



**UNIVERSIDAD AUTONOMA
DE AGUASCALIENTES**

CENTRO DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

TRABAJO PRÁCTICO

EVALUACIÓN FINANCIERA Y FISCAL DE UNA START UP: El proyecto de inversión como una herramienta para crear rentabilidad en las empresas de México.

PRESENTA

Lic. Tania Valeria Picasso Contero

PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRA EN IMPUESTOS

COMITÉ TUTORAL

Dr. Alfonso Martin Rodríguez. (Cotutor)

Dr. Alejandro José Useche Arévalo (Cotutor)

Dra. Gloria Leticia Martell Campos (Asesor)

Aguascalientes, Ags; 05 de Noviembre de 2023.

**CARTA DE VOTO APROBATORIO
INDIVIDUAL**

**M.F. VIRGINIA GUZMÁN DÍAZ DE LEÓN
DECANA DEL CENTRO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

PRESENTE

Por medio del presente como COTUTOR designado de la estudiante **TANIA VALERIA PICASSO CONTERO** con ID 184187 quien realizó *el trabajo práctico* titulado: **EVALUACION FINANCIERA Y FISCAL DE UNA START UP: EL PROYECTO DE INVERSION COMO UNA HERRAMIENTA PARA CREAR RENTABILIDAD EN LAS EMPRESAS DE MEXICO.**, un trabajo propio, innovador, relevante e inédito y con fundamento en el Artículo 175, Apartado II del Reglamento General de Docencia doy mi consentimiento de que la versión final del documento ha sido revisada y las correcciones se han incorporado apropiadamente, por lo que me permito emitir el **VOTO APROBATORIO**, para que *ella* pueda proceder a imprimirlo así como continuar con el procedimiento administrativo para la obtención del grado.

Pongo lo anterior a su digna consideración y sin otro particular por el momento, me permito enviarle un cordial saludo.

ATENTAMENTE

"Se Lumen Proferre"

Aguascalientes, Ags., a 14 de noviembre de 2023.



DR. ALFONSO MARTIN RODRIGUEZ
COTUTOR de *trabajo práctico*

c.c.p.- Interesado

c.c.p.- Secretaría Técnica del Programa de Posgrado



Universidad del
Rosario

MTRA. VIRGINIA DIAZ DE LEÓN
DECANA DEL CENTRO DE CIENCIAS ECONOMICAS ADMINISTRATIVAS
UNIVERSIDAD AUTONOMA DE AGUASCALIENTES
P R E S E N T E

Por medio del presente como **COTUTOR** designado de la estudiante **TANIA VALERIA PICASSO CONTERO** con ID *184187*, quien realizó *el trabajo práctico* titulado **EVALUACIÓN FINANCIERA Y FISCAL DE UNA STARTUP: EL PROYECTO DE INVERSIÓN COMO UNA HERRAMIENTA PARA CREAR RENTABILIDAD EN LAS EMPRESAS DE MÉXICO**, un trabajo propio e inédito y con fundamento en el Artículo 175, Apartado II del Reglamento General de Docencia, doy mi consentimiento de que la versión final del documento ha sido revisada y las correcciones se han incorporado apropiadamente, por lo que me permito emitir el **VOTO APROBATORIO**, para que ella pueda proceder a imprimirlo así como continuar con el procedimiento administrativo para la obtención del grado.

Pongo lo anterior a su digna consideración y sin otro particular por el momento, me permito enviarle un cordial saludo.



Dr. Alejandro José Useche Arévalo (Universidad del Rosario, Colombia)
alejandro.useche@urosario.edu.co / (+571) 601 297 0200
Cotutor del trabajo práctico

21 de noviembre de 2023

c.c.p.- Interesado
c.c.p.- Secretaría Técnica del Programa de Posgrado

**CARTA DE VOTO APROBATORIO
INDIVIDUAL**

**M.F. VIRGINIA GUZMÁN DÍAZ DE LEÓN
DECANA DEL CENTRO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

PRESENTE

Por medio del presente como ASESORA designada de la estudiante **TANIA VALERIA PICASSO CONTERO** con ID 184187 quien realizó *el trabajo práctico* titulado: **EVALUACION FINANCIERA Y FISCAL DE UNA START UP: EL PROYECTO DE INVERSION COMO UNA HERRAMIENTA PARA CREAR RENTABILIDAD EN LAS EMPRESAS DE MEXICO.**, un trabajo propio, innovador, relevante e inédito y con fundamento en el Artículo 175, Apartado II del Reglamento General de Docencia doy mi consentimiento de que la versión final del documento ha sido revisada y las correcciones se han incorporado apropiadamente, por lo que me permito emitir el **VOTO APROBATORIO**, para que *ella* pueda proceder a imprimirlo así como continuar con el procedimiento administrativo para la obtención del grado.

Pongo lo anterior a su digna consideración y sin otro particular por el momento, me permito enviarle un cordial saludo.

ATENTAMENTE

"Se Lumen Proferre"

Aguascalientes, Ags., a 14 de noviembre de 2023.



**DRA. GLORIA LETICIA MARTELL CAMPOS
ASESORA de trabajo práctico**

c.c.p.- Interesado

c.c.p.- Secretaría Técnica del Programa de Posgrado

Fecha de dictaminación dd/mm/aaaa: 21/11/2023

NOMBRE: Tania Valeria Picasso Contero ID 184187

PROGRAMA: Maestría en Impuestos LGAC (del posgrado): Estudio sobre la situación contable, financiera y de auditoría en las organizaciones.

TIPO DE TRABAJO: () Tesis (x) Trabajo Práctico
EVALUACIÓN FINANCIERA Y FISCAL DE UNA START UP: El proyecto de inversión como una herramienta para crear rentabilidad en las empresas de México.

TÍTULO: Este proyecto está enfocado al octavo objetivo de "Trabajo decente y crecimiento económico" de los objetivos de desarrollo sustentable de las naciones unidas, puesto que se busca con que con la implementación se refuerce la certeza financiera de la empresa y automáticamente aparte de tener

IMPACTO SOCIAL (señalar el impacto logrado): Este proyecto está enfocado al octavo objetivo de "Trabajo decente y crecimiento económico" de los objetivos de desarrollo sustentable de las naciones unidas, puesto que se busca con que con la implementación se refuerce la certeza financiera de la empresa y automáticamente aparte de tener

INDICAR SI NO N.A. (NO APLICA) SEGÚN CORRESPONDA:

INDICAR	SI	NO	N.A. (NO APLICA)	SEGÚN CORRESPONDA:
<i>Elementos para la revisión académica del trabajo de tesis o trabajo práctico:</i>				
SI				El trabajo es congruente con las LGAC del programa de posgrado
SI				La problemática fue abordada desde un enfoque multidisciplinario
SI				Existe coherencia, continuidad y orden lógico del tema central con cada apartado
SI				Los resultados del trabajo dan respuesta a las preguntas de investigación o a la problemática que aborda
SI				Los resultados presentados en el trabajo son de gran relevancia científica, tecnológica o profesional según el área
SI				El trabajo demuestra más de una aportación original al conocimiento de su área
SI				Las aportaciones responden a los problemas prioritarios del país
SI				Generó transferencia del conocimiento o tecnológica
SI				Cumple con la ética para la investigación (reporte de la herramienta antiplagio)
<i>El egresado cumple con lo siguiente:</i>				
SI				Cumple con lo señalado por el Reglamento General de Docencia
SI				Cumple con los requisitos señalados en el plan de estudios (créditos curriculares, optativos, actividades complementarias, estancia, predoctoral, etc)
SI				Cuenta con los votos aprobatorios del comité tutorial, en caso de los posgrados profesionales si tiene solo tutor podrá liberar solo el tutor
SI				Cuenta con la carta de satisfacción del Usuario
SI				Coincide con el título y objetivo registrado
SI				Tiene congruencia con cuerpos académicos
SI				Tiene el CVU del Conacyt actualizado
N.A.				Tiene el artículo aceptado o publicado y cumple con los requisitos institucionales (en caso que proceda)
<i>En caso de Tesis por artículos científicos publicados</i>				
N.A.				Aceptación o Publicación de los artículos según el nivel del programa
N.A.				El estudiante es el primer autor
N.A.				El autor de correspondencia es el Tutor del Núcleo Académico Básico
N.A.				En los artículos se ven reflejados los objetivos de la tesis, ya que son producto de este trabajo de investigación.
N.A.				Los artículos integran los capítulos de la tesis y se presentan en el idioma en que fueron publicados
N.A.				La aceptación o publicación de los artículos en revistas indexadas de alto impacto

Con base a estos criterios, se autoriza se continúen con los trámites de titulación y programación del examen de grado:

Sí

No

FIRMAS

Elaboró:

* NOMBRE Y FIRMA DEL CONSEJERO SEGÚN LA LGAC DE ADSCRIPCIÓN:

M.I. Martín López Cruz

NOMBRE Y FIRMA DEL SECRETARIO TÉCNICO:

M.I. Martín López Cruz

* En caso de conflicto de intereses, firmará un revisor miembro del NAB de la LGAC correspondiente distinto al tutor o miembro del comité tutorial, asumiendo por el Decano

Revisó:

NOMBRE Y FIRMA DEL SECRETARIO DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO:

Dr. Miguel Ángel Oropeza Tagle

Autorizó:

NOMBRE Y FIRMA DEL DECANO:

M.F. Virginia Guzmán Díaz de León

Nota: procede el trámite para el Depto. de Apoyo al Posgrado

En cumplimiento con el Art. 105C del Reglamento General de Docencia que a la letra señala entre las funciones del Consejo Académico: ... Cuidar la eficiencia terminal del programa de posgrado y el Art. 105F las funciones del Secretario Técnico, llevar el seguimiento de los alumnos.

DR. FRANCISCO JAVIER PEDROZA CABRERA
DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO
P R E S E N T E

Por medio de este conducto informo que el documento final de Tesis Titulado: **EVALUACION FINANCIERA Y FISCAL DE UNA START UP: EL PROYECTO DE INVERSION COMO UNA HERRAMIENTA PARA CREAR RENTABILIDAD EN LAS EMPRESAS DE MEXICO.** presentado por el sustentante **TANIA VALERIA PICASSO CONTERO** con ID **184187** egresado de la **Maestría en Impuestos**, cumple las normas y lineamientos establecidos institucionalmente para presentar el examen de grado y su autor cuenta con sus votos aprobatorios correspondientes.

Sin más por el momento, aprovecho la ocasión para enviarle un cordial saludo.

ATENTAMENTE
"SE LUMEN PROFERRE"

Aguascalientes, Ags., a 21 de noviembre de 2023.

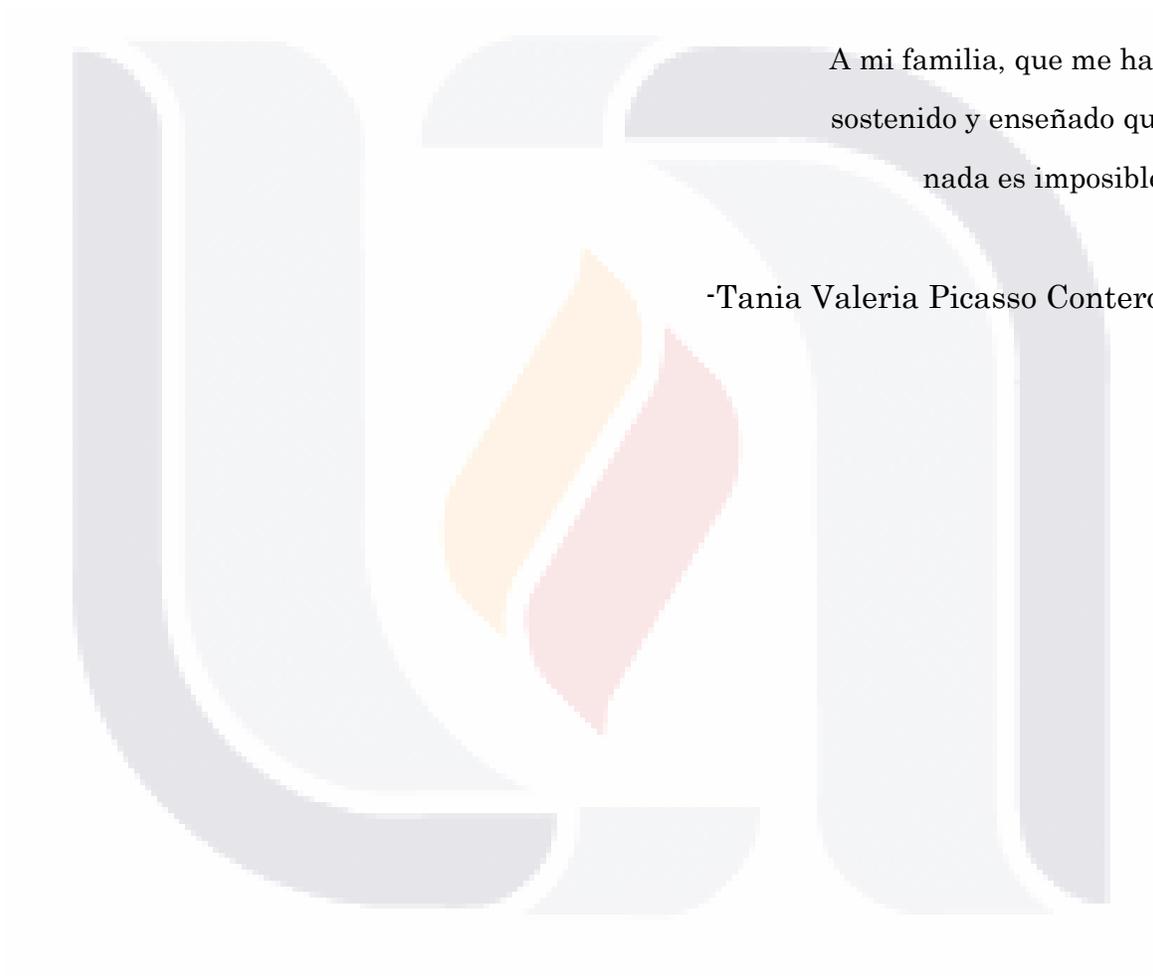


M.F. VIRGINIA GUZMÁN DÍAZ DE LEÓN
DECANA DEL CENTRO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

AGRADECIMIENTOS

Agradezco principalmente al Consejo Nacional de Humanidades Ciencias y Tecnologías (CONACYT) por el apoyo recibido para poder culminar con éxito el grado académico, quienes en todo momento nos brindaron atención y soporte para cualquier duda o solicitud adicional a la beca otorgada, son una institución que permite a los estudiantes alcanzar sus sueños y metas de vida. Por otra parte, quisiera agradecer a mi Universidad Autónoma de Aguascalientes que ha sido un soporte grande en mi crecimiento personal y profesional, institución a la que le tengo especial cariño y aprecio y que espero seguir compartiendo momentos y logros académicos como este. A mis profesores, y a mi comité tutorial quienes estuvieron siempre disponibles ante cualquier duda o problema a solucionar, fueron sin duda una parte fundamental en este proyecto. Por último, quiero agradecer a mi familia que me sostuvo en momentos críticos y que siempre confió en mi capacidad.

DEDICATORIAS



A mi familia, que me han sostenido y enseñado que nada es imposible.

-Tania Valeria Picasso Contero.

INDICE GENERAL

1. RESUMEN 7

2. ABSTRACT 7

3. INTRODUCCIÓN 8

4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA / Diagnostico 9

5. JUSTIFICACIÓN 11

6. OBJETIVOS DE LA INTERVENCIÓN 11

7. OBJETIVOS PARTICULARES: 12

8. ANTECEDENTES – ESTUDIO BIBLIOMETRICO. 12

9. FUNDAMENTACIÓN TEORICA 16

9.1 Capítulo I. Antecedentes del emprendimiento y el nacimiento de las empresas startup.16

9.1.1 Antecedentes y desarrollo del emprendimiento 16

9.1.2 Generalidades del Emprendimiento 19

9.1.3 Origen y generalidades de una startup 22

9.1.4 Análisis de crecimiento de startup en México. 24

9.1.5 Etapas que marcan el crecimiento de una Startup. 24

9.1.6 Crecimiento no controlado de startup 26

9.1.7 Marco Legal: Principales Sociedades mercantiles en México 27

9.1.7.1 Constitución de la Empresa 29

9.1.7.2 Tipos de Sociedades 31

9.1.7.3 Sociedad de Responsabilidad Limitada: 32

9.1.7.4 Sociedad anónima 32

9.2 Capitulo II El proyecto de Inversión como herramienta para la rentabilidad de las empresas. 34

9.2.1 ¿Qué es la evaluación de Proyectos? 34

9.2.2 Ciclo de un proyecto de Inversión 34

9.2.3 Etapas del estudio de proyectos 36

9.2.4 Estudio de Mercado 39

9.2.4.1 Etapas del estudio de mercado 40

9.2.4.2 Metodología de recopilación de información. 41

9.2.4.3 Definición del mercado. 43

9.2.4.4 Segmentación de mercado 44

9.2.4.5 Análisis de Demanda 45

9.2.4.6 Metodología para la determinación de la demanda 46

9.2.4.7 Oferta en el mercado	47
9.2.4.8 Metodología de estimación para oferta	47
9.2.5 Estudio Técnico	47
9.2.5.1 Localización	48
9.2.5.2 Tamaño	48
9.2.5.3 Aspectos Técnicos (Ingeniería Técnica).....	49
9.2.6 Estudio Económico	49
9.2.6.1 Objetivos del estudio económico	50
9.2.6.2 Determinación de Costos	51
9.2.6.3 Inversión Inicial: fija y diferida.....	53
9.2.6.4 Depreciaciones y Amortizaciones	54
9.2.6.5 Capital de Trabajo.....	54
9.2.6.6 Estado de Resultados Proforma	55
9.2.6.7 Balance general	56
9.2.6.8 Financiamiento.....	57
9.2.6.9 Construcción de Flujos de efectivo.....	58
9.2.6.10 Costo promedio ponderado de capital.....	60
9.2.7 Evaluación Financiera.....	61
9.2.7.1 Valor presente neto (VPN).....	61
9.2.7.2 Tasa interna de rendimiento (TIR).....	63
9.2.7.3 Beneficio/Costo	63
9.2.7.3 Análisis de sensibilidad.....	63
9.2.7.4 Razones financieras.....	64
10. Capitulo III. Fiscalización de las Empresas startup en México.	65
10.1 Ingresos del Estado	65
10.2 Elementos de los Impuestos	66
10.3 Sistema de Coordinación Fiscal.....	67
10.4 Marco Constitucional de las contribuciones.....	67
10.5 Riesgos Fiscales de las empresas Startup.....	70
11. Capitulo IV. Intervención Práctica	71
11.1 Generalidades de la Empresa.....	71
11.2 Metodología de la Intervención.....	72
11.3 Primera fase – Análisis de rentabilidad.....	72

