productos a base de minerales no metálicos; los aserraderos, triplay y tableros; entre otros.

## EL PROPOSITO DEL TRABAJO

Con la información que genera la Industria y la Camara Nacional de la Construccion se pretende hacer una proyección a corto y mediano plazo de la microempresa LAMINAS GLORIA.

Ello genera información necesaria que nos permita evaluar un proyecto de desarrollo de una microempresa dedicada a uno de los sectores de la industria de la construcción.

El trabajo consta de cinco capitulos. El primero representa una breve descripción del reajuste de la economía mexicana de 1982 a la fecha. El segundo capitulo describe la evolución reciente de la industria de la construcción en México y la importancia que tiene dentro de la economía nacional. En el capítulo cuatro se desarrollo el proyecto estrategico de crecimiento, donde se describe su estructura y se evaluaron los resultados de 1992 a 1995. Por ultimo el capitulo cinco presenta las conclusiones y recomendaciones derivadas del análisis y estudios realizados a lo largo del presente trabajo.

Este trabajo es sólo una opción de las que pueden llevarse a cabo para la consolidación y desarrollo de la microempresa.

## I. REAJUSTE MACROECONOMICO EN MEXICO 1982-1992.

La coyuntura de crisis mundial de los años 70 repercutió drásticamente en la economía mexicana en la década de los ochentas. Cuando sufrió la más severa de las crisis económicas registradas, debido a factores internos como la inflación, el desempleo, fuga de capitales, un elevado déficit fiscal, a la política expansionista de los sexenios anteriores y externos como la baja de precios del petróleo, reajuste de la economía mexicana manifestara su vulnerabilidad ante factores adversos.<sup>1</sup>

El resultado fue que estuviera al borde del caos y casi se paralizara su aparato productivo.

La inflación reflejada en los principales indicadores económicos obligaron al Gobierno Mexicano a elaborar e instaurar un proceso de cambios tanto en su Estrategia Económica como de Programas de Reajustes Macroeconómicos que tienen como objetivos prioritarios: controlar la espiral inflacionaria, reactivar y estabilizar la economía nacional, reducir el elevado déficit fiscal con programas estabilizadores como los pactos económicos.<sup>2</sup> La característica de los programas es que son una serie de medidas tanto ortodoxas (por tratar de controlar el déficit público) como heterodoxas (por que incluyen políticas de control de precios) que tienen como fin la estabilización de la economía que es una condición necesaria para un crecimiento sano y sostenido.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Véase S.H.C.P. La Deuda Externa Mexicana.

<sup>2</sup> Confrontar S.H.C.P. En El Nuevo Perfil de la Economía Mexicana, Agosto 1992.

<sup>3</sup> Confrontar Agenda Económica. En Ejecutivos en Finanzas. Febrero, 1988 p. 8-12.

## I.1 ESTRATEGIA ECONOMICA

A partir de 1983 se adoptaron en México cambios radicales en la estrategia económica, ya que la crisis hizo evidente que la política proteccionista, la sobrerregulación y la excesiva intervención del Estado en la economía habían llegado al límite para generar el crecimiento económico sostenido y con estabilidad. Es por ello, que a partir del año de 1983 y hasta 1992, se emprenden y se intensifican acciones para lograr un cambio económico estructural que responda a las crecientes necesidades de la economía Mexicana. Entre las medidas puestas en marcha se encuentran: el estricto control de las finanzas públicas; la racionalización y selectividad del gasto público; la reforma fiscal; la desincorporación de empresas públicas no prioritarias ni estratégicas; la apertura comercial; la modernización del sistema financiero y de la propiedad del sector agrícola; la desregulación en materia de inversión extranjera, del sistema financiero y de mercados en general; el estímulo a la participación del sector privado en obras de infraestructura; entre otras.<sup>4</sup>

### I.1.2. DE LA APERTURA COMERCIAL EN MEXICO AL TLC

La apertura comercial en México es causa fundamental de la nueva política comercial mexicana, que indica en el año de 1986, en el que las exportaciones no petroleras participaron con más del 65% del total exportado.

<sup>4</sup>Véase S.H.C.P. Op. cit., p. 5-7.

Cabe hacer mención que en los años anteriores las exportaciones petroleras representan cerca del 75% del total de las exportaciones.

La estrategia de la apertura comercial consistió en una constante y gradual liberación comercial, que permitió desarrollar una economía menos vulnerable a factores externos. Las acciones emprendidas para tal fin fueron:

- Un tipo de cambio subvaluado que hiciera atractivas las exportaciones mediante el deslizamiento de la moneda de 13 ,17 y 21 centavos diarios durante 1982,1984 y 1985, respectivamente.

- Una política arancelaria por-exportaciones que propiciara un sistema más balanceado de incentivos para fomentar las importaciones y exportaciones. Se realizó una reducción en el arancel medio de 14% entre 1982 y 1989, al pasar del 27 al 13%. Así como una reducción de 11 tasas en el mismo periodo, al pasar de 16 a 5. El permiso previo aplicable a todas las fracciones arancelarias de Impuesto General de Importación (TIGI) se redujo a sólo el 2% para el año de 1991.

Una vez que México logro su anexión al GATT, el paso lógico a seguir en la nueva estrategia de desarrollo es participar en diferentes acuerdos encaminados a reducir sus desventajas con sus principales socios comerciales muestra de ellos son:

- a) El Acuerdo Marco Bilateral con Estados Unidos,
- b) La participación con la Comunidad Económica Europea a través del Acuerdo de Cooperación Económica,
- c) La adhesión a la Comisión Económica para la Cuenca del Pacífico,
- d) Y algunos acuerdos comerciales con diferentes países

Latinoamericanos destacando un Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá.<sup>5</sup>

En el que México persigue eliminar todas las barreras no arancelarias que representan un obstaculo a nuestras exportaciones establecer un mecanismo justo en resolución de controversias; establecer reglas que garanticen el acceso permanente a los productos mexicanos al mercado norteamericano, obtener el máximo beneficio en la complementariedad de las tres economías y; atraer inversión extranjera de todos los países.<sup>6</sup>

#### I.1.2.1. CUADRO RESUMEN DEL TLC

A continuación se presenta un cuadro resumen de los objetivos, sectores exluídos y cronología del TLC.<sup>7</sup>

---

#### ACUERDO DE LIBRE COMERCIO, OBJETIVOS:

---

- \* Mejoría en las condiciones de acceso a los mercados de norteamérica.
  - \* Tratamiento justo y recíproco
  - \* Aprovechamiento de economías de escala
  - \* Aumento de oportunidades de inversión y empleo
  - \* Agil resolución de controversias en materia comercial
- 

<sup>5</sup> Sánchez Díaz Julio A. y Victor M. Miranda. Los Efectos del T.L.C. en la Economía Mexicana.

<sup>6</sup> S.H.C.P. Op. cit., p.29.

<sup>7</sup> Ibid. p. 29,31 y 32.

---

SECTORES EXCLUIDOS DEL TLC DE NORTEAMERICA a/

---

Petróleo, petroquímica básica y otros hidrocarburos

Telégrafos, correos y radiotelegrafía

Comunicaciones vía satélite

Elasticidad y ferrocarriles

Emisión de billetes y acuñación de moneda

---

a/ Correspondientes actividades que de acuerdo al art. 28 constitucional, están reservadas al Estado.

---

CRONOLOGIA DEL TLC DE AMERICA DEL NORTE

1990 JUNIO

Los presidentes de México y Estados Unidos anunciaron la intención de ambos gobiernos de firmar un tratado de libre comercio.

SEPTIEMBRE

Dentro de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial se constituyó la unidad de negociación del TLC y se conformó la comisión intersecretarial del TLC.

Canadá manifestó su interés por participar en las negociaciones.

1991 FEBRERO

Los gobiernos de México, Canadá y Estados Unidos anunciaron simultáneamente su decisión de iniciar negociaciones para la firma de un tratado de libre comercio.

MARZO

El presidente de los Estados Unidos solicitó al Congreso de su país la extensión por dos años del mecanismo para las negociaciones comerciales.

## JUNIO

El día primero el congreso estadounidense extendió por dos años el procedimiento.

El día 12, en Toronto, Canadá, se llevo a cabo la primera reunión ministerial, que dio inicio formal a las negociaciones.

## AGOSTO

Del día 18 al 20 se efectuó la segunda reunión ministerial en Saettle, Estados Unidos. Los ministros de comercio evaluaron el avance de las negociaciones.

## OCTUBRE

En el estado de Zacatecas, Mexico, se celebró la tercera Reunión Ministerial con la que se concluyó la etapa de identificación de problemas para iniciar la redacción de textos.

## NOVIEMBRE

El día 21 se inició el intercambio de textos en la ciudad de Washinton, Estados Unidos.

## DICIEMBRE

El día 14 se reunieron los presidentes de México y Estados Unidos en Campo David, E.U.; ambos mandatarios expresaron su determinación de firmar un TLC lo más pronto posible.

## 1992 ENERO

La cuarta reunión de jefes de Negociación, celebrada en la ciudad de Washinton del 6 al 10 de enero, se presentó el texto del TLC consolidado con corchetes.

## FEBRERO

Los días 9 y 10 se celebró la cuarta reunión ministerial en la ciudad de Chantilly, Virginia. Se avanzó en la eliminación de corchetes.

## ABRIL

Del 6 al 8 se llevo a cabo la quinta reunión ministerial en la

cuidad de Montreal, Canadá. Al termino de esta reunion los ministros informaron que se han alcanzado progresos sustanciales en los trabajos.

Del 27 de abril al 10. de mayo, se realizo en la ciudad de México la novena reunión plenaria de de jefes de negociación.

JUNIO

Del 10. al 5 se celebros la décimoprimer reunión plenaria de jefes de negociación en Washinton.

## I.2. PROGRAMAS DE REAJUSTE MACROECONOMICO

### LA ERA DE LOS PACTOS

A partir de diciembre de 1982 entran en vigor una serie de programas estabilizadores que tienen como objetivo cambios económicos de 1983 a 1985; cambios estructurales de 1986 a 1988 y de 1989 a 1992 es perseverancia en la política de cambios emprendida de 1983.<sup>8</sup>

#### I.2.1. PROGRAMA INMEDIATO DE REORGANIZACION ECONOMICA (PIRE)

El programa inmediato de reordenación económica fue un paquete de medidas ortodoxas y graduales, las cuales entraron en vigencia en diciembre de 1982, su papel evidentemente fue el ser un programa de estabilización a costa del desarrollo.

El objetivo de este programa fue reducir el desequilibrio de las finanzas públicas (ajuste fiscal y monetario) y abatir la inflación (eliminando parcial o totalmente los controles de precios, salarios y tipo de cambio).

En julio de 1985 a la terminación del PIRE se suscribió en el programa extendido de reordenación económica (PERE) que contenía los mismos lineamientos económicos que el pire y concluyó en febrero de 1986.

#### I.2.2. EL PROGRAMA DE CONTENCIÓN (PC).

El cambio sexenal determina nuevas reglas en febrero de 1986 se suscribió el programa de contención, su carácter fue de

<sup>8</sup> Para la elaboración de estos puntos se utilizaron los apuntes del Lic. Guillermo Domínguez Rodríguez.

endurecimiento en el esquema de control de precios. Se da en un contexto de demostración de fuerza y exceso de poder.

Este programa permitió el tiempo suficiente hasta julio de 1986 en el que suscribe un nuevo programa PAC.

### I.2.3. EL PROGRAMA DE ALIENTO Y CRECIMIENTO (PAC)

En forma más inductiva pero no por ello menos inflexible posibilita un nuevo estadio en el control de precios. La perseverancia en la estrategia de cambio estructural comenzada con PIRE, PC Y PAC permitieron en diciembre de 1987 promover la concertación social de los sectores productivos para abatir la inflación y promover la recuperación de la economía. Se creó la nueva estrategia de los pactos económicos el PSE.

### I.2.4. EL PACTO DE SOLIDARIDAD ECONOMICA (PSE)

A finales de 1987, se suscribió una nueva estrategia de estabilización económica, el pacto de solidaridad económica; por medio de la concertación de los sectores productivos de la nación (gobierno, obreros, campesinos y empresarios).

Este programa adoptó al igual que los otros programas medidas de tipo ortodoxo como el ajuste fiscal y contracción monetaria; así como medidas heterodoxas como la congelación de precios de los bienes sujetos a control, tarifas y salarios, además de la baja en las tasas de interés.

El PSE fue determinante en el esquema de control de precios ya que permitió la negociación de los diversos sectores productivos; y es el antecedente inmediato del actual pacto.

Uno de los costos que impidió el pacto (PSE) dentro de la actividad industrial fue el efecto negativo en el sector de la construcción de 3.4% hasta el mes de octubre de 1988; con excepción del año de 1987 en el que la industria registra una tasa de crecimiento de 4.7%.<sup>9</sup>

#### I.2.5. EL PACTO DE ESTABILIDAD Y CRECIMIENTO ECONOMICO (PECE)

En diciembre de 1988 se suscribió el pacto de estabilidad y crecimiento económico (PECE) que tuvo como objetivo principal en su primera fase proseguir el esfuerzo de estabilización iniciado con el pacto de solidaridad económica. El PECE sentó las bases para la reactivación gradual de la economía, así como, alcanzar un crecimiento sostenido, a través de medidas económicas contenidas en los anteriores pactos. Cabe hacer mención que el PECE ha tenido seis extensiones hasta noviembre de 1991. Dentro de las acciones emprendidas se encuentran: la reducción del deslizamiento cambiario (a razón de un peso diario en 1989 a 20 centavos diarios en 1991) para estimular las actividades productivas y exportadoras; aumento de los salarios mínimos (en 8% en 1989, en 10% en 1990 y 12% en enero de 1992); la reducción del IVA del 20 y 15% AL 10% (esta no se aplicó a las franjas fronterizas y zonas libres del país); aumento en precios de servicios y tarifas del sector público hasta el año de 1992 principalmente en los energéticos que se encontraban rezagados.

El PECE es la más avanzada forma en que los sectores económicos en México contienen los precios, las tasas de interés, el tipo de cambio y los salarios.

<sup>9</sup>C.N.I.C. Revista Mexicana de la Construcción.

La séptima extensión del PECE con vigencia hasta enero de 1993 asegura el compromiso de todos los sectores en el propósito de estabilización y recuperación gradual de la economía. Este esquema de control es el más largo de la era de los pactos económicos.

#### I.2.8. ACUERDO NACIONAL PARA ELEVAR LA PRODUCTIVIDAD Y LA CALIDAD

Bajo el marco de concertación de los sectores productivos de la economía, el 25 de mayo de 1992, se firma el acuerdo nacional para la elevación de la productividad y la calidad, cuyo propósito es elevar de manera firme y sostenida los niveles de productividad y calidad en la actividad económica en el marco de preservación del equilibrio ecológico.<sup>10</sup>

Las acciones que propone el ANEPC para alcanzar su objetivo son:

-La modernización de las estructuras organizacionales del sistema productivo.

-La superación y el desarrollo de la administración enfatizar la importancia de los recursos humanos y proporcionarles programas permanentes de capacitación, condiciones de trabajo adecuadas que brinden mayor bienestar, la productividad; fortalecer las relaciones laborales y;

-Modernizar la tecnología así como elevar la investigación científica y tecnológica.

El ANEPC es un factor importante con el que se pretende obtener mayores niveles de productividad y calidad que han

<sup>10</sup> Véase, Op. cit., El Nuevo Perfil de la Economía Mexicana p. 42-43.

posible el paso de la estabilidad al crecimiento sostenido y al desarrollo.<sup>11</sup>

Las medidas emprendidas por el gobierno mexicano tanto en su reordenación macroeconómica como en su cambio de estrategia económica permitieron renegociar la deuda externa en condiciones más favorables; abrir su economía de forma gradual y; crear un clima de confianza para los inversionistas nacionales y extranjeros. Todo ello basado en las perspectivas que tiene la economía mexicana bajo la nueva estrategia económica.

