

Artículo:

Análisis de viabilidad para la instalación de una nueva sucursal financiera en Xilitla, San Luis Potosí

Feasibility analysis for the installation of a new financial branch in Xilitla, San Luis Potosi

Rosalía Santiago-Antonio¹, Esmeralda Cuervo-Del-Ángel¹, Perla-Natali Ortiz-Peñaloza¹

Revista Interdisciplinaria de
Ingeniería Sustentable y Desarrollo
Social (RIISDS)

¹ Tecnológico Nacional de México – ITS de Tantoyuca, Veracruz, México.

* Autor correspondiente: rosalia.santiago@itsta.edu.mx

Recibido: 17 de junio de 2024
Aceptado: 12 de noviembre de 2024
Publicado: 20 de diciembre de 2024

Publicación anual editada por el
**Instituto Tecnológico Superior de
Tantoyuca**

Desv. Lindero Tametate, S/N
Col. La Morita
C.P. 92100
Tantoyuca, Veracruz, México.
Teléfono: 789 8931680, Ext.196.

Correo electrónico:
revistadigital@itsta.edu.mx

Sitio WEB
<https://itsta.edu.mx/revistadigital>

ISSN 2448-8003

Editor responsable:
Dr. Horacio Bautista Santos

Copyright: Este artículo es de acceso
abierto distribuido bajo los términos y
condiciones de la licencia Creative
Commons

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Resumen: El mercado ha evolucionado de una manera muy acelerada en los tiempos actuales, lo que conlleva a las empresas a realizar planes de expansión a futuro, buscando ampliar su mercado. La metodología que se desarrolla en esta investigación es de tipo cuantitativa y ayuda en la elaboración de un plan de negocios. En este análisis se examinan factores clave, tales como el entorno económico, geográfico y social, la situación financiera, y se realiza un estudio de mercado para identificar la demanda de servicios en la región, así como evaluar la competencia existente. Además, se lleva a cabo un análisis técnico para establecer los requerimientos tecnológicos, operativos y de inversión necesarios para la apertura de una nueva sucursal. Asimismo, se consideran los aspectos legales relevantes para el desarrollo e implementación del proyecto. El estudio organizacional permite determinar los elementos operativos de la sucursal, esenciales para proyectar la rentabilidad financiera a cinco años. Este enfoque integral tiene como finalidad elaborar un análisis de viabilidad que sustente la apertura de una nueva sucursal financiera, basado en la proyección de su factibilidad.

Palabras clave: Mercado, Factibilidad, Financiera, Cuantitativa, Rentabilidad.

Resumen

El mercado ha evolucionado de una manera muy acelerada en los tiempos actuales, lo que conlleva a las empresas a realizar planes de expansión a futuro, buscando ampliar su mercado. La metodología que se desarrolla en esta investigación es de tipo cuantitativa y ayuda en la elaboración de un plan de negocios. En este análisis se examinan factores clave, tales como el entorno económico, geográfico y social, la situación financiera, y se realiza un estudio de mercado para identificar la demanda de servicios en la región, así como evaluar la competencia existente. Además, se lleva a cabo un análisis técnico para establecer los requerimientos tecnológicos, operativos y de inversión necesarios para la apertura de una nueva sucursal. Asimismo, se consideran los aspectos legales relevantes para el desarrollo e implementación del proyecto. El estudio organizacional permite determinar los elementos operativos de la sucursal, esenciales para proyectar la rentabilidad financiera a cinco años. Este enfoque integral tiene como finalidad elaborar un análisis de viabilidad que sustente la apertura de una nueva sucursal financiera, basado en la proyección de su factibilidad.

Palabras clave: Mercado, Factibilidad, Financiera, Cuantitativa, Rentabilidad.

Abstract

The market has evolved very rapidly in current times, which leads companies to make future expansion plans, seeking to expand their market. The methodology developed in this research is quantitative and helps in the development of a business plan. In this analysis, key factors are examined, such as the economic, geographical, and social environment, and the financial situation and a market study is carried out to identify the demand for services in the region, as well as evaluate the existing competition. In addition, a technical analysis is carried out to establish the technological, operational, and investment requirements necessary to open a new branch. Likewise, the relevant legal aspects for the development and implementation of the project are considered. The organizational study allows for determining the operational elements of the branch, essential to project financial profitability for five years. The purpose of this comprehensive approach is to prepare a feasibility analysis that supports the opening of a new financial branch, based on the projection of its feasibility.

Keywords: Market, Feasibility, Financial, Quantitative, Profitability.

Introducción

Las instituciones financieras desempeñan un papel fundamental al ofrecer servicios financieros a los agentes económicos de una comunidad, es decir, a aquellas personas y entidades productivas que requieren acceso a estos servicios. Estas instituciones operan en áreas como la banca, los valores y los seguros, y se integran en el mercado financiero al captar recursos del público para invertirlos posteriormente en activos como depósitos bancarios, títulos y valores. Además de actuar como intermediarios, cumplen funciones esenciales como la provisión de créditos, seguros y asesoramiento financiero, entre otras. Por su relevancia, las instituciones financieras contribuyen de manera significativa al buen funcionamiento de la economía y la sociedad en general (BBVA, 2022).