11.3.1 Ventas mensuales:	72
11.3.2 Costo de Venta:	73
11.3.3 Estados Financieros.....	73
11.3.4 Análisis Financiero.....	75
Razones de rentabilidad.....	79
Razones de cobertura	81
11.4 Segunda fase - Realización de proyecto de inversión para implementación de la página web, con el efecto fiscal correspondiente.	82
11.4.1 Generalidades del proyecto	82
11.4.2 Análisis de Mercado	82
Periodos.....	91
11.4.3 Análisis Técnico	93
11.4.3.1 Ingeniería Técnica del proyecto.....	94
11.4.4 Análisis Económico.....	99
11.4.4.1 Ingresos proyectados.	100
11.4.4.2 Costo de Ventas.....	100
11.4.4.3 Inversión total.....	101
11.4.4.4 Amortización del Financiamiento externo.	102
11.4.4.5 Gastos.....	102
11.4.4.6 Calculo Fiscal (Depreciación de activo fijo y Pagos provisionales).	103
11.4.4.7 Estados Financieros.....	105
11.4.5 Evaluación Financiera.....	108
11.4.5.1 Costo promedio ponderado de capital (WACC).	108
11.4.5.2 Periodo de recuperación de la inversión (PRI).	109
11.4.5.3 Valor Presente neto.....	110
11.4.5.4.Indicador Beneficio – Costo.....	110
11.4.5.5 Tasa Interna de retorno (TIR).	111
11.4.5.6 Proyección Fiscal	112
11.5 Tercera fase - Análisis específico para punto de venta en centro comercial.....	114
11.5.1 Estudio Económico del modelo de negocio.	114
11.5.1.1 Ingresos.	114
11.5.1.2 Costo de Venta.	115
11.5.1.3 Inversión Inicial.....	115

11.5.1.4 Gastos.....	115
11.5.1.5 Estados Financieros:	116
11.5.1.6 Pagos Provisionales y Calculo Anual de ISR.....	118
11.5.2 Evaluación Financiera del modelo de negocio.....	119
11.5.2.1 Costo promedio ponderado de Capital	119
11.5.2.2 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)	120
11.5.2.3 Valor Presente neto.....	120
11.5.2.4 Relación Beneficio – Costo.	121
11.5.2.5 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	121
12. CONCLUSIONES.....	122
13. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	123

INDICE DE TABLAS

Tabla 1	Factores de Fracaso de las Startup 2021.	10
Tabla 2	Factores internacionales de fracaso Startup	10
Tabla 3	Tipos de Emprendedores en México.....	21
Tabla 4	Costos de Constitución de una Sociedad Mercantil.	31
Tabla 5	Ejemplo de estado de resultados pro forma.....	56
Tabla 6	Ejemplo de estado de posición financiera.	57
Tabla 7	Tabla de amortización de financiamiento.....	58
Tabla 8	Ejemplo estado de flujo de efectivo (caja).....	60
Tabla 9	Resultados razón Circulante.....	75
Tabla 10	Resultados Prueba del ácido.....	76
Tabla 11	Resultados de Rotación de Activo.....	77
Tabla 12	Resultados Rotación de activo fijo.	77
Tabla 13	Rotación de Inventario.....	78
Tabla 14	Días de Inventario.	79
Tabla 15	Margen de Utilidad.	79
Tabla 16	Rendimiento sobre Inversiones (ROI)	80
Tabla 17	Rendimiento sobre capital (ROE).....	80

Tabla 18	Apalancamiento Operativo.	81
Tabla 19	Segmentación de género en la participación en Deporte.	84
Tabla 20	Rango de Edades y su participación en el Deporte/Ejercicio físico 2019	84
Tabla 21	Motivo para realizar actividad física 2020.	85
Tabla 22	Comportamiento del cliente de compras en línea 2022.	86
Tabla 23	Obstáculos de la compra en línea.	87
Tabla 24	Edades con mayor frecuencia de participación compras online.	88
Tabla 25	Preferencia de segmentos de compra en línea.	88
Tabla 26	Nivel de satisfacción de las compras en línea.	90
Tabla 27	Porcentajes de edades de Hombres en México.	91
Tabla 28	Porcentajes de edades de Mujeres en México.	91
Tabla 29	Población masculina de Jalisco en los rangos de edad elegidos.	92
Tabla 30	Población femenina de Jalisco en los rangos de edad elegidos.	93
Tabla 31	Cotización Sitio Web con Sector Web JALISCO.	98
Tabla 32	Cotización Sitio Web con Nautilus JALISCO.	98
Tabla 33	Cotización Sitio Web con Vagabe JALISCO.	99
Tabla 34	Ventas Sitio web.	100
Tabla 35	Costo de Ventas Sitio Web.	100
Tabla 36	Inversión Activo fijo del proyecto de inversión.	101
Tabla 37	Inversión Activo Intangible del proyecto de inversión.	101
Tabla 38	Amortización del financiamiento externo.	102
Tabla 39	Gastos fijos del proyecto de inversión.	103
Tabla 40	Depreciación mensual acumulada primer porcentaje.	104
Tabla 41	Depreciación mensual acumulada segundo porcentaje.	104
Tabla 42	Pagos Provisionales proyectados.	105
Tabla 43	Estado de Resultados del proyecto de inversión.	105
Tabla 44	Balance General del proyecto de inversión.	106
Tabla 45	Flujo de Efectivo del proyecto de inversión.	107
Tabla 46	Ingresos proyectados proyecto: Punto de venta.	115
Tabla 47	Costo de venta proyectado: Punto de venta.	115
Tabla 48	Gastos Punto de Venta.	115

Tabla 49	Estado de resultados Punto de venta.	116
Tabla 50	Balance general Punto de Venta.	117
Tabla 51	Flujo de efectivo Punto de venta.	118
Tabla 52	Pagos Provisionales proyecto Punto de Venta.	118

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.	Temas más relevantes en los campos de búsqueda.	13
Gráfico 2.	Principales países generadores de información relevante para los proyectos de inversión en startup.	14
Gráfico 3.	Dinámica de palabras clave en investigación.	15
Gráfico 4.	Annual Scientific Production.	16
Gráfico 5.	Niveles de Estudio en la Pre inversión.	35
Gráfico 6.	Estructura de la valuación de proyectos de Inversión.	37
Gráfico 7.	Estructura del estudio económico.	51
Gráfico 8.	Ingresos del estado de México.	66
Gráfico 9.	Tipos de Impuestos.	69
Gráfico 10.	Estado de Resultados al 2022 (Global).	74
Gráfico 11.	Estado de Resultados al 2023 (Global).	74
Gráfico 12.	Balance General de la empresa Acumulado 2022.	75
Gráfico 13.	Determinación de depreciación del ejercicio actualizada.	103
Gráfico 14.	Costo promedio ponderado de capital del proyecto: Sitio Web.	108
Gráfico 15.	Periodo de recuperación de la Inversión proyecto: Sitio Web.	109
Gráfico 16.	Valor presente neto proyecto: Sitio Web.	110
Gráfico 17.	Beneficio – Costo proyecto: Sitio web.	111
Gráfico 18.	Tasa interna de retorno del proyecto: Sitio web.	112
Gráfico 19.	Calculo Anual proyecto de inversión: Sitio Web.	113
Gráfico 20.	Calculo PTU proyecto de inversión: Sitio Web.	113
Gráfico 21.	Calculo CUFIN proyecto de inversión: Sitio Web.	114
Gráfico 22.	Calculo anual de ISR proyecto Punto de Venta.	119
Gráfico 23.	PTU proyecto Punto de Venta.	119

Gráfico 24. CUFIN proyecto Punto de Venta. 119

Gráfico 25. Periodo de recuperación de la inversión Punto de venta. 120

Gráfico 26. Valor presente neto Punto de Venta. 120

Gráfico 27. Beneficio Costo Punto de Venta. 121

Gráfico 28. Tasa interna de retorno Punto de Venta. 121

INDICE DE FORMULAS

Formula 1. Diagrama de Flujos de Efectivo. 62

Formula 2. Formula Valor presente neto 62

Formula 3. Tasa Interna de rendimiento TIR 63

1. RESUMEN

El presente caso práctico tiene por objetivo la investigación e implementación de la evaluación de proyectos a una empresa Startup dentro de la cual se profundizará en sus antecedentes y metodologías de medición, con esto se pretende alcanzar un conocimiento amplio del tema puesto que se busca también incluir dentro de la evaluación una planeación fiscal con la intención de que el proyecto de inversión se realice de la manera más completa posible abarcando los temas legales, administrativos, fiscales y financieros, esta herramienta brindará mayor seguridad y certeza al empresario en la toma de decisiones sobre la rentabilidad de inversiones y nuevos modelos de negocio. Esta investigación presenta datos de fuentes primarias y secundarias, cuenta estudio bibliométrico, y maneja una combinación de datos de características cualitativas y cuantitativas del proyecto.

2. ABSTRACT

The objective of this case is to investigate and implement an evaluation of project in a startup and make deep research into its background and methodologies. With this case we pretend to achieve a great knowledge of the subject in the purpose of implement a tax planning into the project trying of give to the investors the most complete invest project possible, trying to cover the legal, tax, and financial issues that may happen while the project is on course, so this tool will provide greater security and certainty for the investors

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

at the time of the decision about a new project and new business models where the profitability for the startup is required. This research presents data from primary and secondary sources, also thanks to bibliometric antecedents we can understand how useful and practical this method to the companies and the ultimate interest that has been on the public lately. In this research we manage data from qualitative and quantitative statistics.

3. INTRODUCCIÓN

La evaluación de proyectos es una herramienta financiera, que permite verificar la prefactibilidad y rentabilidad de una empresa o proyecto para su ejecución, dentro de este estudio de caso se presentan los antecedentes de la actitud emprendedora y su evolución hacia las ya conocidas empresas startup, así como la diferencia que existe en el ámbito empresarial con la pyme y sus características generales. Se contempla las fases de crecimiento de las empresas y su debido tratamiento para llevar a las startup a su objetivo económico; Así mismo, se plantea de manera general el marco legal de las sociedades mercantiles presentando la tipología de sociedades existentes en la ley general de sociedades mercantiles así como sus características, funciones, y obligaciones, especificando y enfocándonos en la sociedad anónima y la sociedad de responsabilidad limitada, siendo estas las más utilizadas por el público emprendedor. Dentro del rubro legal se integra también la información necesaria para la constitución de las mismas, es decir, trámites y costos necesarios.

Por otra parte, de manera general se explica el objetivo, y razón de funcionamiento del proyecto de con su respectiva evaluación de proyecto y esta representa una investigación correspondiente a su elaboración, fundamentación, y criterios de interpretación donde se mencionan las fases del proyecto, los tipos de evaluación, conformada por la siguiente estructura: estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico, y estudio financiero. Esta investigación busca por su parte que el lector comprenda la teoría e implementación de este proceso y el por qué le puede ofrecer mayor seguridad y certidumbre al momento de tomar decisiones puesto que este proceso aumenta las posibilidades de una permanencia exitosa en las pequeñas empresas en proceso de crecimiento así como la rentabilidad para aquellas que buscan seguridad financiera.

Dentro de la intervención práctica que se presenta en este estudio de caso se analizarán tres puntos importantes de la empresa en cuestión: a) Análisis financiero de la empresa con su actividad de comercialización actual; b) Proyecto de Inversión y su respectiva evaluación financiera y fiscal para la implementación de una página web (venta online) y; c) Evaluación financiera y fiscal del modelo de negocio punto de venta en centro comercial. Por lo que

este análisis le permitirá al emprendedor de la startup tomar las decisiones pertinentes según los resultados que arroje el estudio en cuestión.

4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA / Diagnostico

Una startup según Lloret (2020) es una empresa de nueva creación enfocada a la innovación y escalabilidad, es decir empresas con potencial para crecer rápidamente, que le den al cliente un producto o servicio que satisfaga una necesidad y/o deseo; ejemplos de estas empresas han sido: Facebook, Netflix, Amazon, Uber, Apple etc; grandes empresas internacionales que han marcado el camino económico de las startup en el mundo.

Sin embargo, no todas las startup son empresas de gran alcance internacional ni son necesariamente proveedoras dentro del mercado de la tecnología, puesto que la innovación se encuentra de distintas maneras por ejemplo en un producto o servicio que ofrezca una variante original, o si la empresa está implementando algún modelo de negocio innovador; Por lo anterior, una startup no necesariamente es una gran empresa multinacional puesto que existen startups de nueva creación que se enfrentan a los retos más comunes del emprendimiento en su etapa inicial.

Por ejemplo, en el caso de Estados Unidos Lloret Pilar (2020) comenta que alrededor del 44% de las startup de nueva creación no sobreviven después del cuarto año de operación, y en el caso de España el 48%, por lo que no es una novedad que a lo largo de los años las startup han presentado dificultades para crear rentabilidad, permanecer en el mercado y poder competir y alcanzar a las grandes startup internacionales.

En el caso de México la Asociación de Emprendedores en México ASEM (2022) realizó un estudio con un muestreo total de 4,800,157 emprendimientos en el país, todos ellos catalogados como micro, pequeñas y medianas empresas; las encuestas lograron arrojar resultados fundamentales que permiten conocer la situación económica real que experimentan los empresarios después de la pandemia de COVID-19.

Este estudio mostró una radiografía completa de estas pequeñas empresas por ejemplo, el monto promedio facturado por la mayoría de ellas en el año fiscal 2021 fue de 2 millones de pesos mexicanos considerando que el 46% de estas unidades económicas se dedican a ofrecer servicios profesionales, 25% de ellas a la producción de servicios y el 26% ofrece

tanto productos como servicios; Adicionalmente se demostró que la mayoría de las empresas cuentan una antigüedad de entre 1 a 3 años de operación.

Sin embargo, los empresarios también externaron su preocupación ante el alza en el porcentaje de fracaso de las pequeñas empresas el cual se elevó hasta un 45% durante el primer semestre del año 2022, bajo su experiencia las principales causas son las siguientes:

Tabla 1 Factores de Fracaso de las Startup 2021.

%	Factor de fracaso
35%	Falta de liquidez y capital
34%	Falta de conocimiento del mercado
29%	Mala administración
28%	Problemas con socios
25%	Problemas para conseguir financiamiento
22%	Falta de disponibilidad de tiempo
16%	Falta de conocimiento técnico
3%	Pandemia o situaciones adversas

Fuente: Elaboración propia en base a Asociación de Emprendedores en México (2022)

Por su parte CB Insights (2019) comparte los factores más comunes de fracaso en las startup:

Tabla 2 Factores internacionales de fracaso Startup

%	Factores más comunes de fracaso
42%	1. Ausencia de mercado
29%	2. Quedarse sin financiación
23%	3. Elección de un equipo no adecuado
19%	4. No tener en cuenta a la competencia
18%	5. Problemas a la hora de determinar el precio del producto/servicio y sus costes
17%	6. Producto difícil de usar
17%	7. Producto sin modelo de negocio
14%	8. Política de marketing errónea
14%	9. Ignorar a los clientes
13%	10. Error en el momento de lanzamiento del producto/servicio
13%	11. Falta de enfoque (ausencia de un segmento claro de mercado)
13%	12. Discrepancias entre el equipo fundador y los inversores

10%	13. Errores en la implementación de la propuesta de valor
-----	-----------------------------------------------------------

Fuente: *Elaboración propia en base a Lloret (2020), Claves de éxito y fracaso de una startup.*

Por lo que se observó en ambos estudios, situaciones similares que se volvieron constantes y fuertes causas del fracaso en las startup de recién creación, de las cuales las principales corresponden a la falta de liquidez, falta de conocimiento de los mercados, conocimiento técnico del producto o servicio, dificultad para el otorgamiento de financiamientos, y modelos de negocios disfuncionales. Por lo que es de gran importancia brindarle al emprendedor herramientas que le permitan verificar la viabilidad financiera de su empresa o proyecto antes de poner en riesgo su patrimonio, inversiones y tiempo en ellas.

5. JUSTIFICACIÓN

La evaluación de proyectos ofrece grandes oportunidades para que el empresario cuente con mayor estabilidad, seguridad y certeza al momento de tomar decisiones sobre nuevas inversiones, modelos de negocio, compras de nuevas tecnologías, expansión de su mercado, entre otros; Por lo que este estudio pretende mostrarle con claridad al inversionista si el proyecto de interés tendrá salida exitosa en el mercado, eficiencia de operatividad, viabilidad financiera y rentabilidad. Además, se pretende implementar la planeación fiscal dentro de la evaluación de proyectos, para que así el emprendedor se relacione con las obligaciones fiscales que dicha propuesta de proyecto le hará ejercer y que en lugar de que se convierta en una consecuencia de un acto comercial, sea visto también como materia prima de planeación y estrategia para optimizar las utilidades y patrimonio de los empresarios e inversionistas de las startup.

6. OBJETIVOS DE LA INTERVENCIÓN

Implementar dentro de un caso práctico, una evaluación de proyectos a una empresa startup incluyendo a este una planeación fiscal, con la intención de que esta herramienta le brinde mayor seguridad y certeza al empresario en la toma de decisiones sobre la rentabilidad de inversiones y nuevos modelos de negocio proyectados a futuro, así como contemplar el costo fiscal que podría existir sobre dichos proyectos antes de llevarlos a cabo, asimismo planificar la mejor opción de tratamiento para ellos. En este estudio se analizará su situación legal, operativa, fiscal y financiera, buscando optimizar sus utilidades, disminuir el riesgo sobre la inversión y disminuir y/o evitar riesgos en sus obligaciones fiscales.

7. OBJETIVOS PARTICULARES:

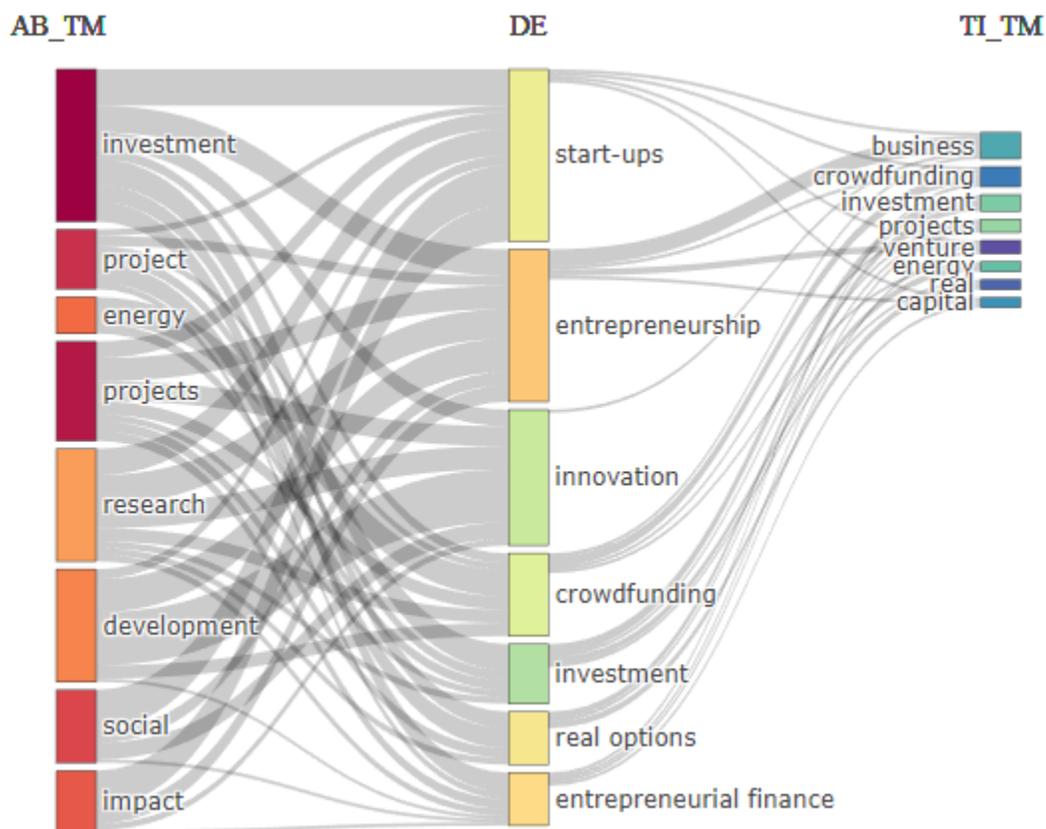
1. Identificar los antecedentes y características de un startup; su tratamiento normativo legal y sus dificultades para convertirse en empresas rentables del mercado.
2. Conocer y abordar el funcionamiento de un proyecto de inversión y su respectiva evaluación de proyectos, sus características, objetivos, alcances, y procedimiento de realización considerando: estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional, y estudio económico-financiero.
3. Conocer el marco teórico fiscal de las pequeñas empresas y las startups, así como los supuestos bajo los que según las leyes fiscales las startups deberán calcular su carga impositiva, considerando derechos, obligaciones y categorías de los contribuyentes.
4. Implementar un proyecto de inversión y evaluación de proyectos para una startup, considerando la planeación fiscal del mismo, con todas sus etapas y características, buscando que esta intervención le aporte claridad ante la situación financiera de su empresa y seguridad a sus decisiones sobre sus posibles inversiones considerando el posible costo fiscal.

