



**UNIVERSIDAD LASALLISTA
BENAVENTE**

ESCUELA DE CONTADURÍA

Con Estudios Incorporados a la
Universidad Nacional Autónoma de México

CLAVE: 8793-08

**PROYECTO DE INVERSIÓN DE
UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA
ELABORACIÓN DE DULCES REGIONALES**

TESIS

Que para obtener el título de
LICENCIADA EN CONTADURÍA

Presenta:

MA. ESTHER MURGUÍA VÁZQUEZ

Asesor: C.P. MA. ISABEL SANDOVAL LAGUNA

Celaya, Gto.

Junio 2015



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.

AGRADECIMIENTOS

A mi madre y mi hijo: Por su apoyo.

A mi padre: Quien me mostró la espiritualidad del ser humano y sus alcances.

A mis abuelos: Quienes me permitieron vivir con ellos algunos de los primeros años de vida, brindándome mucha protección, amor y respeto.

A mi tía Carmen: Por motivarme.

A mis hermanas: Por todos esos momentos que hemos disfrutado estando juntas.

A mi directora de Carrera: Por permitirme concluir este ciclo de mi vida, con la mejor disposición, tolerancia y compromiso como profesionista y catedrática.

A mi asesor: Muchas gracias por su ayuda a lo largo de toda la carrera me ha mostrado que no solo es mi maestra sino que también un digno ejemplo a seguir.

A todos mis maestros: Por todo el conocimiento que me transmitieron.

A la titular de Servicios Escolares: Muchas gracias por su orientación, apoyo, motivación, profesionalismo y sobre todo su disposición. Un excelente elemento dentro de la Institución.

Índice

INTRODUCCIÓN.

CAPÍTULO I.

GENERALIDADES DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN.

1.1 Conceptos Básicos.	1
1.1.1 ¿Qué es un proyecto de inversión?	1
1.1.2 Microempresa.	2
1.1.3 Mercado.	3
1.2 Tipos de Proyectos.	3
1.3 Objetivo e importancia.	5
1.3.1 Decisión sobre un proyecto.	6
1.4 Proceso de preparación y evaluación de proyectos.	6
1.4.1 Metodología de la evaluación de proyectos.	7

CAPÍTULO II.

LA CAJETA Y EL JAMONCILLO.

2.1 Perfil histórico del Estado de Guanajuato.	9
2.2 Perfil histórico de Celaya.	12
2.3 Perfil histórico de la cajeta y los dulces de leche.	18
2.3.1 Ingredientes.	18
2.3.2 Procedimiento.	19
2.3.3 Pegajosa Tradición.	20
2.3.4 Historia de la Cajeta.	20
2.4 Cajeta como fuente de energía.	24
2.4.1 Alimentación.	24
2.5 Nuevos proyectos para la producción de cajeta.	25
2.5.1 Proyectan producir cajeta.	25
2.6 Ventajas y limitaciones.	25

CAPÍTULO III. ESTUDIO DE MERCADO.

3.1	Importancia del comercio tradicional representativa de cada área.	27
3.1.1	Comercialización a otros mercados.	27
3.2	¿Qué es la cajeta y el jamoncillo?	28
3.2.1	Descripción de los productos.	28
3.2.2	Normas de calidad.	28
3.2.3	Uso del producto.	30
3.2.4	Segmentación del mercado.	30
3.2.5	Sustitución del producto y subproductos.	33
3.2.6	Valor para el cliente y ventajas competitivas del producto.	33
3.3	Selección, medición y descripción del mercado.	34
3.3.1	Características y segmentación del mercado elegido.	36
3.3.2	Medición y tendencias del mercado meta.	36
3.3.3	Barreras del acceso del mercado.	37
3.3.4	Prácticas comerciales y situación general de precios, canales y promoción.	37
3.3.5	Análisis de la competencia.	40
	A) Mexicana.	40
	B) Extranjera.	40
3.3.6	Análisis del macroentorno y detección de oportunidades y amenazas.	41
3.4	Mercadotécnica.	41
3.4.1	Estrategias de la mercadotecnia.	41
3.4.2	Red de distribución.	42
3.5	Aspectos operacionales.	42
3.5.1	Fijación de precios.	43

CAPÍTULO IV. MARCO LEGAL.

4.1	Factores para la determinación del sitio donde se instalará el lugar de trabajo.	44
4.1.1	Macrolocalización.	44
4.1.2	Microlocalización.	45
4.1.3	Disponibilidad de la materia prima.	45

A) Estacionalidad de la leche de cabra.	46
B) Análisis de los costos de transporte.	46
C) Disponibilidad de la mano de obra.	46
4.2 Ingeniería del proyecto.	46
4.2.1 Descripción del proceso y tipo de proceso.	46
4.2.2 Diagrama del proceso.	48
4.2.3 Factores que determinan el tamaño del lugar de trabajo.	48
4.2.4 Descripción de los recursos materiales y humanos necesarios.	49
A) Análisis de la materia prima.	50
B) Descripción de la maquinaria y equipo necesaria.	50
4.3 Estructura legal y administrativa del proyecto.	51
4.3.1 Que es el Régimen de Incorporación Fiscal.	51
4.3.2 Constitución y registro.	52
4.4 Aspectos generales fiscales.	53
4.5 Obligaciones fiscales.	53
4.6 Estructura organizacional.	60
4.7 Estudio del impacto ambiental.	61

CAPÍTULO V.

ESTUDIO FINANCIERO.

5.1 Determinación de los costos totales.	66
5.1.1 Determinación de los costos de producción.	66
5.1.2 Determinación de los gastos de venta.	71
5.1.3 Determinación de los gastos financieros.	71
5.2 Determinación de la inversión inicial.	72
5.2.1 Determinación de la depreciación y amortización.	74
5.3 Determinación del costo de capital.	75
5.3.1 Ingresos mínimos aceptables.	75
5.3.2 Fuentes de financiamiento.	75
5.3.3 Cálculo del costo real de financiamiento.	78
5.4 Planeación de las utilidades.	86
A) Clasificación de los costos fijos y variables.	86
B) Punto neutro.	89
C) Punto de equilibrio.	89

5.5 Fijación de precio.	89
5.6 Elaboración de presupuesto de ingresos, costos, gastos e impuestos.	92
5.7 Elaboración de estado de resultados proyectado y flujo neto de efectivo.	98

CAPÍTULO VI. EVALUACIÓN FINANCIERA.

6.1 ¿Qué es la evaluación financiera?	100
6.2 Métodos de valuación.	100
6.2.1 Métodos de valuación simple.	100
6.2.1 Métodos de valuación complejos.	102
6.3 Análisis de sensibilidad.	106
6.4 Decisión del proyecto.	109
6.4.1 Cuadros de criterios de evaluación general.	109

CONCLUSIONES.

BIBLIOGRAFÍA.

INTRODUCCIÓN

Este proyecto es uno más de muchos proyectos que se han hecho a lo largo de la historia, muchos de ellos grandiosos, sin embargo que han quedado en el olvido; muchos de ellos sólo los leyó su autor. Yo quise hacer esta investigación acerca de un proyecto de inversión, porque estoy convencida de que es muy buen proyecto, ya que reúne requisitos primordiales para muchas personas que quieren tener un negocio propio y que no tienen alguna orientación. En este proyecto la inversión es mínima, comparada con otros similares y esto es así porque este proyecto está a la medida de buena parte de la población emprendedora, ya que además no requiere que la persona tenga un grado de estudios mayores; además se pueden obtener buenas remuneraciones económicas y sobretodo representa un medio de ayuda económica a quien lo lleve a cabo.

Hoy en día estamos en un mundo donde el establecimiento de negocios empíricos nos lleva a la deriva, es por eso que nace la necesidad de analizar un proyecto antes de iniciarlo, ya que sacrificar los ahorros de nuestra vida o parte de ellos, endeudarnos en un juego al azar es reflexión para las personas.

Cabe reconocer que en este trabajo, aunque trata de ser lo más explícito posible y dar la mejor teoría acerca del tema van a existir muchas lagunas y falta de información; sin embargo, lo que hay en este estudio a las personas les puede dar una visión más amplia acerca del proyecto.

En el primer capítulo se da un panorama general de los conceptos más comunes y básicos, así como la planeación, preparación y evaluación de los proyectos.

El segundo capítulo pretende dar un prelude al estudio de mercado, así como el por qué elegir Celaya para la producción de estos dulces de leche, con el fin de saber si existen variables propias adaptables al proyecto.

El estudio de mercado correspondiente se muestra en el tercer capítulo, para dar a conocer la demanda del producto.

Un amplio panorama acerca de cómo debe estar integrado nuestro proyecto se muestra enseguida, en la cual se visualizan los pasos y necesidades del proyecto.

Posteriormente continuamos dando una visión amplia de las salidas y entradas de efectivo, derivado de todos los gastos incurridos para llevar a cabo este proyecto y así saber cuál es su cuantía total.

Por último, se realiza una evaluación del proyecto con base a diferentes métodos, así como una evaluación global de éste, con el fin de saber si efectivamente es un buen proyecto, de acuerdo a las variables, que cuantitativamente nos podrían arrojar esos datos.

CAPÍTULO I

GENERALIDADES DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN

OBJETIVO DEL CAPÍTULO:

Conocer algunos conceptos básicos para la comprensión del proyecto, así como dar una breve explicación acerca de sus tipos, preparación y evaluación.

1.1 CONCEPTOS BÁSICOS.

Antes de la realización de este proyecto de inversión de “Microempresa” dedicada a la elaboración de dulces regionales.”, es necesario que nosotros conozcamos algunos conceptos teóricos básicos para poder definir cuales son los pasos a seguir en la realización del proyecto, así como para entender los términos más usados y su significado.

1.1.1 ¿QUÉ ES UN PROYECTO DE INVERSIÓN?

Antes de poder definir como tal este concepto, se debe saber el significado de cada una de las palabras que lo integran. Para lo cual se tiene las siguientes definiciones de proyecto:

- ◆ Es una serie de planteamientos encaminados a la producción de un bien o la prestación de un servicio, con el empleo de cierta metodología y con miras de obtener un determinado resultado, desarrollo económico o beneficio social.¹
- ◆ Es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendente a resolver, entre muchas, una necesidad humana.²

Por lo que se puede concluir que un proyecto:

Es el acto u obra que se llevará a cabo, en el cual se debe de analizar todos los factores que influirán para su realización o no, y que tiene un fin de satisfacer una necesidad económica o social.

¹ HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Abraham, y Abraham Hernández Villalobos, *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*, 5ª ed., México, editorial ECAFSA, 2000, p.23.

² BACA URBINA, Gabriel, *Evaluación de proyectos*, 5ª ed., México, editorial Mc. GRAW-HILL, 2000, p2.

La segunda palabra de este término es inversión, para lo cual se tiene lo siguiente:

- ♣ Colocación de un capital en alguna actividad comercial o civil durante un tiempo con el fin de obtener un rendimiento.³
- ♣ Serie de planes que se piensa poner en marcha, para dar eficacia a alguna actividad u operación económica o financiera, con el fin de obtener un bien o servicio en las mejores condiciones y obtener una retribución.⁴

Por lo que se puede concluir que:

Una inversión es empleo de recursos económicos y humanos para la producción de un bien o servicio, que este a su vez pueda generar una utilidad o un bien, en su defecto pueden generar una pérdida o un mal.

Los autores Hernández Hernández y Hernández Villalobos lo definen así:

“Serie de planes que se piensa poner en marcha, para dar eficacia a alguna actividad u operación económica o financiera, con el fin de obtener un bien o servicio en mejores condiciones y obtener una retribución económica”.⁵

1.1.2 MICROEMPRESA.

¿Qué es la microempresa? Es la empresa que se caracteriza por desarrollar sus procesos con tecnología muy simple, con un importante componente de trabajo manual, con un número reducido de trabajadores, no más de 10, y con un sistema de organización muy básico. En su definición, tal vez lo más importante que se debe tener presente es que una microempresa es una EMPRESA, es decir, debe

³ *Enciclopedia Contable Universal*, Europea Americana. Editorial ESPASA, S.A., Argentina 1968.

⁴ HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Abraham Hernández Villalobos, *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*, 5ª ed., México, editorial ECAFSA, 2000, p47.

⁵ Idem

tener una mínima organización, una estructura de negocio, dentro de su pequeño tamaño y sus limitadas actividades; debe tener un sistema de producción con controles adecuados y con un espíritu de crecimiento. Porque una microempresa es el comienzo de una actividad no necesariamente un fin por sí misma. Nada debería impedir que una microempresa administrada en forma adecuada, llegue a ser una pequeña empresa y así continuar creciendo, en la medida de que los esfuerzos vayan acumulando experiencias y creando fortalezas en la gestión.

1.1.3 MERCADO.

- ♣ Es un mecanismo por medio del cual los compradores y los vendedores de un bien o servicio determinan conjuntamente su precio y su cantidad.⁶
- ♣ Es el área geográfica en el cual concurren oferentes y demandantes que se interrelacionan para el intercambio de un bien o servicio.⁷

1.2 TIPO DE PROYECTO.

De acuerdo con el sector que va dirigido, se puede clasificar los proyectos en:

- ♣ Agropecuarios.
- ♣ Industriales.
- ♣ De servicios.

Los proyectos agropecuarios son los que se ubican en el sector primario, y al explotarlos no sufren ninguna transformación; aunque en el proceso sí puede haber cambios, algunos pueden ser:

- ♣ Vacuno. se dedican a la cría y engorda de becerros
- ♣ Caprino. Se dedica a la cría y engorda de cabras.

⁶ SAMUELSON, Paula y William d. Nordhaus, *Macro Economía*, 19ª ed., México, editorial Mc. GRAW HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A DE C.V., 1990, p.25.

⁷ SILVESTRE MÉNDEZ, José, *Fundamentos de economía*, 4ª ed., México, editorial Mc. GRAW HILL, 2000, p. 121.

Además, podemos decir que al igual que otros proyectos, este tipo tiene cierta política y éstos a su vez aplica determinadas medidas, con el objeto de fomentar la actividad agropecuaria, ya que el conjunto de instrumentos y medidas aplicadas por cada política agropecuaria coadyuva a la política económica general a lograr el desarrollo socioeconómico del país, como lo enuncia Silvestre Méndez en su libro *Problemas económicos de México*.⁸

Los proyectos industriales. Se ubican en el sector secundario y aquí se involucra la transformación de productos, algunos ejemplos son:

- ♣ Del calzado. Fabricación del calzado en todos los ámbitos.
- ♣ Automotriz. Fabricación de automóviles de todo tipo.

Los proyectos de servicios: se ubican en el sector terciario y pueden ser:

- ♣ De educación. Involucra a los diferentes niveles escolares.
- ♣ Seguridad. En todas sus modalidades.

Una segunda clasificación que se puede hacer de los proyectos de inversión es:

1. De bienes.
 - ♣ Industriales.
 - ♣ Pesqueros.
 - ♣ Mineros.
 - ♣ Agropecuarios.

⁸ SILVESTRE, MÉNDEZ, José, *Problemas económicos de México*, 4ª ed. México, editorial Mc. GRAW HILL, 1998,p. 105.

2. De servicios.

Estos pueden ser:

♣ Infraestructura social.

- Salud.
- Educación.
- Alcantarillado.
- Seguridad.

♣ Infraestructura física.

- Transporte.
- Telecomunicaciones.
- Carreteras.
- Ferrocarriles.
- Aeropuerto.

1.3 OBJETIVO E IMPORTANCIA.

Hoy en día es una necesidad el saber preparar un proyecto, así como evaluarlo antes de llevarlo a cabo, ya que los recursos con que cuente cada proyecto, no sólo dependen de lo atractivo que se vea a simple vista, sino del estudio verídico y minucioso que se haga de él. Acertadamente Chain Nassir dice acerca de este punto lo siguiente:

“La realización de un estudio para medir la rentabilidad de un proyecto, sin embargo, no debe verse sólo como un requisito impuesto por una institución financiera para prestar recursos financieros, sino que principalmente como un instrumento que provee una importante información a los inversionistas respecto a su propia conveniencia de llevarlo a cabo.”⁹

⁹ CHAIN NASSIR, SAPAG. *Criterios de evaluación de proyectos*, 4ª ed., México, editorial Mc. GRAW HILL. 1991. p. 1.

1.3.1 DECISIÓN SOBRE UN PROYECTO.

La toma de decisión acerca de invertir en determinado proyecto siempre debe recaer no en una sola persona ni en el análisis de datos parciales, sino en grupos multidisciplinarios que cuenten con la mayor información posible¹⁰ incluyendo en ésta los factores que participan y los que pueden afectar al proyecto. A toda la actividad encaminada a tomar una decisión de inversión sobre un proyecto se llama **evaluación de proyectos**.¹¹

La evaluación, aunque es la parte fundamental del estudio, dado que es la base para decidir sobre el proyecto, depende en gran medida del criterio adoptado de acuerdo con el objetivo general del proyecto. La realidad económica, política, social y cultural de la entidad donde se piense invertir, marcará los criterios para hacer una buena evaluación.¹²

1.4 PROCESO DE PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS.

La metodología empleada para todo proyecto, es adaptable a cualquier proyecto, independientemente de la diversidad de los estudios de inversión.

Las áreas generales en las que se puede aplicar la metodología de la evaluación de proyectos son:¹³

- ♣ Instalación de una planta totalmente nueva.
- ♣ Elaboración de un nuevo producto de una planta ya existente.
- ♣ Ampliación de la capacidad instalada o creación de sucursales.
- ♣ Sustitución de la maquinaria por obsolescencia o capacidad insuficiente.

¹⁰ BACA URBINA, Gabriel, *Evaluación de proyectos*, 5ª ed., México, editorial Mc. GRAW HILL, 2000, p.2.

¹¹ Idem.

¹² Ibídem, p.3.

¹³ Ídem.

Estas técnicas de análisis para cada una de la metodología sirven para determinar mercado insatisfecho, costos totales, etcétera. Esto no quiere decir que por sí solo este estudio dará la pauta para determinar llevar a cabo o no el proyecto; siempre se necesita una decisión personal, ya que ésta es la que tiene las bases para decidir.

1.4.1 METODOLOGÍA DE LA EVALUACIÓN DE PROYECTOS.

La estructura general de la metodología de la evaluación de proyectos, puede ser representada como sigue en la figura 1.1 ¹⁴

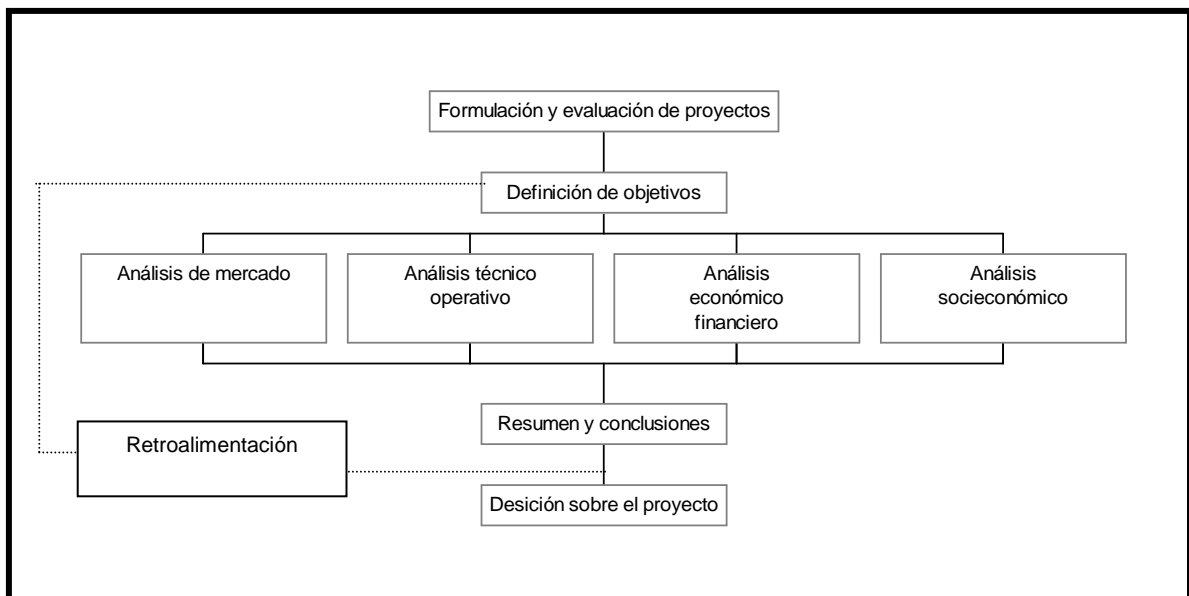


FIG. 1.1

Todo proyecto de inversión puede y debe ser evaluado antes de ser llevado a la práctica. Esta evaluación debe contemplar dos aspectos:

- ♣ **La validez económica del proyecto**, es decir, su capacidad de generar fondos y fortalecer al inversor la rentabilidad deseada.

¹⁴ BACA URBINA, Gabriel, *Evaluación de proyectos*, 5ª ed., México, editorial Mc GRAW-HILL, 1999, p.5.

- ♣ **La viabilidad financiera del proyecto**, es decir, su capacidad de sostenimiento con los fondos propios y/o ajenos puestos a disposición del mismo.