Este artículo tiene como finalidad demostrar el grado de factibilidad y aceptación por parte del consumidor, que tendría una empresa financiera en el municipio de Xilitla, bajo la premisa de que no es conveniente invertir en un negocio o proyecto sin antes tener conocimiento completo de la zona donde se planea su apertura. Una comprensión detallada de cualquier fenómeno o tendencia requiere no sólo una observación cuidadosa sino también una metodología rigurosa (Bojorquez et al., 2023).

Las empresas financieras de la región tienen una buena operación en materia de créditos, a través de distintas denominaciones, logrando desarrollarse en la zona huasteca con algunas sucursales activas. La captación de clientes que han tenido en estos años en matriz y sucursales, ha sido importante, y ello se han generado en la Mesas Directivas de dichas compañías la intensión de expandirse a otros estados de la república. Dichas casas financieras buscan promover e impulsar el desarrollo de actividades comerciales con calidad, que permita el comercio justo y digno, el desarrollo económico, el flujo de capital y el mejoramiento de la infraestructura de las actividades económicas en el municipio, mediante créditos individuales a personas, con el objetivo de que sus clientes sean los principales beneficiados, satisfaciendo las necesidades de personas físicas o morales que buscan expandir sus negocios (restaurantes, hoteles, vivienda, servicios de salud, servicios turísticos, entre otros) quienes al obtener el crédito mejorarán la economía de la región .

Hasta la década de 1970, la industria de servicios financieros consistía en unas escasas industrias bien definidas y separadas que comerciaban con dinero. Dichos incluían bancos y asociaciones de ahorro y préstamo para ahorros individuales, cuentas corrientes e hipotecas;

viviendas de corretaje, como Merrill Lynch, para inversiones en actividades, bonos y fondos mutuos; y compañías de tarjetas de crédito, como Visa Estados Unidos o MasterCard International, para créditos de consumo (Saldaña, 2011). Bautista et al., (2015) mencionan que la asociación entre empresas representa toda vinculación temporal por contratos especiales o por colaboración económica, que introduce a acciones coordinadas o a tareas propias de comportamiento como grupo económico.

A partir de los años 70, la productividad de los bancos redujo debido en parte importante a las regulaciones federales que prohibían a los bancos dar la diversidad de productos, como seguros, fondos mutuos y ocupaciones, que ofrecían sus participantes con un control menos riguroso (Saldaña, 2011).

La investigación de mercados es una técnica que permite recopilar datos para, después, interpretarlos y emplearlos para la toma de decisiones de la empresa y, en definitiva, satisfacer con éxito las necesidades de los consumidores. Se trata de detectar las necesidades de los consumidores para, de esta manera, diseñar estrategias enfocadas en ellos (Naresh, 2008).

A su vez la encuesta sirve de instrumento exploratorio para contribuir a detectar cambiantes e interrelaciones, sugerir premisa y guiar otras etapas de la investigación, ser el primordial instrumento de la indagación, de modo tal que las cuestiones diseñadas para medir las cambiantes de la indagación se incluirán en el programa de entrevistas y por otros procedimientos, permitiendo el seguimiento de resultados imprevisibles, validando otros procedimientos y profundizando en las causas de la contestación de los individuos (Bernal, 2006).

Se sabe que el estudio o análisis Económico - Financiero o Evaluación Económica de un Proyecto, es competencia de la investigación de operaciones y de las matemáticas y análisis financieros entre otros. Estas disciplinas se encargan de realizar las evaluaciones económicas de cualquier proyecto de inversión, para determinar la factibilidad o viabilidad económica de un proyecto. Este debe estar concebido desde el punto de vista técnico y debe cumplir con los objetivos que ella se espera (Steven, 2002).

El análisis financiero de un proyecto, se efectúa para determinar su impacto a precios de mercado o precios financieros, para los inversionistas interesados en su ejecución, no se trata de un estado de resultados o de ganancias y pérdidas, ni una situación de caja o de

efectivo como lo presentan algunos autores, va más allá de eso. Se trata de determinar la rentabilidad de la inversión a efectuar en el proyecto, su valor presente neto en un año dado y la rentabilidad anual de la inversión propuesta. Además, Duarte et al., (2007) mencionan que la evaluación de proyectos de inversión tiene como finalidad, analizar la conveniencia o inconveniencia en el uso de recursos destinados a la ejecución de un proyecto, dirigido a la solución de un problema o a la satisfacción de necesidades. La evaluación económica, se encamina en determinar el precio económico de los factores de producción, eliminando las distorsiones existentes en el mercado y la subvaloración o sobrevaloración de los bienes en los mercados tanto nacionales como internacionales.