La evaluación de la efectividad de los programas no es materia de estudio de este trabajo, por lo que solamente se presentan como un marco de referencia de los cambios y ajustes macroeconómicos realizados en México en la última década.

### I.3 EL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 1989-1994

El plan nacional de desarrollo 1989-1994 pretende mantener un crecimiento económico sostenido con estabilidad de precios, elevando el nivel de vida de los habitantes del país. Partiendo a través de tres estrategias básicas:

- a) Estabilización permanente de los precios
- b) Incremento de la inversión productiva
- c) Modernización económica

Por los alcances que tiene el incremento de la inversión productiva en la economía se podrá elevar el crecimiento del

<sup>11</sup> Ibid, p. 44.

empleo de la población económicamente activa con el consiguiente aumento real de salarios, reactivar el mercado interno y aumentar la producción de bienes y servicios, así como recuperar la capacidad de ahorro interno que permitir efectuar los ciclos ahorros-inversión.

La estrategia de modernización económica tiene como fin incrementar la eficiencia y productividad de los sectores económicos, estimulando la capacidad productiva del país.

Uno de los puntos principales que tiene la modernización económica es la modernización financiera que pretende satisfacer la demanda de créditos en las actividades prioritarias a través de recursos de:

- 1) la banca comercial;
- 2) la banca de desarrollo;
- 3) los fideicomisos de fomento y ;
- 4) los intermediarios no bancarios promoviendo las actividades de las aseguradoras, afianzadoras, empresas de factoraje financiero, almancenes generales de depósito, uniones de crédito, y sociedades de ahorro y préstamo.

Además el plan contempla mantener un estricto control de las finanzas públicas, hacer mas justa y equitativa la carga tributaria, y establecer una política adecuada de precios y tarifas de los bienes y servicios que ofrece el sector público.

#### I.3.1. LOGROS Y METAS DEL P.N.D. HASTA 1992

Al concluir los primeros tres años del plan nacional de desarrollo se puede hacer un balance preliminar de los avances con

base en la evolución que ha tenido la economía bajo el P.N.D.

A continuación se presenta un cuadro con los principales índices económicos contenidos en el Plan Nacional de Desarrollo, tanto en su planeación original como su proyección ajustada con los datos preliminares de 1992. (véase cuadro A)

Hasta 1991 los indicadores económicos fueron los siguientes:

-Las finanzas públicas en lo que respecta al balance financiero fue inferior al proyectado en 1.3 y el balance primario fue superior en 0.3;

-La oferta total proyectada fue de 3.6 y se registro de 5.7, es decir 1.7 por arriba del esperado; el P.I.B. fue superior en 0.3 al máximo proyectado para el mismo periodo y;

-La demanda total fue superior en 1.7 al proyectado que era de 3.6.

## II. LA INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCION

La industria de la construcción está formada por todas aquellas personas físicas o morales que se dedican principalmente a actividades de la construcción.<sup>12</sup>

<sup>12</sup> Para la elaboración de este capítulo se empleo de forma amplia la información de la C.N.I.C. de la revista mexicana de la construcción. Varios números.

-----

EVOLUCION DE LA ECONOMIA MEXICANA 1988 - 1994

-----

	1989 - 1991		1992	1992 - 1994	
	Proyecci <sup>n</sup> original a/	Observado b/		Proyecci <sup>n</sup> original a/	Proyecci <sup>n</sup> ajustada
<b>FINANZAS PUBLICAS */</b>					
Balance financiero	-4.8 / -5.8	-3.5 c/	0.8	-3.0 / -4.0	-1.0 / 0.0
Balance primario	5.8 / 6.8	7.1 c/	6.0	5.5 / 4.5	6.0 / 5.5
<b>OFERTA Y DEMANDA AGREGADAS +/</b>					
Oferta total	3.0 / 3.6	5.3	4.4	5.4 / 6.1	5.7 / 6.4
P-I-B.	2.9 / 3.5	3.8	3.4/4	5.3 / 6.0	5.6 / 6.2
Importaciones	4.8 / 5.4	8.9	6.9	5.8 / 6.6	6.0 / 6.5
Demanda total	3.0 / 3.6	5.3	4.4	5.4 / 6.1	5.2 / 6.0
Consumo	1.4 / 2.2	5.1	3.4	4.1 / 4.5	4.3 / 4.8
P <b>u</b> blico	2.1 / 2.5	1.6	1.4	4.2 / 4.4	2.0 / 3.5
Privado	1.2 / 2.2	5.7	3.7	4.0 / 4.6	6.0 / 6.6
Inversi <sup>n</sup>	7.8 / 8.8	9.3	9.9	8.8 / 9.7	10.0 / 10.7
P <b>u</b> blica	6.3 / 7.3	3.2	5.0	8.0 / 8.5	6.0 / 6.5
Privada	8.4 / 9.4	11.6	11.4	9.2 / 10.0	10.5 / 11.4
Exportaciones	3.1 / 3.5	3.7	5.0	3.5 / 4.3	5.0 / 6.0

\*/ Porcentaje del PIB

+/ Tasa de crecimiento real

a/ Con base en el P.N.D., 1989-1994

b/ Las cifras correspondientes a 1991 son preliminares.

c/ En 1990 excluye el efecto de la reducci<sup>n</sup> negociada de la deuda externa y en 1991 los ingresos estimados por desincorporaci<sup>n</sup> de empresas p**u**blicas.

FUENTE: SHCP, EL NUEVO PERFIL DE LA ECONOMIA MEXICANA, AGOSTO 1992. p.p.50

## II.1 BREVE CONTEXTO HISTORICO

La industria de la construcción en México, se encuentra estrechamente relacionada con el desarrollo económico del país después de la guerra de Revolución. Una vez concluido el periodo armado el gobierno siguió presupuestando la creación de infraestructura básica indispensable para iniciar el desarrollo económico post-revolucionario. En los años anteriores a 1935 el gobierno federal realizaba las obras públicas por administración directa o empleaba los servicios de constructoras extranjeras cuando se realizaban grandes proyectos de infraestructura, debido a que en el país se carecía de maquinaria, tecnología y recursos financieros indispensables para realizar estas obras.

Es en el año de 1935, cuando se creó en México la industria mexicana de la construcción, que se formó por empresas especializadas de los diferentes ramos de ingeniería civil; y para el año de 1939 ya se contaba con 90 constructoras en el país. Las constructoras y el dinamismo que proyectó el sector público en la elaboración y construcción de proyectos de infraestructura permitió que esta industria mantuviera una tasa de crecimiento por arriba de la economía del país.

## II.2. LA CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCION

Debido a la importancia que representó la naciente industria de la construcción en la economía nacional, en el año de 1953 se fundó la Cámara Nacional de la Industria de la Construcción (CNIC), la cual contó con 130 socios fundadores, los cuales se han incrementado año con año hasta alcanzar en 1973 4,650 empresas afiliadas. La CNIC es representante de la industria y o

mediante delegaciones y oficinas foráneas en toda la república, ya en 1991 alcanza las 18,000 empresas afiliadas.<sup>13</sup>

## II.1.2.

### LA EMPRESA Y SUS CLASIFICACIONES EN LA INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCION

La CNIC da un concepto de empresa constructora a todas aquellas personas físicas o morales que laboran en esta rama industrial y las define como organizaciones que poseen: capacidad jurídica, administrativa, técnica y financiera para planear, promover, contratar y ejecutar obrar de construcción. Así mismo, clasifica a las empresas constructoras en especialidades de acuerdo al importe de sus trabajos y las cataloga en:

1) Edificación. - son empresas que se dedican a construir diversos tipos de edificios, los cuales según su destino se clasifican en:

- a) Construcción residencial
  - vivienda unifamiliar
  - vivienda multifamiliar
- b) Construcción no residencial -de Trabajo
  - Comercio
  - Servicios
  - Recreación
  - Circulación

2) Construcción industrial: se define como la construcción de estructuras para almacenaje y fabriles, así como, la instalación

<sup>13</sup> Industria Mexicana, en La industria de la construcción agosto de 1976, p. 22-36.

de equipos y elementos para procesos industriales, generación de energía y líneas de conducción.

Los tipos de obra que se incluyen son:

- a) Energía eléctrica
  - producción y regulación
  - conducción y distribución
- b) Telecomunicaciones
  - conmutación
  - distribución
  - transmisiones
- c) Plantas e instalaciones industriales
  - Manufacturas
  - Procesos
- d) Petroquímica
  - extracción
  - refinación
  - conducción

3) Construcción pesada: esta especialidad está constituida por tipos de obra que requieren importantes movimientos de tierra, tales como:

- a) Hidráulicas o agrícolas:
  - presas, canales, pozos
  - tuneles
  - obras de protección
  - obras de conducción
- b) Tratamiento de aguas y saneamiento:
  - plantas de tratamiento
  - obras de saneamiento
- c) Marítimas y fluviales:
  - rompeolas y escolleras
  - muelles y embarcaderos
  - protección de costas
  - astilleros
  - obras fluviales

d) Vías terrestres:

- caminos y puentes
- viaductos
- autopistas
- ferrocarriles

4) Instalaciones. -Las empresas dedicadas a esta especialidad realizan:

a) Instalaciones:

- Hidráulicas y sanitarias
- Eléctricas y de gas
- Telecomunicaciones, etc.
- Aire acondicionado y refrigeración.

5) Servicios para la construcción. -El campo de actividades de las empresas clasificadas en esta especialidad es muy amplio y estrechamente vinculados con la construcción, entre las más importantes están:

a) Estudios técnicos

- de Apoyo
- de Planeación

b) Servicios

- Supervisión, coordinación y control.
- Laboratorio de análisis y control de calidad.
- de Organización

c) Planeación

- de Ingeniería Civil, Industrial, Minera, Petrolera y Metalurgia.
- de Instalaciones Electromecánicas.
- de Arquitectura.

Por otro lado la CNIC otra clasificación a las empresas afiliadas que en categorías y sectores como son:

A) Categorías en las cuales se clasifican las empresas en gigantes, grandes, medianas y pequeñas, de acuerdo a su capital social y a sus ingresos.

CRITERIOS DE ESTRATIFICACION DE LA CNIC : 1990

(en millones de pesos corrientes)

---

PEQUEÑAS son aquellas empresas que su capital social hasta 232 y/o sus ingresos son de 10-700.

MEDIANAS son aquellas empresas que tienen un capital social entre 233-2,035 y/o ingresos 701-4,201.

GRANDES son aquellas empresas que su capital social es de 2,036-9000 y/o sus ingresos están entre 4,201-10,000

GIGANTES empresas en la que su capital social es de 9,000 mms y/o sus ingresos son de 10,001 o mms.

---

FUENTE ANUARIO ESTADISTICO 1991. En la Revista Mexicana de la Construcción No. 422, Noviembre de 1991. p.p. 8.

B) en sectores formal, informal y la autoconstrucción.

1) el sector formal, que lo constituyen las empresas afiliadas a al CNIC y que generalmente prestan sus servicios al sector público para realizar proyectos presupuestados;

2) el sector informal de la construcción, que se forma por profesionales libres y empresas que no se encuentran afiliados a la CNIC, y prestan sus servicios al sector privado principalmente y;

3) la autoconstrucción.

La característica principal del grupo de empresas constructoras es un acervo de conocimiento, experiencia y potencial para el desarrollo económico; estas empresas altamente especializadas atienden prácticamente la totalidad de la demanda existente en el país.

## II.2. CARACTERISTICAS DE LA INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCION.

Esta industria se ha caracterizado principalmente por:

- a) las fluctuaciones de su demanda;
- b) los empleos que genera;
- c) las compras que realiza a los diferentes sectores de la economía.

a) Las fluctuaciones de su demanda es uno de los rasgos distintivos de la industria en México, ya que depende significativamente de la obra pública que realizan el gobierno federal (SARH, SCT, D.D.F., CNA, SEDUE, SG, entre otros); los gobiernos municipales y estatales, así como de los organismos descentralizados y empresas paraestatales (PEMEX, CFE, FOVISSSTE, IMSS, CAPFCE, etc.).

En los últimos años la obra pública ha demandado los servicios del sector formal de la construcción en 70.64% (dato de 1990) , distribuyéndose de la siguiente manera: el Gobierno Federal en 17.59%; los Gobiernos Estatales y Municipales el 13.75% las Paraestatales y Descentralizados el 39.75%.

Mientras que el sector privado ha demandado los servicios de las empresas afiliadas a C.N.I.C. en el 25.0% ( dato de 1990 ), debido principalmente a las obras concesionadas por el Gobierno Federal que representa el 4.28% del total del sector privado.

b) Los empleos que genera esta industria tienen un aspecto relevante, la capacidad para generar empleos en regiones de un menor desarrollo a las zonas urbanas. Ya que en la construcción de obras de infraestructura generan fuentes de trabajo en regiones apartadas que generalmente carecen de centros industriales. Asimismo, los empleos representan un alto porcentaje de personal eventual y no calificado ( generalmente son trabajadores rurales que buscan por primera vez trabajo en las zonas urbanas ) que se contratan por obra determinada y/o tiempo determinado. Esto es resultado no solo de las fluctuaciones de la demanda , sino, de la estacionalidad de la obra pública que se intensifica en la segunda mitad del año.

PERSONAL OCUPADO POR LAS EMPRESAS ASOCIADAS A LA CNIC EN  
PROMEDIO DURANTE 1990 POR TAMANO DE EMPRESA.

	EMPLEADOS	%	OBREROS	%	TOTAL	%
Gigantes	11,713	13.56	74,694	86.44	86,407	100
Grandes	7,513	13.59	47,771	86.41	55,284	100
Medianas	10,092	16.08	52,701	83.92	62,793	100
Pequeñas	53,891	24.93	162,332	75.07	216,223	100
Total	83,209	19.78	337,498	80.22	420,707	100

EMPLEADOS DE OFICINA.

	DE PLANTA	%	EVENTUAL	%	TOTAL	%
Gigante	8,261	70.53	3,452	29.47	11,713	100
Grandes	5,815	77.41	1,697	22.59	7,512	100
Medianas	8,326	82.50	1,766	17.50	10,092	100
Pequeñas	47,653	88.42	6,238	11.58	53,891	100
Total	70,055	84.19	13,153	15.81	83,208	100

FUENTE: ANUARIO ESTADISTICO 1991. En la Revista Mexicana de la Construcción No. 442. Noviembre de 1991. p.p. 8

En la industria de la construcción laboraron hasta el año de 1990 un promedio de 420,707, de los cuales 83,209 fueron empleados de oficina y 337,498 obreros, lo que empleados de planta fueron 54,715 que representaron el 16.22% y los empleados eventuales 282,783 los cuales representaron el 83.78% . Los empleados de oficina mostraron una composición diferente, al ser los de planta 70,055 y los eventuales 13,153 que representaron el 84.19 y el 15.81%, respectivamente.

c) Las compras que realiza a los diferentes sectores de la economía, la industria de la construcción ha propiciado el desarrollo de más de 60 ramas industriales que elaboran productos para la construcción considerados en la matriz insumo-producto de la industria, la cual detalla las relaciones de abastecimiento y uso de bienes y servicios que se dan entre las diferentes actividades que participan en la producción interna. A su vez, muestra la parte de la producción que se destina al abastecimiento de la demanda final ( consumo privado, consumo gobierno,

inversión interna o formación bruta de capital fijo, variación de existencias y exportaciones ).<sup>14</sup> ( véase cuadro B )

De los sectores que considera esta matriz, la construcción realiza compras directas a 34, es decir, prácticamente a la mitad de los sectores que componen la actividad productiva de la nación. La industria de la construcción compra el 7.6% del valor de la producción de los sectores considerados en la matriz; y si no se consideran los rubros correspondientes a servicios, la construcción contribuye en el 20.4% de las compras totales, lo que refleja la importancia del sector construcción en la economía.