Los pasos para la generación de un proyecto son los siguientes (figura 1.2) ¹⁵

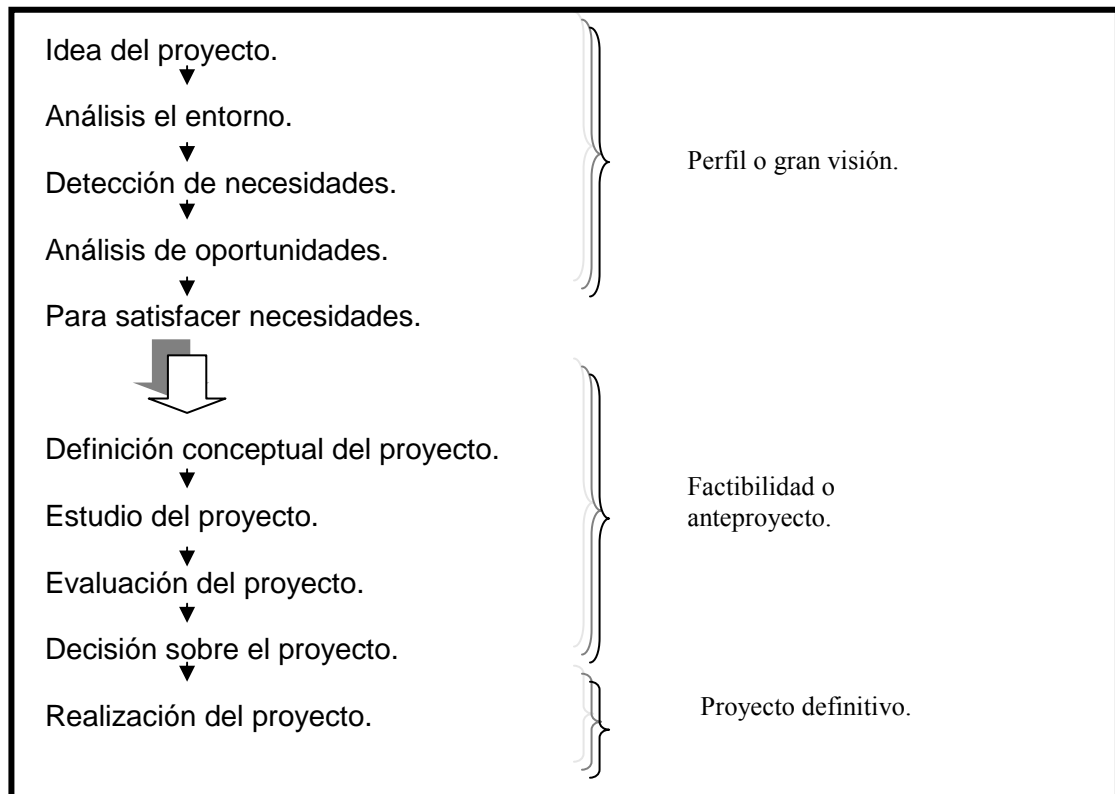


FIG. 1.2

¹⁵ Ibídem p.6.

CAPÍTULO II

LA CAJETA Y EL JAMONCILLO: PRODUCTOS TRADICIONALMENTE HISPANOS

OBJETIVO DEL CAPÍTULO:

Conocer el perfil histórico y tradicional donde se establecerá el negocio, así como saber los proyectos que hay sobre los dulces de leche.

2.1 PERFIL HISTÓRICO DE EL ESTADO DE GUANAJUATO.

A continuación, como parte de nuestra investigación y previo al estudio de mercado, damos una referencia acerca del lugar donde se piensa desarrollar nuestro proyecto ya que se considera importante la ubicación haciendo referencia al por qué de este lugar.

En primer lugar se tomará como partida el estado de Guanajuato, que es un lugar preferido por todos los turistas nacionales y extranjeros, así como para los inversionistas; pero ¿por qué?

En seguida se da una relación de los principales lugares a visitar, sus festividades, balnearios y gastronomía.

A) LOCALIZACIÓN.

Guanajuato (Lugar de Ranas) esta localizado en el centro de la República Mexicana. Tiene una extensión territorial de 30, 491 km². Su clima es semicálido y templado. Sus principales ciudades son: Guanajuato, San Miguel de Allende, *Celaya*, Dolores Hidalgo, Salamanca e Irapuato.

B) LUGARES QUE VISITAR.

- ♣ El Teatro Juárez.
- ♣ Monumento al Pípila.
- ♣ El Mercado Hidalgo.
- ♣ La Alhóndiga de Granaditas.
- ♣ Museo de las Momias.
- ♣ El Palacio Municipal.
- ♣ El edificio de la Universidad de Guanajuato.
- ♣ La Catedral, Templo de Valencia.

- ♣ El Callejón del Beso.
- ♣ La Plaza de la Paz.
- ♣ La Catedral.
- ♣ El Templo Expiatorio.
- ♣ El Templo del Carmen.
- ♣ El observatorio astronómico.
- ♣ Peña de Bernal.

C) BALNEARIOS.

- ♣ El Trébol y Villa Gasca.
- ♣ Comanjilla.
- ♣ Caldera Abasolo.
- ♣ Los Arcos y Agua Caliente.

D) FESTIVIDADES.

- ♣ 12 y 13 de enero. Feria regional, Día de San Sebastián.
- ♣ 20 de enero. Fiesta Patronal de San Sebastián, patrón principal de la ciudad. Termina el día 30.
- ♣ 30 de marzo. Feria de Salamanca termina el 6 de abril.
- ♣ Marzo y abril. Feria Regional Expo Fresas.
- ♣ 8 de mayo. Fiesta de la aparición de San Miguel Arcángel. Entre los diversos festejos cobra gran importancia la procesión. San Felipe se encuentra aproximadamente a 50 km. de la ciudad de León.
- ♣ 15 de septiembre. Ceremonia del grito de independencia en el atrio de la Parroquia de Dolores.

- ♣ 15 al 30 de septiembre. Feria de San Miguel Arcángel y de la alfarería, fiestas profano-religiosas, corridas de toros, chorreadas, bailes, juegos mecánicos, serenatas, teatro del pueblo, juegos pirotécnicos y peleas de gallos.
- ♣ Octubre. Festival Internacional Cervantino. Entremeses cervantinos en calles y plazas.
- ♣ 30 de noviembre. Xichú, Guanajuato en la primera semana de noviembre hay fiestas populares, regionales, serenatas, juegos artificiales, eventos deportivos, culturales y sociales, corridas de toros, peleas de gallos.
- ♣ 15 de diciembre. Celaya, Guanajuato. Feria, bailes, música, juegos pirotécnicos y danza de los apaches.

E) GASTRONOMÍA.

Algunos de los platillos más representativos son: las empanadas de carnitas, el pan de Acámbaro, Pico de gallo de Xoconostle, Cuete encacahuatado, Fiambre estilo San Miguel de Allende, las guacamayas, las enchiladas mineras, las gorditas de maíz quebrado, el caldo Michi, tostadas de puerco, chalupas de pepino, las pacharelas, los romeritos, la ensalada de tuna, el menudo estilo León, charamuscas, cebadina de León, Agua de betabel, Gelatina de Pavo y Lengua , los tacos de jocoque, patitas de puerco, taquitos de Silao, **gelatina de Cajeta**, postre amarillo, tacos de nata, camote, **cajeta de Celaya**, fresas de Irapuato.¹⁶

Por las razones antes expuestas se puede sacar la conclusión que Guanajuato es un estado dotado con una excelente ubicación geográfica y por ende con un clima envidiable, con unos edificios espléndidos y festividades grandiosas, lo que sobra decir es que es un lugar con gran tradición.

¹⁶ www.familiar.com.mx/turismo/estados/guanajuato

2.2 PERFIL HISTÓRICO DE CELAYA.

Con esta reseña acerca del estado de Guanajuato nos damos cuenta la importancia cultural que tiene este estado y sus tradiciones, así como su gastronomía, aparte de que aquí podemos ver que Celaya es reconocida por su deliciosa producción de cajeta. Para seguir ondeando en el tema, podemos ver una reseña acerca de Celaya, sus tradiciones, costumbres, etcétera.

A) CRONOLOGÍA DE LA CIUDAD.

El nombre del municipio proviene de la palabra vasca Zalaya, que significa "Tierra plana". La ciudad se fundó con el nombre de Villa de Nuestra Señora de la Concepción de Zalaya, el día 12 de octubre de 1570, en lo que era una aldea otomíe llamada Nathali, vocablo que significa "En el mezquite" o "En medio de llanos cubiertos de mezquites".

Su primer ayuntamiento fue electo el primero de enero de 1571, por virtud de decreto del virrey Martín Enríquez Almanza, y fue hasta el 20 de octubre de 1658 que el virrey Francisco Fernández de la Cueva otorgó a la villa el título de ciudad con derecho a blasón. Actualmente Celaya es una importante ciudad dado a los servicios con que cuenta, ubicación y a su grado de desarrollo.

B) HECHOS TRASCENDENTALES EN LA HISTORIA DE CELAYA.

El día primero de enero de 1571 se celebró la elección del primer cabildo. El 20 de octubre de 1655, el virrey Don Francisco Fernández de la Cueva, Duque de Alburquerque, le otorgó el título de ciudad con derecho a blasón (escudo de armas de la ciudad).

El 22 de septiembre de 1810, don Miguel Hidalgo y Costilla fue nombrado en la ciudad de Celaya capitán general del ejército insurgente. En junio de 1867, se nombra a Celaya ciudad sede de aprovisionamientos del ejército republicano, durante el sitio de Querétaro impuesto por el general. Mariano Escobedo contra el Emperador Maximiliano de Habsburgo.

Los días 13, 14 y 15 de abril de 1915 tuvieron lugar las renombradas batallas de Celaya en las que resultó triunfante el gral. Alvaro Obregón sobre el general.

C) MEDIO FÍSICO Y GEOGRÁFICO.

El municipio está situado a los 101° 48' 55'' de longitud oeste del Meridiano de Greenwich y a los 20° 31' 24'' de latitud norte; su altura sobre el nivel del mar es de 1752 mts. El área del territorio municipal comprende 579.30 kms. cuadrados, equivalente al 1.89% de la superficie total del estado. Limita al norte con el municipio de Comonfort, al este con los de Apaseo el Grande y Apaseo el Alto, al sur con el de Tarimoro, al oeste con los de Cortazar y Villagrán y al noroeste con el de Santa Cruz de Juventino Rosas. El clima del municipio es templado. La temperatura máxima es de 25.5°C y la mínima es de 16°C, la media anual es de 20.85°C, su clima oscila entre semiseco y semicálido con una precipitación pluvial promedio de 575.3 mm anuales.

El municipio está localizado en su mayor parte dentro del "Bajío montañoso", su orografía comprende la Mesa del Sastre, Cerro Prieto, Potrero, Peña Colorada, Trojes, Juan Martín, Rincón de Tamayo, La Gavia y Otero de Ojo Seco, cuyas alturas promedios se elevan a 2000 mts., sobre el nivel del mar.

Lo atraviesa el río Laja, afluente del río Lerma.

D) MARCO SOCIAL.

Cuenta con una población de 354,473 habitantes (censo quinquenal de población y vivienda 1995). La población urbana ha venido evolucionando en la siguiente forma: mientras en 1940 era el 57% del total, para 1960 se incrementó al 71% y en 1980 llegó al 77%, mientras que para 1985 era de un 81%, estimándose para la siguiente década en un 95%. Existen 143 localidades, siendo la más grande la ciudad de Celaya con 310 413 habitantes, a la que le siguen El Becerro, 1269; El Puente, 1075; La Cruz, 1427; Estrada, 1808; Los Galvanes, 1451, y San Juan de la Vega con 13116 habitantes. Su densidad de población es de 612 habitantes por

km. cuadrado. La población económicamente activa es de 89 112 habitantes distribuidos de la siguiente manera: sector primario 13.9%, secundario 28.3% y terciario 55.4%. El número de escuelas de todos los niveles educativos es de 505, distribuidas así: Preprimaria 148, Primaria 232, Profesional media 21 y Bachillerato 29. El porcentaje de la población con respecto al estado es del 8%. Siendo el total de viviendas habitadas de 72850, de las cuales 70841 cuentan con energía eléctrica, 69892 con agua entubada y 66291 con drenaje. El promedio de habitantes por cada casa habitación es de 4.9.

El municipio de Celaya tiene una amplia infraestructura educativa que abarca todos los niveles escolares y satisface la demanda local y de algunos municipios aledaños.

Cuenta con planteles federales, estatales y privados para la impartición de instrucción preescolar, primaria y media básica, así como instituciones para la educación media superior, independientes o incorporadas a la Universidad Autónoma de Guanajuato, a la Universidad Autónoma de México (UNAM), al Sistema de Educación Tecnológica Federal, etc.

La cultura es promovida en Celaya por el gobierno municipal, que administra la Casa de la Cultura; por el Departamento de Difusión Cultural de la Universidad Autónoma de Guanajuato; por el Departamento ISSSTE-Cultura; por el gobierno del Estado, que presenta en Celaya diversos eventos del Festival Internacional Cervantino, el Instituto Tecnológico Regional de Celaya, etc.

El municipio dispone de una amplia infraestructura deportiva, tanto en la zona urbana como en la rural, entre la que destaca la Unidad Deportiva Miguel Alemán Valdez, gimnasios públicos y privados, y los clubes deportivos de la cabecera municipal, los cuales cuentan con instalaciones como canchas para la práctica de football, baseball, volleyball, tenis, frontón, campo de golf, etc.

Para satisfacer las necesidades de salud de su población, Celaya cuenta con instituciones tales como centros de salud, hospital general regional, hospital de zona, sanatorios, clínicas de especialidades y laboratorios de análisis clínicos particulares; una delegación de la Cruz Roja y diversos centros de salud,

repartidos en los poblados del municipio, aunado a una gran cantidad de consultorios médicos particulares. Toda la anterior infraestructura atiende también a personas provenientes de otros sitios.

En materia de vivienda todavía se carecen de algunos servicios básicos como drenaje, agua entubada, electrificación, etc.

Celaya, como centro impulsor del sistema urbano del oriente del estado, está ampliamente comunicado por el eje México-Celaya-León y en sentido transversal por el de San Luis de la Paz-Celaya-Acámbaro; este último con un flujo de pasajeros promedio por mes de más de 100,000 personas y Celaya-Querétaro, de 80,000 personas, como los más intensos. El transporte de carga atiende movimientos de las actividades agrícolas, ganaderas e industriales. La red de caminos entre carreteras de cuota, federales pavimentadas y estatales, como estatales revestidas integran al municipio con cientos de kilómetros y de vías férreas que atraviesan su territorio. Por ferrocarril se transportan principalmente azúcar, maíz, trigo, azufre, cemento y fertilizantes, con itinerarios a Tampico, Laredo, Ciudad Juárez, Lázaro Cárdenas y Pacífico noroeste. Se cuenta con una aeropista ubicada a 14.5 kms., de la cabecera municipal.

E) MARCO ECONÓMICO.

La agricultura es la base de la economía municipal; los principales cultivos son maíz, sorgo, trigo, alfalfa, avena, frijol, ajo, cebolla, cacahuate, jitomate y hortalizas, cuya explotación es amplia, en tierras de riego y de temporal.

La industria reviste gran importancia, ya que se cuenta con establecimientos productores de cajeta y derivados de la leche, empacadora de carnes frías y legumbres; envasado de aguas; beneficiadoras de semillas; purificadoras de agua; pasteurizadoras de leche; fabricación de desodorantes, aromatizantes e insecticidas; fabricación de alimentos para animales; muebles y línea blanca; construcción de maquinaria e implementos agropecuarios; industria química, textil y plásticos; estas empresas se ubican prácticamente en todas las vías de acceso a

Celayan como son principalmente en las carreteras Celaya-Salamanca, Celaya-Querétaro, Celaya-Apaseo el Grande, Celaya Salvatierra Celaya-San Miguel de Allende, siendo éste el asentamiento más importante para la ubicación de la ciudad industrial.

Los servicios que proporciona el sector comercio son diversos, ya que cuenta con tiendas del grupo Walmart, Comercial Mexicana, Soriana, tienda del Imss, Issste etcétera y por supuesto de los mejores mercados de abastos (Bajío Benito Juárez y Apaseo el Grande). La infraestructura y servicios del sector turismo están compuestos por restaurantes, hoteles, balnearios, y diversos atractivos turísticos, ubicados en su mayoría en la ciudad. Celaya en su cabecera municipal cuenta con sucursales bancarias, mercados públicos, algunos tianguis durante la semana, un sinnúmero de establecimientos comerciales de todas las ramas y actividades. En Celaya se cuenta con una amplia oferta de habitaciones de hotel apoyada por una gran variedad de establecimientos conexos con restaurantes, bares y similares que fomentan el turismo y por sus características globales la inversión y migración.

F) PERFIL CULTURAL.

FIESTAS POPULARES.

Semana Santa, fecha variable; la Santa Cruz, el 3 de mayo; jueves de Corpus, fecha variable; Virgen del Carmen, 16 de julio; fiesta de la Asunción, 15 de agosto; fiestas patrias, del 13 al 16 de septiembre; Todos los Santos y Fieles Difuntos, 1 y 2 de noviembre; Nuestra Señora de la Concepción (patrona de la ciudad), el 8 de diciembre; Virgen de Guadalupe, 12 de diciembre; tradicional feria de Navidad, del 8 al 31 de diciembre. Los alimentos típicos son las gorditas de tierras negras, las enchiladas estilo Celaya, el pozole estilo Celaya, pacharelas, nopalitos al pastor, y embutidos de Roque. Los dulces típicos: **la cajeta de leche**, alfeñiques y frutas en almíbar, obleas, chícharos, natillas, **jamoncillo**, cocadas, y en general los elaborados a base de leche de vaca y cabra. Respecto a las artesanías se trabajan los cueros y pieles curtidas de San Lorenzo, máscaras de

cartón, pinturas en cartón, hojalata, madera blanca y papel maché; pirotecnia y juguetería en cartón, carrizo, hojalatería y madera blanca.

Monumentos arquitectónicos:

- ♣ Templo del Carmen. Obra de estilo neoclásico, diseñada y construida bajo la dirección del arquitecto Francisco Eduardo Tresguerras en 1807.
- ♣ Templo de San Francisco, construcción que data del siglo XVII, realizada en estilo plateresco.
- ♣ Templo de la Tercera Orden, fue erigido en 1820 por el mismo arquitecto que diseñara el Templo del Carmen.
- ♣ Templo de la Merced, se inició su construcción el año de 1747.
- ♣ Capilla de Dolores (Mausoleo de Francisco Eduardo Tresguerras), los restos de este insigne arquitecto fueron sepultados en este recinto.
- ♣ Templo de San Agustín, construcción del siglo XVI.
- ♣ Casa del Diezmo, edificada en el siglo XVII, en la actualidad alberga el Archivo Municipal y una pequeña biblioteca.
- ♣ Hemeroteca y Museo del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH).
- ♣ Convento de San Agustín, erigido a finales del siglo XVI.
- ♣ Casa Grande de Palas Atenea, realizada en cantera rosa con profusión de detalles, amplios jardines y bellas fuentes.
- ♣ Edificio de la Presidencia Municipal, construido en el siglo XVIII

Monumentos Históricos:

- ♣ Columna de la Independencia, construida por el Arquitecto Francisco Eduardo Tresguerras, en 1791.

- ♣ Monumento a Hidalgo, erigido en 1960 con motivo del 150 aniversario de la Independencia.
- ♣ Monumento a la fundación, ubicado en la plazoleta del Barrio del Zapote.
- ♣ Monumento a Ignacio Allende, develado el 15 de septiembre de 1910 y realizado por el escultor Refugio Padilla.
- ♣ Monumento a Eduardo Tresguerras, ubicado frente al Templo del Carmen y que conmemora el centenario de su muerte en 1833.
- ♣ Monumento al Gral. Francisco Villa, situado al poniente de la ciudad, a Don Benito Juárez, ubicado en la glorieta de la entrada oriente de Celaya.
- ♣ En la Alameda Hidalgo se encuentran tres esculturas que personifican deidades griegas, vaciadas en hierro, que datan del porfiriato.¹⁷

2.3 PERFIL HISTÓRICO DE LA CAJETA Y LOS DULCES DE LECHE.

Pero con toda esta reseña, lo que nosotros quisiéramos y sería prudente es dar la receta de semejante manjar tan famoso:

2.3.1 INGREDIENTES.

Ingredientes del Jamoncillo

2 litros de leche de cabra.

½ kilogramo de azúcar.

20 grs. de nuez picada.

30 grs. de pasas¹⁹

Ingredientes de la cajeta:¹⁸

8 litros de leche de cabra.

1 kg y 200 grs. de azúcar blanca.

1 cucharadita rasa de bicarbonato.

90grs. de glucosa.

¹⁷ www.celaya.com.mx

¹⁸ De acuerdo con esta receta el promedio que rinde es de 2.5 litros de cajeta.

¹⁹ Para aproximadamente una pieza de 720 grs. de jamoncillo para dos piezas.

2.3.2 PROCEDIMIENTO.

- Para la cajeta se pone en la cacerola la leche con el bicarbonato, poco a poco se incorpora el azúcar, colando la mezcla total, para evitar las pequeñas basuras del azúcar, se pone a fuego suave. Está lista cuando espesa y al mover con la pala se ve el fondo del cazo. Al final cuando la mezcla esté chiclosa y tibia, se incorpora la glucosa, con el fin de darle un poco más de cuerpo a este delicioso postre.
- Para el jamoncillo se hace el mismo procedimiento de la cajeta, con la excepción de que al darle el punto, que despegue del cazo, la forma de batir, es en forma de partitura hasta que esté fría la pasta para evitar que se haga chiclosa.

La cajeta es un postre mexicano que se hace con leche, azúcar y bicarbonato de sodio, dejando que hierva hasta que resulte espeso. Otras también llevan almidón y mezcla de leche de cabra y vaca. Las hay luego más complejas añadiendo almendras, quemando el azúcar. Para nuestra producción se considerará como principal, el sabor natural sin saborizante, que cambien ese sabor único.

Por otro lado, es sabido que, actualmente, México es el país con mayor casos de sobrepeso a nivel mundial, así como diabetes tipo 2, razón por la cual es necesario alimentarnos mejor y reduciendo la ingesta calórica diaria, por lo que se propone dar como opción elaborar un tipo de Cajeta con un valor calórico menor al conocido en el mercado que sería la reducción del 20 % de azúcar a la receta proporcionada el resultado final no merma considerablemente en su sabor, por lo cual se pudiera considerar una ventaja competitiva. Para fines prácticos en esta tesis se expondrá con los costos de los ingredientes de la receta original.