8. ANTECEDENTES – ESTUDIO BIBLIOMETRICO.

En el presente caso práctico se abordarán los temas referentes a las palabras clave: proyecto de inversión, startup y emprendimiento. Por lo que al realizar un estudio bibliométrico que nos ayudó a verificar la bibliografía necesaria para realizar el marco teórico del caso práctico contamos con los siguientes resultados:

Para el estudio de las palabras clave, utilizamos la base de datos Web of Science (WoS) quien mediante una búsqueda detallada de los temas particulares de interés nos arrojó una muestra de 69 de los artículos publicados, siendo estos los más importantes del mundo de los cuales el autor menciona estos temas de interés por los autores al momento, estos se han relacionado a otros tópicos como: innovación, crowdfunding, inversión, financiamiento para emprendedores entre otros. Por ejemplo, en el gráfico 1 podemos observar que las palabras clave “Inversiones, impacto, desarrollo, sociedad, y proyecto” son las más relacionadas a los temas de las startups y emprendimientos, y por su parte estas se relacionan principalmente con los temas “negocio, inversiones, capital, proyecto etc.” Estos resultados nos ayudaron a identificar principalmente que el proyecto de inversión en los emprendimientos ha sido de interés para los principales autores del mundo por lo tanto objeto de estudio para cualquier emprendedor en puerta.

Gráfico 1. Temas más relevantes en los campos de búsqueda.

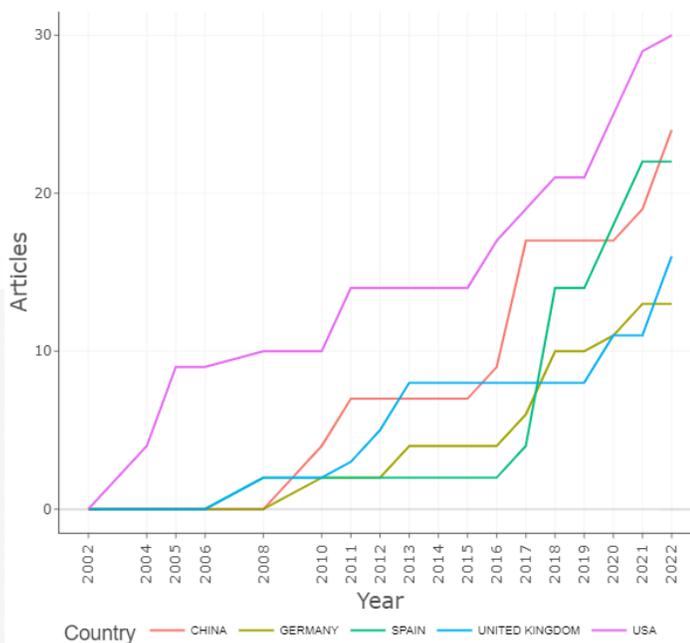


Fuente: Elaboración propia 2022, en base al programa R Studio, con base en información Web of Science.

Este análisis también muestra cuales son los países líderes en la publicación de artículos relacionados a estos temas desde el 2002, el cual arrojó un top cinco considerando a:

- Estados Unidos de América con 30 publicaciones al 2022;
- China con 24 publicaciones al 2022;
- España con 22 publicaciones al 2022;
- Inglaterra con 16 publicaciones al 2022 y;
- Alemania con 13 publicaciones de artículos al 2022. (El gráfico 2. Apoya esta idea).

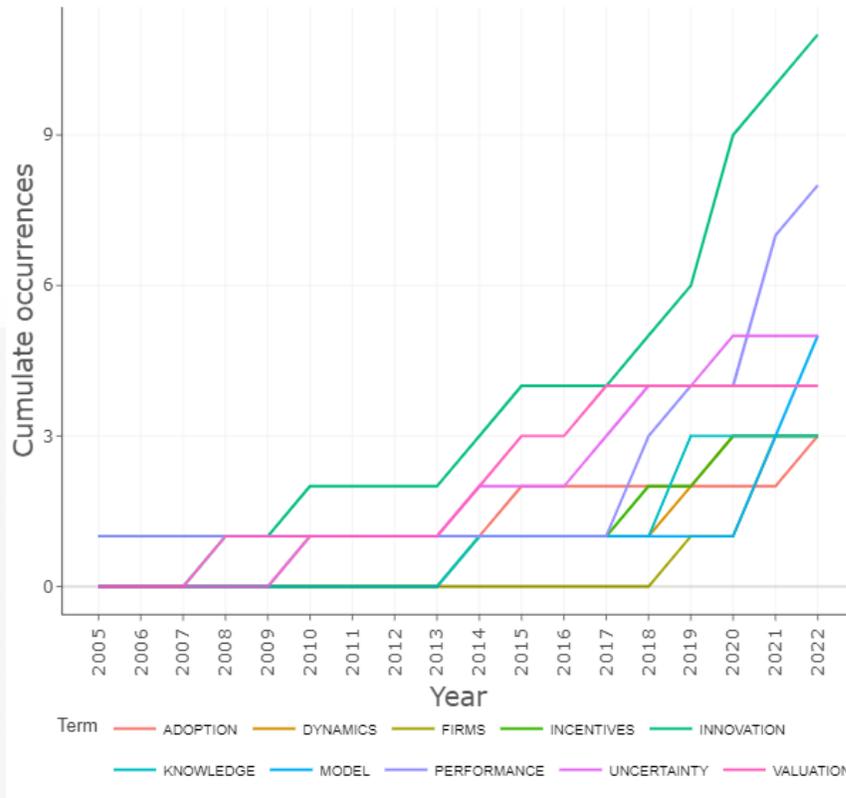
Gráfico 2. Principales países generadores de información relevante para los proyectos de inversión en startup.



Fuente: Elaboración propia 2022, en base al programa R Studio, con base en información de Web of Science.

Por otro lado, se pudo verificar como nos muestra el gráfico 3 que la palabra innovación tiene una gran influencia en las investigaciones realizadas desde el año 2009, posicionándose al momento como la más popular dentro de los investigadores en el 2022. Sin embargo, el concepto “valuación” ha perdido su presencia desde 2008, por lo que es de esperarse que la comunidad económica dedicada a la implementación de proyectos o nuevos modelos de negocio no haya contemplado de importancia la valuación financiera, dicho esto es importante mantener actualizado al emprendedor con herramientas que les permitan satisfacer sus necesidades sin perder de vista la seguridad de su patrimonio.

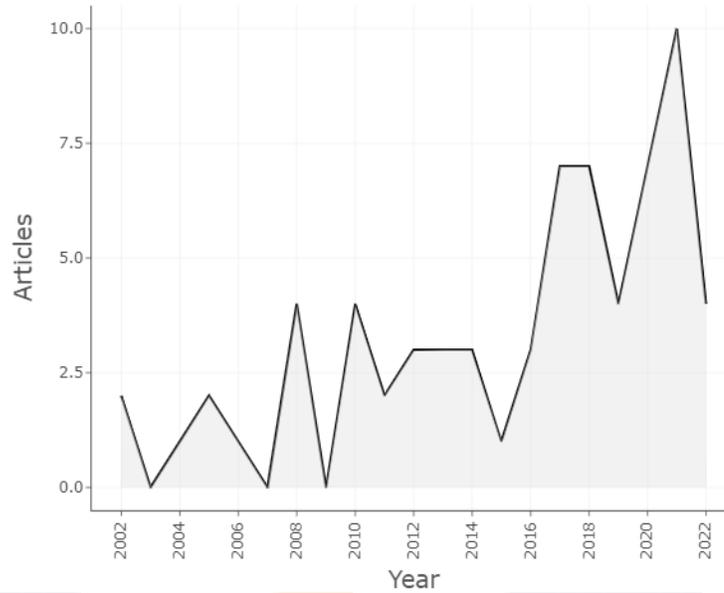
Gráfico 3. Dinámica de palabras clave en investigación.



Fuente: Elaboración propia 2022, en base al programa R Studio, con base en información de Web of Science.

En conclusión en el ámbito de la investigación, la investigación y publicación de artículos científicos respecto de la evolución del emprendimiento, las empresas startup y la evaluación de proyectos ha sido de gran importancia el estudio puesto que a lo largo de los años ha ido en incremento el interés de producción de publicaciones del tema como se muestra en el grafico 4 donde nos indica la cantidad de publicaciones científicas de este tema durante un periodo del 2002 al 2022, por ejemplo en el año 2021 se presenta el incremento más alto en la última década, de donde se puede apreciar que ha sido un tema de gran interés por los investigadores, y por su parte en los años 2018 y 2021 son aquellos donde más artículos se han publicado desde 7 hasta 10 artículos al año esto permite entender que el estudio y publicación de estudios referentes a este tema es de gran importancia puesto que cada vez hay más emprendedores buscando información que les facilite la creación, administración y evaluación de sus futuros proyectos emprendedores que principalmente los lleven a ser startups de rápido y exitoso crecimiento.

Gráfico 4. Annual Scientific Production.



Fuente: Elaboración propia 2022, en base al programa R Studio, con base en información de Web of Science.

9. FUNDAMENTACIÓN TEORICA

9.1 Capítulo I. Antecedentes del emprendimiento y el nacimiento de las empresas startup.

9.1.1 Antecedentes y desarrollo del emprendimiento

Emprender es una palabra de origen francés, y etimológicamente viene del término en latín “*In prendere*” que significa a grandes rasgos: tomar, coger, o atrapar. Poco a poco en la evolución económica del mundo el concepto “Emprender, o emprendedor” ha ganado fuerza y comodidad, sin embargo, su origen no fue tan simple como se estima. Por otra parte en los siglos XVI y XVII “*entreprenur*” era referente a ser pionero, ser de aquellos viajeros aventureros que se adentraban en busca de nuevas oportunidades en lugares desconocidos; Sin embargo, el autor nos comenta que no fue hasta 1724 que en el *Dictionnaire universel du comerce de Savary des Brulons*, finalmente el concepto “*entreprenur*” es relacionado a actividades económicas, definiéndolo como “Aquel emprende una obra” esto, dio paso inicial a que este concepto se fuera enriqueciendo con el lapso del tiempo y la frecuencia con la que durante todo el siglo XVIII se fue divulgando entre los empresarios. (Díaz de Alda, 2017)

Siguiendo la línea de la historia, se encontró según Díaz de Alda, (2017) que fue hasta la época clásica del pensamiento económico entre los años 1750-1850 que se comenzó a desarrollar un poco más la figura del emprendedor, investigando y definiendo sus intereses, sus características de personalidad, objetivos generales, conductas etc. Siendo uno de los principales autores Jean Baptise Say (1767-1832) quien dedico la mayoría de sus aportaciones a la teoría del empresario y su comportamiento dentro del negocio, dentro del cual nos demostraba que un emprendedor era aquel que afronta riesgos y así mismo encuentra las mejores soluciones y beneficios a las situaciones adversas y beneficiosas para la empresa, por lo que podríamos concluir que Baptise Say aseguraba que un emprendedor era aquel que aun expuesto a todos los riesgos de fracaso encuentra ideas de oportunidad para moldearlas y convertirlas a su favor es decir, un desarrollador económico y social nato.

Después llegó la Revolución Industrial y con ella otros autores también hablaron sobre el emprendimiento como lo fue John Stuart Mill (1806-1873) uno de los últimos autores de la época clásica y pioneros en la teoría del utilitarismo. Esta última teoría ya iba más enfocada a la relación económica con la búsqueda y maximización del estado de bienestar, por lo que plantea que un emprendedor no solamente buscaba un beneficio económico o éxito empresarial, sino también tenía aptitudes humanas y éticas, donde se buscaba la realización y algún impacto social (Minniti, 2012).

Posteriormente llegaría el británico Alfred Marshall (1842-1924), quien continuo con las teorías de Baptise Say y Stuart Mill, adicionando ahora su Teoría en la economía neoclásica donde comienza a aparecer el término de la “demanda”, el cual dio un giro a lo que ya se conocía sobre el emprendimiento. Ahora un emprendedor era aquel que podía cubrir con algún producto o servicio innovador de la demanda de alguna necesidad que la sociedad presentara. Con esto su teoría se apoyaba de la Ley de la oferta y la demanda la cual consiste en que según el precio de un bien o servicio, los oferentes (vendedores) estarán dispuestos a producir cierta cantidad de los mismos, y a su vez los demandantes (compradores) estarán dispuestos a comprar cierta cantidad del bien o servicio (Sevilla Arias, Mayo 2015).

Por lo anterior, al llegar al siglo XX el emprendimiento se consolidó como una disciplina, científica y económica, con Joseph Alois Schumpeter (1883-1950) como uno de los economistas de la época más sobresalientes en cuestión de la creación de empresas. Una de las aportaciones más relevantes de Schumpeter fue su Teoría del desarrollo económico, en la cual creo una importante relación entre la economía y la creación de empresas, esta teoría abarca varios puntos desde el análisis psicosocial del empresario y la empresa, la innovación como una actitud imprescindible en el empresario o emprendedor, la

destrucción creativa, y la busca de beneficio como motivación del emprendedor.(Díaz de Alda, 2017).

Para Schumpeter el termino de destrucción creativa, viene de que el empresario (emprendedor) busca a través de la innovación posicionarse en los mercados existentes o en desarrollo, aquellos que están siendo ignorados por los oferentes activos, o para crear la propia demanda. Ahora bien es importante considerar qué según Valencia de Lara et al. (2011), Schumpeter considera en su teoría a la empresa como “La realización de nuevas combinaciones” y al emprendedor como “Individuos a cargo de dirigir dicha realización”, por lo que ante estas definiciones se podría deducir que Schumpeter excluye a los administradores, gerentes, o directivos de las empresas como emprendedores, sin embargo tambien se contempla el emprendimiento interno, el cual radicaría cuando uno o varios empleado de alguna empresa, comienzan a crear nuevas combinaciones, procesos, productos, mejoras etc; siempre y cuando estas sean innovadoras para la empresa misma. (Minniti, 2012)

Por lo tanto esta teoría según Díaz de Alda (2017) trata de convencer al lector de que la conducta innovadora del emprendedor es la base del desarrollo económico, sin embargo, esta actitud innovadora se ve amenazada por tres factores como lo menciona Schumpeter: 1) El empresario debe aceptar la incertidumbre de la situación por lo que requiere una gran convicción de sus acciones y un cierto conocimiento de información necesaria para tomar las decisiones de la empresa; 2) El emprendedor tendrá el reto de romper sus propios paradigmas costumbres y métodos, para poder observar nuevas líneas de evolución que lleven a crear nuevas combinaciones; y 3) La presión social a la que se enfrentará el emprendedor será uno de los grandes obstáculos en su camino a la innovación, puesto que el nadar contra corriente le dejara un riesgo a perder credibilidad, reputación y capital.

Sin embargo, ante lo último mencionado el autor de esta teoría tambien hace una diferencia entre la pérdida económica y la perdida de la reputación, cuestión por la que esta teoría es fuertemente criticada puesto que se le cataloga como un autor que romantiza al emprendedor en plena época de la economía neoclásica, sin embargo, Schumpeter afirma que la pérdida económica la asume el sujeto capitalista en la empresa y que el emprendedor debe temerle más a otro tipo de riesgo, la perdida que incluye a la moral, psicológico y a la credibilidad y por lo tanto asegura que el emprendedor actúa en base a sus motivaciones alimentadas por sus valores humanos. Asi que se puede concluir que esta teoría que el asegura emprendedor no es solo un individuo que busca beneficios económicos si no aspiraciones morales y personales y qué ante el fracaso, está expuesto al riesgo de perder su reputación.

9.1.2 Generalidades del Emprendimiento

El emprendimiento según Martínez et al. (2019) en un lenguaje más contextualizado al presente, es definido por muchísimos autores sin embargo según mi propia opinión lo explica como una actividad que involucra el aprovechar las oportunidades para la creación de ideas de negocio mediante nuevas empresas, o el mejoramiento de las ya existentes con la intención de crear valor de la mano de la innovación para satisfacer las necesidades de la sociedad.

Por lo anterior, es muy importante resaltar que la idea de negocio es la esencia del emprendimiento pues esta considera la formulación de la propuesta innovadora que otorgue valor imprescindible para los clientes potenciales y es principalmente lo que guía al emprendedor a buscar la opción más original o con menos atención en el mercado para sobresalir de entre las empresas ya establecidas, sin embargo, es importante mencionar que las ideas de negocio son evaluadas de diferentes maneras, por ejemplo, no es considerada una buena oportunidad para el emprendedor si no cuenta con viabilidad financiera, técnica, legal, tecnológica, de marketing, y ante los acontecimientos sociales actuales, la viabilidad ambiental también. (Martínez et al; 2019).

Por otra parte, la figura del emprendedor aunque ha sido comentada por diferentes autores a lo largo de la historia y sus definiciones han sido cambiantes desde su creación, en la actualidad son considerados como personas que pretenden aprovecharse de alguna situación u oportunidad para generar ideas de valor en base a empresas nuevas asumiendo los riesgos personales y sociales que la misma implique. Sin embargo, existen otro tipo de emprendedores llamados “intraemprendedores” quienes son personas que laboran dentro de algún ente económico público o privado y los cuales para poder realizar de manera eficiente los procesos o crear mayores resultados crean nuevas combinaciones de procesos o implementan algunos completamente nuevos, por lo que dichos actos innovadores y llenos de liderazgo generan la razón de existir del emprendimiento (Calva et al. (2019).

Por lo que, se puede confirmar que existen dos tipos de sujeto en esta actividad: a) El emprendedor habitual o externo y, b) el Intraemprendedor. Por consiguiente, uno de los factores más importantes de ellos se resume en la respuesta a la pregunta ¿Cuál es el motivo que los lleva al deseo de querer emprender?

Hidalgo et al; (2017) comparte algunas de las características que el considera como características del emprendedor:

- *Dar vida a ideas nuevas.*
- *Determinación*
- *Tener capacidad de iniciativa.*

- *Imaginación fértil para concebir las ideas.*
- *Flexibilidad para adaptarlas.*
- *Motivación para pensar conceptualmente.*
- *Tener capacidad para ver y percibir el cambio como una oportunidad.*
- *Creatividad para transformar esas oportunidades en una oportunidad de negocio.*
- *Objetivos claros.*
- *Perseverancia.*
- *Capacidad de innovación.*
- *Atracción por los desafíos*
- *Capacidad para gestionar riesgos*
- *Motivación.*
- *Resolutividad.*

Así mismo, el autor hace la mención de que lo que diferencia a un emprendedor de algún gerente común es que el emprendedor se arriesga desde el lugar en que se encuentre, aunque no sea construyendo una empresa nueva, el emprendedor arriesga su dinero y reputación social, además que invierte largas horas de trabajo a la idea de oportunidad, descuidando un poco hasta su propia independencia personal.