Esta industria, entonces, se puede definir como uno de los pilares del crecimiento y del desarrollo económico de la nación, ya que contribuye con un alto porcentaje a la formación bruta del capital nacional al producir la infraestructura básica que se requiere como son: instalaciones industriales, carreteras, zonas de explotación agropecuaria, viviendas, etc. y su participación en la inversión fija total es en promedio alrededor del 50% en los últimos años. De ésta forma, el Gobierno y por ende la industria de la construcción son factores que reflejan la estabilidad y el crecimiento económico del país.

Empero, en períodos de reajuste macroeconómico (tal es el caso de México en la última década), de recorte presupuestal o de insuficiencia de recursos se disminuye el gasto en construcción impactando seriamente la provisión de infraestructura empleo y producción, por lo que, la industria de la construcción es sumamente vulnerable a los cambios en la política estatal.

<sup>14</sup> S.P.P. Matriz Insumo-Producto, 1990.

Afortunadamente, la economía mexicana ha mostrado un repunte generalizado que permite estimar que la situación prevalecerá por lo menos constante en los próximos años.

III

LAMINAS GLORIA

III.1

DEFINICION DEL NEGOCIO.

III.1.1

Misión Empresarial.

Ofrecer siempre productos y servicios de láminas de alta calidad satisfaciendo la demanda de nuestros clientes.

III.1.2

Filosofía de la Empresa.

- \* Buscar primordialmente la satisfacción del cliente.
- \* Ofrecer la mejor calidad y servicio.
- \* Dar el mejor aspecto al cliente.
- \* Capacitar a nuestro personal, para que brinde una esmerada y mejor atención a nuestros clientes.

III.1.3

Nombre y Registro de la Empresa

El nombre de la Empresa es ■LAMINAS GLORIA■ y su R.F.C. es: VISJ-670422 PL6 se encuentra bajo el régimen de contribuyente menor.

III.2

Descripción de los Productos

A continuación presentamos un breve resumen de cada uno de los productos que ofrece LAMINAS GLORIA.

### III.2.1

Tipos de productos que se ofrecen:

- Lámina de Cartón.
- Lámina de Plástico.
- Lámina de Asbesto.
- Lámina Galvanizada.

#### III.2.1.1.

##### LAMINA DE CARTON.

Es fabricada fundamentalmente a base de papel de desecho, posteriormente es bañada ya sea por chapopote o asfalto. Existen diferentes presentaciones y tamaños que se distinguen por sus calibres (desde 2mm. hasta 6mm. de grueso), dimensiones (1.30 mts. X .70mts. y 2.55 X 1.10mts.) y peso varia desde 1.5 K. hasta 4 k. o un poco más por pieza.

Respecto al color podemos decir que se encuentra en:

Negro, rojo, plateado y verde.

Sus principales usos son para la construcción de bodegas, casas habitación, granjas, talleres, entre otros.

#### III.2.1.2.

##### LAMINA DE PLASTICO (fibra de vidrio)

Su proceso de elaboración es a base de la integración de la fibra de vidrio, resinas y catalizadores. Existe una gran variedad de presentaciones y colores, en donde sobresalen la lámina acanalada y lisa. Siendo las de mayor demanda por su variedad en tipos de canales (asbesto, galvanizada, estructural rural, entre otros).

Las medidas varían entre: 1.27 mts X 1.20 mts. hasta 3.81 X 1.20 mts.; de 1.83 mts hasta 3.66 mts. X 0.80 cm., 1.00 mts., 1.07. mts. y 1.45 mts.

Los colores más comunes son amarillo, verde, azul, rojo, blanco, cristal y naranja. Cabe destacar que existe una gran variedad tanto en medidas como en canales.

Se pueden utilizar en invernaderos, garage, bodegas, granjas, talleres, casas habitación, etc. Este producto desplazó una parte del segmento de mercado de la lámina de asbesto, debido a que no requiere de estructuras pesadas, ya que es un material sumamente ligero, tiene la ventaja de proporcionar mayor filtración de luz en las áreas en las que es utilizada.

#### III.2.1.3.

#### LAMINA DE ASBESTO

Su elaboración consta de la unión de cemento, asbesto y papel. Se encuentran en el mercado de diversas formas que varían de acuerdo a sus tipos de canales ( rural, estructural, asbesto, entre otros ), tamaños o medidas de las cuales van desde 1.27mts. hasta 2.54 mts.X .60, 1.20 mts y desde 1.83 hasta 3.66 X 1 mts y calibres de 5 mm y 6.5. mm.

Se emplean en la construcción de escuelas, bodegas, casas habitación, talleres, almacenes, fábricas, granjas, etc.

#### III.2.1.4.

#### LAMINA GALVANIZADA.

No conocemos detalladamente su proceso de elaboración pero si podemos decir que la lomina negra se galvaniza, posteriormente se acanala si así se desea o se deja lisa.

Su mercado se abastece según las necesidades de demanda por lo cual cuenta con una amplia gama de presentaciones que varían de acuerdo a sus tipos de canales o lisa si así se desea. Los tipos de canales son 030, 071, R101. Los gruesos varían desde calibre 30 hasta 24 de acuerdo a las necesidades del cliente. Sus medidas son desde 1.83 mts. hasta 3.66 mts X 1.07 mts. hasta .82 mts.

Tiene la característica de ser liviana y resistente a la corrosión. Se emplea en la construcción de bodegas, almacenes, tiendas, fábricas, escuelas, casas habitación, granjas, talleres, etc.

### III.3

#### BREVE HISTORIA DE LA EMPRESA.

Láminas Gloria es una microempresa que consta de tres etapas distintas desde su fundación hasta la actualidad.

#### III.3.1

##### PRIMERA ETAPA ( 1963 - 1971 ).

Láminas Gloria inicia su operación bajo el nombre de Láminas Villarreal en el año de 1963 bajo la dirección de su propietario y administrador Jesús Villarreal Gloria; en Calzada Tulyehualco No. 238 Delegación Iztapalapa en la Ciudad de México, D.F., su actividad preponderante era la de compra y venta de lámina de cartón y de fibra de vidrio ( plástico ). Las ventas se efectuaban principalmente a mayoristas de la zona sur de la ciudad (tlapalerías, ferreterías, tiendas, petrolerías, madererías, casas de materiales, etc.), y minoristas que solicitaban el producto.

En el año de 1967 el propietario decidió hacer una integración vertical, comenzó a fabricar láminas ( cartón y plástico) lo cual le permitió ampliar su margen de utilidades pero no así su mercado.

A partir de este momento la empresa comienza a crecer poco a poco, porque la competencia en ese mercado de la construcción era escasa y la demanda era muy amplia . Existían pocos productores de lámina de cartón y sólo dos en la producción lámina de fibra de vidrio.

### III.3.2.

#### SEGUNDA ETAPA ( 1972 - 1986 )

En el año de 1972, su propietario decidió además rentar una fábrica de cartón en Cuautla, Morelos. Resultando una mala inversión pues no contaba con personal de confianza que se hiciera cargo del negocio, esto representaba para él un continuo desplazamiento de la Ciudad de México al Estado de Morelos y viceversa para atender las necesidades de ambos negocios ( compra-venta y producción de lámina ). Provocando el cierre de ésta fábrica. En 1975 adquiere un terreno en una colonia de la delegación Tláhuac a implantar ahí su fábrica de lámina de cartón que él mismo construyó con materiales de desecho. Iniciando sus actividades en un mal momento debido a la fuerte competencia y a un rezago tecnológico en su proceso productivo ( lámina de cartón y plástico ).

Por otra parte la fabricación de lámina de plástico que duró hasta 1983 era sobre pedido, trabajaba con muestras y tenía un lapso de entrega que variaba de uno, tres, y hasta quince días según la cantidad. Su proceso de producción era manual, no

contaba con un control de calidad, lo que provocaba un desperdicio de materia prima siendo esta una de las causas que provocó la suspensión en esa actividad. Dedicándose nuevamente a la compra venta de este producto continuando con la producción de la lámina de cartón.

Con el tiempo los hijos del propietario comenzaron a relacionarse con el negocio dirigidos por su padre.

De 1983 a 1987 esta microempresa pasa por momentos difíciles ya que se vio afectada por los cambios que sufrió nuestra economía.

### III.3.3.

#### TERCERA ETAPA ( 1987 -1992 ).

En 1987 su fundador el Sr. Jesús Villarreal Gloria, decide que su hijo Jesús Villarreal Sanchez se hiciera cargo de la compra - venta de la lámina de cartón y plástico.

Dedicándose él únicamente a la producción de láminas de cartón.

Dividió la microempresa en:

- a) Producción de láminas de cartón bajo la denominación **■TECHOS DE COLOR■**.
- b) Compra-Venta de lámina de cartón y de fibra de vidrio, cambiando el nombre de **■LAMINAS VILLARREAL■** por le de **■LAMINAS GLORIA■**.

Láminas Gloria inicia sus actividades el 10. de abril de 1987, en Av. Tláhuac No. 328 Delegación Iztapalapa México D.F.

Esta microempresa perdió mercado debido a diversos factores:

- a) Aumento de la competencia.
- b) Insuficiencia para cubrir la demanda de sus productos.

La reinversión de las utilidades dieron como resultado un aumento en sus productos y por lo tanto de sus ventas, iniciando así una etapa de crecimiento.

Cuenta hasta el año de 1990 únicamente con tres proveedores:

- 1) LAMINADOS TECNICOS, S. A. DE C. V. Fabricante  
DOM. SOLON ARGUELLO  
STA. MARTHA ACATITLA DELEG. IZTAPALAPA.  
Proveedor de lámina de plástico acanalada y lisa  
( Diferentes tamaños y presentaciones ).  
Tinacos.
  
- 2) LAMINAS PARA TECHOS. Distribuidor.  
DOM. DESVIACION ERMITA IZTAPALAPA No. 1281  
COL. EL MOLINO IZTAPALAP C.P. 09830 MEXICO, D.F.  
Proveedor de lámina de asbesto marca Eureka y  
Galvanizada.
  
- 3) TECHOS DE COLOR Fabricante.  
DOM. EJE 10 SUR No 46 PROV.  
COL. SAN FRANCISCO TLALTENCO DELEG. TLAHUAC.  
Proveedor de láminas de cartón de diferentes calibres.

Estos proveedores anteriormente mencionados ofrecían el producto bajo los siguientes términos:

- a) Al contado.
- b) A crédito ( siempre y cuando se excediera de un promedio de 50 a 100 lominas según la compañía ).

Lominas Gloria dependía de éstos tres proveedores para realizar sus operaciones y en temporada de ventas fuertes no le abastecían lo suficiente por lo cual perdía clientes.



En cuanto a los clientes, Láminas Gloria posee un pequeñísimo segmento del mercado que abarca zonas de la delegación Iztapalapa, Coyoacan, Tláhuac e Iztacalco, clientes o productores finales principalmente, que recurren por si solos o recomendados pues no cuenta con ningún programa de publicidad.

La forma de pago de los clientes a la empresa es la siguiente:

- a) Efectivo.
- b) Cheque.

De 1987 a 1992, se puede decir que esta microempresa ha logrado un bajo crecimiento ya que carece de una estructura financiera y operativa siendo nuestro propósito crearla e implantarla para lograr su desarrollo.

En sus inicios todas sus compras eran mínimas y de contado, no tenía la facilidad de hacer sus compras a crédito, obstáculo que ha sido superado en la actualidad.

Existen dos periodos en los cuales las ventas aumentan:

- a) De mayo a septiembre y
- b) diciembre

Durante los meses restantes disminuyen las ventas.

Los productos de mayor demanda son:

- Lámina de Fibra de Vidrio
- Lámina de cartón.

### III.4

#### SITUACION FINANCIERA ACTUAL.

A continuación se presenta la situación financiera actual de Láminas Gloria de los años 1991 y 1992 ( hasta el mes de octubre ).

- a) Los Estados de Situación Financiera.
- b) Los Estados de Resultados.
- c) El Análisis Histórico e Indexado y;
- d) Las Razones Financieras.

### IV

#### PROYECTO DE CRECIMIENTO.

Láminas Gloria tiene distintas alternativas para subsistir en un escenario externo tan cambiante.

Por lo que nos planteamos de que forma se puede hacer crecer a una microempresa que tiene carencias y posibilidades de mejorar su situación dentro del mercado de la construcción.

Por lo tanto desarrollamos un proyecto de crecimiento a través de la diversificación de su línea de productos.

## PROBLEMA

Como lograr que Láminas Gloria alcance en el corto plazo un crecimiento gradual y sostenido que le permitan mejorar su situación.

## HIPOTESIS

Se puede hacer crecer a la empresa a través de la diversificación de sus productos, con lo que se obtendrá un incremento en la participación que tiene dentro del mercado y por aumentara su tasa de crecimiento.

## OBJETIVO GENERICO

Es crecimiento

## OBJETIVOS ESPECIFICOS

Incrementos en la tasa de ventas.

Incrementos en la participación del mercado.

Entendemos por modo de desarrollo de las empresas a las decisiones estratégicas abarcadas por ellas, para expandirse, en relación a sus productos o a sus mercados, y a las tácticas o medios elegidos para llevar a cabo estas estrategias.

Existen diversos modos de desarrollo de las empresas, de acuerdo a su actividad o a su giro, es decir, si se dedican a la

fabricación y/o a la comercialización de productos.

Para nuestro estudio elegimos un tipo de desarrollo al que se le denomina comercialmente reactivo y extensivo.

#### COMERCIALMENTE REACTIVO Y EXTENSIVO

Las empresas comercializadoras son reactivas, en el sentido de que generalmente sólo actúan en respuesta a estímulos exteriores. La introducción de nuevos productos se debe más a pedidos de terceros que a la búsqueda de investigación propia. El incremento en la línea de productos está sustentado en una capacidad de diversificación, con el objeto de poder satisfacer distintas necesidades de un mismo usuario o consumidor, o de un mismo cliente.

Se observa que las empresas de este tipo están dentro de los ramos industriales más heterogéneos, lo que induce a pensar que este tipo de desarrollo está poco ligado a ciertas clases de actividades. Pero una característica común es que los productos responden a necesidades muy tradicionales; es decir, existen desde hace muchos años y no son afectados por la evolución de los hábitos de consumo.

La estrategia básica de desarrollo es un seguimiento de las necesidades de los clientes.

Tal estrategia se apoya en las políticas siguientes:

### \* UNA EFECTIVA POLITICA DE DIVERSIFICACION

La cual radica en productos comercialmente vinculados entre sí. El desarrollo está ligado a la diversificación de ciertos productos, ésta puede ser:

1) Diversificación competitiva: consiste en lanzar productos idénticos o parecidos a los ya conocidos, pero con materiales y técnicas de fabricación diferentes que implican una ventaja de costo o calidad.

2) Diversificación innovadora: consiste en lanzar productos nuevos con funciones distintas a las conocidas. De esta forma la empresa multiplica sus aplicaciones y se dirige a nuevos segmentos de mercado.

3) Diversificación, pero de productos complementarios: ésta se lleva a cabo con el fin de satisfacer necesidades diferentes pero complementarias para cierto mercado.

### \*UNA POLITICA DE MERCADO CARACTER RENOVADOR DE LOS PRODUCTOS

El lanzamiento de nuevos productos es una respuesta a la evolución de las necesidades del mercado percibidas a través de los clientes. Ninguna gran innovación, sólo se amplía la línea de productos mediante artículos nuevos que respondan a las necesidades de los clientes, y se dirigen al mercado que le es familiar a la empresa. La rapidez de acción, la flexibilidad de ejecución y la adaptabilidad son los principales de éxito.