2.3.3 PEGAJOSA TRADICIÓN.

México le dio a este producto de origen español un sello de distinción que le brindó un sabor único y una envidiable carta de naturalización.

En la ciudad de México, México.- Se le conoce como un jarabe de color oscuro, hecho mediante el caramelo del azúcar y la leche de cabra. Se saborea untada en un pan, como cubierta para postres, con obleas o sola, sencillamente. Es la cajeta: un alimento de tradición producto del mestizaje gastronómico mexicano.

2.3.4 HISTORIA DE LA CAJETA.

"La cajeta se originó en España, y su nombre original era leche quemada. Como tal llegó a México, suponemos, en el Siglo XVIII. Sólo en México y en Centroamérica se le conoce con el nombre de cajeta".

En Sudamérica, especialmente en Argentina, Uruguay, Chile y Paraguay se le llama "dulce de leche", y aunque tiene el mismo proceso de evaporación que la cajeta, su receta es distinta en la proporción de ingredientes, lo que le da un sabor y consistencia un tanto diferente. Incluso la palabra cajeta tiene otro significado en aquellas latitudes.

Andrés López Gómez, gerente general de la productora de cajeta La Tradicional, en Celaya, coincide en que su origen es español, pero que se elaboraba con leche de vaca.

"Sin embargo, cuando los españoles llegan a la región del bajío de México, se encontraron con muchas cabras, por lo que modificaron la receta", advierte. Frente a la pregunta de donde envasarla, señala López Gómez, los españoles inventaron un 'cajete' de madera para vaciar el dulce. Con el paso del tiempo, se le empezó a llamar cajeta, haciendo referencia a la cajita de madera.

Esta derivación ha sido motivo de controversia, ya que de acuerdo a información en libros y fuentes, el nombre de cajeta tiene diversas connotaciones.

En el libro el Nuevo Cocinero Mexicano en Forma de Diccionario, la definición de cajeta se refiere a una multitud de dulces, que mezclándose con el almíbar, frutas y otras sustancias, hace subir el grado de cocimiento hasta el punto en que la pasta pueda vaciarse en cajitas de madera, donde se guarda y conserva el dulce por mucho tiempo.

Incluso enumera variedades de cajeta hechas con huevo y almendra, melón, limoncillos, membrillo, leche envinada, perón, ralladura de cáscara de limón, naranja y coco.

"El nombre de cajeta, puede significar varios tipos de dulce. Por ejemplo, en el norte del país, se le llama cajeta también al ate o dulce de membrillo", dice Cristina Suárez, subdirectora de etnografía del Museo de Antropología.

Considero, agrega, que el término 'cajeta' nace haciendo referencia a la cajita de madera donde se guarda cierto tipo de dulce, mas no al dulce hecho a partir de leche.

En tanto José Luis Curiel Monteagudo, ingeniero químico y maestro en ciencia y tecnología de alimentos quien ha representado a México en diferentes eventos internacionales de gastronomía en los Estados Unidos, Argentina, España e Italia, Es autor de numerosos artículos en revistas especializadas y varios libros. "Ciencia y Cocina Prehispánica y su Mestizaje", "Pintura y cocina de México", "Virreyes y virreinas golosos de la Nueva España", "La dulcería mexicana: historia, ciencia y tecnología", "La mesa de Hernán Cortés" (actualmente en prensa) y además coordinó la transcripción del "Recetario de la Gesta de Independencia" publicado por CONACULTA en el año 2000, comenta que la palabra cajete

aparece en recetarios antiguos españoles del Siglo XVI nombrada por Martínez Montañó y Ruperto de Nola historiadores de la alimentación en España.

"Existe también información del Siglo XVII. Sor Juana escribe una fórmula para hacer todo género de cajeta, con el connotativo de dulce de frutas".

La fruta que se elegía era, generalmente ácida y con un buen contenido de pectina, como el membrillo, el perón y la guayaba.

Sin embargo es en los siglos IX y XX que se usa el término de cajeta para designar a la leche de cabra combinada con el azúcar, destaca Curiel. Señala que su origen es español. Sin embargo en México se llevó a su perfeccionamiento. La cajeta posee los ingredientes típicos mexicanos: la vainilla de Papantla como saborizante, y el mezcal, el aguardiente de caña o el tequila de agave azul para envinarla. Así, cajeta se refiere no sólo al dulce hecho con leche quemada, sino al dulce de frutas que es guardado en una cajita de madera. Una mezcla de la imaginación del mexicano.

En nuestro país, la cajeta es tradicional de la región de Celaya, Guanajuato, donde existen alrededor de 50 empresas dedicadas a su elaboración.

La producción de una buena cajeta es un proceso largo que lleva alrededor de ocho horas, comenta López Gómez, productor artesanal de este dulce.

La leche de cabra, recién traída de los establos, se vacía, junto con el azúcar y una pizca de bicarbonato de sodio, en un cazo de cobre. Luego se coloca en una hornilla con quemador de gas, y se va moviendo con una pala de madera, comenta López Gómez. La leche pasa por un proceso de filtración en el momento de la ordeña y cuando es vaciada en el cazo. Una vez vaciados los ingredientes, se ponen a hervir, variando la temperatura y el tiempo de acuerdo al tipo de cajeta.

Hay cuatro variedades de cajeta: natural, envinada, quemada, y de vainilla. "Cuando es envinada, se le agrega canela y ron. La quemada es de color oscuro

y su proceso de elaboración requiere de más tiempo. En la versión de vainilla, se le agrega el ejote de la vaina de la flor", dice López.

Tradicionalmente, buena parte de su venta se realizaban en las estaciones del tren, antes de 1900, en cajitas amarradas con un mecate. En cajita o en frasco. La introducción de los frascos de vidrio marca una evolución en la preparación y presentación de la cajeta. La buena y verdadera cajeta es aquella que se cristaliza debido al azúcar. "Muchas empresas sólo utilizan el suero de la leche y le añaden grasas vegetales y glucosa de maíz. Una buena cajeta se detecta por su sabor ligero y su consistencia, ya que a los ocho días empieza a cristalizarse, como la miel, se enfatiza de acuerdo al buen conocedor.

El agua de la cajeta es absorbida por la madera de la caja, secándola más rápido. "La desventaja de la cajita es que si no se sabe abrir, entonces se rompe y ya no se puede sellar y la cajeta se seca del todo. El truco es insertar la uña en la caja y después girar la tapa para que se abra", hay ventajas en cuanto al sabor. Cuando se vacía la cajeta en el envase de madera 100 grados centígrados, el sabor de la madera se impregna dándole un sabor peculiar.

En cuanto al envase de vidrio, la ventaja es que el consumidor puede ver lo que compra, además de que el envase de vidrio es más higiénico.

El envase en cajitas es un proceso más artesanal ya que se tiene que cortar la madera para hacer los envases.

♣ **Tips Pegajosos.**

- * *Mantener la cajeta en un lugar fresco y seco, de preferencia el refrigerador, si se azucara meter por 20 seg. en el microondas.*
- * *Taparla muy bien ya que al contacto con el aire, se forman bacterias*
- * *Al servirla, cortar la hebra de la cajeta con una cucharita de madera*
- * *No exponerla al agua, a que se forman hongos.²⁰*

²⁰ www.reforma.com

2.4 LA CAJETA COMO FUENTE DE ENERGÍA.

2.4.1 ALIMENTACIÓN.

Para funcionar bien, nuestro cuerpo necesita agua y otros elementos que le ayuden a formarse, crecer, tener energía para moverse y a protegerse de las enfermedades; por eso se dice que los alimentos nutren. Consume alimentos ricos en energía como maíz, trigo, azúcar, mantequillas, etcétera.

- ♣ Ricos en proteínas los encuentras en el frijol, lentejas, habas, carnes, huevos, leche, etc.; vitaminas y minerales como las frutas y verduras.
- ♣ Para tener una buena alimentación cada familia debe aprovechar lo mejor posible los alimentos que tienen a su alcance, por ello debemos consumir:
- ♣ Semillas de plantas que tengan espiga como el maíz, trigo, cebada. Además papa, aguacate, camote, azúcar, miel, cajeta, crema, aceite, mantequilla, etc. Te proporcionarán energía.
- ♣ Semillas de vaina, como frijol, lentejas, habas, garbanzo, soya, chícharo, y alimentos de origen animal, carne, vísceras, huevo, leche, queso. Proporcionarán proteínas.
- ♣ Frutas y verduras. Proporcionarán vitaminas y minerales.

Se puede concluir que la cajeta y el jamoncillo son dos productos que nos dan energía por el azúcar que contienen, los cuales deben de ser consumidos con moderación, así pueden ser incluidos dentro de una dieta balanceada con una gran fortaleza como es una gran aportación de calcio debido a la leche con la que se elaboran.

2.5 NUEVOS PROYECTOS PARA LA PRODUCCIÓN DE CAJETA.

2.5.1 PROYECTAN PRODUCIR CAJETA.

Varios Estados de la república producen y proyectan la producción de este dulce y que no cuentan con la tradición que tiene Celaya en los dulces de leche, piensan aprovechar el mercado que es muy basto. ¿por qué Celaya no explota esta tradición al máximo?²¹

2.6 VENTAJAS Y LIMITACIONES.

Desde el inicio de los noventa las exportaciones de alimentos estilo mexicano han mostrado una evolución constante. Durante los primeros años de la década, las exportaciones se concentraban en 7 productos, mientras que en los últimos dos años se han diversificado hasta en un 100%, concentrándose en 14 productos.

Los principales productos exportados son: artículos de confitería, que abarcaron el 25.7% del total; botanas, con el 19.7%, debido a que se ha incrementado la demanda internacional por los totopos, nachos y otras frituras de maíz; vegetales en conserva, con el 14.0%, ya que en este rubro se ubican los chiles en conserva, uno de los productos de la cocina mexicana con mayor demanda; comida preparada, con el 6.2%, en razón de que los alimentos preparados como tacos, enchiladas y tamales se están adecuando para la exportación; pasta sin huevo, que incluye a las tortillas, uno de los productos más apreciados en el mercado internacional, con el 4.4%.

Dos productos que se han colocado rápidamente dentro de las preferencias del consumidor internacional, por lo que se vislumbran grandes oportunidades de negocios, son los nopalitos y **la cajeta**. El primero ha encontrado un nicho

²¹ www.mexicodesconocido.com.mx

importante de mercado en las tiendas departamentales, ya que es un alimento listo para el consumo final y sirve como postre. *La cajeta, por su parte, se está ubicando entre los dulces más representativos de la cocina mexicana, principalmente en Estados Unidos.*²²

²² www.mexflavours/guanajuato.html

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

*OBJETIVO DEL CAPÍTULO:
Conocer las posibilidades verdaderas de aceptación
en el mercado propuesto.*

3.1 IMPORTANCIA DEL COMERCIO TRADICIONAL REPRESENTATIVO DE CADA ÁREA.

Anteriormente, cada población era reconocida por los productos que producía, ya que tenían los elementos necesarios para la producción del bien específico, como es la materia prima, mano de obra, tierra, agua, etcétera. Sin embargo, en la actualidad la diversificación de la producción de bienes diferentes a los que tradicionalmente la región producía, tiene gran auge.

Esta tradición en la producción del bien, a pesar de la diversificación en la producción, se quedó como un símbolo de la zona. Un ejemplo específico es la ciudad de Irapuato, municipio del estado de Guanajuato, cuya fama es de “la ciudad de las fresas”; no obstante, la empresa textil tiene gran producción actualmente y esta ciudad no es reconocida específicamente por la producción textil.

3.1.1 COMERCIALIZACIÓN EN OTROS MERCADOS.

La actividad de comercialización no necesariamente se debe limitar:

- ♣ Mercados locales.
- ♣ Mercados nacionales.
- ♣ Más adelante se puede pensar en los mercados internacionales, ya que el mercado del dulce mexicano obtiene sus mejores ganancias de la exportación, principalmente a Estados Unidos, nación que absorbe el 76 por ciento de la totalidad de las exportaciones de dulces en el mundo, aunque actualmente ya no se limita a este sólo país.

Esto representa una oportunidad importante de negocios debido a la cancelación de aranceles que se lleva a cabo desde 1994, lo que ha vuelto muy rentable la producción dulcera de nuestro país.

Datos del Banco Nacional de Comercio Exterior de México anotan que, a partir de la segunda mitad de la presente década, se ha registrado un incremento promedio

del 54 por ciento en la exportación de dulces, y hoy se vende un promedio anual de 60 mil toneladas del producto a América Latina y a la Unión Americana.

México ocupa el tercer sitio como proveedor de dulces a Estados Unidos, después de Canadá y el Reino Unido, por lo que participar en este mercado es favorable, dada la desgravación arancelaria existente y la vecindad con la Unión Americana. En enero de 1999 se canceló el impuesto arancelario de dulce con Costa Rica y en julio pasado comenzó el proceso de desgravación del arancel con Colombia, y en los próximos cuatro años será totalmente desactivado.

Ante este panorama, la comercialización de la confitería mexicana tiene las puertas abiertas para ampliar su inclusión en Norte, Centro y Sudamérica, a donde hoy se exportan, en promedio, más de 60 mil toneladas al año.²³

3.2 ¿QUÉ ES EL JAMONCILLO Y LA CAJETA?

3.2.1 DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS.

La cajeta: Dulce elaborado a partir de leche (por lo general de cabra) y azúcar, que después de un proceso de ebullición se hace una sustancia chiclosa.

El jamoncillo: Dulce elaborado a partir de leche (por lo general de cabra) y azúcar que adicionado con un proceso de ebullición y batido cortado se transforma en una pasta.

3.2.2 NORMAS DE CALIDAD.

El proceso legislativo es una necesidad prioritaria para poder establecer regulaciones que propicien, mantengan e incrementen los intercambios flexibles y reglamentados basados en la calidad del producto, permitiendo ventajas competitivas, así como, a partir de un acuerdo común con otros países, aliente a

²³ www.soyempreneur.com

disminuir las asimetrías comerciales, las prácticas desleales de comercio y las presiones del mercado internacional.

El consumidor final establece la calidad, en cuanto que el producto o servicio reúna las expectativas que como cliente desea; es por ello que deben de existir las regulaciones que permitan al prestador del servicio o producto y al cliente mismo conocer, y siempre mantener esa calidad.

La calidad se puede definir como el cumplimiento de un conjunto de requisitos que permiten la idoneidad para el uso de un producto o servicio determinado. Estos requisitos corresponden a un grupo de especificaciones ya establecidas y que se relacionan directamente con las diferentes propiedades de cada producto en particular.

En México, diversas dependencias de la Administración Pública Federal emiten las disposiciones de índole legal, que regulan, en todos sentidos, la calidad de los productos, como son las Secretarías de Salud, Comercio y Fomento Industrial, del Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca, y otras, de las cuales se mencionan, las apegadas a los productos que se pretenden comercializar.

SECRETARÍA DE SALUD.

LEY GENERAL DE SALUD. D.O. 7 de febrero de 1984.

D.O. 14 de junio de 1991.

En esta ley se especifican los señalamientos en materia de la salubridad general en pro de la protección de la salud humana.

REGLAMENTO DE LA LEY GENERAL DE SALUD EN MATERIA DE CONTROL SANITARIO DE ACTIVIDADES, ESTABLECIMIENTOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS. D.O. 18 de enero de 1988.

Título Primero, Disposiciones generales; capítulo único.

Capítulo XVIII. Cajeta; artículos 390 y 391.

Normas vigentes de la Secretaria de Salud.

NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-091-SSA1-1994, BIENES Y SERVICIOS. LECHE PASTEURIZADA DE VACA. DISPOSICIONES Y ESPECIFICACIONES SANITARIAS. (Unicamente los temas 6 a 11)

El contenido refiere a los objetivos y campo de aplicación, disposiciones sanitarias, especificaciones sanitarias, muestreo, métodos de prueba, etiquetado, envase y embalaje, entre otras disposiciones.

SECRETARÍA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL.

Normas vigentes de la SECOFI.

- Leche condensada azucarada. DGN-F-50-1971.

3.2.3 USO DEL PRODUCTO.

Este producto se considera de gran valor calórico y nutritivo, gracias a sus ingredientes y solamente como satisfactor al paladar, es decir como un postre, porque no es un producto de primera necesidad; sin embargo, se conserva más que algunos productos que sí se consideran como productos básicos o de primera necesidad.

3.2.4 SEGMENTACIÓN DE MERCADO.

La población local como primera instancia, es decir, Celaya, en un futuro (para el segundo año) renta de locales comerciales o comercios tipo ornamental (carreta) para la venta de los productos en las principales plazas.

Para el tercer año se considera renta de tipo locales comerciales o comercios ornamentales, para los estados vecinos, así como el propio estado de Guanajuato, como son:

- ♣ Zacatecas.

- ♣ San Luis Potosí.
- ♣ Querétaro.
- ♣ Michoacán.
- ♣ Jalisco.

Con posterioridad (en el cuarto año) se piensa en un mercado nacional, pero de estados más lejanos, pero que les gusta consumir, este tipo de productos; por ejemplo: Chihuahua, Monterrey, etcétera.

Para el quinto año se piensa en el mercado extranjero, no descartando la posibilidad de exportar por medio de una empresa integradoras; que son aquellas de servicios especializados que asocian personas físicas y morales de escala micro, pequeña y mediana.

La organización formal de las empresas integradoras constituye una plataforma para el desarrollo y la modernización de los pequeños productores.

Los objetivos que se persiguen a través de un proceso de integración son los siguientes:

- Dotar de mayor capacidad de negociación a las empresas micro, pequeña y mediana en los mercados de materias primas, insumos, tecnología, productos terminados y financieros.
- Consolidar su presencia en el mercado interno e incrementar su participación en la exportación.
- Fomentar su especialización en productos y procesos que cuenten con ventajas comparativas.
- Generar economías de escala.

- Además, las empresas integradoras, tienen las siguientes ventajas:
- Incrementa la productividad de las empresas asociadas.
- Mantiene la autonomía de los empresarios en las decisiones internas de sus negocios.
- Los empresarios, se dedican a producir, mientras la empresa integradora se encarga de realizar otras actividades especializadas que requieren los asociados.
- Posibilita la adquisición en común de activos fijos, para modernizar los medios de producción.

Las empresas asociadas podrán comprar desde una acción hasta el 30% del capital social, de acuerdo con la capacidad económica, sin menoscabo de gozar de los beneficios que ofrece este esquema de organización.

Contribuye al desarrollo regional, ya que la asociación hace posible la instrumentación de proyectos de alto impacto en una zona económica.

Algunas empresas integradoras, son las siguientes:

Nombre de la Empresa integradora ²⁴	No. de Registro
<u>SHOEXPORT S.A. DE C.V.</u>	11-001-0001
<u>INTERKIDS FOOTWEAR, S.A. DE C.V.</u>	11-001-0002
<u>ASOCIACIÓN DE FABRICANTES CALZAMUNDO, S.A. DE C.V.</u>	11-001-0003
<u>SPARTA SINERGIA EN PROYECTOS Y CONSTRUCCIONES, S.A. DE C.V.</u>	11-001-0005
<u>MAQUILEROS UNIDOS DEL BAJIO, S.A. DE C.V.</u>	11-001-0006
<u>CORPOAGRO DE MEXICO, S.A. DE C.V.</u>	11-002-0001

²⁴ www.contactopyme.gob.mx

3.2.5 SUSTITUCIÓN DEL PRODUCTO Y SUBPRODUCTOS.

La cajeta y el jamoncillo son únicos, por su sabor y consistencia

3.2.6 VALOR PARA EL CLIENTE Y VENTAJAS COMPETITIVAS.

Estos productos tienen las siguientes ventajas:

Conservan sus propiedades nutritivas por largo tiempo.

Tienen diversas formas de presentación, como son:

- Bolitas.
- Maquetas.
- Figuras.
- Por la parte de la cajeta:
- Frasco.
- Cajitas.

No necesitan preparación para el cliente, como algunos componentes que podrían perjudicar.

Se puede escoger para comprar las proporciones que se ofrezcan, por ejemplo:

- Individuales.
- Bolsas.

Por parte de la cajeta:

- ½ litro.
- ¼ litro.
- 1 litro.

3.3 SELECCIÓN MEDICIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL MERCADO.

El producto como tal se empieza a introducir en el mercado local, después el mercado nacional; más adelante, cuando nuestra empresa se vea más estable, se puede pensar en la exportación a los mercados internacionales.

Mercado Local.	Primer año y Segundo año.
Mercado Nacional.	Tercer año y Cuarto año.
Mercado Internacional.	Quinto Año.

La aceptación de los dulces tradicionales varía de acuerdo al paladar de cada persona, no se limita al tipo de clima, ni el estado en que se habita, estando con esto en una demanda continua.

SELECCIÓN DEL MERCADO META.

En el mercado local, es decir Celaya y todas sus localidades, con un total de 354 473 habitantes, así como los demás municipios del estado de Guanajuato, con un total de 4 052 095 habitantes, que representa el 5% de la población del país; los demás estados de la república mexicana empezando por los estados vecinos que son:

	Su población representa el % del país	(SMAG)
♣ Jalisco.	6.6 %	B
♣ San Luis Potosí.	3.2 %	B
♣ Querétaro.	1.4 %	B
♣ Michoacán.	4.2 %	B ²⁵

Aunando la población de Guanajuato incluyendo a Celaya, con el 5 % de la población del país, estamos hablando de una quinta parte de toda la República

²⁵ Comisión Nacional de Salarios Mínimos.