El emprendedor deberá tener capacidad estratégica, para poder convertir su visión del negocio en acciones concretas para hacerlo realidad, capacidad de aprender puesto que con la poca liquidez que se tiene al emprender deberá realizar diversas actividades dentro de la empresa, también es importante que el emprendedor tenga habilidad de persuasión lo que ayudará para convencer a proveedores, inversionistas y clientes potenciales, esta es una actitud que se adquiere con el tiempo y con la practica pero que es clave para generar confianza en el mercado donde se pretende desarrollar el emprendedor. La resiliencia será algo que de igual manera es imprescindible en las características de un emprendedor puesto que el camino no será fácil y habrá más de un problema que afrontar para seguir adelante, el empresario resiliente tiene la capacidad de sobreponerse ante los obstáculos que se vayan presentando en la vida del negocio y más que nada le permite actuar con claridad para solucionarlos; El pensamiento analítico es una de las características más cuantificables, puesto que este le permite al empresario identificar futuras problemáticas y prepararse para ellas, incluso hasta actuar para evitarlas, con esta habilidad desarrollada el emprendedor es capaz de tomar decisiones desde una perspectiva analítica-económica y no solamente desde su intuición. Y por último una habilidad comunicativa puesto que es importante ser capaces de plasmarles a las demás personas nuestras ideas, pensamientos, análisis de una manera en que pueda existir el entendimiento mutuo.(Duarte, 2007)

Por lo que conociendo ya el perfil de una persona involucrada en la implementación de emprendimientos en diferentes aspectos de su vida podemos aseverar que para este tipo de empresarios las motivaciones a emprender serían:

- Independencia financiera
- Desarrollo profesional
- Aumentar su patrimonio
- Contar con horarios flexibles
- Desempleo
- Obtener status social
- No contar con estudios terminados
- Realización personal
- Contribuir a la sociedad
- Ser un líder
- Necesidad de reconocimiento
- Entre otras...

Una vez ubicado el perfil de un emprendedor podemos adentrarnos en que tipos de emprendedores existen en el mercado puesto que no todos persiguen los mismos objetivos, Calva et al; (2019) comentan que esto depende de la personalidad del emprendedor, las condiciones socioeconómicas en las que se desarrollen, los recursos con los que cuenten e incluso un poco de la suerte.

De igual manera Calva et al; (2019), nos da un panorama de algunos tipos de emprendedores que existen en el mercado:

Tabla 3 Tipos de Emprendedores en México.

TIPOS DE EMPRENDEDORES	
1. Inversionista	Busca principalmente. Rentabilidad, beneficio económico, o simplemente diversificar sus ingresos.
2. Especialista	Tiene un perfil más técnico, sus conocimientos se centran en un sector específico.
3. Oportunista	Sabe detectar las oportunidades para implementar una nueva idea de negocio, conoce el mercado.
4. Intuitivo	Es un empresario nato, y cuenta con la mayoría de las aptitudes del emprendedor, emprender es parte de su pasión.
5. Persuasivo	Tiene mayores capacidades para liderar que para desarrollar un producto.

6. Visionario	Pone atención en las tendencias del momento buscando la clave para entrar en e mercado.
7. Empresario	Busca consolidar proyectos, conoce el mundo empresarial y lo aplica al emprendimiento.

Fuente: Elaboración propia en base a información recuperada de (Calva et al., 2019). Tipos de emprendedores. Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA, 7(14), 41-42.

Sin embargo, Schollhammer (1980), plantea otro rango de tipos de emprendedor que tienen gran presencia en la actualidad:

1. El emprendedor imitador: Se basa en modelos de negocio o elementos básicos ya existentes y trabaja en la mejora de ellos.
2. El emprendedor adquisitivo: Se centra en adquirir la más reciente innovación para mantenerse en constante crecimiento.
3. El emprendedor administrativo: Utiliza la investigación como principal recurso y así generar nuevas maneras y modelos de negocio para alcanzar sus objetivos.
4. El emprendedor oportunista: Tiene habilidad para identificar las oportunidades que se presentan ante la constante evolución innovadora lo que lo impulsa a mantenerse alerta ante las posibilidades que lo rodean.
5. El emprendedor incubador: Busca crecer y encontrar autonomía, crea unidades independientes que se convierten en negocios nuevos.

9.1.3 Origen y generalidades de una startup

Debido a la evolución de los mercados económicos según Rocha et al; (2019) las tipologías del emprendimiento se han fusionado y han creado nuevas maneras de llamarlas, cada definición con sus respectivas características y capacidades, siendo una de ellas las startup. Un emprendimiento normal o regular era conocido coloquialmente en el mercado como una pyme o mipyme, por sus siglas “pequeña y mediana empresa” o “micro, pequeña y mediana empresa” estas están catalogadas gracias a su tamaño y capacidades, sin embargo, este concepto abarcaba una simple idea de negocio, llevado a cabo para fines lucrativos, la cual consistía en ofrecer al consumidor o cliente final algún producto o servicio común que satisfaga alguna necesidad general. Por lo anterior el término “startup” ha sido mencionado por bastantes autores desde años atrás pero no es hasta la actualidad donde se ha observado su mayor crecimiento y potencialización, estos autores las diferenciaron por tener un aspecto muy importante y distintivo que las pymes habituales no tenían: “La innovación” por lo que los investigadores de la materia del emprendimiento coinciden en que la innovación es la que genera diferencia principalmente en los mercados, puesto que implica y conviene ventajas competitivas para los clientes e incluso aparenta estar dentro

de niveles socio económicos más altos. Rocha et al; (2019) cita a Hunt (2013) quien relata su propia definición de la startup como “promotoras de la innovación” por lo que estos autores aseguran que estas empresas tienen como esencia la innovación en su operación y razón de ser, son empresas que tienen un gran potencial para el crecimiento y transformación acelerado de los comportamientos de ciertos mercados mediante la implementaciones de productos o servicios innovadores.

Por lo anterior, es importante el mantener clara la definición de “innovación”, nuevamente retomamos al autor Joseph Alois Schumpeter (1939), quien definió a la innovación de la siguiente manera *“Nuevas combinaciones de recursos ya existentes, para acceder a nuevos mercados, producir nuevos productos o producir antiguos de forma más eficiente”*

Por otra parte, el Manual de Oslo publicado por la OCDE (Organización para la cooperación y desarrollo económico) en 2006, la definió como *“Implementación de un nuevo o mejorado, producto o servicio, proceso productivo, método de marketing y/o método organizacional en las prácticas de negocios, organización en el lugar de trabajo y/o relaciones empresariales”*. Por otro lado, Ronald Bledow et al; (2009), y Cropley et al; (2011) lo definen como *“Desarrollo e introducción intencional de ideas nuevas, útiles y prácticas por parte de individuos, equipos y organizaciones”*. Por lo anterior podemos encontrar bastantes similitudes en las definiciones de los autores estas serían:

- a) Nuevas combinaciones de recursos, procesos de producción, servicios o procesos.
- b) Mejoramiento de productos o servicios, procesos, y métodos organizacionales ya existentes, buscando la eficiencia.
- c) Desarrollo de ideas nuevas y su implementación para entrar en nuevos mercados.
- d) Ideas, productos, servicios o procesos nuevas que generen utilidad y practicidad.
- e) La actividad que realizan las empresas u organizaciones para adentrarse en mercados nuevos o diferenciarse en ellos como la mejor opción por medio de nuevas aportaciones en materia de producción, gestión, procesos, de productos o servicios.

Por lo que, estas definiciones nos permiten construir un concepto de entendimiento en base a las fuentes revisadas se puede concluir en que la innovación es un proceso que permite implementar nuevas ideas, nuevos productos, servicios o procesos organizacionales y a administrativos que dejan entrar en los mercados de tendencia y buscando la diferenciación entre las empresas existentes.

Rocha et al; (2019) también menciona que es importante explicar que tanto las innovaciones en producto, servicio, y de proceso son por default denominadas innovaciones tecnológicas, puesto que utilizan recursos basados en conocimientos científicos y tecnológicos desarrollados a lo largo del tiempo por los grandes investigadores.

ESTESIS ESTESIS ESTESIS ESTESIS ESTESIS

Esto ayuda a entender que no solamente las empresas que trabajan con tecnología como lo son “Google, Netflix, Whatsapp, Uber, entre otras” son startups sino que todas aquellas empresas que estén implementando innovaciones en modelos de negocio, procesos administrativos, operativos, de marketing, que estén insertadas en etapas técnicas industriales y comerciales son de carácter tecnológico también puesto que buscan el lanzamiento y posicionamiento de nuevos procesos técnicos. Como lo menciona Simpeh, (2011), en la teoría del emprendimiento basada en recursos que todos los recursos ya sean tanto financieros, sociales y humanos dentro del capital de trabajo para el emprendimiento ofrecen y predicen a los emprendedores grandes y mayores factores de oportunidad y éxito para el éxito de las startup.

9.1.4 Análisis de crecimiento de startup en México.

En la actualidad, existen muchas aceleradoras para pequeñas empresas, también se les llaman incubadoras para emprendimientos, incubadoras empresariales etc. Estas aceleradoras tienen como objetivo darle a las pequeñas empresas y empresarios las herramientas necesarias para impulsar sus ideas de negocio, para que después de su consolidación y crecimiento en el mercado, puedan retribuir a la sociedad y a nuevos emprendedores. Estas firmas por lo regular tienen planes de trabajo a 4, 5 o 6 meses donde eligen a las startups con más potencial para ayudarlas a crecer y a crear una mejor estrategia de consolidación y crecimiento en distintos ámbitos, mediante ponencias y asesorías, incluso se apoya a la vinculación con redes de inversionistas importantes entre otros servicios.

Una de las firmas aceleradoras más importantes del mundo actual es Masschallenge ellos iniciaron justo después de la crisis del 2008 en estados unidos en Boston EEUU. Y poco a poco han ido expandiéndose a lo largo del mundo. Esta aceleradora se encuentra operando en México desde el año 2017 aproximadamente y comentan que ha existido un gran porcentaje de crecimiento de startups en modelos de negocio como movilidad, agricultura, alimentos y bebidas, apps financieras entre otras.

En los últimos años también se han creado distintas instituciones cuya razón de ser es apoyar a los emprendedores y fungir como incubadoras para las startups. Actualmente existen en México, alrededor de 575 empresas startups, teniendo el porcentaje de desarrollo mayor la Ciudad de México, en segundo lugar la ciudad de Guadalajara y en tercero Monterrey Nuevo León.

9.1.5 Etapas que marcan el crecimiento de una Startup.

Existen diferentes etapas que una startup debe alcanzar según el tiempo que lleva en operación; Saavedra, (2011), considera que existen 5 etapas que distinguen el crecimiento

de una pequeña empresa y las implicaciones que el emprendedor debe asumir, los problemas que se le presentarán y deberá sobrellevar:

1. Existencia: En esta etapa el emprendedor está enfocado en el producto o servicio que ofrecerá y en como logrará la confianza de sus clientes potenciales, para irse posicionando en el mercado.
2. Supervivencia: En esta etapa, la pequeña empresa habrá demostrado que tiene viabilidad económica y comercial. Ya cuenta con una cartera de clientes con los que mantiene una relación económica a cambio de productos o servicios, no cuenta con planificación de sistemas específicos de procesos y se basa en el pronóstico de efectivo. Esta etapa es una oportunidad de crecimiento para la empresa en tamaño y rentabilidad.
3. Éxito: En esta etapa la empresa tiene la posibilidad de crecer y expandirse para aprovechar su éxito y estabilidad, pero por otro lado puede mantenerse estable manteniendo una rentabilidad promedio. Por lo que existen dos variantes en esta etapa, la liberación para el empresario o el crecimiento.
 - 3.1 La subetapa éxito-liberación consiste en que la startup consiga una salud económica puesto que cuenta con los suficientes productos o servicios y permanencia en el mercado como para mantener el éxito económico y utilidades promedio o por arriba del promedio. La startup es libre de decidir quedarse en esta etapa de manera indefinida si así lo cree conveniente, sin embargo, no debe descuidar el riesgo de que los cambios externos o una mala administración reduzcan sus habilidades competitivas y su nicho de mercado.
 - 3.2 Por otra parte, la subetapa éxito-crecimiento implica que el empresario asuma todos los riesgos para financiarse y adquiera deudas para llevar a la empresa al crecimiento. Sin embargo, las cosas pueden no salir como se planean y el protocolo resulta un regreso a la subetapa 3.1, en caso contrario regresaría a la etapa de supervivencia y ahí la startup tendría altos riesgos de quebrar.
4. Consolidación: en esta etapa únicamente hay dos situaciones claras a las que el emprendedor se enfrentaría: crecer rápidamente y financiar el crecimiento, para lo cual hay dos puntos clave
 - a) Delegación: Deberá implementarse la herramienta de delegar las responsabilidades administrativas para elevar la efectividad de las mismas y acelerar el proceso de crecimiento.
 - b) Obtención de recursos: No se debe sobrepasar el nivel o la capacidad que tiene la empresa para endeudarse, de lo contrario, todo el proceso no se podrá concluir de manera satisfactoria.
5. Madurez de recursos: en esta última etapa existen dos características:

- TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS
- a) Debido al haber alcanzado el rápido crecimiento se consolidaron y controlaron las ganancias financieras.
 - b) Deberá considerar el retener las ventajas de mantenerse como una pequeña empresa, puesto que existe mayor flexibilidad, pero eso ya será evaluado por las intenciones del emprendedor.

9.1.6 Crecimiento no controlado de startup

Es importante considerar que por el tiempo que la empresa este operando en el mercado, crecerá, invariable e independientemente de si este crecimiento es planificado o no, sin embargo, hay ciertas variables que hay que considerar en caso de un crecimiento sin control Saavedra (2011), explica cuáles son imprescindibles y que no pueden perderse de vista:

- a) La posición social de las pequeñas empresas en el país.

La mayoría de las veces los empresarios inconscientemente aspiran a ser propietario de un gran negocio, con altos márgenes de crecimiento y ventas, sin embargo, son escalas distintas y el emprendedor tiene que estar consiente de los parámetros que existen en su país para las pequeñas empresas, puesto que él está dentro de esa clasificación y no la de las grandes empresas, puesto que los objetivos, normas y metas son distintas.

- b) Considerar los indicadores de efectividad.

En ocasiones el crecimiento de la pequeña empresa lleva al emprendedor a perder de vista los índices de rentabilidad y sobrevivencia de la empresa, y empieza a obsesionarse con el crecimiento excesivo de número de clientes y líneas de productos estos son índices de crecimiento de la empresa, y pueden no estar reflejando la salud rentable real de la empresa.

- c) La necesidad de dirigir el crecimiento de pequeñas empresas.

En el sistema económico en el que se encuentran las startup, es bien recompensado la planeación a futuro, puesto que esto permite tomar decisiones en el presente con una mayor seguridad puesto que se basan en esa predicción, y es que se debe aprovechar la posición que tienen las pequeñas empresas puesto que tienen la ventaja de poder ser espontaneas y adaptables al cambio.

- d) El crecimiento nulo

El emprendedor tiene la creencia de que el crecimiento nulo es un estancamiento o un atraso, sin embargo, no todo está basado en el crecimiento económico y existen otras variantes que analizar para la salud económica de la empresa.

e) La pérdida de objetividad en la relación entre la startup y el emprendedor.

Un gran factor para disminuir el crecimiento de la startup, es cuando el emprendedor pierde la objetividad entre sus necesidades personales y las de la empresa, esto genera un bloqueo en el empresario, y un nublamiento en las decisiones tomadas dentro de la empresa.

9.1.7 Marco Legal: Principales Sociedades mercantiles en México

La constitución de una empresa siempre busca diferentes objetivos, y cada una, está creada con diferentes características y expectativas, sin embargo, uno de los objetivos más comunes es el de generar rentabilidad o valor para los socios, inversionistas o en su caso utilidad para el administrador único si el negocio es operado por una persona física. El presente trabajo práctico se enfocará en todas aquellas actividades económicas que realizan las startup para generar una rentabilidad. Por lo que el comercio en ellas es la razón de ser de este tipo de empresas. Sevilla (2015) comenta que se considera “comercio” al intercambio de bienes y servicios por alguna remuneración monetaria u otro bien o servicio.

Asi mismo el Código de Comercio promulgado en junio de 1887 menciona a los sujetos del comercio en su artículo 3° como:

“I.- Las personas que, teniendo capacidad legal para ejercer el comercio, hacen de él su ocupación ordinaria;

II.- Las sociedades constituidas con arreglo a las leyes mercantiles;

III.- Las sociedades extranjeras o las agencias y sucursales de éstas, que dentro del territorio nacional ejerzan actos de comercio.”

Por lo que a grandes rasgos podríamos considerar como a los sujetos del comercio a personas físicas, asociaciones de una o más personas que lleven la operación de una empresa, y asociaciones extranjeras que comercien dentro del país.

Por otra parte, en Julio de 1934 fue promulgada la Ley de Sociedades Mercantiles en México, mediante 264 artículos en XIII capítulos, que en su momento tenía como propósito establecer los lineamientos que se tendrían que tomar en cuenta para la organización jurídica de una empresa, definir sus tipologías según sus características, derechos, obligaciones y penas. (Hernández et al; 2007).

Adicionalmente Medina (2019) comenta que el derecho de asociación ha sido defendido desde años atrás, puesto que fue garantizado en el artículo 9° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos página 16:

“No se podrá coartar el derecho de asociarse o reunirse pacíficamente con cualquier objeto lícito; pero solamente los ciudadanos de la República podrán hacerlo para tomar parte en los asuntos políticos del país”.

Por lo que, según Medina (2019), la constitución de empresas en México representa un factor principal para el crecimiento económico que tiene el país, puesto que son los jóvenes emprendedores que comienzan un pequeño negocio con la intención de llegar a posicionarse de manera permanente y estable en los mercados, los que mantienen la economía en un constante ciclo de movimiento. Sin embargo, el primer paso para estos emprendedores es la “constitución de la empresa” lo cual suele relacionarse con gastos excesivos, pago de impuestos, formalidad ante las autoridades y suele causar estrés y temor por parte de los empresarios, siendo que como comenta Medina (2019) los empresarios no conocen realmente las ventajas y posibles facilidades que tendrían al constituir su empresa, puesto que al constituirla no hacen más que establecer el objeto de existencia de la sociedad, nombrarla, designar el bien o servicio que se ofrecerá y los cuales serán lícitos, organización y reconocimiento legal ante terceros.

Medina (2019) define la sociedad mercantil como: *“Una persona moral con personalidad jurídica, cuyo objeto, son actos de comercio o que estén ligados a alguna actividad comercial”*

Por su parte, Hernández et al (2007) las define como *“aquellas que se crean en virtud de un contrato en el que un grupo de sujetos (dos o más dependiendo del tipo de sociedad) estipulan la creación de una persona moral independiente de ellos, con todos los atributos de la personalidad: nombre, domicilio, duración, objeto, patrimonio, nacionalidad etc.”*

Por lo que podemos concluir que una sociedad mercantil es una empresa creada por personas que buscan alcanzar un fin común mayormente lucrativo y que tiene la ventaja de absolver a sus socios de ciertas responsabilidades, puesto que son entidades independientes y distintas de sus miembros y sus patrimonios.

