



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN

PLAN DE NEGOCIOS DE UN PROYECTO PARA LA FABRICACIÓN
Y EXPORTACIÓN DE ESQUITES DESHIDRATADOS A CANADÁ

TRABAJO DE TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTAN:

JUAN CARLOS ROBLES ORTIZ
DIEGO GEORGE SÁNCHEZ ÁLVAREZ

ASESORA:

M.C. ELIDA ELIZABETH MARTÍNEZ FLORES

CUAUTITLÁN IZCALLI, ESTADO DE MÉXICO, 2018



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN
UNIDAD DE ADMINISTRACIÓN ESCOLAR
DEPARTAMENTO DE EXÁMENES PROFESIONALES**

FACULTAD DE ESTUDIOS
SUPERIORES CUAUTITLÁN

ASUNTO: VOTO APROBATORIO



M. en C. JORGE ALFREDO CUÉLLAR ORDAZ
DIRECTOR DE LA FES CUAUTITLÁN
PRESENTE

ATN: I.A. LAURA MARGARITA CORTAZAR FIGUEROA
Jefa del Departamento de Exámenes Profesionales
de la FES Cuautitlán.

Con base en el Reglamento General de Exámenes, y la Dirección de la Facultad, nos permitimos comunicar a usted que revisamos el: Trabajo de Tesis

**PLAN DE NEGOCIOS DE UN PROYECTO PARA LA FABRICACIÓN Y EXPORTACIÓN DE ESQUITES
DESHIDRATADOS A CANADA.**

Que presenta el pasante: JUAN CARLOS ROBLES ORTIZ

Con número de cuenta: 40903518-2 para obtener el Título de la carrera: Licenciatura en Administración

Considerando que dicho trabajo reúne los requisitos necesarios para ser discutido en el EXAMEN PROFESIONAL correspondiente, otorgamos nuestro VOTO APROBATORIO.

ATENTAMENTE

"POR MI RAZA HABLARÁ EL ESPÍRITU"

Cuautitlán Izcalli, Méx. a 25 de mayo de 2018.

PROFESORES QUE INTEGRAN EL JURADO

	NOMBRE	FIRMA
PRESIDENTE	M.A. Aldo Viguera García	
VOCAL	M.A. Aurora Reyes Viguera	
SECRETARIO	M.C.E. Elida Elizabeth Martínez Flores	
1er. SUPLENTE	M.A. Ana Gabriela Arteaga Zarazua	
2do. SUPLENTE	M.A. María Esther Monroy Baldi	

NOTA: los sinodales suplentes están obligados a presentarse el día y hora del Examen Profesional (art. 127).

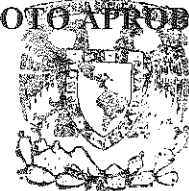


UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN
UNIDAD DE ADMINISTRACIÓN ESCOLAR
DEPARTAMENTO DE EXÁMENES PROFESIONALES**

FACULTAD DE ESTUDIOS
SUPERIORES - CUAUTITLÁN

ASUNTO: VOTO APROBATORIO



**M. en C. JORGE ALFREDO CUÉLLAR ORDAZ
DIRECTOR DE LA FES CUAUTITLÁN
PRESENTE**

ATN: I.A. LAURA MARGARITA CORTAZAR FIGUEROA
Jefa del Departamento de Exámenes Profesionales
de la FES Cuautitlán.

Con base en el Reglamento General de Exámenes, y la Dirección de la Facultad, nos permitimos comunicar a usted que revisamos el: **Trabajo de Tesis**

**PLAN DE NEGOCIOS DE UN PROYECTO PARA LA FABRICACIÓN Y EXPORTACIÓN DE ESQUITES
DESHIDRATADOS A CANADA.**

Que presenta el pasante: **DIEGO GEORGE SÁNCHEZ ALVAREZ**

Con número de cuenta: **40907593-3** para obtener el Título de la carrera: **Licenciatura en Administración**

Considerando que dicho trabajo reúne los requisitos necesarios para ser discutido en el **EXAMEN PROFESIONAL** correspondiente, otorgamos nuestro **VOTO APROBATORIO**.

ATENTAMENTE

"POR MI RAZA HABLARÁ EL ESPÍRITU"

Cuautitlán Izcalli, Méx. a 25 de mayo de 2018.

PROFESORES QUE INTEGRAN EL JURADO

	NOMBRE	FIRMA
PRESIDENTE	M.A. Aldo Viguera García	
VOCAL	M.A. Aurora Reyes Viguera	
SECRETARIO	M.C.E. Elida Elizabeth Martínez Flores	
1er. SUPLENTE	M.A. Ana Gabriela Arteaga Zarazua	
2do. SUPLENTE	M.A. Maria Esther Monroy Baldi	

NOTA: los sinodales suplentes están obligados a presentarse el día y hora del Examen Profesional (art. 127).

Dedicatoria

El presente trabajo se dedica a todas las personas que han contribuido para que yo esté aquí, a los que me han brindado su apoyo, amistad y consejos; por el espacio sería imposible nombrar a cada una de ellas y muchas de estas personas no serán mencionadas pero no con ello están olvidadas, antes que nada quisiera nombrar a mi mamá Sofronia Robles; que ha estado conmigo desde el principio para apoyarme y hacer todo lo que ha estado a su alcance para hacerme un hombre de bien, por ser mi guía, mi maestra, mi mentora y la mujer más increíble que he conocido, del que siempre intentare que se sienta orgullosa. También a mi tía Mari por cuidarme de pequeño, así como a mis primas Isabel y Marisol por apoyarme incondicionalmente, a mis demás tías y tíos, a mis primos que me han brindado su amistad y cariño, a mis abuelos Mónica y Fernando que, aunque ya no estén con nosotros siempre me hicieron sentir querido y apoyado.

Quisiera hacer mención especial a mi maestra Elida por su guía y extrema paciencia, para la realización del presente trabajo, también a todos los maestros que estuvieron en la carrera, ya que ellos me hicieron querer ser mejor profesional; y por su puesto a la Universidad y la Facultad que me dieron todo para que fuera mejor, la Universidad hizo posible que aprendiera cosas que nunca imaginé que pudiera aprender, no solo de la carrera si no de diferentes disciplinas, por abrir mi mente, por hacerme mejor persona y porque cuando estaba en ella sentía que era posible hacer cualquier cosa que soñara . Siempre tratare de ser un gran profesional para hacer aún más grande a la Universidad y la Facultad.

A mis amigos por su apoyo no solo de la carrera sino a todos los que me han honrado con su amistad. Por esto y más les doy las gracias a todos

Juan Carlos Robles Ortiz

Dedicatoria

Quiero dedicarles este trabajo a mis padres Saúl Sánchez y Gloria Álvarez que me han guiado con su consejo y ejemplo; a mis hermanos Alma, Carmen, Saúl y Brian por estar ahí cuando más los necesité; a mi esposa Candy Vega por apoyarme en el transcurso de este proyecto; a Juan Carlos por ser un gran amigo y mi compañero en nuestra estadía en la universidad y piedra angular en este trabajo, y en especial a la Universidad Nacional Autónoma de México y a todo el personal docente de la Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán.

Diego George Sánchez Álvarez

Índice

Marco Teórico	7
1 Capítulo I La Empresa.....	7
1.1. La Empresa.....	8
1.1.1 Definición de empresa	8
1.1.2 Áreas funcionales	10
2 Capítulo II Plan de negocios	11
2.1 Definición de plan de negocios	12
MARCO REFERENCIAL	17
3 Capítulo III Antecedentes, contexto y aspectos económicos.	17
3.1 Antecedentes	18
3.2 Panorama económico en Canadá.....	19
3.2.1 Información general	20
3.2.2 Población.....	22
3.3 Aspectos legales: Tratados, Leyes y Reglamentos	24
3.3.1 Tratados.....	24
3.3.2 Reglas de la OMC (Organización Mundial de Comercio).....	27
3.3.3 El Comercio de Mercancías: Sistema GATT.	27
3.3.4 El Comercio de Servicios.	28
3.3.5 Los Derechos de Propiedad Intelectual y el Comercio.....	29
3.3.6 Leyes nacionales.....	30
Marco metodológico	36
4 Método científico	36
4.1 Método deductivo.....	36
4.2 Método inductivo.....	36
4.3 Los tipos de investigación	36
4.3.1 Tipo de investigación cualitativa	36
4.3.2 Tipo de investigación cuantitativa.....	37
4.3.3 Tipo de investigación mixto.....	37
4.4 Alcance	38
4.4.1 Estudios Descriptivos.....	38

4.4.2	Estudios Correlacionales	38
4.4.3	Estudios Explicativos	38
4.4.4	Estudios Exploratorios	38
4.5	Metodología a emplear.....	39
4.6	Tipos de hipótesis.....	39
4.7	Planteamiento del problema	41
4.8	Hipótesis.....	41
4.9	Justificación	41
4.10	Objetivo.....	41
4.11	Objetivos específicos	41
5	Capítulo IV Resultados	42
5.1	Informe Ejecutivo	43
5.2	JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA.....	44
5.3	PROPUESTA DE VALOR.....	44
5.4	Misión, Visión y Objetivo.....	45
5.4.1	Misión.....	45
5.4.2	Visión	45
5.4.3	Objetivo.....	45
5.5	Producto.....	45
5.5.1	Historia	46
5.6	Análisis FODA	46
5.7	Estudio de competencia.....	47
5.8	Estudio de mercado	47
5.9	Estrategias	52
5.9.1	Mercado objetivo	52
5.10	TECNOLOGÍAS DE PRODUCCIÓN	54
5.11	Recursos financieros	56
5.12	Factibilidad financiera	56
5.13	Proceso de fabricación	62
5.14	Logística y transportación	64
6	Conclusiones.....	67
7	Bibliografía	69
8	Glosario	72

9 Anexos 73

Introducción

El motivo para realizar esta tesis es para poder aplicar los conocimientos obtenidos en los años de carrera universitaria, además de lo aprendido a través de la experiencia profesional; el proyecto es plan de negocios para la exportación de esquites deshidratados a Canadá.

La elección de este proyecto nace de la necesidad de encontrar el tipo de trabajo que enfocaría mejor lo aprendido en la carrera; este proyecto trata de un plan de negocios que abarca desde el proceso administrativo, plan de producción, de mercadotecnia, comercio exterior y plan financiero. La licenciatura en administración abarca diferentes tópicos, problemas que existen en las diferentes áreas funcionales de las organizaciones, y este trabajo le trata de dar estudio a cada uno.

Otra de las razones para elaborar esta investigación es el producto en sí; los esquites es un snack muy popular en México, existen en la mayor parte del país, en cada lugar se preparan de diferente manera, con diferentes tipos de ingredientes, pero al final la esencia es la misma, se está seguro que es un producto ideal para exportar porque no es perecedero y su sabor es novedoso. Además de que ayudaría a que en Canadá se conozca un poco de la gastronomía de México.

Esta tesis se realizó con el fin de que en algún momento sea un proyecto real, esperando que este esfuerzo no solo quede como un trabajo para obtener un título, ya que ser parte de la universidad no termina cuando se egresa, sino que al contrario comienza cuando se sale al mundo y demostramos que la facultad prepara a profesionales competentes; y que mejor que realizando un proyecto que genere, valores, empleos y bienestar a la comunidad.

Marco Teórico

1. Capítulo I | La Empresa.

En este capítulo se abordarán los diferentes tipos de empresa que existen, desde su forma jurídica, su tamaño, su procedencia de capital y por su actividad económica, para saber qué tipo de empresa es la que se propone.

Ademas de las áreas funcionales que componen a las organizaciones para entender su funcionamiento, y llevar de la mejor manera su administración.

“La vida está destinada a ser un reto, porque los desafíos te hacen crecer”

Manny Pacquiao

Boxeador

1.1. La Empresa.

1.1.1 Definición de empresa

Una empresa es una entidad económica de producción que se dedica a combinar capital, trabajo y recursos naturales con el fin de producir bienes y servicios para vender en el mercado. Las empresas pueden ser *clasificadas de distintas maneras*: según la forma jurídica, el tamaño, la actividad y la procedencia del capital, entre otras.

Por menciona algunas clasificaciones se tienen las siguientes

1.1.1.1 Tipos de empresas de acuerdo a su forma jurídica:

- Unipersonal: son aquellas empresas que pertenecen a un solo individuo. Es este quien debe responder ilimitadamente con su patrimonio frente a aquellos individuos perjudicados por las acciones de la empresa.
- Sociedad Colectiva: son las empresas cuya propiedad es de más de una persona. En estas, sus socios responden de forma ilimitada con sus bienes.
- Cooperativas: son empresas que buscan obtener beneficios para sus integrantes y no tienen fines de lucro. Estas pueden estar conformadas por productores, trabajadores o consumidores.
- Comandita simple: Sociedad en comandita simple es la que existe bajo una razón social y se compone de uno o varios socios comanditados que responden, de manera subsidiaria, ilimitada y solidariamente, de las obligaciones sociales, y de uno o varios comanditarios que únicamente están obligados al pago de sus aportaciones.
- Sociedad de responsabilidad limitada: en estas empresas, los socios sólo responden con el capital que aportaron a la empresa y no su patrimonio.
- Sociedad anónima: estas sociedades poseen responsabilidad limitada al patrimonio aportado y, sus titulares son aquellos que participan en el capital social por medio de acciones o títulos.
- Sociedad por acciones simplificada: en este tipo de constitución las empresas no están obligadas al requisito de escritura pública, además de que deben

calificar como micro o pequeña empresa con ingresos menores a \$5,000,000 de pesos, para después adoptar otro régimen de constitución. (2017)

1.1.1.2 Tipos de empresa de acuerdo a su tamaño:

- **Microempresa:** son aquellas que poseen hasta 10 trabajadores y generalmente son de propiedad individual, su dueño suele trabajar en esta y su facturación es más bien reducida. No tienen gran incidencia en el mercado, tienen pocos equipos y la fabricación es casi artesanal.
- **Pequeñas empresas:** poseen entre 11 y 49 trabajadores, tienen como objetivo ser rentables e independientes, no poseen una elevada especialización en el trabajo, su actividad no es intensiva en capital y sus recursos financieros son limitados.
- **Medianas Empresas:** son aquellas que poseen entre 50 y 250 trabajadores, suelen tener áreas cuyas funciones y responsabilidades están delimitadas, comúnmente, tienen sindicato.
- **Grandes empresas:** son aquellas que tienen más de 250 trabajadores, generalmente tienen instalaciones propias, sus ventas son muy elevadas y sus trabajadores están sindicalizados. Además, estas empresas tienen posibilidades de acceder a préstamos y créditos importantes.

1.1.1.3 Tipos de empresa de acuerdo a la actividad:

- **Empresas del sector primario:** son aquellas que, para realizar sus actividades, usan algún elemento básico extraído de la naturaleza, ya sea agua, minerales, petróleo, Etcétera.
- **Empresas del sector secundario:** se caracterizan por transformar a la materia prima mediante algún procedimiento.
- **Empresas del sector terciario:** son empresas en que la capacidad humana para hacer tareas físicas e intelectuales son su elemento principal.

1.1.1.4 Tipos de empresa de acuerdo a la procedencia del capital:

- **Empresas públicas:** son aquellas en las que el capital proviene del Estado, ya sea municipal, provincial o nacional.
- **Empresas privadas:** su capital proviene de particulares.
- **Empresas paraestatales:** Son empresas propiedad mayoritaria o total del estado y funcionan como empresas privadas, cuentan con personalidad jurídica y patrimonio propio. El estado les proporciona la mayor parte o totalidad del capital.

1.1.2 Áreas funcionales

Los departamentos aparecen como consecuencia de los principios de organización, y se definen como centros de trabajo que se encargan de una actividad concreta de la empresa.

El principio de la especialización y división del trabajo hace que este se agrupe de tal forma que la gestión empresarial resulte más eficaz (PINO, 2008)

1.1.2.1 Recursos Humanos.

Busca personal competente, para cumplir con los requisitos de las vacantes. Este lleva a cabo el proceso de selección del personal.

1.1.2.2 Mercadotecnia.

Sus funciones son: la compra de los materiales para proveer las demandas, investigar al mercado, almacenar productos, administrar riesgos, estandarizar y clasificar, transportar, vender y promocionar.

1.1.2.3 Producción.

Sus funciones son: diseñar el producto, planear y controlar la producción, elegir el sistema de producción, fabricar el producto y controlar la calidad.

1.1.2.4 Finanzas.

Este se encarga de obtener financiamiento (interno y/o externo), formular presupuestos, determinar costos, realizar operaciones, determinar quiénes obtendrán créditos, cobrar, facturar, manejar efectivo y archivar. (Bligoo, 2013)

2 Capítulo II | Plan de negocios

La parte más importante al emprender un nuevo proyecto de negocio, o llevar a cabo una idea, es elaborar un plan de negocios. En este capítulo se verán desde su definición, las partes que lo componen, los tipos de modelo que existen, además de todos los estudios que tienen que llevar a cabo para su buena implementación.

Este capítulo es importante porque un plan de negocios nos lleva de la mano para realizar un proyecto, nos da una visión más cercana a la realidad, de lo que se necesita, así como se prepara para futuras contingencias.

“Sólo hay una forma de comenzar a construir tu sueño: dejando de hablar y comenzando a hacer”

Walt Disney

Empresario

2.1 Definición de plan de negocios

El plan de negocios es un documento escrito que incluye básicamente los objetivos de tu empresa, las estrategias para conseguirlos, la estructura organizacional, el monto de inversión que requieres para financiar tu proyecto y soluciones para resolver problemas futuros (tanto internos como del entorno). (Soy Entrepreneur; 2011)

También en esta guía se ven reflejados varios aspectos clave como: definición del concepto, qué productos o servicios se ofrecen, a qué público está dirigida la oferta y quiénes son los competidores que hay en el mercado, entre otros. Esto sin mencionar el cálculo preciso de cuántos recursos se necesitan para iniciar operaciones, cómo se invertirán y cuál es el margen de utilidad que se busca obtener.

Estructura del plan de negocios

El Plan de Negocio desarrolla la idea empresarial que se pretende poner en marcha, desde la definición del proyecto hasta la forma concreta de llevarlo a la práctica. Es un documento de trabajo abierto y dinámico que se actualiza a medida que avanza la idea. Es conciso, claro y no se ajusta a ningún modelo estándar. A nivel general engloba los siguientes aspectos:

- **Identificación y justificación del proyecto**

Se trata de describir a los promotores (forma jurídica, experiencia en el sector...) aportando toda la información que se considere relevante. Además, debes exponer el negocio que vas a llevar a cabo, de forma breve y general, pero de manera que quede perfectamente definido.