El presupuesto de efectivo es un informe de las entradas y salidas de efectivo planeadas de la empresa que se utiliza para calcular sus requerimientos de efectivo a corto plazo, con particular atención a la planeación en vista de excedentes y faltantes de efectivo. Una empresa que espera un excedente de efectivo puede planear inversiones a corto plazo, en tanto que una empresa que espera faltantes de efectivo debe disponer del financiamiento a corto plazo. Se utiliza para analizar la viabilidad de proyectos, siendo éste la base de cálculo del Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno (Peña, 2007). Los autores Nava et al. (2022) implementaron las herramientas de Valor presente neto y Tasa interna de retorno para solventar la rentabilidad de su proyecto al final de los cinco años. El Valor Actual Neto (VAN) se suele definir como el valor actual de los flujos de caja esperados, entendiéndose por flujos de caja el flujo de ingresos y egresos en efectivo. Una definición más explícita correspondería, entonces, a la que lo define como el valor actualizado del saldo entre el flujo de ingresos y egresos en efectivo generados por un proyecto durante su vida útil. Mientras que la Tasa Interna de Rendimiento (TIR), se define como aquella tasa de actualización o descuento r , que hace cero la rentabilidad absoluta neta de la inversión. Es decir, aquella tasa de descuento que iguala el valor actual de la corriente de cobros con el valor actual de la corriente de pagos (Duvergel & Argota, 2017).

Como bien se sabe antes de iniciar un negocio no solo es necesario tener una buena idea y buscar financiamiento para echarlo a andar. También es necesario conocer, comprender y aplicar los términos legales que ayuden a darle estructura y formalidad a la empresa financiera, sin estos instrumentos legales se podrían experimentar muchos problemas. Por ejemplo, alguien podría robarse el concepto de la empresa o producto, un

socio podría retirar su inversión sin previo aviso y dejar a los demás en la quiebra, o bien se podría pagar la materia prima a un proveedor y este podría incumplir (Barbosa, 2019). En el mercado empresarial la simulación ha permitido crear escenarios previos al proceso real en una unidad económica (Shinzato et al.2019) con el objetivo de evaluar los factores que puedan ser una ventaja competitiva, así como en la detección de posibles errores en la introducción de un nuevo producto al mercado (Ahmed et al., 2019).

El propósito de la presente investigación es realizar un estudio de factibilidad para la apertura de una sucursal de financiera en Xilitla, San Luis Potosí. Iniciando dicha investigación con un estudio de mercado, un análisis FODA para determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que se pudieran presentar en el desarrollo del proyecto de factibilidad; hacer uso del benchmarking como herramienta, para obtener información de competencia directa e indirectas que pueda presentar en dicha zona; además de un estudio económico-financiero, legal y organizacional que permitan determinar los aspectos de operación de la sucursal.

Materiales y métodos

El presente proyecto se clasifica como una investigación exploratoria, ya que permite analizar en profundidad un tema poco investigado: la factibilidad de establecer una casa financiera. La investigación de mercado de tipo exploratorio es especialmente útil en este contexto, pues proporciona una visión general que facilita la evaluación de posibles productos o servicios futuros. Además, se recurre a una metodología descriptiva en el desarrollo del estudio, mediante la aplicación de encuestas que describen factores relevantes para entender la viabilidad de abrir una nueva sucursal de la financiera y analizar la competencia en el mercado. Por último, la investigación cuantitativa se utiliza para la recopilación y análisis de datos relacionados con el estudio económico-financiero del proyecto, abordando elementos como costos directos e indirectos, gastos operativos, y proyecciones presupuestarias.

Diseño de la encuesta

Se realizan las encuestas de manera virtual, basados en una selección previa de personas registradas en el directorio telefónico del municipio de Xilitla, elegidos de manera no

probabilística, al igual que compartiendo el link de acceso a la encuesta a las personas habitantes del lugar, haciendo uso de las redes sociales como Facebook, WhatsApp y Messenger. El cuestionario estructurado para este estudio se muestra a continuación:

Tabla 1. Cuestionario estructurado para el estudio de la muestra.