Según Hernández Hernández et al. (2007), existen más ventajas al crear personalidad jurídica independiente para la empresa, por ejemplo:

- Obligaciones tributarias: existen distintas facilidades que pueden aplicarse a la operación de la sociedad apoyándose de en las distintas leyes que rigen la materia.

- TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS
- Representación de la sociedad: Aunque exista una sociedad mercantil con más de diez socios, la representación de la misma corresponderá a su administrador o administradores, quienes estén a cargo de la operación de la misma.
 - Resultado de la Sociedad: Existen distintos protocolos contables para la entrega de utilidades a los socios, sin descuidar el patrimonio de la sociedad, todo fundamentado y respaldado en lo estipulado en una asamblea ordinaria de accionistas.

9.1.7.1 Constitución de la Empresa

La mayoría de los emprendedores al momento de tomar la decisión de constituir su empresa, no saben cuál es el primer paso por seguir, ni cómo es que se logrará esta constitución formal ante la autoridad. Por lo que Cirilo et al; (2012) comparten el proceso inicial a la constitución donde:

- En primera instancia el empresario deberá acudir a la Secretaría de Relaciones Exteriores a solicitar la validación o permiso para usar alguna razón o denominación social que fungirá como nombre de la sociedad con el cual se identificará,
- Seguido de esto el emprendedor acudirá a solicitar los servicios de algún notario o corredor público para la elaboración y protocolización del acta constitutiva de la sociedad, en esta etapa se acordaran los estatutos jurídicos y corporativos de la sociedad, capitales, asambleas, acciones, accionistas, representantes, administradores, consejos administrativos entre muchos otros conceptos del derecho corporativo, se recomienda al emprendedor estar asesorado por un profesional para realizar este proceso.
- El paso siguiente sería que el notario o fedatario público le entregue al emprendedor una copia del acta constitutiva en proceso para que pueda acudir al Servicio de Administración Tributaria a tramitar el registro federal de contribuyentes de la sociedad (Este trámite será indispensable para el cumplimiento de obligaciones fiscales).
- En el último paso de la constitución el emprendedor le entregará el acta de inscripción al RFC de la sociedad al notario o fedatario público para que pueda incluirlo en el acta y pueda terminar el acto jurídico y protocolizar el documento que se inscribirá en el Registro Público de Propiedad y Comercio.

Por lo que al final de este proceso los miembros de la sociedad contarán con un acta constitutiva que contendrá según Medina, (2019):

- Nombres, nacionalidad, y domicilio de las personas físicas o morales que sean miembros de la sociedad.
- Objeto de la sociedad (Giro, razón de negocio)
- Su razón o denominación social
- Duración (Por lo regular duran 99 años)
- El importe del capital social
- La aportación y el valor atribuidos a las aportaciones de los socios ya sea en dinero o en especie. (También se indicará si el capital de la sociedad será variable)
- Forma y facultades de la administración y administradores.
- Nombramiento de los administradores, y el reconocimiento de quien tendrá la responsabilidad de la firma social.
- La forma en que serán repartidas las utilidades y perdidas de la sociedad.
- El fondo de reserva.
- Casos posibles de disolución de la sociedad.
- Proceso por seguir en caso de liquidación.

Vargas, (2021) brinda una referencia de los costos aproximados que tiene este proceso, estos precios son referenciados al año 2019, por lo que posiblemente hayan incrementado al menos por la inflación presentada en los últimos años; estos gastos ascienden a los \$30,000.00 (Treinta mil pesos 00/100 MXN) y se espera que el proceso de constitución de entre cinco a veinte días hábiles. Esta idea se apoya con la tabla 4.

Tabla 4 Costos de Constitución de una Sociedad Mercantil.

Etapa	Tiempo aproximado en días	Costo aproximado en moneda nacional	
		Rubro	Costo
Solicitud de nombre ante la SER	1 a 5	Pago de derechos	GRATUITO
Registro de Marca e Imagen	3 a 5	Servicio mediante el cual el ciudadano registra la marca y la imagen de su empresa o producto para proteger los derechos de su uso.	\$ 3,126.41
Elaboración y Protocolización de acta constitutiva	5 a 15	El acta constitutiva o contrato social es el documento obligatorio que da constancia y legalidad a la constitución de una sociedad al momento de crear una empresa.	\$ 12,000.00
Protocolización de Acta Constitutiva	1 a 10	Mediante notario o Fedatario público se realiza el carácter legal necesario	\$ 8,000.00
Inscripción al RFC	3 a 15	Honorarios por tramite ante el SAT (Contador público)	\$ 3,000.00
Total			\$ 26,126.41

Fuente: Elaboración propia en base a Vargas (2021).

9.1.7.2 Tipos de Sociedades

En México existe en la Ley de Sociedades Mercantiles, normatividad para siete sociedades, las cuales son:

- a) Sociedad en nombre colectivo;
- b) Sociedad en Comandita Simple;
- c) Sociedad de Responsabilidad Limitada;
- d) Sociedad Anónima;
- e) Sociedad en Comandita por acciones;
- f) Sociedad Cooperativa; y
- g) Sociedad por acciones simplificada.

Sin embargo, en el caso de interés de este trabajo práctico se explicarán las generalidades jurídicas de las dos sociedades mercantiles más comunes en las startup, y que son mucho más amigables y sencillas para el emprendedor.

9.1.7.3 Sociedad de Responsabilidad Limitada:

Esta sociedad está fundamentada en el artículo 58 de la Ley general de sociedades mercantiles, la cual expresa de manera estricta que una sociedad de responsabilidad limitada será:

“La que se constituye entre socios que solamente están obligados al pago de sus aportaciones, sin que las partes sociales puedan estar representadas por títulos negociables, a la orden o al portador”

Según Medina (2019) la autoridad buscaba crear una sociedad que combinara los atributos de las sociedades personales (En nombre colectivo y comandita simple) y la sociedad anónima, buscando que tuviera generalidades básicas de ambos tipos de sociedades.

Esta sociedad ofrece la ventaja de que los socios o miembros de estas, serán responsables únicamente en proporción de la aportación que hayan hecho al capital social, y estas aportaciones según el artículo 62 de la ley serán representadas por “partes sociales” que tendrán valor y categorías desiguales.

Una de las características de este tipo de sociedades, es que son dirigidas por uno o más “Gerentes” que pueden ser socios o personas ajenas a la sociedad. Sus asambleas son llamadas “Asambleas generales de socios” y deberán realizarse al menos una vez al año.

9.1.7.4 Sociedad anónima

Esta sociedad es una de las más utilizadas por el mercado de los pequeños emprendimientos como lo son las startup, tienen fundamentación jurídica en el artículo 87 de la ley general de sociedades mercantiles, la cual la define como:

“Sociedad que existe bajo una denominación y se compone exclusivamente de socios cuya obligación se limita al pago de sus acciones”

En este tipo de sociedad, es necesario únicamente contar con mínimo dos socios y que cada uno suscriba al menos una acción, y deberá constituirse ante fedatario público.

En las sociedades mercantiles los órganos asamblea son los entes máximos de las mismas donde se tomarán las decisiones más importantes respecto a su estructura legal, operación contable y financiera, reparto de utilidades, suscripción de acciones entre otros. La sociedad anónima cuenta con dos tipos de asamblea, la a) ordinaria, y b) extraordinaria. Por lo que según el artículo 181 de la LGSM en la asamblea ordinaria se tratarán temas como:

- Designación o revocación de los administradores
- Designación de comisario u orden de vigilancia
- Determinación de los administradores y comisarios de la sociedad, así como discutir y evaluar sus reportes anuales.

Adicionalmente en la sociedad anónima, existe la asamblea extraordinaria la cual según el artículo 182 de la LGSM deberá tratar los temas siguientes:

- Modificaciones a la estructura de la sociedad:
- Prórroga de la duración de la sociedad;
- Disolución anticipada de la sociedad;
- Aumento o reducción del capital social
- Cambio de objeto de la sociedad
- Cambio de nacionalidad de la sociedad
- Transformación de la sociedad
- Fusión con otra sociedad
- Emisión de acciones privilegiadas
- Amortización por la sociedad de sus propias acciones y emisión de acciones de goce
- Emisión de bonos
- Cualquiera otra modificación del contrato social,
- Los demás asuntos para los que la Ley o el contrato social exija un quórum especial.

En su acta constitutiva deberá contener según el artículo 91.- de la la LGSM:

- La parte exhibida del capital social.
- El número, valor nominal, y naturaleza de las acciones que conforman el capital social.
- La participación otorgada a los accionistas sobre las utilidades.
- El nombramiento de uno o varios comisarios, estas personas se encargarán de la vigilancia de la administración de la sociedad.
- Las facultades de la asamblea general, y sus condiciones para la validez de sus deliberaciones, por el consejo de administración, ente supremo de la sociedad.
- Y los aspectos básicos que debe cumplir toda sociedad mercantil bajo la ley.

Esta sociedad estipula en el artículo 100 de la LGSM, las condiciones que deberán discutirse en una primera asamblea general de constitución por los socios, esta asamblea deberá realizarse previo a la protocolización del acta constitutiva de la sociedad.

El capital de esta sociedad, también podrá ser variable, siempre y cuando se estipule en su contrato social desde su constitución.

Esta sociedad es mejor conocida por los emprendedores como la mejor opción para pequeñas empresas puesto que a través de las acciones, se puede llevar una mejor organización respecto a la participación de los socios, puesto que existe la posibilidad de suscribir acciones que solo tengan derecho a voto en asambleas extraordinarias, y así puede diferenciarse a los socios mayoritarios o con más poder de decisión que de los inversionistas.

9.2 Capítulo II El proyecto de Inversión como herramienta para la rentabilidad de las empresas.

9.2.1 ¿Qué es la evaluación de Proyectos?

Para poder definir al proyecto de inversión o evaluación de proyectos tendremos que iniciar con entender que es un proyecto, Nassir Sapag Chain, (2003) lo definió como: “Una búsqueda de solución a un problema que tiende a resolver una necesidad humana o deseo”. Sin embargo, desde otra perspectiva Lira (2013), lo describe como “Alguna idea que satisfaga una necesidad”.

En ese caso podemos analizar que las startup, por lo regular son creadas, en consecuencia a la creación de una idea, buscando dar solución con procesos innovadores a alguna necesidad desatendida por los mercados de la sociedad, en cierto momento. Sin embargo, también es importante mencionar que un proyecto no es únicamente respecto a la creación de pequeñas nuevas empresas, este puede ir desde adquirir maquinaria nueva para la empresa, la ampliación de instalaciones de una empresa, una fusión, escisión, reemplazar tecnología para operatividad, lanzar un nuevo producto, entre muchas otras posibilidades. (Nassir et al; 2003).

9.2.2 Ciclo de un proyecto de Inversión

El proyecto según Lira (2013) ppt. 15-16, cuenta con cuatro etapas en su lapso de vida, las cuales son:

1. Preinversión;
2. Inversión;
3. Operación y;
4. Liquidación.

En este esquema de ciclo de vida del proyecto, la evaluación de proyectos estaría en la primera etapa, es decir, la de “Pre inversión”; esta etapa es mayormente conocida por las

pequeñas empresas, como la etapa de la “servilleta”, debido a que en esta etapa es donde se necesita evaluar la rentabilidad del proyecto desde la creación de la idea, y el análisis del mercado desatendido para verificar si es factible desde su naturaleza misma, por lo que, es de trascendencia que esta etapa inicia propiamente desde la creación de la “idea de negocio”, y posteriormente se comienza a plantear la viabilidad que tendría en distintos aspectos importantes para el éxito del proyecto.

Por lo anterior distintos autores como Nassir et al; (2003), implementan la naturaleza de los tres estudios de viabilidad básicos que se deben desarrollar después de la creación de la idea, estos serían:

Gráfico 5. Niveles de Estudio en la Pre inversión.



Fuente: Elaboración propia en base a Lira 2013) ppt 16-18.

Estos niveles de viabilidad en los proyectos de inversión son importantes debido que en todos se analiza la viabilidad o rentabilidad del proyecto, sin embargo, lo que cambia entre ellos es la rigurosidad con la que se realiza cada estudio y por consiguiente las metodologías para evaluar la rentabilidad también son distintas.

El nivel de estudio “Perfil” es el menos riguroso y en el principalmente se presentan las alternativas de inversión, en esquemas básicos como costos, precios promedio, demanda del mercado meta ya prevalorado, necesidades del proyecto entre otros temas. Este estudio se hace con información secundaria, es decir, información que ya existe, que otras personas han investigado o han calculado, y se utiliza para realizar una estimación de lo que probablemente sería, si se llegará a tomar la decisión de poner el proyecto en marcha, un ejemplo de las prácticas en este nivel de evaluación sería el “Benchmarking”.

La etapa de “Prefactibilidad” es más profunda, dentro de ella ya se toman recursos y fuentes de primer nivel, es decir, números y datos generados del proyecto en sí, para poder elaborar una evaluación dedicada especialmente para el proyecto en cuestión. En este nivel de evaluación se realizan cálculos y estimaciones rigurosas respecto al costo de las materias primas, la demanda que realmente existe, la construcción del costo del bien o servicio, el financiamiento, proyecciones de ventas, flujos de caja, etc. Estos datos, se utilizan para realizar la evaluación económico-financiera la cual arrojará resultados sobre los cuales se tomarán las decisiones de inversión.

En el nivel de “Factibilidad” es realizado cuando el proyecto en cuestión y conlleva montos considerables de inversión y considera un porcentaje de riesgo más alto que lo normal, por ejemplo, la utilización de infraestructura no probada en el mercado o alguna innovación sin precedentes al momento. En este nivel de valuación de proyectos, los costos son más elevados puesto que se busca contar con datos de lo más certeros posibles para poder dar un contexto lo más acercado a la realidad.

9.2.3 Etapas del estudio de proyectos

El estudio de proyectos de inversión como Meza Orozco, (2017) lo menciona tiene además dos etapas en su ciclo de vida:

- 1) La preparación: Dentro de esta fase se cuentan con dos objetivos fundamentales:
 - a) Definir todas las características que tengan algún efecto en los ingresos y egresos del proyecto y calcular su magnitud.
 - b) Y mediante metodologías financieras determinar la rentabilidad de la inversión en el proyecto.

Adicionalmente esta etapa se divide en dos subetapas para llevar a cabo lo anterior:

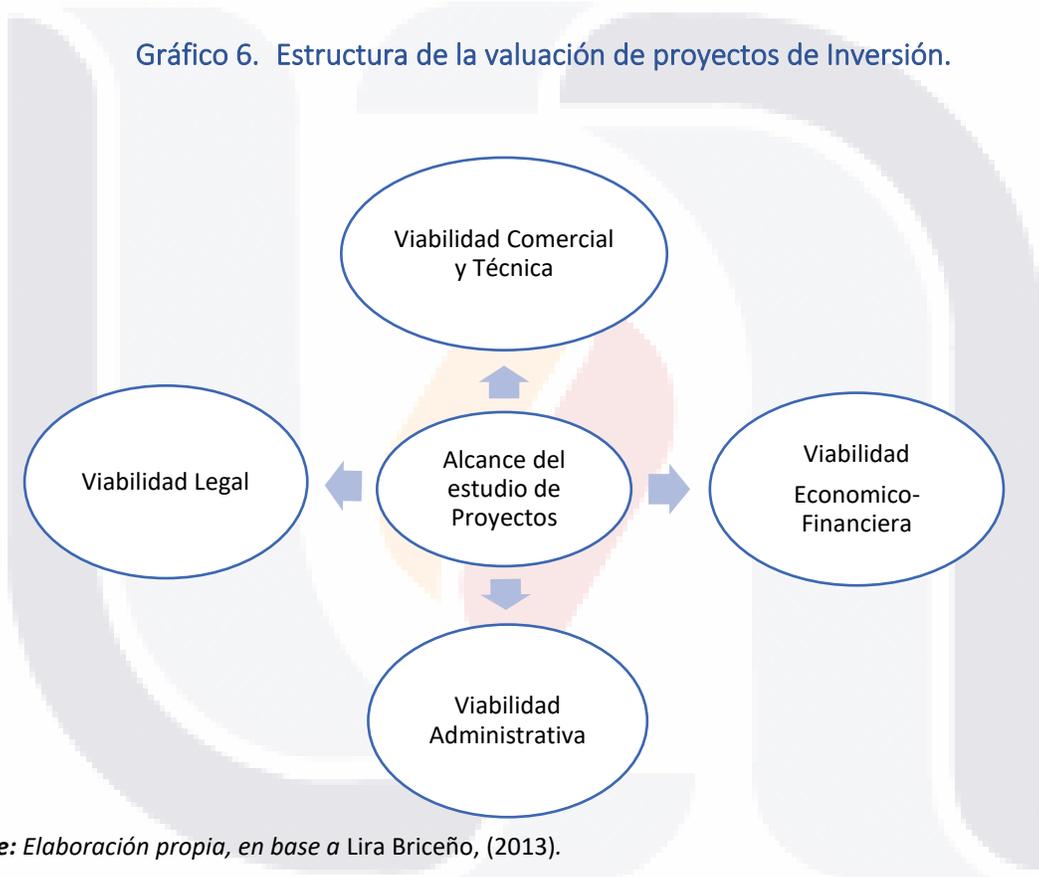
- a) Recopilación de información y,
 - b) Sistematización de la información en términos monetarios (flujos de caja).
-
- 2) La evaluación: esta fase cuenta con tres subetapas:
 - a) Medición de la rentabilidad del proyecto
 - b) Análisis de las variables cualitativas y,
 - c) Análisis del riesgo del proyecto.

Por lo que los pasos a seguir en esta fase de evaluación según Orjuela et al; (2002), son:

- a) Recabar la información necesaria para realizar los estudios de mercado, técnico, administrativo, legal y financiero.
- b) Ejecución de los estudios de mercado, técnicos, legal, y administrativo.
- c) Se deberá construir los flujos de efectivo (caja), proyectados del proyecto o modelo de negocio, previo el estudio financiero necesario para integrarlos.
- d) Utilizar el criterio de evaluación VAN (Valor actual neto) y la metodología de la tasa interna de retorno de la inversión (TIR) para determinar si el proyecto es rentable.

Por lo anterior el estudio de proyectos independientemente en el nivel que se realice deberá contar con una estructura básica la cual sería:

Gráfico 6. Estructura de la valuación de proyectos de Inversión.



Fuente: Elaboración propia, en base a Lira Briceño, (2013).

Por lo que respecto a lo anterior Meza Orozco, (2017), describirían a las viabilidades de la siguiente manera:

1. Viabilidad Comercial

Es la primera viabilidad que debe realizarse, debido que en ella se analiza si el bien o el servicio a ofrecer cubrirá de manera efectiva la necesidad que se pretende satisfacer, si es sensible el mercado a la propuesta del proyecto y también la aceptabilidad que tendría por el mercado meta en cuestión a consumo o uso. Este estudio sirve principalmente para

analizar la postergación o definitivo rechazo de un proyecto antes de llegar a analizar sus posibles costos, este proceso de valuación por lo regular debe realizarse asesorados por expertos en materia de marketing y ventas y ellos buscan tener un mercado asegurado para el proyecto.