- **Análisis de viabilidad comercial**

En esta sección debes demostrar que el proyecto es viable desde un punto de vista comercial. Esto es, que existe un mercado potencial para el producto-servicio que vas a ofrecer. Suele incluir un Plan de Marketing y el Análisis DAFO.

- **Análisis técnico**

El estudio técnico provee la información necesaria para determinar si el proyecto es viable técnicamente, así como la cuantía de las inversiones y los costes de producción. Asimismo, deberás abordar otros aspectos administrativos y legales.

- Viabilidad económico-financiera

El análisis de viabilidad económico-financiera debe mostrar la rentabilidad esperada del proyecto, así como el riesgo económico financiero en el que incurres. Para ello es necesario elaborar un Plan Financiero. (Emprendimiento universitario; 2013)

La información aportada debe estar convenientemente justificada, indicando la fuente de la que proviene o si es el resultado de la consulta a clientes, proveedores o instituciones financieras.

Fases de un plan de negocios

El Informe Ejecutivo

El informe ejecutivo de un plan de negocios es una síntesis. Aquí, se establece claramente el concepto del negocio, los puntos financieros básicos (proyecciones de venta y requerimientos de capital) así como el estatus actual de la compañía. Identifica también al dueño (o dueños), así como a cada persona que integra el personal clave del negocio y cómo cada uno contribuye al desempeño del mismo.

Establece claramente lo que la compañía ha logrado hasta el momento presente. Aún una empresa pequeña puede señalar sus logros, tales como registro de una patente, elaboración de un prototipo, resultados de una prueba de mercadotecnia, Etcétera.

Describir el negocio: Primero que nada, se estudia la industria en la que el negocio se desempeña y el mercado al que se dirige. Después, describe a la compañía, incluyendo su estructura operativa (ventas al detalle, al por mayor, producción o servicios); su situación legal (es una cooperativa, una empresa unipersonal, una sociedad limitada, Etcétera.); su base de clientes, productos o servicios y métodos de distribución. Enfatiza qué es lo que separa al negocio de sus competidores.

Estudio de Mercado

Define el mercado en términos de tamaño, estructura, proyección de crecimiento, tendencias y potencial de ventas. Luego, estima la participación de mercado que - de manera realista- se piensa tener; cómo se fijará los precios, cómo se piensa promover el producto y cómo se va a distribuir, así como el rol que jugarán todos estos componentes en los esfuerzos de mercadotecnia.

Se utiliza esta sección para definir la estrategia de mercadotecnia, o bien se puede desarrollar un capítulo por separado y simplemente mencionarlo en esta sección.

Se necesitará un plan de mercadotecnia extenso que incluya estrategias de ventas, publicidad, relaciones públicas, promociones especiales y/o actividades en pro de la comunidad. El plan deberá definir claramente lo que se intenta hacer, incluyendo un presupuesto estimado para estas actividades, de modo que se pueda revisar constantemente y hacer los ajustes necesarios. Identifica claramente a los competidores (actuales y futuros) y analiza sus fortalezas y debilidades. Comprende las razones detrás de los éxitos y/o fallas de los demás de modo que puedas afinar y detallar una propia estrategia mercadológica. Sé tiene que ser específico, detallado y brutalmente honesto; no se deja que el exceso de optimismo haga lucir el plan como un sueño imposible de realizar. (Unidad de emprendimiento; 2010)

Estudio Técnico

Describe el diseño del producto y cómo será desarrollado en el contexto de la producción y el marketing. Si la compañía está basada en la comercialización de un producto nuevo, invención propia, incluye un plan de prueba o testeo, revisiones constantes y una evaluación final de lo más completa. Se asegura de incluir en el presupuesto recurso para la compra de materiales, costos operativos y administrativos y servicios profesionales.

Estructura Organizacional

Demuestra cómo funcionará el negocio día con día. Quién será el responsable de qué actividades; cómo desempeñará cada quien sus funciones, y cuáles serán las necesidades de capital y gastos.

Estudio Financiero

Este punto es fundamental en el plan de negocios y deberá incluir un estado de situación financiera, un estado de resultados integral, de flujo de efectivo y de estado de cambios al capital contable de. Estos reportes muestran una perspectiva real, así como una proyección hacia el futuro. Demuestra que se cuenta con los recursos necesarios (instalaciones, equipo, materiales y mano de obra) para operar como se planea. (Méndez, Ángela; 2013).

Modelos De Estructura De Un Plan De Negocios.

El plan de empresa (plan de negocios), sin pretender ser una fórmula única se puede presentar en el siguiente ejemplo:

- Presentación del Empresario
- Definición del Producto o Servicio
- Plan de Marketing
- Plan de operaciones

- Plan de organización
- Plan económico y financiero
- Forma jurídica
- Conclusiones

Se detalla de la siguiente manera:

Guion del Plan de Empresa

1. Presentación del Empresario. Formación y experiencia empresarial.
2. Definición del Producto o Servicio.
 - A. Descripción del producto
 - B. Atributos respecto a otros productos que hay en el mercado.
 - C. Nivel tecnológico. Previsiones del avance tecnológico.
 - D. Desarrollo de futuros productos.
3. Plan de Marketing.
 - A. Delimitación del negocio donde la empresa planea instalarse.
 - B. Análisis del mercado.
 - a) Clientes.
 - b) Competencia.
 - C. Política comercial.
 - a) Objetivo comercial y previsión de ventas.
 - b) Política de precios.
 - c) Política de producto.
 - d) Política de distribución.
 - e) Política de comunicación.
4. Plan de Operaciones.
 - A. Localización de la empresa.
 - B. Descripción del plan de operaciones.
 - a) Proceso de producción. Nivel tecnológico.
 - b) Recursos Materiales necesarios (maquinaria, utensilios, vehículos.).
 - c) Estrategia de operaciones
 - d) Necesidades de recursos humanos.
 - e) Capacidad de producción.
 - C. Gestión de las existencias.
 - a) Aprovisionamiento.
 - b) Almacenamiento.
5. Plan de Organización.
 - A. Estructura organizativa de la empresa (tareas y características del personal).

- B. Formas de reclutamiento y tipos de contratación de personal.
- C. Asesores externos.

- 6. Plan económico y financiero.
 - A. Balance provisional.
 - B. Inversiones
 - C. Fuentes de financiación.
 - D. Planeación estrategia financiera

- 7. Forma Jurídica.
 - A) Forma jurídica de la empresa.
 - B) Protección jurídica (propiedad industrial e intelectual).

- 8. Conclusiones.
 - A. Valoración integral de todo el plan de empresa, señalando la coherencia entre los diferentes apartados.

Fuente: (Montserrat, 2006)

MARCO REFERENCIAL

3 Capítulo III | Antecedentes, contexto y aspectos económicos.

En este capítulo se estudiará el contexto que rodea Canadá, desde el aspecto geográfico, demográfico, y económico; así se podrá entender la decisión de exportar nuestro producto a este país. Del mismo modo se hará un pequeño repaso de la situación de la economía mexicana, de cómo se tiene que volver dinámica y competitiva, porque el modelo económico de apertura del mercado así lo exige para poder resaltar; por lo mismo se elige el proyecto de exportar.

También se analizará ciertos aspectos legales que afecta a nuestro proyecto, ya sea tratados internacionales como el TLC, y como podría incidir que nuestro país salga del mismo; así como diversas leyes nacionales que regulan el tránsito de las mercancías, el pago de impuestos y normas que debe cumplir nuestro producto para poder llegar al mercado canadiense

"Estoy convencido que la mitad de lo que separa a los emprendedores exitosos de los que han fracasado es la perseverancia"

Steve Jobs

Cofundador de Apple

3.1 Antecedentes

La economía nacional se encuentra bajo un constante cambio, implantación de programas sociales, la modernización del aparato productivo, promoción de inversión extranjera, el comercio exterior, empleo de nuevas tecnologías y oportunidades para la introducción en el mercado internacional.

Teniendo en cuenta la interrelación que existe entre los países, identificando el contexto actual en el cual se está inmerso, la situación de nuestro país y cómo influye en el resto de los países y viceversa, lo que pasa en cualquier lugar del mundo, afecta al resto de las economías del planeta. Precisamente, ésta es la razón de que se estén formando Bloques Económicos y suscribiéndose Tratados de Libre Comercio.

México se ha inmiscuido en el comercio internacional, dando como resultado la creación de diversos tratados con distintos países y bloques comerciales para tratar igualar las condiciones establecidas en el mercado internacional, como resultado de la apertura comercial, ya que los países han abierto sus fronteras, al tiempo que reducen sus aranceles de importación. De acuerdo a lo anterior, debemos entender que las economías de todas las naciones crecen de manera interdependiente, lo cual genera nuevos retos y mejores oportunidades para todos por igual.

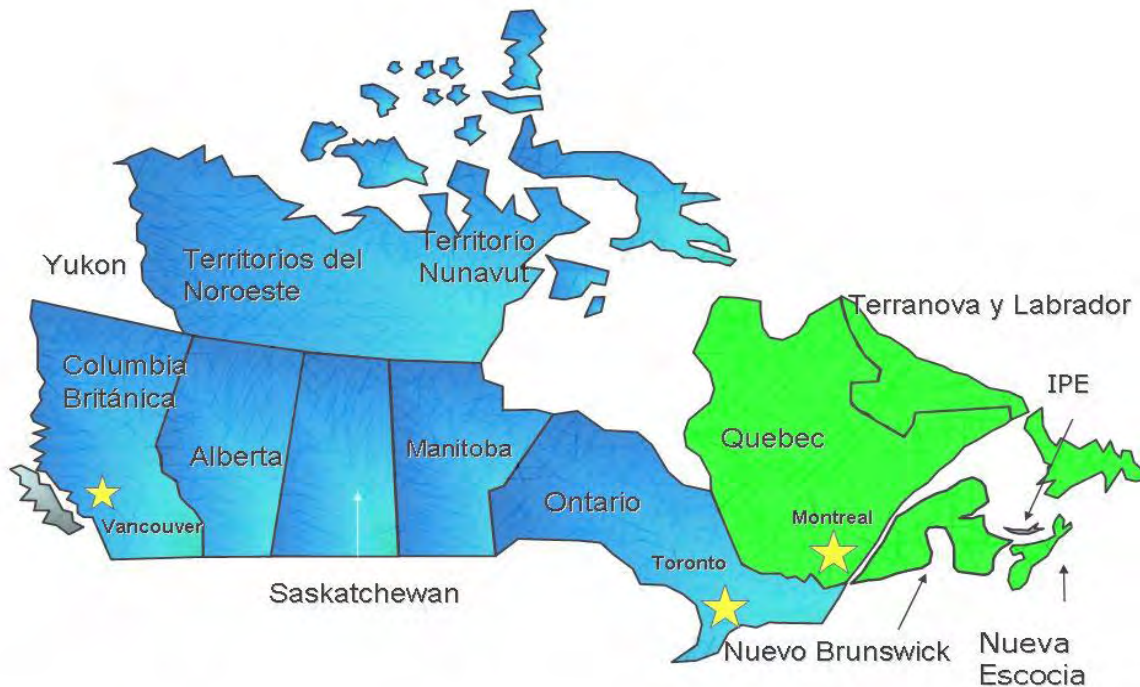
La apertura comercial ocasionó que las empresas nacionales al internarse en un entorno comercial mundial se encontraran con una extensa competencia, no solo en su propio país sino en los países a los cuales se establecieran y con ello los obstáculos y restricciones que imponen.

Por ello, México ha visto la necesidad de entablar negociaciones comerciales con aquellos países que, por su cercanía, son mercados naturales para los productos mexicanos. Así, se han establecido varios acuerdos comerciales, mismos que le han permitido al país:

- Ampliar sus mercados potenciales más allá de sus fronteras,
- Que sus productos compitan en igualdad de condiciones con los de las empresas de los países respectivos y;
- Tener acceso preferencial.

3.2 Panorama económico en Canadá.

Canadá tiene la décima economía más grande del mundo, es uno de los países más ricos del mundo, tiene uno de los más altos niveles de libertad económica en el mundo y es miembro de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y el Grupo de los Ocho (G8). (OMC, 2005)



Canadá es una federación compuesta de diez provincias y tres territorios. A su vez, pueden ser agrupados en regiones: Oeste de Canadá, Canadá Central, Canadá Atlántica y Norte de Canadá (el último está formado por los tres territorios). El Este de Canadá se refiere a Canadá Central y Canadá Atlántica juntos. Las provincias tienen más autonomía que los territorios, además de que son responsables de la mayoría de los programas sociales del país (tales como la atención de la salud, educación y bienestar) y juntas reciben más ingresos que el gobierno federal, una estructura casi única entre las federaciones en el mundo.

3.2.1 Información general

Superficie	9 984 670 km ²
Capital	Ottawa
Estado en las Naciones Unidas	Miembros de la ONU desde 9 noviembre de 1945
Moneda	Dólar canadiense

Mercados Regionales.

EL OESTE

Vancouver.

- Tercera ciudad de Canadá
- El puerto más importante de Canadá.
- Gran población asiática.
- Puerta de entrada y salida para toda Asia.
- Calgary: El centro financiero del oeste de Canadá
- El sector energético juega un papel muy importante
- Conocido como el “Houston del norte”.

EI ESTE

Toronto.

- La ciudad más grande de Canadá
- Capital de la provincia de Ontario
- Es el centro financiero e industrial del este canadiense.

Montreal.

- La segunda ciudad más poblada de Canadá
- Fuerte influencia europea
- El francés es un idioma común.

Quebec

- Provincia con mayor superficie
 - 85% de la de México
 - 15.4% de Canadá
- Alrededor del 23% de la población canadiense
- 80% concentrado en áreas urbanas
- 700,000 inmigrantes provenientes de Europa, África, América Latina y Asia.
- 90% de la población se concentra a lo largo de la frontera con EU

- 21% del PIB canadiense
- 2o. Lugar producción industrial global
- 2o. Lugar ingreso personal
- Puerta de entrada a Europa y a los países africanos francófonos
- 80.2% lengua materna francés
- Representa intereses culturales y religiosos de la mayoría de los francófonos del país
- Afinidad con A.L. y principalmente con México
- Gran influencia europea

Provincias Marítimas

Nuevo Brunswick, I.P.E., Nueva Escocia, Terranova y Labrador

- Ocupan el 5.4% del territorio canadiense
 - Casi completamente rodeadas por el Océano Atlántico
 - 2.5 millones de habitantes (7.5% de la población canadiense)
 - Economías en crecimiento y diversificadas
 - Importante región productora de hidroelectricidad y de petróleo
 - Economía tradicionalmente relacionada con recursos naturales:
 - Pesca
 - Agricultura
 - Minería
 - Diversificación reciente
 - Tecnología de la información
 - Servicios profesionales
 - Acuicultura
 - Exploración petrolera
- (Canada, Government of, 2013)

3.2.2 Población.

El censo de 2016 contaba 36 558 381 personas en Canadá durante la enumeración nacional en relación con el día 10 de mayo 2016. Este recuento es inferior a la publicada 01 de julio 2015 población estimada de 34.482.779 personas. (Canada, Government of, 2013)

Población de Canadá de acuerdo al ultimo censo

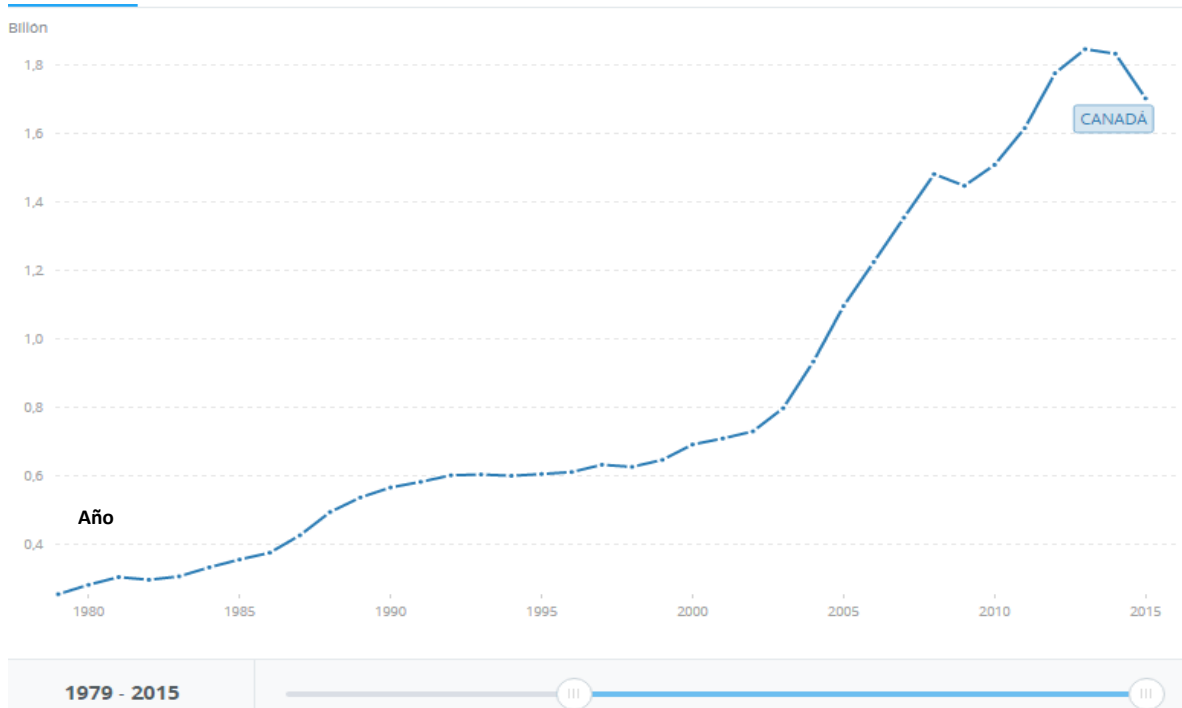
2016

Canadá	34,482,779
<i>Newfoundland and Labrador</i>	510,578
<i>Prince Edward Island</i>	145,855
<i>Nova Scotia</i>	945,437
<i>New Brunswick</i>	755,455
<i>Quebec</i>	7,979,663
<i>Ontario</i>	13,372,996
<i>Manitoba</i>	1,250,574
<i>Saskatchewan</i>	1,057,884
<i>Alberta</i>	3,779,353
<i>British Columbia</i>	4,573,321
<i>Yukon</i>	34,666
<i>Northwest Territorios</i>	43,675
<i>Nunavut</i>	33,322

3.2.2.1 Demografía y población de Canadá

Población total	2016	36 558 381 habitantes
Población, varones	2016	18 137 720 habitantes
Población, mujeres	2016	18 420 661 habitantes
Densidad de población	2016	3.4 habitantes por km2
Esperanza de vida al nacer	2016	81 Años

INB per cápita, método Atlas (US\$ a precios actuales) (Banco Mundial, 2015)



El INB per cápita (anteriormente PIB per cápita) es el ingreso nacional bruto convertido a dólares de los Estados Unidos mediante el método Atlas del Banco Mundial, dividido por la población a mitad de año. El INB es la suma del valor agregado por todos los productores residentes más todos los impuestos a los productos (menos los subsidios) no incluidos en la valuación del producto más las entradas netas de ingreso primario (remuneración de empleados e ingreso por propiedad) del exterior. El INB, calculado en moneda nacional, generalmente se convierte a dólares de los Estados Unidos al tipo de cambio oficial para comparaciones entre economías, aunque se aplica un tipo alternativo cuando se considera que el tipo de cambio oficial difiere, por un margen excepcionalmente amplio, del tipo de cambio que en efecto se aplica a las transacciones internacionales.