Mexicana. Sin embargo, se sabe que mucha población de otros estados de la República, como son:

	(SMAG)
♣ El Estado de México.	A
♣ Nuevo León.	B
♣ Distrito Federal.	A

Los primeros dos, ya que después del temblor de 1985 muchos migraron a la ciudad de Celaya, por lo que parte de la familia recurre a la ciudad cuando son festividades, puentes, etcétera, es decir viniendo al estado de Guanajuato con cierta frecuencia, nos da a nosotros un “plus” de consumidores en nuestro mercado meta.

En futuro los Estados Unidos de América, teniendo en cuenta los estados con mayor aceptación y consumo.

Estos estados, se consideran con alto poder adquisitivo, se alcanza a notar la diferencia en el nivel de vida de la población, además que se debe de tomar en cuenta de que gran parte de ellos vienen a Celaya también como turistas, por lo que se tiene lo siguiente:

- ♣ Alto poder adquisitivo.
- ♣ El mercado de estos productos, ya está abierta.
- ♣ Como regalos o suvenirs son una gran idea.
- ♣ Los dulces tradicionales tienen gran demanda.
- ♣ La tasa de crecimiento de la población va en aumento.

Se deja fuera al estado de Michoacán ya que su economía no es una de las mejores de los estados, ya que ha pasado por varias crisis, aún teniendo un estado rico en recursos naturales, pero sin saberlos administrar, por lo que este estado sólo nos serviría para ofrece la cajeta y jamoncillo y ellos hacer derivados de ellos.

3.3.1 CARÁCTERÍSTICAS Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO ELEGIDO.

La población local y estados vecinos son una zona donde lo tradicional es una de las cosas que no se pierde, ya que están muy arraigadas las costumbres, hábitos y la religión; esto se ve reflejado hasta en el desarrollo urbano, al preocuparse por el aspecto que debe de dar la ciudad al preservar el patrimonio cultural; aunque cada día está más de moda apegarse a las costumbres anglosajonas, el apego de las tradiciones y forma de vida tradicional, siguen estando presentes.

Actualmente se prefiere lo hecho en casa que los alimentos congelados o enlatados; es diferente la forma de aceptación de un dulce procesado adherido con conservadores, a uno hecho naturalmente.

3.3.2 MEDICIÓN Y TENDENCIAS DEL MERCADO META.

Hoy en día, hay varias empresas que ya están abarcando además del mercado local y nacional, el mercado internacional; de hecho, muchas empresas empezaron hace poco con la exportación, un claro ejemplo es: la Dulcería de Celaya, es una empresa productiva que no escatima en la calidad del producto y los precios son accesibles, no bajan la calidad, aún pudiendo ganar más, que distribuye en el país y en USA; uno de los aspectos que toma más en cuenta esta dulcería es la calidad, no usando saborizantes artificiales, y no elevando los precios, brinda un buen producto a un precio accesible..²⁶

No existe un dato estadístico en el cual se diga que exista una gran demanda Insatisfecha, pero no quiere decir que no exista la demanda suficiente.

El mercado potencial es de 41 millones de personas, de las cuales, tomando en cuenta un 5% en promedio, se tiene un total de 2.05 millones de personas, por lo que este sería nuestro mercado meta.

²⁶ www.soyempreneur.com

3.3.3. BARRERAS DE ACCESO AL MERCADO.

Una de las posibles barreras sería la competencia sobre los dulces regionales ya existentes en el mercado de los estados a los que se quiere penetrar, así como el costo de transporte, que nos podría elevar el costo del producto puesto en otro estado.

3.3.4. PRÁCTICAS COMERCIALES Y SITUACIONES GENERALES DE PRECIOS, CANALES Y PROMOCIÓN.

Existen en Celaya alrededor de 12 procesadores de cajeta y dulces regionales, más aparte alrededor de 75 productores que se dedican a venderles a los negocios; además de otros productores en los diferentes estados del país.

De los 75 productores no registrados en Celaya la mayoría de éstos son pequeñas familias que trabajan sólo por temporadas, y en estas ofrecen su producto.

Las grandes empresas celayences que tienen tiempo produciendo son:

- ♣ La Tradicional.
- ♣ La Vencedora.
- ♣ MEX CEL S.A. de C.V.
- ♣ Pérez Melecio Seth.
- ♣ Productos Dolce del Bajío.
- ♣ La suprema.
- ♣ Ramírez Rodríguez J. Jesús.
- ♣ Zárate Nieves Ma. Concepción.
- ♣ Cajetas de calidad.
- ♣ El caballo sin rival.

Y algunos de los datos de procesadoras en Celaya son:

RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN	ESTADO MUNICIPIO	TELÉFONO FAX CORREO ELECTRÓNICO	PRODUCTO SERVICIO
* AURORA ARROYO ---- ABARROTOS SAN JOSÉ	BOULEVARD ADOLFO LÓPEZ MATEOS OTE. 320 COLONIA CELAYA CENTRO CP 38000	GUANAJUATO CELAYA	()	CAJETA
* CRISTINA BERBER CASTRO	BOULEVARD ADOLFO LÓPEZ MATEOS 304-B COLONIA CELAYA CENTRO CP 38000	GUANAJUATO CELAYA	(461)6132680	CAJETA
ELISEO HERNÁNDEZ RUIZ	CALLE ANTONIO PLAZA 259 COLONIA EL OLIVAR CP 38070	GUANAJUATO CELAYA	()	CAJETA
* ESTER HORTENCIA MURO QJEDA CAJETAS LA ESTRELLA	CALLE EMETERIA VALENCIA 318 COLONIA CELAYA CENTRO CP 38000	GUANAJUATO CELAYA	(461)6122325	CAJETA
CANDIDO ORTIZ RAMÍREZ	CALLE ESCUADRON 201 5 COLONIA JACARANDAS CP 38090	GUANAJUATO CELAYA	(461)6 09 06 35	CAJETA
J. JOSÉ CARDONA TELLEZ	CALLE ANDRÉS QUINTANARRO 1218 COLONIA LOS GIRASOLES 1A 2A Y 3A SECCIÓN CP 38020	GUANAJUATO CELAYA	()	CAJETA
PAULINO YBARRA RAMÍREZ	CARRETERA LIBRE CELAYA "Y" S/N ZONA FEDERAL APASEO EL GRANDE CP 38160	GUANAJUATO APASEO EL GRANDE	()	CAJETA
MA. ALBERTINA ALFARO RIVERA	CALLE FCO. MASCARENA 200 COLONIA FUNDACIÓN CP 38050	GUANAJUATO CELAYA	(4)6134843 6134843	CAJETA
* LUIS HELEMAN CARDONA OCHOA	CALLE YAMEL 101 COLONIA CELAYA CENTRO CP 38000	GUANAJUATO CELAYA	()	CAJETA
* LEONCIO DELGADO SANDOVAL	AVENIDA SOLIDARIDAD 6773 COLONIA ZONA MILITAR CP 36545	GUANAJUATO IRAPUATO	()	CAJETA
AMELIA NIEVES TOVAR	BOULEVARD ADOLFO LÓPEZ MATEOS 117 COLONIA CELAYA CENTRO CP 38000	GUANAJUATO CELAYA	()	CAJETA
MA. DEL CARMEN ZÁRATE FRANCO	ANDADOR MANUEL DOBLADO 109 COLONIA CELAYA CENTRO CP 38000	GUANAJUATO CELAYA	(4)6132730 canaco@gto1.telmex.net.mx	CAJETAS,

Existen alrededor de 357 empresas dedicadas a la producción de cajeta en el país, entre ellos tenemos los siguientes:

RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN	ESTADO MUNICIPIO	TELÉFONO FAX CORREO ELECTRÓNICO	PRODUCTO SERVICIO
<u>FÁBRICA CORONADO S.A DE C.V.</u>	CARRETERA ANILLO PERIFÉRICO PONIENTE KM 33.5 COLONIA INDUSTRIAL AVIACION CP 78140	SAN LUIS POTOSÍ SAN LUIS POTOSÍ	(4)8231178, 8231179 8230661 fabcor@slp1.telmex.net.mx	CAJETA
<u>PRODUCTOS LÁCTEOS OCHOA, S.A. DE C.V.</u>	CALLE PRIVADA DE GALEANA 16 A COLONIA CIUDAD GUZMÁN CENTRO CP 49000	JALISCO CIUDAD GUZMÁN	(341)34099 34003 34099	CAJETA
<u>* DISTRIBUIDORA CORONADO, S.A.</u>	CALLE PONIENTE 148 449 SECTOR LINDAVISTA VALLEJO CP 07720	DISTRITO FEDERAL GUSTAVO A. MADERO	(015)5872418:3680936 5872419	CAJETA
<u>ROSA MARÍA MORENO OCHOA</u>	PRIVADA PONIENTE 321 L-13 COLONIA HERMOSILLO CENTRO CP 83000	SONORA HERMOSILLO	(62)210 7469	CAJETA
<u>* JOSÉ LUIS ARCHULETA GIRÓN</u>	CALLE CARMEN SERDAN 45 PUEBLO ALDAMA CP 32900	CHIHUAHUA ALDAMA	(45)	CAJETA
<u>* EULALIO GONZÁLEZ MARÍN</u>	CALLE PORFIRIO DÍAZ 106 PUEBLO JOCOTITLÁN CP 50700	ESTADO DE MÉXICO JOCOTITLÁN	()	CAJETA
<u>* ERASTO SÁNCHEZ FLORENCIO</u>	CALLE INSURGENTES S/N PUEBLO SANTO DOMINGO CP 50740	ESTADO DE MÉXICO IXTLAHUACA	()	CAJETA
<u>* VÍCTOR ROMUALDO MONROY MISCELANEA LARO</u>	CALLE ANTONIO MONROY YÁÑEZ SIN NÚMERO PUEBLO ATLACOMULCO DE FABELA CP 50450	ESTADO DE MÉXICO ATLACOMULCO	()	CAJETA
<u>* SANTIAGO ALBERTO DE JESÚS</u>	CALLE SANTA ANA 00 PUEBLO IXTLAHUACA DE RAYÓN CP 50740	ESTADO DE MÉXICO IXTLAHUACA	()	CAJETA
<u>* GRACIELA MORA NIETO</u>	CALLE CALZADA DEL MOLINO 41 B PUEBLO TEMASCALCINGO DE JOSÉ MARÍA VELAZCO CP 50400	ESTADO DE MÉXICO TEMASCALCINGO	()	CAJETA

* <u>MARÍA CHÁVEZ LARA</u>	CALLE HIDALGO 608 PUEBLO TENANCINGO CP 52400	ESTADO DE MÉXICO TENANCINGO	()	CAJETA
* <u>CELESTINA BRAVO MARTÍNEZ</u> MISCELANEA EL VENADITO	CALLE NICOLÁS BRAVO 6 PUEBLO POLOTITLÁN CP 54200	ESTADO DE MÉXICO POLOTITLÁN	()	CAJETA
* <u>JOSÉ JAIME CORTEZ ESPINOZA</u> MISCELÁNEA VANESSA	CALLE VICENTE GUERRERO SIN NÚMERO PUEBLO AGUACATITLÁN CP 51520	ESTADO DE MÉXICO AMATEPEC	()	CAJETA
* <u>PASCUAL SANTIAGO SÁNCHEZ</u>	CALLE MAXIMO MONTIEL 00 PUEBLO ATLACOMULCO DE FABELA CP 50450	ESTADO DE MÉXICO ATLACOMULCO	()	CAJETA
* <u>MARÍA PEDRAZA QUINTANA</u>	CALLE HIDALGO SIN NÚMERO PUEBLO SANTA MARÍA ENDARE CP 50700	ESTADO DE MEXICO JOCOTITLÁN	()	CAJETA
* <u>BEATRIZ ADRIANA SÁNCHEZ SÁNCHEZ</u>	CALLE NICOLÁS BRAVO 218 PUEBLO SAN FELIPE DEL PROGRESO CP 50640	ESTADO DE MÉXICO SAN FELIPE DEL PROGRESO	()	CAJETA

3.3.5 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.

A. Mexicana.

La mayor competencia se encuentra en el Bajío, donde las fábricas tienen gran producción, ya que la materia prima tiene gran disposición.

B. Extranjera.

Como se dijo anteriormente, cuando nuestro negocio esté más estable y desarrollado, se piensa en la exportación; empresas productoras y comercializadoras que se encuentran exportando la cajeta son:

Dulcería de Celaya 5 de Mayo 39, Centro Histórico, México, D.GF.: Tel. (52) 5521-1784

Agencia Coronado S.A. de C.V.

3.3.6 ANÁLISIS DEL MACROENTORNO Y DETECCIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS.

◆ Guanajuato.

Es un estado que ha tenido un desarrollo lento pero constante, desgraciadamente no todos los municipios de Guanajuato se han desarrollado por igual, algunos de ellos han crecido más rápido que otros, dependiendo de las inversiones y de lo atractivo que les sean a los inversionistas en los diferentes municipios.

◆ Estados de la República señalados.

Por la parte de los estados de Jalisco, San Luis Potosí, Querétaro, son estados con gran desarrollo económico, se encuentran dentro de los primeros 15 estados con mayor poder adquisitivo.

◆ Estados Unidos de América.

El mercado del dulce mexicano obtiene sus mejores ganancias de la exportación, principalmente a Estados Unidos, nación que absorbe el 76 por ciento de la totalidad de las exportaciones de dulces en el mundo.

En conclusión:

Se puede decir que actualmente México es un país que ha traído mucha inversión extranjera, gracias a su estabilidad económica y crecimiento continuo que ha tenido así como la iniciativa y tenacidad de algunos mexicanos siendo un mercado fértil, donde las ganancias son de acuerdo al esfuerzo que se ponga.

3.4 MERCADOTECNIA.

3.4.1 ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA.

- Especificar y resaltar las características y nutrientes del producto.

- Definitivamente el producto debe de estar presentado de una forma muy atractiva, con colores de preferencia dorado y plateado, que hagan contraste con lo café oscuro de la cajeta, y por parte del jamoncillo, en una forma similar.
- Poner, dentro de las especificaciones que un producto de alta calidad, dentro de las normas y procesos regulados. Se recomienda, como es un producto para ingestión que se tenga alguna certificación de calidad.
- Intensa campaña de publicidad.

3.4.2 RED DE DISTRIBUCIÓN.

- ***Población nacional.***

Para la población local, se considera una sucursal que pueda abastecer el municipio, más adelante hacer su distribución mediante tiendas con gran ocurrencia dónde se venda productos tradicionales, así como posibles interesados en vender nuestro producto en sus comercios dedicados a la venta de productos similares. (Periodo de aproximadamente 4 años).

- ***Población extranjera.***

Se tendría que ver la red de distribución más adecuada de acuerdo a las necesidades y capacidad instalada en nuestra planta, así como nuestra conveniencia. (Se considera esta situación para el quinto año).

- Tipo de transporte: Cualquiera, tomando en cuenta que sea una temperatura estable de 23 grados centígrados para evitar la descomposición del producto, así como su calidad.

3.5 ASPECTOS OPERACIONALES.

El proceso para elaborar este tipo de alimentos, inicia con el trámite y recopilación de documentos, certificados y formatos, expedidos por las autoridades correspondientes en el estado, donde se desee instalar la planta productora,²⁷ así como los posibles trámites para una exportación en su momento.

²⁷ VUGE (Ventanilla Unica de Gestión Empresarial).

3.5.1 FIJACIÓN DE PRECIOS.

Para nuestra fijación de precios, se tomarán en cuenta dos aspectos importantes para la cotización de nuestro producto, como son:

- a) En base a los costos: se calculan los costos, añadiendo un margen de utilidad deseada.
- b) En base al mercado y la competencia.

Los precios de los productos, oscilan entre los \$45 a \$70 el precio del jamoncillo y de la cajeta es de \$110 a \$165, dependiendo del establecimiento en que se compre, ya que cada establecimiento ofrece diferente calidad; aunque se ha tenido la experiencia de que estos precios no han sido estables, muchas veces se llegó a vender estos productos en más del doble, de lo que se menciona.

Para nuestro estudio tomaremos en consideración el precio en que normalmente se vende, que es de \$110 a \$165 el litro de cajeta y de \$45 a \$70 el jamoncillo.

Conclusión:

De acuerdo con el estudio desarrollado en este capítulo, se pudo saber si efectivamente son reales las propuestas del mercado que se estimaba, ya que de acuerdo con la investigación, se confirma este precepto.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

OBJETIVO DEL CAPÍTULO:

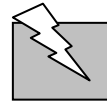
Hacer una investigación acerca de los elementos necesarios para la instalación de la planta, así como de los que pudieran afectar.

4.1 FACTORES PARA LA DETERMINACIÓN DEL SITIO DONDE SE INSTALARÁ EL LUGAR DE TRABAJO.

Actualmente hay cierta planeación estratégica respecto al desarrollo industrial, en busca de un equilibrio global y regional entre los objetivos económicos, sociales y ambientales, para evitar el deterioro ambiental. Tomando en cuenta que se escogió el estado de Guanajuato y por ende Celaya ya que es un lugar turístico, aunque no el más importante industrialmente, sí con mucha historia tras de esta ciudad, como ya se había mencionado en la segunda unidad, y no en balde llamada **“PUERTA DE ORO DEL BAJÍO”**.

4.1.1 MACROLOCALIZACIÓN.

El estado de Guanajuato es el estado que se eligió por las características expuestas con anterioridad.



En el estado de Guanajuato se producen muchos tipos de productos agrícolas, como maíz, trigo, sorgo y hortalizas y gran parte de esta producción es exportada o mandada a otros lugares de la República. Además a Guanajuato se le ha dado mucho empuje desde el ámbito industrial que va en vías de ser uno de los estados con más apogeo industrial, ya que cuenta con mucha inversión extranjera, se ha traído bastante maquinaria con tecnología de punta y sobretodo se le ha dado gran apoyo económico a los pequeños y grandes industriales.²⁸

Sin embargo, así como se le ha dado gran empuje al Estado, este apoyo no ha sido homogéneo para todos, un ejemplo de ello es el norte del estado, que es una de las partes deplorables, desgraciadamente.

²⁸ www.guanajuato.com.mx

4.1.2 MICROLOCALIZACIÓN.

La red de caminos carreteros, vías férreas, aéreas y telefónicas, convierten a Celaya en una de las ciudades de la República mejor comunicadas; este factor, aunado a las bondades de su clima, hace afluir hacia Celaya los inversionistas seguros del éxito en cualquier actividad, ya sea industrial, agrícola o comercial, se finca este hecho en que en Celaya desde 1980 cuenta con 14 diferentes firmas bancarias de la iniciativa privada y dos oficiales.

4.1.3 DISPONIBILIDAD DE LA MATERIA PRIMA.

La materia prima principal que se considera en el proyecto es la leche de cabra; en muchas partes es producida, pero en pequeñas cantidades. No todas las personas que la producen le dan el uso industrial, muchas veces es sólo para consumo personal; sin embargo una parte cercana a Celaya donde sí se produce la cantidad de leche necesaria es un pequeño poblado localizado al sur de Celaya llamado Rincón de Tamayo, donde hay familias dedicadas exclusivamente a esta labor, se puede pactar la compra de la leche con estos productores, si la materia prima llegara a ser un problema, y se puede pensar en empresas que producen leche para producciones grandes, como es el caso de UNIFOOD, empresa dedicada a este tipo de producción, y que actualmente, estaba en un proyecto de la integradora de las microindustrias cajeteras, para proveer de la leche que hiciera falta.

Además de esa parte hay otras que quedan a la misma distancia, como partida el centro de Celaya como es Juventino Rosas, Estrada, ranchos como Tavera, Yustis, etcétera. Teniendo como opción estratégica la entrega a domicilio por parte del proveedor.

Otra materia prima muy importante es el azúcar ya que es parte integral de nuestra receta, pero esta materia prima por lo general no escasea, sin embargo tiene su estacionalidad cuando se encuentra a un precio más accesible y esto lo tenemos que tomar en cuenta para llevar a cabo nuestro presupuesto.

A) Estacionalidad de la leche.

Se considera que para finales de año, es decir, para el invierno es cuando el animal o producto de la leche se seca para poder procrear; sin embargo, se tiene que buscar el buen abastecimiento de leche, para esta época, ya que es cuando hay más venta de producto. Si se pensara en que la producción se provea de la leche de UNIFOOD, se eliminaría este problema; pero también se debe de ver si no mermaría la calidad y sobre todo el sabor de nuestro producto.

B) Análisis de los costos de transporte.

Los costos de transporte para el producto terminado dependen del volumen a transportar y este costo se considera mínimo tomando en cuenta que si es ahí mismo en Celaya no es mayor a 12 pesos, tomando como base el transporte colectivo, y para el transporte de las materias primas un promedio de 60 pesos.

.

C) Disponibilidad de la mano de obra.

Se considera que la mano es abastecida por las personas auxiliares en las labores, dividiendo el trabajo.

4.2 INGENIERÍA DEL PROYECTO.

4.2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.

El proceso cuenta con las siguientes etapas:

- ♣ Recepción.
- ♣ Limpieza.
- ♣ Ebullición.
- ♣ Enfriado.
- ♣ Embarque.

A continuación se da una explicación acerca de lo que comprende cada etapa:

Recepción.

Se refiere a la recepción de la materia prima principal: la leche de cabra, esta debe de pasar el menor tiempo posible al sol y sobretodo los recipientes de transportación deben de ser lo más higiénicos posibles, ya que algún material extraño podría causar la descomposición de la leche. Para la segunda materia prima importante que es el azúcar esta materia prima se considera que ya debe de estar dentro de nuestras instalaciones, pues se debe de tener en cuanto llegue la leche o dependiendo de los pedidos que se tengan.

Se considera que el azúcar se puede comprar por costal, y no se necesita abastecer con mucha frecuencia, dependiendo de los volúmenes que compremos; pero éste volumen es adecuado a nuestra producción.

Limpieza.

