

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



“PLAN DE NEGOCIOS MEXAR SALSAS ARTESANALES”.

PRESENTA:

Alvaro Emilio Gutiérrez Orozco

PARA OBTENER EL DIPLOMA DE:
ESPECIALIDAD EN DIRECCIÓN FINANCIERA

DIRECTOR DE TESIS:

DR. FRANCISCO MEZA HERNÁNDEZ

Mexicali, Baja California;

Octubre de 2024

Índice	Introducción.....
	Estudio de mercado.....	4
	1.1.1 Definición de estudio de mercado.....	4
	1.3 El producto en el mercado.....	5
	1.3.1. Definición del negocio, producto o servicio.....	5
	1.3.2 Negocios, productos o servicios sustitutos o similares.....	5
	1.4 Área de mercado.....	6
	1.4.1 Consumidores y características.....	6
	1.4.2 Área geográfica.....	7
	1.4.3 Población.....	9
	1.5 Comportamiento de la demanda.....	10
	1.5.1. Situación actual.....	10
	1.5.1.1. Series estadísticas básicas.....	11
	1.5.1.2. Comportamiento histórico.....	12
	1.5.1.3. Estimación de la demanda actual.....	13
	1.5.1.4 Tipología de los consumidores.....	16
	1.5.2. Situación futura.....	20
	1.5.2.1. Proyección de la demanda.....	21
	1.6. Comportamiento de la oferta.....	23
	1.6.1. Situación actual.....	23
	1.6.1.1. Estimación de la oferta actual.....	24
	1.6.1.2. Productos o servicios de nuestros principales competidores.....	25
	1.6.2 Situación futura.....	25
	1.6.3 Ventaja competitiva.....	26
	1.7 Determinación de los precios de los productos.....	27
	1.7.1 Mecanismos de formación de los precios del producto.....	27
	1.8 Canales de comercialización y distribución de los productos.....	29
	1.8.1 Descripción de los canales de distribución.....	29
	Estudio Técnico.....	32
	2.1. Localización.....	32
	2.1.1.1. Macrolocalización.....	32
	2.1.1.2. Microlocalización.....	32
	2.1.1.3. Ordenamiento espacial interno.....	33
	2.1.1.4. Distribución de las instalaciones.....	33
	2.2. Calificación y o justificación.....	34

2.2.1. Con relación a las características del terreno	34
2.2.1.1 Del proceso productivo	34
2.3. De los insumos.....	34
2.4. Descripción de las instalaciones, equipo y personal técnico	34
2.4.1. Descripción del equipo de trabajo para la producción	34
2.5. Descripción de las unidades de transformación	37
2.5.1.1. Descripción del proceso de transformación.....	37
2.5.1.2. Justificación técnica del proceso de transformación.....	37
2.5.1.3. Insumos principales y secundarios, su procedencia y disponibilidad.....	38
2.6. Organización.....	39
2.6.1. Información general de la empresa	39
2.6.2 Forma jurídica.....	39
2.6.3 Organigrama general	39
2.6.6. Tabuladores de sueldos	40
2.6.7. Prestaciones al personal.....	40
2.7 Análisis de Costos	42
2.7.1 Análisis de costos	42
2.7.1.1 De equipos y maquinaria	42
2.7.2 Costos Unitarios	43
3.1. Estudio Económico – Financiero.....	44
3.1.1. Costos Fijos.....	44
3.1.2. Inversión Inicial	44
3.1.4. Financiamiento.....	46
3.1.5. Estado de Resultado.....	49
Conclusión	52
Bibliografía	53

Contenido

Introducción

Mexar Salsas Artesanales es una compañía joven que se dedica a la elaboración y comercialización de salsas. Se fundó en julio del 2020 bajo el nombre de El Catrín, con el objetivo de ofrecer al consumidor una salsa artesanal de calidad con un sabor único. A lo largo de los dos años de la empresa se han realizado cambios importantes para mejorar su imagen, uno de estos cambios fue el de su nombre a Mexar, también se rediseño su envase, etiquetado y presentación para darle un aspecto más atractivo.

Mexar Salsas Artesanales ha participado en eventos locales, regionales e internacionales, como lo son Alaparrillafest 2022, Agrobaja 2023 y el Congreso Mundial de la Viña y el Vino, representando a Baja California. Actualmente, la marca se comercializa en más de 30 puntos de venta entre Mexicali, Tijuana, Tecate, Algodones y San Luis Río Colorado.

Elaborar un plan de negocios para esta microempresa es de suma importancia, porque nos permite diseñar metas realistas, identificar oportunidades de crecimiento, hacer mejoras en las operaciones diarias y determinar la viabilidad del proyecto con proyecciones financieras a largo plazo, tener un plan de negocios es primordial para superar los desafíos que presenta un mercado tan competitivo como es el de las salsas artesanales.

Estudio de mercado

1.1.1 Definición de estudio de mercado

El estudio de mercado es muy importante para cualquier proyecto, ya que te ayuda a conocer como está el mercado, competencia la oferta y demanda de cualquier producto o servicio, se entiende como estudio de mercado. “investigación que consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”. (S/f-b). Com.mx. Recuperado el 22 de diciembre de 2023

1.2 Objetivo del estudio

El objetivo de esta investigación es evaluar la viabilidad de la expansión de Mexar Salsas Artesanales a nuevos puntos de venta en Mexicali y en toda Baja California. Identificar la demanda de Mexar Salsas Artesanales y la disposición de los consumidores a comprarlas en mercados, supermercados y tiendas de autoservicio, crear una estructura organizacional y operativa, desarrollar operaciones administrativas económicas.

1.3 El producto en el mercado

1.3.1. Definición del negocio, producto o servicio

Mexar Salsas Artesanales se dedica a la creación y comercialización de *Salsas Macha* artesanales en Mexicali, Baja California. Se enorgullecen de ofrecer una gama única de sabores que fusionan la tradición culinaria con la innovación, satisfaciendo los paladares más exigentes y acompañando los platillos favoritos de los consumidores.

Los productos que ofrece son salsas artesanales con exquisitas creaciones culinarias elaboradas con ingredientes de la más alta calidad, como chile de árbol, aceites, cacahuete, ajonjolí, ajo, sal, vinagre y piloncillo.

Cada frasco encapsula la esencia de Mexar, ofreciendo un equilibrio perfecto entre sabores picantes y dulces que realzan tus platos favoritos. Ya sea para marinar, aderezar o simplemente agregarle un toque extra a la comida, nuestras salsas transforman cualquier comida en una experiencia única, picosa y culinaria.

Y cada frasco expone hacia el consumidor, la calidad y la autenticidad de Mexar. La presentación de sus frascos, con etiqueta negra mate y destellos de brillo, junto con su inigualable logo de calavera, le otorgan un toque diferenciador y premium.

1.3.2 Negocios, productos o servicios sustitutos o similares.

En el mercado de las salsas artesanales en Mexicali o Baja California en general, existen varias alternativas y competidores que ofrecen productos similares. Como *Salsas Artesanales Sarita*, *Salsa Macha Sofia* y entre otros tipos de marcas que aún no son establecidas pero se dedican a distribuirse o promocionarse a través de grupos de venta en *Facebook*.

Estos negocios también se enfocan en satisfacer la demanda de los consumidores que buscan sabores y condimentos picosos para acompañar sus platillos favoritos,

proporcionando opciones como las nuestras, de salsas picantes y agridulces. Por otra parte se tiene a todo el grupo de competidores que se dedican a crear y distribuir cualquier tipo de salsa picosa o agridulce sin necesariamente tratarse de la categoría *Macha*. Aunque la salsa Mexar no es el único en su categoría, se destaca por la calidad excepcional de nuestras salsas y por la fusión de sabores que reflejan la región y la preparación artesanal.

1.4 Área de mercado

1.4.1 Consumidores y características

Los consumidores de las salsas artesanales de Mexar abarcan un amplio espectro de individuos en Mexicali y otras localidades de Baja California. Aunque no conocemos de manera específica a cada cliente debido a nuestra distribución a diversos puntos de venta, podemos identificar ciertas características generales que definen a los consumidores actuales y potenciales.

Estos clientes son personas que aprecian la gastronomía, amantes de las carnes y disfrutan de explorar nuevos sabores en su cocina. Son amantes de la comida, ya sea cocinando en casa, visitando restaurantes o disfrutando de una botana con amigos. Son conocidos por su valentía a la hora de experimentar con sabores intensos y picantes.

Los consumidores de Mexar presentan diversas ocupaciones, que incluyen a estudiantes que trabajan, amas de casa y trabajadores de varios sectores. Se ubican mayormente en un rango de edad que va desde los 20 hasta los 54 años. Residen en Mexicali y en otras áreas de Baja California, donde las salsas de Mexar también tienen presencia.

En cuanto a sus gustos, disfrutan de una variedad de bebidas que van desde cerveza y cócteles con licor hasta refrescos y agua. Sus ingresos mensuales oscilan típicamente entre los 10,000 y los 40,000 pesos. Gastan parte de su dinero en necesidades básicas como servicios del hogar, transporte y vestimenta, pero también asignan una porción para el entretenimiento, lo que incluye salidas a bares, restaurantes, cines y viajes.

Adicionalmente, muchos de estos consumidores realizan compras semanales en supermercados para abastecerse de alimentos e ingredientes para cocinar en casa, lo que demuestra su interés en la gastronomía y la preparación de comidas. Estas

características definen el perfil general de nuestros consumidores y son esenciales para adaptar nuestra estrategia de marketing y distribución.

1.4.2 Área geográfica

El proyecto *Mexar Salsa Artesanal* tiene sus raíces en Mexicali, una ciudad situada en Baja California, que se encuentra en una región de climas extremos.

El ecosistema de Mexicali es de tipo desértico, con largos veranos muy calurosos que normalmente registran un promedio de temperatura máxima de 41 a 43 °C a la sombra. El clima imperante en la ciudad es seco, muy árido, con un régimen de lluvias escaso, además de que gran parte de la ciudad se encuentra prácticamente en un hoyo. (RODOLFO A. DE LA FUENTE, MARGARITO QUINTERO Y O. RAFAEL GARCÍA)

Por eso Mexicali es conocido por su clima predominantemente desértico, con veranos extremadamente calurosos siendo una de las ciudades más calurosas de México y del mundo. En contraste, otras zonas de Baja California ofrecen un clima más templado durante todo el año.

La salsa de Mexar se encuentra disponible en múltiples puntos de venta en Mexicali, abarcando áreas que incluyen Calle Novena, Blvd Benito Juárez, Calz Cetys, Calz Independencia, calle Río Presidio, Nuevo Mexicali, Blvd Lázaro Cárdenas y otras vialidades de la ciudad. Su enfoque no se limita a una ubicación específica, sino que se extiende a través de la mayor parte de la ciudad, con el objetivo de servir a la amplia audiencia de Mexicali.

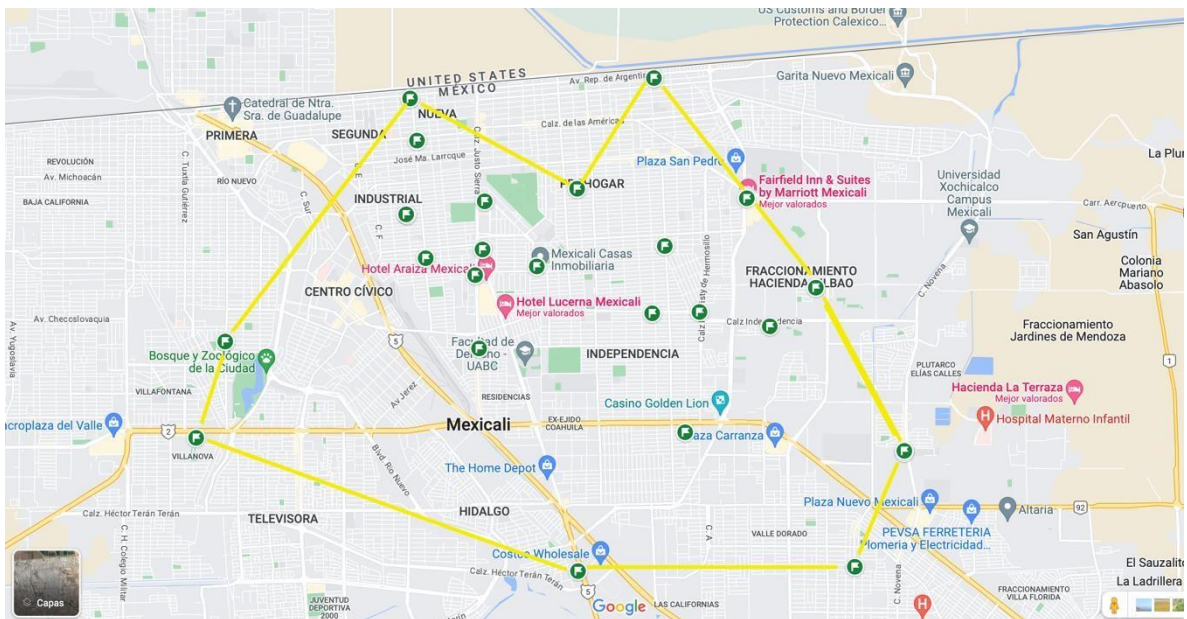


Foto elaborada por Salsas Mexar Artesanal

Además, se han extendido nuestra distribución a otras áreas de Baja California, incluyendo el Valle de Mexicali, Tijuana y San Luis Río Colorado, con un enfoque en estar presentes en al menos tres puntos de venta en cada ciudad.