3.3 Aspectos legales: Tratados, Leyes y Reglamentos

3.3.1 Tratados

3.3.1.1 *TLCAN Aspectos generales referentes al producto*

Existen varios puntos en el TLCAN que son de nuestro interés como lo son: los procedimientos aduanales, así como lo referente a las exportaciones y las certificaciones de origen.

Procedimientos aduanales establecidos en el TLCAN

El capítulo 5 del TLCAN regula los aspectos aduanales de todas las mercancías comerciadas entre Canadá y México, la sección A de este capítulo habla acerca de la certificación de origen, que se necesita para exportar, estableciendo lo siguiente:

Sección A - Certificación de origen

Artículo 501. Certificado de origen

1. Las Partes establecerán un certificado de origen al 1° de enero de 1994 que servirá para confirmar que un bien que se exporte de territorio de una Parte a territorio de otra Parte califica como originario. Posteriormente, las Partes podrán modificar el certificado previo acuerdo entre ellas.
2. Cada una de las Partes podrá exigir que el certificado de origen que ampare un bien importado a su territorio se llene en el idioma que determine su legislación.
3. Cada una de las Partes:
 - a. exigirá al exportador en su territorio, que llene y firme un certificado de origen respecto de la exportación de un bien para el cual un importador pudiera solicitar trato arancelario preferencial en el momento de introducirlo en territorio de otra Parte; y
 - b. dispondrá que, en caso de que no sea el productor del bien, el exportador, en su territorio pueda llenar y firmar el certificado de origen con fundamento en:
 - i. su conocimiento respecto de si el bien califica como originario;
 - ii. la confianza razonable en la declaración escrita del productor de que el bien califica como originario; o
 - iii. un certificado que ampare el bien, llenado y firmado por el productor y proporcionado voluntariamente al exportador.
4. Ninguna de las disposiciones del párrafo 3 se interpretará como obligación del productor de proporcionar un certificado de origen al exportador.
5. Cada una de las Partes dispondrá que el certificado de origen llenado y firmado por el exportador o por el productor en territorio de otra Parte y que ampare
 - a. una sola importación de un bien a su territorio; o

- b. varias importaciones de bienes idénticos a su territorio, a realizarse en un plazo específico que no excederá doce meses, establecido por el exportador o productor en el certificado;

Sea aceptado por su autoridad aduanera por cuatro años a partir de la fecha de su firma.

Mientras que el artículo 504 de la misma sección legisla acerca de las obligaciones de los exportadores aquí se presenta:

Artículo 504. Obligaciones respecto a las exportaciones

Cada una de las Partes dispondrá que:

un exportador o un productor en su territorio que haya proporcionado copia de un certificado de origen al exportador conforme al Artículo 501(3)(b)(iii), entregue copia del certificado a su autoridad aduanera, cuando ésta lo solicite; y

- a. un exportador o un productor en su territorio que haya llenado y firmado un certificado de origen y tenga razones para creer que ese certificado contiene información incorrecta, notifique sin demora y por escrito cualquier cambio que pudiera afectar su exactitud o validez a todas las personas a quienes se les hubiere entregado.
2. Cada una de las Partes:
- a. dispondrá que la certificación falsa hecha por un exportador o por un productor en su territorio en el sentido de que un bien que vaya a exportarse a territorio de otra Parte califica como originario, tenga las mismas consecuencias jurídicas, con las modificaciones que pudieran requerir las circunstancias, que aquéllas que se aplicarían al importador en su territorio que haga declaraciones o manifestaciones falsas en contravención de sus leyes y reglamentaciones aduaneras; y
 - b. podrá aplicar las medidas que ameriten las circunstancias cuando el exportador o el productor en su territorio no cumpla con cualquiera de los requisitos de este capítulo.
3. Ninguna de las Partes podrá aplicar sanciones al exportador o al productor en su territorio que voluntariamente haga la notificación escrita a que se refiere el párrafo 1(b) por haber presentado una certificación incorrecta.

3.3.1.2 *Restricciones arancelarias*

El TLCAN en su capítulo 3 habla acerca de los aranceles, aunque para nuestro interés hay artículos importantes como lo son los referentes a los impuestos de exportación que existen los artículos referidos son los 314 y 315 que establecen que:

Artículo 314. Impuestos a la exportación

Salvo lo dispuesto en el Anexo 314, ninguna de las Partes adoptará ni mantendrá impuesto, gravamen o cargo alguno sobre la exportación de bienes a territorio de otra Parte, a menos que éste se adopte o mantenga sobre:

- a. la exportación de dicho bien a territorio de todas las otras Partes; y
- b. dicho bien, cuando esté destinado al consumo interno.

Artículo 315. Otras medidas sobre la exportación

Salvo lo dispuesto en el Anexo 315, una Parte podrá adoptar o mantener restricciones que estarían justificadas conforme a los Artículos XI:2(a) o XX (g), (i) o (j) del GATT respecto a la exportación de bienes de la Parte a territorio de otra Parte, sólo si:

- a. la restricción no reduce la proporción entre la totalidad de las exportaciones del bien específico a disposición de la otra Parte y la oferta total de dicho bien en la Parte que mantenga la restricción, comparada con la proporción prevaleciente en los treinta y seis meses más recientes anteriores a la adopción de la medida, sobre los cuales se tenga información o en un periodo representativo distinto que las Partes acuerden;
 - b. la Parte no impone un precio mayor a las exportaciones de un bien a esa otra Parte que el precio que éste tiene para su consumo interno, a través de cualquier medida, tal como una licencia, derecho, impuesto o requisito de precio mínimo. La disposición anterior no se aplicará a un precio mayor que resulte de una medida adoptada de acuerdo con el inciso (a), que sólo restrinja el volumen de las exportaciones; y
 - c. la restricción no requiere la desorganización de los canales normales de suministro a esa otra Parte, ni de las proporciones normales entre bienes específicos o categorías de bienes suministrados a esa otra Parte.
2. En la aplicación de este artículo, las Partes cooperarán para mantener y elaborar controles eficaces sobre la exportación de los bienes de cada una de ellas hacia países que no sean Parte.

3.3.2 Reglas de la OMC (Organización Mundial de Comercio)

El sistema multilateral de comercio está regido por una serie de acuerdos negociados y firmados por los países miembros de la Organización Mundial del Comercio ([OMC](#)), que son la mayoría de los que participan en el comercio mundial. Estos acuerdos obligan a los respectivos gobiernos a mantener sus políticas comerciales dentro de los límites convenidos.

Además del [Acuerdo de creación de la OMC](#), del Mecanismo de Solución de Diferencias y del [Mecanismo de Revisión de Políticas Comerciales](#), las tres esferas principales del comercio de las que se ocupa la OMC, estableciendo reglas comerciales son:

- Mercancías.
- [Servicios](#).
- [Propiedad intelectual](#).

Los Acuerdos de la OMC en estos ámbitos están inspirados en una serie de [Principios](#) simples y fundamentales que constituyen la base del sistema multilateral de comercio. Estos son:

- El principio de trato de la Nación más favorecida (NMF), que supone que no se pueden establecer discriminaciones en el trato comercial entre los Miembros de la OMC.
- El principio de trato nacional, que supone otorgar a los Miembros de la OMC el mismo trato que a los nacionales.

Estos dos principios se recogen en los tres principales Acuerdos de la OMC (GATT , AGCS y ADPIC), si bien reciben un tratamiento ligeramente diferente en cada uno de ellos. En definitiva, con estos dos principios se pretende garantizar que el sistema multilateral de comercio tenga un carácter no discriminatorio.

- La reducción progresiva de los obstáculos comerciales, lo que se ha llevado a cabo desde 1946 a través de las distintas rondas de negociaciones.
- El principio de transparencia y previsibilidad de las reglas comerciales, lo que se consigue entre otros mecanismos a través de la consolidación de los compromisos de apertura de los mercados, la publicación y notificación de las reglas comerciales y el mecanismo de revisión periódica de la política comercial de los Miembros de la OMC.
- Trato especial y diferenciado para los países en desarrollo, con mayor flexibilidad y tiempo para adaptarse y un tratamiento privilegiado en muchos de las obligaciones multilaterales.

3.3.3 El Comercio de Mercancías: Sistema GATT.

El núcleo principal de las reglas comerciales en materia de mercancías viene dado por el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio ([GATT](#), en la sigla inglesa) de 1994, que supone una actualización de la versión inicial de 1948. Este

acuerdo ha sido posteriormente completado por otros acuerdos, resultado de las distintas rondas de negociación, principalmente la Ronda de Uruguay.

En cuanto al contenido del GATT se distinguen tres partes: principios y disposiciones generales, acuerdos y anexos adicionales y listas de compromisos.

Los principios del GATT son los principios fundamentales de no discriminación ya comentados: Trato de Nación Mas Favorecida (Artículo I GATT) y Trato Nacional (Artículo III), aunque en el propio acuerdo se prevén excepciones, como las excepciones generales y las relativas a la seguridad (Artículos XX y XXI) y las relativas a los Acuerdos Comerciales Regionales (Artículo XXIV) siempre que se cumplan las condiciones previstas en el Acuerdo y en el Entendimiento de aplicación de dicho Artículo acordado en la [Ronda de Uruguay](#).

Las principales reglas comerciales del sistema GATT afectan a las siguientes materias: Agricultura, Textiles y Vestido, Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, Obstáculos Técnicos al Comercio, Medidas en materia de Inversiones relacionadas con el Comercio (MIC), Antidumping, Valoración en Aduana, reglas sobre Inspección Previa a la Expedición, Normas de Origen, Trámites de Licencias de Importación, Subvenciones y Medidas Compensatorias y Salvaguardias.

3.3.4 El Comercio de Servicios.

El Comercio internacional de Servicios se regula a través del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios de la OMC ([AGCS](#), o GATS en su sigla inglesa), negociado en la Ronda de Uruguay del GATT y en vigor desde enero de 1995. Este acuerdo tiene como objetivo la liberalización progresiva del comercio de servicios preservando en todo momento el derecho de regulación de los servicios por los Miembros de la OMC.

El AGCS consagra, en particular, la aplicación con carácter general a los intercambios internacionales de servicios del mencionado principio de trato de la Nación Más Favorecida (Artículo II), que prohíbe la discriminación en el trato otorgado a los servicios provenientes de los distintos países firmantes (técnicamente, Miembros de la OMC).

Igualmente, el ACGS establece un marco básico para la liberalización progresiva (la eliminación progresiva de las barreras) del comercio de servicios en los diferentes subsectores, mediante compromisos libremente negociados y contraídos por cada uno de los Miembros, agrupados bajo dos grandes categorías:

- "acceso al mercado", es decir, la posibilidad de suministrar servicios a consumidores nacionales por parte de proveedores extranjeros;
- otorgamiento de "trato nacional", es decir, un trato no menos favorable a los proveedores de servicios extranjeros que a los nacionales.

El Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios es un acuerdo flexible, que permite que el proceso de liberalización tenga en cuenta el nivel de desarrollo de los distintos Miembros, así como los objetivos de las políticas nacionales. Con

respecto a los servicios públicos, el acuerdo no contiene ninguna obligación que obligue a los Miembros a privatizar el suministro de ningún servicio. La inclusión de un número mayor o menor subsectores de servicios en las listas de compromisos, así como el grado de liberalización que se conceda en los subsectores incluidos, responden asimismo decisiones netamente políticas de cada Miembro, sin que el ACGS defina obligación alguna al respecto.

3.3.5 Los Derechos de Propiedad Intelectual y el Comercio.

El acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio ([ADPIC](#), o TRIPS en la sigla inglesa) de la OMC, negociado también en la Ronda Uruguay del GATT, incorporó por primera vez normas sobre la propiedad intelectual en el sistema multilateral de comercio.

Este acuerdo constituye un intento de reducir las diferencias en la manera de proteger esos derechos en los distintos países del mundo y de someterlos a normas internacionales comunes. En él se establecen niveles mínimos de protección que cada gobierno ha de otorgar a la propiedad intelectual de los demás Miembros de la OMC. A tal efecto, el acuerdo sobre los ADPIC parte de las obligaciones dimanantes de los principales acuerdos internacionales de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, existentes antes de la creación de la OMC.

El acuerdo se sustenta sobre los principios de no discriminación (trato nacional y trato de NMF) que rigen los otros dos principales acuerdos de la OMC (GATT y ADPIC). Además, añade un principio adicional: la protección equilibrada, que supone que la protección de la propiedad intelectual debe contribuir a la innovación técnica y a la transferencia de tecnología, deben beneficiarse de ella tanto productores como usuarios y debe aumentar el bienestar económico y social.

El acuerdo ADPIC entró en vigor en enero de 1995, pero se concedían plazos más largos para la puesta en conformidad de las legislaciones nacionales, en función del grado de desarrollo de los países. Así, los países menos adelantados (PMA) aún disponen hasta el 1 de julio de 2013 para la entrada en vigor de su obligación de otorgar protección a los principales derechos de propiedad intelectual, y hasta el año 2016 en el caso de las patentes de productos farmacéuticos.

Uno de los temas relacionados con el ADPIC que ha generado más controversia es precisamente el de su aplicación a los productos farmacéuticos, pues no logró solucionar de un modo satisfactorio la tensión entre el objetivo social a largo plazo de ofrecer incentivos para las invenciones y creaciones futuras (garantizadas por el ADPIC a las empresas farmacéuticas innovadoras) y el objetivo a corto plazo de permitir el uso de las invenciones y creaciones existentes (exigido por los países pobres para ofrecer medicamentos a buen precio a sus ciudadanos).

El problema radicaba en que el mecanismo de flexibilidad que previó el ADPIC no era suficiente. En concreto, la facultad de los gobiernos de expedir “licencias obligatorias” (aquellas que autorizan a fabricar el producto sin contar con el consentimiento del titular de la patente, por razones de emergencia nacional), se limitaba a los supuestos en que el destino principal de los medicamentos era el

mercado interior, no garantizándose el acceso a los mismos a los ciudadanos de países pobres sin producción propia que necesitan importar.

La cuestión se resolvió mediante una decisión del Consejo General de la OMC (30 de agosto de 2003) que autoriza la exportación de medicamentos fabricados al amparo de una licencia obligatoria hacia países que no estén en condiciones de fabricarlos. Se trata, sin embargo, de una autorización temporal, que solo se convertirá en definitiva cuando al menos el 67% de los Miembros de la OMC hayan aceptado el correspondiente protocolo de enmienda del ADPIC, algo que deberá ocurrir no más tarde del 31 de diciembre de 2009. (OMC, 2005)

3.3.6 Leyes nacionales

3.3.6.1 *Ley impuesto general a la importación y exportación*

La ley del impuesto general a la importación y exportación son una serie de tabulaciones que señalan el impuesto que se debe de pagar para la entrada y salida de diversos productos, en nuestro caso los esquites deshidratados están exentos de pago. Así que podemos exportar el producto sin ningún tipo de contribución.

3.3.6.2 *Ley de comercio exterior*

El artículo 1 de esta ley establece la función, el fin de la misma ley: “La presente Ley tiene por objeto regular y promover el comercio exterior, incrementar la competitividad de la economía nacional, propiciar el uso eficiente de los recursos productivos del país, integrar adecuadamente la economía mexicana con la internacional, defender la planta productiva de prácticas desleales del comercio internacional y contribuir a la elevación del bienestar de la población.”² (LCE). Las partes que más nos interesan son las siguientes

- Título III

Origen de las mercancías

- **Artículo 9o.-** El origen de las mercancías se podrá determinar para efectos de preferencias arancelarias, marcado de país de origen, aplicación de cuotas compensatorias, cupos y otras medidas que al efecto se establezcan. El origen de la mercancía podrá ser nacional, si se considera un solo país, o regional, si se considera a más de un país. El origen de las mercancías se determinará conforme a las reglas que establezca la Secretaría o, en su caso, para los efectos que así se determinen, conforme a las reglas establecidas en los tratados o convenios internacionales de los que México sea parte.
- **Artículo 10.-** Las reglas de origen deberán someterse previamente a la opinión de la Comisión y publicarse en el **Diario Oficial de la Federación**. Estas reglas se establecerán bajo cualquiera de los siguientes criterios:

I. Cambio de clasificación arancelaria. En este caso se especificarán las subpartidas o partidas de la

nomenclatura arancelaria del sistema armonizado a que se refiera la regla;

II. Contenido nacional o regional. En este caso se indicará el método de cálculo y el porcentaje

correspondiente, y

III. De producción, fabricación o elaboración. En este caso se especificará con precisión la operación o

proceso productivo que confiera origen a la mercancía.

La Secretaría podrá utilizar criterios adicionales cuando no se pueda cumplir con los anteriores, mismos que deberán especificarse en la regla de origen respectiva.

Título IV

Aranceles y medidas de regulación y restricción no arancelarias del comercio exterior.