Esta política implica modificaciones en las actividades de la empresa ( manejar mayores volúmenes, diversificación de tareas, entrada a nuevos mercados, inversiones en bienes de uso, nuevas políticas comerciales, etc.).

#### \*UNA POLITICA DE SERVICIO AL CLIENTE

Por medio de ésta, la empresa se esfuerza por establecer lazos muy estrechos con su clientela, con el fin de favorecer la capacidad de adaptar la línea de productos a la evolución de la demanda asegurando así su fidelidad.

#### VI.1 ANALISIS DE MERCADO

Para conocer que productos serían los que utilizaríamos en nuestro proyecto de crecimiento se actuó de la siguiente manera:

- En base a la política de servicio al cliente, que tipo de productos les gustaría encontrar en un negocio similar.
- De acuerdo a las características que presenta el negocio y la gama de productos que se pueden ofrecer se le sugirieron a los clientes los productos mencionados en la tabla siguiente:

---

#### CONSTRUCCION

---

Cemento: se maneja por bulto de 50 kg.  $\pi$  por kilo.

Arena: por metro cúbico o por bote de acuerdo a las necesidades se extrae directamente de las minas que son cerros donde se encuentra todo tipo de minerales petreos.

Tabique: por millar  $\pi$  por pieza, es la integración de arena y cemento vaciados en adoberas.

Calidra: por saco de 25 kg.  $\dot{\mu}$  por kilogramo.

Varilla: por tonelada  $\dot{\mu}$  por pieza, encontrando dos medidas (1/2, 3/8). Son productos que elaboran las empresas siderúrgicas.

Grava: por metro cúbico o por bote esta se extrae directamente de las minas que son cerros donde se encuentra todo tipo de minerales petreos.

Yeso: por saco de 25 kg.  $\pi$  por kilo.

---

### ACABADOS

---

Pinturas: por botes de diversas capacidades (1 lt., 4 lts., 20)

Domos: por pieza teniendo los colores: blanco, natural y humo.

---

---

### FERRETERIA

---

Articulos de plomeria: para gas, de cobre y galvanizada entre los que se encuentran codos, tapones y accesorios.

Material electrico: por metros o piezas, según el producto.

cable, alambre, switch, apagadores, focos, lómparas, balastras, cajas, etc

Tuberia de PVC: por metros no incluyendo los accesorios como son: codos tapones y llaves.

---

#### IV.1.1 CLASIFICACION DEL PRODUCTO

Los productos de la industria de la construcción se clasifican por especialidad, debido a las condiciones de venta, ya que su compra se realiza en el momento en que se necesita.

#### IV.1.2 ANALISIS DE LA DEMANDA

##### DISTRIBUCION GEOGRAFICA DEL MERCADO DE CONSUMO

Esta determinado por la venta de contado en efectivo o cheque para los consumidores finales.

El mercado potencial de este servicio lo conforman:

- 1.-Compañías constructoras
- 2.-Particulares que requieren de este servicio

#### IV.1.2.2 PROYECCION DE LA DEMANDA

##### DEMANDA DE LA CONSTRUCCION

El valor de la producción nominal y real de las empresas asociadas a CNIC 1980-1990 se presenta en el cuadro siguiente:

ANO	NOMINAL	REAL	CRECIMIENTO	
(Miles de pesos corrientes)			%Nominal	%Real
1980	250,694	250,694	----	----
1981	446,276	344,083	78.01	37.25
1982	506,917	253,458	13.58	-26.33
1983	643,900	181,944	27.02	-28.28
1984	1,174,376	211,142	82.38	16.04
1985	1.755.671	202,733	49.49	- 3.98
1986	2,541,882	165,229	44.78	-18.49
1987	6,327,157	170,350	148.91	3.09
1988	6,593,754	82,893	4.21	51.33
1989	10,897,111	165,415	65.26	54.59
1990	17,568,396	165,415	61.22	29.07

De acuerdo al análisis del crecimiento de la industria de la construcción observada en los últimos años y con respecto a las cifras anteriores, se puede decir que el incremento en los últimos ha sido notable, pero no así a principios de la década de los ochentas.

Por lo anterior afirmamos de acuerdo a nuestro análisis de industria en general, así como del sector que abarca el negocio considerado en este proyecto, que la demanda ha seguido aumentando considerablemente, es decir, el mercado aún es grande, considerando una inflación de aproximadamente 8.6% en promedio en los cinco años siguientes (1993-1997).

#### IV.2.3. TABULACION DE DATOS DE FUENTES PRIMARIAS

Al efectuar el análisis de la situación actual del mercado en cuestión, es decir, venta de artículos de construcción, acabados y ferretería; y tomando en cuenta las necesidades, las apreciaciones del cliente, la situación de la competencia y sus tendencias.

Tenemos como objetivo el crecimiento de Laminas ■Gloria■ por medio de las expectativas que ofrece el mercado, partiendo de la diversificación de productos.

La competencia: se realizaron 20 encuestas, de las cuales se observa que de acuerdo a sus características representan casi un 70% del total del segmento de mercado que abarca la zona sur de la delegación Iztapalapa.

Los clientes potenciales: la información se obtuvo dentro de la misma zona que abarca ese segmento del mercado.

Los clientes del negocio: se aplicaron 40 cuestionarios abarcando los diferentes sectores que abastece.

CUESTIONARIO

---

INSTRUCCIONES:

Marque con una (x) dentro del paréntesis la respuesta que mejor corresponda.

1.- Cuantas empresas de láminas de cartón, fibra de vidrio, asbesto y galvanizada conoce

NINGUNA ( )                      UNA ( )                      DOS ( )                      CUANTAS \_\_\_\_\_

2.- Tiene preferencia por alguna de ellas

NO ( )                      SI ( )                      MENCIONELAS \_\_\_\_\_

3.- Si la respuesta es afirmativa, porque la prefiere

---

---

4.- El requerimiento de este servicio es continuo

NO ( )                      SI ( )

5.- Que otros productos cree usted que sería conveniente se ofrecieran dentro de este servicio

CEMENTO ( )    CALIDRA ( )    VARILLA ( )    GRAVA ( )    ARENA ( )

TABIQUE ( )    CALENTADORES ( )    YESO ( )    DOMOS ( )    ART. PLOMERIA ( )

PINTURAS ( )    MOZAIICOS ( )    TUBERIA DE PVC ( )    AZULEJOS ( )

MUEBLES PARA BANO ( )    MATERIAL ELECTRICO ( )

OTROS \_\_\_\_\_

---

6.- Considera que existen diferencias notables en la calidad del servicio o producto entre los diversos establecimientos

SI ( )                      NO ( )

7.- El servicio cubre sus necesidades

SI ( ) NO ( )

8.- Existen demoras frecuentes en la entrega de los productos

SI ( ) NO ( )

9.- Considera adecuados los tiempos de entrega

SI ( ) NO ( )

10.- Existen diferencias notables en los precios entre los diversos establecimientos

SI ( ) NO ( )

11.- En general como considera los precios

BARATOS ( ) ACEPTABLES ( ) JUSTOS ( ) ALTOS ( )

---

El cuestionario consta de 11 preguntas teniendo tres abiertas.

Su aplicación fue en la zona sur de la Delegación Iztapalapa, teniendo como sectores de estudio: competencia, clientes potenciales y clientes del negocio. El tamaño de la muestra es de 60.

## RESULTADOS Y CONCLUSIONES

---

1.- Empresas vendedoras de Lámina de cartón, fibra de vidrio, asbesto y galvanizada conoce:

No. de empresas	Frecuencia	Porcentaje
ninguna	5	8.3
una	30	50.0
dos	20	33.3
cuantas	5	8.3
=====		
total	60	100%

El 91.6% de los encuestados conocen cuando menos una empresa vendedora de Láminas de todo tipo.

2.- Empresas preferidas

Preferencia	Frecuencia	Porcentaje
no	43	71.6
si	17	28.4
=====		
total	60	100%

De acuerdo a las encuestas el 71.6% no tiene preferencias.

3.- Por que la prefiere

El 28.4% de la encuesta tiene preferencia por algún negocio debido principalmente al servicio (trato con el cliente), calidad de los productos, adecuado servicio de entrega, un precio adecuado, entre otros.

## 4. - El requerimiento

Continuo	Frecuencia	Porcentaje
no	53	88
si	7	12
=====		
total	60	100%

Como podemos ver este servicio no tiene un requerimiento continuo dado que el 88% así lo muestra.

## 5. - Conveniencia

Productos	Frecuencia	Total	Porcentaje	Total
cemento	46	60	76.6	100%
calidra	52	60	86.6	100%
varilla	41	60	68.3	100
grava	43	60	71.6	100%
arena	46	60	76.6	100%
yeso	35	60	58.3	100%
tabique	48	60	80.0	100%
calentadores	11	60	18.3	100%
muebles para bavo	8	60	13.3	100%
material electrico	15	60	25.0	100%
art. de plomeria	11	60	18.3	100%
mozaicos	9	60	15.0	100%
pinturas	5	60	8.3	100%
domos	13	60	21.6	100%
tuberia de pvc	11	60	18.3	100%
azulejos	8	60	13.3	100%
otros	6	60	10.0	100%

De acuerdo a las encuestas aplicadas se podrán elegir los productos que sirvieron de base para la diversificación del negocio.

6.- Diferencias en la calidad

Diferencia	Frecuencia	Porcentaje
no	48	80%
si	12	20%
=====		
total	60	100%

Respecto al porcentaje que representan las diferencias en la calidad del servicio o producto podemos observar que es de un 20%.

7.- Cobertura de necesidades

Cobertura	Frecuencia	Porcentaje
no	32	53.3
si	28	46.7
=====		
total	60	100%

Se puede observar que aún no se cubre ni siquiera el 50% de las necesidades demandadas por lo que la cobertura de necesidades es muy amplia.

8.- Demoras en la entrega

Demora	Frecuencia	Porcentaje
si	9	15
no	51	85
=====		
total	60	100%

Se consideran de acuerdo a los resultados que hau un porcentaje de 15% en las demoras respecto al servicio de entrega.

9. - Adecuados tiempos de entrega

Adecuado	Frecuencia	Porcentaje
no	10	16.6
si	50	83.4
=====		
total	60	100%

10. - Diferencia en precio

Diferencia	Frecuencia	Porcentaje
no	52	86.6
si	8	13.4
=====		
total	60	100%

La diferencia en el precio es *mínima* ya que representa un 13.4%

11. - Consideración de precios

	Frecuencia	Porcentaje
aceptables	38	69.9
justos	8	13.4
altos	2	3.3
=====		
total	60	100%

El 69.9 considera aceptables los precios.

## CONCLUSIONES GENERALES DEL CUESTIONARIO

Una vez terminado el procesamiento de la información de los cuestionarios, se eligieron para el proyecto de diversificación de la empresa, sólo aquellos productos que mostraron un porcentaje superior al 57% de los productos propuestos para la nueva línea de servicio que prestara Laminas ■Gloria■.

De acuerdo a las entrevistas realizadas se concluyo que el proyecto es factible ya que la competencia a pesar de que abarca una gran parte del mercado no satisface de manera completa al cliente en cuanto a la diversidad de productos que ofrece. Es decir, existe una vialidad mayor al 70% de que el proyecto de crecimiento a travas de la diversificación logre su propósito. Este análisis fue llevado a cabo con la finalidad de saber las necesidades a satisfacer del mercado y la relación con la competencia.

### IV.1.3 ANALISIS DE PRECIOS

El precio de venta lo determinamos de acuerdo al costo del producto más un porcentaje de ganancia. También se tomaron en cuenta factores como la competencia, la oferta y la demanda.

ANALISIS HISTORICO DE PRECIOS

Material	1990	1991	1992	
cemento	300,000	340,000	375,000	tonelada
calidra	216,251	249,425	275,000	tonelada
varila	1,150,000	1,350,000	1,500,000	tonelada
grava	135,000	180,000	275,000	carro 5m
arena	135,000	180,000	275,000	carro 5m
yeso	165,000	190,000	210,000	tonelada
tabique	180,000	245,000	300,000	millar

PROYECCION DE PRECIOS (EN MILES DE PESOS)

	1993	1994	1995	1996	1997
cemento	410.63	447.59	485.63	524.48	566.43
calidra	301.13	328.23	356.13	384.61	415.38
varilla	1,642.50	1790.32	1942.50	2097.90	2265.73
grava	301.13	328.23	356.13	384.61	415.38
arena	301.13	328.23	356.13	384.61	415.38
yeso	229.95	250.65	271.95	293.70	317.20
tabique	328.50	358.07	388.50	419.58	453.15

#### IV.1.4. CANALES DE COMERCIALIZACION Y DISTRIBUCION DEL PRODUCTO

Los utilizados por la microempresa son de relación directa con el consumidor final del producto, ya que se ofrece el servicio al cliente directamente.

Quedando de la siguiente manera el canal de distribución:

FABRICANTE-----INTERMEDIARIO-----CLIENTE  
(Proveedor)                      (Laminas Gloria)                      (Consumidor final)

#### IV.2. ESTUDIO TECNICO DEL PROYECTO DE DIVERSIFICACION

##### IV.2.1. TAMANO Y LOCALIZACION

Respecto al tamaño del proyecto en relación con la demanda es preciso mencionar que sólo se abarca la zona sur de la Delegación Iztapalapa en donde encontramos que aún no se satisface completamente en un gran porcentaje las necesidades del mercado. En este punto el proyecto pretende cubrir un porcentaje no mayor del 10% dado que se encuentra

##### IV.2.1.1. DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA

Los materiales y productos que se utilizan generalmente en la construcción o edificación de casas habitación y similares son: tabique, arena, grava, cemento, varilla, yeso y calidra. Para el abastecimiento de estos productos mencionaremos los principales centros de producción y distribución que cuentan con los recursos necesarios para suministrar a las CASAS DE MATERIALES.

ARENA Y GRAVA: Minas de arena; Delegación Iztapalapa.  
Colonia Consejo Agrarista.

TABIQUE: Fabrica de tabicón ■Perla Negra■, Avenida Tlahuac No. 47.  
Colonia Lomas Estrella 845-00-42

Fabrica de tabicón ■San Jose■, puente Titla No. 4 Delegación  
Iztapalapa, 670-36-04.

CEMENTO Y CALIDRA: ■Cementos Apasco■ km. 20.5 carretera México  
Texcoco, Los Reyes, La paz, Edo. de México.

VARILLA: NSICARTSAN Maquiladora y distribuidora de aceros, S.A., de  
C.V. Av. Ermita Iztapalapa No. 1891 Col. los Angeles, México, D.F.

YESO: ■Yeso el indio■ S. de R.L., F. Ayala No. 49 C.P. 06860

#### IV.2.1.2. MACROLOCALIZACION

La microempresa se encuentra ubicada en la Ciudad de México, D.F. ciudad construida en una meseta a 2240 mts. de altura. Es el centro principal de actividades económicas de la república mexicana. Tiene una vasta red de comunicaciones y cada día durante el número de establecimientos comerciales e industriales en sus alrededores.

#### IV.2.1.3 MICROLOCALIZACION

Láminas Gloria se localiza al sur de la delegación Iztapalapa, en una de las avenidas de mayor circulación en esta región, por lo que abarca un mayor mercado, obteniendo así una posición estratégica con respecto al mismo. Contando con los diferentes servicios que necesita el negocio para su buen funcionamiento: urbanización, lotificación, medios y servicios de transporte y comunicación, etc.

Ver ANEXO 1

#### IV.2.1.4 ADQUISICION DE EQUIPO Y MAQUINARIA

Las distribuidoras para el equipo de reparto son:

Automovilística Andrade, S. A. de C. V.

Calzada de la Viga 1880, C. P. 09080 Mexico, D. F.

Automotriz Ixtapalapa

Calz. Ermita Ixtapalapa No, 1677, C. P. 09820, D. F.