Lugar	Punto de venta 1	Punto de venta 2	Punto de venta 3
Valle de Mexicali	Mercado María Luisa Km 57	Mercado María Luisa Km 43	Liquis Algodones
Tijuana	Mini Market Los Cuates Av Londres	Mini Market Los Cuates Av San Marino	
San Luis Río Colorado	Restaurante Dagal		
Tecate	Coyote Prime Av Revolución		

A pesar de que el negocio y producto no son exclusivamente en línea, se utiliza activamente plataformas digitales para promocionar y llegar a clientes potenciales. Las redes sociales, como Facebook e Instagram, son los medios de elección de Mexar Salsas Artesanales para dar a conocer sus salsas y comunicarse con la audiencia. La mayoría de las personas que residen en las áreas donde se distribuyen las salsas de Mexar tienen acceso a Internet, ya sea mediante servicios de banda ancha o conexiones de datos móviles.

Esto le permite a Mexar Salsas Artesanales llegar a un público amplio y diverso en línea, complementando su presencia física en los puntos de venta.

1.4.3 Población

En el lugar donde se origina *Mexar Salsa Artesanal* que es Mexicali Baja California, según fuentes de INEGI al año 2020, existe el número de 1, 049,792 habitantes, siendo 529,248 Hombres y 520,544. Donde la edad mediana de los habitantes es de 31 años.

Por lo cual es un indicador de que en Mexicali existe población altamente potencial para nuestro proyecto, pues nuestra población meta se encuentra entre los 20 y 54 años de edad. Por lo que se trata de personas que ya se encuentran trabajando y en su mayoría son profesionistas con un ingreso mensual que les permite poder adquirir el producto ya sea 2 o 3 veces al mes. (Ingreso mensual aproximado de 10 mil a 40 mil pesos, ya mencionado anteriormente).

Y enfocándonos en todo *Baja California*, según datos de INEGI al año 2020, en los siguientes municipios encontramos la siguiente población:

Tijuana con 1,922, 523 habitantes, siendo 968,740 hombres y 953,783 mujeres, con una edad mediana de 29 años.

Ensenada con 443,807 habitantes, siendo 221,307 hombres y 222,500 mujeres, con una edad mediana de 30 años.

Tecate con 108,440 habitantes, siendo 57,130 hombres y 51,310 mujeres, con una edad mediana de 30 años.

Rosarito con 126,890 habitantes, siendo 64,386 hombres y 62,504 mujeres, con una edad mediana de 30 años.

En otra región, que no es Baja California, sin embargo colinda con ella, Mexar Salsas Artesanales se encuentra presente en puntos de venta en San Luis Río Colorado, donde según datos de INEGI al año 2020, existe el número de 199,021 habitantes, siendo 100,552 hombres y 98,469 mujeres, con una edad mediana de 29 años.

Se puede observar que la distribución entre hombres y mujeres es proporcionada en todos los municipios de interés, y que la edad mediana se encuentra entre los 29 y 30 años de edad, que sigue entrando dentro de su público meta.

1.5 Comportamiento de la demanda

1.5.1. Situación actual

Actualmente existe una demanda de mercado para las Salsas Macha, tan solo *Salsa Mexar Artesanal* se encuentra en 32 puntos de venta distribuidos en Baja California, en su gran mayoría en la Ciudad de Mexicali. En donde también se puede encontrar con los principales competidores.

Se dedicó una tarde a observar el comportamiento de los consumidores en uno de los puntos de venta más importante y estratégico para Salsa Mexar Artesanal, donde se concluye lo siguiente:

Existen competidores que ofrecen el mismo producto, con presentación y precio similar, sin embargo se pudo notar como llamaba la atención a los consumidores cada una de las marcas, incluyendo la de Mexar, dando a entender que existe un gran mercado para Mexar Salsas Artesanales y sus competidores. Pero aunque

exista un gran mercado, existe un público amplio que opta por consumir una salsa taquera a menor costo.

1.5.1.1. Series estadísticas básicas

Se analizaron datos recopilados con la encuesta aplicada y también se analizaron datos anuales sobre el comportamiento de la demanda de la *Salsa Macha*, a través de motores de búsqueda como *Google Trends*, donde se obtuvieron los siguientes datos:

La mejor forma de interpretar los datos que nos arroja *Google Trends*, es a partir de que no muestra un valor absoluto de búsquedas de un término en cuestión. *Google* normaliza estos datos y nos muestra un valor relativo que representa la popularidad del término (Del 0 al 100)

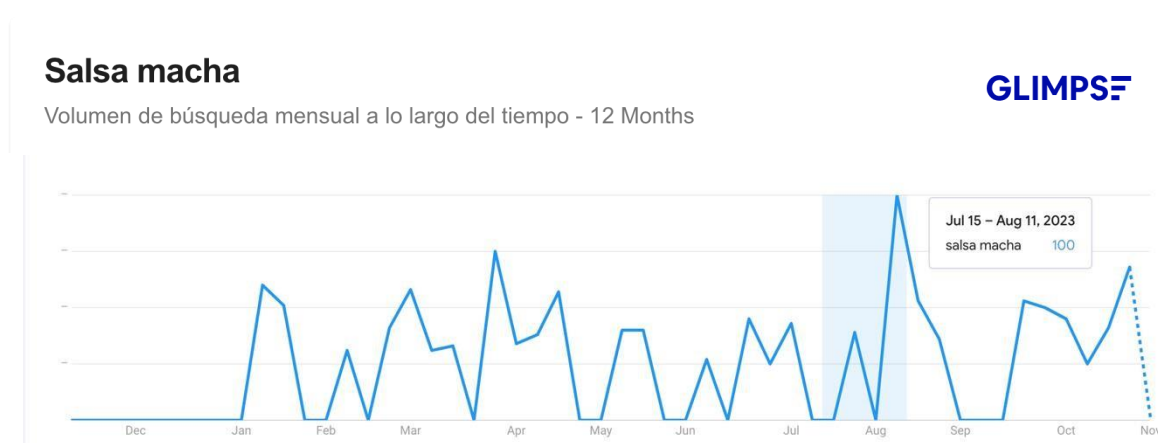


Foto tomada de Google Trends

En la gráfica, se muestra la popularidad del término a lo largo del tiempo en tiempo (casi) real y podemos observar como en el periodo del 15 de Julio al 11 de Agosto del 2023, tuvo una popularidad relativa del 100% la búsqueda del término *Salsa Macha*.

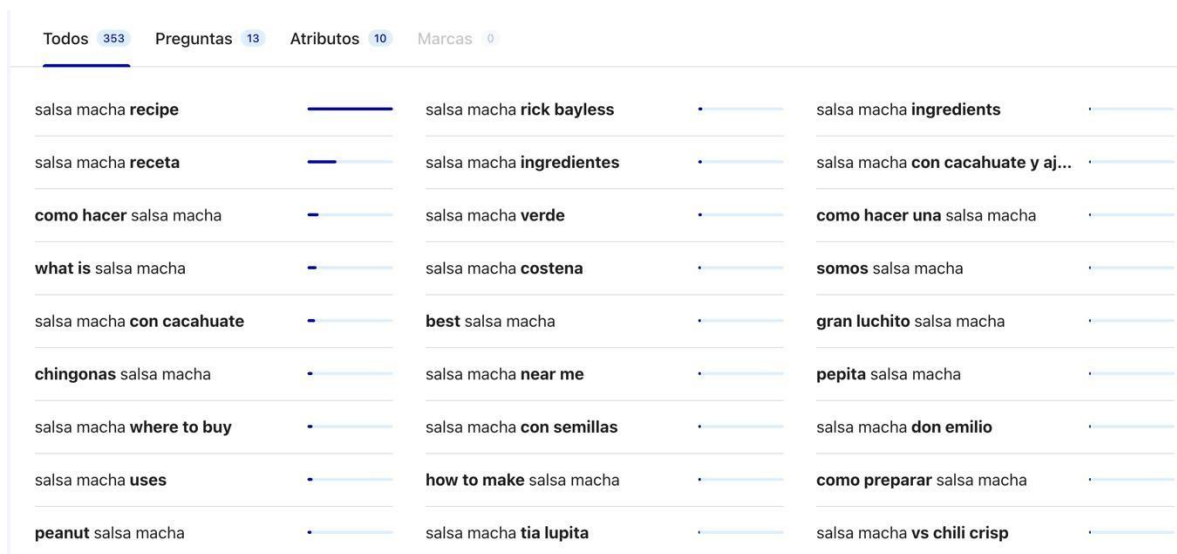


Foto tomada de Google Trends

En la tabla podemos observar que es lo que también la gente busca, relacionado al término de búsqueda **Salsa Macha**, donde se puede observar como el término **Receta Salsa Macha**, es el principal en cuestión de popularidad relativa, ya que se encuentra en **100%**. Podemos concluir que las personas están buscando directamente en internet el producto ya procesado y listo para comprar.

Todos los datos anteriores mostrados, que nos brinda la plataforma de *Google Trends*, son enfocados solamente en el estado de Baja California, con un periodo de antigüedad de 12 meses.

1.5.1.2. Comportamiento histórico

El mercado de salsas de macha y salsas artesanales en México, al igual que en muchas otras partes del mundo a partir del año 2020, han ido tomando fuerza y popularidad.

El consumo de salsas en México va en aumento, Kantar Worldpanel mostró que ocho de cada 10 mexicanos acompañan sus comidas con alguna salsa o chile, y el 96% de los hogares compran dicho producto, los cuales destinan hasta \$150 pesos.

Euromonitor compartió que, en 2020, las salsas en México vieron un crecimiento de 8.8% en ventas respecto al registro del año anterior.

Esto se puede deber a que el número de población que las consumen, se trata de personas que no disponen de tanto tiempo o conocimiento para poder elaborar este tipo de salsas. Es por eso que acuden a la opción favorable de consumirlas ya elaboradas.

Existe una parte de la población que opta por acompañar sus alimentos con salsas botaneras, como lo es la *Salsa del AMOR*. Esto se debe a dos factores como que no conocen el sabor que proporciona la Salsa Macha o *porque* normalmente no suelen acompañar sus botanas o comida con salsa.

Sin embargo Pino el *New York Times* llamó a la salsa macha el MVP de los condimentos en 2020, pero este primo profundamente sabroso del chile crujiente que se originó en Veracruz, México, ha sido un elemento básico de la despensa mexicana (y del caddie de condimentos de la taquería) durante generaciones. Se señaló en un artículo encontrado en *masienda*, una página web.

1.5.1.3. Estimación de la demanda actual

Mexar Salsas Artesanales tiene el objetivo de conocer la situación actual de la demanda potencial, por lo cual se definió el tamaño de la muestra que se utilizaría para la realización y levantamiento de encuestas a los consumidores ideales.

Grupo de edad	Hombres	Mujeres
85 y más	2,643	3,908
80 a 84	3,726	4,977
75 a 79	6,205	7,435
70 a 74	9,707	11,495
65 a 69	14,459	16,032
60 a 64	20,292	22,055
55 a 59	25,424	25,526
50 a 54	32,183	31,505

45 a 49	38,077	36,253
40 a 44	38,425	37,053
35 a 39	40,783	37,920
30 a 34	41,821	40,318
25 a 29	44,285	42,502
20 a 24	47,154	44,763
15 a 19	44,852	42,890
10 a 14	43,821	42,304
5 a 9	41,080	39,896
0 a 4	33,938	33,328

Para definir el tamaño de la población, solo se tomaron en cuenta a las personas, que según *INEGI*, están dentro de un rango de los 20 a los 54 años de edad y que viven en la ciudad de Mexicali.

Y tomando en cuenta una confianza del 95%, con un margen de error del 5%, el tamaño de la **muestra** a encuestar dio un resultado de **384 personas**.

1.5.1.4. Distribución geográfica de los consumidores

Principalmente se tomó en cuenta la distribución de los puntos de venta de *Salsa Mexar Artesanal*, para tener un mapeo de cómo se está abarcando a la Ciudad de Mexicali y sus habitantes.

Puntos de venta de Salsa Mexar Artesanal en Mexicali B.C.