Se considera que la leche de cabra sí se necesita pasar por un secado especial, por ejemplo, y paño llamado velo de ángel, por el cual todo el material extraño de la leche se debe de quedar aquí. Para el azúcar, no se hace ninguna limpieza cuando está por pequeños granos, pero, cuando se hace la mezcla de leche más azúcar, se revuelve y se pasa por un paño; sin embargo, se debe cuidar la calidad limpieza del azúcar a la hora de la compra.

Medición.

Consiste en litrear, de acuerdo a las cantidades necesarias para cada producto.

Ebullición.

Se considera que alrededor de 65 a 75 minutos debe de estar en ebullición constante y un promedio de 20 minutos con ebullición y mano de obra para cada uno de los productos.

Enfriado.

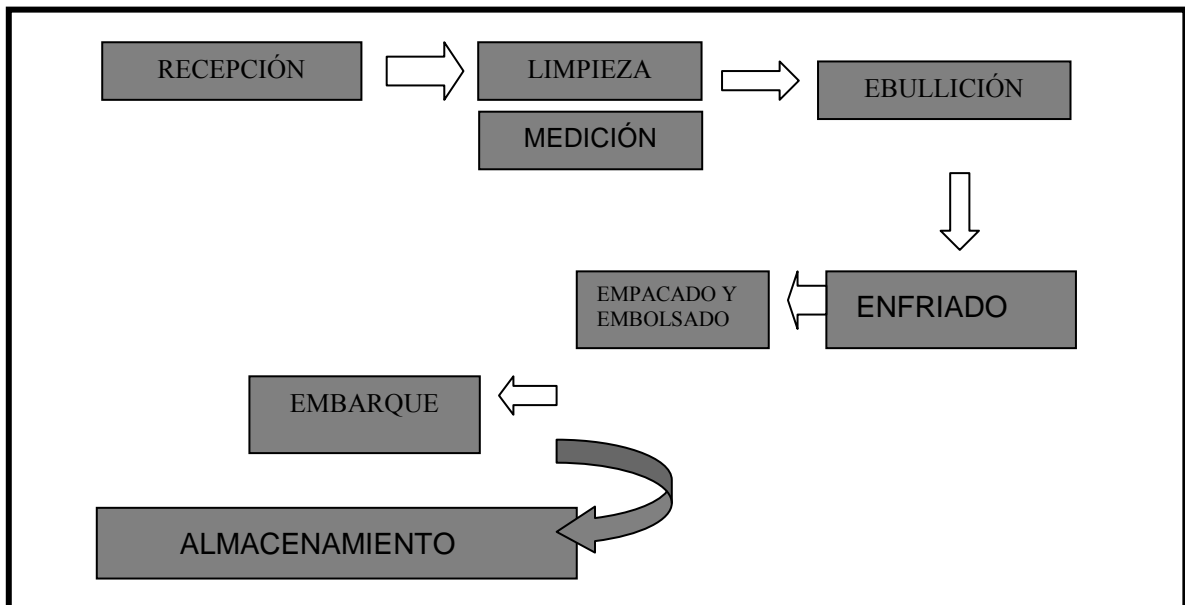
Un promedio de 20 minutos es el promedio de enfriado con mano de obra.

Empacado, embolsado, enfrascado, 5 minutos.

Embarque.

La mercancía se lleva al destino que se requiera el producto terminado; no necesariamente tiene que embarcarse inmediatamente, ya que el producto no es inmediatamente perecedero LO QUE SE CONSIDERA QUE SE PUEDE ALMACENAR.

4.2.2 DIAGRAMA DEL PROCESO.



El almacenamiento, se considera que no debe ser más de tres días para tener un producto fresco, por lo que se considera que se trabajará en su mayoría por pedido.

4.2.3 FACTORES QUE DETERMINAN EL TAMAÑO DE LA PLANTA.

- TAMAÑO DEL MERCADO.

Para efecto de nuestro estudio se considera que el mercado es grande, de acuerdo con el mercado meta.

- DISPONIBILIDAD DE LA MATERIA PRIMA.

La materia prima disponible es suficiente para lo que se piensa producir.

- DISPONIBILIDAD DEL FINANCIAMIENTO.

Con respecto a los recursos financieros, se considera que los recursos en su mayoría son financiados a través de fondos de apoyo a la pequeña y mediana empresa.

EN CONCLUSIÓN.

El tamaño de la planta o lugar de trabajo, debe de ser un lugar donde se lleven a cabo perfectamente las diferentes actividades que se necesiten, así como donde haya la suficiente disposición de servicios públicos, así como un lugar con la suficiente luz, o sea que esté bien iluminado y ventilado. Para mayor comodidad se puede optar por un lugar de trabajo, dónde al mismo tiempo se pueda producir, y comercializar, evitando con esto mayores gastos.

No se considera recomendable lugares excesivamente pequeños; sin embargo, entre más pequeño sea el lugar para producir, más rápido sale la producción, ya que se usa más el calor generado.

4.2.4 DESCRIPCIÓN DE LOS RECURSOS MATERIALES Y HUMANOS NECESARIOS.

A continuación se detallan los recursos materiales y humanos necesarios para una producción real de 48 unidades terminadas diarias de jamoncillos y cajetas 20 litros.

- ♣ Recepción.

El mismo recipiente que el de transporte, pero si se va a refrigerar la leche si se considera la inversión de recipientes que puedan estar dentro del refrigerador y como recurso humano un auxiliar.

- ♣ Limpieza.

Se refiere al colado de la leche, por una sola persona.

- ♣ Los demás procesos se consideran los tres auxiliares.

A) ANÁLISIS DE LA MATERIA PRIMA.

Como se decía anteriormente, la materia prima principal, que es la leche, debe de llegar en condiciones propias para la producción y no en proceso de descomposición, procurando que los recipientes en los cuales se traslada estén limpios.

B) ADQUISICIÓN DEL EQUIPO Y MAQUINARIA.

La mayor parte de la maquinaria y equipo que se necesita se considera que ya existe dentro del estado, y los servicios, dependiendo de la zona.

SERVICIOS:

- ♣ Agua potable (para efectos de limpieza).
- ♣ Alcantarillado (limpieza).
- ♣ Gas (estrictamente necesario).
- ♣ Electricidad.

Y con maquinaria y equipo necesario para la producción como:

MOBILIARIO Y EQUIPO.

- ♣ Cazos de cobre.
- ♣ Palas de madera.
- ♣ Cajas para empacado.
- ♣ Máquinas enfriadoras.
- ♣ Parrillas.

4.3 ESTRUCTURA LEGAL Y ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO.

De acuerdo con las características del proyecto y nuestros objetivos, se sugiere constituirse en el Régimen de Incorporación Fiscal.

Por lo tanto, el registro ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público es como tal haciendo una cita vía internet en <https://citas.sat.gob.mx/citasat/home.aspx>, acudir a la cita con los documentos correspondientes que marca la confirmación de ella ó hacerlo directamente en la página del SAT en <http://www.sat.gob.mx/Y> dentro su portal en Trámites: RFC: Inscripción: con CURP , captura tu CURP y el código que muestra la aplicación, y da clic en Continuar, llena los datos de tu domicilio para generar un comunicado, poner un correo electrónico vigente. El documento generado es un acuse del Preinscripción al RFC, documento válido para acreditar la clave del Registro Federal de Contribuyentes. Posteriormente agendar la cita correspondiente para concluir el trámite en forma presencial ante el SAT acudiendo con identificación oficial vigente expedida por Gobierno federal, estatal ó municipal del contribuyente.

En caso de cualquier duda llamar al 01 800 46 36 728 desde cualquier parte del país, ó acudir directamente a las oficinas del SAT si es aquí en Celaya acudir a C. Juan Bautista Morales No. 200, Col. Zona de Oro, C.P.38020.

4.3.1 QUÉ ES RÉGIMEN DE INCORPORACIÓN FISCAL.

Es el nuevo régimen para tributar (pago de impuestos), establecido dentro de la Ley del Impuesto Sobre la Renta (LISR) en sus artículos del 111 al 113, el cual tiene vigencia a partir del 1 de enero de 2014. Como parte de la Reforma Fiscal 2014.

El motivo de la creación de este régimen fue:

Una de las vertientes principales es promover la formalidad de la economía y por supuesto recaudar más. Lo anterior de acuerdo a la iniciativa publicada el 8 de septiembre de 2013 en el Titular del Ejecutivo Federal donde presentó la iniciativa de la Reforma Hacendaria en la cual propuso la expedición de una

nueva LISR para el 2014 donde el objetivo principal es la de combatir la informalidad y la evasión.

En el mensaje que dio el Titular del Ejecutivo Federal, entre otros temas, resaltó la importancia para el desarrollo del país la propuesta del nuevo Régimen de Incorporación Fiscal (RIF), para personas físicas que tienen ingresos por actividades empresariales y profesionales.

“Al crearse nuevas reglas se induce a las empresas y a los trabajadores a incorporarse al sector formal. Para ello se establece un régimen de incorporación fiscal para nuevos emprendedores, o para los negocios informales que decidan regularizarse, en el que inicialmente no pagarán impuestos en su incorporación al sistema, y sus obligaciones sólo habrán de incrementarse de manera gradual. Mientras tanto, sus trabajadores, y ésta es la prestación que tendrán en este incentivo para incorporarse a la formalidad, sus trabajadores contarán con los beneficios del IMSS, con un subsidio en el pago de sus cuotas, gozarán de la protección del nuevo Seguro de Desempleo y, además, tendrán acceso al crédito para la vivienda.

Por su parte, las micro, pequeñas y medianas empresas, que son las que generan el mayor empleo en nuestro país, que decidan adoptar este régimen de incorporación, podrán acceder a créditos de la Banca de Desarrollo, así como a apoyos y financiamientos del nuevo Instituto Nacional del Emprendedor.

Otra medida para impulsar la formalidad es disminuir, las cuotas de seguridad social para los trabajadores de bajos ingresos, ya que actualmente llegan a 11 pagar hasta casi 30 por ciento de su sueldo, lo cual resulta verdaderamente insostenible e injusto para los trabajadores que menos ganan.

4.3.2 CONSTITUCIÓN Y REGISTRO.

El régimen de incorporación es una propuesta para cambiar los incentivos en favor de la formalidad. Por los beneficios que ofrece, convendrá más a los negocios ser formales que mantenerse en la informalidad.

4.4 ASPECTOS GENERALES FISCALES.

Tributos sobre los que opera.

Este régimen comprende los siguientes impuestos federales:

- Impuesto sobre la renta.
- Impuesto al valor agregado.

Y de acuerdo al tipo de giro también incluye:

- Impuesto especial sobre producción y servicios.

4.5 OBLIGACIONES FISCALES.

Quiénes pueden optar por este régimen.

De conformidad con el primer párrafo del Artículo. 111 de la LISR, serán los contribuyentes personas físicas que realicen únicamente:

- Actividades empresariales.
- Enajenen bienes.
- Presten servicios por los que no se requiera para su realización título profesional.

Podrán optar por pagar el ISR en este nuevo régimen, siempre que los ingresos propios de su actividad empresarial obtenidos en el ejercicio inmediato anterior, no hubieran excedido de la cantidad de dos millones de pesos.

Asimismo, de conformidad con el tercer párrafo del Art. 111, también podrán optar por tributar en este nuevo régimen las personas físicas que realicen actividades empresariales mediante copropiedad, siempre que la suma de los ingresos de todos los copropietarios por las actividades empresariales que realicen a través de la copropiedad, sin deducción alguna, no excedan en el ejercicio inmediato anterior de la cantidad de 2 millones de pesos y que el ingreso que en lo individual le corresponda a cada copropietario por dicha copropiedad, sin deducción alguna, adicionado de los ingresos derivados de ventas de activos fijos propios de su actividad empresarial del mismo copropietario, en el ejercicio inmediato anterior tampoco excedan de los 2 millones de pesos.

Por su parte, el segundo párrafo del Art. 111 señala que quienes inicien actividades que resulten aplicables para este régimen y estimen que tendrán menos de 2 millones de pesos podrán optar por el RIF.

Por lo que se puede concluir que el Régimen de Incorporación Fiscal es para aquellos:

- Contribuyentes que pertenecieron al Régimen de Pequeños Contribuyentes (Repeco).
- Personas físicas con actividad empresarial, que presten servicios por lo que no se requiera título profesional.
- Personas físicas que en sus ingresos en el ejercicio inmediato anterior no hayan excedido los 2 millones de pesos.

Determinación del impuesto sobre la renta.

Dentro de los beneficios que ofrece el Régimen de Incorporación Fiscal tenemos:

Reducción del Impuestos Sobre la Renta (I.S.R). a pagar, de acuerdo al número de años que se tengan tributando, como se muestra a continuación.

- Año 1: 100 % por ejemplo este año 2015.
- Año 2: 90 % 2016.
- Año 3: 80 % 2017.
- Año 4: 70 % 2018.
- Año 5: 60 % 2019.
- Año 6: 50 % 2020.
- Año 7: 40 % 2021.
- Año 8: 30 % 2022.
- Año 9: 20 % 2023.
- Año 10: 10 % 2024.

En el año 2025 se pagaría el 100% del impuesto causado.

Una vez transcurridos los diez años a los que se hacen referencia, los contribuyentes pasarán al Régimen de Actividades Empresariales con todas las obligaciones que éste conlleva.

Sin embargo de acuerdo al decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación el día 11 de marzo de 2015 se está en lo siguiente:

- Los descuentos del 100% en el pago del ISR, IVA e IEPS se extienden por todo el 2015.
- El descuento de 50% en las cuotas de seguridad social, se amplía durante el 2015 y 2016.

Entonces, tendremos los descuentos en pagos de Impuesto Sobre la Renta (ISR), Impuesto al Valor Agregado (IVA) e Impuestos Especiales sobre Producción y Servicios (IEPS) que serán de 100% a lo largo de todo 2015, en lugar del 90% contemplado originalmente para quienes participan desde el año pasado.

El descuento de 50% en las cuotas de seguridad social que obtienen los dueños de los negocios participantes y sus trabajadores previstos para el 2015, se extenderá por todo el 2016.

Por lo que se sugiere que al momento de acudir a las oficinas del SAT preguntar sobre las obligaciones y facilidades administrativas emitidas, tomando en cuenta que se están realizando modificaciones frecuentes a la Ley mediante los decretos.

Obligaciones.

- A.** Solicitar su inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes.
- B.** Conservar comprobantes que reúnan requisitos fiscales, únicamente cuando no se haya emitido un comprobante fiscal por la operación.
- C.** Registrar en los medios o sistemas electrónicos a que se refiere el artículo 28 del Código Fiscal de la Federación, los ingresos, egresos, inversiones y deducciones del ejercicio correspondiente.

D. Entregar a sus clientes comprobantes fiscales. Para estos efectos los contribuyentes podrán expedir dichos comprobantes utilizando la herramienta electrónica de servicio de generación gratuita de factura electrónica que se encuentra en la página de Internet del Servicio de Administración Tributaria.

E. Efectuar el pago de las erogaciones relativas a sus compras e inversiones, cuyo importe sea superior a \$2,000.00, mediante cheque, tarjeta de crédito, débito o de servicios.

Las autoridades fiscales podrán liberar de la obligación de pagar las erogaciones a través de los medios establecidos en el párrafo anterior, cuando las mismas se efectúen en poblaciones o en zonas rurales que no cuenten con servicios financieros.

F. Presentar, a más tardar el día 17 del mes inmediato posterior a aquél al que corresponda el pago, declaraciones bimestrales en las que se determinará y pagará el impuesto conforme a lo dispuesto en esta Sección. Los pagos bimestrales a que se refiere esta fracción, tendrán el carácter de definitivos.

G. Tratándose de las erogaciones por concepto de salarios, los contribuyentes deberán efectuar las retenciones en los términos del Capítulo I del Título IV de esta Ley, conforme a las disposiciones previstas en la misma y en su Reglamento, y efectuar bimestralmente, los días 17 del mes inmediato posterior al término del bimestre, el entero por concepto del impuesto sobre la renta de sus trabajadores conjuntamente con la declaración bimestral que corresponda. Para el cálculo de la retención bimestral a que hace referencia esta fracción, deberá aplicarse la tarifa del artículo 111 de esta Ley.

H. Pagar el impuesto sobre la renta en los términos de esta Sección, siempre que, además de cumplir con los requisitos establecidos en ésta, presenten en forma bimestral ante el Servicio de Administración Tributaria, en la declaración a que hace referencia el párrafo quinto del artículo 111 de esta

Ley, los datos de los ingresos obtenidos y las erogaciones realizadas, incluyendo las inversiones, así como la información de las operaciones con sus proveedores en el bimestre inmediato anterior. Cuando no se presente en el plazo establecido la declaración a que se refiere el párrafo anterior dos veces en forma consecutiva o en cinco ocasiones durante los 6 años que establece el artículo 111 de esta Ley, el contribuyente dejará de tributar en los términos de esta Sección y deberá tributar en los términos del régimen general que regula el Título IV de esta Ley, según corresponda, a partir del mes siguiente a aquél en que debió presentar la información.

Los contribuyentes que habiendo pagado el impuesto conforme a lo previsto en este régimen, cambien de opción, deberán, a partir de la fecha del cambio, cumplir con las obligaciones previstas en el régimen correspondiente.

Cuando los contribuyentes dejen de tributar conforme a esta Sección, en ningún caso podrán volver a tributar en los términos de la misma.

Los contribuyentes que tributen en los términos de esta Sección, y que tengan su domicilio fiscal en poblaciones o en zonas rurales, sin servicios de Internet, podrán ser liberados de cumplir con la obligación de presentar declaraciones, y realizar el registro de sus operaciones a través de Internet o en medios electrónicos, siempre que cumplan con los requisitos que las autoridades fiscales señalen mediante reglas de carácter general.

Facilidades administrativas.

Estos contribuyentes cuentan con las siguientes facilidades administrativas para el cumplimiento de sus obligaciones fiscales:

- ♣ Entre otras, realizan pagos bimestrales.

- ♣ No están obligados a realizar la Declaración Anual.
- ♣ No realizan estados financieros.
- ♣ No presentan la Declaración Informativa de Operaciones con Terceros (DIOT), siempre que registren la información de sus gastos del bimestre anterior en Mis cuentas; si no tuvieron operaciones, enviando su declaración bimestral en ceros por las obligaciones bimestrales que le correspondan y la DIOT se tendrá por cumplida.
- ♣ Además, tienen una forma de cumplimiento simple, pues sólo necesitas la aplicación Mis cuentas, la cual tiene las siguientes características:
- ♣ Es de fácil manejo y gratuita.
- ♣ Para utilizarla sólo requieren su Registro Federal de Contribuyentes (a trece posiciones) y la contraseña que el SAT proporcione.
- ♣ Pueden vaciar en ella los datos de tus ingresos y gastos que llevan en su libreta.
- ♣ Le va a ser de utilidad para que hagan sus declaraciones bimestrales Le va a ser de utilidad para que hagan sus declaraciones bimestrales. Si realizan operaciones con el público en general tienen la opción de elaborar una factura por ventas globales al mes, a la quincena, a la semana o, incluso, para que te sea más práctico, al bimestre.

Impuesto al valor- agregado (IVA).

Deberán calcular el impuesto al valor agregado de forma bimestral por los periodos comprendidos de enero y febrero; marzo y abril; mayo y junio; julio y agosto; septiembre y octubre, y noviembre y diciembre de cada año y efectuar el pago del impuesto a más tardar el día 17 del mes siguiente al bimestre que corresponda, mediante declaración que presentarán a través de los sistemas que disponga el Servicio de Administración Tributaria en su página de Internet.

El impuesto se calculará aplicando la tasa del 16%. El impuesto al valor agregado en ningún caso se considerará que forma parte de dichos valores.

En nuestro caso en particular se consideran ventas al público en general y a clientes que requieran factura por lo que el tratamiento del IVA será separar dichos montos para poder realizar la proporción y los cálculos correspondientes.

Si las ventas por un bimestre son sólo ingresos al público en general se considerará exento al % el IVA, por lo que el IVA se convertirá en gasto en ISR cuando las operaciones son por público en general.

Si se emitió en el mes un solo comprobante con el IVA desglosado se tendrá que calcular la proporción de IVA como se marca a continuación:

1)	<u>Total Ingresos del Bimestre</u>		<u>Por los que desglosé el IVA y se emitió CFDI</u>	=	Proporción de IVA
	Total de ingresos del Bimestre		Lo facturado en CFDI y ventas al público en general		
2)	(IVA de los Gastos)	*	(Proporción de IVA)	=	IVA acreditable proporcional
3)	IVA por pagar del Bimestre (facturas que desglosé el IVA)	-	IVA acreditable proporcional	=	IVA X PAGAR ó IVA X ACREDITAR

Impuesto Especial sobre Producción y Servicios.

Deberán calcularlo en forma bimestral por los periodos comprendidos de enero y febrero; marzo y abril; mayo y junio; julio y agosto; septiembre y octubre; y, noviembre y diciembre de cada año y pagarlo a más tardar el día 17 del mes siguiente al bimestre que corresponda el pago, mediante declaración que presentarán a través de los sistemas que disponga el Servicio de Administración Tributaria en su página de Internet MIS CUENTAS.

El impuesto correspondiente de acuerdo al giro es del 8%, el cual deberá ser cobrado al cliente como parte del importe y posterior sobre esa base conjunta calcular el IVA.

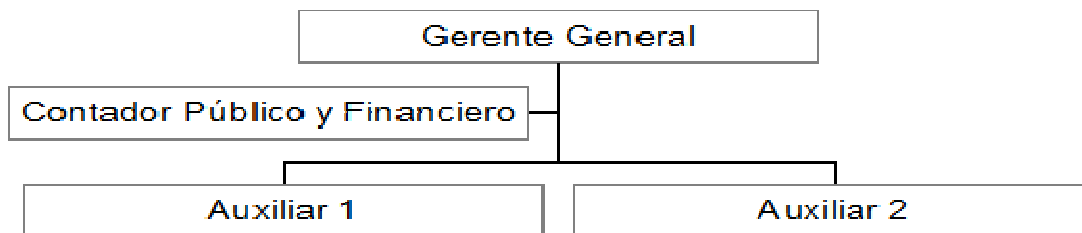
En caso de que en el bimestre no se requirió desglosar el IEPS entonces sólo se pagará el 1%.