Este capítulo trata de las medidas que el gobierno toma en diferentes casos para regular las importaciones y las exportaciones, este tema es de nuestro interés porque hay circunstancias en que algunos productos no se pueden exportar, aunque este no es el caso

- Título V

Prácticas desleales de comercio internacional

Art 34

Art 35

Art 36

3.3.6.3 Ley del impuesto sobre la renta

La ley del impuesto sobre la renta legisla el impuesto que se debe pagar por las ganancias que nosotros tengamos en el artículo 6 de esta ley señala lo siguiente:

Artículo 6o. Los residentes en México podrán acreditar, contra el impuesto que conforme a esta Ley les corresponda pagar, el impuesto sobre la renta que hayan pagado en el extranjero por los ingresos procedentes de fuente ubicada en el extranjero, siempre que se trate de ingresos por los que se esté obligado al pago del impuesto en los términos de esta Ley. El acreditamiento a que se refiere este párrafo sólo procederá siempre que el ingreso acumulado, percibido o devengado, incluya el impuesto sobre la renta pagado en el extranjero.

Tratándose de ingresos por dividendos o utilidades distribuidos por sociedades residentes en el extranjero a personas morales residentes en México, también se podrá acreditar el impuesto sobre la renta pagado por dichas sociedades en el monto proporcional que corresponda al dividendo o utilidad percibido por el residente en México. Quien efectúe el acreditamiento a que se refiere este párrafo considerará como ingreso acumulable, además del dividendo o utilidad percibida, el monto del impuesto sobre la renta pagado por la sociedad, correspondiente al dividendo o utilidad percibida por el residente en México. El acreditamiento a que se refiere este párrafo sólo procederá cuando la persona moral residente en México sea propietaria de cuando menos el diez por ciento del capital social de la sociedad residente en el extranjero, al menos durante los seis meses anteriores a la fecha en que se pague el dividendo o utilidad de que se trate. (LISR)

3.3.6.4 Ley aduanera

Esta ley es de nuestro interés dado la naturaleza del proyecto, es una ley que no resulta fundamental conocer y entender para poder llevar a cabo nuestro plan de negocios. La ley aduanera tiene como fin regular la entrada y salida de mercancías del país tal como lo establece el artículo 1. Esta legislación se compone de nueve títulos además de varios artículos transitorios, derivados de reforma a la misma. Aquí presentamos un breve resumen de la misma resaltando los capítulos que más nos interesan.

- Título primero disposiciones generales
- Título segundo control de aduana en el despacho
Este capítulo se refiere al control de entradas y salidas de mercancía, así como el depósito en las aduanas y el despacho de mercancías.
- Título tercero contribuciones, cuotas compensatorias y demás regulaciones y restricciones no arancelarias al comercio exterior.
- Título cuarto regímenes aduaneros.
El título se enfoca a los regímenes que existen que son de importación y exportación además de explicar las exportaciones temporales, el tránsito de mercancías en la aduana y la figura del recinto fiscalizado.
- Título quinto franja y región fronteriza.
- Título sexto. Atribuciones del poder ejecutivo federal y de las autoridades fiscales.
- Título séptimo. Agentes aduanales, apoderados aduanales y dictaminadores aduaneros.
- Título octavo. Infracciones y sanciones.
- Título noveno. Recursos administrativos.
- Transitorios

3.3.6.5 Ley de puertos

Según el artículo primero esta ley tiene por objeto regular los puertos, terminales, marinas e instalaciones portuarias, su construcción, uso, aprovechamiento, explotación, operación y formas de administración, así como la prestación de los servicios portuarios. La ley de puertos es de nuestro interés ya que nuestro producto se trasladará a Canadá a través del mar y es necesario saber cómo funciona un puerto, como se administra y quien tenemos que recurrir para poder utilizar esta vía de comercio. Los artículos que son de nuestro interés son los siguientes.

ARTÍCULO 12.- Los puertos mexicanos, en tiempo de paz, estarán abiertos a la navegación y tráfico de las embarcaciones de todos los países, pero podrá negarse la entrada cuando no exista reciprocidad con el país de la matrícula de la embarcación o cuando lo exija el interés público.

ARTICULO 13.- La autoridad marítima, por caso fortuito o fuerza mayor, podrá declarar, en cualquier tiempo, provisional o permanentemente cerrados a la navegación determinados puertos a fin de preservar la seguridad de las personas y de los bienes.

ARTICULO 14.- En los puertos, terminales y marinas, tendrán carácter de bienes de dominio público de la Federación.

Además de todo el capítulo III que nos habla de la autoridad que reglamenta el uso de los puertos que va del artículo 16 al artículo 19.

3.3.6.6 Ley del IVA

El IVA es un impuesto que se traslada al usuario final ya sea física o moral que enajenen bienes, presten servicios independientes, otorguen el uso o goce temporal de bienes e importen bienes o servicios según el artículo 1 de la ley al valor agregado. (LIVA) En nuestro caso no habrá obligación de trasladar el impuesto ya que también se establece que nuestra actividad está gravada en tasa 0, tal como lo establecen las partes aquí señaladas de la ley.

- Artículo 2 A Fracción IV

IV.- La exportación de bienes o servicios, en los términos del artículo 29 de esta Ley.

Los actos o actividades a los que se les aplica la tasa del 0%, producirán los mismos efectos legales que aquellos por los que se deba pagar el impuesto conforme a esta Ley.

- Capítulo VI

Referente a la exportación de bienes y servicios

3.3.6.7 *Ley federal de metrología y normalización*

El fin de la ley federal de Metrología y normalización está contenido en el artículo 2 de dicha ley. Es de nuestro interés ya que regula las medidas y calibraciones con que se deben medir los productos que fabricamos, así como señala las normas oficiales mexicanas que abordaremos más adelante. Los siguientes puntos son de nuestro principal interés:

- Título Segundo Metrología
Capítulo III
De la Medición Obligatoria de las Transacciones

- Título Tercero Normalización
a) Capítulo II
De las normas oficiales mexicanas y de las normas mexicanas
b) Capítulo III
De la observancia de las normas

3.3.6.8 *Normas Oficiales Mexicanas*

La Secretaria de Salud define a las Normas Oficiales Mexicanas como: **“Las Normas Oficiales Mexicanas (NOM)** son regulaciones técnicas que sirven para garantizar que los servicios que contratamos o los productos o servicios que adquirimos cumplan con parámetros o determinados procesos, con el fin de proteger la vida, la seguridad y el medio ambiente. Para su elaboración se debe revisar si existen otras relacionadas, en cuyo caso se coordinan las dependencias correspondientes para que se elabore de manera conjunta una sola Norma Oficial Mexicana por sector o materia.¹“ (SPPS)

Estas Normas son de nuestro interés ya que nuestro producto debe cumplir con estas normas para poder ser exportado además de que aumentara nuestra calidad, llevándonos a tener una gran competitividad en el mercado internacional que sería nuestra gran meta, aquí presentamos las que aplican a nuestro producto;

- Norma Oficial Mexicana NOM-187-SSA1/SCFI-2002, Productos y servicios. Masa, tortillas, tostadas y harinas preparadas para su elaboración y establecimientos donde se procesan.
- Norma Oficial Mexicana NOM-050-SCFI-2004 Información comercial- Etiquetado general de productos.
- Norma Oficial Mexicana NOM-051-SCFI/SSA1-2010, Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados- Información comercial y sanitaria.
- Norma Oficial Mexicana NOM-086-SSA1-1994 Bienes y servicios. Alimentos y bebidas no alcohólicas con modificaciones en su composición. Especificaciones nutrimentales.

- Norma Oficial Mexicana NOM-247-SSA1-2008, Productos y servicios. Cereales y sus productos. Cereales, harinas de cereales, sémolas o semolinas. Alimentos a base de: cereales, semillas comestibles, de harinas, sémolas o semolinas o sus mezclas. Productos de panificación. Disposiciones y especificaciones sanitarias y nutrimentales.
- Norma Oficial Mexicana NOM-251-SSA1-2009, Prácticas de higiene para el proceso de alimentos, bebidas o suplementos alimenticios
- Norma Oficial Mexicana NOM-130-SSA1-1995, Bienes y servicios. Alimentos envasados en recipientes de cierre hermético y sometido a tratamiento térmico. Disposiciones y especificaciones sanitaria

Marco metodológico

4 Método científico

El método científico (**meta= a través de, fin; oídos= camino, manera; logos= teoría, razón, conocimiento**): es la teoría acerca del método o del conjunto de métodos. La metodología es normativa (**valora**), pero también es descriptiva (**expone**) o comparativa (**analiza**). La metodología estudia también el proceder del investigador y las técnicas que emplea.

El método científico es el camino que conduce al conocimiento es un procedimiento o conjunto de procedimientos que sirven de instrumentos para lograr los objetivos de la investigación.

4.1 Método deductivo

El método deductivo consiste en emitir hipótesis acerca de las posibles soluciones al problema planteado y en comprobar con los datos disponibles si estos están de acuerdo con ellas; las hipótesis las podemos clasificar como empíricas mientras que en los casos más complejos las hipótesis son de tipo abstracto (Cegarra Sánchez, 2004).

4.2 Método inductivo

Juntamente con el anterior es utilizado en la ciencia experimental, consiste en basarse en enunciados singulares, tales como descripciones de los resultados de observaciones o experiencias para plantear enunciados universales, tales como hipótesis o teorías. La inducción equivale a la extrapolación, lo cual puede ser un recurso en el campo experimental que no se confirma siempre (Cegarra Sánchez, 2004).

4.3 Los tipos de investigación

4.3.1 Tipo de investigación cualitativa

Utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación. Bajo la búsqueda cualitativa, en lugar de iniciar con una teoría particular y luego voltear al mundo empírico para confirmar si esta es apoyada por los hechos, el investigador comienza examinando el mundo social y en este proceso desarrolla una teoría coherente con lo que observa que ocurre. En la mayoría de los estudios cualitativos no se prueban hipótesis, sino que estas se generan durante el proceso y van refinándose conforme se recaban más datos o son resultado del estudio (Hernández Sampieri, 2007).

4.3.2 Tipo de investigación cuantitativa

Usa una colección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y en el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y demostrar teorías. En este método se somete a prueba la hipótesis mediante el empleo de los diseños de investigación apropiados; si los resultados corroboran las hipótesis o son congruentes con éstas se aporta evidencia a su favor, si se refutan, se descartan en busca de mejores explicaciones y nuevas hipótesis. Para obtener tales resultados el investigador recolecta datos numéricos de los objetos, fenómenos, o participantes, que estudia y analiza mediante procedimientos estadísticos (Hernández Sampieri, 2007)

En términos generales, los dos enfoques (cuantitativo y cualitativo) utilizan cinco fases similares y relacionadas entre sí (*Grinnell, 1997*):

- a) Llevan a cabo observación y evaluación de fenómenos.
- b) Establecen suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluación realizadas.
- c) Prueban y demuestran el grado en que las suposiciones o ideas tienen fundamento.
- d) Revisan tales suposiciones o ideas sobre la base de las pruebas o del análisis.
- e) Proponen nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar, cimentar y/o fundamentar las suposiciones e ideas; o incluso para generar otras.

4.3.3 Tipo de investigación mixto

Es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema. Se usan métodos de los enfoques cuantitativo y cualitativo y pueden involucrar la conversión de datos cuantitativos en cualitativos y viceversa, asimismo el enfoque mixto puede utilizar los dos enfoques para responder distintas preguntas de investigación de un planteamiento del problema. Cabe destacar que el enfoque mixto va más allá de la simple recolección de datos de diferentes modos sobre el mismo fenómeno, implica desde el planteamiento del problema mezclar la lógica inductiva y la deductiva, un estudio mixto lo es en el planteamiento del problema, la recolección y análisis de los datos, y en el reporte del estudio (Hernández Sampieri, 2007).

4.4 Alcance

4.4.1 Estudios Descriptivos

“Los estudios descriptivos son los que colocan al investigador frente a un objeto de estudio, el cual será descrito y obligan a la medición y a las variables que entran en juego, esta medición podrá ofrecer un estado de situación de las variables sin profundizar en la relación que se establece. Las investigaciones descriptivas adoptan también el modelo cualitativo; sobre estudios de caso, que es a lo que el cualitativismo se orienta, lo que se obtenga de una investigación de esta naturaleza, es una descripción basada en variables nominales” (Mendicoa, 2005).

4.4.2 Estudios Correlacionales

“Se encargan de medir el grado de influencia que una variable tiene sobre otra, aunque no tengamos a través de tal respuesta precisión acerca del porque se puede dar tal o cual, hecho o fenómeno, los cuales pueden ser sus efectos. Son estudios muy utilizados, ya que muchas veces la composición de las hipótesis es realizada sobre dos variables respecto de las unidades de análisis que se tengan en consideración. Asocia variables mediante un patrón predecible para un grupo o población” (Mendicoa, 2005).

4.4.3 Estudios Explicativos

“Son aquellos que alcanzan mayor profundidad y son los que permiten al por qué de las hipótesis se configuran a través de un sistema de hipótesis que mediante su comprobación dan lugar a la obtención de generalizaciones teóricas de mayor relevancia. Van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales, como su nombre lo indica su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables” (Hernández Sampieri, 2007).

4.4.4 Estudios Exploratorios

“Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura revelo que tan solo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas” (Hernández Sampieri, 2007)

4.5 Metodología a emplear

La metodología que emplearemos será del tipo mixta, ya que utilizaremos los tipos inductivo y deductivo al no solo basarnos en teorías ya hechas, sino tendremos que alcanzar nuestras propias conclusiones tomando como punto de partida problemas dados. Además de recolectar, tabular e interpretar datos conjuntamente con observar hechos cualitativos. También tendremos que convertir datos cuantitativos en cualitativos para su mejor análisis. Estamos seguros de que usando la metodología mixta tendremos resultados precisos y confiables que nos ayudara a alcanzar nuestros objetivos.

En México es relativamente económico obtener información y asesoría para exportar. Alguna información y asesoría es gratuita. Otra, tiene algún costo. El exportador, independientemente de su tamaño, debe saber en dónde obtendrá ayuda, dependiendo del tipo de fuente. Usualmente se han dividido en dos:

Primarias: Las cuales se basan en la investigación directa en el país de destino.

Secundarias: que son en base a información previamente desarrollada, esta puede ser; publicaciones, informes, reportes o estudios ya realizados, así como servicios de consultoría.

Fuentes de información y asesoría.

- Banco Nacional de Comercio Exterior.
- Secretarías y Dependencias de los Gobiernos en los Estados.
- Cámaras y Asociaciones, nacionales y extranjeras.
- Compañías de consultoría.
- Embajadas, Consulados, Representaciones.
- Organismos Internacionales.
- Compañías Comercializadoras.
- Universidades e instituciones de Educación Superior.
- Internet.
- Etcétera.

4.6 Tipos de hipótesis

Lo más importante en el proceso metodológico de la ciencia es formular hipótesis. Entonces pues, con la formulación de las hipótesis se pone en marcha, realmente, el proceso de investigación. Así, las hipótesis resultan siendo las formulaciones más importantes que orientan todo el proceso de la investigación.

Formalmente una hipótesis, explicativa se entiende, debe contener los siguientes elementos:

- a) Las variables de estudio. Una o más variables independientes que se asocien con una variable dependiente; por ejemplo, método didáctico de resolución

de problemas, motivación por los estudios (variables independientes) y calidad de los aprendizajes en la asignatura de matemática (variable dependiente).

- b) El elemento relacional. El nexo lógico gramatical que permite vincular las variables propuestas.
- c) La población de estudio. Los sujetos que serán objeto de estudio,
- d) El ámbito de referencia. El escenario en el que se realizará la investigación, por ejemplo, Si los productores mexicanos de la tuna blanca (*Opuntia spp*), analizaran los mercados de exportación y evaluarán las ventajas competitivas de sus productos; entonces lograrán la consolidación productiva del sector de tuna blanca (*Opuntia spp*) fomentando así la exportación y el desarrollo económico de la región. (Zárate González, 2001)

En otras disciplinas, especialmente en las del área de salud, toda hipótesis tiene un quinto elemento, e) que es el horizonte temporal, es decir, la ubicación en el tiempo en el que realiza la investigación, por ejemplo, el año 2004. (Mejía Mejía, 2005)

Las hipótesis son conjeturas, suposiciones, intentos de explicar a priori, los problemas científicos. Como toda conjetura, algunas son más sólidas o fundamentadas y otras son suposiciones superficiales que tienen trascendencia muy relativa. Las conjeturas sólidamente fundamentadas y racionalmente expuestas dan lugar a investigaciones de calidad que, con toda seguridad, producirán aportes significativos para el desarrollo del conocimiento científico.

Las hipótesis plantean la relación entre dos o más variables. Esta relación se expresa en forma de oraciones aseverativas y deben indicar, de modo muy claro, la necesidad de verificar, en los hechos, la relación conjeturalmente planteada.

Si se han establecido algunos requisitos formales para la formulación de los problemas científicos y considerando que las hipótesis son formulaciones más elaboradas y mejor concebidas que los problemas, los mismos requisitos deben exigirse, y con mayor razón, cuando se formulen hipótesis. En toda hipótesis se debe establecer, con toda claridad, la relación existente entre las variables; en toda hipótesis deben estar presentes las variables independientes, asociadas con la dependiente; en toda hipótesis se debe usar términos inequívocos, que no se presten a ambigüedades en la interpretación y, en toda hipótesis, se debe evitar el uso de términos valorativos.

Con la ayuda de las hipótesis, el investigador inicia el proceso de probarlas recopilando, en la realidad, la información necesaria para establecer si los datos hallados corroboran lo hipotéticamente planteado o si los datos hallados en la realidad son contradictorios a lo que se plantea en las hipótesis.

4.7 Planteamiento del problema

México es un país donde a pesar de ser la nación con más tratados comerciales, las exportaciones son en realidad bajas y la mayoría proviene de capital extranjero; las exportaciones son un motor de crecimiento que no está siendo explotado del todo aunado a eso, una herencia cultural muy grande y diversa que no se conoce en el mundo.

4.8 Hipótesis

“Los esquites deshidratados son una buena opción para exportar a Montreal, Canadá ya que es una ciudad que recibe bien los productos extranjeros y será bien aceptado, haciendo que nuestra empresa sea rentable a mediano plazo, a través de un plan financiero correcto.”

4.9 Justificación

Este producto nacional es del agrado de muchos mexicanos, pero no tiene la suficiente promoción en el extranjero, y exportarlo a Canadá sería una gran oportunidad ya que este país es industrializado, su población tiene un poder adquisitivo alto. Sin mencionar que existen un gran número de connacionales viviendo en este país, el producto es novedoso y se adapta a las condiciones climáticas de ese país.

4.10 Objetivo.

Identificar las características, trámites, estrategias en el proceso de exportación de esquites deshidratados a Canadá. Así como la recuperación de la inversión en el corto, mediano y largo plazo, investigando el contexto actual en materia de exportación, para formular un modelo operativo de planeación estratégica.