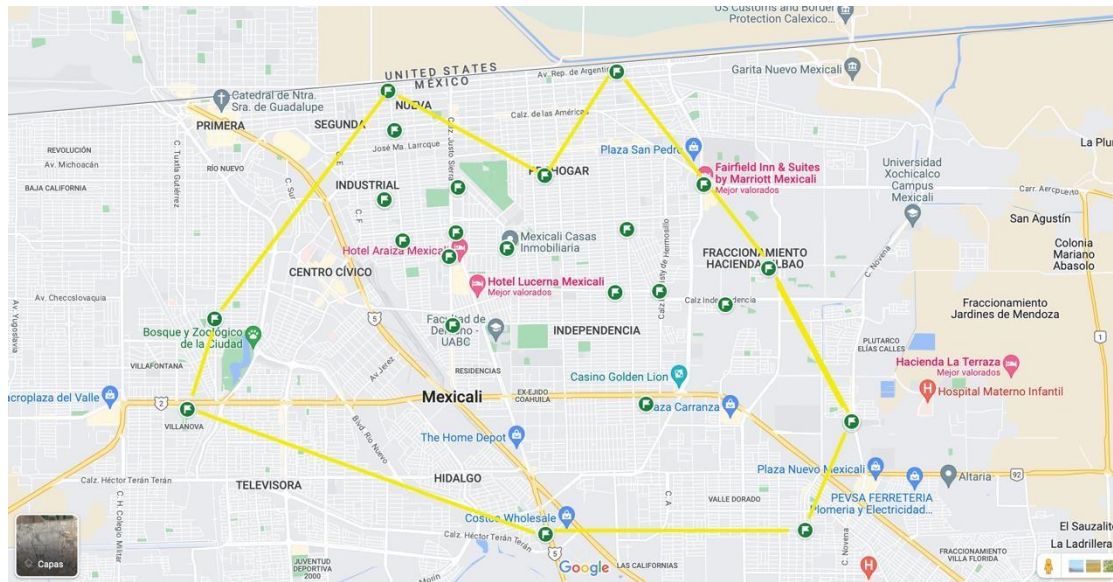


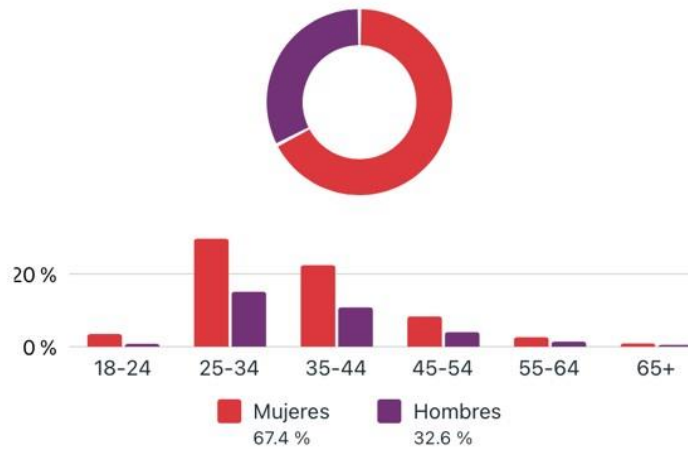
Foto elaborada por Salsas Mexar Artesanal

Se escogió la ciudad de Mexicali ya que es en donde mayor distribución tenemos, al igual que audiencia. Según las estadísticas que nos proporciona la plataforma de Facebook, el 81.1% de nuestra audiencia en Facebook se encuentra en la Ciudad de Mexicali.

Otro dato que también nos proporciona es que el 90.3% de nuestra audiencia se encuentra en un rango de edad de los 25 a 54 años de edad. Siendo un 67.4% mujeres.

Audiencia en la plataforma Facebook: 1,869 seguidores.

Edad y sexo ^①




Ciudades principales





Foto tomada de Meta Bussines


1.5.1.4 Tipología de los consumidores

A partir de los datos recopilados, se definieron a 2 Buyer Personas, un hombre y una mujer. Los Buyer Persona, son representaciones ficticias generalizadas de tus clientes ideales. Te ayudan a entender mejor a tus clientes (y posibles clientes) y te facilitan la personalización del contenido de acuerdo a las necesidades, los comportamientos y las inquietudes específicas de diferentes grupos. Según un artículo de internet.


 NOMBRE DEL BUYER PERSONA	Gabriel	PARTE 1: QUIÉN
PERFIL GENERAL Trabajo, historia laboral, familia	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinador de calidad • Trabaja en la misma compañía desde hace 5 años • Tiene una relación con la mamá de sus 2 hijos pero no esta casado y vive con sus papas y hermano 	
INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA Edad, salario,ubicación, sexo	<ul style="list-style-type: none"> • Hombre • Tiene 29 años de edad • Su ingreso promedio personal es \$20,000 mensuales • Vive en Palaco, Mexicali 	
IDENTIFICADORES Trato, personalidad, como prefiere comincar	<ul style="list-style-type: none"> • Es un hombre tranquilo, solitario y que no le gusta perder el tiempo. • Es muy practico y sencillo • Solo le gusta ver redes sociales como facebook e instagram en la noche y prefiere generar conversaciones desde WhatsApp. 	


 NOMBRE DEL BUYER PERSONA	Gabriel	PARTE 2: QUÉ
OBJETIVOS Objetivos primarios y secundarios	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con las metlas acordadas en su equipo de trabajo, pues la calidad de producción es prioridad • Llegar a tiempo a su trabajo 	
RETOS Retos primarios y secundarios	<ul style="list-style-type: none"> • Su horario de trabajo casi no le permite estar en casa • Quiere dejar de consumir tanta comida rápida 	
CÓMO PODEMOS AYUDAR ...para que obtenga los objetivos deseados. ...para que pueda superar los retos	<ul style="list-style-type: none"> • Ahorrándole tiempo • Darle a conocer comidas hechas en casa, saludables y prácticas. 	

	NOMBRE DEL BUYER PERSONA	Gabriel	PARTE 3: POR QUÉ
<p>COMENTARIOS</p> <p>Ejemplos de comentarios reales sobre sus retos y objetivos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mi prioridad es mi trabajo y por eso me gusta ser puntual • Quiero comer comida más saludable pero siento que no tengo sazón y no me gusta. 		
<p>QUEJAS COMUNES</p> <p>Razones por qué no comprarían nuestro producto o servicio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • No tengo tiempo para transportarme largas distancias hacia un mercado o tienda en específico • No me gusta ir a buscar algo a una tienda y no encontrarlo • No puedo mal gastar mi dinero 		

	NOMBRE DEL BUYER PERSONA	Gabriel	PARTE 4: CÓMO
<p>MENSAJE DE MARKETING</p> <p>Cómo describirías la solución de tu empresa a este buyer persona.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Salsa macha artesanal para darle un sabor picoso a tus comidas, botanas o snacks 		
<p>MENSAJE DE VENTAS</p> <p>Cómo venderías las solución a tu buyer persona</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Le falta sabor a tus comidas? Ponle del rico y picosito sabor de La Mezar. Consigue un toque extra de sabor en todas tus comidas, hasta en las mas sencillas. La puedes encontrar siempre disponible en uno de nuestros 33 puntos de venta en Mexicali. La brava esta muy cerca de ti. 		

 NOMBRE DEL BUYER PERSONA	Sandra	PARTE 1: QUIÉN
<p>PERFIL GENERAL</p> <p>Trabajo, historia laboral, familia</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ama de casa • Recién casada y sin hijos • Estudio administración de empresas 	
<p>INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA</p> <p>Edad, salario, ubicación, sexo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mujer • Tiene 24 años de edad • Su ingreso mensual familiar es de \$30,000 pesos • Vive en la zona dorada de Mexicali 	
<p>IDENTIFICADORES</p> <p>Trato, personalidad, como prefiere comincar</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Es muy organizada, saludable y disfruta de hacer ejercicio. • Su red social favorita es Instagram pero cuando busca un producto prefiere Facebook o Google. 	

 NOMBRE DEL BUYER PERSONA	Sandra	PARTE 2: QUÉ
<p>OBJETIVOS</p> <p>Objetivos primarios y secundarios</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener su casa en orden • Hacer comidas caseras y saludables para ella y su esposo 	
<p>RETOS</p> <p>Retos primarios y secundarios</p>	<ul style="list-style-type: none"> • No dispone de mucho tiempo para hacer compras porque depende del tiempo libre de su esposo • Aún es nueva cocinando • No maneja dinero en efectivo porque usa la tarjeta de su esposo 	
<p>CÓMO PODEMOS AYUDAR</p> <p>...para que obtenga los objetivos deseados. ...para que pueda superar los retos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ofreciendole un sabor rico y picoso a sus recetas • Estando en puntos de venta cercanos a ella donde se acepten pagos con tarjeta 	

 NOMBRE DEL BUYER PERSONA	Sandra	PARTE 3: POR QUÉ
<p>COMENTARIOS</p> <p>Ejemplos de comentarios reales sobre sus retos y objetivos.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • A veces siento que me falta algo extra en mis comidas para que tengan más sabor • Me gusta mucho cocinar cosas sencillas • No puedo agregar a mi dieta cosas con muchas grasas, calorías o conservadores, por eso evito los aderezos
<p>QUEJAS COMUNES</p> <p>Razones por qué no comprarían nuestro producto o servicio.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Solo hago mi mandado en Costco y si necesito algo extra en la semana me gusta encontrarlo en tiendas de autoservicio cercanas a mi

 NOMBRE DEL BUYER PERSONA	Sandra	PARTE 4: CÓMO
<p>MENSAJE DE MARKETING</p> <p>Cómo describirías la solución de tu empresa a este buyer persona.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Salsa macha artesanal, un plus de sabor en tus comidas
<p>MENSAJE DE VENTAS</p> <p>Cómo venderías las solución a tu buyer persona</p>		<ul style="list-style-type: none"> • ¿Todavía no te sale buena la salsa? Encuentra a la Brava a la vuelta de tu esquina. El plus picosito y gourmet que le dará a tus comidas no tiene precio. Disponible en tiendas de autoservicio.

1.5.2. Situación futura

En base a los datos actuales que se tienen, y en los puntos de venta donde se encuentra Salsa Mexar Artesanal, se estima que la demanda de los consumidores

aumente el próximo año. Pues desde septiembre del año 2023, se está trabajando con más atención la estrategia y gestión de marketing en redes sociales como lo son Facebook e Instagram.

En la imagen podemos observar como en los últimos 90 días, en octubre se tuvo un incremento de 5.1 mil % de cuentas alcanzadas en Facebook y en Instagram 1.4 mil %.

Ya que desde finales del mes de septiembre del 2023, se han ido subiendo publicaciones desde un punto estratégico, donde lo que se publica es planeado y programado con anticipación.

Se planea seguir este mismo esquema de trabajo, donde lo que se está buscando es tener mayor alcance, impresiones y nuevos seguidores, lo cual significarán nuevos consumidores.

Y que estos nuevos consumidores incrementen la frecuencia del uso de la salsa.

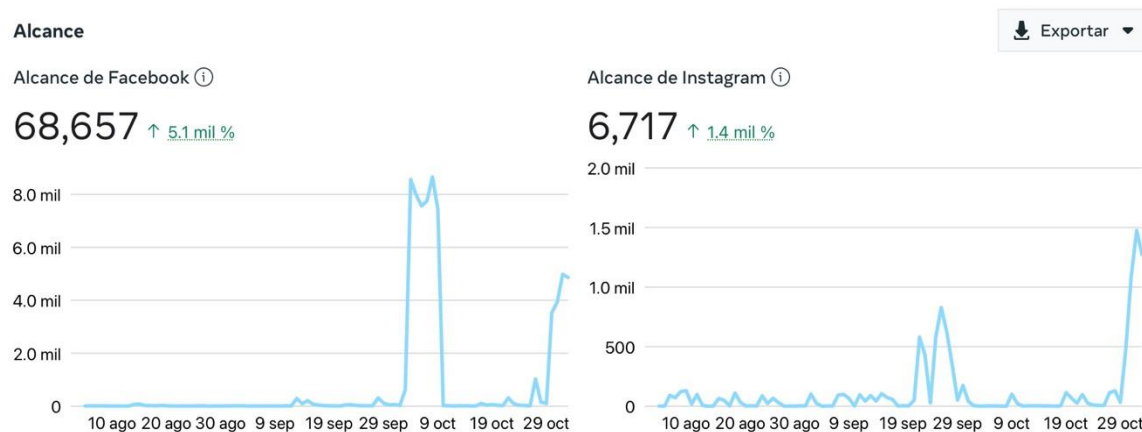


Foto tomada de Facebook Bussines

1.5.2.1. Proyección de la demanda

Actualmente *Salsa Mexar Artesanal* tiene una demanda promedio de 350 piezas mensuales, en sus 32 puntos de venta en el estado de Baja California.