2. Viabilidad Técnica:

En esta parte de la valuación se estudia principalmente la factibilidad de producción del producto o de implementación en cuestión de un servicio, puesto que es necesario evaluar si la empresa cuenta con los recursos necesarios para llevar a cabo la actividad por la que desea invertir, aquí se evalúan las posibilidades de material, infraestructura, tecnología necesaria, capital humano para realizar el producto o servicio, etc. Muchos líderes de las nuevas startups por lo regular no consideran este aspecto, y no reconocen que es importante contar con la aprobación de capacidad de producción antes de llevar a la conveniencia de una rentabilidad económica.

3. Viabilidad Legal:

Ante la anterior viabilidad, es también importante verificar que nuestra idea de creación de valor para los inversionistas del proyecto, no este implicada principalmente en alguna actividad ilícita para autoridad, y por lado consultar los permisos y reglamentos que regulen al producto o servicio en cuestión.

4. Viabilidad Administrativa u Organizacional:

Esta parte es la menos apreciada o implementada en los proyectos de inversión, aunque existe también el riesgo de que el proyecto no llegue a consolidarse por falta de capacidad administrativa, es esta etapa se estudia que exista la capacidad necesaria para poder implementar el proyecto, puesto que a veces la falta de una correcta gestión hace que no se llegue a la meta ideada de rentabilidad financiera.

5. Viabilidad Económica-Financiera:

Esta última etapa de la valuación de proyecto de inversión es la más importante y complicada, pero la más concisa y clara, en ella se determina por ultima estancia si el proyecto es viable o si debe ser rechazado y no llevado a cabo, puesto que en el por medio de distintos cálculos matemáticos monetarios, se puede estimar la rentabilidad del retorno de la inversión. Esta etapa es por lo regular la más utilizada por los profesionales de la

tesis tesis tesis tesis tesis

materia puesto que con ella se tiene una mayor certeza para la toma de decisiones de los socios del proyecto.

En conclusión, se puede considerar que los cuatro primeros estudios en la valuación del proyecto llevan a conformar y a integrar de manera más completa el estudio económico-financiero del proyecto, puesto que deben evaluarse las consecuencias económicas que tendrán.

Sin embargo, sin importar el contexto del que se trate el proyecto, deberá evaluarse su viabilidad económica para poder respaldar que la decisión será rentable, funcional y efectiva para la necesidad que se busca satisfacer, y para el empresario detrás de ella.

Por lo que basado en lo anterior Nassir et al; (2003) establece claramente que una evaluación de proyecto deberá constar de tres etapas:

- 1) Viabilidad de negocio y sus estrategias de implementación.
- 2) El proyecto en sí, se analizarán las posibles inversiones necesarias, costos y beneficios.
- 3) Y la tercera donde finalmente se evalúa la posible rentabilidad que tendría el proyecto.

9.2.4 Estudio de Mercado

El estudio de mercado es parte del estudio comercial se dice que es el punto de partida en una evaluación de proyectos de inversión; lo explican Orjuela et al; (2002), este estudio define el entorno del proyecto, analiza la demanda y la oferta que existe en el mercado donde se pretende implementar el proyecto, dentro de esta etapa deberá analizarse y asegurarse la exitosa salida del producto o servicio al cliente potencial, así como su porcentaje de aceptación y consumo.

Dentro de esta fase se encuentran procesos como estrategias de marketing o protocolos de publicidad, donde se establecen los canales de distribución, y el momento adecuado para lanzarlos.

Según Nassir et al; (2003), los principales objetivos de este estudio son:

- Verificar la posibilidad real de colocación del producto o servicio en el mercado.
- Identificar canales de comercialización que se usan, y sus innovaciones.
- Identificar la magnitud de la demanda esperada.
- Conocer las características y ubicación de los posibles consumidores.

Por otro lado Orjuela et al; (2002) menciona también los pasos que se deben seguir en un estudio de mercado:

1. Definición del problema: En cualquier proyecto el primer paso es definir el por qué y el para qué, sin embargo, no es tan fácil como muchos emprendedores lo consideran puesto que deben, tener un conocimiento completo de la situación puesto que en caso contrario el planteamiento de la solución a la necesidad será incorrecto y por lo tanto las decisiones que se tomarán y las estrategias también lo estarán.
2. Necesidades y fuentes de Información: Es necesario identificar que existen dos tipos de fuentes de información para la evaluación de negocios: a) La fuente primaria, es aquella generada en investigación en campo, revela información relevante específicamente para el proyecto en cuestión; y b) las fuentes secundarias son aquellas donde se resguarda información ya existente sobre el tema.
3. Diseño de recopilación de la información y su tratamiento de datos estadísticos: Deberá establecerse la manera en la que se recabará la información con la que se realizará el estudio.
4. Procesamiento y análisis de datos: La información recabada deberá ser convertida en información confiable y útil.
5. Informe: al finalizar el análisis de los datos es necesario realizar un informe donde se explique detalladamente los resultados.

9.2.4.1 Etapas del estudio de mercado

El estudio de mercado como lo comenta Meza Orozco (2017) debe realizarse considerando sus tres etapas:

- a) Análisis histórico del mercado: esta etapa cuenta con dos objetivos fundamentales, el primero consta de recopilar la información estadística que pueda servir para proyectar la situación de interés del mercado, y segundo analizar las decisiones que se tomaron en el pasado por otros agentes del mercado y así poder evaluar los efectos positivos y negativos que se presentaron. (Orjuela et al; 2002)
- b) Análisis de la situación actual: esta etapa para el estudio es la base para poder proyectar en el futuro el impacto que se desee generar, puesto que genera mucha información fundamental para poder comprender el comportamiento de los factores que deben analizarse como lo son la oferta, la demanda, el precio, consumidores, proveedores, competencia etc. Este análisis sirve para comprender como es que se desarrolla en la actualidad el mercado de interés. (Orjuela et al; 2002)

- TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS
- c) Análisis de la situación proyectada: esta etapa es la más importante para la evaluación del proyecto, puesto que se toma en cuenta la información histórica y vigente analizada, para poder implementar una proyección futura suponiendo las constantes en el tiempo. Sin embargo Fernandez (2017) menciona que es de gran importancia que en la situación proyectada haya una diferenciación entre la situación con el proyecto implementado y otra sin el proyecto, puesto que en muchas ocasiones las consecuencias de algún proyecto de inversión podrían ser letales para la empresa o el mercado, y al realizar dos evaluaciones futuras puede verificarse si el proyecto será rentable o no; en esta etapa se utilizan métodos estadísticos, como de igual manera, datos cualitativos.

9.2.4.2 Metodología de recopilación de información.

En base a lo anterior, se deberá analizar el tipo de metodología necesaria para la recopilación de datos correspondiente al interés del proyecto mismo, puesto que será fundamental para lograr analizar cada uno de los objetivos de este estudio.

Como se mencionó anteriormente según Talaya et al (2014) existen dos tipos de fuentes de información para el estudio:

- a) Fuentes Secundarias: son datos que fueron recabados o generados con finalidades distintas al proyecto que se pretende implementar, y que fueron publicados con anterioridad, suelen ser datos concretos, confiables y sencillos de entender, puesto que ya es información procesada al momento de su consulta. Sin embargo, existen dos tipos de información de fuente secundaria:

1. Fuente secundaria interna:

Es información que ya había sido publicada, sin embargo, fue generada dentro de la misma empresa algunos ejemplos de estos serían:

- Ventas,
- Análisis de publicidad de la competencia,
- Características y preferencias de la compra de los clientes y su frecuencia y,
- Datos socio-demográficos de los clientes potenciales.

2. Fuentes secundarias externas: estos datos fueron recopilados de manera externa a la empresa o al proyecto, sin embargo, pueden servir para realizar la investigación, por ejemplo:

- Aquella información generada por asociaciones y fundaciones,

- Publicaciones en revistas extraídas de instituciones gubernamentales o autónomas oficiales.

La información de fuente secundaria es por lo regular de bajo costo, y la mayoría es de disponibilidad inmediata puesto que ha sido generada con periodos de anterioridad, suelen ser datos históricos.

Sin embargo, los problemas que pudieran traer al proyecto es que muchas de las fuentes no son fidedignas y están expuestas a cambios por cualquier persona, pueden ser datos desactualizados, y pueden ser de poca funcionalidad si el proyecto lleva una línea de interés distinta.

- b) Fuentes Primarias: por su parte las fuentes primarias vienen generadas de primera mano de la intención de implementación del proyecto, por lo que su recopilación es más extensa, puesto que el objetivo es adquirir información específica para el proyecto.

Orjuela et al; (2002), menciona cinco tipos de fuentes de información primaria:

- I. Actitudes, percepciones, opiniones y preferencias;
- II. Conducta y hábitos de compra;
- III. Características socioeconómicas y demográficas;
- IV. Intención, y motivación de compra o uso y;
- V. Reconocimiento del producto.

En el caso de las fuentes primarias, se establecen tres tipos de metodologías para su recopilación.

1. Investigación por comunicación: En este tipo de investigación la información por lo regular es descriptiva y muy flexible ya que se recibe directamente de una o más personas, y se realiza mediante distintos esquemas de cuestionarios, encuestas.

Dentro de sus metodologías esta:

- 1.2 Entrevista Personal;
- 1.3 Cuestionario por correo;
- 1.4 Entrevista telefónica y;
- 1.5 Investigación por internet.

2. Investigación por observación: esta metodología ofrece la facilidad de adquirir la información mediante el análisis de la observación, es por lo regular información que tiene dificultad de expresarse. Dentro de sus tipos de metodología se encuentran:

- 2.1 Observación natural;

- 2.2 Observación artificial;
- 2.3 Observación oculta y no oculta;
- 2.4 Observación estructurada o no estructurada
- 2.5 Observación directa o indirecta y;
- 2.6 Observación humana o mecánica.

3. Investigación experimental: la metodología experimental es la más analítica de todas, puesto que en ella se selecciona a un grupo de sujetos que recibirán tratamientos distintos, y es de gran importancia analizar sus comportamientos y sus reacciones; en esta metodología se agrupan las dos anteriores.

9.2.4.3 Definición del mercado.

A lo largo del tiempo distintas definiciones del mercado han surgido en la literatura económica, sin embargo, para el estudio de evaluación de proyectos podemos tomar la definición de Thompson (2005), donde después de analizar la mayoría de las definiciones de grandes autores, la completa de la siguiente manera:

“El mercado es un conjunto de:

- 1. Compradores quienes tienen una necesidad y/o deseo determinados, capacidad adquisitiva y voluntad para satisfacerla y;
- 2. Vendedores quienes emiten la oferta de los productos o servicios que satisfacen la necesidad y/o deseo de los compradores.

Ambos mediante procesos intercambio ya sea monetario o en especie, crean en un espacio físico, o virtual la oferta y demanda quienes son los aspectos existenciales del mercado.

Por lo anterior es importante identificar las partes esenciales que conforman el mercado de un proyecto, Orjuela et al; (2002) menciona cinco conceptos fundamentales:

a) Mercado proveedor: en él, se analizan cuestiones de obtención de materias primas, costos, disponibilidad de insumos, infraestructura necesaria, etc; puesto que se busca asegurar el ciclo o flujo efectivo de la producción del producto o implementación del servicio en cuestión. Algunos de los objetivos dentro de este submercado serían:

- Identificación de los insumos necesarios para el proyecto.
- Determinación de los procesos de calidad.
- Localización de materias primas indispensables para la producción.
- Ubicación geográfica de los proveedores de los insumos necesarios.

- Identificación y análisis de costos y precios de la materia prima, infraestructura y mano de obra necesaria para el proyecto.
 - Investigación de regulaciones sobre posibles restricciones en insumos necesarios.
- b) Mercado competidor: este submercado está enfocado en aquellas startups que comercian productos o servicios similares a los del proyecto de interés, es decir, aquellas compañías que comparten de cualquier manera el mismo objetivo del proyecto, la intención es analizar las estrategias que la competencia ha usado para poder implementar la estrategia comercial que mejorara la oferta del competidor.
- c) Mercado distribuidor: en él, se establecen los procesos y mejores canales de distribución del producto o servicio del proyecto, considerando seguridad, disponibilidad, y alcance demográfico necesario. Es de suma importancia, puesto que es en este submercado donde se evalúan los costos de distribución que formarán parte del precio del producto que el proyecto ofrecerá por lo que tiene un impacto directo para el evaluador en el estudio financiero.
- d) Mercado consumidor: sin duda la parte más compleja del estudio de mercado, puesto que existen bastantes tipos de consumidores, todos ellos basados en sus hábitos, gustos y preferencias, por lo que el poder segmentar e identificar al consumidor meta de un proyecto requiere un estudio metódico estricto, que permita el reconocimiento correcto de este submercado, puesto que caso contrario el proyecto tendría altas posibilidades de fracaso.
- e) Mercado externo: el último submercado a analizar se encarga de estudiar todos aquellos factores externos que puedan afectar la salida del producto o servicio del proyecto, existen cinco factores externos que pueden presentarse: a) Factores económicos; b) Factores demográficos; c) Factores socioculturales; d) Factores tecnológicos y; e) Factores Políticos y legales.

9.2.4.4 Segmentación de mercado

Nassir et al; (2003) menciona que la segmentación de mercado es el proceso en que se logra dividir a los consumidores en pequeños grupos homogéneos, diferenciados por características, necesidades y deseos en la compra semejantes. Este proceso es fundamental puesto que con él se definirá la magnitud y estimación de la demanda que tendría el proyecto puesto que este proceso definirá el tamaño del mercado.

El proceso de la segmentación de mercado como lo implementa, Talaya et al; (2014) contempla los siguientes pasos:

1. Definición de Mercado
2. Identificar bases opcionales para la segmentación: dentro de él, se deberá identificar cuál de los dos enfoques existentes es el mejor para realizar la segmentación de mercado:
 - a) El primero corresponde a las características del cliente donde se encontrarán análisis respecto a:
 - i. Demografía y factores socioeconómicos;
 - ii. Psicografía y;
 - iii. Geografía.
 - b) Por su parte el segundo enfoque se refiere a las respuestas del consumidor en ella se evaluará la segmentación por...
 - i. Beneficiós;
 - ii. Uso;
 - iii. Respuesta promocional;
 - iv. Lealtad y;
 - v. Servicio.
3. Seleccionar las bases de segmentación que mejor correspondan para el proyecto
4. Definir un posicionamiento segmentos objetivos

9.2.4.5 Análisis de Demanda

La demanda es uno de los componentes esenciales en el estudio de mercado, puesto que de ello deriva si en efecto existe alguna necesidad que se deba cubrir con un proyecto. Sin embargo, como lo explica Nassir et al; (2003), es imprescindible diferenciar la demanda que podría tener un producto, a la demanda que tendrá el proyecto en general. La demanda de un producto es en esencia la cantidad o volumen que susceptible de compra por un grupo de consumidores en un periodo determinado de tiempo, dichos consumidores establecidos en alguna segmentación de mercado. (Milton, 2011).

Por otro lado, la demanda del proyecto consiste según Nassir et al., (2003) en: *“Cuantas de esas unidades de consumo serán provistas por el proyecto.”*

Milton Coca Carasila (2011) por su parte menciona que la estimación de la demanda está condicionada por cuatro dimensiones: producto, ubicación geográfica, periodo y cliente. Mientras que Orjuela et al., (2002) menciona cinco dimensiones:

- a) Dimensión del mercado: cuando se dirige a la totalidad del mercado o si existe demanda por segmentación.
- b) Dimensión del producto: dirigido hacia una clase de producto en específico.

- c) Dimensión del Lugar: segmentada por el territorio o zona geográfica.
d) Dimensión del tiempo: corto. Medio o largo plazo.

Así mismo, Orjuela et al., (2002) menciona los tipos de demanda que pudieran presentarse en un estudio de mercado, estos servirán para poder implementar el proceso de estimación de la demanda pertinente para cada uno:

1. Demanda negativa: cuando el proyecto es rechazado por el mercado.
2. Demanda nula o inexistente: el mercado no muestra interés en el proyecto o producto, por lo tanto, no existe demanda.
3. Demanda latente: se percibe potencial demanda sobre algún producto o servicio, sin embargo, aún no existe para satisfacer la necesidad.
4. Demanda decreciente o débil: la demanda del proyecto mantiene un constante decremento.
5. Demanda irregular: la demanda del proyecto fluctúa constante mente entre altas y disminuciones en periodos de tiempo.
6. Demanda insatisfecha: cuando los productos existentes en el mercado no satisfacen la necesidad que se está presentando.
7. Demanda satisfecha: esta se da cuando el mercado mantiene las necesidades satisfechas con los productos existentes.

9.2.4.6 Metodología para la determinación de la demanda

En el proceso de la estimación de la demanda requerida para evaluar el proyecto es necesario identificar los factores que tendrán participación en su determinación:

- Precio del producto o servicio
- Precio de los bienes sustitutos, o complementarios.
- Conducta de compra del consumidor
- Estrategias de marketing.

Estos factores, pueden ser medidos por variables controladas y las variables no controladas, la primera relata aquellos aspectos económicos sobre los cuales la startup tiene participación por ejemplo, la promoción del producto distribución, precio etc. En cambio, las variables no controlables son todas aquellas donde la empresa no tiene participación, por ejemplo, gustos y preferencias del cliente potencial, o variables referentes al entorno económico.(Fernández, 2017)

Por lo anterior será importante seguir la metodología para medir la demanda correctamente, puesto que, en una primera instancia, se deberá medir la demanda en sus dos dimensiones: a) actual y, b) potencial; el segundo paso corresponderá a explicar la

demanda; en esta etapa se deberá identificar y analizar las variables que determinan la demanda contemplando cuál es su comportamiento ante los estímulos de promoción. Por último, deberá realizar utilizando los análisis de la demanda actual e histórica y considerando las variables determinantes, una proyección de la demanda, buscando crear un pronóstico o previsión de la demanda a futuro (Orjuela et al; 2002).

9.2.4.7 Oferta en el mercado

En el caso de la oferta, es considerada como la cantidad de bienes o servicios puestos a disposición del mercado, consumidores a determinado precio, cantidad y por periodos determinados de tiempo en el que ellos podrán mediante su poder adquisitivo ejercerlos (Talaya et al; 2014).

Dentro de la oferta ser indispensable identificar los tres distintos tipos de oferta:

1. Monopolio: este tipo se caracteriza por contener un solo proveedor del bien o servicio ya que, por cuestiones técnicas, o legales los posibles competidores no son capaces de dar salida al producto.
2. Competencia Perfecta: esta nace cuando los productos ofertados son homogéneos y más de un competidor los produce e implementa, lo que causa que ni el comprador ni el vendedor sean capaces de influir en el precio del producto, si no, es el mercado quien lo define.
3. Competencia imperfecta: se establece en el mercado cuando el producto o servicio que se oferta es heterogéneo por lo que el precio será determinado por la empresa y lugar donde se originó.

9.2.4.8 Metodología de estimación para oferta

La estimación de la oferta, al igual que la estimación de la demanda, es un proceso donde el evaluador buscará:

- a) Realizar un análisis histórico, actual y potencial de la oferta;
- b) Determinar e identificar las condiciones en las que se gestiona esta oferta
- c) Determinar la cantidad de bienes o servicios adecuada a proyectar para satisfacer la demanda que el mercado presenta.