4.11 Objetivos específicos.

- Describir las situaciones y criterios que existen en el país al que se adoptó la decisión de exportar.
- Identificar los factores del entorno que se toman como referencia en el proceso de exportación.
- Identificar los factores económicos, sus tratados internacionales, normas de seguridad y requerimientos entre los dos países.
- Señalar los mecanismos empleados en el proceso de elaboración del producto.
- Formular y evaluar un modelo operativo que nos permita realizar nuestras actividades.
- Evaluar la rentabilidad del proyecto de inversión.

5 Capítulo IV | Resultados.

Este es el capítulo final de la tesis, pero es el más importante ya que todo lo que se investigó y estudió, se aplica en nuestro proyecto; desde el resumen ejecutivo, el estudio del producto, de mercado, técnico y financiero. Estos estudios ayudarán a ver si nuestro proyecto es factible y rentable.

“Los éxitos más importantes se consiguen cuando existe la posibilidad de fracasar”

Mark Zuckerberg

5.1 Informe Ejecutivo

Descripción de la empresa

Es una empresa que se dedica a la producción y exportación a Canadá de esquites deshidratados, hace el proceso desde la obtención de la materia prima, cocimiento y deshidratación del platillo siempre respetando los estándares de calidad, esta empresa surge como una necesidad de dar a conocer uno de los platillos típicos de México al público canadiense. Es una sociedad constituida como sociedad anónima de capital variable.

Ubicación de la planta

Parque Industrial Querétaro

Av. La Montaña No. 100,
Rosa Jáuregui,
76220
Santiago de Querétaro,
Qro., México

- Ubicada en el centro del país y a tan sólo 2 horas (aprox.) de la Ciudad de México.
- Querétaro es uno de los estados de mayor crecimiento económico del país.
- La calidad de vida de la población, así como el apoyo que brindan las autoridades para el establecimiento y crecimiento de la industria, ofrecen ventajas cualitativas para un desarrollo empresarial sustentable y efectivo.
- Por su trayectoria como ciudad industrial, Querétaro cuenta con una base y cultura industrial sólida, teniendo profesionales y personal calificado en todos los niveles, optimizando la logística de establecimiento y operatividad de las empresas.
- Querétaro es una ciudad confiable y con alta rentabilidad para las industrias que buscan aprovechar el acceso a inversiones nacionales e internacionales. (parque industrial Querétaro)

Áreas funcionales

- Ventas
- Producción
- Finanzas

Organigrama interno



5.2 Justificación De La Empresa.

La empresa busca dar a conocer un producto mexicano típico en el extranjero; que ayudaría a levantar el interés y reconocimiento hacia la cultura mexicana en el exterior.

5.3 Propuesta De Valor.

En la actualidad cuando se habla México en el extranjero se habla de cosas negativas, así que con esta idea lo que se busca es que el interés hacia México en el exterior se enfoque a cosas positivas, como a su gastronomía además de que sería un producto nuevo en el mercado, y que por su naturaleza sería un poco difícil venderlo en México.

5.4 Misión, Visión y Objetivo

5.4.1 Misión

Fabricar esquites deshidratados con la más alta calidad que representen a la cultura mexicana, fáciles de aceptar, en el mercado canadiense.

5.4.2 Visión

En 10 años ser una empresa consolidada en Canadá, estar presente en varias ciudades del país, además de incursionar en otros mercados, así como ser una marca reconocida por su calidad en los productos y afincada en la población latina y canadiense,

5.4.3 Objetivo

Desarrollar el plan financiero para el producto, para lograr que sea redituable a mediano plazo.

Llegar a posicionarse en mediano plazo en el gusto de las personas de Montreal, y ser una opción real de satisfacción de antojo.

Incrementar las ventas para poder llegar a expandirnos a otras ciudades.

5.5 Producto

La empresa se dedica a preparar esquites, los esquites son un antojito mexicano muy popular en todo el país, pero especialmente de la zona centro elaborado con el grano del elote ([maíz](#) tierno).

Este alimento, que se come a manera de aperitivo, entremés o golosina tiene preparaciones variadas según la región y aunque la usanza de asar o tostar los granos de elote todavía persiste (de ahí la etimología de esquites), podría decirse que en la actualidad lo más común es el grano de elote hervidos en agua con sal, epazote y otras hierbas de olor, y a veces patas de pollo.

Las tiendas y los puestos que venden elotes suelen vender también esquites sobre todo por las noches en puestos callejeros y en las fiestas populares, plazas públicas y en las ferias, mismos que son parte indispensable en el paisaje mexicano.

5.5.1 Historia

La historia de la comida va ligada a la historia de la agricultura. En México esa historia no puede separarse de la domesticación del maíz.

Hace muchos siglos los habitantes de estas tierras fueron nómadas y recolectores. Su vida fue cambiando poco a poco porque empezaron a cultivar algunas plantas (como la calabaza, el chile y el jitomate).

El maíz es originario de América. Se piensa que al principio se consumía en estado silvestre y a lo largo de varios milenios fue perfeccionándose su cultivo. También se convirtió en un objeto de culto religioso y en torno a él se organizaron varias ceremonias. Antes de comerlo lo trataban con ternura y delicadeza. Antes de cocerlo lo calentaban con el aliento para que no sufriese los cambios de temperatura. No en balde los pobladores antiguos lo reverenciaban como a un dios y lo llenaban de cuidados como si fuera un niño. El maíz se convirtió en una planta divina. (Gironella De Angeli, 2014)

5.6 Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Producto novedoso• Materia prima barata• Proceso productivo	<ul style="list-style-type: none">• Mercado de gran tamaño• Poca competencia
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Empresa nueva• Poca experiencia	<ul style="list-style-type: none">• Fluctuaciones del mercado• Aceptación del producto

5.7 Estudio de competencia

Actualmente existen muy pocas empresas en México que se dediquen a fabricar esquites deshidratados a continuación mencionaremos algunas de las empresas que ofrecen el producto en México.

- Nombre de la empresa: Chamolin SA de CV
- Ubicación: Primer Privada de Lago Zirahuén no. 7 Col. Anáhuac México DF
- Marca: SKIT

- Nombre de la empresa: Mero Kualí Tecnologías SA de CV
- Ubicación: Tamaulipas México.
- Marca: Elokos

Cabe señalar que solo la primera empresa fabrica un producto parecido al nuestro y solo lo distribuye en México, así que en Canadá no tendríamos competencia ya que no se comercializa ningún producto idéntico al nuestro.

5.8 Estudio de mercado

Tamaño del mercado

Se escogió como primer destino de exportación la provincia de Quebec, en específico la ciudad de Montreal, se eligió por ubicación geográfica y estratégica ya que cuenta con un puerto capaz de recibir a embarcaciones de cualquier parte del mundo, cada año 30 millones de toneladas de mercancías de 80 países del mundo son transportadas por el puerto de Montreal (1); y su capacidad sigue aumentando, además de formar parte de una red intermodal que conecta carreteras y la red ferroviaria de América del norte

Además de la infraestructura que existe en Montreal que hace más sencillo el traslado del producto se eligió este destino por la calidad de vida, el ingreso per cápita y porque posee una sociedad abierta al intercambio de culturas, a la inmigración y al conocimiento de otros países.

Acerca de Montreal

Montreal es la ciudad más poblada de la provincia de Quebec y la tercera más poblada de Canadá, es una ciudad mayormente francófona, aunque también se habla inglés, es considerada como el centro cultural de Canadá. La población de Montreal es de las mejor educadas del mundo, tiene la mayor concentración de estudiantes universitarios per cápita de toda Norte América. En la ciudad existen 4 universidades –dos de ellas francófonas y dos de ellas anglófonas– y 12 facultades. Es un centro de la industria de alta tecnología, especialmente en el área de medicina y de la industria aeroespacial.

Datos estadísticos de Montreal

Indicadores más recientes acerca de la población de Montreal	
Población total	
2014	1 988 243
Crecimiento de la población	
De 2013 à 2014	1,2 %
Empleos	
Febrero de 2015	956 100
Tasa de desempleo	
Febrero 2015	9,4 %
PIB (en millones \$)	
2014	120 118p

Fuente: (Ville de Montreal, 2014)

Segmentación del mercado

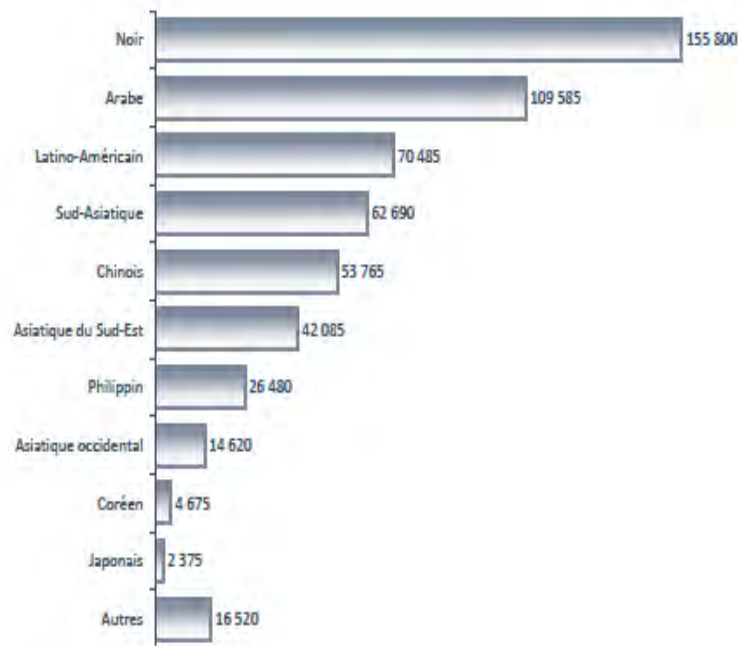
La población de la zona metropolitana de Montreal se compone por 1 988 243 habitantes de los cuales 33% son inmigrantes de primera generación, y más de la mitad descende de migrantes, así que es una sociedad abierta a la inmigración y nuevas culturas; siendo la latinoamericana la tercera minoría en la ciudad. Existen

cerca de 10000 mexicanos viviendo en Montreal, y se encuentra en aumento ya que en el periodo del 2006-2011 cerca de 6 040 de connacionales migraron a Montreal; La siguiente tabla muestra las principales minorías que existen en Montreal.

MINORITÉS VISIBLES

Population selon les minorités visibles, agglomération de Montréal, 2011

	Nombre	%
Population totale	1 844 495	100,0
Fait partie d'une minorité visible	559 080	30,3
Ne fait pas partie d'une minorité visible	1 285 410	69,7



Source : Statistique Canada, Enquête nationale auprès des ménages 2011.

Fuente: (Ville de Montreal, 2014)

Plan de negocios para exportar esquites deshidratados a Canada

Population des nouveaux immigrants selon le lieu de naissance, agglomération de Montréal, 2011

	Total	%
Total des nouveaux immigrants selon certains lieux de naissance	152 605	100,0
Algérie	16 425	10,8
Maroc	13 615	8,9
Haïti	10 325	6,8
France	9 435	6,2
Chine	8 415	5,5
Philippines	6 485	4,2
Mexique	6 040	4,0
Liban	4 135	2,7
Colombie	3 995	2,6
États-Unis	3 690	2,4
Moldova	3 485	2,3
Roumanie	3 220	2,1
Tunisie	2 775	1,8
Inde	2 715	1,8
Iran	2 575	1,7
Cameroun	2 290	1,5
Égypte	2 190	1,4
Brésil	2 180	1,4
Russie, Fédération de	2 060	1,3
Pérou	1 915	1,3
Sri Lanka	1 710	1,1
Ukraine	1 585	1,0
Pakistan	1 560	1,0
Congo, République démocratique du	1 460	1,0
Bangladesh	1 425	0,9
Venezuela	1 245	0,8
Maurice	1 040	0,7
Viet Nam	1 010	0,7
Syrie	1 000	0,7
Cuba	950	0,6
Turquie	930	0,6
Royaume-Uni	800	0,5
Corée du Sud	785	0,5
Israël	765	0,5
Iraq	615	0,4
Autres lieux de naissance	27 740	18,2

Source : Statistique Canada, Enquête nationale auprès des ménages 2011.

Tabla que muestra el número de migrantes por país que ingresaron a Montreal en el periodo 2006-2011. Sobresale que México ocupa el lugar 7 de los países de origen de migrantes, la mayoría son profesionistas y estudiantes según la página oficial de la ciudad de Montreal.

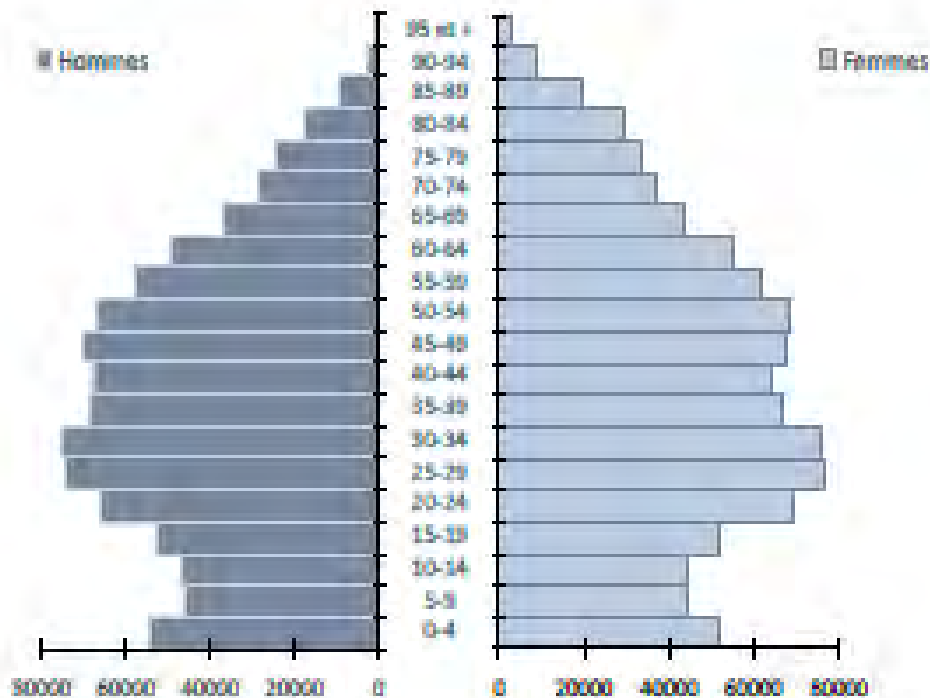
Fuente: (Ville de Montreal, 2014)

Promedio de edad

Las 287,635 personas que forman parte del grupo de menos de 14 años representan el 15% de la población del área metropolitana de Montreal, un poco menos numeroso con 239 550 personas de 15 a 24 años representan el 13% de la población; mientras que el grupo de 25 a 34 años tienen una proporción del 16% de la población. (Datos del centro estadístico de Montreal).

Pirámide de edad de la población de Montreal

*Pyramide des âges,
agglomération de Montréal, 2011*



Source : Statistique Canada, recensement de la population 2011.

Fuente: (Ville de Montreal, 2014)

5.9 Estrategias

5.9.1 Mercado objetivo

El mercado en que se centrará en la población de entre 15 a 34 años representan el 27% de la población; son los jóvenes los más abiertos e interesados en diferentes culturas y tradiciones de otros países en este caso de México; además de dirigirnos al mercado latino no solamente a los mexicanos que viven en Montreal, ya que al ser una ciudad cosmopolita e interesada en otras culturas esperamos que el producto se acoja de buena manera e interese como se esperará no solo a los connacionales que radican en esta parte de Canadá sino a la mayoría de las personas en Montreal.

El proceso con el cual se llegará a nuestro mercado objetivo es a través de los grandes almacenes, de acuerdo con un estudio realizado por Santander que a continuación se presenta:

Distribución

Tipos de almacenes

Supermercados, mercados de alimentos, tiendas de conveniencia.

Alimentaria y no alimentaria. Hay muchos de ellos en las grandes ciudades. Hay por lo menos una tienda de comida en cada ciudad.

[Loblaws](#), [Iga](#), [Metro](#), [Maxi](#), [Walmart](#)

Tiendas especializadas en alguna sección

Situados en el centro de la ciudad o en los centros comerciales.

[Sears](#), [La Baie](#), [Wal Mart](#)

"Gran descuento"

Principalmente para la ropa y el calzado.

[Winners](#)

Pequeños comercios

Pequeñas tiendas especializadas: carnicería, pescadería, frutería, charcutería, panadería, pastelería, floristas, pret-a-porter o decoración. Se prefieren por la calidad de sus productos, el contacto humano y las ventajas del trato directo.

Cash & Carry

Grandes superficies para profesionales

[Costco](#)

Cadenas de tiendas especializadas

Franquicias

Farmacéuticos: [Jean Coutu](#)

Textil: [Fabricville](#), [Fabricland](#)

Pequeños aparatos para el aseo personal: [Centre du Rasoir - Personal Edge](#)

Evolución del sector de la venta al detalle

Crecimiento y regulación

La extensión del territorio, unos 10 millones de km², complica la distribución a escala nacional. Las grandes empresas han establecido centros neurálgicos de almacenaje y redistribución de los productos en todo Canadá. La mayoría de estos centros de distribución están situados en Halifax, Montreal, Toronto y Vancouver.

Las dificultades de acceso a las diferentes regiones y las particularidades de cada una de ellas hacen que la comercialización de un producto resulte compleja. La [Oficina de Consumo](#) es la autoridad nacional de vigilancia y regulación del consumo en Canadá. La mayoría de las ventas a empresas canadienses pasan por circuitos de comercialización cortos, y en muchos casos los productos van directamente del fabricante al usuario final. Noventa por ciento o más de los posibles clientes de productos industriales se encuentran en dos o tres grandes ciudades, o cerca de ellas. El mercado de bienes de consumo está más disperso que el mercado industrial.

Segmento del mercado

En los años 90 el mercado canadiense de distribución sufrió algunos cambios con la llegada de distribuidores americanos como [Costco](#) (entrega a domicilio reservada a profesionales), [Wal-Mart](#) (hipermercados) y [Home-Dépot](#) (bricolaje-ferretería-decoración). El sector de la alimentación está concentrado y dominado por grandes grupos, especialmente por las compañías nacionales [Sobey](#) y [Loblaw](#) y por la americana Wal-Mart.