#### IV.2.1.3 DISTRIBUCION DE LA PLANTA

Existe una superficie para cada una de las diferentes areas de trabajo:

Almacón, depósito de tabique, depósito de arena y grava, depósito de varilla, depósito de lamina, oficina.

Acceso de transporte para el almacenamiento y la distribución.

Las cuales se muestran en el ANEXO 2.

#### IV.2.1.6 ORGANIZACION DE LA EMPRESA

Dado que es una microempresa de tipo familiar no cuenta con una organización formalmente establecida pero se podría mencionar a manera de diagrama las partes que la conforman. ANEXO 3

#### IV.2.1.7 MARCO LEGAL

Nombre y registro de la empresa de acuerdo a las especificaciones establecidas por Secretaria de Hacienda y Crédito Público en la ley correspondiente con fundamento en la regla 6a. fracción segunda de los capítulos IV, V, VI Y XXI de la resolución que otorga facilidades administrativas a los sectores de contribuyentes que en la misma se sevalan publicado en el diario

oficial de la federación el día 4 de febrero de 1991 que se actualizan año con año. El nombre de la empresa es ■Laminas Gloria■ y su registro es: R.F.C.VISJ-670422 P.L.G. es encuentra bajo el régimen de contribuyente menor, su actividad preponderante es la venta de Láminas de todo tipo. Habrá necesidad de acudir y efectuar un aviso ante la Secretaria de Hacienda y Crédito Público de un aumento de actividades la cual quedaría de la siguiente manera: compra-venta de láminas de todo tipo y materiales para la construcción.

Al tener equipo de reparto (camión) se necesita obtener el permiso, placa y tramites correspondientes al uso que se le da en este caso es de materiales de construcción. Ante la Secretaria de Protección y Vialidad.

Además también se requieren hacer ajustes en lo que se refiere al uso del suelo, trámites que se realizan en la delegación Iztapalapa.

#### IV.3 PROYECTO DE INVERSION

##### CALCULO DE LOS COSTOS TOTALES DE LA EMPRESA

MANO DE OBRA	PRESUPUESTOS
2 personas	\$ 1,500,000 mensual
maquinaria y equipo: camión	60,000,000
inversión	
adquisición e inventarios	20,000,000
total:	=====
	81,500,000

SUPUESTOS PARA LA ELABORACION DE LOS ESTADOS PORFORMA DEL FLUJO DE EFECTIVO

Determinación de los costos de administración y ventas

- \* Los gastos (administración, ventas) permanecen constantes durante el año y al empezar el siguiente se aumenta la inflación.
- \* Los sueldos y salarios son de \$ 2'800,000.00 mensuales y aumentan con la inflación.
- \* El alquiler del local permanecer constante en \$1'000,000.00 mensuales más la inflación.

PAGO DE IMPUESTOS

- \* El pago de impuestos se efectúa los meses de abril, julio, octubre, enero. Se calcula de acuerdo al regimen simplificado, esto es de acuerdo a las utilidades generadas en los meses que abarca el periodo trimestral de acuerdo a la tabla que emite la S.H.C.P.

VENTAS

- \* Las ventas de los productos aumentaron un 7% anual durante el proyecto.
- \* Las ventas de los nuevos productos aumentaron.

	REAL
1) 20% - inflación	11.5
2) 25% - inflación	12
3) 30% - inflación	21.5
4) 35% - inflación	27
5) 40% - inflación	32

## INVENTARIOS

\* Se mantienen los inventarios a un nivel constante al 91,92.

Los inventarios aumentan 12% en el primer año sobre la inflación y 20% con inflación.

INVENTARIOS	1	20%	COMPRAS MES PASADO
	2	21	
	3	20.5	
	4	20	
	5	20	

## FINANCIAMIENTO DE LA EMPRESA

Se contrato un crédito refaccionario a través de la banca Bancomer con Nafin por 80'000,000 el cual tiene hasta doce años con tres de gracia los pagos de capital serán pactados con Nafin la amortización se llevará a cabo cuando el proyecto genere el capital suficiente y el pago de los intereses se realizan en forma mensual.

## TABLA DEL PAGO DE DEUDA

Los intereses son pagados desde enero de 1993 hasta marzo de 1996, es a una tasa de cetes que fue de 17.51 es de \$3'157,500 empieza en febrero de 1993 y termina en Marzo de 1996.

## SALDO INICIAL

\* El saldo inicial de cada mes es el remanente del mes anterior.

## COMPRAS

\* Los pagos por concepto de compras de mercancías son el 55% de las ventas realizadas el mes anterior.

## CONCLUSION

Los cambios que ha experimentado México, permiten lograr la estabilidad económica, obtener un crecimiento gradual y sostenido que le permite a los sectores industriales y comerciales mejorar sus expectativas de desarrollo dentro de los mercados, así como fomentar la inversión y por ende incrementar los beneficios.

Es importante hacer mención del papel que desempeña la industria de la construcción en la economía nacional, puesto que guarda una estrecha relación con diversos factores productivos que influyen en el desarrollo de la economía en general.

Un cambio radical para la economía, es la apertura comercial que dió en nuestro país, y permitió el desarrollo de una economía menos vulnerable, llevando a cabo diversos acuerdo entre los destaca el TLC. Aunado a esto, los programas estabilizadores aplicados por el gobierno han logrado controlar la inflación.

De acuerdo a lo anterior se realizó un estudio a la microempresa Láminas Gloria analizando las diferentes etapas por las que ha pasado y forman parte de su desarrollo, observando que los cambios sufridos por la economía han afectado el crecimiento de ésta.

Después de haber realizado un análisis de la microempresa y de su mercado consideramos factible llevar a cabo la diversificación de sus productos para lograr el crecimiento e incrementar su cuota de mercado.

En lo referente a la forma de obtener recursos de acuerdo a la estructura financiera de la microempresa se optó por un financiamiento externo a través de Nafin, con el cual se podrán solventar las necesidades de nuestro proyecto.

RAZONES FINANCIERAS DE LAMINAS "GLORIA"

PARA LOS AÑOS 1991-1992

RAZONES:	FORMULAS	1991	1992
<b>LIQUIDEZ</b>			
Razon del circulante	ACTIVO C. / PASIVO C.	5.36	9.59
Severa o del acido	A.C.- INVENTARIOS / P.C.	1.95	3.39
Liquidez o disponible	CAJA Y BANCOS/PASIVO C.	1.95	2.94
<b>RENTABILIDAD</b>			
Margen de utilidad bruta	UTILIDAD B. / UTILIDAD N.	2.29	2.08
Margen de utilidad neta	UTILIDAD N. / VENTAS N.	0.18	0.20
Inversi <sup>n</sup> antes de intereses	UT. NETA+INTERESES/CAPITAL C.	0.77	1.39
Inversi <sup>n</sup> total	UT.OPERACION/ A.TOTAL	1.37	1.03

RAZONES FINANCIERAS DE LAMINAS "GLORIA"

PARA LOS AÑOS 1991 - 1992

RAZONES:	FORMULAS	1991	1992
<b>LIQUIDEZ</b>			
Razon del circulante	ACTIVO C. / PASIVO C.	5.36	9.59
Severa o del acido	A.C.- INVENTARIOS / P.C.	1.95	3.39
Liquidez o disponible	CAJA Y BANCOS/PASIVO C.	1.95	2.94
<b>RENTABILIDAD</b>			
Margen de utilidad bruta	UTILIDAD B. / UTILIDAD N.	2.29	2.08
Margen de utilidad neta	UTILIDAD N. / VENTAS N.	0.18	0.20
Inversión antes de intereses	UT. NETA+INTERESES/CAPITAL C.	0.77	1.39
Inversión total	UT.OPERACION/ A.TOTAL	1.37	1.03
<b>SOLVENCIA Y ENDEUDAMIENTO</b>			
Pasivo a capital contable	PASIVO TOTAL / CAPITAL C.	0.11	0.07
Razon de endeudamiento	PASIVO TOTAL/ACTIVO TOTAL	0.10	0.06

ESTADO DE RESULTADOS PRO-FORMA 1993 - 1997

	1993	1994	1995	1996	1997
	[ \$ ]	[ \$ ]	[ \$ ]	[ \$ ]	[ \$ ]
ventas Totales	358,790.19	435,288.23	524,507.20	630,707.55	772,332.16
- Devolución y rebajas sobre ventas	28,668.25	21,764.41	26,225.36	31,535.38	38,616.61
= Ventas Netas	330,121.94	413,523.82	498,281.84	599,172.17	733,715.55
- Costo de ventas	195,507.04	239,408.52	288,478.96	346,889.15	424,782.69
= Utilidad Bruta	134,614.90	174,115.30	209,802.88	252,283.02	308,932.86
- Gastos de operación					
Gastos de ventas	13,000.00	13,080.00	14,191.80	25,545.24	27,588.86
+ Gastos admin.	54,502.80	59,408.05	64,457.74	69,914.36	75,183.50
= Utilidad en Operación	79,062.10	101,627.25	131,153.34	156,823.42	206,160.50
- Gastos I.S.R.	7,563.00	4,937.00	13,450.00	15,808.00	77,054.00
= Utilidad Neta	71,499.10	96,690.25	117,703.34	141,015.42	129,106.50

ESTADO DE RESULTADOS PRO-FORMA 1993 - 1995

	1993 [ \$ ]	1994 [ \$ ]	1995 [ \$ ]	1996 [ \$ ]	1997 [ \$ ]
Ventas Totales	362,740.19	435,288.23	524,507.20	630,707.55	772,332.16
- Devoluci <sup>n</sup> y rebajas sobre ventas	22,668.25	21,764.41	26,225.36	31,535.38	38,616.61
= Ventas Netas	340,071.94	413,523.82	498,281.84	599,172.17	733,715.55
- Costo de ventas	199,507.04	239,408.52	288,478.96	346,889.15	424,782.69
= Utilidad Bruta	140,564.90	174,115.30	209,802.88	252,283.02	308,932.86
- Gastos de operaci <sup>n</sup>					
Gastos de ventas	12,000.00	13,080.00	14,191.80	25,545.24	27,588.86
+ Gastos adm <sup>n</sup> .	54,502.80	59,408.05	64,457.74	69,914.36	75,183.50
= Utilidad en Operaci <sup>n</sup>	74,062.10	101,627.25	131,153.34	156,823.42	206,160.50
- I.S.R.	7,563.00	4,937.00	13,450.00	15,808.00	77,054.00
= Utilidad Neta	66,499.10	96,690.25	117,703.34	141,015.42	129,106.50

BALANCE GENERAL HISTORICO

	1991 [ \$ ]	[ % ]	1992 [ \$ ]	[ % ]
<b>ACTIVO</b>				
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>				
Caja	1,854,656.57	6.37	1,965,000.00	4.56
Bancos	2,533,288.92	17.03	6,190,935.30	14.38
Inventarios	2,709,713.53	33.80	17,151,033.00	39.86
Deudores diversos	1,203,749.96	5.73	1,240,000.00	2.88
<b>SUMA TOTAL DE A.P.</b>	<b>8,301,408.98</b>	<b>53.21</b>	<b>26,556,968.30</b>	<b>61.68</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>				
Equipo de transporte	10,510,010.00	42.72	15,000,000.00	34.84
Muebles y enseres	1,200,000.00	4.07	1,500,000.00	3.48
<b>SUMA TOTAL DE A.P.</b>	<b>11,710,010.00</b>	<b>46.79</b>	<b>16,500,000.00</b>	<b>38.32</b>
<b>TOTAL DE ACTIVO</b>	<b>24,578,688.98</b>	<b>100.00</b>	<b>43,056,968.30</b>	<b>100.00</b>
<b>PASIVO</b>				
<b>PASIVO CIRCULANTE</b>				
Proveedores	2,440,500.57	0.10	2,769,479.80	0.06
<b>TOTAL DE PASIVO</b>	<b>2,440,500.57</b>	<b>0.10</b>	<b>2,769,479.80</b>	<b>0.06</b>
<b>CAPITAL CONTABLE</b>				
Capital social	22,138,188.25	0.90	40,287,488.50	0.94
<b>PASIVO + CAPITAL</b>	<b>24,578,688.98</b>	<b>1.00</b>	<b>43,056,968.30</b>	<b>1.00</b>

ESTADO DE RESULTADOS HISTORICO

	1991 [ \$ ]	[ % ]	1992 [ \$ ]	[ % ]
Ventas Totales	177,202,388.00	100.00	206,875,958.00	100.00
- Devoluciones y rebajas sobre ventas	9,939,717.00	5.04	9,851,237.00	4.76
= Ventas Netas	168,263,671.00	94.96	197,024,721.00	95.24
- Costo de ventas	97,461,313.40	55.00	113,781,776.90	55.00
= Utilidad Bruta	70,802,357.60	39.96	83,242,944.10	40.24
- Gastos de operacion	8,150,000.00	4.60	8,700,000.00	4.21
+ Gastos admin.	28,930,000.00	16.33	30,045,000.00	14.52
= Utilidad en Operacion	33,722,357.60	19.03	44,497,944.10	21.51
- I.S.R.	3,247,695.00	1.81	4,520,000.00	2.18
= Utilidad Neta	30,474,662.60	17.42	39,977,944.10	19.32

LAMINAS "GLORIA"

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA  
DEL 15 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE 1991

ACTIVO	[ \$ ]	PASIVO	[ \$ ]
Activo circulante		Pasivo circulante	
Caja	1,566,666.67		
Bancos	3,203,688.92		
Inventarios	8,308,333.33	Proveedores	2,440,500.67
Deudores diversos	0.00		
 SUMA TOTAL A.C.	 13,078,688.92	 TOTAL PASIVO	 2,440,500.67
	=====		=====
ACTIVO FIJO			
Equipo de transporte	10,500,000.00	CAPITAL CONTABLE	
Muebles y enseres	1,000,000.00	Capital social	22,138,188.25
 SUMA TOTAL A.F.	 11,500,000.00		
	=====		=====
TOTAL ACTIVO	24,578,688.92	PASIVO+CAPITAL	24,578,688.92
	=====		=====

LAMINAS "GLORIA"

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA  
DEL 15 DE ENERO AL 31 DE OCTUBRE DE 1992

ACTIVO	[ \$ ]	PASIVO	[ \$ ]
Activo circulante		Pasivo circulante	
Caja	1,965,000.00		
Bancos	6,190,935.30		
Inventarios	17,161,033.00	Proveedores	2,769,974.80
Deudores diversos	1,240,000.00		
 SUMA TOTAL A.C.	 26,556,968.30	 TOTAL PASIVO	 2,769,974.80
	=====		=====
ACTIVO FIJO			
Equipo de transporte	15,000,000.00	CAPITAL CONTABLE	
Muebles y enseres	1,500,000.00	Capital social	40,286,993.50
 SUMA TOTAL A.F.	 16,500,000.00		
	=====		=====
TOTAL ACTIVO	43,056,968.30	PASIVO+CAPITAL	43,056,968.30
	=====		=====

## BALANCE GENERAL PRO-FORMA DE LAMINAS "GLORIA" 1993 - 1995

	1993 [ \$ ]	1994 [ \$ ]	1995 [ \$ ]	1996 [ \$ ]	1997 [ \$ ]
ACTIVO					
ACTIVO CIRCULANTE					
Caja	2,190.00	2,387.01	2,590.00	2,797.20	3,020.97
Bancos	7,665.00	8,354.85	9,065.01	9,790.21	10,573.43
Inventarios	39,155.66	47,763.25	58,522.88	68,663.28	84,003.64
Deudores diversos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
SUMA TOTAL DE A.C.	49,010.66	60,505.11	70,177.89	81,250.69	97,598.04
ACTIVO FIJO					
Equipo de transporte	75,000.00	75,000.00	75,000.00	75,000.00	75,000.00
Muebles y enseres	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00
SUMA TOTAL DE A.F.	76,500.00	76,500.00	76,500.00	76,500.00	76,500.00
TOTAL DE ACTIVO	125,510.66	137,005.11	146,677.89	157,750.69	174,098.04
PASIVO					
PASIVO CIRCULANTE					
Proveedores	50,677.99	59,983.20	71,841.48	86,337.88	103,833.09
PASIVO DIFERIDO					
Préstamos bancarios	80,000.00	52,000.00	10,000.00	0.00	0.00
TOTAL DE PASIVO	130,677.99	111,983.20	81,841.48	86,337.88	103,833.09
CAPITAL CONTABLE					
Capital social	(5,167.33)	25,021.91	64,836.41	71,412.81	70,264.95
PASIVO + CAPITAL	125,510.66	137,005.11	146,677.89	157,750.69	174,098.04