ENCUESTA “APERTURA DE UNA FINANCIERA PARA LA OBTENCIÓN DE CRÉDITOS”	
Bueno días/tardes, nosotros somos estudiantes del Instituto Tecnológico Superior de Tantoyuca ubicado en el estado de Veracruz. En esta investigación de mercado se analiza la factibilidad de abrir una sucursal financiera en este municipio, con el propósito de ofrecer servicios de calidad en la concesión de préstamos y fomentar nuevas oportunidades de empleo.	
1. ¿Tiene conocimiento de alguna empresa financiera que exista en esta zona?	a. Si b. No
2. ¿Ha solicitado los servicios con alguna empresa financiera o institución bancarias?	a. Si b. No
3. Podría mencionar ¿Cuáles instituciones financieras actualmente conoce de Xilitla?	a. Banco azteca b. Caja solidaria c. Banorte
4. ¿Qué servicios ha adquirido con alguna de las instituciones financieras anteriormente mencionadas?	a. Préstamo individual b. Ahorro personal c. Empeño de artículos personales d. Otros
5. ¿Qué tasa de interés (mensual), ha manejado al momento de gestionar un crédito o solicitar un servicio en estas instituciones financieras?	a. 4.5% mensual b. 5% mensual c. +5% mensual
6. ¿Qué tan satisfecho se siente con las tasas de interés que se manejan en estas instituciones?	a. Muy satisfecho b. Satisfecho c. Poco satisfecho.
7. ¿Qué le gustaría que mejorara la empresa de la cual es cliente, para que esta tuviera un mejor desempeño y por ende beneficie directamente a los clientes?	a. Horario de atención b. Tasas de interés más bajas c. Facilidades de pago
8. Si llegara a su municipio una nueva empresa la cual ofrezca los mismos servicios financieros de la empresa de la cual ya es cliente, pero esta nueva empresa ofrece una mejor tasa de interés ¿Se cambiaría a la nueva empresa financiera o seguiría siendo cliente de su financiera habitual?	a. Sí, cambiaría de financiera b. No cambiaría de financiera
9. Al momento de elegir una financiera ¿Cuáles son los aspectos a los cuales les da mayor importancia?	a. Trato al cliente b. Tasas de interés c. Facilidades de pago
10. Considera que actualmente, ¿Hace falta una nueva financiera en su municipio, la cual ofrezca mejores servicios y mejores facilidades a la hora de adquirir un crédito?	a. Sí, claro que si b. No, ya hay muchas

Fuente: Los autores.

Población y Muestra

La población de estudio son las personas, entre 25 y 60 años que residen en el municipio de la Cd. de Xilitla S.L.P. debido a que en el rango de 25 años los jóvenes ya tienen un soporte económico para poder solicitar el otorgamiento de un crédito a lo investigado la edad de 60 años es la edad máxima para poder otorgar créditos en cualquier

sucursal de préstamos. El tamaño de la población analizada es de 11,072 personas entre el rango de edad de dicha segmentación de mercado.

Existen diversas metodologías para determinar el tamaño de una muestra, en función de la información disponible (Feedback Networks, 2013). Por ejemplo, cuando se conoce la cantidad total de personas que formarán parte del estudio (como en el caso del número de habitantes en la ciudad de Xilitla), se considera que se trabaja con un universo finito. En este caso, el tamaño óptimo de la muestra puede calcularse empleando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 N}{e^2(N-1) + Z^2 p} \quad \text{Ec. (1)}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de población.

Z= Nivel de confianza.

p= Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de fracaso

e= Margen de error

n= A determinar

El nivel de confianza seleccionado en este estudio es del 95%, lo cual se considera un estándar aceptable en términos de confiabilidad, con un valor constante de 1.96. En general, existen dos niveles de confianza comunes: el 99%, que equivale a un valor de 2.58, y el 95%, considerado el mínimo aceptable para garantizar la fiabilidad de una investigación. Por otro lado, el error muestral aplicado, comúnmente establecido en un 5% (0.05), también se utiliza en este estudio. A continuación se muestra la implementación de la fórmula mencionada anteriormente para determinar el número de personas a encuestar:

$$n = \frac{(1,0)(1,9)^2(0,5)(0,5)}{(0,0)^2(1,0-1)+(1,9)^2(0,5)(0,5)} = 371$$

El resultado del tamaño de la muestra fue de 371 personas.

Resultados y discusión

A continuación se presentan las gráficas arrojadas por la encuesta aplicada sobre el estudio de mercado:

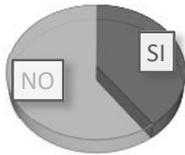


Figura 1. Conocimiento de empresa financiera.

Fuente: Los autores.

¿Tiene conocimiento de alguna empresa financiera que exista en esta zona? Un 40% de los encuestados respondió que sí han tenido conocimiento de alguna empresa financiera.

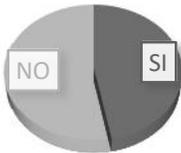


Figura 2. Solicitud de servicios en empresa financiera.

Fuente: Los autores.

¿Ha solicitado los servicios con alguna empresa financiera o institución bancarias? El 47% de los encuestados ha solicitado algún servicio y un 53% no han solicitado ningún préstamo por parte de las instituciones investigadas. Una razón externada por la cual no han solicitado un crédito es porque la tasa de interés solicitada es muy alta, y terminan debiendo mucho más de lo que se les ha prestado.



Figura 3. Conocimiento de instituciones financieras.

Fuente: Los autores.

Podría mencionar ¿Cuáles instituciones financieras actualmente conoce de Xilitla? El 75% de los encuestados afirmaron que Banco Azteca es la institución financiera más conocida en esta zona. Esta empresa cuenta con un poder adquisitivo de gran valor y por ende tiene el capital para general una colocación de créditos individuales. Una desventaja es la alta tasa de interés en sus créditos.

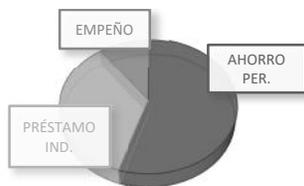


Figura 4. Servicios adquiridos.