Organismos de la venta al detalle

[Asociación de vendedores, reparadores y tenderos de Quebec](#)

[Federación canadiense de tenderos de ultramarinos independientes](#)

(Export Entreprises, S.A., 2017)

De acuerdo al estudio anterior se tomó la decisión de distribuir nuestro producto a través de los almacenes especializados en comida como Sobey y Loblaw; además de Wal-Mart.

Ya que además de ser detallistas, se ubican en el centro de la ciudad y cerca de los centros educativos y comerciales que es donde mayoritariamente se ubican nuestro mercado objetivo

5.10 TECNOLOGÍAS DE PRODUCCIÓN

Para fabricar nuestro producto se necesitan distintos tipos de maquinaria

Deshidratador de alimentos: HD 120-1000 AG

Especificaciones:

Dimensión horno	:	2000 x 1700 x 2000 + 500 Sist. Extracción mm. (Ancho, Fondo, Alto)
Hogar horno	:	Acero inoxidable AISI 304 L
Carga	:	Sobre 02 carros
Cantidad de parrillas	:	70 parrillas porta alimentos por horno
Formato de parrillas	:	800 x 600 mm. en inox.
Separación entre parrillas	:	40 mm.
Trama parrillas	:	9 mm.
Capacidad	:	Según producto
Alimentación	:	Trifásica
Potencia	:	18 Kw.
Temperatura de trabajo	:	50 – 120 °C máximo 180°C regulables
Tiempo de deshidratado	:	Según producto
Costo operacional	:	3 kw / hora en 80 – 90°C
Costo por kilo de alimentos	:	Según producto

Costo: \$ 69,000

Estufa industrial

Especificaciones:

fabricado frente en acero inoxidable cuerpo en ángulo negro y parrillas en hierro fundido una estufa totalmente industrial

fogón de 3 quemadores de aproa .1.80x75x60

Plan de negocios para exportar esquites deshidratados a Canada

tiempo de fabricación aproximadamente 7 días hábiles entrega en DF y área metropolitana sin costo

a gas lp.

Costo: \$ 14,100

Olla Industrial En Acero Inoxidable 304 Grado Alimenticio

Especificaciones:

Acero inoxidable 304 grado alimenticio

Calibre 18

Dimensiones: diámetro 26cm, alto 30 cm

Capacidad: 15 lts..

Costo: \$ 1,479.00

Empacadora de vasos

Especificaciones:

Cup Holder Diámetro	2.75"/3"/3.5"
Tamaño de vasos admitidos	320gr-500gr
Voltaje	110V/60Hz
Poder	270W
Velocidad de Operación	300-500 Cups/Hour
Rangos para control de temperaturas	50°C-250°C/122°F-482°F

Costo: \$ 4,598.00

5.11 Recursos financieros

- **Nacional financiera**

Crédito joven

Características:

Financiamiento hasta por el 80% de tu proyecto

Tasa de interés: 9.9%

Plazos hasta 4 años

- **Acreeedores**

Se utilizará para la operación de los primeros 3 meses.

5.12 Factibilidad financiera

En esta parte se analizará si el proyecto es factible a realizar, en el aspecto financiero, por lo que se investigo desde la parte del financiamiento hasta proyectar las ventas; el estudio financiero se proyectó para los primeros 5 años que es el tiempo óptimo para entender el comportamiento que puede tener el proyecto.

Datos

- La inversión inicial en activo fijo será de \$ 89,177.00
- La duración del plan financiero es de 5 años
- La inversión de capital de trabajo \$ 314, 938. 00 para poder operar los primeros 6 meses
- Durante los primeros 2 años no pagaremos ISR y PTU debido a la legislación vigente.

Costo Capital

Para comenzar, el financiamiento que se necesita, el 79.01% se obtendría de banca de desarrollo; este porcentaje se debe a que, para la banca de desarrollo, llámese NAFIN o cualquier otro crédito de gobierno, es el porcentaje máximo de financiamiento que ofrece, el otro porcentaje de obtendría de los proveedores de materia prima y del equipo que se necesita.

COSTO DE CAPITAL					
		FUENTE DE FINANCIAMIENTO	% FINANCIADO	COSTO INDIVIDUAL	COSTO DE CAPITAL
BANCA DE DESARROLLO		\$248,833	79.01	10%	7.8220
ACREEDORES		\$66,105	20.99	18%	3.7782
TOTAL		\$314,938	100%	K=	11.6002

Depreciación:

A continuación, vemos el cuadro de depreciación del activo fijo, la depreciación es en base a la ley del impuesto sobre la renta, hay equipo que se termina de depreciar antes de los 5 años del plan financiero así que se tiene que dejar de aplicar la depreciación.

CUADRO DE DEPRECIACIONES									
Equipo	Cantidad	Precio unitario	Precio total	Depreciación	año1	año2	año3	año4	año5
Equipo de computo	4	\$ 9,280.00	\$ 37,120.00	30%	\$11,136.00	\$11,136.00	\$11,136.00	\$ 3,712.00	
Escritorios	4	\$ 6,500.00	\$ 26,000.00	10%	\$ 2,600.00	\$ 2,600.00	\$ 2,600.00	\$ 2,600.00	\$ 2,600.00
Sillas	8	\$ 1,200.00	\$ 9,600.00	10%	\$ 960.00	\$ 960.00	\$ 960.00	\$ 960.00	\$ 960.00
Ollas	5	\$ 1,479.00	\$ 7,395.00	8%	\$ 591.60	\$ 591.60	\$ 591.60	\$ 1,041.22	\$ 1,041.22
Estufa	1	\$ 14,100.00	\$ 14,100.00	8%	\$ 1,128.00	\$ 1,128.00	\$ 1,128.00	\$ 1,128.00	\$ 1,128.00
Empacadora	1	\$ 4,958.00	\$ 4,958.00	8%	\$ 396.64	\$ 396.64	\$ 396.64	\$ 396.64	\$ 396.64
Horno	1	\$ 69,000.00	\$ 69,000.00	8%	\$ 5,520.00	\$ 5,520.00	\$ 5,520.00	\$ 5,520.00	\$ 5,520.00
Totales			\$168,173.00		\$22,332.24	\$22,332.24	\$22,332.24	\$15,357.86	\$11,645.86

DEPRECIACIÓN POR ÁREA						
Producción	\$95,453.00	\$ 7,636.24	\$ 7,636.24	\$ 7,636.24	\$ 8,085.86	\$ 8,085.86
Ventas	\$36,360.00	\$ 7,348.00	\$ 7,348.00	\$ 7,348.00	\$ 3,636.00	\$ 1,780.00
Finanzas	\$36,360.00	\$ 7,348.00	\$ 7,348.00	\$ 7,348.00	\$ 3,636.00	\$ 1,780.00
Totales		\$22,332.24	\$22,332.24	\$22,332.24	\$15,357.86	\$11,645.86

Proyección de ingresos por año:

El siguiente cuadro muestra la proyección de ventas que se estima durante los primeros 5 años de el proyecto; es importante resaltar que las unidades de venta que se manejan son lotes de 1110 vasos de este producto, por lo que las cantidades de venta estan estimadas en lotes.

El comportamiento de las ventas estimadas se basa en que el primer año las ventas son menores porque es el periodo de presentación y aceptación del producto en el mercado, se proyecta que entre el segundo y tercer año es cuando se tendría un mayor crecimiento de ventas, ya que se este afianzado en el mercado; a partir del tercer año se tendría un aumento sostenido de las ventas hasta el final de la proyección.

Por cuastion de flujo de efectivo, y estrategia comercial se tendría un esquema de cobro de contado, 30 y 60 días.

PROYECCIÓN DE INGRESOS ANUALES A 5 AÑOS						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
CANTIDAD EN VENTAS	24	26	30	34	38	152
PRECIO POR LOTE	40648.2	42679.5	42679.5	44233.03	44233.03	
\$ VENTAS	\$ 975,556.80	\$ 1,109,667.00	\$ 1,280,385.00	\$ 1,503,923.15	\$ 1,680,855.28	\$ 6,550,387.23
30% CONTADO	\$ 975,556.80	\$ 332,900.10	\$ 384,115.50	\$ 451,176.94	\$ 504,256.59	\$ 2,648,005.93
40% A 30 DÍAS	\$ -	\$ 294,488.55	\$ 499,350.15	\$ 589,926.29	\$ 641,378.99	\$ 2,025,143.98
30% A 60 DÍAS	\$ -	\$ 358,507.80	\$ 379,847.55	\$ 460,718.37	\$ 521,949.80	\$ 1,721,023.52
INGRESO ANUAL	\$ 975,556.80	\$ 985,896.45	\$ 1,263,313.20	\$ 1,501,821.61	\$ 1,667,585.37	\$ 6,394,173.43

Proyección de egresos por año:

En la siguiente tabla se muestra a los egresos que se tendría; en los primeros tres renglones se refiere a los conceptos correspondientes al costo del producto o costo de venta; la materia prima, mano de obra y los costos indirectos, en los anexos del presente trabajo se desglosa el cálculo de cada uno de estos conceptos.

Lo que refiere a los gastos de administración se contemplan los gastos generales de oficina (papelería, insumos, luz, renta Etcétera.), también los salarios de los colaboradores del área administrativa, cabe destacar que, en la parte de los salarios, ya se encuentran integrados de acuerdo con la ley.

Todo lo anterior se muestra en la siguiente tabla, los egresos se proyectan para los 5 años del proyecto ya contemplando la inflación, la cual se contempla en 5% de acuerdo con la presentada en los años previos en México y Canadá.

PROYECCION DE EGRESOS ANUALES A 5 AÑOS						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
MATERIAL DIRECTO	\$ 130,574.66	\$ 139,007.99	\$ 179,948.20	\$ 201,541.99	\$ 297,589.34	\$ 948,662.19
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 73,930.47	\$ 78,705.37	\$ 101,885.43	\$ 114,111.69	\$ 138,619.64	\$ 507,252.60
GASTOS DE FABRICACION	\$ 2,238.37	\$ 2,350.28	\$ 3,042.48	\$ 3,407.58	\$ 4,139.43	\$ 15,178.14
COSTO DE FABRICACION	\$ 206,743.50	\$ 220,063.64	\$ 284,876.12	\$ 319,061.26	\$ 440,348.41	\$ 1,471,092.93
GASTOS DE VENTA	\$ 174,376.30	\$ 192,252.06	\$ 201,864.66	\$ 213,976.54	\$ 226,815.14	\$ 1,009,284.70
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 381,669.60	\$ 400,753.08	\$ 440,828.39	\$ 484,911.23	\$ 533,402.35	\$ 2,241,564.64
GASTOS FINANCIEROS	\$ 87,622.05	\$ 82,695.16	\$ 77,768.27	\$ 72,841.38	\$ 67,914.49	\$ 388,841.35
EGRESO ANUAL	\$ 850,411.45	\$ 895,763.94	\$ 1,005,337.44	\$ 1,090,790.40	\$ 1,268,480.39	\$ 5,110,783.63

Calculo de la inversión de trabajo

El capital de trabajo, como su nombre lo indica es el fondo económico que utiliza la Empresa para seguir reinvertiendo y logrando utilidades para así mantener la operación corriente del negocio. Con los puntos anteriores nos da un capital de trabajo como sigue:

CALCULO DE LA INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESO ANUAL	\$ 975,556.80	\$ 985,896.45	\$ 1,263,313.20	\$ 1,501,821.61	\$ 1,667,585.37	\$ 6,394,173.43
EGRESO ANUAL	\$ 850,411.45	\$ 895,763.94	\$ 1,005,337.44	\$ 1,090,790.40	\$ 1,268,480.39	\$ 5,110,783.63
SALDO ANUAL	\$ 125,145.35	\$ 90,132.51	\$ 257,975.76	\$ 411,031.21	\$ 399,104.99	\$ 1,283,389.81
SALDO ACUMULADO	\$ 125,145.35	\$ 215,277.86	\$ 473,253.62	\$ 884,284.82	\$ 1,283,389.81	\$ 2,981,351.45

Estado de resultados

A continuación, se muestra el estado de resultados proyectado.

ESTADO DE RESULTADOS						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
VENTAS	\$ 975,556.80	\$ 985,896.45	\$ 1,263,313.20	\$ 1,394,635.08	\$ 1,532,437.14	
COSTO DE VENTAS	\$ 206,743.50	\$ 220,063.64	\$ 284,876.12	\$ 319,061.26	\$ 440,348.41	
UTILIDAD BRUTA	\$ 768,813.30	\$ 765,832.81	\$ 978,437.08	\$ 1,075,573.82	\$ 1,092,088.73	
GASTOS DE VENTA	\$ 174,376.30	\$ 192,252.06	\$ 201,864.66	\$ 213,976.54	\$ 226,815.14	
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 381,669.60	\$ 400,753.08	\$ 440,828.39	\$ 484,911.23	\$ 533,402.35	
RIF						
GASTOS FINANCIEROS	\$ 87,622.05	\$ 82,695.16	\$ 77,768.27	\$ 72,841.38	\$ 67,914.49	
UTILIDAD DESPUES DEL RIF	\$ 125,145.35	\$ 90,132.51	\$ 257,975.76	\$ 303,844.68	\$ 263,956.75	
DEPRECIACIONES	\$ 22,332.24	\$ 22,332.24	\$ 22,332.24	\$ 15,357.86	\$ 11,645.86	
OTROS GASTOS						
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 102,813.11	\$ 67,800.27	\$ 235,643.52	\$ 288,486.82	\$ 252,310.90	
ISR			\$ 82,475.23	\$ 100,970.39	\$ 88,308.81	
PTU			\$ 23,564.35	\$ 28,848.68	\$ 25,231.09	
UTILIDAD NETA	\$ 102,813.11	\$ 67,800.27	\$ 129,603.93	\$ 158,667.75	\$ 138,770.99	

Resultados

VALOR PRESENTE F.N.E.A.							
AÑO	0	1	2	3	4	5	TOTAL
INGRESOS MENOS EGRESOS	-\$ 314,938.00	\$ 125,145.35	\$ 90,132.51	\$ 257,975.76	\$ 411,031.21	\$ 399,104.99	1,283,390
DEPRECIACIÓN		\$ 22,332.24	\$ 22,332.24	\$ 22,332.24	\$ 15,357.86	\$ 11,645.86	94,000
VENTA DE EQUIPO							0
F.E. ANTES DE IMPUESTOS	-\$ 314,938.00	\$ 102,813.11	\$ 67,800.27	\$ 235,643.52	\$ 395,673.35	\$ 387,459.13	1,189,389
IMPUESTOS 30%ISR y 10% PTU				\$ 106,039.58	\$ 178,053.01	\$ 174,356.61	458,449
F.E. DESPUÉS DE IMPUESTOS	-\$ 314,938.00	\$ 102,813.11	\$ 67,800.27	\$ 129,603.93	\$ 217,620.34	\$ 213,102.52	730,940
DEPRECIACIÓN		\$ 22,332.24	\$ 22,332.24	\$ 22,332.24	\$ 15,357.86	\$ 11,645.86	94,000
CAPITAL DE TRABAJO							
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO	-\$ 314,938.00	\$ 125,145.35	\$ 90,132.51	\$ 151,936.17	\$ 232,978.20	\$ 224,748.38	510,003
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO ACUMULADO	-\$ 314,938.00	-\$ 189,792.65	-\$ 99,660.14	\$ 52,276.03	\$ 285,254.23	\$ 510,002.61	
VALOR PRESENTE F.N.E.A.	-\$ 314,938.00	\$ 107,883.92	\$ 66,983.14	\$ 97,339.08	\$ 128,671.78	\$ 107,005.63	192,946
tasa costo de capital		1	0.862068966	0.743162901	0.640657674	0.552291098	0.476113015

VPN

“El Valor actual neto o valor presente neto, es el método más conocido, mejor y generalmente más aceptado por los evaluadores de proyectos. Mide el excedente resultante después de obtener la rentabilidad deseada o exigida y después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer periodo de operación, y le resta la inversión total expresada en el momento 0. Si el resultado es mayor que 0, mostrara cuanto se gana con el proyecto, después de recuperar la inversión, por sobre la tasa de retorno exigida; si el resultado es igual a 0, indica que el proyecto reporta exactamente la tasa que se quería obtener; y si el resultado es negativo, muestra el monto que falta para obtener la tasa deseada después de recuperada la inversión. Además de que podría indicar que el total de la inversión no se recupera”. (Sapag Chain, 2011)

Para aplicar la herramienta del valor presente neto, se considerarán tres escenarios posibles en el escenario normal nuestro valor de la VPN es de \$120,191.97, es a una tasa del 22% que es una tasa que se considera normal para un proyecto de inversión mientras que en el escenario 2 es de \$ 252,387.29, se considera el 12% como la tasa mínima que queremos obtener ya que es el costo de capital que tenemos; por último, la tasa de la TIR la comprobamos en el escenario 3.

FLUJOS NETOS DE EFECTIVO		ESCENARIO NORMAL VP	ESCENARIO 2 VP	TASA DE LA TIR VP
		22%	12%	36%
0	-\$ 314,938.00	-\$ 314,938.00	-\$ 314,938.00	-\$ 314,938.00
1	\$ 125,145.35	\$ 102,578.15	\$ 111,736.92	\$ 91,745.02
2	\$ 90,132.51	\$ 60,556.65	\$ 71,853.09	\$ 48,441.44
3	\$ 151,936.17	\$ 83,672.30	\$ 108,145.17	\$ 59,863.83
4	\$ 232,978.20	\$ 105,166.15	\$ 148,061.86	\$ 67,295.55
5	\$ 224,748.38	\$ 83,156.73	\$ 127,528.27	\$ 47,592.16
	V.P.N.	\$ 120,191.97	\$ 252,387.29	\$ 0.00

PERIODO DE RECUPERACIÓN O PAYBACK

PERIODO ULTIMO CON FLUJO NEGATIVO	2	AÑOS
VALOR ABSOLUTO DEL ULTIMO FLUJO ACUMULADO NEGATIVO	-99,660.14	
VALOR DEL FLUJO DE EFECTIVO DEL SIGUIENTE PERIODO	151,936.17	
PERIO DE RECUPERACION O PAYBACK	2.66	

El periodo de en qué se recuperaría la inversión sería de 2.66 años, el cual es un periodo aceptable para un proyecto de inversión, se calculó en base al flujo de efectivo del proyecto.

La fórmula utilizada está en la parte de anexos

BENEFICIO COSTO

INVERSION	\$ 314,938.00		
FLUJO NETO	\$ 376,718.49	=	LA INVERSION SE RECUPERA EN 1.20

El estudio financiero también arrojo el dato de que la inversión se recupera y casi duplica lo que invertimos al final de los 5 años.