La meta que se tiene, con las estrategias de marketing, es llegar a un incremento

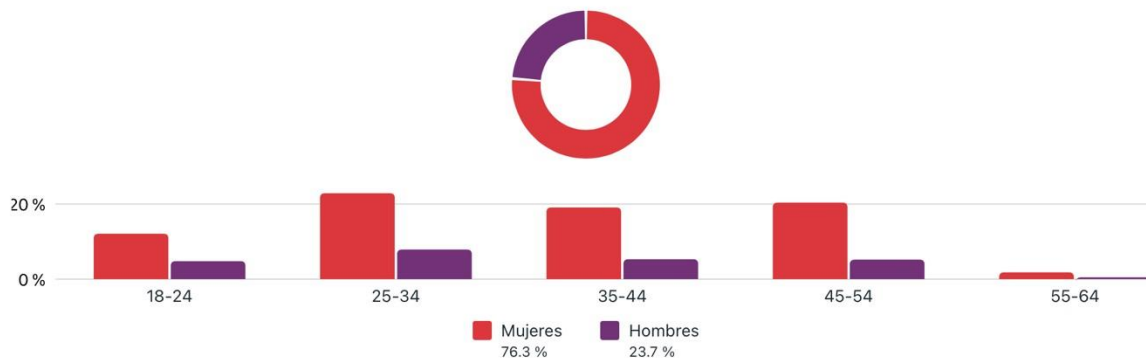
Tamaño de la audiencia estimada ⓘ

2 200 000 - 2 600 000

Personas en Facebook e Instagram en Baja California, Mexico, México y 3 filtros más seleccionados

Crear anuncio

Edad y sexo ⓘ



del 50% en ventas para el primer cuatrimestre del año entrante (2024). Lo que equivaldría a estar vendiendo 525 piezas mensualmente.

Se crearon audiencias meta en la plataforma de *Meta Bussines Facebook*, donde se seleccionaron a personas en un rango de 20 a 54 años de edad, con intereses relacionados con la compra de la *Salsa Mexar Artesanal* y se obtuvieron los siguientes resultados para todo **Baja California**:

Y con base a los datos proporcionados por la plataforma, se considera que en Tijuana se podrían destinar más esfuerzos a distribuir el producto en más puntos de venta. Ya que el 47.13 % de la audiencia que *Meta Bussines Facebook* nos arroja que podría estar interesada en nuestro producto, se encuentra en la Ciudad de Tijuana.

Sin embargo, enfocándonos solamente en la **ciudad de Mexicali**, la plataforma nos proporciona los siguientes datos:

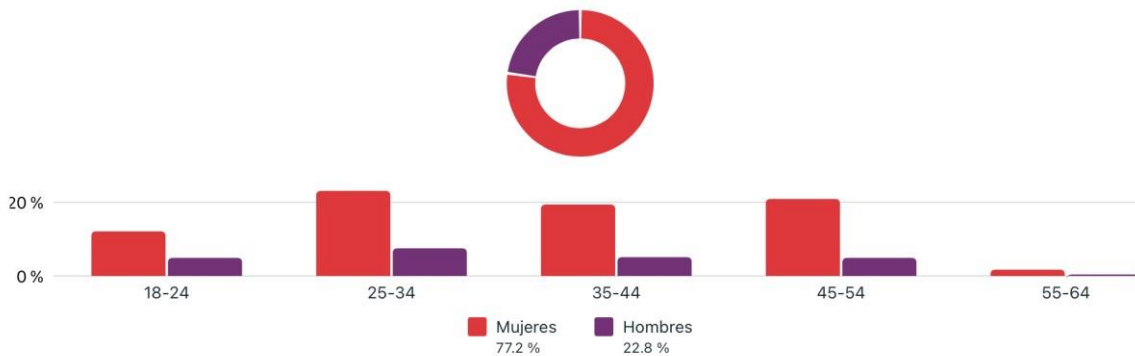
Tamaño de la audiencia estimada ⓘ

508 100 - 597 800

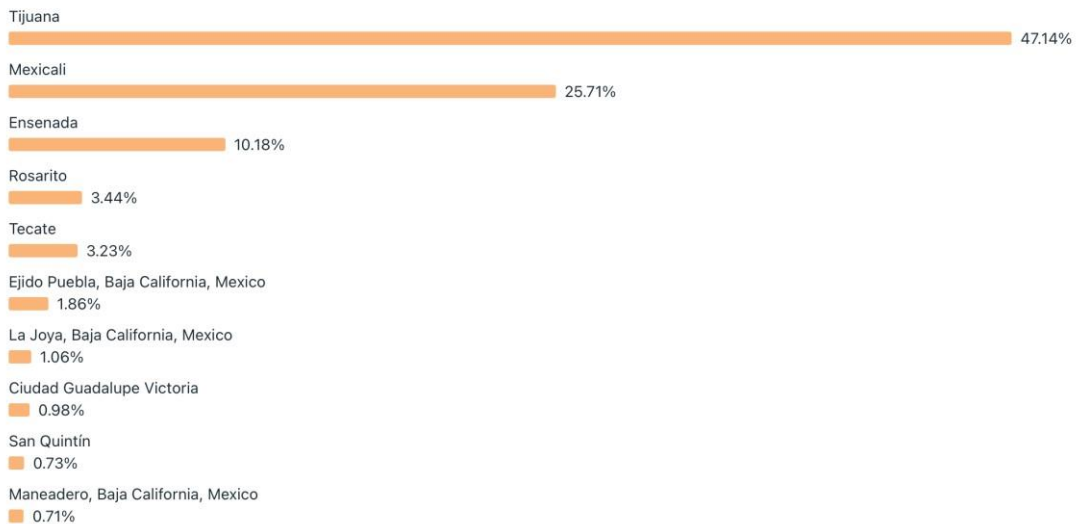
Personas en Facebook e Instagram en Mexicali, Baja California, México y 3 filtros más seleccionados

Crear anuncio

Edad y sexo ⓘ



Ciudades principales



El tamaño de la demanda, considerando a las personas que se encuentran solamente en un rango de edad de 18 a 55 años, es 97.9% del número total que nos proporciona la plataforma, que es traducido a 497,429 - 585,246 personas.

1.6. Comportamiento de la oferta

1.6.1. Situación actual

Se visitaron puntos de venta donde se encuentra Mexar Salsas Artesanales y se pudo observar que existe una gran oferta en el mercado.

En el punto de venta Bona Prime Plaza Corsica, se encontraron 8 marcas competidoras que se encuentran dentro de la misma categoría que es *Salsa Macha*. Y fuera de este punto de venta en específico, también nos encontramos con marcas informales que ofertan el mismo producto, la diferencia es que estas marcas solo se promocionan a través de redes sociales o con conocidos.

1.6.1.1. Estimación de la oferta actual

Mexar Salsas Artesanales solo está establecida en Baja California, y por el momento la expansión será dentro del estado, se tomaron en cuenta los competidores directos de ahí. Como ya se mencionó anteriormente, por lo menos se cuenta con 8 competidores directos los cuales son: *Yiit Salsa de Datil con Chile Morita*, *Salsa Artesanal Sarita*, *Salsas Gourmet Coki*, *RG Salsa Macha*, *Salsuz*, *Tia Mago's* y *Salsa Macha el Chano*.

Comparativa de empresas en la plataforma Facebook

Los resultados de esta comparativa, solo incluyen a una parte de los competidores anteriormente mencionados, pues no todos cuentan con redes sociales.

Página	Me gusta de la...	Cambios en los M...	Contenido publicado
 Salsuz Salsas Artesanales en base de aceite, hechas en casa sin conservadores,...	2.3 mil	0	3
 Mexar Salsa Artesanal Salsa elaborada a base de aceite, ajonjolí, chile de árbol y cacahuete. Sin ...	1.8 mil	↑ 3	12
 Salsas Gourmet Coki "Salsas Gourmet Coki" Elaboradas de chiles secos y semillas, nuestras s...	1 mil	↓ 1	0
 Tia Mago's riquisimas salsas de chile morita con semillas, con arandanos y almendra...	688	0	0
 Salsa Macha Sofía "A BASE DE CHILES SECOS Y UN CHINGO DE ESFUERZO"	182	↑ 4	6
 RG SALSAS MACHA Salsa macha gourmet del Rancho Guerra	108	↑ 9	--

Imagen tomada de la plataforma Facebook Bussines

Pero también se cuenta con otro grupo de competidores indirectos, que si bien no son de la misma categoría de Salsa Macha, también ofrecen salsas atractivas para los consumidores. Como lo puede ser la *Salsa Amor*, *Salsa Valentina* y *Salsa*

Botanera que se encuentran disponibles en casi todas las tiendas de autoservicio, farmacias, mercados o supermercados de Mexicali y el resto de la baja.

1.6.1.2. Productos o servicios de nuestros principales competidores

Salsas Artesanales Sarita

Cuenta con 4 salsas: Semilla de Calabaza, Cacahuete y Ajonjolí, Extra Picante, Tamarindo.

Cuenta con pagina en *Facebook* (590 seguidores) e *Instagram* (171 seguidores) Se encuentra en un punto de venta importante como *Super Chivas*

Salsas Gourmet Coki

Precio de venta de \$110 pesos

Cuenta con 5 salsas: Macha, De Semillas, Chile de Arbol, Chile de Morita y de Chiles y Chocolate.

Cuenta con pagina de *Facebook* (1000 seguidores) e *Instagram* (131 seguidores)

SALSUZ

Precio de venta de \$110 pesos

Cuenta con 6 salsas: Chile Morita, de Cacahuete, Chile Morita Olivo, Habanera, Macha con Arándanos y de Fruto Secos.

Cuenta con pagina en *Facebook* (2.4 mil seguidores) en *Instagram* (1916 seguidores)

1.6.2 Situación futura

Se analizaron los datos que nos proporciona *Google Trends*, donde buscamos que se proyectara como ha sido el nivel de popularidad de la búsqueda "*Salsa Macha*".

Durante los últimos años (de 2004 a 2023) no ha tenido picos tan relevantes el

término de búsqueda, quiere decir que el nivel de popularidad en los buscadores de Google, desde el año 2004, se ha mantenido muy similar.

Es un indicador de que la *Salsa Macha* es algo que se busca con la misma frecuencia desde hace 19 años.

Esto se podría ver como una oportunidad, ya que el título de viralizar un tema relacionado con la *Salsa Macha* aún nadie se lo lleva (hablando de la competencia directa). Se podría lograr a través de generación de contenido que proporcione mucho alcance y visualización con cuentas o usuarios nuevos.

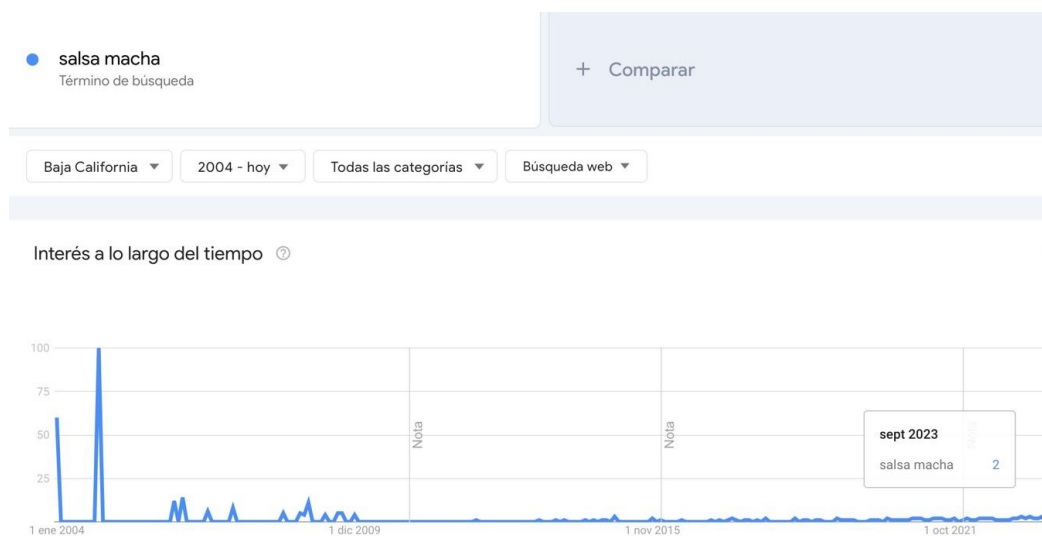


Foto tomada de Google Trends

1.6.3 Ventaja competitiva

La mayoría de los competidores dentro del rango *Salsa Macha*, no están activos en redes sociales. Anteriormente se mostró con una tabla comparativa el nivel de publicaciones que realiza cada página, donde se observa que *Mexar Salsas Artesanales* está por arriba del 50% comparado a los demás.

Actualmente las *redes sociales* son uno de los canales de comunicación más importantes, es por eso que la estrategia y esfuerzos de marketing están enfocados

en hacer que la audiencia conozca como Mexar Salsas Artesanales puede ofrecer un equilibrio perfecto entre sabores picantes y dulces que realzan los platos favoritos de la audiencia.

La finalidad de las publicaciones que se realizan en redes sociales es llegar a audiencias nuevas, con contenidos como reels y publicidad pagada, que son las que mayor alcance e impresiones generan.

Otra ventaja competitiva, es la presentación de sus frascos, con etiqueta negra mate y destellos de brillo, junto con su inigualable logo de calavera, le otorgan un toque diferenciador y premium.

Si se buscará enfocarse solamente en un público de clase alta, se considera que la presentación que ofrece la *Salsa Mexar Artesanal*, es la adecuada.