Además de estos beneficios, los contribuyentes que se integran a la formalidad inscribiéndose en el Régimen de Incorporación Fiscal tienen la oportunidad de obtener acceso a los servicios de salud, financiamiento de vivienda, otorgamiento de una pensión, créditos a su medida, entre otros.

Más adelante con una red de distribución mayor, así como una mayor capacidad de abastecimiento, y sobre todo, que se puede vender al público en general ó facturar teniendo una amplia posibilidad de estrategia de ventas.²⁹

4.6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

El organigrama que se muestra a continuación es el propuesto para el desarrollo de este proyecto, dónde se cuenta con una estructura simple, con el fin de reducir los gastos de administración, así como la obtención de máximas utilidades, adecuando lo al tamaño propuesto para empezar el negocio, más adelante por la decisión de expansión se van a generar nuevos empleos.



²⁹ Para más información acudir al módulo del SAT con previa cita.

4.7 ESTUDIO DEL IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL.

No se considera que haya una cuestión ecológica por la cual no se pueda llevar a cabo el proyecto, pero en el ámbito social, debemos ver en que lugar se instalará la planta, se debe buscar el lugar adecuado para la instalación de la planta, y no estaría de más hacer una encuesta a la población cercana, si, habría una repercusión social, lo anterior reforzando quizá con una incubadora, para lo cual se anexa a continuación los datos correspondientes y formato necesario por si se opta por esta opción:

Instituto Tecnológico de Celaya (INITEC-CIIT).

Director: Dr. José Porfirio González Frías.

Dirección: Antonio García Cubas No. 1200, Colonia Alfredo V. Bonfil, Celaya, Guanajuato.

Teléfonos: 461 617 77 70 Ext 2108

Correo electrónico: coordinación_ciiecelaya@itcelaya.edu.mx



SOLICITUD DE INGRESO AL
SISTEMA ESTATAL DE INCUBADORAS DE GUANAJUATO
SDM-OPE-REG-01

DATOS GENERALES DEL EMPRENDEDOR.

Nombre del Emprendedor _____

Lugar y Fecha de Nacimiento _____

Estado Civil _____ Régimen matrimonial (En su caso) _____

Dependientes Económicos _____ Grado máximos de estudios _____

Dirección particular _____ Municipio _____

Teléfonos(s) _____ Fax _____ E-mail _____

Experiencia profesional y/o laboral, indicando el nombre de la empresa y Jefe directo, puesto, responsabilidades principales, y periodo durante el cual se desempeñó _____

Habilidades que posea, relacionadas con el objeto de su proyecto _____

DATOS GENERALES DEL EMPRENDEDOR.

Nombre del Proyecto _____

Sector empresarial _____ Rubro _____

Producto (s) o Servicios del proyecto a incubar _____

Giro y/o Actividad del proyecto _____ Cadena y/o Sector _____

Número de personas participantes en el proyecto _____

Dirección del lugar donde estará el proyecto _____

Costo total del Proyecto \$ _____ Inversión propia \$ _____ Financiamiento \$ _____

INFORMACIÓN DEL PROYECTO A INCUBAR.

Explique en forma clara y sintética su proyecto, mencione si es de nueva creación o una ampliación.

¿Qué producto/servicio sería el ofrecido por dicha empresa para su venta?

¿Cual es el valor agregado y/o grado de innovación de este producto/servicio?

¿Qué necesidades, deficiencias, carencias o ausencias en el mercado pretende satisfacer su producto/servicio?



SOLICITUD DE INGRESO AL
SISTEMA ESTATAL DE INCUBADORAS DE GUANAJUATO
SDM-OPE-REG-01

¿Quiénes serían sus clientes Potenciales o su mercado objetivo?

¿Dónde se comercializaría el producto?

¿Quiénes serían sus competidores?

¿En qué aspectos y por qué razones su producto/servicio tiene ventajas respecto al que ofrecen sus competidores?

¿Cuál es el elemento básico (materia prima) en la elaboración de su producto o prestación de servicio?

¿Quiénes serían los proveedores de ese elemento básico?

Otra información que Ud. considera útil mencionar

NOMBRE Y FIRMA DEL EMPRENADOR

FECHA Y FIRMA

Cabe hacer mención que en caso de que se tome esta opción se deberán presupuestar \$5,000.00 pesos para los honorarios correspondientes a la incubadora; van incluidos en estos servicios la carta correspondiente que respalda el estudio del proyecto y el apoyo correspondiente para bajar los fondos que de acuerdo a las convocatorias por parte de Gobierno del Estado se otorgan comprobando así la viabilidad del proyecto.

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

OBJETIVO DEL CAPÍTULO:

Determinar el presupuesto total del proyecto

A continuación se presenta la información que es necesaria para analizar el proyecto en el ámbito financiero y que sirven para su evaluación.

5.1 DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS TOTALES.

Se deben de determinar los costos totales de la empresa, los cuales se clasifican en:

- ♣ Costos de producción.
- ♣ Gastos de venta.
- ♣ Gastos de administración.
- ♣ Gastos financieros.
- ♣ Otros gastos.

5.1.1 DETERMINACIÓN DEL COSTO DE PRODUCCIÓN.

En la producción de un solo artículo se determina su costo como a continuación:

A) Gastos directos de fabricación.

- ❖ Costos materiales directos.

JAMONCILLO.			
CONCEPTO.	CTO. UNITARIO POR UNIDAD.	CTO. MENSUAL PARA 1440 UNIDADES.	TOTAL ANUAL PARA 17520 UNIDADES.
Leche 1 lt.	\$ 8.00	11,520.00	140,160.00
Azúcar 250 grs.	2.50	3,600.00	43,800.00

Nuez 10 grs.	3.40	4,896.00	59,568.00
Pasas 15 grs.	0.75	1080.00	13,140.00
Empaque	0.25	360.00	4,380.00
Serigrafía (etiqueta)	1.00	1440.00	17,520.00
Pegamento	0.10	144.00	1,752.00
TOTAL	16.00	23,040.00	280,320.00

CAJETA.			
CONCEPTO.	CTO. UNITARIO POR UNIDAD (Litro)	CTO. MENSUAL PARA 608 UNIDADES (Litros)	TOTAL ANUAL PARA 7300 UNIDADES (Litros)
Leche 3.20 litros	\$ 25.60	15,564.80	186,880
Azúcar 480 grs	2.40	1459.20	17520.00
Carbonato 1 pizca	0.50	304.00	7,300.00
Serigrafía (Calcomanía)	1.00	608.00	3,650.00
Glucosa 36 grs	0.70	425.60	5110.00
Frasco	8.00	4,864.00	58,400.00
TOTAL	38.20	23,225.60	278,860.00

❖ Costos de mano de obra directa.

CONCEPTO.	SUELDO MENSUAL	CTO. DE RELACIÓN LABORAL	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
2 PERSONAS PARA LOS PROCESOS DE: Recepción. Limpieza. Ebullición. Enfriado. Embarque.	\$8,800.00	3,080.00	\$11,880.00	142,560.00

- ❖ Para efectos de nuestro estudio se consideró el salario mínimo de la zona \$66.45.
- ❖ Para efectos de cálculos posteriores, los costos de mano de obra para cada producto, se considera el 70% para la producción de jamoncillo y el 30% para la cajeta, de acuerdo a las necesidades de mano de obra que se requieren para elaborar cada producto.

B) Gastos indirectos de fabricación.

❖ Costo de mano de obra indirecta.

Por la forma en que se comienza a trabajar, se considera que no hay puestos que arrojen gastos de este tipo, ya que no existe algún jefe de producción o persona que se dedique exclusivamente a actividades análogas.

❖ Gastos indirectos de producción.

JAMONCILLO		
CONCEPTO.	GASTO MENSUAL.	TOTAL ANUAL.
Gas.	\$ 5,472.00	\$ 65,664.00
Agua.	125.00	1,500.00
Energía eléctrica.	280.00	3,360.00
Reposición equipo de cocina.	100.00	1,200.00
Gastos de mantenimiento.	60.00	720.00
TOTAL.	6,202.00	74,424.00
COSTO DE PRODUCCIÓN.	27,107.13	130,497.52

EL COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN PARA EL JAMONCILLO ES \$27,107.13/1459.20=\$18.57 POR PIEZA.

CAJETA		
CONCEPTO.	GASTO MENSUAL.	TOTAL ANUAL.
Gas.	\$ 6,780.00	47,880.00
Agua.	125.00	1,500.00
Energía eléctrica.	120.00	960.00
Reposición equipo de cocina.	277.00	3,325.00
Gastos de mantenimiento.	50.00	600.00
TOTAL.	7,312.00	54,265.00
COSTO DE PRODUCCIÓN.	23,036.28	227,277.14

EL COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN PARA LA CAJETA ES \$23,036.28/708=\$32.53 POR LITRO.

❖ Gastos de administración.

Se considera el 35% del sueldo por concepto del costo de relación laboral y en este cálculo no se está tomando en cuenta la inflación ni incremento de sueldos.

CONCEPTO.	SUELDO MENSUAL.	CTO. DE RELACIÓN LABORAL.	TOTAL MENSUAL.	TOTAL ANUAL.
Gerente general.	8,000.00	2,800.00	10,800.00	\$129,600.00
Honorarios al C.P.			700.00	8,400.00
Teléfono.			350.00	4,200.00
Art. De oficina.			100.00	1,200.00
Consumo de luz.			275.00	3,300.00
Agua.			100.00	1,200.00
SUBTOTAL.			12,275.00	147,300.00
+ Depreciación de equipo (10% ANUAL).			10.00	120.00
TOTAL.			\$ 24,610	295,320.00

- Para efecto de los cálculos anteriores, se consideró la depreciación en conjunto, tanto de máquinas como de equipo de oficina.
- Algunas de las cifras que se consideraron, están redondeadas, para facilitar el estudio del proyecto.

- Para este proyecto se considera que la persona que lleva a cabo el proyecto es en este caso el gerente general, quien asume toda la responsabilidad de la administración del negocio.
- Se considerará para cálculos posteriores el 50% para cada uno de los productos.

5.1.2 DETERMINACIÓN DE LOS GASTOS DE VENTA.

CONCEPTO.	COSTO MENSUAL.	TOTAL ANUAL.
Sueldo de la persona que vende en el local comercial.	\$ 1,485.00	17,820.00
Mantenimiento de equipo de transporte.	200.00	2400.00
Propaganda y publicidad.	1,350.00	16,200.00
Seguros.	291.67	3,500.00
Gasolina.	1500.00	18,000.00
TOTAL.	4,826.67	57,920.00

- Para cálculos posteriores se considera 50% para cada uno de los productos.

5.1.3 DETERMINACIÓN DE LOS GASTOS FINANCIEROS.

CONCEPTO.	GASTO MENSUAL.	GASTO ANUAL.
Interés del crédito bancario.	2,340.00	\$ 28,080.84
TOTAL.		\$ 28,080.84

Datos de acuerdo con la fuente de financiamiento y la cantidad necesaria por financiar.

5.2 DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN INICIAL.

- ❖ Determinar el capital de trabajo.

En la realización y evaluación de los proyectos de inversión, es práctico dar a este rubro del 10% al 20% del monto invertido en los inventarios y cuentas por cobrar.

CONCEPTO.	CONDICIONES.	IMPORTE.
CUENTAS POR COBRAR.	Hacer una carta de crédito al cliente.	\$0.00
INVENTARIOS.	El valor de la producción que se tendría en 15 días.	\$24,285.41
CAPITAL DE TRABAJO.	10% al 20% de inventarios.	\$3,642.81
TOTAL.	Efectos prácticos para la evaluación de proyectos.	\$ 27,928.22

- ❖ Determinar la inversión fija y diferida.

El estudio técnico indica la maquinaria, instalaciones necesarias para la instalación de la empresa.

CONCEPTO.	
Máquina enfriadora *	\$ 25,000.00
Gastos de instalación.	5,500.00
Vehículo de transporte.	120,000.00
Equipo y herramienta de cocina.	9,925.00
Asistencia técnica y capacitación.	3,500.00
Permisos y licencias.	8,500.00
Mobiliario y equipo de oficina.	3,000.00
Refrigerador.	12,000.00
Báscula.	2,300.00
Depósito en renta.	7,000.00
TOTAL.	\$ 196,725.00

* Esta máquina se manda hacer de acuerdo a las especificaciones requeridas.

INVERSIÓN TOTAL.

Capital de trabajo.	\$ 3642.81
Inventarios.	24,285.41
Inversión Fija y diferida.	137,793.00
	<hr/>
INVERSIÓN TOTAL.	\$ 165,721.00

5.2.1 DETERMINACIÓN DE LA DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN.

CONCEPTO	INVERSIÓN INICIAL	TASA DE DEPRECIACIÓN ANUAL (%)	DEPRECIACIÓN O AMORTIZACIÓN ANUAL				
			1	2	3	4	5
Maquina enfriadora	25,000.00	10%	\$2 500.00	\$2 500.00	\$ 2500.00	\$ 2500.00	\$ 2500.00
Gastos de instalación	5,500.00	5%	275.00	275.00	275.00	275.00	275.00
Vehículo de transporte	70,000.00	25%	17,500.00	17,500.00	17500.00	17,500.00	
Equipo y herramienta de cocina	9,925.00	10%	992.50	992.50	992.50	992.50	992.50
Contrato de servicios Y línea telefónica	3,368.00	5%	168.40	168.40	168.40	168.40	168.40
Asistencia técnica Y capacitación	3,500.00	15%	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00
Permisos y licencias	3,000.00	5%	450.00	450.00	450.00	450.00	450.00
Mobiliario y equipo de oficina	3,000.00	10%	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
Refrigerador	8,000.00	10%	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00
Báscula	500.00	10%	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
Depósito de renta	7,000.00	5%	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00
TOTAL	138,793.00		23735.90	23735.90	23735.90	23735.90	6235.90

* Depreciación y amortización de acuerdo con la Ley del Impuesto sobre la renta
** Valor de rescate estimado

5.3 DETERMINACIÓN DEL COSTO DEL CAPITAL.

5.3.1 INGRESOS MÍNIMOS ACEPTABLES Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO.

Se quiere una rentabilidad aceptable sobre el capital propio, igual a los bonos del estado (CETES a 28 días) más una prima de riesgo.

Interés real.	12.5 %
+ Inflación estimada.	7 %
+ Prima de riesgo.	2 %
= <i>Rentabilidad requerida.</i> 21.5%	

Esta rentabilidad del 21.5% es lo mínimo que se quiere obtener.

5.3.2 FUENTES DE FINANCIAMIENTO.

Actualmente el gobierno tiene fideicomisos que apoyan a los empresarios para la ampliación y desarrollo de sus negocios, algunos de ellos son:

- 1) FAMPYME (Financiamiento para la capacitación).³⁰

Cursos.

Diplomados.

Estos “préstamos” son a fondo perdido.

- 2) FIDECAP (Es apoyo para las cadenas productivas).

Esto en lo que se refiere a un apoyo para:

Activo fijo.

³⁰ Sujeto a aprobación.

Nave industrial.

Equipamiento.

El banco SANTANTER es dónde no es necesario este requisito y presta con una tasa del 19.8 al 21.5%, opcionalmente se puede tomar la tasa TIIE que es una tasa variable, derivada de la base gravable de las tasas que se aplican.

Los plazos de estos préstamos van de 18 meses hasta los 3 años, y algunos de los requisitos que son indispensables son:

- No estar en el buró de crédito.
- Empresa viable.
- Sujeto a aprobación.

FUENTE DE FINANCIAMIENTO.

En el marco de trabajo de enlace financiero que realiza el Gobierno de la República entre las micro, pequeñas y medianas empresas y la banca, se firma el convenio de colaboración entre la secretaría de Economía, Nacional Financiera y Banco Santander Mexicano, para otorgar crédito a las PYMES, en dónde la falta de garantías no sea condición que limite su acceso al financiamiento.

Con el objeto de agilizar la fluidez y penetración del crédito de las PYMES, en un esfuerzo conjunto se elaboró el esquema especial para apoyar alrededor de 8,000 empresas diferentes en República que rompa paradigmas con condiciones especiales de tasa, flexibilidad en requisitos, garantías mínimas y dónde el proyecto y su viabilidad soporten su otorgamiento.

Cabe destacar que además de las PYMES actualmente en operación, las de nueva creación también contarán con una opción de financiamiento al verse favorecidas con este nuevo producto.

Esta alianza estratégica se centra en una visión “ganar-ganar”, a través de la cual cada uno de los participantes contribuye con sus propias estrategias diseñadas para atender a las PYMES, compartiendo las infraestructuras y riesgos asociados.

Beneficios para las PYMES.

- ❖ Dirigido a PYMES nuevas y en operación.
- ❖ Para capital de trabajo o adquisición de activos fijos.
- ❖ Sustituye otras fuentes de financiamiento de mayor costo.
- ❖ Es un crédito con garantías mínimas.
 - Se elimina la garantía hipotecaria;
 - Sólo se requerirá contar con un obligado solidario, que podría ser accionista principal del negocio.
- ❖ La tasa más agresiva del mercado para condiciones de crédito similares.
- ❖ A tasa fija que dará certidumbre de los pagos
- ❖ Plazos flexibles de hasta 18 meses para capital de trabajo y 36 meses para activo fijo en empresas nuevas.
- ❖ Un nuevo proceso de evaluación y autorización.
 - Santander Mexicano adecua sus políticas y procedimientos para este nuevo crédito Pyme.
 - Un modelo que simplifica y agiliza el proceso de análisis, resolución, instrumentación y gestión de las propuestas de crédito;
 - Respuesta en el análisis del crédito máximo en 72 hrs. Después de contar con el expediente completa;
 - Mayor peso en el análisis de las variables cualitativas e información mínima necesaria para tomar un riesgo razonable;
 - Utilización de medios electrónicos para agilizar el envío de propuestas.

5.3.3. CÁLCULO DEL COSTO REAL DE FINANCIAMIENTO.

A) Condiciones del préstamo.

❖ Capital de trabajo:

PRÉSTAMO.	\$28,354.00
COMISIÓN.	425.30
= DISPONIBLE.	\$27,928.70

Importe máximo hasta por \$300,000.00

Respaldo del crédito: Obligado solidario 1 a 1.³¹

Plazo hasta 18 meses.

Amortización mensual.

Tasa y pagos: fijos en todo el crédito.

Comisión de apertura 1.5%.

Para efectos del plazo a financiar, se tomó el plazo máximo permitido.

Por lo que tenemos para el primer año:

PERIODO	SALDO INICIAL	INTERÉS	AMORT. DE CAPITAL	TOTAL A PAGAR
1	\$ 28,354.00	\$ 464.30	\$ 1,367.22	\$ 1,831.52
2	26,986.78	441.91	1,389.61	1,831.52
3	25,597.17	419.15	1,412.37	1,831.52
4	24,184.80	396.03	1,435.49	1,831.52
5	22,749.30	372.52	1,459.00	1,831.52
6	21,290.30	348.63	1,482.89	1,831.52
7	19,807.41	324.35	1,507.17	1,831.52

³¹ Obligado solidario 1 a 1 significa que la persona respaldará con su firma la operación deberá contar con uno o mas bienes cuyo valor sea igual al valor del crédito solicitado.

8	18,300.24	299.67	1,531.85	1,831.52
9	16,768.39	274.58	1,556.94	1,831.52
10	15,211.45	249.09	1,582.43	1,831.52
11	13,629.02	223.18	1,608.34	1,831.52
12	12,020.67	196.84	1,634.68	1,831.52
		\$ 4,010.23	\$ 17,968.01	\$ 21,978.24

Para el segundo año:

PERIODO	SALDO INICIAL	INTERES	AMORT.DE CAPITAL	TOTAL A PAGAR
13	\$ 10,385.86	\$ 170.07	\$ 1,661.46	\$ 1,831.53
14	8,724.40	142.86	1,688.67	1,831.53
15	7,035.73	115.21	1,716.32	1,831.53
16	5,319.41	87.11	1,744.42	1,831.53
17	3,574.98	58.54	1,772.99	1,831.53
18	1,801.99	29.51	1,802.02	1,831.53
		\$ 603.29	\$ 10,385.89	\$ 10,989.18

		4613.51	28354.03	32967.54
--	--	---------	----------	----------

Cálculo del valor presente a una tasa mayor 21.6 %, mensual 1.9%.

PERIODO	FACTOR POR	CANTIDAD PAGADA	VALOR PRESENTE
1	(1.018)-1	\$ 1,831.53	\$ 1,797.38
2	(1.018)-2	1,831.53	1,763.87
3	(1.018)-3	1,831.53	1,730.98
4	(1.018)-4	1,831.53	1,698.70
5	(1.018)-5	1,831.53	1,667.03
6	(1.018)-6	1,831.53	1,635.95
7	(1.018)-7	1,831.53	1,605.44
8	(1.018)-8	1,831.53	1,575.51
9	(1.018)-9	1,831.53	1,546.13
10	(1.018)-10	1,831.53	1,517.30
11	(1.018)-11	1,831.53	1,489.01
12	(1.018)-12	1,831.53	1,461.25

13	(1.018)-13	1,831.53	1,434.00
14	(1.018)-14	1,831.53	1,407.26
15	(1.018)-15	1,831.53	1,381.02
16	(1.018)-16	1,831.53	1,355.27
17	(1.018)-17	1,831.53	1,330.00
18	(1.018)-18	1,831.53	1,305.20
			\$ 27,701.32

Cálculo del valor presente a una tasa menor 2.04% anual, 1.7% mensual.