TIR

La tasa interna de retorno; es la tasa de descuento que iguala al valor presente de los flujos futuros de efectivo esperados (flujos de efectivo descontados) con el costo inicial del proyecto. Viene a ser la tasa de descuento que iguala al valor presente de sus ingresos de efectivo con el valor presente de los egresos, este método toma en cuenta el valor del dinero en función del tiempo.

En base a los datos anteriores nos da una tasa interna de retorno del 36%. Es decir, por cada peso invertido nos devuelve 36 centavos, haciendo que nuestra inversión sea atractiva. La fórmula utilizada está en la parte de anexos.

5.13 Proceso de fabricación

Para fabricar nuestro producto, se pasan por cuatro etapas:

Lavado

En esta etapa la materia prima se descarga y se lava, se desinfecta y se preparan todos los ingredientes, para lavar y desinfectar se usa el siguiente procedimiento:

- Se somete la verdura bajo chorro de agua para quitar toda la suciedad que trae desde la cosecha.
- Se deja bajo una solución desinfectante aproximadamente 10 minutos; la solución se compone de agua potable con hipoclorito de sodio a una razón de 10/100.
- Se lava con jabón de manera artesanal.
- Por último, se vuelve a enjuagar toda la materia prima bajo chorro de agua.

Cocinado

El cocinado de nuestro producto se hace de manera artesanal con la receta:

- Se cocinan de forma tradicional de acuerdo con nuestra receta
- Se le agrega los aditivos y conservadores que ayudarán a que la vida del producto sea mayor.

Deshidratado

Este proceso es el más importante en la elaboración de nuestro producto;

Aquí el producto ya hecho se mete al deshidratador donde a través de aire caliente se extrae la mayor cantidad de agua contenida en el producto.

El deshidratador opera con gas que hace que caliente el aire; el producto se introduce con charolas haciendo que el aire penetre uniformemente en todo el producto

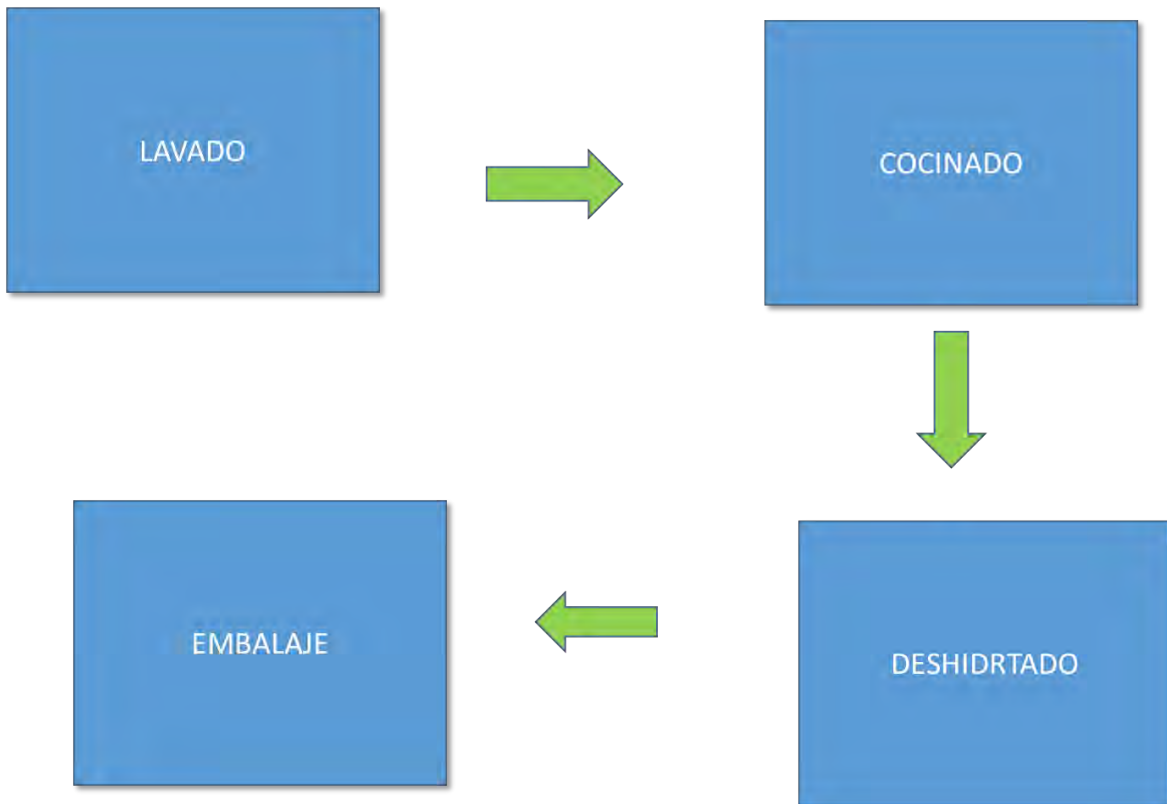
El proceso dura aproximadamente 9 horas por carga.

Empaquetado

Ya deshidratado el producto se empaqueta con una máquina que sella los vasos al vacío, la maquina tiene una capacidad para empaquetar aproximadamente 200 a 300 vasos por hora.

Antes de empaquetar se revisa si el producto está libre de agua y perfectamente deshidratado

Esquema del proceso de fabricación



Fuente: elaboración propia

5.14 Logística y transportación

Incoterms

Los Incoterms son un conjunto de reglas internacionales, regidos por la Cámara de Comercio Internacional, que determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional.

Los Incoterms también se denominan cláusulas de precio, pues cada termino permite determinar los elementos que lo componen. La selección del Incoterm influye sobre el costo del contrato.

El propósito de los Incoterms es el de proveer un grupo de reglas internacionales para la interpretación de los términos más usados en el Comercio internacional.

Los Incoterms determinan:

- El alcance del precio.
- En qué momento y donde se produce la transferencia de riesgos sobre la mercadería del vendedor hacia el comprador.
- El lugar de entrega de la mercadería.
- Quién contrata y paga el transporte
- Quién contrata y paga el seguro
- Qué documentos tramita cada parte y su costo.

Cotización

Para la cotización de los precios se tienen que tener en consideración varios temas; dependiendo del tipo de transporte que vamos a utilizar, por ejemplo, para la cotización del transporte marítimo que es la que utilizaremos se tienen que considerar para pedir una cotización es:

- Lugar de recogida, puerto de origen y puerto de destino.
- Tipo de contenedor y tamaño
- Peso de la mercancía
- Valor de la mercancía

Los conceptos habituales que aparecen en las cotizaciones de transporte marítimo son las siguientes:

- Transporte interior hasta el puerto de salida. Puede ser mediante camión y ferrocarril.
- Cargo por manipulación o THC (terminal handling charge). Dependerá del puerto, de la línea marítima y del tipo de contendor.

- Tarifa portuaria por la utilización del puerto por parte de las mercancías y se paga por el peso. En este concepto, a veces se incluye el recargo del código de protección de Buques e instalaciones portuarias (ISPS Code)
- Documentación, incluye el despacho de aduanas y la emisión del conocimiento de embarque.
- Despacho de aduanas. Se abona una cantidad según un escalado, que ira en función del valor CIF de la mercancía (valor de la mercancía, más flete y seguro) (Peña Andres, 2016)

Para la transportación del producto se siguen dos transportes uno de la planta ubicada en Querétaro hacia el puerto de Veracruz; este se hace con carga consolidada esto es agrupar nuestra mercancía junto con la de otros clientes que llevan el mismo destino, esto trae beneficios principalmente en el precio y en el tiempo de traslado.

En este caso se optó por la compañía Tres Guerras ya que además de ofrecer este servicio ofrece el servicio de traslado hacia el puerto con un precio que es el mejor del mercado.

Ya en el puerto se contra la agencia aduanera que se encarga de los tramites, así como del embarque del producto en el puerto; además de la llegada a Canadá en el puerto de Montreal. Cabe destacar que la agencia aduanera se contrata desde que sale el producto para

En nuestro caso se utiliza el incoterm DAP, haciéndose cargo de todos los gastos hasta que sale del almacén de puerto de Montreal rumbo al centro de distribución, ya que los detallistas exigen estos cuidados como condiciones de compra.

Para la entrada a Canadá se deben utilizar los siguientes documentos; de acuerdo con TFO Canadá:

Documentación De Importación

El rango de documentos para exportar a Canadá, podrían incluir:

- Conocimiento de Embarque o Guía Aérea de Carga: El contrato de transporte emitido por la transportadora marítima o aérea también es un recibo. Otorga el título a los bienes y las copias firmadas son prueba de derecho propietario.
- Certificado de Origen (Formulario A): La CBSA requiere de un certificado de origen para establecer donde se manufacturarán los bienes y para determinar la tasa aplicable de aranceles aduaneros.
- Factura comercial: Esta la usa el exportador para cobrar bienes al comprador canadiense. Los exportadores usan sus propios formularios, pero el contenido debe incluir información estándar como fecha de emisión, nombre y dirección del comprador y el vendedor, numero de contrato, descripción de los bienes, precio unitario, número de unidades por paquete, peso total y condiciones de entrega y pago.

- Permisos de exportación: Los permisos como por ejemplo para especies en peligro de extinción los emite el gobierno del país exportador.
- Certificados de inspección: Los certificados sanitarios y otros certificados son requeridos para algunos tipos de producto que ingresan a Canadá, incluyendo plantas, semillas, animales, farmacéuticos, material de vivero y carne.
- Lista de Empaque: eventualmente es requerida como suplemento de la factura comercial.
- Factura Pro-Forma: Este cálculo de costo de entrega es generalmente requerido para una venta exitosa. (TFO Canada, 2015)

6 Conclusiones

Este trabajo se realizó para probar que los productos mexicanos pueden exportarse a otros países, y tener aceptación, los esquites son un producto que entra en el concepto de snack, que es muy popular y típico en México, es un producto que es versátil y puede comerse a cualquier hora del día, en la región de Canadá que se eligió para comenzar a exportar, es muy probable que tenga la aceptación deseada, ya que es una provincia multicultural, cosmopolita que es conocida por aceptar lo que viene de afuera

De acuerdo con las estimaciones realizadas, el proyecto se vuelve rentable a los 2 años, 7 meses, que es cuando se empieza a generar utilidades netas; haciendo que la segunda parte de nuestra hipótesis se cumpla también, porque el plan financiero es sólido y bien estudiado, aparte de que se vuelve rentable al mediano plazo. La inversión se recuperaría en 1.20 veces lo invertido, en el periodo de 5 años que es lo que dura este plan financiero. Para lograr este proyecto se necesitan una inversión inicial de \$314,938.00.

Siguiendo los objetivos trazados al principio de este trabajo de investigación se concluye que se cumple al entender el proceso de exportación que debe seguir este producto. En este trabajo se desarrollaron temas que se vieron en la carrera , y que aquí se aplicó de manera más real, como el comercio exterior, se tuvo que revisar el TLCAN para poder confirmar que nuestro producto cumpliera con los requisitos y especificaciones que demanda el TLCAN para poder ser exportado con tasa arancelaria 0%. El producto cumple con las reglas de origen que establece el TLCAN para la exportación haciendo que pueda entrar a territorio canadiense sin ningún problema. Al realizar el trabajo de investigación no se puede ignorar el momento que vive este acuerdo comercial así que sé tuvo que consultar las reglas de la OMC que son las que rigen el comercio a nivel global y se encontró con el GATT y el AGCS que son los acuerdos que rigen a productos como el que aquí se estudió, este acuerdo contiene temas de convenios de exportación e importación que se tendría que adoptar en caso que el TLCAN se elimine Otro de los temas que se encontró importante corresponde a las normas oficiales mexicanas que son un conjunto de reglas de calidad que debe contener un producto para tener una garantía de calidad que sirve para tener un respaldo con el cliente.

México es una economía emergente, que necesita ser más dinámica para poder ser competitiva y crecer. En este momento que atraviesa el país se hace más necesario crear nuevas fuentes de empleo para poder ser más prósperos; en una economía abierta las empresas deben buscar más alternativas para vender sus productos y servicios; México es el país con más tratados comerciales en el mundo así que tenemos que aprovecharlo; más en este momento que estamos enfrentando como

nación. la generación de empleos bien pagados, la competitividad y la innovación son las claves para un mayor crecimiento.

Al finalizar el trabajo de investigación se comprobó que nuestra hipótesis se cumple por qué; primero los esquites son un buen producto para exportar, y más al destino que elegimos porque la ciudad de Montreal es una ciudad vibrante, cosmopolita y que está abierta a recibir y conocer nuevas culturas, además de que el producto, por sus características es fácil de consumir y aceptar.

Uno de los desafíos que se encontró fue la forma que se iba a vender el producto, por un lado, estaba la opción de venderlo directamente, pero se descartó esta opción porque implica un gran esfuerzo económico que en este proyecto como pyme no se esta en posición de aceptar, ya que conlleva obtener un lugar para venderlos, promoción del mismo, empleados, permisos y demás gastos de operar en Canadá. Así que el modelo que se adopto es de venderlo a través de las grandes cadenas de supermercados que tienen una opción de venderlo a estas tiendas y ellos se encargan de la promoción, se eligió este modelo de ventas no solo por su costo si no porque los centros comerciales están ubicados cerca de centros educativos y financieros de la ciudad donde se concentra el mercado objetivo. Al ser un producto nuevo en el mercado se tendría que ajustar la demanda, y aceptación del mercado hacia el producto, cosa que se tiene confianza da las características propias del mismo, así como las de la población canadiense. las ventas se calcularon en base a un estudio de diferentes productos similares (en características y extranjeros), se estudió su comportamiento en ventas de acuerdo con el tiempo de lanzamiento; haciendo las estimaciones en base real.

Por último, se espera que este trabajo sea una oportunidad de demostrar que en este país se pueden hacer cosas buenas. Cuando se comenzó a elaborar este trabajo se tenía claro que se podría hacer algo que en algún momento pueda ser una oportunidad real para generar desarrollo, prosperidad, y empleos de calidad; se considera que el trabajo duro y profesional puede llevar al éxito. Al ser egresados de la UNAM se tiene el compromiso de aplicar los conocimientos adquiridos en beneficio de la sociedad, para un mejor futuro; algo que se quiere proyectar en este trabajo.

7 Bibliografía

- Abascal Rojas, Francisco. 2004.** *Como se hace un plan estrategico, la teoría del marketing estrategico.* Madrid : ESI Editores, 2004.
- Abell, Derek, Hammond. 2006.** *Planeación estrategica de mercado, problemas y enfoques analíticos.* Boston : Continental, 2006.
- Almaraz Rodriguez, Ignacio, Gomez Hernandez, Denise y Banda, Ortiz Humberto. 2012.** *Formulación y evaluación de proyectos de inversión, aspectos económicos y financieros.* México DF : Probooks, 2012.
- Banco Mundial. 2015.** El Banco Mundial. [En línea] 2015.
<http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GNP.PCAP.CD>.
- Bligoo. 2013.** Desarrollo Empresarial. [En línea] 2013.
<http://desarrollomicroempresarial.bligoo.com.mx/departamentos-de-una-empresa>.
- 2010.** blogspot. *blogspot.* [En línea] entrepreneuru, 05 de 2010.
<http://entrepreneuru.blogspot.mx/2010/05/d-etapas-de-un-plan-de-negocios.html>.
- Canada, Government of. 2013.** Government of Canada Web Site. [En línea] 2013.
<http://www.canada.gc.ca/home.html>.
- Cegarra Sánchez, José. 2004.** *Metodología de la Investigación Científica y Tecnológica.* Madrid España : Ediciones Díaz de Santos. , 2004.
- 2013.** emprendia.org. *emprendia.* [En línea] 2013.
<http://www.emprendia.org/faq.php?id=1&tema=42&f=32&lang=cas>.
- Emprendimiento universitario. 2013.** Emprendimiento universitario. [En línea] 2013.
<http://www.emprendia.org/faq.php?id=1&tema=42&f=32&lang=cas>.
- 2013.** expansion.com. *expansion.com.* [En línea] emprendedores, 28 de 08 de 2013. [Citado el: 27 de 07 de 2017.] <http://www.expansion.com/2013/08/28/emprendedores-empleo/emprendimiento/1377706584.html>.
- Export Enterprises, S.A. 2017.** Santander trade portal. *Santander trade portal.* [En línea] 01 de 12 de 2017. [Citado el: 02 de 01 de 2017.] <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/canada/presentacion-general>.
- Fernández Falcon, Arcadio. 2017.** Embalaje Industrial. *Encaja embalajes&trading.* [En línea] embalaje, 2017. [Citado el: 20 de 01 de 2018.] <http://blog.cajaeco.com/los-simbolos-iso-para-embalajes/>.
- Gil Estallo, María de los Ángeles.** *La Organización de la Empresa.* s.l. : UOC Universidad Virtual.
- Gironella De Angeli, Alicia. 2014.** *Larousse de la cocina mexicana.* tercera. Mexico : Larousse ediciones, 2014. pág. 464. 9786072109353.
- Gobierno Federal. 2013.** SUBSECRETARÍA DE PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA SALUD. [En línea] 2013. <http://www.spps.gob.mx/>.

Gonzalez Zarate, Alfonso. 2001. *Proyecto de Exortaciòn de tuna blanca (Opuntia spp) mexicana, a San Antonio Texas (E.U.A.).* Cuautitlàn Izcalli, Estado de Mèxico : Tesis FES Cuautitlàn, 2001.

Google Maps. 2018. Google Maps. *Google.* [En línea] Google Maps, 2018. [Citado el: 01 de 02 de 2018.]

<https://www.google.com.mx/maps/place/Santa+Rosa+J%C3%A1uregui,+Qro./@20.7482106,-100.4763978,14z/data=!4m5!3m4!1s0x85d3576798237f25:0x73a2412e11a52fbd!8m2!3d20.7431124!4d-100.4468951>.

Hernández Sampieri, Roberto. 2007. *Hernández Sampieri, Roberto. Metodología de la Investigación.* . México DF. : McGraw-Hill, 2007.

2017. *Ley Aduanera.* México : s.n., 2017.

2017. *Ley De Comercio Exterior.* México : s.n., 2017.

2017. *Ley De Puertos.* México : s.n., 2017.

2017. *Ley de Sociedades Mercantiles.* 2017.

2016. *Ley Del Impuesto Sobre La Renta.* México : s.n., 2016.

2016. *Ley Del IVA.* México : s.n., 2016.

2017. *Ley Federal De Metrología Y Normalización.* México : s.n., 2017.