1.7 Determinación de los precios de los productos

1.7.1 Mecanismos de formación de los precios del producto

A continuación se mostraran los costos fijos y variables del producto

Concepto	Precio	Unidad	CANTIDAD GR	Salsa Brava	Salsa Agridulce
				Costo unitario	Costo unitario
Chile De Arbol	145	5 Kg	0.014	2.07	2.07
Envases	4,038.00	lote de pz	1	11.54	11.54
Sal	40.00	1 Kg	0.001	0.03	0.03
Ajo	100.00	1	0.003	0.29	0.29
Ajonjoli	70.00	4 Kg	0.011	0.80	0.80
Cacahuete	65.00	5 Lts	0.014	0.93	0.93
Aceite	2,000.00	40 Lts	0.114	5.71	5.71
Etiquetas	7,028.42	3800 etiquetas	1.000	1.85	1.85
Piloncillo	30.00	2 kg	0.006		0.17
Vinagre	40.00	4 lts	0.003	0.11	0.11
COSTO TOTAL POR SALSA				23.33	23.50

CONCEPTO	Mensual	1
Renta	6.000	72.000
Publicidad	2.000	24.000
Luz	800	14.500
Agua	600	7.200
Gas	1.000	12.000
Gasolina	2.500	30.000
Artículos de limpieza	600	7.200
Telefono e internet	700	8.400
Sueldos	42.301	507.610
Papeleria	700	8.400
Contador	700	8.400
Intereses financiamiento	2.831,05	35.545
Total Costo Fijo	60.732	735.255

El costo unitario por salsa da una cantidad de \$23.33 y 23.50 pesos mexicanos, donde el precio para cliente (mercados, supermercados, tiendas de autoservicio, etc.) se ofrece a \$75 pesos mexicanos. Se estableció esta cantidad para tener un precio competitivo al de la competencia.

1 Datos y previsiones	
Unidades a vender (total)	7.482
Costos por cada unidad (total)	23.42
Costos variables en % (total)	0.00%
Costos fijos	735.255.00
Depreciaciones	12.751.00
Crédito	90.344.00
Tasa de interés	0.67%
Plazo del crédito	36.00
Tasa impositiva	2.50%
Flujo de efectivo deseado (\$)	
Amortización	2.228.76
Intereses	

Comprobación		
INGRESOS	561.150.00	100.00%
Costos variables	175.191.03	31.22%
Costos fijos	735.255.00	131.03%
Depreciaciones	12.751.00	2.27%
Utilidad antes de intereses e impuestos	-362.047.03	-64.52%
Intereses	0.00	0.00%
Utilidad antes de impuestos	-362.047.03	-64.52%
Impuestos	0.00	0.00%
PÉRDIDA DEL EJERCICIO	-362.047.03	-64.52%
Amortización a crédito	2.228.76	0.40%
Depreciaciones	12.751.00	2.27%
EGRESOS	912.674.79	162.64%
FLUJO DE EFECTIVO	-351.524.79	-62.64%

2 Cálculo del PRECIO	
Precio PROPUESTO	121.98
¿Es aceptable por el mercado?	NO
¿Es comercialmente adecuado?	NO
PRECIO DECIDIDO	75.00
Precio ajustado	75.00
PUNTO DE EQUILIBRIO	14,296.48

En esta tabla se puede observar que no es viable dar el precio a \$75 pesos, por lo cual se manejara el primer año con pérdidas, pero el segundo año se tomara la decisión de subir el precio a \$ 80 pesos por pieza y se estima que se aumentara la unidades de venta a un 100%.

1 Datos y previsiones	
Unidades a vender (total)	14,962
Costos por cada unidad (total)	23.42
Costos variables en % (total)	0.00%
Costos fijos	764,665.00
Depreciaciones	12,751.00
Crédito	90,344.00
Tasa de interés	0.87%
Plazo del crédito	36.00
Tasa impositiva	2.50%
Flujo de efectivo deseado (\$)	
Amortización	2,228.76
Intereses	

Comprobación		
INGRESOS	1,196,360.00	100.00%
Costos variables	350,335.23	29.27%
Costos fijos	764,665.00	63.88%
Depreciaciones	12,751.00	1.07%
Utilidad antes de intereses e impuestos	69,208.77	5.78%
Intereses	0.00	0.00%
Utilidad antes de impuestos	69,208.77	5.78%
Impuestos	1,730.22	0.14%
UTILIDAD NETA	67,478.55	5.64%
Amortización a crédito	2,228.76	0.19%
Depreciaciones	12,751.00	1.07%
EGRESOS	1,118,959.21	93.48%
FLUJO DE EFECTIVO	78,000.79	6.52%

2 Cálculo del PRECIO	
Precio PROPUESTO	74.67
¿Es aceptable por el mercado?	NO
¿Es comercialmente adecuado?	NO

PRECIO DECIDIDO	80.00
Precio ajustado	75.00

PUNTO DE EQUILIBRIO	13,552.95
----------------------------	------------------

1.8 Canales de comercialización y distribución de los productos

1.8.1 Descripción de los canales de distribución

En la distribución del producto se utiliza un canal de distribución indirecto corto, ya que solo se cuenta con un intermediario, que son los mercados o minoristas, para poder hacer llegar el producto al consumidor final que son las personas con interés en consumir salsa macha.

El producto se encuentra disponible en 32 puntos de venta en Baja California, donde la misma persona está a cargo de distribuir el producto en todos los puntos. Como ya se mencionó anteriormente, Mexar Salsas Artesanales tiene presencia en Mexicali, Tecate, Tijuana, San Luis Rio Colorado, Ejido Coahuila y en el Ejido Guadalupe Victoria.

Canales que se utilizan para dar a conocer el producto

Se utilizan *Redes Sociales*, las cuales son ideales para tener una interacción directa con la audiencia ya que se pueden aprovechar las publicaciones para ofrecer contenido relevante o contestar comentarios o mensajes de ellos.

En Mexar Salsas Artesanales se tiene preferencia por el uso de estos canales, principalmente porque fue la manera en que se tuvo el primer acercamiento con un cliente fuera del círculo social de los fundadores de la marca.

Redes sociales:

Facebook

En esta plataforma se brinda un contenido más informativo y no es necesario llevar el orden de las publicaciones a la mano con el cómo se verá todo en conjunto.

El tipo de publicación ideal en esta plataforma son las imágenes o anuncios cuadrados.

Anteriormente solo se publicaban los nuevos puntos de venta donde se encontraba los productos de Mexar, pero durante los últimos 2 meses, el contenido se ha intensificado, proporcionando más variedad de temas y formatos. Como podrían ser: fechas o festividades importantes del año, congresos, ferias o eventos a los que los socios fundadores llevan a exponer a la marca Mexar y mini videos de la salsa con diferentes platillos.

Otro tipo de contenido que se publica a través de esta plataforma son las campañas generadas desde el Administrador de anuncios de Facebook. Donde a la hora de crear una campaña publicitaria, se selecciona el objetivo que queremos para ella, que puede ser interacción, reconocimiento, ventas o tráfico. Actualmente solo se trabaja con campañas de interacción y reconocimiento, ya que se busca llegar a nuevos clientes, y que ellos y los que ya tenemos, recuerden constantemente a la marca.

Mexar Salsa Artesanal
Publicado por Valery Andrea · 1 de noviembre a las 19:29 · 🌐

Porque las Mexar sí que pican 🌶️👅

El Día de Muertos es una celebración profundamente arraigada en la tradición mexicana, y para Mexar, es un día que cobra un significado especial.

Pues nuestra marca se inspira en la esencia de esta festividad, donde la vida y la muerte se entrelazan en un tributo a nuestros seres queridos que han partido....

Ver más



Mexar Salsa Artesanal ha actualizado su foto de portada.
Publicado por Valery Andrea · 27 de octubre a las 6:58 · 🌐

¿La Brava o la Agridulce? 🌶️🍯



Instagram

En esta plataforma se brinda contenido muy similar al de *Facebook*, solamente que aquí sí es prioridad cuidar la línea gráfica y estética de las publicaciones, con contenido planeado y de mayor calidad fotográfica y gráfica. Todo tiene que estar relacionado para que el feed combine y transmita que la *Salsa Mexar Artesanal* es calidad y premium.

El tamaño ideal de publicaciones es un rectángulo vertical y el formato son fotos de muy buena calidad y reels, que son mini videos de el producto en diferentes escenarios.

Por el momento se tiene un enfoque en que 1 vez al mes se debe de publicar un reels al cual se le pagará a la plataforma para que lo promocioe con audiencia similar a la de la página.

También existe el formato de historias, que es el ideal para estar recordando a la audiencia cuáles son nuestros puntos de venta en Mexicali y en todo Baja California, así como comidas o recetas sencillas donde se puede utilizar la Salsa Mexar artesanal.



Estudio Técnico

2.1. Localización.

2.1.1.1. Macrolocalización

Mexar Salsa Artesanal tiene sus raíces en Mexicali, una ciudad situada en Baja California, que se encuentra en una región de climas extremos.

El ecosistema de Mexicali es de tipo desértico, con largos veranos muy calurosos que normalmente registran un promedio de temperatura máxima de 41 a 43 °C. Mexicali es conocido por su clima predominantemente desértico, con veranos extremadamente calurosos siendo una de las ciudades más calurosas de México y del mundo. Asimismo, en Mexicali se tiene un clima agradable en los meses de octubre a mayo con una temperatura promedio de 23°C que motiva a la práctica de los deportes y la recreación al aire libre.

2.1.1.2. Microlocalización.

La elección de la microlocalización para la instalación del área de producción de Mexar Salsas Artesanales se basó en la evaluación de 10 factores significativos. Se consideraron tres zonas dentro de la ciudad de Mexicali, las cuales fueron, Villas del

Colorado, Independencia y Novena, dentro de los 10 factores importantes, los relevantes para este proyecto eran, acceso a calles concurridas, dimensión y condición del local, cercanía puntos de venta y costo de renta, después de un análisis detenido, la zona que resultó más favorable fue Villas del Colorado.

Factor Relevante	Peso asignado	Villas del Colorado		Independencia		Novena	
		Alternativa 1		Alternativa 2		Alternativa 3	
		Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada
Acceso a calles concurridas	0.2	9	1.8	10	2	10	2
Dimensiones del local	0.15	9	1.35	6	0.9	7	1.05
Condicion del inmueble	0.15	8	1.2	7	1.05	8	1.2
Servicios Publicos y telecom	0.1	9	0.9	9	0.9	9	0.9
Cercania puntos de venta	0.15	8	1.2	9	1.35	9	1.35
Costo de Renta	0.1	9	0.9	8	0.8	8	0.8
Seguridad de la zona	0.1	7	0.7	9	0.9	8	0.8
Estacionamiento	0.05	8	0.4	7	0.35	6	0.3
	1		8.45		8.25		8.4

2.1.1.3. Ordenamiento espacial interno

2.1.1.4. Distribución de las instalaciones



La propiedad que se arrendara es una casa donde se harán las adecuaciones e instalaciones necesarias para llevar acabo la producción de Mexar Salsas Artesanales, consta con recepción, cocina para los empleados, un baño, almacén y área de cocina donde se llevara a cabo la producción.

2.2. Calificación y o justificación

2.2.1. Con relación a las características del terreno

La propiedad destinada para arrendar está ubicada en la dirección Av. Río Mezcalapa #4094, en la colonia Villas del Colorado. La renta mensual, que asciende a 7 mil pesos con IVA incluido. Esta elección inmobiliaria se ajusta perfectamente a las necesidades del negocio, ya que no solo está en proximidad de sus puntos de venta, sino también en cercanía de vialidades rápidas.

2.2.1.1 Del proceso productivo

Este establecimiento se muestra como el lugar idóneo para llevar a cabo la producción eficiente de sus productos. Su ubicación estratégica, al encontrarse en proximidad con los puntos de venta clave, no solo contribuye a minimizar los costos operativos, sino que también optimiza la logística de distribución. Además, las condiciones favorables del inmueble facilitan la implementación fluida de las operaciones, proporcionando un entorno propicio para garantizar la calidad y eficacia en la producción.

2.3. De los insumos









La ubicación estratégica de nuestro establecimiento, es favorable en términos de acceso a los insumos. Al estar cercanos a vialidades concurridas y contar con una logística eficiente, se puede obtener fácilmente los ingredientes y materias primas necesarios para la producción de las salsas.