## BALANCE GENERAL HISTORICO

ACTIVO	1991		1992	
	[ \$ ]	[ % ]	[ \$ ]	[ % ]
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>				
Caja	1,566,666.67	6.37	1,965,000.00	4.56
Bancos	3,203,688.92	13.03	6,190,935.30	14.38
Inventarios	9,300,333.33	33.80	17,161,033.00	39.86
Deudoras diversas	0.00		1,240,000.00	2.88
<b>SUMA TOTAL DE A.C.</b>	<b>13,070,688.92</b>	<b>53.21</b>	<b>26,556,968.30</b>	<b>61.68</b>
=====				
<b>ACTIVO FIJO</b>				
Equipo de transporte	10,500,000.00	42.72	15,000,000.00	34.84
Muebles p. enseres	1,000,000.00	4.07	1,500,000.00	3.48
<b>SUMA TOTAL DE A.F.</b>	<b>11,500,000.00</b>	<b>46.79</b>	<b>16,500,000.00</b>	<b>38.32</b>
=====				
<b>TOTAL DE ACTIVO</b>	<b>24,570,688.92</b>	<b>100.00</b>	<b>43,056,968.30</b>	<b>100.00</b>
=====				
<b>PASIVO</b>				
<b>PASIVO CIRCULANTE</b>				
Proveedores	2,440,500.67	0.10	2,769,479.80	0.06
<b>TOTAL DE PASIVO</b>	<b>2,440,500.67</b>	<b>0.10</b>	<b>2,769,479.80</b>	<b>0.06</b>
=====				
<b>CAPITAL CONTABLE</b>				
Capital social	22,130,188.25	0.90	40,287,488.50	0.94
=====				
<b>PASIVO + CAPITAL</b>	<b>24,570,688.92</b>	<b>1.00</b>	<b>43,056,968.30</b>	<b>1.00</b>
=====				

## ESTADO DE RESULTADOS HISTORICO

	1991		1992	
	[ \$ ]	[ % ]	[ \$ ]	[ % ]
Ventas Totales	177,202,388.00	100.00	206,875,958.00	100.00
- Devoluciones y rebajas sobre ventas	8,938,717.00	5.04	9,851,237.00	4.76
= Ventas Netas	168,263,671.00	94.96	197,024,721.00	95.24
- Costo de ventas	97,461,313.40	55.00	113,781,776.90	55.00
= Utilidad Bruta	70,802,357.60	39.96	83,242,944.10	40.24
- Gastos de operación				
Gastos de ventas	8,150,000.00	4.60	8,700,000.00	4.21
+ Gastos admón.	28,930,000.00	16.33	30,045,000.00	14.52
= Utilidad en Operación	33,722,357.60	19.03	44,497,944.10	21.51
- I.S.R.	2,847,685.00	1.61	4,520,000.00	2.18
= Utilidad Neta	30,874,672.60	17.42	39,977,944.10	19.32

ANÁLISIS HISTÓRICO DE LÁMINAS "GLORIA"

BALANCE GENERAL HISTÓRICO

	1991	[ % ]	1992	[ % ]
ACTIVO	[ \$ ]		[ \$ ]	
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>				
Caja	1.566.666.67	6.37	1.965.000.00	4.56
Bancos	3.203.688.92	13.03	6.190.935.30	14.38
Inventarios	8.308.333.33	33.80	17.161.033.00	39.86
Deudores diversos	0.00		1.240.000.00	2.88
<b>SUMA TOTAL DE A.C.</b>	<b>13.078.688.92</b>	<b>53.21</b>	<b>26.556.968.30</b>	<b>61.68</b>
=====				
<b>ACTIVO FIJO</b>				
Equipo de transporte	10.500.000.00	42.72	15.000.000.00	34.84
Muebles y enseres	1.000.000.00	4.07	1.500.000.00	3.48
<b>SUMA TOTAL DE A.F.</b>	<b>11.500.000.00</b>	<b>46.79</b>	<b>16.500.000.00</b>	<b>38.32</b>
=====				
<b>TOTAL DE ACTIVO</b>	<b>24.578.688.92</b>	<b>100.00</b>	<b>43.056.968.30</b>	<b>100.00</b>
=====				
<b>PASIVO</b>				
<b>PASIVO CIRCULANTE</b>				
Proveedores	2.440.500.67	0.10	2.769.479.80	0.06
<b>TOTAL DE PASIVO</b>	<b>2.440.500.67</b>	<b>0.10</b>	<b>2.769.479.80</b>	<b>0.06</b>
=====				
<b>CAPITAL CONTABLE</b>				
Capital social	22.138.188.25	0.90	40.287.488.50	0.94
=====				
<b>PASIVO + CAPITAL</b>	<b>24.578.688.92</b>	<b>1.00</b>	<b>43.056.968.30</b>	<b>1.00</b>
=====				

ESTADO DE RESULTADOS HISTÓRICO

	1991	[ % ]	1992	[ % ]
	[ \$ ]		[ \$ ]	
Ventas Totales	177.202.388.00	100.00	206.875.958.00	100.00
- Devoluciones y rebajas sobre ventas	8.938.717.00	5.04	9.851.237.00	4.76
= Ventas Netas	168.263.671.00	94.96	197.024.721.00	95.24
- Costo de ventas	97.461.313.40	55.00	113.781.776.90	55.00
= Utilidad Bruta	70.802.357.60	39.96	83.242.944.10	40.24
- Gastos de operación				
Gastos de ventas	8.150.000.00	4.60	8.700.000.00	4.21
+ Gastos admón.	28.930.000.00	16.33	30.045.000.00	14.52
= Utilidad en Operación	33.722.357.60	19.03	44.497.944.10	21.51
- I.S.R.	2.847.685.00	1.61	4.520.000.00	2.18
= Utilidad Neta	30.874.672.60	17.42	39.977.944.10	19.32

LAMINAS "GLORIA"

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA  
DEL 19 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE 1991

ACTIVO	[ \$ ]	PASIVO	[ \$ ]
Activo circulante		Pasivo circulante	
Caja	1,566,666.67		
Bancos	3,203,688.92		
Inventarios	8,308,333.33	Proveedores	2,440,500.67
Deudores diversos	0.00		
	-----		-----
SUMA TOTAL A.C.	13,078,688.92	TOTAL PASIVO	2,440,500.67
	=====		=====
ACTIVO FIJO		CAPITAL CONTABLE	
Equipo de transporte	10,500,000.00	Capital social	22,138,188.25
Muebles y enseres	1,000,000.00		
	-----		-----
SUMA TOTAL A.F.	11,500,000.00		
	=====		=====
TOTAL ACTIVO	24,578,688.92	PASIVO+CAPITAL	24,578,688.92
	=====		=====

LAMINAS "GLORIA"

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA  
DEL 19 DE ENERO AL 31 DE OCTUBRE DE 1992

ACTIVO	[ \$ ]	PASIVO	[ \$ ]
Activo circulante		Pasivo circulante	
Caja	1,965,000.00		
Bancos	6,190,935.30		
Inventarios	17,161,033.00	Proveedores	2,769,974.80
Deudores diversos	1,240,000.00		
	-----		-----
SUMA TOTAL A.C.	26,556,968.30	TOTAL PASIVO	2,769,974.80
	=====		=====
ACTIVO FIJO		CAPITAL CONTABLE	
Equipo de transporte	15,000,000.00	Capital social	40,286,993.50
Muebles y enseres	1,500,000.00		
	-----		-----
SUMA TOTAL A.F.	16,500,000.00		
	=====		=====
TOTAL ACTIVO	43,056,968.30	PASIVO+CAPITAL	43,056,968.30
	=====		=====

## BALANCE GENERAL PRO-FORMA DE LÁMINAS "GLORIA" 1993 - 1995

	1993 [ \$ ]	1994 [ \$ ]	1995 [ \$ ]	1996 [ \$ ]	1997 [ \$ ]
<b>ACTIVO</b>					
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>					
Caja	2.190.00	2.387.01	2.390.00	2.797.20	3.020.97
Bancos	7.665.00	8.354.85	9.065.01	9.790.21	10.573.43
Inventarios	39.155.66	49.763.25	58.522.88	68.663.28	84.003.64
Deudores diversos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>SUMA TOTAL DE A.C.</b>	<b>49.010.66</b>	<b>60.505.11</b>	<b>70.177.89</b>	<b>81.250.69</b>	<b>97.598.04</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>					
Equipo de transporte	75.000.00	75.000.00	75.000.00	75.000.00	75.000.00
Muebles y enseres	1.500.00	1.500.00	1.500.00	1.500.00	1.500.00
<b>SUMA TOTAL DE A.F.</b>	<b>76.500.00</b>	<b>76.500.00</b>	<b>76.500.00</b>	<b>76.500.00</b>	<b>76.500.00</b>
<b>TOTAL DE ACTIVO</b>	<b>125.510.66</b>	<b>137.005.11</b>	<b>146.677.89</b>	<b>157.750.69</b>	<b>174.098.04</b>
<b>PASIVO</b>					
<b>PASIVO CIRCULANTE</b>					
Proveedores	50.677.99	59.983.20	71.841.48	86.337.88	103.833.09
<b>PASIVO DIFERIDO</b>					
Préstamos bancarios	80.000.00	52.000.00	10.000.00	0.00	0.00
<b>TOTAL DE PASIVO</b>	<b>130.677.99</b>	<b>111.983.20</b>	<b>81.841.48</b>	<b>86.337.88</b>	<b>103.833.09</b>
<b>CAPITAL CONTABLE</b>					
Capital social	(5.167.33)	25.021.91	64.836.41	71.412.81	70.264.95
<b>PASIVO + CAPITAL</b>	<b>125.510.66</b>	<b>137.005.11</b>	<b>146.677.89</b>	<b>157.750.69</b>	<b>174.098.04</b>

## ESTADO DE SITUACION FINANCIERA HISTORICO

	1991	(%)	1992	(%)
ACTIVO CIRCULANTE				
CAJA	1,566,666.67	6.37	1,965,000.00	4.56
BANCOS	3,203,688.92	13.03	61,909,354.30	14.38
INVENTARIOS	8,308,333.33	33.8	17,161,033.00	39.86
DEUDORES DIVERSOS			1,240,000.00	2.88
SUMA TOTAL A.C.	13,078,688.92	536.21	26,556,968.00	61.68
ACTIVO FIJO				
EQ. TRANSPORTE	10,500,000.00	42.72	15,000,000.00	34.84
MUEBLES	1,000,000.00	4.07	1,500,000.00	3.48
SUMA TOTAL A.F.	11,500,000.00	46.79	16,500,000.00	38.32
TOTAL ACTIVO	24,578,688.92	100	430,569,968.30	100
PASIVO CIRCULANTE				
PROVEEDORES	2,440,500.67	0.1	2,769,479.80	0.06
TOTAL PASIVO	2,440,500.67	0.1	2,769,479.80	0.06
CAPITAL CONTABLE				
CAPITAL SOCIAL	22,138,188.25	0.9	40,287,488.50	0.94
PASIVO+CAPITAL	\$24,578,688.92	1	\$43,056,968.30	1

## ESTADO DE RESULTADOS HISTORICO

	1991	(%)	1992	(%)
VENTAS TOTALES	1,772,025,388.00	100	206,875,958.00	100
DEVS., REBS. S/VENTAS	8938717	5.04	9851237	4.76
VENTAS NETAS	168,263,671.00	94.96	197,024,721.00	95.24
COSTO DE VENTAS	97,461,313.40	55	113,781,776.90	55
UTILIDAD BRUTA	70,802,357.60	39.96	83,242,944.10	40.24
GASTOS DE OPERACION				
GASTOS DE VENTA	8,150,000.00	4.6	8,700,000.00	4.21
GASTOS DE ADMON.	28,930,000.00	16.33	30,045,000.00	14.52
UTILIDAD OPERACION	37,080,000.00	20.93	38,745,000.00	18.73
IMPUESTOS (ISR)	33,722,357.60	19.03	44,497,944.10	21.51
UTILIDAD NETA	2,847,685.00	1.61	4,520,000.00	2.18
UTILIDAD NETA	\$30,874,672.60	17.42	\$39,977,944.10	19.32

## PRESUPUESTO DE CAJA PRO-FORMA DE LAMINAS GLORIA PARA 1993

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
SALDO INICIAL	80000	7668.89	8251.32	345.65	4463.7	9452.14
VENTAS	11608.334	22138.96	13873.22	28095.73	36313.37	34352.41
INVDS. PROD.	2321.67	4427.79	2774.64	5619.15	7262.67	6870.48
TOTAL INGRESOS	93930.01	34235.63	24899.19	34060.53	48039.74	50675.03

## PROGRAMA DE EGRESOS

COMPRAS	7661.51	14611.071	9156.33	18543.18	23966.82	22672.59
INVENTARIOS	16941.9	1532.3	2922.34	1831.27	3708.64	4793.36
PAGO EFECTIVO	3852.03	10958.78	6867.25	13907.39	17975.12	127004.44
A CREDITO	3852.03	1915.38	3652.93	2289.08	4635.8	5991.71
GASTOS VENTA						
DESC.S/VTAS.	696.58	1711.78	1244.96	1703.03	2401.99	2533.75
MANTENIMIENTO	1000	1000	1000	1000	1000	1000
GASTOS ADMON.						
SUELDOS	3100	3100	3100	3100	3100	3100
PAPELERIA	75	75	75	75	75	75
LUZ	21.9	21.9	21.9	21.9	21.9	21.9
RENTA	1095	1095	1095	1095	1095	1095
OTROS GASTOS	250	250	250	250	250	250
TOTAL EGRESOS	17531.46	21660.14	20229.38	25272.66	34263.44	35865.17

## PROGRAMA DE DESEMBOLSOS

TOTAL DE GASTOS						
EN EFECTIVO	17531.46	21660.14	20229.38	25272.66	34263.44	35865.17
I.S.R.	7563	0	0	0	0	0
COMPRA DE ACTIVO	60000	3157.51	3157.51	3157.51	3157.51	3157.51
TOTAL DESEMBOLSOS	86261.13	25984.31	24533.54	29596.823	38587.6	40189.33

## FLUJO NETO Y SALDO DE EFECTIVO

TOTAL INGRESOS	93930.01	34235.63	241899.19	34060.53	48039.74	50675.03
TOTAL EGRESOS	86261.13	25984.31	24553.54	29596.83	38587.6	40189.33
FLUJO NETO DE EFECTIVO	7668.89	8251.32	345.65	4463.7	9472.14	10485.7

PRESUPUESTO DE CAJA PRO-FORMA DE LAMINAS GLORIA PARA 1993

CONCEPTO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
SALDO INICIAL	10485.7	14184.58	16737.78	11590.34	7416.65	28.02
VENTAS	37661.86	37696.22	25971	21682.61	14400	18489.77
NVDS. PROD.	7532.37	7539.24	5194.2	4336.52	2880	3697.95
TOTAL INGRESOS	55679.93	59420	47902.98	37609.47	24696.65	22215.74