2017. *Ley Federal del Trabajo.* México : s.n., 2017.

2017. *Ley Impuesto General A La Importación Y Exportación.* México : s.n., 2017.

Lumpkin, James, Strutton, David y Felton. 2005. *Canales de marketing y dsitribución comercial.* s.l. : Mc Graw Hill, 2005. Segunda edición.

Mejía Mejía, Elías. 2005. *Metodología de la Investigación Científica.* Peru,Lima : Centro de Producción Editorial e Imprenta de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 2005.

Mèndez, Àngela. 2013. *Expansiòn.* [En línea] 28 de Agosto de 2013.

<http://www.expansion.com/2013/08/28/emprendedores-empleo/emprendimiento/1377706584.html>.

Mendicoa, Gloria Edel. 2005. *Lecciones de Enseñanza y Aprendizaje.* Buenos Aires Argentina : Espuco Editorial, 2005.

Mercado, Salvador. 2008. *Canales de distribucion y logística.* México : Ediciones Macchi, 2008. Segunda edición .

Monserrat, Ollé. 2006. *El Plan de empresa, cómo planificar la creación de una empresa.* Bogotá : Alfaomega, 2006.

OMC. 2005. Organizacion Mundial de Comercio. [En línea] 2005. [Citado el: 07 de 12 de 2017.] https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/fact1_s.htm.

Pedraza Rendon, Oscar Hugo. 2013. *Modelo de Plan de Negocios para la micro y pequeña empresa.* Ciudad de México : Grupo Editorial Patria, 2013. 978-607-438-315-7.

Peña Andres, Cristina. 2016. *Manual de transporte para el comercio internacional, selección y gestión del transporte para la exportación.* Barcelona : Alfaomega, 2016. 978-607-622-744-2.

Piestrak, Daniel. 2007. *Los siete factores claves del marketing estratégico.* s.l. : Les Editors d'Organisation, 2007.

PINO, M A. 2008. *Recursos Humanos.* España : EDITEX, 2008.

Rankia. 2018. Rankia. [En línea] 06 de 01 de 2018. [Citado el: 03 de 03 de 2018.] <https://www.rankia.mx/blog/mejores-opiniones-chile/3391122-tasa-interna-retorno-tir-definicion-calculo-ejemplos>.

Romero, Rosa y Alex, León. 2008. *Logística del transporte marino.* Barcelona : Logis Book, 2008. 1era edición.

Sapag Chain, Nassir. 2011. *Proyectos de inversión. Formulación y evaluación.* segunda edición. Santiago de Chile : Pearson Educacion, 2011.

Soy Entrepreneur. 2011. *Soy Entrepreneur.* [En línea] 08 de Diciembre de 2011. <http://www.soyentrepreneur.com/14096-tu-plan-de-negocios-paso-a-paso.html>.

TFO Canada. 2015. TFOCanada.com. [En línea] 02 de 01 de 2015. [Citado el: 11 de 11 de 2017.] http://www.tfocanada.ca/docs.php?page=1_1.

Tiposde.org. 2015. Tiposde.org. [En línea] 2015. <http://www.tiposde.org/empresas-y-negocios/4-tipos-de-empresas/#ixzz2a0M3C11t>.

Tratado de Libre Comercio de América del Norte .

Ucañán Leyton, Roger. 2015. *gestiopolis.com. www.gestiopolis.com.* [En línea] 18 de 02 de 2015. [Citado el: 01 de 02 de 2017.] <https://www.gestiopolis.com/calculo-del-periodo-de-recuperacion-de-la-inversion-o-payback>.

Unidad de Emprendimiento. 2010. *Unidad de Emprendimiento.* [En línea] 2010. <http://entrepreneuru.blogspot.mx/2010/05/d-etapas-de-un-plan-de-negocios.html>.

Ville de Montreal. 2014. Ville de Montreal. *Ville de Montreal.* [En línea] 01 de 2014. [Citado el: 03 de 03 de 2017.] http://ville.montreal.qc.ca/portal/page?_pageid=5798,38997565&_dad=portal&_schema=PORTAL&lettre=P.

World Freight Rates. 2017. World Freight Rates. *World Freight Rates.* [En línea] 15 de 11 de 2017. <http://www.worldfreightrates.com/es>.

8 Glosario

ADPIC

Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio, 28

AGCS

General Agreement on Trade in Services(acuerdo general seobre comercio o servicios), 28, 29, 69

CBSA

Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá (ASFC) (en francés, Agence des services frontaliers du Canada (ASFC), 68

GATT

General Agreement on Tariffs and Trade (Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio), 4, 27, 28, 29, 30, 69

NAFIN

Nacional financiera, 59

NMF

Acuerdo sobre la nación mas favorecida, 28

OMC

Organizacion Mundial de comercio, 4, 28, 29, 30, 31, 69

TIR

Tasa Interna de Retorno, 64

TLCAN

Tratado de Libre comercio de America del Norte, 25, 27, 69

VPN

Valor presente neto, 64

9 Anexos

Costos de producción

Costos totales: en la siguiente tabla se muestra los tres elementos del costo de producción por lote y por unidad.

COSTO DE PRODUCCIÓN				
	\$ LOTE		\$ UNIDAD	
MATERIA PRIMA	\$	5,440.61	\$	4.88
MANO DE OBRA	\$	3,080.44	\$	2.78
GASTOS INDIRECTOS	\$	91.99	\$	0.08
COSTO TOTAL	\$	8,521.05	\$	7.66

El costo de producción que se presenta en la figura anterior se presenta por lote y por unidad, las ventas se calcularon con base en lotes.

Consideraciones

- Las ventas se calculan respecto a lotes.
- Los costos se calculan en lotes
- Cada lote tiene 1110 vasos

Mano de obra

Se muestra el costo de la mano de obra de los tres procesos de producción ya con el salario diario, con el factor de integración que se calcularán.

La plantilla que vamos a necesitar se conforma con:

- Preparador: 2
- Cocinero: 1
- Ingeniero en alimentos: 1
- Operador: 3
- Empacador: 1
- Embalador: 1

Plan de negocios para exportar esquites deshidratados a Canada

MANO DE OBRA								
PROCESO	NO TRABAJAD	SEMANA	DIA	INTEGRACION	SDI	POR HORA	HRS POR LOTE	COSTO POR LOTE
COCIDO								
PREPARADOR	2	2400	685.71	1.0863	744.89	93.11	1	\$ 93.11
COCINERO	1	2500	357.14	1.0863	387.96	48.50	5	\$ 242.48
ing alimentos	1	5000	714.29	1.0863	775.93	96.99	5	\$ 484.96
DESHIDRATADO								
OPERADOR	3	7500	3214.29	1.0863	3491.68	436.46	5	\$ 2,182.30
ENVASADO								
EMPAQUETADOR	1	1500	214.29	1.0863	232.78	29.10	1	\$ 29.10
ENVALADOR	1	2500	357.14	1.0863	387.96	48.50	1	\$ 48.50
TOTAL								\$ 3,080.44

Materia prima

La siguiente tabla muestra el cálculo de la materia prima que necesitamos, el costo fue calculado para fabricar un lote

MATERIA PRIMA							
INGREDIENTES	PRECIO MP	CONVERSION	GRAMOS POR UNIDAD	GRS	PRECIO UNIDAD	PRECIO LOTE	
MAIZ	2739.53 tonelada	97.86	440.37 gr	0.273953	\$ 1.21	\$ 1,339.11	
EPAZOTE	50 manojo aprox	0.14	0.63 gr	0.5	\$ 0.50	\$ 555.00	
CHILE SERRANO	22.8 kilo	0.8	3.6 gr	0.0228	\$ 0.08	\$ 91.11	
CALDO DE POLLO	20 lt	0.8	3.6 ml	0.02	\$ 0.07	\$ 79.92	
SAL	10 kilo	0.34	1.53 gr	0.01	\$ 0.02	\$ 16.98	
LECITINA DE SOYA	49 kilo	0.05	0.225 gr	0.049	\$ 0.01	\$ 12.24	
BENOZATO DE POTASIO	5 kilo	0.01	0.045 gr	0.005	\$ 0.00	\$ 0.25	
TOTAL INGREDIENTES		100	450 gr		\$ 1.89	\$ 2,094.61	
ENVASES					\$ 2.50	\$ 2,775.00	
TAPAS					\$ 0.50	\$ 555.00	
POLIETILENO				160		\$ 16.00	
TOTAL UNIDADES POR LOTE							1110
COSTO TOTAL MP					\$ 4.89	\$ 5,440.61	

Gastos indirectos

Los gastos indirectos que se presentan se calculan por lote, se consideraron los que tienen que ver con el proceso de producción.

GASTOS INDIRECTOS POR LOTE	
LUZ	52.704
AGUA	20.75
GAS	18.53

Gastos de venta

En la parte de gastos de venta se incluyen los gastos de las aduanas, transportación y embarque de la mercancía, los gastos de venta se calcularon con la calculadora en línea: www.worldfreightrates.com la cual nos da el importe de nuestra mercancía desde la salida de nuestra planta hasta la llegada al puerto de Montreal. Además de los gastos de exportación contempla los gastos generales del área de venta.

GASTOS DE VENTA AL AÑO	
Transporte y aduanas	\$ 95,929.90
Gastos de oficina	\$ 78,446.40
Suma de gastos de venta	\$ 174,376.30

Gastos de administración

Lo que refiere a los gastos de administración se contemplan los gastos generales de oficina (papelería, insumos, luz, renta Etcétera.), también los salarios de los colaboradores del área administrativa, cabe destacar que, en la parte de los salarios, ya se encuentran integrados de acuerdo a la ley.

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN AL AÑO	
Salarios	\$ 264,000.00
Gastos de oficina	\$ 117,669.60
Suma de gastos de venta	\$ 381,669.60

Formula del periodo de recuperación de la inversión.

$$\text{Período de Payback} = \left[\begin{array}{l} \text{Período último con Flujo} \\ \text{Acumulado Negativo} \end{array} \right] + \left[\frac{\text{Valor absoluto del último Flujo acumulado negativo}}{\text{Valor del Flujo de Caja en el siguiente período}} \right]$$

$$\text{Período de Payback} = [2] + \left[\frac{|-100|}{200} \right]$$

$$\text{Período de Payback} = 2,5 \text{ años}$$

Fuente: [\(Ucañán Leyton, 2015\)](#)

Formula de la TIR (Tasa interna de retorno)

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

Fuente: (Rankia, 2018)

Plan de negocios para exportar esquites deshidratados a Canada

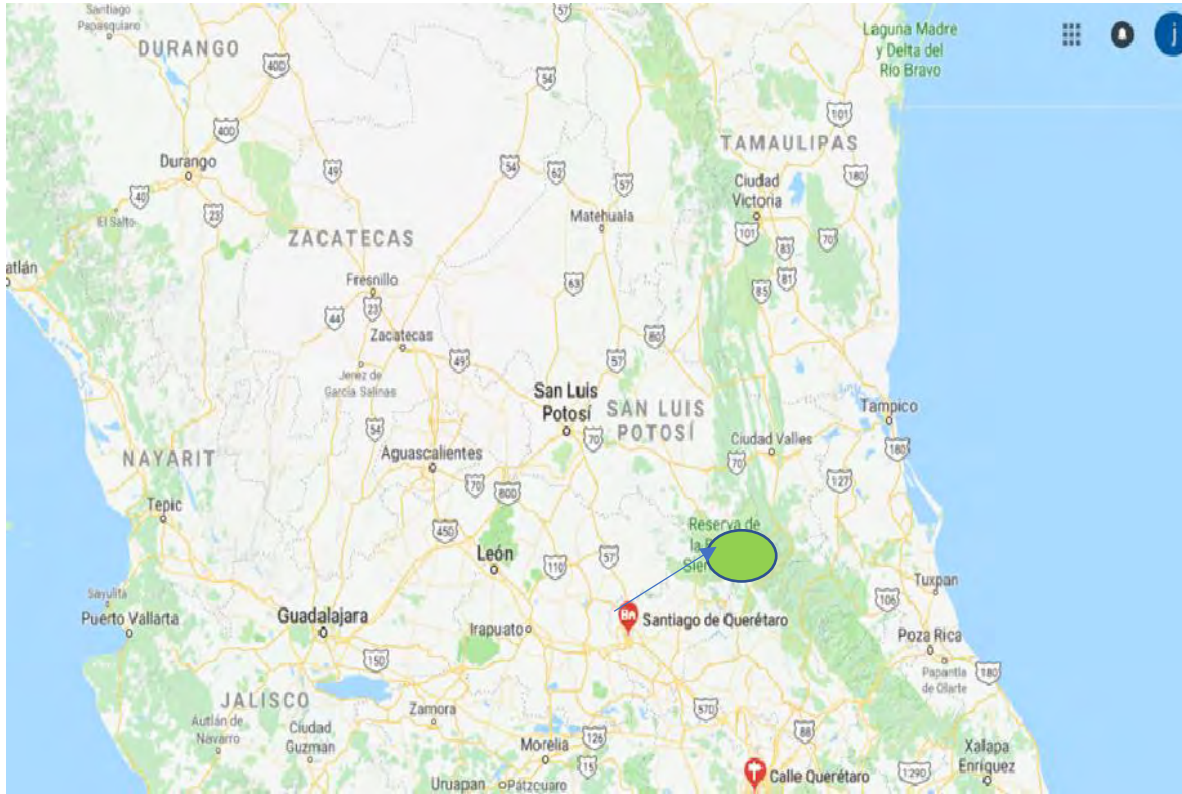
Mapa mostrando el punto de destino de la mercancía,



(Google Maps, 2018)

Plan de negocios para exportar esquetes deshidratados a Canada

Mapa mostrando la ubicación de la planta de producción



(Google Maps, 2018)

Plan de negocios para exportar esquites deshidratados a Canada

Tipos de INCOTERMS

Coste asumido por el vendedor

C: Coste asumido por el comprador

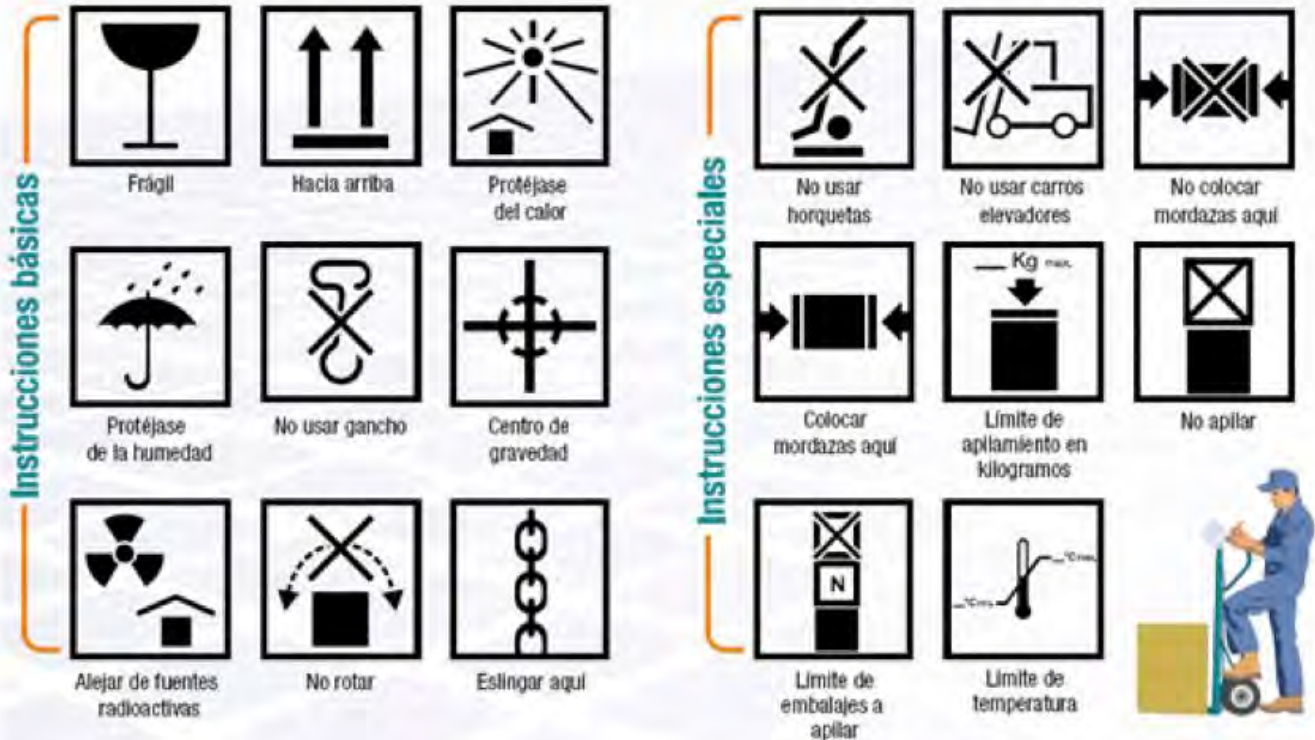
* No obligatorio

TÍTULOS	Salida fábrica				Transporte principal no pagado por el vendedor				Transporte principal pagado por el vendedor				Gastos de envío asumidos por el vendedor hasta el destino		
	EXW	FCA	FAS	FOB	CFR	CIF	CPT	CIP	DAT	DAP	DDP				
Embalaje	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V			
Carga en fábrica	C	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V			
Antes de la entrega de la mercancía al transportista	C	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V			
Aduana exportación	C	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V			
Manutención al partir	C	C	C	V	V	V	V	V	V	V	V	V			
Transporte principal	C	C	C	C	V	V	V	V	V	V	V	V			
Seguro de transporte	C	C	C	C	C	V	C	V	V*	V	V	V			
Manutención al llegar	C	C	C	C	C	C	C	C	V	V	V	V			
Aduana importación	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	V			
Al finalizar la ruta	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	V			
Descarga fábrica	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	V			

Fuente: Transport-export.net (Edición, Formación, E-Learning, Consultoría)

Símbolos para la manipulación de envases y embalajes

Este es un gráfico de los símbolos ISO estandarizados:



(Fernández Falcon, 2017)

Logo del empaque



Fuente: elaboración propia

El logo está inspirado en la milenaria relación que nuestra cultura ha tenido con el maíz, el ingrediente principal de nuestro producto, al ser un producto procesado se tiene que hacer recordar al cliente el origen natural de nuestro producto. El logo contiene unos elotes recién cortados en un contenedor de maíz tradicional, la combinación de los colores hace pensar en un alimento tradicional pero también en un ambiente sano y novedoso, haciendo que sea atractivo para los clientes.