Fuente: Los autores.

¿Qué servicios ha adquirido con alguna de las instituciones financieras anteriormente mencionadas? Del 100% de los encuestados, un 36% de han solicitado un crédito individual, un 40% de ahorro personal y un 24% ha realizado algún empeño de artículos.

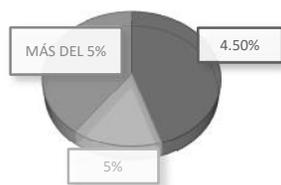


Figura 5. Tasa de interés manejado.

Fuente: Los autores.

¿Cuál es la tasa de interés mensual que ha encontrado al gestionar un crédito o al solicitar un servicio en instituciones financieras? Según los datos obtenidos a través de las encuestas aplicadas, las empresas en las que se ha solicitado un crédito individual han manejado una tasa de interés del 4.5% mensual, lo cual equivale a un 54% anual, un 25% a la tasa de interés que corresponde al +5% bajando la preferencia de los clientes ya que en la manera de pago se les hace muy elevada.



Figura 6. Satisfacción sobre la tasa de interés.

Fuente: Los autores.

¿Qué tan satisfecho se siente con las tasas de interés que se manejan en estas instituciones? Como se muestra en la siguiente grafica acerca de la satisfacción del cliente al adquirir alguno de los servicios ya mencionados con la especificación de la tasa de interés que corresponde cada sucursal el 72% de la totalidad encuestada nos dice que la gente se siente poco satisfecha al adquirir los servicios de la posible competencia, debido a que las tasas de interés que manejan se hace muy elevada lo cual los haría endeudarse más de lo correspondiente a pagar.

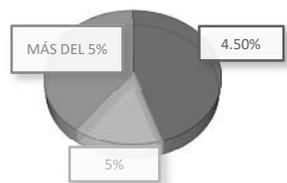


Figura 7. Mejoramiento de desempeño.

Fuente: Los autores.

¿Qué le gustaría que mejorara la empresa de la cual es cliente, para que esta tuviera un mejor desempeño y por ende beneficie directamente a los clientes? Un 63% de los habitantes les gustaría que se posicionara una empresa donde les pueda brindar una tasa de interés más accesible y un 22% con amplias facilidades de pago.



Figura 8. Cambio de casa financiera.

Fuente: Los autores.

Si llegara a su municipio una nueva empresa la cual ofrezca los mismos servicios financieros de la empresa de la cual ya es cliente, pero esta nueva empresa ofrece una mejor tasa de interés ¿Se cambiaría a la nueva empresa financiera o seguiría siendo cliente de su financiera habitual? el 98% de las encuestadas, respondieron que si cambiarían de financiera para el otorgamiento de créditos si se ofrecen mejores beneficios hablando de las facilidades de pagos, y la tasa de interés más baja en comparación con las que actualmente tienen algún servicio de préstamo.



Figura 9. Aspectos a considerar al elegir una casa financiera.

Fuente: Los autores.

Al momento de elegir una financiera ¿Cuáles son los aspectos a los cuales les da mayor importancia? El 58% indicó que uno de los aspectos en los cuales pone interés al contratar un crédito es en la tasa de interés, un 31% en las facilidades de pago y un 11% el trato hacia el cliente.

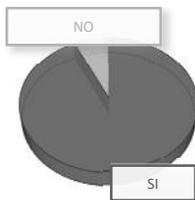


Figura 10. Falta de nueva casa financiera en la zona.

Fuente: Los autores.

Considera que actualmente, ¿Hace falta una nueva financiera en su municipio, la cual ofrezca mejores servicios y mejores facilidades en la hora de adquirir un crédito? Un 93% de las personas encuestadas, indicó que hace falta una financiera en su municipio que ofrezca mejores servicios y facilidades en la hora de adquirir un crédito.

Análisis FODA

El análisis FODA presentado en la tabla 2 resulta de vital importancia, ya que permite visualizar de manera clara y organizada las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas involucradas en el proyecto. Este tipo de análisis facilita la identificación de ventajas competitivas y áreas de mejora, ofreciendo un panorama detallado y estratégico sobre las condiciones actuales. A su vez, contribuye a definir los objetivos alcanzables y a trazar

estrategias más efectivas para el desarrollo exitoso de la investigación, proporcionando una base sólida para la toma de decisiones informadas.

Tabla 2. Análisis FODA de la casa financiera.