9.2.5 Estudio Técnico

Esta viabilidad, busca principalmente definir e identificar todos aquellos factores técnicos que necesita la empresa para realizar la operación del giro en el que se encuentra la startup, es decir, establecer las características necesarias que necesita el activo fijo de la empresa

por ejemplo, tamaño de edificios, equipos tecnológicos necesarios para transformar la materia prima o implementar el servicio. Y en su caso definir e identificar la mano de obra necesaria, la disponibilidad de los insumos y materias primas necesarios y todos aquellos factores que componen el ciclo operacional de la empresa (Cantero; 2006). Por esto, se consideran tres ramos a evaluar dentro de este estudio:

- A) Localización
- B) Tamaño y;
- C) Identificación de las características de aspectos técnicos básicos

9.2.5.1 Localización

En primer lugar, para poder estimar, la viabilidad en el estudio técnico existe el análisis para determinar la localización de la planta de producción del bien o servicio, así como su distribución espacial, puesto que estas variables ayudarán a buscar a localización que minimice los costos y por ende aumente los beneficios. Por lo tanto, podemos mencionar los dos tipos de variables para este análisis que son según Cantero; (2006):

1. Por costos de producción (básicas) y;
2. Costos de transporte (locacionales).

Asimismo, estos dos tipos se dan en estos cuatro tipos de operaciones:

- a) Adquisición de materia prima e insumos;
- b) Transporte de materia prima e insumos al lugar de producción;
- c) Procedimiento (producción);
- d) Transporte del producto al mercado donde será comercializado.

Por ende, se entiende que estas operaciones son realizadas en a) el lugar fuente de materias primas, b) plantas de producción, y c) áreas de comercialización o mercado (Cantero, 2006).

Por lo tanto, es importante mencionar que estas variables son estudiadas de dos maneras como lo indica Cantero; (2006):

- 1) En base a los costos de transportación en todas las fases (abastecimiento de materias primas, transporte al área de producción, y al área de comercialización o distribución).
- 2) En base a una valuación por puntos donde se analizan factores básicos como disponibilidad, servicios, accesibilidad, incentivos fiscales etc.

9.2.5.2 Tamaño

Por otro lado, para determinar el tamaño de la empresa es necesario principalmente establecer un programa de producción completo, donde se analizará la capacidad necesaria

de instalación para poder cubrir la necesidad de producción del producto o servicio según la segmentación de mercado que se seleccionó, no obstante, es importante para determinarlo considerar también la cercanía y disponibilidad de la materia prima e insumos necesarios y los factores relacionados a la mano de obra, recursos financieros y tecnología disponible (Meza, 2017).

9.2.5.3 Aspectos Técnicos (Ingeniería Técnica)

Además, Meza, (2017) menciona que debe realizarse también el análisis y definición de las características de las variables indispensables para la operación del giro de la empresa tales como:

- Características del producto
- Programa de producción,
- Descripción del proceso de producción
- Disponibilidad de materiales y energía (materias primas, insumos, productos o servicios)
- Identificación de características de maquinaria y equipo necesario
- Requisitos de mano de obra e insumos
- Rendimiento esperado del proceso de producción o implementación
- Distribución del producto o servicio dentro de la planta
- Cronograma desde la instalación del establecimiento hasta la puesta en marcha de la empresa.

9.2.6 Estudio Económico

En el estudio económico como lo indica Baca, (2006) se caracteriza por ordenar y sistematizar toda la información recopilada de los estudios anteriores, de manera que pueda visualizarse mediante cuadros analíticos que servirán en la etapa de la evaluación económica-financiera, es decir, todas aquellas decisiones tomadas en el estudio de mercado y en el estudio técnico darán la pauta para medir el costo en términos de inversiones y gastos. Asimismo, este estudio tendrá como herramientas, la planeación/proyección, análisis de datos, y manejo de las TIC (tecnologías de información, y comunicación).

Lo anterior hace referencia a que el evaluador deberá tener habilidades altas en el manejo del programa Excel, puesto que será necesario realizar tablas de inversiones, costos de operación, estados financieros, etc; debido a que el mismo paquete Excel, podrá realizar una herramienta útil para el estudio de sensibilidad si los cálculos se hacen correctamente,

este estudio según Baca (2006), es aquel que consiste en visualizar el efecto que tendría el proyecto sobre su utilidad bruta si los costos aumentaran, si los ingresos disminuyeran, si el costo de la mano de obra incrementara, entre muchos otros supuestos posibles. Por lo anterior, podemos concluir que los cálculos que se realicen con esta herramienta serán decisivos en la implementación del proyecto puesto que ellos serán los que reflejen la rentabilidad de inversión en cuestión.

En primer lugar, como lo indica Meza, (2017) esta parte de la evaluación determinará los costos totales que a su vez pueden estar conformados, por los costos de producción, gastos administrativos, gastos financieros, gastos de operación entre otros generados por la actividad económica que provocaría la ejecución del proyecto; en segundo lugar, se determina también el costo de la inversión inicial que resulta de la variable de ingeniería técnica mencionada en el estudio anterior es decir, determinar la cantidad monetaria de inversión inicial que se necesitaría para poner en marcha el proyecto en cuestión. La siguiente etapa en el estudio económico sería, también se deberá estimar la depreciación y amortización respecto a activos fijos e intangibles. De igual manera es importante plantear en esta etapa el plan de financiamiento pertinente para el proyecto y los cálculos proyectados para pagar intereses y aportar al capital. Por último, deberá realizarse el cálculo del capital de trabajo dentro del cual se estimará la proyección de ingresos (efectivo), las cuentas por cobrar y el inventario (Baca, 2006).

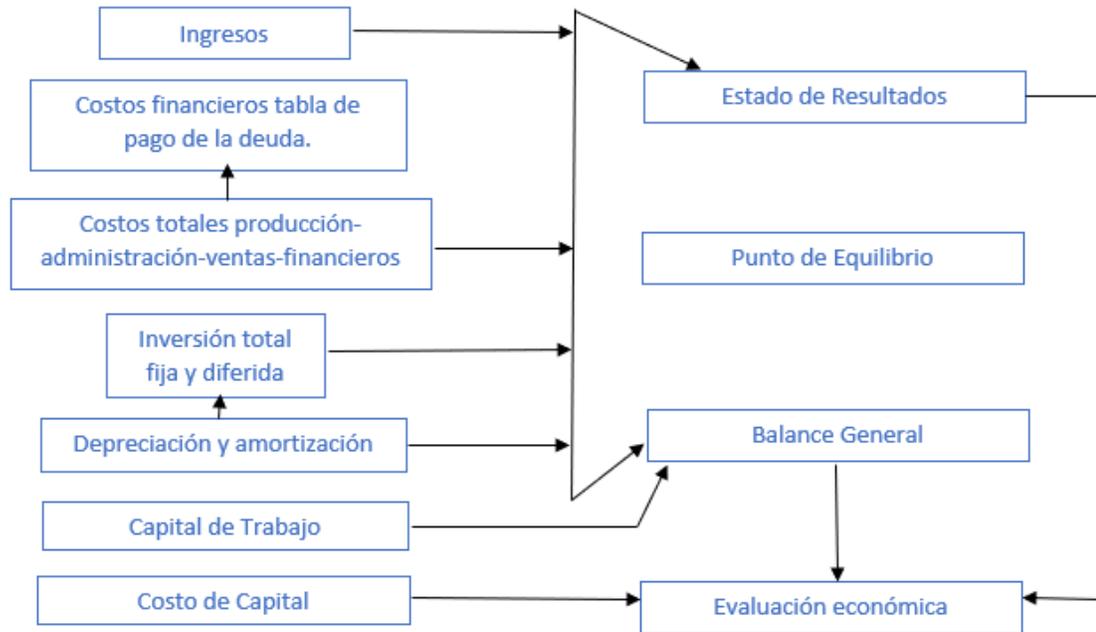
No obstante, dentro de esta fase de la evaluación del proyecto se realizarán las bases para la evaluación financiera mediante el cálculo de la tasa de rendimiento mínima aceptable, y la construcción de los flujos de efectivo, ambos deberán calcularse en dos supuestos, con y sin financiamiento respecto a la necesidad del proyecto mismo. No obstante, es importante mencionar que dichos flujos de efectivo netos serán construidos en base a la información presentada en el estado de resultados y en el estado de situación financiera (balance) proyectados.

9.2.6.1 Objetivos del estudio económico

Los principales objetivos de realizar el estudio económico en un proyecto de inversión son poder sistematizar las necesidades que el estudio técnico considero indispensables, y en consecuencia determinar el monto de recurso monetario necesario para su ejecución, además de poder determinar cuál será el costo total de la operación de la planta donde se incluyan las áreas de producción, administración y ventas. Por último, es de gran importancia la planeación económica que surgirá de este estudio puesto que generará datos primordiales para poder medir la rentabilidad y viabilidad el llevar el proyecto a cabo.

El gráfico 7. explica de manera más concisa la estructura que se necesitará para realizar esta evaluación económica.

Gráfico 7. Estructura del estudio económico



Fuente: Baca, (2006) Evaluación de proyectos.

9.2.6.2 Determinación de Costos

El costo como bien lo define Lira, (2013) es un desembolso de dinero, o de especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro, o de forma virtual. Es decir, es esa cantidad monetaria o en especie que se desembolsa en la necesidad de adquirir algún bien, servicio, insumo, materia prima, activos fijos, mano de obra, maquinaria, etc.; con el objetivo de usar alguno de ellos para la producción, administración y comercialización de la actividad económica en función.

Por lo anterior es importante mencionar los tipos de costo:

1. Costo pasado/ Costo hundido: estos no tienen ninguna utilidad para evaluaciones.
2. Costo presente/Tiempo cero: en la evaluación de proyectos a este costo se le considera como “inversión”
3. Costo futuro/Proyecciones en estado de resultados: Costos proyectados en una evaluación de proyectos de inversión.

4. Costos virtuales/costo de oportunidad: todos aquellos costos que son intangibles, es decir, se tratan y tienen efecto de un costo sin serlo específicamente.

Por lo que, en este estudio económico, se estima trabajar con costos proyectados, es decir, costos “futuros”, por supuesto estos serán proyectados en base a lo que reporto el estudio técnico. Por esta razón es importante considerar los tipos de costos que puede tener un proyecto como lo menciona (Meza, (2017) dentro de ellos se encuentran los:

- a) Costos de producción: dentro de esta rama de costos se encuentra toda cantidad monetaria o en especial dedicada al proceso de producción del bien o servicio que este implementando el proyecto, sin embargo, este rubro este compuesto, por distintos tipos:
- Costo de materia prima: no solo se debe considerar el precio de la materia prima a adquirir, sino también se deberá considerar la merma de la mercancía que terminara defectuosa, para realizar este proceso es necesario revisar el balance de la materia prima, respecto al estudio técnico realizado.
 - Costos de mano de obra: Se debe dividir el estudio de la mano de obra en directa e indirecta. La mano de obra directa consiste en el personal que labora directamente en la producción (obreros). Y por su parte la mano de obra indirecta es el personal que no se encuentra directamente en actividades de producción, como jefes de producción supervisores etc. Además, en el proceso de costeo de la mano de obra deberá sumarse al sueldo anual el 35% de prestaciones sociales, para cada trabajador previendo fondos para viviendas, seguridad social, aguinaldo etc.
 - Envases: existen dos tipos de envases, el a) envase primario que está en contacto directo con el producto y, b) envase secundario que se refiere más al envase de distribución como cajas etc. Dentro de este costeo deberá también considerarse la merma, de los envases que resulten defectuosos.
 - Costos de energía eléctrica: este es uno de los costos fijos de la producción más importantes, para su cálculo deberá tomarse en cuenta la capacidad de consumo de los equipos en cuestión y su desempeño.
 - Costo de agua: de los gastos más indispensables del proceso productivo para la mayoría de las empresas, por lo general representa un mínimo de 150 litros, de consumo por trabajador de acuerdo con el reglamento de la secretaría del trabajo, este cálculo será basado en este ratio más la investigación histórica en el estudio técnico.
 - Control de calidad: Si en la empresa o el proyecto se decide implementar un departamento autónomo de control de calidad se deberá considerar la implementación de medidas e inversión en equipo y personal capacitado para

llegarlo a cabo, por lo que a este tipo de gastos se le denominan particularmente “costos de calidad”

- Costos de mantenimiento: al igual que en el tipo anterior, estos costos se generan cuando se decide que esta actividad sea realizada de manera externa a la empresa, para ello se deberá contratar un servicio que cuente con el quipo y personal capacitado para llevarse a cabo.
 - Cargos de depreciación y amortización: estos costos son un ejemplo de los costos virtuales debido a que tienen efecto en los gastos, pero no existe una salida de efectivo como tal, se calculan de acuerdo a las disposiciones oficiales de leyes fiscales en el país, esto permitirá reducir la carga tributaria de la adquisición de las inversiones.
 - Otros costos: todos aquellos gastos que no encajen en las subdivisiones anteriores, que sean variables y de poca reincidencia.
- b) Costos de administración: dentro de este rubro se toma en cuenta todas aquellas actividades que estén relacionadas a la administración de la empresa, sin embargo, todos aquellos costos que no estén dentro del rubro de producción o financieros deberán ser considerados como gastos administrativos, tales como: internet, renta, nómina de los empleados administrativos, etc. Sin embargo, dentro de estos costos se vuelve a considerar el costo de venta, el cual va orientado hacia los gastos de mercadotecnia, es decir costos por estudios de segmentación, publicidad entre otros.
- c) Costos financieros: Por último, deben considerarse todos aquellos intereses pagados por financiamiento externo adquirido, el evaluador deberá calcular los aportes a capital considerando el costo de la deuda.

9.2.6.3 Inversión Inicial: fija y diferida

Lira, (2013) plantea la inversión inicial como aquella cantidad monetaria necesaria para cubrir la adquisición de los activos fijos (tangibles) y aquellos diferidos intangibles necesarios para poner en marcha el proyecto o negocio. Se considera bienes tangibles a todos aquellos que se pueden tocar y comerciar de manera más sencilla, como terrenos, edificios, autos, camiones, maquinas, equipo de cómputo, mobiliario y equipo de oficina entre otros. Por su parte los intangibles son todas aquellas adquisiciones necesarias para operación de la empresa que no pueden tocarse, por ejemplo, marcas, registro de logos, patentes, nombres comerciales, contratos de servicios, trámites legales, capacitaciones al personal etc.

El evaluador deberá enlistar todos aquellos bienes tangibles e intangibles necesarios para el proyecto con sus respectivos accesorios (fletes, escrituras etc.), para determinar el gasto

total de lo que será la inversión inicial y poder analizar cuáles serán las posibles vías de financiamiento para dicha inversión.

9.2.6.4 Depreciaciones y Amortizaciones

La depreciación como menciona Baca (2006) se refiere a la disminución de valor de los activos fijos o bienes tangibles, puesto que su valor con el pasar de los años de deprecia; por su parte la amortización aplica únicamente a los activos diferidos o intangibles tales como las marcas comerciales, patentes, entre otras, y se refiere a la carga anual que debe realizarse para recuperar la inversión, puesto que estos activos no pierden valor ni se deprecian con el pasar de los años. Estas depreciaciones y amortizaciones se realizarán siempre apegado a los porcentajes que estipula las leyes tributarias mexicanas, es decir, la ley del impuesto sobre la renta; es importante mencionar que el tratamiento contable es distinto al fiscal, sin embargo, para los intereses de la evaluación de proyectos se tomará en cuenta únicamente el tratamiento tributario.

La intención de calcular la depreciación y amortización de los bienes es principalmente brindarle a la empresa la oportunidad de recuperar la inversión por la vía fiscal, es decir, al colocar el costo de depreciación la base gravable disminuirá y por lo tanto el impuesto tendrá el mismo efecto. Estos porcentajes de depreciación y amortización son generados por la misma ley en base al promedio de años de vida útil del bien en cuestión, por lo cual cada tipo de activo tendrá diferente porcentaje depreciable o amortizable (Fernández, 2017).

9.2.6.5 Capital de Trabajo

El capital de trabajo es definido como el capital adicional de la inversión inicial para que la empresa pueda operar, es decir, el recurso con el que deberá contar la empresa para ponerla en marcha, puesto que para iniciar el primer ciclo de producción se deberá adquirir materia prima, insumos, pagar mano de obra directa, dar crédito a los clientes, y mantener efectivo disponible para hacer frente a las emergencias y flujo diario del negocio, todo esto debe ser antes de que la misma comience a recibir ingresos por dicha actividad, por lo que lo anterior nos habla de que se debe contar con un activo circulante para poner en marcha cualquier proyecto (Meza, 2017).

Por lo anterior puede decirse que el activo circulante es también una inversión inicial que debe estar conformada por tres variables: valores o inversiones (caja y bancos), inventarios y cuentas por cobrar. En primer lugar, la variable *Valores o inversiones*, como bien lo menciona Baca, (2006) corresponde al efectivo disponible que se tenga para cubrir los gastos diarios de la empresa así como las emergencias o imprevistos que pueden ocurrir en

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

cualquier momento en un negocio. Sin embargo, este autor también menciona por qué en la actualidad el concepto “Caja y bancos” está siendo modificado por “Valores o inversiones”, gracias a la evolución del mercado financiero hoy en día, existen bastantes opciones de inversiones en las instituciones financieras que permiten que el dinero siga generando rendimiento (interés), a plazos muy cortos o incluso en disponible en el instante para la empresa, por lo tanto el mantener el dinero en efectivo resguardado en las instalaciones de la empresa es solo un método que truncará la capitalización del dinero mientras sufre los efectos de la inflación.

En segundo lugar, se encuentra el inventario, en esta parte de activo circulante solo se hablará del inventario de materia prima, puesto que es muy complicado medir el inventario que está en ciclo de transformación, de esta manera, se debe contar con un método de medición para que la empresa conozca cual es la cantidad mínima que debe tener como inventario de materia prima disponible desde el inicio de su operación.

Por último, dentro del activo circulante se encuentran las cuentas por cobrar, las cuales son definidas como aquellas ventas a crédito, en la venta de sus primeros productos. Dentro del contexto que se maneja en esta variable, las cuentas por cobrar calculan la inversión que se necesitará para subsanar estas ventas a crédito (Baca, 2006).

Por otro lado, dentro del capital de trabajo también se considera al pasivo circulante, que se refiere al financiamiento a corto plazo (tres a seis meses) que se necesitará para poder implementar todo el activo circulante necesario para poner en marcha al negocio. La cantidad necesaria de financiamiento promedio en la industria según Meza (2017), es de una tasa circulante de 2.5, es decir, que por cada 2.5 unidades monetarias de inversión para el activo circulante es necesario financiar 1.

9.2.6.6 Estado de Resultados Proforma

El estado de resultados, se genera en las empresas para poder visualizar la utilidad neta al final de un periodo determinado (por lo regular un año fiscal), en donde se analiza la estructura mediante la resta de los ingresos totales menos los costos totales de producción, arrojando la utilidad/perdida bruta del proyecto, a este resultado se le restará también los gastos operativo y financieros que resultará en una utilidad/pérdida operativa, y finalmente se le restará la cantidad correspondiente al impuesto calculado, que permitirá visualizar la utilidad neta de la empresa. A este estado se le llaman proforma, puesto que son cifras y resultados estimadas o proyectadas por lo regular a cinco años. La tabla 5 representa la estructura anteriormente mencionada.