2.4. Descripción de las instalaciones, equipo y personal técnico

2.4.1. Descripción del equipo de trabajo para la producción

REFRIGERADO R LG TOP MOUNT SMART INVERTER CON DOOR COOLING 11 PIES - PLATINO GT32BDC		Fábrica De Hielos Sí Tipo De Luz Interiores Sistema De Enfriamiento Multi air flow Tipo Control De Humedad Magic crisper (control de humedad en cajones) Filtro De Agua No Alarma De Puerta Abierta No Operación Silenciosa Sí	https://www.sears.com.mx/producto/185126
Parrilla Industrial De 3 Quemadores Eiser Acero Inoxidable		Parrilla DE 3 Quemadores Lineales Fabricada En Acero Inoxidable Estructura Esmaltada Parrillas En Hierro Fundido Quemadores En Hierro Fundido Dimensiones 110cm De Largo	https://articulo.mercadolibre.com.mx/ML-897423568-parrilla-
Cuchillo Chef 8 rojo bonne (3)		Ancho: 20.3cm Color : Rojo	https://laindustrial.mx/tienda/Products/
Licadora International 12 lts acero inoxidable		Medidas: Diámetro de 32 cm Material: acero inoxidable 304 Capacidad: 12 Litros Voltaje: 127 V - Motor de 1.5 HP - 3520 RPM - 14.95 AMP - 60 HZ - Interruptor de 20 Amp	https://www.inmeza.com/products/international-li-12a-licadora-industrial-acero-

CONCEPTO	PRODUCTO	CARACTERISTICAS	FUENTE
AUX Aire Acondicionado ASW- 24B2/FFR2, Minisplit, 24.000BTU/h, 3310W, Blanco (2)		Tipo: Sistema divisor Capacidad de enfriamiento: 24000 BTU/h Voltaje de entrada AC: 220 V Color del producto: Blanco	https://www.cyberpuerta.mx/Hogar/Clima-y-Ambiente/Aires-Acondicionados/
Campana de Empotre Teka Acero Inoxidable TMX 76		Largo del Producto Armado: 15 cm Altura del Producto Armado: 15 cm Color: Gris País de Origen: México Ancho del Producto Armado: 76 cm Peso del Producto Armado: 5.2 kg	https://www.homedepot.com.mx/linea-blanca-y-cocinas/campanas-23512-5/campana-empotre-teka-76-cm-inox-13717
Fregadero de acero fregadero doble fregadero fregadero industrial		Medidas: 100X70X90 Medidas de cada tarja: 35x35x25 Fabricado en calibre 18 Refuerzo en cubierta y entrepaña Patas 100% Acero Inoxidable	https://articulo.mercadolibre.com.mx/ML-752805010-fregadero-100-

Olla aluminio con tapa Choice (2)		Capacidad de 60L. Fabricada en aluminio. Tapa de mismo material que la olla. Dimensiones: 1cm de ancho,	https://articulo.mercadolibre.com.mx/ML-1932871599-
AIRAM HOME Tabla para picar grande 80cm x 40cm x 2.5cm, Polietileno (2)		Marca: AIRAM HOME Color : Blanco Dimensiones del producto : 80L x 40W x 2,5Th centímetros Material: Polietileno (PE) Forma: Rectangular	https://www.amazon.com.mx/AIRAM-HOME-Polietileno-restaurante
Juego de espátulas y cucharón de wok, de 16.5 a 17 pulgadas de largo mango de acero inoxidable 304 (3)		Material: Acero inoxidable Peso: 1.57 libras Tamaño: 17 pulgadas Dimensiones: 17 x 3.7 x 1.9 inches	https://www.ebay.com/itm/266444810813?chn=ps&norover=1&mkevt=1&mkrid=21562-222008-2056-
Estante organizador de alambre de acero, cromado 91.4 x 35.5 x 182.8 cm		Material: Acero aleado Tipo de montaje: Montaje en suelo Número de estantes: 5 Característica especial: Ajustable	https://www.amazon.com.mx/Amazon-Basics-Estanter-%C2%AD-almacenamiento
Cambro® Contenedores Cuadrados para Almacenar Alimentos - 12 Cuartos de Galón, Transparentes		DIMENSIONES EXTERIORES LARGO x ANCHO x ALTO 11 x 12 x 8" CAPACIDAD 12 Cuartos de Gal.	https://es.uline.mx/Product/Detail/S-25373/Food-Prep/Cambro-Square-Food-Storage-Containers-12-Quart-White?pricod
Mesa de Trabajo de Acero Inoxidable Económica con Repisa Inferior -		DIMENSIONES EXTERIORES LARGO x ANCHO 60 x 30" CALIBRE 18 CAPACIDAD 300lbs	https://es.uline.mx/Product/Detail/H-8964/Stainless-
Escritorio de Trabajo y Estudio con 5 Estantes Moderno Haya y Blanco		Marca: FurnitureR Forma: Rectangular Dimensiones del producto: 60D x 120W x 75H centímetros Color: Blanco	https://www.amazon.com.mx/FurnitureR-Escritorio-Computador
Empacadora Al VacíoRhino Inmenza 41cm		5 ciclos de tiempo de empacado hasta 99 segundos Tapa de metacrilato transparente Barra selladora de 41cm, Capacidad de bomba 20m3/h Entrada de corriente: 110 V / 60 Hz Potencia del motor: 900 w Capacidad de bomba:	https://www.inmeza.com/products/rhino-evac-20-empacadora-vacio-acero-inoxidable-sellador-41-

2.5. Descripción de las unidades de transformación


2.5.1.1. Descripción del proceso de transformación


El proceso de producción de Mexar Salsas Artesanales inicia con la compra de ingredientes provenientes de proveedores locales. Tras una cuidadosa selección, los ingredientes preparados meticulosamente. En la etapa de cocción, la combinación de ingredientes se cocina lentamente para desarrollar sabores ricos y auténticos. Posteriormente se realiza la mezcla de los ingredientes dentro de la licuadora para obtener la textura deseada. Después, se lleva a cabo una prueba de sabor y ajustes finales antes de que la salsa sea envasada en frascos, seguido de su etiquetado. El producto final se almacena en temperatura ambiente antes de ser distribuido a los puntos de venta. Este proceso, es ejecutado con precisión y cuidado, lo cual garantiza la consistencia en la calidad y el sabor distintivo que caracteriza a las salsas artesanales de Mexar.

2.5.1.2. Justificación técnica del proceso de transformación

El proceso de transformación en Mexar Salsas Artesanales radica en la búsqueda constante de calidad y autenticidad en nuestros productos. La cuidadosa selección, preparación y combinación de ingredientes garantiza la obtención de sabores auténticos y distintivos en cada lote de nuestras salsas. El proceso de cocción lenta no solo maximiza la integración de sabores, sino que también contribuye a la textura y consistencia deseada. La fase de sazón y ajustes finales refleja nuestro compromiso con la excelencia, asegurando que cada producto cumpla con los estándares de calidad de Mexar. Además, este enfoque técnico integral garantiza la coherencia y la calidad que distinguen a Mexar en el competitivo mercado de salsas artesanales.

2.5.1.3. Insumos principales y secundarios, su procedencia y disponibilidad

Materia Prima	Precio por kg	Proveedor
Chile De Arbol	\$ 145.00	
Ajonjoli	\$ 70.00	
Cacahuates	\$ 65.00	
Ajo	\$ 100.00	

		Semillas y Cereales el Girasol
Piloncillo	\$ 30.00	
Sal	\$ 40.00	Fruteria La Michoacana
Vinagre	\$ 40.00	
Aceite	\$ 2,000.00	
Etiquetas	\$ 7,028.42	

2.6. Organización

2.6.1. Información general de la empresa

Mexar Salsas Artesanales es un emprendimiento familiar que lleva más de 3 años elaborando y comercializando salsas artesanales en Mexicali, Baja California.

2.6.2 Forma jurídica

Mexar Salsas Artesanales está dentro del régimen simplificado de confianza, la página oficial del Servicio de Administración Tributario nos dice que el régimen simplificado de confianza es *una simplificación administrativa para que el pago del impuesto sobre la renta (ISR) se realice de forma sencilla, rápida y eficaz. El objetivo de este nuevo esquema es la reducción de las tasas de este impuesto para que las personas que tengan menores ingresos, paguen menos. Esta propuesta del Servicio de Administración Tributaria (SAT) se basa en las mejores prácticas internacionales.*

A partir de 2022, las personas que se encuentren en este nuevo esquema estarán obligados a pagar entre el 1 y el 2.5 % de sus ingresos.

2.6.3 Organigrama general



2.6.6. Tabuladores de sueldos

Puesto	Salario Diario	Salario Diario Integrado
Auxiliar de Cocina	300,00	340,00
Encargado de Produccion	400,00	419,73
Administrador	400,00	419,73

				CARGA PATRONAL		1,80%	ISPT
SALARIO DIARIO	\$ 1.179,45	CUOTA PATRONAL DIARIA	187,42	DIARIA	\$ 1.366,87	1,80%	\$ 24,60
SALARIO MENSUAL	\$ 35.855,34	CUOTA DIARIA MENSUAL	5.697,58	MENSUAL	\$ 41.552,92	1,80%	\$ 747,95
TOTAL DE NOMINA		TOTAL AL AÑO					
42.300,87		507.610,46					

Los sueldos diarios integrales que maneja Mexar son, Auxiliar de Cocina 340 pesos diarios, Encargado de Producción 419.73 pesos diarios y Administrador 419.73 pesos diarios, dando un total de 42,300.87 pesos mensuales y 507,610.46 anuales. Para beneficio del negocio los dueños llegaron a un acuerdo de diferir sus sueldos hasta el tercer año para mantener la liquidez del negocio.

2.6.7. Prestaciones al personal

De acuerdo a la Ley Federal del trabajo, Las prestaciones de ley constituyen beneficios laborales obligatorios establecidos por la Ley Federal del Trabajo. Estos beneficios adicionales son proporcionados a los empleados contratados de manera indefinida y son independientes al salario. Se espera que todas las empresas o instituciones que emplean a trabajadores a largo plazo ofrezcan estas prestaciones, que representan el conjunto mínimo obligatorio según la legislación laboral. Estas incluyen, entre otras, cuestiones como el aguinaldo, las vacaciones pagadas y las prestaciones de seguridad social.

Las doce prestaciones de ley son:

- 1) Aguinaldo: derecho de los y las trabajadoras, aunque no hayan laborado el año completo, a recibir un pago anual de al menos 15 días de salario otorgado como una gratificación antes del 20 de diciembre.

- 2) Día de descanso: este derecho, indica que por cada seis días laborados hay un día obligatorio de descanso.
- 3) Vacaciones: luego de un año de servicio se tiene derecho a por lo menos seis días vacaciones remuneradas. Desde el segundo año como empleado, por cada año transcurrido, se aumentan dos días más de vacaciones hasta llegar a un máximo de 12. En caso de laborar por temporada, el periodo vacacional es otorgado dependiendo de los días trabajados alrededor del año.
- 4) Prima dominical: este monto adicional del 25% del sueldo base se da en caso de que los y las trabajadores laboren en domingo.
- 5) Periodo de lactancia: esta prestación permite que las madres trabajadoras tengan el derecho de reposo, en evidencia remunerada, para poder lactar a su hija o hijo.
- 6) Prima de antigüedad: la prima de antigüedad es un pago adicional de 12 días de salario por cada año de servicio otorgado a los y las trabajadoras. Esta prestación se otorga solamente si el o la trabajadora renuncien voluntariamente luego de al menos 15 años de servicio, o que sean despedidos (independientemente de las causas). También se otorga prima de antigüedad si el o la empleada fallecen, independientemente de la antigüedad que tengan en el trabajo, y es pagada a sus beneficiarios (viuda o viuda, hija o hijo, o personas que dependientes económicamente del fallecido).
- 7) Participación de utilidades: este derecho indica que los y las trabajadoras deben recibir una parte de las ganancias obtenidas por la actividad productiva de la empresa o patrón que les emplea. Esta participación de utilidades debe ser pagada a más tardar el 30 de mayo para quienes laboran para una empresa, o más tardar el 29 de junio para quienes laboran para una persona física. Aplica para quienes han laborado al menos 60 días en una empresa cuyas utilidades netas fueron de 300 mil pesos y tengan más de un año funcionando.
- 8) Licencia por maternidad: las mujeres trabajadoras tienen derecho a una licencia por maternidad de 12 semanas para cuidar del recién nacido con goce de sueldo.
- 9) Licencia por paternidad y adopción: los hombres trabajadores tienen derecho de un descanso laboral con goce de sueldo de cinco días, en caso de adoptar un infante o de que nazca su hijo o hija, a partir del nacimiento o recibimiento del mismo.
- 10) Licencia por adopción: la licencia por adopción únicamente es válida para las mujeres trabajadoras, y consiste en seis semanas de descanso con goce de sueldo para el cuidado del infante.

11) Despido injustificado: en caso de ser despedido injustificadamente, se tiene el derecho de una indemnización de tres meses de salario, y el pago correspondiente a sus prestaciones en las mismas condiciones en las que laboraba hasta antes del despido.

12) Renuncia: la renuncia figura también como un derecho de los y las trabajadoras, consistente en abandonar su empleo de manera voluntaria. En caso de renunciar se deben pagar los salarios correspondientes a los días laborados y no pagados, el aguinaldo, la prima vacacional, la participación de utilidades adeudadas, y la prima de antigüedad en caso haber laborado al menos 15 años en la misma empresa.