MATRÍZ FODA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>Muestra la interrelación de factores internos y externos para la determinación de estrategias de mejora para la apertura de una financiera en el municipio de Xilitla S.L.P.</p>	<p>F1. Experiencia de la empresa, en la apertura de sucursales a lo largo de la zona norte del estado, lo cual ayuda a la realización de este proyecto.</p> <p>F2. Innovación y servicios de calidad</p> <p>F3. Equipo de trabajo muy estable y responsable con los objetivos de la compañía.</p> <p>F4. Servicios únicos de la región (% tasa de interés).</p>	<p>D1. Los altos costos para la realización del proyecto.</p> <p>D2. Poco tiempo para las pruebas y estudios de mercado</p> <p>D3. Mala atención hacia el cliente</p> <p>D4. Falta de información acerca de la empresa financiera si antes no se había escuchado a que se dedica.</p> <p>D5. Personal sin motivación.</p>
<p>OPORTUNIDADES</p> <p>01. Poca competencia en el mercado o de mejor conveniencia para los habitantes del municipio.</p> <p>02. La excelente geolocalización que tiene este municipio, ya que colinda con Tamazunchale, Axtla De Terrazas, Cd valles (economías muy estables)</p> <p>03. La buena economía que este mercado presenta en la actualidad.</p>	<p>FO (Maxi-Max): Maximizar fortalezas y oportunidades. Estar abiertos a nuevos cambios y mejoras para la sucursal financiera. Siempre dar a conocer los servicios financieros que brindan para así poder dar a conocer un poco más la compañía y a que se dedica.</p>	<p>DO (Mini-Maxi) Estrategias para minimizar las D y maximizar las O. Realizar capacitaciones constantes al personal integrador de la compañía para su motivación, trato al cliente, al personal administrativo y de marketing para así poder atraer a nuevos clientes potenciales. Motivar siempre a los trabajadores y establecer metas.</p>
<p>AMENAZAS</p> <p>A1. Las pocas empresas bancarias que hay en este municipio.</p> <p>A2. Inseguridad</p> <p>A3. Posibilidades de expansión y mejora de la competencia.</p> <p>A4. Estrategias de mercado de la competencia.</p>	<p>FA (Maxi-Mini) Estrategias para maximizar las F y minimizar las A. Buscar nuevos puntos estratégicos para la expansión de (FINASI). Buscar alternativas para el reconocimiento de la empresa y esta sea preferencia de las personas convirtiéndose en posibles clientes.</p>	<p>DA (Mini-Mini) Estrategias para minimizar tanto las A como las D. Dar a conocer de manera detallada las oportunidades que conllevan al adquirir los servicios de FINASI proporcionándoles un excelente trato y sobre todo llevar un control de todos los movimientos y propósitos que se plantearon con el personal de la empresa.</p>

Fuente: Los autores.

Benchmarking

La aplicación del benchmarking es de gran ayuda al momento de comparar las competencias o empresas similares, pero lo positivo realmente comienza cuando se empiezan

a copiar o tomar actividades positivas de las demás empresas y estas aplicarlas en la empresa misma, por tal motivo se analiza a la competencia en la tabla 3.

Tabla 3. Benchmarking.

EMPRESA	PRÉSTAMOS	CAT %	SERVICIO	VENTAJAS	DESVENTAJAS
CAJA POPULAR DE LAS HUASTECCAS S.C.L.	Individuales	3.6% mensual	24 horas	No se requiere antigüedad como socio. Tasa de interés muy baja	Se dejan documentos originales como escrituras o título de propiedad
SMB RURAL	Individuales y Grupales	5.4% mensual	24 horas	Pocos requisitos para apertura Plazos atractivos	Tasa de interés alta
BANCO AZTECA	Individuales	9.02% mensual	20 minutos	Rápida resolución crediticia Pocos requisitos para apertura Atención todos los días del año	Tasa de interés demasiado alta
FINASI	Individuales y Grupales	4% mensual	24 horas	Tasa de interés muy baja Plazos cómodos Modalidades de pago atractivas	No aplica

Fuente: Los autores.

Presupuesto de ingresos

Para el cálculo de ingresos se consideran las siguientes especificaciones: Se proyecta un incremento anual del 10% en ingresos durante cada uno de los cinco años, anticipando una mayor captación de demanda a medida que el servicio gane reconocimiento y posición en el mercado. Se realizó una pequeña entrevista con el contador de la financiera de Tempoal la empresa gana al mes \$450,000 pesos dando un otorgamiento de 60 créditos aproximadamente cada mes, de los cuales 45 créditos son de hasta \$10,000.00 y 15 créditos de hasta \$30,000.00. La justificación del cálculo presentado en la tabla 3 resalta que, en el escenario donde la empresa otorga 5 créditos de \$10,000 cada uno a una tasa de interés del 4.5%, los ingresos generados por la empresa provendrán principalmente de los intereses acumulados sobre esos préstamos. Este análisis no solo ilustra la viabilidad financiera de la operación, sino que también enfatiza el impacto positivo que el otorgamiento de créditos puede tener en la rentabilidad de la empresa. Al calcular los intereses correspondientes, se puede estimar con

mayor precisión la ganancia potencial que podría derivarse de esta actividad, lo que subraya la importancia de ofrecer servicios de crédito en el contexto de una nueva sucursal financiera.

Tabla 4. Presupuesto de ingresos anuales de la financiera.