PERIODO	FACTOR POR	CANTIDAD PAGADA	VALOR PRESENTE
1	(1.017)-1	\$ 1,831.53	\$ 1,800.91
2	(1.017)-2	1,831.53	1,770.81
3	(1.117)-3	1,831.53	1,741.21
4	(1.017)-4	1,831.53	1,712.10
5	(1.017)-5	1,831.53	1,683.49
6	(1.017)-6	1,831.53	1,655.34
7	(1.017)-7	1,831.53	1,627.67
8	(1.017)-8	1,831.53	1,600.47
9	(1.017)-9	1,831.53	1,573.71
10	(1.017)-10	1,831.53	1,547.41
11	(1.017)-11	1,831.53	1,521.54
12	(1.017)-12	1,831.53	1,496.11
13	(1.017)-13	1,831.53	1,471.10
14	(1.017)-14	1,831.53	1,446.51
15	(1.017)-15	1,831.53	1,422.33
16	(1.017)-16	1,831.53	1,398.55
17	(1.017)-17	1,831.53	1,375.17
18	(1.017)-18	1,831.53	1,352.19
			\$ 28,196.62

La tasa real está entre 1.9 y 1.7.

Valor actual de la tasa menor. 28,196.62

Valor actual tasa mayor. 27,701.32

IGUAL. 495.30

Valor actual tasa menor.	28,196.62
Disponible.	27,928.70
IGUAL.	267.92

Resultado: $267.92/495.30=0.54$

$19.65/12=1.6375$ mensual + $0.54=2.1775\%$ mensual, 26.13% anual.

**COSTO REAL DE FINANCIAMIENTO
PARA EL CAPITAL DE TRABAJO: 26.13%**

❖ **Activo fijo.**

PRÉSTAMO. \$ 111,913.00

- *COMISIÓN.* 1,678.60

= *DISPONIBLE.* \$ 110,234.40 (137,793.00*80%)

APORTACIÓN DEL INVERSIONISTA: \$ 27,558.60

A) Condiciones del préstamo.

Importe máximo hasta por \$400,000.00.

Respaldo de crédito: obligado solidario 1 a 1.³²

Plazo hasta 36 meses, calculado la liquidez del cliente.

Tasa y pagos: fijos en todo el crédito.

³² Obligado solidario 1 a 1 significa que la persona que respaldará con su firma la operación deberá contar con uno o más bienes cuyo valor sea igual al valor del crédito solicitado.

Porcentaje a financiar: del valor del bien a adquirir, sólo podrá ser financiado hasta el 80% del valor del mismo.

Para efectos del plazo a escoger, se tomó el plazo mayor permitido.

Para el primer año tenemos lo siguiente:

PERIODO	SALDO INICIAL	INTERÉS	AMORT. DE CAPITAL	TOTAL A PAGAR
1	\$ 111,913.00	\$ 1,894.13		\$ 1,894.13
2	111,913.00	1,894.13		1,894.13
3	111,913.00	1,894.13		1,894.13
4	111,913.00	1,894.13		1,894.13
5	111,913.00	1,894.13	2,664.10	4,558.23
6	109,248.90	1,849.04	2,709.19	4,558.23
7	106,539.71	1,803.18	2,755.05	4,558.23
8	103,784.66	1,756.56	2,801.67	4,558.23
9	100,982.98	1,709.14	2,849.09	4,558.23
10	98,133.89	1,660.92	2,897.31	4,558.23
11	95,236.58	1,611.88	2,946.35	4,558.23
12	92,290.23	1,562.01	2,996.22	4,558.23
TOTAL		\$21,423.36	\$ 22,618.99	\$ 44,042.35

Para el segundo y tercer año:

PERIODO	SALDO INICIAL	INTERÉS	AMORT. DE CAPITAL	TOTAL A PAGAR
1	\$ 89,294.01	\$ 1,511.30	\$ 3,046.93	\$ 4,558.23
2	86,247.08	1,459.73	3,098.50	4,558.23
3	83,148.58	1,407.29	3,150.94	4,558.23
4	79,997.64	1,353.96	3,204.27	4,558.23
5	76,793.37	1,299.73	3,258.50	4,558.23
6	73,534.87	1,244.58	3,313.65	4,558.23
7	70,221.22	1,188.49	3,369.74	4,558.23
8	66,851.48	1,131.46	3,426.77	4,558.23
9	63,424.71	1,073.46	3,484.77	4,558.23
10	59,939.95	1,014.48	3,543.75	4,558.23
11	56,396.20	954.51	3,603.72	4,558.23

12	52,792.48	893.51	3,664.72	4,558.23
TOTAL		\$14,532.51	\$ 40,166.25	\$ 54,698.76

PERIODO	SALDO INSOLUTO	INTERES	AMORT.DE CAPITAL	TOTAL A PAGAR
1	\$ 49,127.76	\$ 831.49	\$ 3,726.74	\$ 4,558.23
2	45,401.02	768.41	3,789.82	4,558.23
3	41,611.20	704.27	3,853.96	4,558.23
4	37,757.24	639.04	3,919.19	4,558.23
5	33,838.05	572.71	3,985.52	4,558.23
6	29,852.53	505.25	4,052.98	4,558.23
7	25,799.55	436.66	4,121.57	4,558.23
8	21,677.98	366.90	4,191.33	4,558.23
9	17,486.65	295.96	4,262.27	4,558.23
10	13,224.38	223.82	4,334.41	4,558.23
11	8,889.97	150.46	4,407.77	4,558.23
12	4,482.21	75.86	4,482.37	4,558.23
TOTAL		\$ 5,570.84	\$ 49,127.92	\$ 54,698.76

		\$41,526.71	\$ 111,913.16	\$ 153,439.87
--	--	-------------	---------------	---------------

Cálculo del valor presente a una tasa mayor 22.8% anual, 1.9% mensual.

PERIODO	FACTOR POR	CANTIDAD PAGADA	VALOR PRESENTE
1	(1.019)-1	\$ 1,894.13	\$ 1,858.81
2	(1.019)-2	1,894.13	1,824.15
3	(1.119)-3	1,894.13	1,790.14
4	(1.019)-4	1,894.13	1,756.76
5	(1.019)-5	4,558.23	4,148.83
6	(1.019)-6	4,558.23	4,071.47
7	(1.019)-7	4,558.23	3,995.55
8	(1.019)-8	4,558.23	3,921.05
9	(1.019)-9	4,558.23	3,847.94
10	(1.019)-10	4,558.23	3,776.19
11	(1.019)-11	4,558.23	3,705.78

12	(1.019)-12	4,558.23	3,636.69
13	(1.019)-13	4,558.23	3,568.88
14	(1.019)-14	4,558.23	3,502.33
15	(1.019)-15	4,558.23	3,437.03
16	(1.019)-16	4,558.23	3,372.95
17	(1.019)-17	4,558.23	3,310.05
18	(1.019)-18	4,558.23	3,248.34
19	(1.019)-19	4,558.23	3,187.77
20	(1.019)-20	4,558.23	3,128.33
21	(1.019)-21	4,558.23	3,070.00
22	(1.019)-22	4,558.23	3,012.76
23	(1.019)-23	4,558.23	2,956.58
24	(1.019)-24	4,558.23	2,901.45
25	(1.019)-25	4,558.23	2,847.36
26	(1.019)-26	4,558.23	2,794.26
27	(1.019)-27	4,558.23	2,742.16
28	(1.019)-28	4,558.23	2,691.03
29	(1.019)-29	4,558.23	2,640.86
30	(1.019)-30	4,558.23	2,591.62
31	(1.019)-31	4,558.23	2,543.29
32	(1.019)-32	4,558.23	2,495.87
33	(1.019)-33	4,558.23	2,449.33
34	(1.019)-34	4,558.23	2,403.67
35	(1.019)-35	4,558.23	2,358.85
36	(1.019)-36	4,558.23	2,314.86
			\$ 107,903.01

Cálculo del valor presente a una tasa menor 21.6% anual, 1.8% mensual.

PERIODO	FACTOR POR	CANTIDAD PAGADA	VALOR PRESENTE
1	(1.018)-1	\$ 1,894.13	\$ 1,862.47
2	(1.018)-2	1,894.13	1,831.33
3	(1.018)-3	1,894.13	1,800.72
4	(1.018)-4	1,894.13	1,770.62
5	(1.018)-5	4,558.23	4,189.78
6	(1.018)-6	4,558.23	4,119.75

7	(1.018)-7	4,558.23	4,050.88
8	(1.018)-8	4,558.23	3,983.17
9	(1.018)-9	4,558.23	3,916.59
10	(1.018)-10	4,558.23	3,851.12
11	(1.018)-11	4,558.23	3,786.74
12	(1.018)-12	4,558.23	3,723.44
13	(1.018)-13	4,558.23	3,661.20
14	(1.018)-14	4,558.23	3,600.00
15	(1.018)-15	4,558.23	3,539.83
16	(1.018)-16	4,558.23	3,480.66
17	(1.018)-17	4,558.23	3,422.47
18	(1.018)-18	4,558.23	3,365.26
19	(1.018)-19	4,558.23	3,309.01
20	(1.018)-20	4,558.23	3,253.70
21	(1.018)-21	4,558.23	3,199.31
22	(1.018)-22	4,558.23	3,145.83
23	(1.018)-23	4,558.23	3,093.24
24	(1.018)-24	4,558.23	3,041.54
25	(1.018)-25	4,558.23	2,990.70
26	(1.018)-26	4,558.23	2,940.70
27	(1.018)-27	4,558.23	2,891.55
28	(1.018)-28	4,558.23	2,843.21
29	(1.018)-29	4,558.23	2,795.69
30	(1.018)-30	4,558.23	2,748.96
31	(1.018)-31	4,558.23	2,703.00
32	(1.018)-32	4,558.23	2,657.82
33	(1.018)-33	4,558.23	2,613.39
34	(1.018)-34	4,558.23	2,569.71
35	(1.018)-35	4,558.23	2,484.52
36	(1.018)-36	4,558.23	2,484.52
			\$ 111,722.43

La tasa real está entre 1.9 Y 1.7

Valor actual de la tasa menor. 111,722.43

Valor actual tasa mayor. 107,903.01

IGUAL.	3,819.42
Valor actual tasa menor.	111,722.43
Disponible.	110,234.40
IGUAL.	1,488.04

Resultado: $1,488.04/3,819.42=0.38$.

$20.31/12=1.6925$ mensual + $0.38=2.0725\%$ mensual, 24.87% anual.

**COSTO REAL DE FINANCIAMIENTO
PARA EL ACTIVO FIJO: 24.87%**

COSTO DEL CAPITAL.

CONCEPTO.	COSTO FINANCIERO REAL.	IMPORTE PARTICIPACIÓN.	% PARTICIPACIÓN.	PONDERACIÓN.
Aportación.	21.5%	\$ 27,558.60	16.62%	1.79%
Préstamo C.T.	26.13%	27,928.7	16.85%	2.17%
Préstamo A.F.	24.87%	110,234.40	66.53%	2.07%
TOTAL.	72.50%	165,721.70	100%	6.03%

5.4 PLAN DE UTILIDADES.

A) Clasificación de los costos fijos y los variables.

Para poder calcular el punto neutro y el punto de equilibrio, así como la fijación del precio, se hace esta clasificación y así tener más claros los conceptos a utilizar.

JAMONCILLO.		
COSTO FIJOS.	CANTIDAD ANUAL.	COSTO UNITARIO.
Costo de producción.	29,618.23/17520 unidades	1.6905
Costos generales.	9,946.69/17520	0.5677
Gastos de administración.	47,910.00/17520	2.7345
Gastos de venta.	2,100.00/17520	0.1198
Gastos financieros. ³³	15,145.61/17520	0.8644
TOTAL COSTOS FIJOS.	114,139.38	5.9769

CAJETA.		
COSTO FIJOS.	CANTIDAD ANUAL.	COSTO UNITARIO.
Costo de producción	11,647.94/7300 unidades	1.5956
Costos generales.	9,946.69/7300	1.3625
Gastos de administración.	47,910.00/7300	6.5630
Gastos de venta.	2100.00/7300	0.2876
Gastos financieros.	12,391.88/7300	1.6975
TOTAL COSTOS FIJOS.	84,331.00	11.5062

JAMONCILLO.		
COSTOS VARIABLES.		
Costo de producción.	297,259.04/17520	16.96
Gastos de venta.	9,120.00/17520	0.52
TOTAL COSTOS	306,379.04	17.48

³³ 27,537.49 incluye del capital de trabajo y activo fijo y las comisiones

VARIABLES.		
COSTO TOTAL.	420,518.42	23.45

CAJETA.		
COSTOS VARIABLES.		
COSTO DE PRODUCCIÓN.	215,960.00/7300	29.58
Gastos de venta.	9120.00/7300	1.24
TOTAL COSTOS VARIABLES.	225,080.00	30.86
COSTO TOTAL.	309,411.00	42.39

- Los costos de producción y costos generales son de acuerdo a las depreciaciones obtenidas.

La diferencia entre los ingresos netos obtenidos y los costos variables deberá ser suficiente para absorber a los costos fijos y como por consiguiente tener un remanente.

	JAMONCILLO	CAJETA
INGRESOS NETOS.	\$ 560,640 .00	\$ 474,500.00
- COSTO DE VENTAS.	306,379.04	225,080.00
= CONTRIBUCIÓN MAR.	254,260.96	249,420.00
- COSTOS FIJOS.	104,720.53	83,996.51
= UTILIDAD.	149,540.43	165,423.49
UTILIDAD TOTAL. \$	314,963.92	

B) PUNTO NEUTRO.

El punto neutro es aquél en el que los ingresos son iguales a los costos fijos y variables. Por medio de este cálculo podemos saber el número de unidades vendidas por las cuales sólo se recuperan los costos.

PUNTO NEUTRO= COSTOS FIJOS TOTALES/COSTO TOTAL UNITARIO-COSTO UNITARIO FIJO.

P.N.= $104,715.28/32.00-23.58= 12,436.49$ UNIDADES DE JAMONCILLO.

P.N.= $83,995.26/65-42.39= 3,714.96$ LITROS DE CAJETA.

C) PUNTO DE EQUILIBRIO.

El cálculo del punto de equilibrio nos permite saber la relación que existe entre los costos variables y los fijos.

PUNTO DE EQUILIBRIO= COSTOS FIJOS+UTILIDADE DESEADA/CMU.³⁴

P.E.= $(104,715.28 + 2962.54) / 8.42=12,788.33$ 12,788

UNIDADES DE JAMONCILLO.

P.E.= $(83,995.26 + 2962.54) / 22.61=3,845.98$ 3,846

LITROS DE CAJETA.

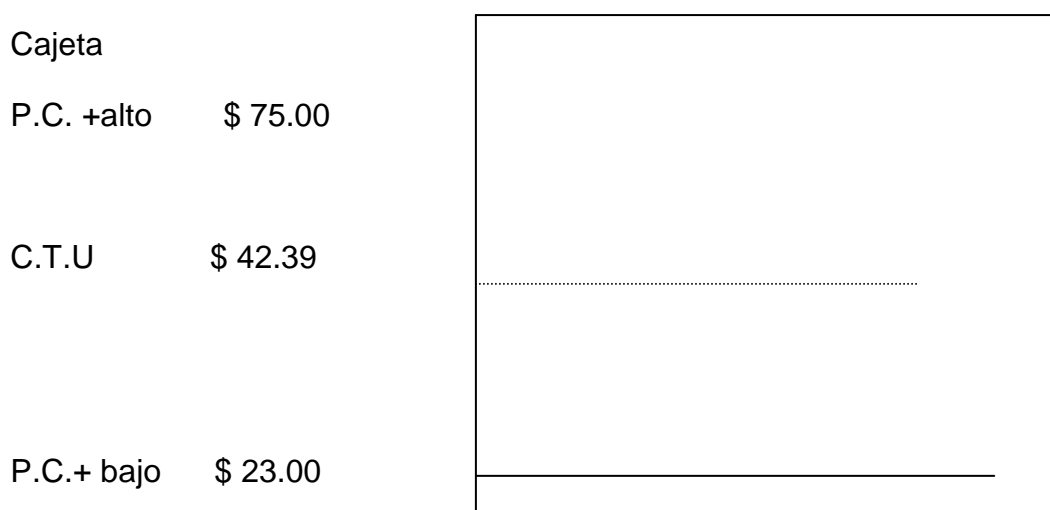
5.5 FIJACIÓN DE PRECIOS.

Una vez que se obtiene el costo total unitario de cada producto, es útil hacer un gráfico dónde se puede se puedan fijar las políticas y estrategias de precios y oferta.

³⁴ Contribución marginal unitaria

GRÁFICO DE PRECIOS: Consiste en determinar un ámbito dónde se muestre la competencia y nuestro producto en que lugar está ubicado dentro de esta gráfica, tomando en cuenta los precios actuales en el mercado, como a continuación se presenta.

Jamoncillo.



* C.T.U. Costo total unitario.

** P.C. Precio de competencia.

Las gráficas anteriores nos muestran el ámbito dónde se pueden mover los precios, como se puede ver hay un buen intervalo, pudiendo considerarlo como aceptable.

En las prácticas de mercadotecnia, se necesita saber el costo total unitario, para poder planear las políticas y estrategias a seguir, fijar un precio, volumen de ventas y a quien van dirigidas en nuestro mercado meta.

- PRONÓSTICO DE VENTAS Y POLÍTICAS.

JAMONCILLO.				
Año.	Volumen unidades.	Precio.	Población.	Estrategia.
1	17,520	\$32.00	Celayense.	Calidad y precio.
2	17,520	34.00	Celayense.	Calidad y precio.
3	22,776	35.00	Estados vecinos.	Calidad y volumen.
4	28,032	35.00	Más otros estados.	Calidad y volumen.
5	33,288	40.00	Origen mexicano y anglosajona.	Calidad y volumen.

CAJETA.				
Año	Volumen unidades.	Precio.	Población.	Estrategia.
1	7,300	\$65.00	Celayense.	Calidad y precio.
2	7,300	67.00	Celayense.	Calidad y precio.
3	9,490	68.00	Estados vecinos.	Calidad y volumen.

4	11,680	68.00	Más otros estados.	Calidad y volumen.
5	13,870	73.00	Origen mexicano y anglosajona.	Calidad y volumen.

Se afirma que existe la capacidad instalada y la disponibilidad de insumos, en tal caso que no existe una limitación, pues hay la capacidad instalada suficiente y con respecto a la materia prima se busca una fuente que abastezca la planta.

5.6 ELABORACIÓN DE PRESUPUESTO DE INGRESOS, COSTOS, GASTOS E IMPUESTOS.

Con los datos ya señalados podemos hacer el presupuesto de ingresos, gastos y costos.

- Presupuesto de Ingresos y Ventas.

JAMONCILLO.			
Año.	Unidades.	Precio de venta.	Ingresos por venta.
1	17,520	\$32.00	\$ 560,640.00
2	17,520	34.00	595,680.00
3	22,776	35.00	797,160.00
4	28,032	35.00	981,120.00
5	33,288	40.00	1,331,520.00

	CAJETA.		
	Unidades.	Precio de venta.	Ingresos por venta.
1	7,300	65.00	233,600.00
2	7,300	67.00	248,200.00
3	9,490	68.00	332,150.00
4	11,680	68.00	708,800.00
5	13,870	73.00	554,800.00

- Presupuesto de costo de ventas.

JAMONCILLO.					
Año	1	2	3	4	5
Costo de producción.	297,259.04	297,259.04	386,436.75	475,614.46	564,792.17
Costo de distribución.	9,120.00	11,092.96	20,710.00	26,130.00	32,528.52
Costo de ventas variable.	306,379.04	308,352.00	407,146.75	501,744.46	597,320.69
Costo unitario.	17.48	17.60	17.87	17.89	17.94

CAJETA.					
Año.	1	2	3	4	5
Costo de producción.	215,960.00	215,960.00	280,798.00	345,536.00	410,324.00
Costo de distribución.	9,120.00	11,092.96	20,710.00	26,130.00	32,528.52

Costo de ventas variable.	225,080.00	227,052.96	301,508.00	371,666.00	442,852.52
Costo unitario.	30.8628	31.1031	31.7711	31.8207	31.92

* Costo de producción ir a punto 5.1.1.

* Costo de distribución ir a punto 5.1.2.

- Presupuesto de Gastos financieros.

	Interés C.T	Interés A.F.	TOTAL
Comisión	425.30	1,678.60	2,103.90
1	4,010.23	21,423.36	25,433.59
2	4,613.51	14,532.51	19,146.02
3	0.00	5,570.84	5,570.84
TOTAL	9,049.04	43,205.31	52,254.35

* Datos de acuerdo con las tablas del punto 5.3.1

- Presupuesto de Gastos de administración.

Aumentan 10% los gastos de administración por concepto de artículos de oficina en el tercero y quinto año.

Años	1	2	3	4	5
Subtotal gastos de admon.	95,520.00	95,520.00	105,072.00	105,072.00	115,579.20
Depreciación	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
Total Gastos de admon.	95,820.00	95,820.00	105,372.00	105,372.00	115,879.20

* Datos tomados del punto 5.1.1.

- La depreciación es la que corresponde a cada año fiscalmente de acuerdo con la tabla de amortización del punto 5.2.1.

Los costos fijos, como es en este caso de los gastos de administración tienen cierta fijeza, pero estos aumentan en una forma escalonada, si aumentan la producción.

- Presupuesto de Costos fijos de Producción.

JAMONCILLO.					
Años.	1	2	3	4	5
Depreciación.					
Máquina enfriadora.	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00
Equipo y herramienta de cocina.	660.00	660.00	660.00	660.00	660.00
Báscula.	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
MODF.	26,406.57	26,406.57	39,609.84	39,609.84	51,492.79
TOTAL.	29,616.57	29,616.57	42,819.84	42,819.84	54,702.79

CAJETA.					
Años.	1	2	3	4	5
Equipo y herramienta	332.50	332.50	332.50	332.50	332.50

de cocina.					
MODF.	11,317.10	11,317.10	17,824.43	17,824.43	23,171.75
TOTAL.	11,649.60	11,649.60	18,156.93	18,156.93	23,504.25

- Presupuestos de Costos Generales.