2.7 Análisis de Costos

2.7.1 Análisis de costos

2.7.1.1 De equipos y maquinaria

CONCEPTO	IMPORTE
AUX Aire Acondicionado ASW-24B2/FFR2, Minisplit, 24.000BTU/h, 3310W, Blanco (2)	21,220.00
Campana de Empotre Teka Acero Inoxidable TMX 76	2,831.00
Fregadero de acero fregadero doble fregadero fregadero industrial	6,000.00
REFRIGERADOR LG TOP MOUNT SMART INVERTER CON DOOR COOLING 11 PIES - PLATINO - GT32BDC	11,000.00
Parrilla Industrial De 3 Quemadores Eiser Acero Inoxidable	10,900.00
Cuchillo Chef 8 rojo bonne (3)	366.00
Licuadora International 12 lts acero inoxidable	16,497.00
Olla aluminio con tapa Choice (2)	6,480.00
AIRAM HOME Tabla para picar grande 80cm x 40cm x 2.5cm, Polietileno (2)	1,750.00
Juego de espátulas y cucharón de wok, de 16.5 a 17 pulgadas de largo mango de acero inoxidable 304 (3)	2,400.00
Estante organizador de alambre de acero, cromado 91.4 x 35.5 x 182.8 cm	1,800.00

Cambro® Contenedores Cuadrados para Almacenar Alimentos - 12 Cuartos de Galón, Transparentes	3,000.00
Mesa de Trabajo de Acero Inoxidable Económica con Repisa Inferior - 60 x 30	8,500.00
Escritorio de Trabajo y Estudio con 5 Estantes Moderno Haya y Blanco	2,600.00
Empacadora Al Vacío Rhino Inmenza 41cm	35,000.00
Adecuaciones e Instalaciones al local	30,000.00

El Costo total de la compra de maquinaria y equipo junto con su instalación es de \$160,344 pesos, con esta inversión se estima que se tendrá una capacidad de producción el primer año 7481 unidades.

2.7.2 Costos Unitarios

					Salsa Brava	Salsa Agridulce
Concepto	Precio		Unidad	CANTIDAD GR	Costo unitario	Costo unitario
Chile De Arbol	145	5	Kg	0.014	2.07	2.07
Envases	4,038.00	lote de 3pz		1	11.54	11.54
Sal	40.00	1	Kg	0.001	0.03	0.03
Ajo	100.00	1		0.003	0.29	0.29
Ajonjoli	70.00	4	Kg	0.011	0.80	0.80
Cacahuate	65.00	5	Lts	0.014	0.93	0.93
Aceite	2,000.00	40	Lts	0.114	5.71	5.71
Etiquetas	7,028.42	3800	etiquetas	1.000	1.85	1.85
Piloncillo	30.00	2	kg	0.006		0.17
Vinagre	40.00	4	lts	0.003	0.11	0.11
COSTO TOTAL POR SALSA					23.33	23.50

Los costos unitarios de cada salsa son muy parecidos ya que usan los mismos ingredientes a excepción del piloncillo, como podemos ver la salsa brava tiene un costo de \$23.33 pesos y la agridulce de \$ 23.50 pesos.

3.1. Estudio Económico – Financiero

3.1.1. Costos Fijos

<i>CONCEPTO</i>	<i>Mensual</i>	<i>1</i>
Renta	6.000	72.000
Publicidad	2.000	24.000
Luz	800	14.500
Agua	600	7.200
Gas	1.000	12.000
Gasolina	2.500	30.000
Artículos de limpieza	600	7.200
Telefono e internet	700	8.400
Sueldos	42.301	507.610
Papeleria	700	8.400
Contador	700	8.400
Intereses financiamiento	2.831,05	35.545
Total Costo Fijo	60.732	735.255

Los costos fijos por mes en el primer año para Mexar Salsas Artesanales son de \$60,732 que anualizado serian de 735,255 pesos.

3.1.2. Inversión Inicial

<i>CONCEPTO</i>	<i>IMPORTE</i>
AUX Aire Acondicionado ASW-24B2/FFR2, Minisplit, 24.000BTU/h, 3310W, Blanco (2)	21,220.00

Campana de Empotre Teka Acero Inoxidable TMX 76	2,831.00
Fregadero de acero fregadero doble fregadero fregadero industrial	6,000.00
REFRIGERADOR LG TOP MOUNT SMART INVERTER CON DOOR COOLING 11 PIES - PLATINO - GT32BDC	11,000.00
Parrilla Industrial De 3 Quemadores Eiser Acero Inoxidable	10,900.00
Cuchillo Chef 8 rojo bonne (3)	366.00
Licadora International 12 lts acero inoxidable	16,497.00
Olla aluminio con tapa Choice (2)	6,480.00
AIRAM HOME Tabla para picar grande 80cm x 40cm x 2.5cm, Polietileno (2)	1,750.00
Juego de espátulas y cucharón de wok, de 16.5 a 17 pulgadas de largo mango de acero inoxidable 304 (3)	2,400.00
Estante organizador de alambre de acero, cromado 91.4 x 35.5 x 182.8 cm	1,800.00
Cambro® Contenedores Cuadrados para Almacenar Alimentos - 12 Cuartos de Galón, Transparentes	3,000.00
Mesa de Trabajo de Acero Inoxidable Económica con Repisa Inferior - 60 x 30	8,500.00
Escritorio de Trabajo y Estudio con 5 Estantes Moderno Haya y Blanco	2,600.00
Empacadora Al Vacío Rhino Inmenza 41cm	35,000.00
Adecuaciones e Instalaciones al local	30,000.00
Gasto Preoperativo (caja 4 meses)	40,000.00
TOTAL	\$ 200,344.00

La inversión inicial sumando la compra de maquinaria y equipo, adecuaciones del local y gastos pre operativos es de \$ 200,344 pesos.

3.1.3. Depreciación

La depreciación anual de maquinaria y equipo da un total de \$ 12,751 pesos.

CONCEPTO	IMPORTE	1
Campana de Empotre Teka Acero Inoxidable TMX 76	2,831.00	
Fregadero de acero fregadero doble fregadero fregadero industrial	6,000.00	600
REFRIGERADOR LG TOP MOUNT SMART INVERTER CON DOOR COOLING 11 PIES - PLATINO - GT32BDC	11,000.00	1,100
Parrilla Industrial De 3 Quemadores Eiser Acero Inoxidable	10,900.00	1,090
Cuchillo Chef 8 rojo bonne (3)	366.00	37
Licudora Internacional 12 lts acero inoxidable	16,497.00	1,650
Olla aluminio con tapa Choice (2)	6,480.00	648
AIRAM HOME Tabla para picar grande 80cm x 40cm x 2.5cm, Polietileno (2)	1,750.00	175
Juego de espátulas y cucharón de wok, de 16.5 a 17 pulgadas de largo mango de acero inoxidable 304 (3)	2,400.00	240
Estante organizador de alambre de acero, cromado 91.4 x 35.5 x 182.8 cm	1,800.00	180
Cambro® Contenedores Cuadrados para Almacenar Alimentos - 12 Cuartos de Galón, Transparentes	3,000.00	300
Mesa de Trabajo de Acero Inoxidable Económica con Repisa Inferior - 60 x 30	8,500.00	850
Escritorio de Trabajo y Estudio con 5 Estantes Moderno Haya y Blanco	2,600.00	260
Empacadora Al VacíoRhino Inmenza 41cm	35,000.00	3,500
TOTAL	\$ 200,344.00	12,751

3.1.4. Financiamiento

CONCEPTO	IMPORTE	1	2	3	4	5
AUX Aire Acondicionado ASW-24B2/FFR2, Minisplit, 24,000BTU/h, 3310W, Blanco (2)	21,220.00	2,122	2,122	2,122	2,122	2,122
Campana de Empotre Teka Acero Inoxidable TMX 76	2,831.00					
Fregadero de acero fregadero doble fregadero fregadero industrial	6,000.00	600	600	600	600	600
REFRIGERADOR LG TOP MOUNT SMART INVERTER CON DOOR COOLING 11 PIES - PLATINO - GT32BDC	11,000.00	1,100	1,100	1,100	1,100	1,100
Parrilla Industrial De 3 Quemadores Eiser Acero Inoxidable	10,900.00	1,090	1,090	1,090	1,090	1,090
Cuchillo Chef 8 rojo bonne (3)	366.00	37	37	37	37	37
Licudora Internacional 12 lts acero inoxidable	16,497.00	1,650	1,650	1,650	1,650	1,650
Olla aluminio con tapa Choice (2)	6,480.00	648	648	648	648	648
AIRAM HOME Tabla para picar grande 80cm x 40cm x 2.5cm, Polietileno (2)	1,750.00	175	175	175	175	175
Juego de espátulas y cucharón de wok, de 16.5 a 17 pulgadas de largo mango de acero inoxidable 304 (3)	2,400.00	240	240	240	240	240
Estante organizador de alambre de acero, cromado 91.4 x 35.5 x 182.8 cm	1,800.00	180	180	180	180	180
Cambro® Contenedores Cuadrados para Almacenar Alimentos - 12 Cuartos de Galón, Transparentes	3,000.00	300	300	300	300	300
Mesa de Trabajo de Acero Inoxidable Económica con Repisa Inferior - 60 x 30	8,500.00	850	850	850	850	850
Escritorio de Trabajo y Estudio con 5 Estantes Moderno Haya y Blanco	2,600.00	260	260	260	260	260
Empacadora Al VacíoRhino Inmenza 41cm	35,000.00	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500
Adecuaciones e Instalaciones al local	0.00					
TOTAL	\$ 200,344.00	12,751	12,751	12,751	12,751	12,751

La Inversión inicial sería de \$ 200,344 pesos, de los cuales \$ 110,000 pesos lo aportarían los socios y los \$ 90, 344 pesos restantes se obtendrían por medio de un apoyo de la Secretaria de Economía e Innovación de Baja California que lleva como nombre Emprende Empresarial. Se decidió tomar la opción del apoyo de gobierno por su tasa preferencial de 8% anual a 36 meses más 1.5% de costo de apertura. El primer pago mensual quedaría en \$ 4, 403.03 y los subsecuentes en \$ 2, 831.05.

NO	Saldo inicial	intereses	Abono a cap	Comision	Pago Mensual	Saldo Final
1	\$ 90,343.92	602.29	2,228.76	1,571.98	\$4,403.03	88,115.17
2	88,115.17	587.43	2,243.62	-	\$2,831.05	85,871.55
3	85,871.55	572.48	2,258.57	-	\$2,831.05	83,612.98
4	83,612.98	557.42	2,273.63	-	\$2,831.05	81,339.35
5	81,339.35	542.26	2,288.79	-	\$2,831.05	79,050.56
6	79,050.56	527.00	2,304.05	-	\$2,831.05	76,746.51
7	76,746.51	511.64	2,319.41	-	\$2,831.05	74,427.11
8	74,427.11	496.18	2,334.87	-	\$2,831.05	72,092.24
9	72,092.24	480.61	2,350.44	-	\$2,831.05	69,741.80
10	69,741.80	464.95	2,366.10	-	\$2,831.05	67,375.70
11	67,375.70	449.17	2,381.88	-	\$2,831.05	64,993.82
12	64,993.82	433.29	2,397.76	-	\$2,831.05	62,596.06
13	62,596.06	417.31	2,413.74	-	\$2,831.05	60,182.32
14	60,182.32	401.22	2,429.83	-	\$2,831.05	57,752.48
15	57,752.48	385.02	2,446.03	-	\$2,831.05	55,306.45
16	55,306.45	368.71	2,462.34	-	\$2,831.05	52,844.11
17	52,844.11	352.29	2,478.76	-	\$2,831.05	50,365.35
18	50,365.35	335.77	2,495.28	-	\$2,831.05	47,870.07
19	47,870.07	319.13	2,511.92	-	\$2,831.05	45,358.15
20	45,358.15	302.39	2,528.66	-	\$2,831.05	42,829.49
21	42,829.49	285.53	2,545.52	-	\$2,831.05	40,283.97
22	40,283.97	268.56	2,562.49	-	\$2,831.05	37,721.48
23	37,721.48	251.48	2,579.57	-	\$2,831.05	35,141.91
24	35,141.91	234.28	2,596.77	-	\$2,831.05	32,545.14
25	32,545.14	216.97	2,614.08	-	\$2,831.05	29,931.05

26	29,931.05	199.54	2,631.51	-	\$2,831.05	27,299.54
27	27,299.54	182.00	2,649.05	-	\$2,831.05	24,650.49
28	24,650.49	164.34	2,666.71	-	\$2,831.05	21,983.78
29	21,983.78	146.56	2,684.49	-	\$2,831.05	19,299.28
30	19,299.28	128.66	2,702.39	-	\$2,831.05	16,596.90
31	16,596.90	110.65	2,720.40	-	\$2,831.05	13,876.49
32	13,876.49	92.51	2,738.54	-	\$2,831.05	11,137.95
33	11,137.95	74.25	2,756.80	-	\$2,831.05	8,381.15
34	8,381.15	55.87	2,775.18	-	\$2,831.05	5,605.98
35	5,605.98	37.37	2,793.68	-	\$2,831.05	2,812.30
36	2,812.30	18.75	2,812.30	-	\$2,831.05	0.00

3.1.5. Proyecciones de venta

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Salsa Brava						
Unidades	175	175	175	263	263	263
Costo	4,083	4,083	4,083	6,124	6,124	6,124
Venta	13,125	13,125	13,125	19,688	19,688	19,688
Salsa Agridulce						
Unidades	175	175	175	263	263	263
Costo	4,113	4,113	4,113	6,169	6,169	6,169
Venta	13,125	13,125	13,125	19,688	19,688	19,688
Total Unidades	350	350	350	525	525	525
Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
263	393.75	393.75	394	394	590.63	
6,124	9,186	9,186	9,186	9,186	13,779	
19,688	29,531	29,531	29,531	29,531	44,297	
263	394	394	394	394	591	
6,169	9,254	9,254	9,254	9,254	13,880	
19,688	29,531	29,531	29,531	29,531	44,297	

525	788	788	788	788	1,181

Las proyecciones de venta para el primer año se espera que sean de 350 unidades mensuales con un aumento en las ventas del 50% cada 4 meses, llegando a 7481 unidades en el primer año que serían \$561,150 pesos.