Crédito Individual	Mensual	Anual (crecimiento del 10%)				
		2022	2023	2024	2025	2026
\$10,000.00	45	540	594	653	719	791
		\$ 6,804,000	\$ 7,484,400	\$ 8,232,840	\$ 9,056,124	\$ 9,961,736.4
\$30,000.00	15	180	198	218	240	264
		\$ 6,804,000	\$ 7,484,400	\$ 8,232,840	\$ 9,056,124	\$ 9,961,736.4
Total de Créditos otorgados	60	720	792	871	958	1054
Estimado de Ingreso Anual		\$13,608,000	\$14,968,800	\$16,465,680	\$18,112,248	\$19,923,472.8

Fuente: Los autores.

Presupuesto de egresos

En la tabla el total de los 60 créditos multiplicados por el número de meses del año daría un total de: \$13, 608,000.00 pesos al año, mientras que al año se tomará un aumento del 10%. A continuación, se ofrece un desglose detallado de la cuantificación de las partidas que integran el presupuesto de egresos del presente proyecto:

Tabla 5. Presupuesto de egresos de la financiera.

AÑO	2022	2023	2024	2025	2026
CONCEPTO					
COSTOS DIRECTOS					
<i>Material de limpieza y mantenimiento</i>	\$7,374.00	\$8,111.4	\$8,922.5	\$9,814.7	\$10,796.1
HONORARIOS					
<i>Personal operativo</i>	\$313,920.00	\$345,312.00	\$379,843.2	\$413,827.5	\$455,210.25
TOTAL DE COSTOS DIRECTOS	\$321,294.00	\$353,423.4	\$388,765.7	\$423,643.2	\$466,006.35
COSTOS INDIRECTOS					
GASTOS DE ADMINISTRACION					
<i>Energía eléctrica, agua y teléfono</i>	186,432.00	\$205,075.2	\$225,582.7	\$248,090.2	\$272,899.2
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	\$186,432.00	\$205,075.2	\$225,582.7	\$248,090.2	\$272,899.2
GASTOS DE OPERACIÓN					
GASTOS DE ADMINISTRACION					
<i>Útiles de oficina</i>	\$6,980.00	\$7,678.00	\$8,445.8	\$9,290.38	\$10,219.4
TOTAL DE GASTOS DE ADMINISTRACION	\$6,980.00	\$7,678.00	\$8,445.8	\$9,290.38	\$10,219.4
GASTOS DE VENTA					

<i>Publicidad</i>	\$10,000.00	\$11,100.00	\$12,210.00	\$13,431.00	\$14,774.1
TOTAL DE GASTOS DE VENTA	\$10,000.00	\$11,100.00	\$12,210.00	\$13,431.00	\$14,774.1
TOTAL ANUAL	\$524,706.00	\$577,276.6	\$635,004.2	\$695,084.78	\$763,899.05

Fuente: Los autores.

Flujo neto de Efectivo

A continuación, se detalla que el flujo neto de efectivo incluirá la utilidad neta proyectada para un periodo de cinco años, así como los montos relacionados con la amortización y la depreciación de los activos de la empresa.

Tabla 6. Flujo neto de efectivo.

<i>AÑO</i>	2022	2023	2024	2025	2026
CONCEPTO					
<i>UTILIDAD NETA</i>	\$13,088,540	\$14,397,394	\$15,837,133.4	\$17,420,846.8	\$19,162,931.5
<i>DEPRECIACION</i>	\$68,410.2	\$68,410.2	\$68,410.2	\$68,410.2	\$68,410.2
<i>AMORTIZACION</i>	\$1,438.1	\$1,438.1	\$1,438.1	\$1,438.1	\$1,438.1
VALOR DE SALVAMENTO					
FLUJO NETO DE EFECTIVO	\$13,158,388.3	\$14,467,243.3	\$15,906,981.7	\$17,490,695.1	\$19,232,779.8

Fuente: Los autores.

Valor Anual Neto y Tasa Interna de Rendimiento

A continuación se presentan los resultados sobre el cálculo de la VAN y la TIR:

Tabla 7. Datos de las variables calculadas.

Datos	Inversión inicial	\$13,608,000			
	Tasa de descuento	de 10%			
AÑO	2022	2023	2024	2025	2026
FLUJO DE INGRESOS	\$13,608,000	\$14,968,800	\$16,465,680	\$18,112,248	\$19,923,472.8
FLUJO DE EGRESOS	\$524,706.00	\$577,276.6	\$635,004.2	\$695,084.7	\$763,899.05
FLUJO DE EFECTIVO	\$13,083,294	\$14,391,523	\$15,830,676.8	\$17,417,163.3	\$19,159,573.7
Valor Presente Neto (VAN)= \$45,866,290.86					
Tasa Interna de Retorno (TIR)= 101%					

Fuente: Los autores.

Los hallazgos del estudio respaldan de manera contundente la viabilidad y el potencial de éxito para la apertura de una nueva sucursal financiera en la ubicación propuesta. Para fundamentar esta afirmación, se llevó a cabo un análisis financiero detallado que incluyó el

cálculo del Valor Presente Neto (VAN), el cual resultó en \$45,866,290.86. Este valor positivo indica que, al descontar los flujos de efectivo futuros a su valor presente, la inversión generará un retorno que excede su costo inicial.