PROGRAMA DE EGRESOS

COMPRAS	24856.82	24879.51	17140.86	14310.52	9504	12203.25
INVENTARIOS	16941.9	1532.3	2922.34	1831.27	3708.64	4793.36
PAGO EFECTIVO	18642.62	18659.63	12855.65	10732.89	7128	9152.344
A CREDITO	5668.15	6214.231	2219.88	4285.322	3577.63	2376
GASTOS VENTA						
DESC.S/VTAS.	2784	2971	2395	1880.47	1234.83	1110.74
MANTENIMIENTO	1000	1000	1000	1000	1000	1000
GASTOS ADMON.						
SUELDOS	3100	3100	3100	3100	3100	3100
PAPELERIA	75	75	75	75	75	75
LUZ	21.9	21.9	21.9	21.9	21.9	21.9
RENTA	1095	1095	1095	1095	1095	1095
OTROS GASTOS	250	250	250	250	250	250
TOTAL EGRESOS	37171.18	38358.1	31988.47	25868.65	20344.47	20081.92

PROGRAMA DE DESEMBOLSOS

TOTAL DE GASTOS						
EN EFECTIVO	37171.18	38358.1	31988.47	25868.65	20344.47	20081.92
I.S.R.	0	0	0	0	0	0
COMPRA DE ACTIVO	3157.5	3157.5	3157.5	3157.5	3157.5	3157.5
PAGO DE INTERESES	1166.67	1166.67	1166.67	1166.67	1166.67	1166.67
TOTAL DESEMBOLSOS	41495.35	42681.27	36312.64	30192.82	24668.693	24406.09

FLUJO NETO Y SALDO DE EFECTIVO

TOTAL INGRESOS	55679.93	59420.05	47902.98	37609.47	24696.65	22215.74
TOTAL EGRESOS	41495.35	42681.27	36312.64	30192.82	24668.693	24406.09
FLUJO NETO DE EFECTIVO	14184.58	16737.78	11590.3245	7416.65	28.02	(2190.35)

PRESUPUESTO DE CAJA PRO-FORMA DE LAMINAS GLORIA PARA 1994

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
SALDO INICIAL	(2190.35)	(6767.55)	(1068.49)	(5603.62)	3880.85	11044.22
VENTAS	13813.93	26345.36	16509.14	33433.92	43212.91	40879.37
NVDOS. PROD.	2902.09	5534.74	3468.31	7023.93	9078.34	8588.14
TOTAL INGRESOS	14525.66	25112.54	18908.95	34854.24	56172.1	60511.69

PROGRAMA DE EGRESOS

COMPRAS	9193.81	17534.05	10987.59	22251.82	28760.19	272074.11
INVENTARIOS	2562.68	1930.7	3682.15	2307.39	4672.88	6039.64
PAGO EFECTIVO	6895.36	13150.54	8240.7	16688.86	21570.14	20405.33
A CREDITO	3792.04	2298.45	4383.51	2746.9	5562.95	7190.05
GASTOS VENTA						
DESC.S/VTAS.	835.8	1594	998.87	2022.89	2614.56	2473.37
MANTENIMIENTO	1090	1090	1090	1090	1090	1090
GASTOS ADMON.						
SUELDOS	3379	3379	3379	3379	3379	3379
PAPELERIA	81.75	81.75	81.75	81.75	81.75	81.75
LUZ	23.87	23.87	23.87	23.87	23.87	23.87
RENTA	1193.55	1193.55	1193.55	1193.55	1193.55	1193.55
OTROS GASTOS	272.5	272.5	272.5	272.5	272.5	272.5
TOTAL EGRESOS	20126.55	25014.37	23345.9	29806.72	40461.21	42149.06

PROGRAMA DE DESEMBOLSOS

TOTAL DE GASTOS						
EN EFECTIVO	20126.55	25014.37	23345.9	29806.72	40461.21	42146.06
I.S.R.	0	0	0	0	0	0
AMORTIZACION					3500	3500
INTERESES	1166.67	11666.67	11666.67	11666.67	11666.67	11666.67
TOTAL DESEMBOLSOS	21126.55	26181.03	24512.57	30973.39	45127.88	46815.73

FLUJO NETO Y SALDO DE EFECTIVO

TOTAL INGRESOS	14525.66	25112.54	18908.95	34854.24	56172.1	60511.69
TOTAL EGRESOS	21293.22	26181.03	24512.57	30393.39	45127.88	46815.73
FLUJO NETO DE EFECTIVO	(6767.55)	(1068.49)	(5603.62)	3880.885	11044.22	13695.96

PRESUPUESTO DE CAJA PRO-FORMA DE LAMINAS GLORIA PARA 1994

CONCEPTO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
SALDO INICIAL	13695.96	16259.63	21008.2	16668.93	11709.18	4248.03
VENTAS	44817.61	44858.51	30905.49	25802.3	17136	22002.82
NVOS. PROD.	9415.46	9424.06	69492.75	5420.65	3600	4622.44
TOTAL INGRESOS	67929.04	70542.19	58406.044	47891.89	32445.18	30873.3

PROGRAMA DE EGRESOS

COMPRAS	29828.19	29855.41	20569.03	17172.63	11404.8	14643.9
INVENTARIOS	5713.49	6263.92	6269.64	4319.5	3606.25	2395.01
PAGO EFECTIVO	22371.14	22391.56	15426.77	12879.47	8553.6	10982.92
A CREDITO	6801.78	7457.06	7463.85	5142.26	4293.16	2851.2
GASTOS VENTA						
DESC. S/VTAS.	2711.65	2714.13	1869.91	1561.15	1036.8	1331.26
MANTENIMIENTO	1090	1090	1090	1090	1090	1090
GASTOS ADMON.						
SUELDOS	3379	3379	3379	3379	3379	3379
PAPELERIA	81.75	81.75	81.75	81.75	81.75	81.75
LUZ	23.87	23.87	23.87	23.87	23.87	23.87
RENTA	1193.55	1193.55	1193.55	1193.55	1193.55	1193.55
OTROS GASTOS	275.5	275.5	275.5	275.5	275.5	275.5
TOTAL EGRESOS	43638.74	44867.32	37070.85	29943.04	23530.48	23601.06

PROGRAMA DE DESEMBOLSOS

TOTAL DE GASTOS						
EN EFECTIVO	43638.74	44867.32	37070.85	29943.04	23530.48	23601.06
I.S.R.	3364	0	0	1573	0	0
COMPRA DE ACTIVO	3500	3500	3500	3500	3500	3500
PAGO DE INTERESES	1166.67	1166.67	1166.67	1166.67	1166.67	1166.67
TOTAL DESEMBOLSOS	51669.4	49533.99	41737.51	36182.71	28197.15	28267.73

FLUJO NETO Y SALDO DE EFECTIVO

TOTAL INGRESOS	67929.04	70542.196	58406.44	47891.89	32445.18	30873.3
TOTAL EGRESOS	51669.4	49533.99	41737.51	36182.71	28197.15	28267.73
FLUJO NETO DE EFECTIVO	16259.63	21008.2	16668.93	11709.189	4248.03	2605.57

PRESUPUESTO DE CAJA PRO-FORMA DE LAMINAS GLORIA PARA 1995

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
SALDO INICIAL	2605.57	(4923.87)	(537.51)	(8432.75)	183.7	10630.55
VENTAS	16369.51	31219.25	19563.33	396190.2	51207.3	48442.05
NVOS. PROD.	3772.71	7195.16	4508.801	9131.11	11801.84	11164.53
TOTAL INGRESOS	22704.79	33490.54	23534.61	40317.56	63192.84	70237.14

PROGRAMA DE EGRESOS

COMPRAS	11078.22	21127.93	13239.67	26812.67	34655.03	32783.62
INVENTARIOS	3002	2271.04	13239.67	26812.67	34655.03	32783.62
PAGO EFECTIVO	8308.66	15845.94	9929.75	20109.5	25991.27	24587.72
A CREDITO	4133.09	2769.55	5281.98	3309.92	6703.17	8663.76
GASTOS VENTA						
DESC.S/VTAS.	1007.141	1920.72	1203.61	2437.52	3150.46	2980.33
MANTENIMIENTO	1182.656	1182.656	1182.656	1182.656	1182.656	1182.656
GASTOS ADMON.						
SUELDOS	3666.22	3666.22	3666.22	3666.22	3666.22	3666.22
PAPELERIA	88.7	88.7	88.7	88.7	88.7	88.7
LUZ	25.9	25.9	25.9	25.9	25.9	25.9
RENTA	1295	1295	1295	1295	1295	1295
OTROS GASTOS	295.66	295.66	295.66	295.66	295.66	295.66
TOTAL EGRESOS	23004.99	29361.38	29345.9	29806.72	40461.21	42149.06

PROGRAMA DE DESEMBOLSOS

TOTAL DE GASTOS						
EN EFECTIVO	23044.99	29361.38	23345.9	29806.72	40461.21	42146.06
I.S.R.	0	0	0	0	0	0
AMORTIZACION	3500	3500	3500	3500	3500	3500
INTERESES	1166.67	11666.67	11666.67	11666.67	11666.67	11666.67
TOTAL DESEMBOLSOS	27671.66	34028.05	24512.57	30973.39	45127.88	46815.73

FLUJO NETO Y SALDO DE EFECTIVO

TOTAL INGRESOS	22747.79	33490.54	18908.95	34854.24	56172.1	60511.69
TOTAL EGRESOS	27671.66	34028.05	24512.57	30393.39	45127.88	46815.73
FLUJO NETO DE EFECTIVO	(4923.87)	(537.51)	(8432.75)	183.7	10630.55	15680.26

PRESUPUESTO DE CAJA PRO-FORMA DE LAMINAS GLORIA PARA 1995

CONCEPTO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
SALDO INICIAL	15680.26	16321.99	23904.74	20537.12	13499.3	6293.51
VENTAS	53108.87	53157.33	36623.01	30575.73	20306.16	26073.35
NVDS. PROD.	12240.1	12251.27	8440.58	7046.85	4680	6009.17
TOTAL INGRESOS	81730.23	81730.59	68968.32	581593.7	38485.46	38376.03

PROGRAMA DE EGRESOS

COMPRAS	35941.93	35974.73	24784.97	20692.42	137421.39	17645.039
INVENTARIOS	6720.64	7368.1	7374.82	5080.92	4241.95	2817.19
PAGO EFECTIVO	26956.45	26981.305	18588.73	15519.31	10306.79	13234.04
A CREDITO	8195.91	8985.48	8993.68	6196.21	5173.1	3435.6
GASTOS VENTA						
DESC. S/VTAS.	3267.45	3270.43	2253.18	1881.13	1249.31	1604.13
MANTENIMIENTO	1182.65	1182.65	1182.65	1182.65	1182.65	1182.65
GASTOS ADMON.						
SUELDOS	3666.22	3666.22	3666.22	3666.22	3666.22	3666.22
PAPELERIA	88.07	88.07	88.07	88.07	88.07	88.07
LUZ	25.9	25.9	25.9	25.9	25.9	25.9
RENTA	1295	1295	1295	1295	1295	1295
OTROS GASTOS	295.66	295.66	295.66	295.66	295.66	295.66
TOTAL EGRESOS	51694.57	53159.19	43764.54	35231.73	27525.28	27645.08

PROGRAMA DE DESEMBOLSOS

TOTAL DE GASTOS						
EN EFECTIVO	51694.57	53159.19	43764.54	35231.73	27525.28	27645.08
I.S.R.	8346	0	0	4762	0	0
COMPRA DE ACTIVO	3500	3500	3500	3500	3500	3500
PAGO DE INTERESES	1166.67	1166.67	1166.67	1166.67	1166.67	1166.67
TOTAL DESEMBOLSOS	64707.24	57825.85	48431.2	44660.4	32191.94	32311.75

FLUJO NETO Y SALDO DE EFECTIVO

TOTAL INGRESOS	81029.23	81730.59	68968.32	58159.7	38485.46	38376.03
TOTAL EGRESOS	64707.24	57825.85	48431.2	44660.4	32191.94	32311.75
FLUJO NETO DE EFECTIVO	16321.99	23904.74	20537.12	13499.3	6293.51	6064.29

PRESUPUESTO DE CAJA PRO-FORMA DE LAMINAS GLORIA PARA 1996

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
SALDO INICIAL	6064.29	(1963.01)	4274.2	(4196.50)	11574.2	30040.28
VENTAS	13813.93	26345.36	23084.73	46750.65	60424.61	57161.62
NVOS. PROD.	4904.53	9353.71	5861.44	11870.45	158342.4	145613.89
TOTAL INGRESOS	30284.83	44229.41	33220.36	87521.21	87521.21	101715.8

PROGRAMA DE EGRESOS

COMPRAS	13321.3	25404.83	159230.39	32241.6	41671.85	39421.53
INVENTARIOS	3529.058	2664.26	5081.17	3184.08	6448.32	8334.37
PAGO EFECTIVO	9990.97	19054.37	11940.29	24181.2	31253.89	29566.37
A CREDITO	4920.13	3330.32	6351.46	3980.1	8060.4	10417.96
GASTOS VENTA						
DESC.S/VTAS.	1211.03	2309.62	1447.31	2931.05	3788.35	3583.78
MANTENIMIENTO	2128.77	2128.77	2128.77	2128.77	2128.77	2128.77
GASTOS ADMON.						
SUELDOS	3959.51	3959.51	3959.51	3959.51	3959.51	3959.51
PAPELERIA	95.79	95.79	95.79	95.79	95.79	95.79
LUZ	27.97	27.97	27.97	27.97	27.97	27.97
RENTA	1398.6	1398.6	1398.6	1398.6	1398.6	1398.6
OTROS GASTOS	319.32	319.32	319.32	319.32	319.32	319.32
TOTAL EGRESOS	27581.17	35288.55	32750.19	42206.4	57480.4	59832.23

PROGRAMA DE DESEMBOLSOS

TOTAL DE GASTOS						
EN EFECTIVO	27581.17	35288.55	32750.19	42206.4	57480.93	59832.023
I.S.R.	0	0	0	0	0	0
AMORTIZACION	3500	3500	3500	0	0	0
INTERESES	1166.67	11666.67	11666.67	0	0	0
TOTAL DESEMBOLSOS	32247.84	39955.21	37416.86	42670.4	57480.93	59832.23

FLUJO NETO Y SALDO DE EFECTIVO

TOTAL INGRESOS	30284.83	44229.41	33220.36	54424.6	87521.21	101715.8
TOTAL EGRESOS	32247.84	39955.21	37416.86	42670.4	57480.93	59832.23
FLUJO NETO DE EFECTIVO	(1963.01)	4274.2	(4196.50)	11754.2	30040.285	41883.57

PRESUPUESTO DE CAJA PRO-FORMA DE LAMINAS GLORIA PARA 1996

CONCEPTO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
SALDO INICIAL	41883.57	48459.98	63356.93	65086.52	62708.69	59731.09
VENTAS	62668.46	62725.65	43215.15	36079.369	23961.27	30766.55
INVOS. PROD.	15912.13	15926.65	10972.75	9160.9	60184	7811.93
TOTAL INGRESOS	1204614.17	127112.296	117544.83	110326.78	92753.96	98309.56
<b>PROGRAMA DE EGRESOS</b>						
COMPRAS	43219.33	43258.77	29803.34	24882.14	16524.9	21218.16
INVENTARIOS	7887.31	8643.87	8651.75	5960.67	4976.43	3304.98
PAGO EFECTIVO	32414.5	32444.08	22352.51	18661.61	12393.67	15913.62
A CREDITO	9855.38	10804.83	10814.69	7450.84	622.54	4131.22
GASTOS VENTA						
DESC.S/VTAS.	39296.03	3932.62	2709.39	26262.01	1502.26	1928.92
MANTENIMIENTO	2128.77	2128.77	2128.77	2128.77	2128.77	2128.77
GASTOS ADMON.						
SUELDOS	3959.51	3959.51	3959.51	3959.51	3959.51	3959.51
PAPELERIA	95.79	95.79	95.79	95.79	95.79	95.79
LUZ	27.97	27.97	27.97	27.97	27.97	27.97
RENTA	1398.69	1398.69	1398.69	1398.69	1398.69	1398.69
OTROS GASTOS	319.32	319.32	319.32	319.32	319.32	319.32
TOTAL EGRESOS	62013.18	63755.35	52458.31	42265.09	33022.87	33280.72
<b>PROGRAMA DE DESEMBOLSOS</b>						
TOTAL DE GASTOS						
EN EFECTIVO	62013.18	63755.35	52458.31	42265.09	33022.87	33280.72
I.S.R.	9991	0	0	5353	0	0
PAGO DE INTERESES	0	0	0	0	0	0
TOTAL DESEMBOLSOS	72004.18	63755.35	52458.31	47618.09	33022.87	33208.72
<b>FLUJO NETO Y SALDO DE EFECTIVO</b>						
TOTAL INGRESOS	120464.17	127112.296	117544.83	110326.78	92753.96	98309.56
TOTAL EGRESOS	72004.18	63755.35	52458.31	47618.09	33022.87	33208.72
FLUJO NETO DE EFECTIVO	48459.98	63356.93	65086.52	62708.69	59731.09	65100.85