1	2	3	4	5
3.741	7.481	10.474	12.569	13.825
87.908	175.817	246.144	295.372	324.910
280.575	598.480	837.920	1.005.520	1.106.000
3.741	7.481	10.474	12.568,5	13.825
87.908	175.817	246.144	295.372	324.910
280.575	598.480	837.920	1.005.520	1.106.000
561.150,00	1.196.960,00	1.675.840,00	2.011.040,00	2.212.000,00

Las ventas proyectadas del primer año serán de \$561,150 pesos para el segundo año se estima que habrá un aumento en las ventas de un 100% para llegar a \$1,196,960 pesos, a partir del segundo año se aumentara el precio de venta de \$75 pesos a \$80 pesos la unidad. El tercer y cuarto año habrá un aumento en las ventas del 40% y 20% respectivamente y el 5 año se tendrá un aumento del 10% llegando a \$ 2, 212,000 pesos.

3.1.5. Estado de Resultado

	1	2	3	4	5
Ingresos	\$ 561,150.00	\$ 1,196,960.00	\$ 1,675,840.00	\$ 2,011,040.00	\$ 2,212,000.00
Otros ingresos	\$ 27,300.00	\$ 30,030.00	\$ 33,030.00	\$ 36,336.00	\$ 39,970.00
Costo variable	\$ 175,191.03	\$ 350,335.23	\$ 490,497.42	\$ 588,606.27	\$ 647,424.75
Costo fijo	\$ 735,255.00	\$ 764,665.20	\$ 795,251.81	\$ 827,061.88	\$ 860,144.36
Depreciaciones	\$ 12,751.00	\$ 12,751.00	\$ 12,751.00	\$ 12,751.00	\$ 12,751.00
Utilidad	-\$ 334,747.03	\$ 99,238.57	\$ 410,369.77	\$ 618,956.85	\$ 731,649.89
Impuesto	\$ -	\$ 2,480.96	\$ 10,259.24	\$ 15,473.92	\$ 18,291.25
Utilidad neta	-\$ 334,747.03	\$ 96,757.61	\$ 400,110.53	\$ 603,482.93	\$ 713,358.65

En el Estado de Resultados, se observa que en el primer año se registra una pérdida de \$334,747.03 pesos. Sin embargo, en el segundo año, se experimenta un aumento del 100% en las ventas, acompañado por un incremento en el precio de venta de \$5 pesos. Este ajuste contribuye a generar una utilidad neta de \$96,757.61 pesos. Para el tercer año, se proyecta un incremento del 40% en las ventas, alcanzando un total de \$1, 675,840 con una utilidad de \$400,110.53 pesos. En el cuarto y quinto año, se anticipa una utilidad neta de \$603,482.93 pesos y \$713,358.65 pesos, respectivamente.

3.1.6. Análisis Financiero

FLUJO DE CAJA NETO DEL ESCUDO FISCAL

	1	2	3	4	5
Ingresos	\$ 561,150.00	\$ 1,196,960.00	\$ 1,675,840.00	\$ 2,011,040.00	\$ 2,212,000.00
Otros ingresos	\$ 27,300.00	\$ 30,030.00	\$ 33,030.00	\$ 36,336.00	\$ 39,970.00
Costo variable	\$ 175,191.03	\$ 350,335.23	\$ 490,497.42	\$ 588,606.27	\$ 647,424.75
Costo fijo	\$ 735,255.00	\$ 764,665.20	\$ 795,251.81	\$ 827,061.88	\$ 860,144.36
Depreciaciones	\$ 12,751.00	\$ 12,751.00	\$ 12,751.00	\$ 12,751.00	\$ 12,751.00
Utilidad	-\$ 334,747.03	\$ 99,238.57	\$ 410,369.77	\$ 618,956.85	\$ 731,649.89
Impuesto	\$ -	\$ 2,480.96	\$ 10,259.24	\$ 15,473.92	\$ 18,291.25
Utilidad neta	-\$ 334,747.03	\$ 96,757.61	\$ 400,110.53	\$ 603,482.93	\$ 713,358.65
Depreciaciones	\$ 12,751.00	\$ 12,751.00	\$ 12,751.00	\$ 12,751.00	\$ 12,751.00
Inversiones en activos					
Capital de trabajo					\$ 40,000.00
Valor de desecho contable					\$ 96,589.00
Flujo proyecto	-\$ 321,996.03	\$ 109,508.61	\$ 412,861.53	\$ 616,233.93	\$ 862,698.65
Escudo fiscal	\$ -	\$ 149.89	\$ 116.63	\$ 80.70	\$ 41.90
Flujo con escudo fiscal	-\$ 321,996.03	\$ 109,658.49	\$ 412,978.15	\$ 616,314.63	\$ 862,740.55

Evaluación financiera del proyecto

				Ke	WACC
				20.0000%	14.4985%
Flujos de caja netos con escudo fiscal		Flujos descontados			
1	-\$	321,996.03	-\$	268,330.03	TIR
2	\$	109,658.49	\$	76,151.73	49.0341%
3	\$	412,978.15	\$	238,991.99	
4	\$	616,314.63	\$	297,219.63	ROI
5	\$	862,740.55	\$	346,716.08	738.4058%
Suma de flujos descontados			\$	690,749.40	
Inversión			\$	200,344.00	PRI (años)
VPN			\$	490,405.40	2.9993

En el Flujo de Caja, se identifica que en el primer año se presenta un flujo negativo de \$321,996.03 pesos. Este escenario se debe a los elevados costos fijos del proyecto y las limitadas ventas. Sin embargo, en el segundo año, el aumento significativo en las ventas, acompañado por el ajuste al alza en el precio del producto, resulta en un flujo positivo de \$109,658.49 pesos. Los tres años subsecuentes reflejan flujos positivos para la empresa.

La evaluación del Valor Presente Neto (VPN) del proyecto ha llevado a la conclusión de su viabilidad y rentabilidad. Con una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 49.03% y un Periodo de Recuperación de Inversión (PRI) de 2.99 años, se concluye que la inversión inicial de \$200,344 pesos se recuperara al inicio del tercer año de operaciones de la empresa. Estos indicadores financieros respaldan la solidez del proyecto y sugieren un rendimiento favorable a lo largo del tiempo.

Conclusión

En conclusión, el estudio exhaustivo de mercado revela un significativo potencial de crecimiento para Mexar Salsas Artesanales en Baja California, respaldado por un mercado meta robusto que abarca una población de 2,200,000 a 2,600,000 individuos entre 20 y 54 años. La estrategia de marketing centrada en mostrar cómo las salsas artesanales de Mexar pueden complementar la vida diaria de los clientes, promoviendo una mayor frecuencia de compra, parece ser clave para alcanzar el éxito. Desde la perspectiva técnica, la inversión inicial de \$200,344 pesos destinada a adecuaciones en el inmueble y la adquisición de maquinaria y equipo se proyecta como un catalizador para el aumento significativo de la capacidad de producción, alcanzando las 7,481 unidades en el primer año.

La búsqueda de apoyo gubernamental por \$90,344 y la inversión adicional de los socios por \$110,000 respaldan las proyecciones de ventas. Se estima que el primer año generará ingresos por \$561,093.75 pesos, con un crecimiento sostenido en los años siguientes, alcanzando ventas de \$1,196,960 pesos en el segundo año. Asimismo, se prevé una utilidad neta en el tercer año de \$400,110.53 pesos, seguida por utilidades de \$603,482.93 y \$713,358.65 pesos en el cuarto y quinto año, respectivamente.

Los indicadores financieros, fueron muy favorables incluyendo un VPN positivo, una TIR del 49.03%, y un PRI de 2.99 años. Estos resultados confirman la solidez y la viabilidad financiera del proyecto sugieren que Mexar Salsas Artesanales siga adelante con su proyecto de consolidarse como una de las empresas destacadas en el sector de salsas artesanales en Baja California.

Bibliografía

Pino, S. (2022, 29 julio). *Add some pow to your pizza (& everything else) with salsa macha*. Masienda. <https://masienda.com/es/blogs/learn/what-issalsa-macha>

Corona, F., & Corona, F. (2022, 9 octubre). *Llegan nuevas salsas borrachas que darán ese toque extra a los hogares de México*. CoreCulinario. <https://coreculinario.com/blog/llegan-nuevas-salsas-borrachas-que-daranese-toque-extra-a-los-hogares-demexico/#:~:text=Asimismo%2C%20Euromonitor%20comparti%C3%B3%20que%2C%20en,salsas%20no%20son%20la%20excepci%C3%B3n.https://business.facebook.com/> en insights y resultados de la página de Mexar Salsa Artesanal.

Solucionweb. (s. f.). *Define perfil cliente: crea buyer persona eficaz*. <https://blog.solucionweb.com/aumenta-tus-ventas-definiendo-el-perfil-de-tucliente-crea-tu-buyer-persona>

Salsa Macha. (s. f.). Google Trends. Recuperado 10 de octubre de 2023, de <https://trends.google.es/trends/explore?date=all&geo=MX-BCN&q=salsa%20macha>

Estadísticas y resultados de la cuenta publicitaria Mexar Salsa Artesanal. (s. f.). Meta Business Suite. Recuperado 13 de octubre de 2023, de <https://business.facebook.com/>

Mexicali: Economía, empleo, equidad, calidad de vida, educación, salud y seguridad pública | Data México. (s. f.). Data México. <https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/geo/mexicali#population-and-housing>

Cómo calcular el tamaño correcto de una muestra. (2023, 26 octubre). Qualtrics. <https://www.qualtrics.com/es-la/gestion-de-laexperiencia/investigacion/calculartomano-muestra/>

INEGI (2020), Población total en Baja California. Recuperado (8, octubre, 2023) de INEGI, Banco de Indicadores > Demografía y Sociedad > Población > Población > Población total hombres. https://www.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/?ag=07000002#tabMCcolla_pse-Indicadores

INEGI (2020), Población total en Tijuana. Recuperado (8, octubre, 2023) de INEGI, Banco de Indicadores > Demografía y Sociedad > Población > Población > Población total https://www.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/?ag=070000020004#col_lapse-Indicadores

INEGI (2020), Población total en Mexicali. Recuperado (8, octubre, 2023) de INEGI, Banco de Indicadores > Demografía y Sociedad > Población > Población > Población total <https://www.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/?ag=070000020002>

INEGI (2020), Población total en Rosarito. Recuperado (8, octubre, 2023) de INEGI, Banco de Indicadores > Demografía y Sociedad > Población > Población > Población total <https://www.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/?ag=070000020005>

INEGI (2020), Población total en Ensenada. Recuperado (8, octubre, 2023) de INEGI, Banco de Indicadores > Demografía y Sociedad > Población > Población > Población total https://www.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/?ag=070000020001#col_lapse-Indicadores

INEGI (2020), Población total en Tecate. Recuperado (8, octubre, 2023) de INEGI, Banco de Indicadores > Demografía y Sociedad > Población > Población > Población total https://www.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/?ag=070000020003#col_lapse-Indicadores

INEGI (2020), Población total en San Luis Rio Colorado. Recuperado (8, octubre, 2023) de INEGI, Banco de Indicadores > Demografía y Sociedad > Población > Población > Población total https://www.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/?ag=0700000260055#col_lapse-Indicadores

(S/f-b). Com.mx. Recuperado el 22 de diciembre de 2023, de https://www.uachatec.com.mx/wp-content/uploads/2019/05/LIBROEvaluaci%C2%A2n-de-proyectos-7ma-Edici%C2%A2n-Gabriel-BacaUrbina-FREELIBROS.ORG_.pdf

Régimen Simplificado de Confianza. (s/f). Gob.mx. Recuperado el 22 de diciembre de 2023, de <http://omawww.sat.gob.mx/RegimenSimplificadodeConfianza/Paginas/index.html>

Ramírez, A. (2020, abril 20). *Las prestaciones de ley.* Thona Seguros; Thona Seguros de Vida y Accidentes. <https://thonaseguros.mx/lasprestaciones-de-ley/>

De Diputados, C., Congreso De, D. H., Unión, L. A., & Congreso, E. (s/f). *LEY FEDERAL DEL TRABAJO.* Gob.mx. Recuperado el 22 de diciembre de 2023, de <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFT.pdf>

Secretaría de Economía e Innovación de Baja California. (s/f). Gob.mx. Recuperado el 22 de diciembre de 2023, de <https://www.bajacalifornia.gob.mx/sei/ReactivaBC>