Asimismo, se determinó la Tasa Interna de Rendimiento (TIR), la cual alcanzó un notable 101%. Este indicador es fundamental, ya que representa el rendimiento esperado de la inversión, superando ampliamente las tasas de interés promedio en el mercado. Tales resultados no solo reflejan una rentabilidad significativa, sino que también indican que el proyecto es financieramente sólido y atractivo para inversores y otras partes interesadas.

En resumen, los análisis realizados concluyen que la apertura de la nueva sucursal financiera es no solo factible desde una perspectiva económica, sino que también representa una valiosa oportunidad para satisfacer la creciente demanda de servicios financieros en la región, contribuyendo al desarrollo económico local.

Conclusiones

Después de realizar un análisis exhaustivo de las condiciones del mercado, así como de las tendencias económicas y financieras actuales, y de evaluar los recursos disponibles y los riesgos potenciales, se concluye que la apertura de una nueva sucursal financiera es una iniciativa tanto viable como prometedora. Los datos recopilados indican una creciente demanda de servicios financieros en la región objetivo, respaldada por un entorno económico estable y un crecimiento sostenido en el sector financiero.

Además, el estudio de factibilidad ha identificado oportunidades clave que permitirán diferenciarse de la competencia. Esto se logrará mediante la oferta de servicios innovadores y personalizados que captarán la atención de los clientes potenciales.

Se recomienda mantener un monitoreo constante de las condiciones del mercado y ajustar las estrategias de manera proactiva para asegurar el éxito a largo plazo del proyecto.

Agradecimientos

Se agradece a la empresa FINASI ya que la información proporcionada fue fundamental para el desarrollo y éxito de la investigación. La claridad, precisión y prontitud con la que respondieron a las consultas fueron verdaderamente impresionantes y permitieron avanzar de manera eficiente en las investigaciones y análisis de la información

proporcionada. Destacando especialmente el profesionalismo y la disposición de su equipo de trabajo por el apoyo brindado en cada etapa del proceso. Su compromiso con la excelencia y su disposición para compartir su información, experiencia y conocimientos fueron fundamentales para alcanzar los objetivos.

Referencias bibliográficas

- Ahmed, A., Page, J., & Olsen, J. (2019). *Enhancing Six Sigma methodology using simulation techniques: Literature review and implications for future research. International journal of lean six sigma*, 11(1), 211-232. <https://bit.ly/37BcPO2>
- Barbosa, L. (2019, abril). *Aspectos legales en las empresas*. Del Sol.
- Bautista-Santos, H., Martínez-Flores, J. L., Fernández-Lambert, G., Bernabé-Loranca, B., Sánchez-Galván, F., & Sablón-Cossío, N. (2015). Modelo de integración de cadenas de suministro colaborativas. *Dyna*, 145-154.
- BBVA, R. (2022). <https://www.bbva.mx/educacion-financiera/blog/que-es-una-institucion-financiera.html>
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Pearson.
- Bojorquez Delgado, G., Bojorquez Delgado, J., Flores Rosales, M., Rojas Orozco, M., Sandoval Acosta, J., & Reyes Zúñiga, C. (2023). Análisis y Evaluación Económica de la Producción Agrícola en el Estado de Sinaloa para el Año 2022 utilizando Ciencia de Datos. *Revista Interdisciplinaria de Ingeniería Sustentable y Desarrollo Social*, 97-108.
- Duarte, T., Jimenez Arias, R. E., & Ruiz Tibaná, M. (2007). Análisis económico de proyectos de inversión. *Scientia Et Technica*, 333-338.
- Duvergel, Y., & Argota, L. E. (2017). Estudio de factibilidad económica del producto Sistema Automatizado Cubano para el control de equipos médicos. *3 C Tecnología: glosas de innovación*, 46-63.
- Feedback Networks*. (2013). Reg. Merc. Nav., Tomo 898, Folio 92, Hoja NA 18199: <https://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calculat.html>
- Naresh, M. (2008). *Investigacion de Mercados*. Mexico: Pearson Educacion.
- Nava Covarrubias, G., Sánchez Galván, F., Bautista Santos, H., & García Rodríguez, R. (2022). Evaluación de Riesgo de Invertir en una Báscula Electrónica para un

Servicio de Pesaje de Ganado. *Revista Interdisciplinaria de Ingeniería Sustentable y Desarrollo Social*, 8(2), 324-323.

Peña, J. (2007). Planeación del efectivo. *Universidad Autónoma De Santo Domingo*.

Saldaña, A. (2011). *Evolución de las finanzas*. <https://www.actadontologica.com>

Shinzato, S., Wakeda, M., & Ogata, S. (2019). *An atomistically informed kinetic Monte Carlo model for predicting solid solution strengthening of body-centered cubic alloys*. *International Journal of Plasticity*, 122, 319-337. <https://bit.ly/3NzURvC>

Steven, B. (2002). *Administracion Financiera*. EEUU: Husten.