PRESUPUESTO DE CAJA PRO-FORMA DE LAMINAS GLORIA PARA 1997

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
SALDO INICIAL	54060.85	5601.6	20100.2	16588.25	36421.11	59959.57
VENTAS	22792.9	43469.68	27239.968	55165.77	71301.04	67450.72
NVDS. PROD.	6866.34	19095.19	9206.01	16618.63	21479.36	20319.45
TOTAL INGRESOS	84260.08	62166.48	55546.19	88372.64	129201.51	147729.74

PROGRAMA DE EGRESOS

COMPRAS	16312.58	31110.68	19495.29	39481.042	51029.22	48273.59
INVENTARIOS	42423.63	3262.52	6222.14	3899.06	7898.28	10205.84
PAGO EFECTIVO	12234.43	23333.01	14621.47	29611.06	38271.91	36205.19
A CREDITO	4133.09	4078.14	7777.67	4873.82	9870.35	12757.3
GASTOS VENTA						
DESC.S/VTAS.	1482.96	2828.24	1772.3	3589.22	4639.02	4388.51
MANTENIMIENTO	2299.07	2299.07	2299.07	2299.07	2299.07	2299.07
GASTOS ADMON.						
SUELDOS	4276.27	4276.27	4276.27	4276.27	4276.27	4276.27
PAPELERIA	103.46	103.46	103.46	103.46	103.46	103.46
LUZ	30.21	30.21	30.21	30.21	30.21	30.21
RENTA	1510.49	1510.49	1510.49	1510.49	1510.49	1510.49
OTROS GASTOS	344.86	344.86	344.86	344.86	344.86	344.86
TOTAL EGRESOS	30658.48	42066.28	38957.394	50537.53	69241.93	72121.21

PROGRAMA DE DESEMBOLSOS

TOTAL DE GASTOS						
EN EFECTIVO	30658.48	42066.28	38957.394	50537.53	69241.93	72121.21
I.S.R.	48000	0	0	1414	0	0
TOTAL DESEMBOLSOS	78658.48	42066.28	38957.94	51951.53	69241.93	72121.21

FLUJO NETO Y SALDO DE EFECTIVO

TOTAL INGRESOS	84260.08	62166.048	55546.19	88372.64	129201.51	147729.74
TOTAL EGRESOS	78658.48	42066.28	38957.94	51951.53	69241.93	72121.21
FLUJO NETO DE EFECTIVO	5601.6	20100.2	15588.25	36421.11	59959.57	75608.53

PRESUPUESTO DE CAJA PRO-FORMA DE LAMINAS GLORIA PARA 1997

CONCEPTO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
SALDO INICIAL	75608.53	80876.4	100264.071	103528.93	97942.44	95442.49
VENTAS	732948.79	74016.27	50993.87	42573.65	282784.3	36304.53
MVOS. PROD.	22276.99	22297.32	15361.85	12825.26	8517.6	10936.37
TOTAL INGRESOS	171834.3	177189.098	166620.43	158927.84	134734.34	142683.72

PROGRAMA DE EGRESOS

COMPRAS	52924.18	52972.47	36495.365	30469.4	20235.54	25982.67
INVENTARIOS	9654.72	10589.84	10594.49	7299.13	6093.88	4047.11
PAGO EFECTIVO	39693.13	39729.35	27371.73	22852.05	15176.66	19487.01
A CREDITO	12068.4	12231.04	13243.12	9123.912	7617.35	5058.89
GASTOS VENTA						
DESC.S/VTAS.	4811.29	4815.68	3317.79	2769.95	18396.59	2352.063
MANTENIMIENTO	2299.07	2299.07	2299.07	2299.07	2299.07	2299.07
GASTOS ADMON.						
SUELDOS	4276.27	4276.27	4276.27	4276.27	4276.27	4276.27
PAPELERIA	103.46	103.46	103.46	103.46	103.46	103.46
LUZ	30.21	30.21	30.21	30.21	30.21	30.21
RENTA	1510.49	1510.49	1510.49	1510.49	1510.49	1510.49
OTROS GASTOS	344.86	344.86	344.86	344.86	344.86	344.86
TOTAL EGRESOS	74791.9	76925.27	63091.5	50609.04	39291.85	39519.42

PROGRAMA DE DESEMBOLSOS

TOTAL DE GASTOS						
EN EFECTIVO	74791.9	76925.27	63091.5	50609.04	39291.85	39519.42
I.S.R.	16166	0	0	10376	0	0
TOTAL DESEMBOLSOS	90957.9	76925.27	63091.5	60985.4	39291.85	40617.42

FLUJO NETO Y SALDO DE EFECTIVO

TOTAL INGRESOS	171834.3	177189.98	166620.43	158927.84	134734.34	142683.72
TOTAL EGRESOS	90957.9	76925.27	63091.5	60985.4	39291.85	40617.42
FLUJO NETO DE EFECTIVO	80876.4	100264.71	103528.93	97942.44	95442.49	102066.29

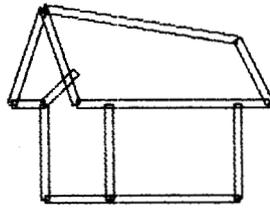
CUADRO B. MATRIZ INSUMO PRODUCTO DE LA CONSTRUCCION 1980

INSUMOS	% VALOR BRUTO CONSTRUCCION	% VALOR BRUTO DEL SECTOR
ARTICULOS DE PLASTICO	0.22	3.52
ASERRADEROS INCLUIDO TRIPLAY	3	469.94
CANTERAS, ARENA, GRAVA Y ARCILLA	2.23	78.42
CEMENTO	3.25	87.63
ELECTRICIDAD, GAS AGUA	0.37	2.82
IND. BASICAS DE HIERRO Y ACERO	10.28	45.56
IND. BASICAS DE METALES NO FERROSOS	1.04	18.27
MAQUINARIA Y EQUIPO NO ELECTRICO	1.86	15.48
MAQUINARIA Y APARATOS ELECTRICOS	0.42	8.8
MINERAL DE HIERRO	0.03	2.71
MUEBLES Y ACCESORIOS METALICOS	0.2	12.28
OTRAS INDUSTRIAS TEXTILES	0.13	2.79
OTRAS INDUSTRIAS DE LA MADERA	0.74	8.91
OTRAS INDUSTRIAS QUIMICAS	1.13	12.79
OTROS PROD. DE MINERALES NO METALICOS	4.56	39.88
OTROS PRODUCTOS METALICOS	1.6	15.34
OTROS EQUIPOS Y APARATOS ELECTRICOS	1.06	33.4
OTRAS INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	0.09	1.22
PAPEL Y CARTON	0.46	0.4
PRODUCTOS DE HULE	0.65	11.69
PRODUCTOS METALICOS ESTRUCTURALES	0.57	20.58
QUIMICA BASICA	0.11	2.94
REFINACION DE PETROLEO	1.25	11.1
VIDRIO Y SUS PRODUCTOS	0.43	10.36
TOTAL DE INDUSTRIA	35.92	20.4
ALQUILER DE INMUEBLES	0.72	1.36
COMERCIO	5.82	2.73
COMUNICACIONES	0.13	2.06
OTROS SERVICIOS	1.25	2.74
RESTAURANTES Y HOTELES	0.02	0.06
SERVICIOS FINANCIEROS	1.15	6.27
SERVICIOS PROFESIONALES	1.12	7.31
SERVICIOS MEDICOS	0.11	0.38
TRANSPORTE	3.14	5.2
TOTAL SERVICIOS	13.46	2.82
IMPORTACIONES	3.38	3.9
IMPUESTOS INDUSTRIALES MENOS SUBSIDIOS	0.2	---
REMUNERACIONES	30.43	---
SUPERAVIT BRUTO DE EXPLOTACION	16.58	---
TOTAL	100	7.6

FUENTE S.P.P. MATRIZ INSUMO PRODUCTO, 1980

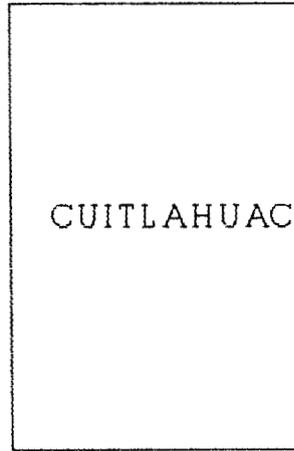
ANEXO 2  
MICROLOCALIZACION

AV.  
ERMITA

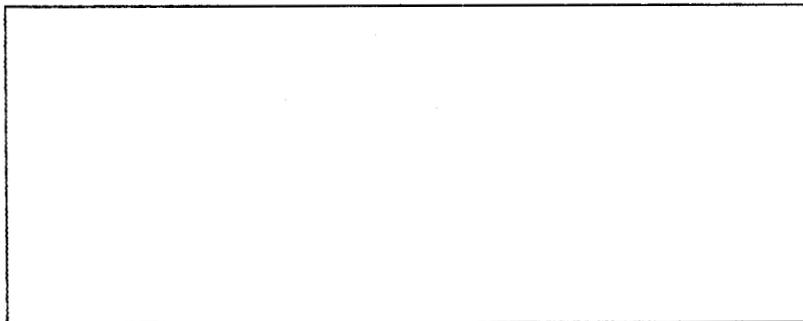


LAMINAS  
Gloria

CUITLAHUAC



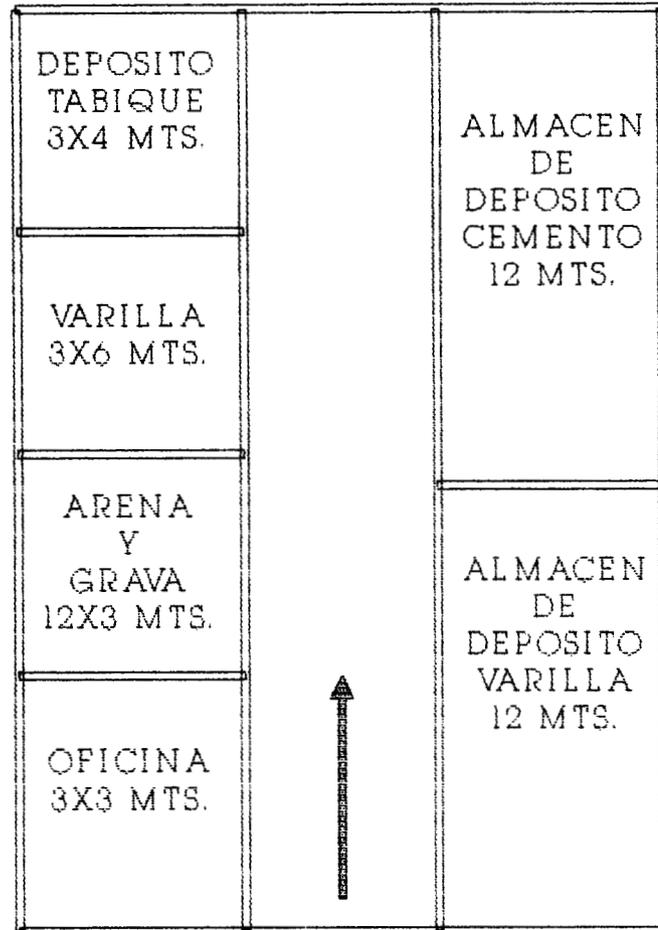
AV. TLAHUAC



AV. TASQUENA

EJE 3 ORIENTE PROLONGACION ARNESES

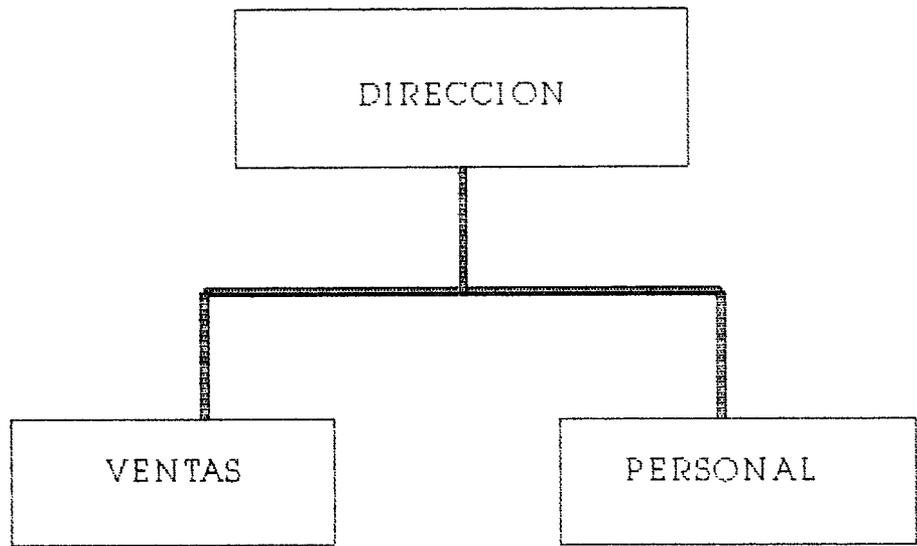
ANEXO  
10 MTS.



ACCESO DE TRANSPORTE

DISTRIBUCION DE LA PLANTA

ANEXO  
ORGANIGRAMA



## BIBLIOGRAFIA

Agenda Económica en Ejecutivos en finanzas, febrero 1988

Baca R. Jos ■Evolución de Proyectos de Inversión■

Ed. Limusa, México, 1990.

C.N.I.C. Revista Mexicana de la Construcción

No.	Fecha
447	Abril de 1992
412	Marzo de 1989
400	Marzo de 1988
437	Julio de 1991

Industria Mexicana, La industria de la construcción, México. Agosto de 1976.

Infotec, Planeación estratégica.

James C. Van Horve ■Fundamentos de Administración Financiera■

P.H.H., 6a. edición, México, 1986.

J.R. Franks y J.E. Boyles ■Técnicas Modernas de Administración Moderna■, Limusa, México, 1983.

Lincoyan Portus Goviden, ■Matemáticas Financieras■, Mc Graw Hill, 3A. edición, México, 1990.

Nacional Financiera, El Mercado de Valores

No.	Fecha
3	Febrero 1, 1991, año LI
13	Julio 1, 1992, año LII
11	Junio 1, 1992, año LII

Nacional Financiera, Programa de modernización, Términos de preferencia, Julio 1990.

Sanchez Díaz, Julio A. y Victor M. Gutiérrez Miranda.

Los efectos del TLC en la economía mexicana

S.H.C.P. El nuevo perfil de la economía mexicana, México, Agosto de 1992 y 1976.

S.H.C.P. La deuda externa mexicana.

S.H.C.P. Matriz insumo producto, 1980.