Años.	1	2	3	4	5
Depreciación.					
Gastos de instalación.	\$ 275.00	275.00	275.00	275.00	275.00
Contrato de servicios y línea telefónica.	168.40	168.40	168.40	168.40	168.40
Asistencia técnica y capacitación.	\$ 350.00	350.00	350.00	350.00	350.00
Permisos y licencias.	450.00	450.00	450.00	450.00	450.00
Refrigerador	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00
Vehículo de transporte.	17,500.00	17,500.00	17,500.00	17,500.00	17,500.00
Depósito en renta.	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00
TOTAL.	\$ 19,893.38	19,893.38	19,893.38	19,893.38	19,893.38

* Datos tomados de la tabla de depreciación y amortización.

- Otros Ingresos.

Para poder evaluar los proyectos, se hace un corte artificial de tiempo. Si lo tomamos de esta manera ya no se consideran más ingresos, pues la planta deja de operar y vende los activos, produciendo así un flujo de efectivo extra en el último año.

En la práctica, la mayoría de los negocios duran en funcionamiento hasta 15 años o más, pero para nuestra evaluación debemos cortar en algún momento. Es por ello que nuestros cálculos son hechos hasta el quinto año.

5.7 ELABORACIÓN DEL ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO Y FLUJO NETO DE EFECTIVO.

Año	1	2	3	4 ³⁵	5 ³⁶
Ventas	1,035,140.00	1,084,100	1,442,480	1,775,360	2,344,030
Menos					
COSTO VARIABLE	531,459.04	535,404.96	708,654.75	873,410.46	1,040,173.21
Igual					
CONTRIBUCIÓN MARGINAL	503,680.96	548,695.04	731,825.25	901,949.54	1,303,856.79
Menos					
GASTOS DE OPERACIÓN					
GASTOS DE VENTA	4200.00	4,200.00	4,200.00	4200.00	4200.00
GASTOS DE ADMON.	95,820.00	95,820.00	105,372.00	105,372.00	115,879.20
GASTOS FINANC.	27,537.49	19,146.02	5,570.84	0.00	0.00
COSTOS GENERALES	19,893.38	19,893.38	19,893.38	19,893.38	19,893.38
COSTOS DE PRODUCCIÓN	41,266.17	41,266.17	60,976.77	60,976.77	78,207.04
Igual					
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	314,963.92	368,369.47	535,812.26	535,812.26	1,085,677.17
Menos					
ISR	9,932.01	10,421.61	13,985.41	128,947.26	317,000.61
= UTILIDAD NETA	305,031.91	357,947.86	521,826.85	406,865.00	1,053,976.56

* Incluye los cálculos sobre los dos productos.

³⁵ Se necesita ir previendo un cambio de régimen, debido al aumento de los ingresos.

³⁶ Se necesita cambio de régimen, debido al aumento de los ingresos.

FLUJO DE EFECTIVO.

ENTRADAS	1	2	3	4	5
VENTAS	1,035,140	1,084,100	1,442,480	1,775,360	2,344,030
Menos					
Salidas					
COSTO DE VENTAS	531,459.04	535,404.96	708,654.75	873,410.46	1,040,173.21
GTOS. VENTA	4200.00	4200.00	4200.00	4200.00	4200.00
GTOS. ADMON.	95,520.00	95,520.00	105,072.00	105,072.00	115,579.20
GTOS. FINANC.	27,537.49	19,146.02	5,570.84	0.00	0.00
CTOS. DE PRODUCCIÓN	37,723.67	37,723.67	57,434.27	57,434.27	74,664.54
ISR	9,932.01	10,421.61	13,985.41	128,947.26	317,000.61
FLUJO NETO DE EFECTIVO	328,767.79	381,683.74	547,562.73	606,296.01	792,412.44

CAPÍTULO VI

EVALUACIÓN FINANCIERA

OBJETIVO DEL CAPÍTULO:

Determinar la factibilidad del proyecto, basándose en su rentabilidad, aplicando algunos métodos.

6.1 ¿QUÉ ES LA EVALUACIÓN FINANCIERA?

Una de las partes más importantes del ámbito de las finanzas, es precisamente la evaluación de los proyectos de inversión, con el fin de poder seleccionar las mejores alternativas de los recursos que se cuenta.

Ante el mundo de opciones, se debe escoger la que más se conviene en cuanto a nuestras necesidades, por lo que es necesario la evaluación de estas, mediante métodos efectivos, que nos hagan saber las diferencias entre ellas.

Mediante la evaluación financiera, se puede saber si el proyecto es viable o no, de acuerdo a las condiciones del financiamiento otorgado.

El resultado de una buena evaluación financiera, llega a reflejarse hasta en el crecimiento de un país, ya que una parte importante de ésta es la productividad.

6.2 MÉTODOS DE VALUACIÓN.

Existen algunos métodos de evaluación como son:

1. Métodos de Evaluación Simple.
2. Métodos de Evaluación Complejos.
3. Otros (miden el riesgo, incertidumbre).

Se trabajarán sólo con los dos primeros.

6.2.1 MÉTODOS DE EVALUACIÓN SIMPLE.

Llamados también Técnicas Simples de Análisis, son aquellos que no consideran el valor del dinero en el tiempo y por lo general, utilizan información derivada de estados financieros, como el Balance General y el Estado de Resultados.

Los métodos simples de análisis son poco confiables y obsoletos por no tomar en cuenta los niveles de inflación.

Algunos métodos más relevantes de esta categoría son:

- a) Método de Recuperación de Inversión (PRI).
- b) Tasa de Rentabilidad Promedio (TRP).
- c) Interés simple sobre Rendimiento (ISSR).

❖ Método de Recuperación de Inversión.

Es una forma de relacionar los ingresos netos anuales de un proyecto con la inversión que se requiere por el mismo. Mientras más rápido se recupere un proyecto, es mejor, porque menos sufre de liquidez la empresa.

Su cálculo es:

$$\text{PERIODO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN.} = \frac{\text{INVERSIÓN TOTAL}}{\text{FLUJO NETO ANUAL DE EFVO. DESPUÉS DE IMPUESTOS}} = \text{AÑOS.}$$

PRI= 165,721.00/ 529,129.63= 0.3131= 3.76 meses 114 días, por lo que se dice que es poco el tiempo en que se recupera la inversión.

❖ Tasa de Rentabilidad Promedio (TRP).

Los procedimientos contables son la base de este método, ya que se obtiene por la relación existente entre el promedio anual de utilidades después de impuestos y la inversión promedio de un proyecto dado. Su fin es el de medir el rendimiento de la inversión que se realizará.

TRP= UTILIDAD PROMEDIO DESPUÉS DE IMPUESTOS.

INVERSIÓN ORIGINAL.

$$\text{TRP} = 529,129.63 / 165,721.00 = 3.19 \text{ ó } 319.28\%$$

Tasa Promedio de Rentabilidad mayor que el costo del capital, se acepta el Proyecto.

319.28% mayor a 72.63%

Se acepta.

❖ Interés Simple sobre el Rendimiento (ISSR).

Este método es la aplicación del cálculo interés simple a la evaluación de los proyectos, pues se obtiene el rendimiento de una inversión en la misma forma en que se calcula la tasa de interés simple de los créditos.

$$\begin{array}{l} \text{INTERÉS SIMPLE.} \\ \text{SOBRE EL RENDIMIENTO} \end{array} = \frac{\text{RENDIMIENTO NETO EN EFVO. ANUAL PROMEDIO}}{\text{INVERSIÓN INICIAL DE CAPITAL.}} * 100 =\%$$

$$\text{ISSR} = 1,687,923.52 / 165,721.00 = 10.18 * 100 = 1018.53\%$$

6.2.2 MÉTODOS DE EVALUACIÓN COMPLEJOS.

Llamados también Técnicas Avanzadas de Análisis, estos métodos toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo, y se basa por lo general en la información obtenida de los flujos de efectivo.

Dentro de este grupo están:

- a) Valor Presente.
- b) Tasa interna de Rendimiento.

❖ Valor Presente (VP).

Este se calcula descontando los flujos netos de efectivos positivos y los negativos a una tasa predeterminada de descuento. Si el valor presente de los ingresos obtenidos es superior al valor presente de los egresos, se considera que el proyecto es rentable, en caso contrario se supone que debería ser rechazado.

La tasa de rendimiento predeterminado es la tasa mínima de rendimiento que se deba exigir en el proyecto. Para determinar esa tasa mínima existen diferentes opciones:

- a) Costo del Capital.
- b) Costo de oportunidad de los fondos.
- c) Tasa mínima de rendimiento que la empresa quiera.

Sobre la base de la tasa de descuento que otorga el banco otorga, se hará el cálculo.

TASA DE DESCUENTO 12% ANUAL.

Año	Flujos netos de efectivo	Coeficiente de Valor presente	= Valor actual
1	328,767.79	(1.12) ⁻¹	293,542.66
2	381,683.74	(1.12) ⁻²	304,275.94
3	547,562.73	(1.12) ⁻³	389,744.33
4	606,296.01	(1.12) ⁻⁴	385,312.07
5	792,412.44	(1.12) ⁻⁵	449,636.09
TOTAL	2,656,722.70		1,822,511.09

Flujo Neto de efectivo V.A. \$ 1,822,511.09

Menos:

Inversión 165,721.00

IGUAL V.P. 1, 656,790.09

El valor presente es positivo por lo tanto se acepta el proyecto.

❖ Tasa Interna de Rendimiento.

Llamado también método de inversionista, tiene la finalidad de encontrar la tasa de descuento que al ser aplicada a los flujos netos futuros de efectivo que generará el proyecto durante su vida y que serán iguales a la inversión.

Para conocer la tasa de rendimiento del proyecto es necesario descontar los flujos netos positivos y los negativos a diferentes tasa de interés hasta que ambas tasas se iguales o se aproximen a cero.

Flujos netos de efectivo.

Menos

Valor de la inversión

Igual Cero

1. En este método, a base de prueba y error se encuentran los flujos de los fondos a diversas tasas, hasta encontrar los valores más aproximados a la inversión.

B) Tasa menor \$ 169,068.98

Menos:

Valor Inversión 165,721.00

3,347.98

B)/A)= 3,347.98/3347.98 =0.7968

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR) 215% + 0.7668 = 215.7968 %

TIR 215.7968 > COSTO DEL CAPITAL 72.36 %

POR LO TANTO SE ACEPTA EL PROYECTO.

6.3 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

Un estudio económico completo debe incluir la sensibilidad de los criterios económicos a cambios en las estimaciones usadas.³⁷ Este análisis permite conocer probables resultados, debido a las variaciones de los parámetros del proyecto.

La sensibilidad de un proyecto se debe hacer de acuerdo al parámetro más incierto, por ejemplo basándose en TIR o el VP del proyecto, a cambios en el precio de la unidad de venta.

Las principales ventajas de esta técnica son;

1. Su facilidad para aplicarlo.
2. No se requiere sobre teoría de probabilidad.

³⁷ COSS BU RAÚL. *Análisis y evaluación de los proyectos de inversión*. 2ª ed. Edit. Limusa. México. 1990. P. 239.

Pero también tiene sus desventajas:

1. Analiza variaciones de un parámetro a la vez.
2. No da la distribución de la probabilidad de la TIR o el VP para variaciones en las estimaciones de los parámetros del proyecto.

Se puede tener dos escenarios:

* ESCENARIO PESIMISTA.

Ventas pronosticadas a una disminución de un 20 % de lo estimado.

* ESCENARIO OPTIMISTA.

Ventas pronosticadas sujetas a un 10% de lo estimado.

ESCENARIO PESIMISTA					ESCENARIO OPTIMISTA					
AÑO	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
UNIDADES	14016	14016	18,220.80	22,425.60	26,630.40	19,272	19,272	25,053.60	30,835.20	36,616.80
J										
UNIDADES	5,840	5,840	7,592	9,344	11,096	8,030	8,030	10,439	12,848	15257
C										
P.V.U	32	34	35	35	40	32	34	35	35	40
P.V.U	65	67	68	68	73	65	67	68	68	73
VENTAS	828,112	867,824	1,153,984	1,420,288	1,875,224	1,138,654	1,193,258	1,586,728	1,952,896	2,578,433.00
MENOS										
COSTO	425,222.08	425,222.08	552,788.70	680,355.32	807,921.95	584,680.36	584,680.36	760,084.46	935,488.57	1,110,892.68
DE										
VENTAS										
COSTOS Y	188,717.04	188,717.04	190,012.99	190,442.15	218179.62	188,717.04	188,717.04	196,012.99	190,442.15	218,179.62
GASTOS										
FIJOS										
F.N.E	214,172.88	253,884.88	411,182.31	549,490.53	849,122.43	365,256.60	419,860.60	630,630.55	826,965.28	1,249,360.70
TASA DE										
DESCUENTO 12%										
V.A.N	\$					V.A.N.	\$2,178,453.00			
	1,351,597.00									
T.I.R.	194.53%					T.I.R	257.49%			

De acuerdo con el estudio anterior, y los resultados obtenidos de V.A. y la T.I.R., el escenario es bueno, con tasa aceptables, y se saca como conclusión, que aun siendo pesimistas el proyecto es económicamente rentable.

6.3 DECISIÓN DEL PROYECTO.

6.3.1 CUADROS DE CRITERIOS DE EVALUACIÓN GENERAL.

PRODUCCIÓN.

PUNTUACIÓN	+4	+2	-2	-4
Materias primas	Las produce el propio grupo del proyecto	Existen muchos productores y las materias primas se pueden conseguir fácilmente	Existe pocos productores, pero se podrían conseguir contratos	Hay un número reducido de proveedores
Maquinaria y equipo e instalaciones	Se usará capacidad ociosa de una planta ya instalada	Se necesita algo de maquinaria y equipo adicionales	Se necesitará adquirir principalmente maquinaria y equipo	Se necesitará una planta nueva
Familiaridad con el proceso	Es un proceso conocido	Es un proceso sencillo y bastante conocido	Es un proceso complejo que ya se está usando	Es un proceso complejo que nunca se ha usado
Puntuación	2			
CALIFICACIÓN	ACEPTABLE			

ANÁLISIS DE MERCADO.

Mercado entre los clientes actuales	Vendible a todos los clientes actuales	Vendible a la mayoría de los clientes actuales	Vendible a algunos de los clientes actuales	Cientela distinta a los clientes actuales
Efecto del nuevo producto o servicio sobre los productos actuales	Aumentará las ventas de los productos existentes	Sin efecto en las ventas de los productos existentes	Reducirá en parte las ventas de algunos productos existentes	Reducirá en proporción directa, las ventas de los productos existentes
Valor de las ventas anuales estimadas del nuevo producto	Más de 100 millones	De 50 a 100 millones	De 25 a 50 millones	Menos de 25 millones
Tiempo necesario, para alcanzar el volumen de ventas estimado	Un año o menos	De uno a tres años	De tres a cinco años	Más de cinco años
Estabilidad del mercado	El mercado es muy estable	El mercado es algo estable	El mercado es poco estable	Mercado muy voluble
Tendencia del mercado	El mercado potencial es enorme	El mercado tiende a crecer	El mercado es estático	El mercado tiende a reducirse
Requisitos para el desarrollo del mercado	Los clientes ya están preparados para usar el producto	Se necesitará bastante educación de la clientela	Se necesitará bastante educación a la clientela	Se necesitará un programa completo
Requisitos promocionales	Poca promoción	Algo de promoción	Bastante promoción	Mucha promoción con una campaña de publicidad costosa
Competencia	No hay competencia	Dos o tres competidores	Varios competidores	Muchos competidores
Ventajas del nuevo producto	Mejor en calidad y costo	Competitivo en costo y mejor calidad	Competitivo en costo y calidad	Costo mas alto y calidad similar a las demás
PUNTUACIÓN	22			
CALIFICACIÓN	ACEPTABLE			

ASPECTOS GENERALES.

Disposiciones legales aplicables	Son favorables y no presentan obstáculos de importancia	No presentan obstáculos de importancia	Presentan obstáculos que se pueden salvar con facilidad	Presentan serios obstáculos difíciles de superar
Disposiciones fiscales	Son favorables y se conceden importantes estímulos fiscales y de otra índole	Es favorable y se conceden estímulos fiscales de poca importancia	Es el normal y no se conceden estímulo	Es desfavorable, tiene cargas fiscales superiores a las normales
Patentes y concesiones	Se necesitan patentes y concesiones que pueden conseguir en exclusiva	Se necesitan patentes y concesiones y se pueden obtener con varios concesionarios	Se necesitan patentes o concesiones y se puede lograr con varios concesionarios	No se requieren patentes o concesiones. Todo el mundo se puede dedicar a esa actividad
Tiempo estimado entre la iniciación y la terminación de la inversión en caso de aprobarse la ejecución del proyecto	Un año o menos	De uno a dos años	De dos a tres años	Más de tres años
PUNTUACIÓN	10			
CALIFICACIÓN	MUY CONVENIENTE			
RESULTADO	RENTABILIDAD BUENA CON RIESGO RELATIVAMENTE BAJO			

ASPECTOS FINANCIEROS.

Monto de la inversión requerida	Más de 40 millones	De 25-40 millones	De 10ª 25 millones	Menos de 10 millones
Rendimiento probable después de impuestos	Más de 25%	Del 20% al 25%	Del 15%al20%	Menos del 15%
Tiempo requerido para recuperar la inversión	Menos de 3 años	De 3 a 4 años	De 4 a 6 años	Más de 6 años
PUNTUACIÓN	4			
CALIFICACIÓN	BUENO			

CONCLUSIONES

1. En la actualidad es más importante la práctica de una evaluación de un proyecto, ya que anteriormente, era poca la competencia, viéndolo de otra forma, si hay competencia es que se ha comprobado la viabilidad y ganancia. Son pocos los negocios que carecen de competencia, aunque sí los hay; por lo que es importante conocer las prácticas de comercio que están actuando en paralelo, con lo que se piensa producir.
2. Se necesita allegarnos de gente con experiencia y con amplio conocimiento para poder ser exitosos, ya que muchas veces depende de la guía los resultados que se obtengan de acuerdo a las actividades llevadas a cabo.
3. Este proyecto es absorbente y “poco” remunerativo al principio de su ejecución, pero puede llegar a ser muy rentable, *si se administra adecuadamente, se reinvierte y se reinventa*. Vivimos en uno de los países más dulceros del mundo, y casi con seguridad, en el que existe mayor variedad de éstos. La conocer las prácticas de comercio que están actuando riqueza de México se manifiesta, entre otras cosas, por su gastronomía y por la diversidad de dulces, postres, confites y otros productos elaborados con azúcar y leche.
4. Desafortunadamente, México también es el país que presenta mayor casos de sobre peso a nivel mundial, así como diabetes tipo 2, razón por la cual es necesario alimentarnos mejor y reduciendo la ingesta calórica diaria por lo que se recomienda la ingesta moderada.
5. En la comercialización, la participación en eventos específicos, las redes sociales, contactos empresariales, etc., son grandes herramientas que están al alcance de nuestras manos y lo mejor de todo muchas sin costo.
6. La creatividad, reinención, promoción y sin duda la calidad, son factores muy importantes para poder brindar al consumidor final una opción diferente que no ofrezcan los competidores obteniendo sin duda una ventaja.

BIBLIOGRAFÍA

BACA URBINA, Gabriel, ***Evaluación de proyectos***, 5ª ed., México, editorial Mc. GRAW-HILL, 2000. 238 p.p.

CHAIN NASSIR, SAPAG. ***Criterios de evaluación de proyectos***, 4ª ed., México, editorial Mc. GRAW HILL. 1991.189 p.p.

COSS BU RAÚL. ***Análisis y evaluación de los proyectos de inversión***. 2ª ed. Edit. Limusa. México. 1990. 275 p.p.

HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Abraham, y Abraham Hernández Villalobos, ***Formulación y evaluación de proyectos de inversión***, 5ª ed., México, editorial ECAFSA, 2000. 253 p.p.

PÉREZ CHAVEZ Y Fol Olguín, ***Contabilidad Electrónica y su envío a través de la página del SAT***, 1ª ed., México, editorial Tax Editores Unidos, S.A. de C.V., 2014. 247 p.p.

SAMUELSON, Paula y William d. Nordhaus, ***Macro Economía***, 19ª ed., México, editorial Mc. GRAW HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A DE C.V., 1990. 342 p.p.

SILVESTRE, MÉNDEZ, José, ***Problemas económicos de México***, 4ª ed., México, editorial Mc. GRAW HILL, 1998. 189 p.p.

LEGISLACIONES.

Código Fiscal de la Federación.

Ley del Impuesto Sobre la Renta.

Ley del Impuesto al valor agregado.

Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios.

Otras fuentes.

Enciclopedia Contable Universal, Europea Americana. Editorial ESPASA, S.A., Argentina 1968.

www.celaya.com.mx

www.contactopyme.gob.mx

www.familiar.com.mx/turismo/estados/guanajuato

www.guanajuato.com.mx

www.grupoonce.com.mx

www.mexflavours/guanajuato.html

www.oecd.org/ctp/tax-global/Consolidated%20LAC%20country%20notes.pdf

www.reforma.com

www.sat.gob.mx

www.soyconta.mx

www.soyempreneur.com

Curso impartido por el L.D. y M.D.F. Rafael López García, DR. Y M.F. Roberto Rodríguez Venegas y C.P. José Miguel Perales Muñoz. Contabilidad Requerida por el SAT, Colegio de Contadores Públicos, Celaya, Gto., 5 de septiembre 2014. 5 hrs.