Tabla 5 Ejemplo de estado de resultados pro forma

Estado de Resultados					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	1,705,800.00	1,663,375.00	1,696,825.00	1,730,940.00	1,765,750.00
Costo de Ventas	849,020.00	801,771.00	817,889.00	834,325.00	851,103.00
Utilidad Bruta	856,780.00	861,604.00	878,936.00	896,615.00	914,647.00
Gastos de operación	490,800.00	507,978.00	525,757.23	544,158.73	563,204.29
Gastos de Administración	68,400.00	70,794.00	73,271.79	75,836.30	78,490.57
Gastos de venta	12,000.00	12,420.00	12,854.70	13,304.61	13,770.28
Utilidad operativa	285,580.00	270,412.00	267,052.28	263,315.35	259,181.86
Depreciaciones	144,019.67	144,019.67	144,019.67	137,853.00	137,853.00
Utilidad antes de Imp e interes	141,560.33	126,392.33	123,032.61	125,462.35	121,328.86
Gasto Financiero	84,139.74	67,311.79	50,483.84	33,655.90	16,827.95
Utilidad antes de impuestos	57,420.59	59,080.54	72,548.77	91,806.45	104,500.91
0.30 ISR	17,226.18	17,724.16	21,764.63	27,541.94	31,350.27
0.10 PTU	5,742.06	5,908.05	7,254.88	9,180.65	10,450.09
Utilidad Neta	34,452.36	35,448.32	43,529.26	55,083.87	62,700.55
0.15 Dividendos	5,167.85	5,317.25	6,529.39	8,262.58	9,405.08
Utilidad retenida	29,284.50	30,131.08	36,999.87	46,821.29	53,295.47

Fuente: *Elaboración propia 2022, según Baca Urbina Gabriel, (2006) Evaluación y formulación de proyectos.*

9.2.6.7 Balance general

Por otra parte, el balance general es otro estado financiero fundamental para sistematizar el estudio económico de un proyecto en evaluación, debido a que este tiene como objetivo el presentar el valor real de la empresa o del proyecto en un periodo determinado de tiempo. Está conformado como lo explica Baca, (2006) por:

- a) Activo: esta parte del estado está conformada por todo el activo circulante estudiado anteriormente, y el activo fijo y sus respectivas depreciaciones.
- b) Pasivo: este rubro se conforma por el pasivo circulante o de corto plazo y el pasivo de largo plazo.
- c) Capital: conformado por el capital social, la utilidad del ejercicio y por su parte utilidades acumuladas o reserva legal.

El balance general en el año 0 o periodo inicial aun con datos muy recientes, puede ser una gran herramienta para visualizar el precio real del proyecto que se planea implementar desde el momento presente de la decisión, el tabla 6. Apoya la información anteriormente mencionada.

Tabla 6 Ejemplo de estado de posición financiera.

BALANCE GENERAL						
ACTIVO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
CIRCULANTE						
CAJA Y BANCOS	\$64,150.00	\$64,150.00	\$64,150.00	\$64,150.00	\$64,150.00	\$64,150.00
INVENTARIO INICIAL		\$5,396,375.77	\$ 6,066,319.47	\$ 6,802,770.65	\$ 7,628,627.01	\$ 9,515,748.59
TOTAL ACTIVO CIRCULANTE	\$64,150.00	\$5,460,525.77	\$6,130,469.47	\$6,866,920.65	\$7,692,777.01	\$9,579,898.59
FIJO						
Equipo de Cómputo	\$ -	\$ 14,000.00	\$ 14,000.00	\$ 14,000.00	\$ -	\$ -
Depreciación acum.		-\$ 4,666.67	-\$ 9,333.33	-\$ 14,000.00	\$ -	\$ -
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ -	\$ 9,333.33	\$ 4,666.67	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL ACTIVO	\$ 64,150.00	\$ 5,469,859.10	\$ 6,135,136.14	\$ 6,866,920.65	\$ 7,692,777.01	\$ 9,579,898.59
PASIVO						
CP		\$4,945,764.20	\$ 5,537,184.97	\$ 5,951,112.51	\$ 6,329,922.37	\$ 4,773,637.71
TOTAL PASIVO	\$ -	\$4,945,764.20	\$ 5,537,184.97	\$ 5,951,112.51	\$ 6,329,922.37	\$ 4,773,637.71
LP						
Acreedores Bancarios	\$ 32,500.00	\$ 16,250.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	\$ 32,500.00	\$ 16,250.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVOS	\$ 32,500.00	\$ 4,962,014.20	\$ 5,537,184.97	\$ 5,951,112.51	\$ 6,329,922.37	\$ 4,773,637.71
CAPITAL						
Capital Social	\$ 31,650.00	\$ 31,650.00	\$ 31,650.00	\$ 31,650.00	\$ 31,650.00	\$ 31,650.00
Utilidad del ejercicio		\$ 238,097.45	\$ 283,150.59	\$ 442,079.07	\$ 665,602.32	\$ 4,774,610.88
Utilidad acumulada		\$ 238,097.45	\$ 283,150.59	\$ 442,079.07	\$ 665,602.32	
TOTAL CAPITAL	\$ 31,650.00	\$ 507,844.91	\$ 597,951.17	\$ 915,808.14	\$ 1,362,854.64	\$ 4,806,260.88
Diferencias	\$ -	\$ 0.00	-\$ 0.00	-\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00

Fuente: Elaboración propia 2022, en base a Baca Urbina Gabriel, (2006) Evaluación y formulación de proyectos.

9.2.6.8 Financiamiento

Una empresa financiada es aquella que por necesidades de la operación solicita un préstamo de corto o largo plazo a alguna institución financiera, con la intención de subsanar gastos de la empresa, por lo regular un préstamo utilizado de manera correcta representa una gran oportunidad para el empresario de incrementar el rendimiento de su inversión. Para esto existen planes de financiamiento accesibles para pequeños emprendedores que mantienen tasas de interés más bajas de la habitual, lo que permite financiar el capital de trabajo necesario para la operación. Asimismo, es importante mencionar que en México los intereses pagados de un préstamo financiero son costos deducibles para la empresa catalogados en los costos financieros, por lo cual debe conocerse el tratamiento fiscal pertinente que se necesitará (Meza, 2017).

Para poder calcular los intereses de una deuda existen distintos métodos, sin embargo, en este estudio de caso el método utilizado sería, al final de cada año pagar la amortización más el interés vencido (Cantero, 2006):

1. El primer paso será dividir la tasa anual en mensual, para así poder conocer el costo mensual de la deuda
2. En segundo lugar, se realizará la división del total de la deuda entre el número de pagos que se ejecutarán, esto será la aportación al capital anual.
3. Por último, se elaborará una tabla de flujo de deuda donde se calculará el saldo inicial y final en cada periodo, así como el interés anual que le corresponderá, desde el periodo cero hasta el final del plazo otorgado, este proceso es llamado tabla de amortización de la deuda, la tabla 5. apoya esta idea.

Tabla 7 Tabla de amortización de financiamiento.

Capital	\$400,000.00	
Tasa anual	21.2%	1.8%
Plazo	5	años

	Periodo 0	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Saldo inicial	\$400,000.00	\$400,000.00	\$320,000.00	\$240,000.00	\$160,000.00	\$80,000.00
Pago a capital	\$0.00	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00
Pago de interés	\$0.00	\$84,800.00	\$67,840.00	\$50,880.00	\$33,920.00	\$16,960.00
Saldo final	\$400,000.00	\$320,000.00	\$240,000.00	\$160,000.00	\$80,000.00	\$0.00

Fuente: Elaboración propia en base a Cantero, (2006)

9.2.6.9 Construcción de Flujos de efectivo

El estado de flujo de efectivo es uno de los estados financieros más importantes en la evaluación de proyectos, este estado es mencionado en la Norma Internacional de Contabilidad NIC 7, brinda si esta se hace de la manera correcta y conjunta a los estados financieros de estado de resultados y balance general, la información necesaria respecto a los cambios en el capital neto de la empresa, sus inversiones y permite visualizar la su estructura financiera, mostrando principalmente la liquidez y solvencia del proyecto y su capacidad para sobreponerse ante los costos de situaciones cambiantes (Díaz, 2006).

Por lo anterior se entiende que la definición del estado de flujos de efectivo (caja), sería según Díaz, (2006): “Estado financiero que proporciona la información correspondiente a la capacidad de la empresa para generar efectivo y equivalente de efectivo”. En pocas palabras muestra el movimiento de ingresos y egresos, y disponibilidad de efectivo liquido en un tiempo determinado (Cantero, 2006).

Este estado financiero está compuesto por tres secciones: actividad de producción u operativa, inversión y financiamiento, por lo que esta herramienta permitirá al evaluador planificar la administración del efectivo liquido del proyecto; por lo que según Díaz, (2006):

- a) Actividad operativa: Se refiere a las entradas y salidas propias de la actividad principal del proyecto o negocio, y que por su parte ha tenido un efecto en la determinación del resultado de la empresa ya sea utilidad o pérdida.
- b) Actividades de Inversión: Dentro de este rubro se encuentra el flujo de efectivo respecto al cobro de préstamos, compra o venta de inversiones o activo fijo para el proyecto.
- c) Actividades de Financiamiento: Se refiere al flujo de efectivo proveniente de actividades relacionadas con obtener y pagar recursos ya sea de socios o de terceros.

La NIC 7 menciona que existen dos tipos de estados de flujo de efectivo: a) Directo y, b) Indirecto, sin embargo, esta regla financiera indica que es de mayor utilidad el método directo pues proporciona información más completa y fácil de comprender, además que si la empresa o proyecto mantiene un financiamiento será forzosamente necesario el método directo (Cantero Robledo Máximo, 2006). La tabla 8 presenta un ejemplo de este estado financiero.

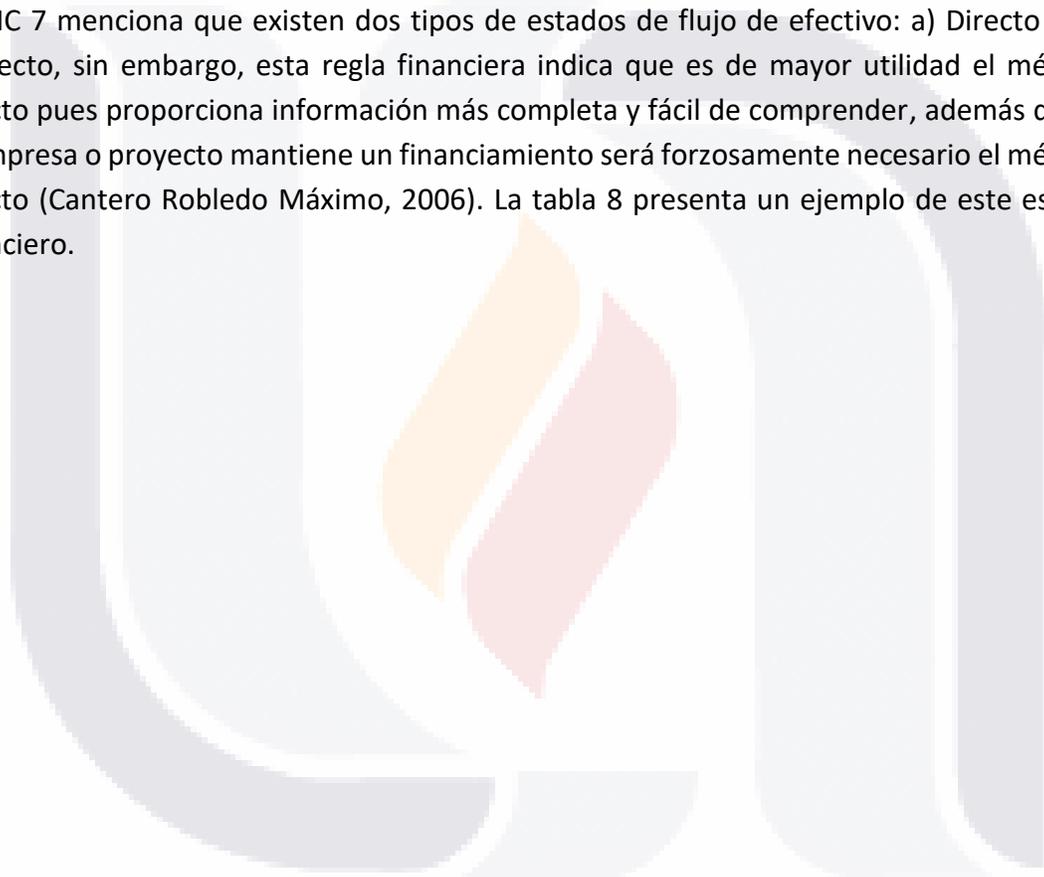


Tabla 8 Ejemplo estado de flujo de efectivo (caja)

	Flujo de efectivo					
	Periodo inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo inicial	890,420	15,790.00	92,366.04	175,864.81	266,093.18	359,823.33
INGRESOS						
.	0.00	1,597,300	1,629,445	1,662,220	1,695,615	1,729,750
Financiamientos	400,000					
Otros	0.00					
TOTAL INGRESOS	400,000.00	1,597,300.00	1,629,445.00	1,662,220.00	1,695,615.00	1,729,750.00
TOTAL DISPONIBLE	1,290,420	1,613,090	1,721,811	1,838,085	1,961,708	2,089,573
EGRESOS						
Mobiliario	240,420					
Maquinaria y equipo	650,000					
Equipo de cómputo	18,500					
Herramientas	5,710					
Equipo de transporte	300,000					
Inventario Inicial	60,000					
Costo de Ventas		772,660.00	788,199.00	804,047.00	820,195.00	836,703.00
Gastos de operación		490,800.00	507,978.00	525,757.23	544,158.73	563,204.29
Gastos de Administración		68,400.00	70,794.00	73,271.79	75,836.30	78,490.57
Gastos de venta		12,000.00	12,420.00	12,854.70	13,304.61	13,770.28
Gasto Financiero		84,800.00	67,840.00	50,880.00	33,920.00	16,960.00
ISR		7,386.10	11,458.30	15,416.88	21,104.20	24,830.66
PTU		2,462.03	3,819.43	5,138.96	7,034.73	8,276.89
Dividendos		2,215.83	3,437.49	4,625.07	6,331.26	7,449.20
Pago a capital		80,000.00	80,000.00	80,000.00	80,000.00	80,000.00
TOTAL EGRESOS	1,274,630	1,520,724	1,545,946	1,571,992	1,601,885	1,629,685
FLUJOS NETOS	-874,630	76,576	83,499	90,228	93,730	100,065
SALDO FINAL	15,790	92,366	175,865	266,093	359,823	459,888

Fuente: Elaboración propia 2022, en base a Díaz, (2006) El estado de flujos de efectivo y una administración eficiente del efectivo.

9.2.6.10 Costo promedio ponderado de capital.

Para que un proyecto o empresa se ponga en marcha, será necesario contar con financiamiento, ya sea de personas físicas (socios/inversionistas), o de alguna institución de crédito (Bancos), En la mayoría de los casos el financiamiento de los proyectos está conformado por ambos tipos. Por lo que ante esta realidad es necesario estimar la tasa mínima de rendimiento o el costo de la deuda para poder evaluar si la empresa o proyecto, será capaz de generar al menos la mínima utilidad para pagar el financiamiento otorgado, para esto se utilizará el método de medición WACC (Weighted Average Cost of Capital) por sus siglas en inglés, el cual consta de un cálculo, que nos mostrará la tasa real del costo promedio ponderado de capital:

$$WACC = K_e * \frac{E}{E+D} + K_d * \frac{D}{E+D} * (1 - T)$$

Donde:

E = Parte del financiamiento aportada por los socios o inversionistas "Equity"

D = Parte del financiamiento aportada por terceros, instituciones de crédito (Bancos) "Deuda"

Ke = Tasa de rendimiento esperada o solicitada por los inversionistas y socios (calculada por el método CAPM)

Kd = Tasa de interés del préstamo solicitado (tasa promedio de las tasas de interés de los préstamos adquiridos)

T= Tasa tributaria impositiva en México del impuesto sobre la renta

Por lo anterior el resultado de esta fórmula permitirá visualizar en la evaluación del proyecto la tasa mínima del retorno o costo de la deuda que posteriormente será comparada con la Tasa interna de rendimiento para verificar su rentabilidad.

9.2.7 Evaluación Financiera

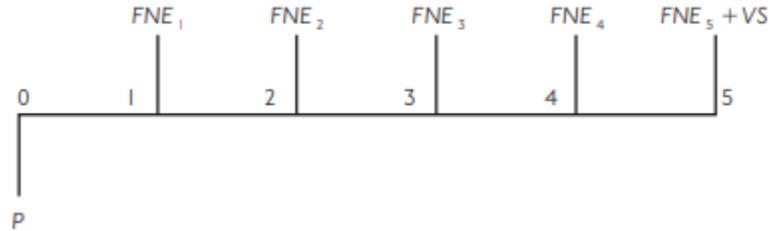
En esta etapa final de la evaluación de proyectos podremos calcular la factibilidad final, con la que el empresario o inversionista podrá tomar la decisión de llevarlo a cabo o rechazarlo rotundamente. Por lo que al haber realizado los estudios anteriores al momento de la evaluación financiera ya se tendrá la determinación de localización y tamaño de la planta o negocio, se conocerá y dominará el proceso de producción y comercialización, así como todos los costos en los que incurrirá la empresa, la inversión inicial que necesitada y las vías de administración del financiamiento, tanto las utilidades proyectadas por los estados financieros así como la proyección de administración de su flujo de efectivo; todo lo anterior hasta el momento dichos estudios indicarían una prefactibilidad del proyecto sin embargo, esta medida no es suficiente para tomar una decisión certera. Como es de conocimiento en el mercado financiero el dinero con el paso del tiempo pierde valor en escala a la tasa de inflación vigente, esto implicaría que los métodos financieros de evaluación de factibilidad deberán considerar este punto. (Lira Briceño, 2013)

9.2.7.1 Valor presente neto (VPN)

Aunque en el uso de las TIC (tecnologías de información, y comunicación), permite que la herramienta Excel realice la fórmula automáticamente, es importante identificar el propósito de este método de evaluación financiera para proyectos que consta de "El valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial" (Baca, 2006) . Por lo que se entiende que el Valor presente neto consiste en traer a valor

presente todos los flujos de caja del proyecto o negocio para determinar cuánto se va a ganar o perder con el considerando el valor del dinero en el futuro. La fórmula 1. representa un diagrama de flujo de efectivo en el tiempo.

Formula 1. Diagrama de Flujos de Efectivo.



Fuente: Baca Urbina Gabriel, (2006) Evaluación y formulación de proyectos.

Por lo que para determinarlo se debe considerar la siguiente formula expresada en la fórmula 2:

Formula 2. Formula Valor presente neto

$$VPN = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5 + VS}{(1+i)^5}$$

Fuente: Baca Urbina Gabriel, (2006) Evaluación y formulación de proyectos.

En este caso las variables corresponden a:

P = Inversión Inicial

FNE = Flujo de Efectivo descontado (neto)

i = Tasa de rendimiento esperada por la inversión (WACC)

Por lo que al considerar una tasa mínima de rendimiento o costo de la deuda muy alta, sería muy factible que el valor presente neto resultará negativo y por lo tanto se rechazaría el proyecto, puesto que esta metodología logra enunciar al inversionista un resultado monetario fácil de interpretar, debido a que gracias a la reinversión “total” de las ganancias anuales y de la tasa mínima de rendimiento calculada se podría considerar que el criterio concluiría en que si el VPN es ≥ 0 , el proyecto será factible rentable mente y se podrá proceder con la implementación, sin embargo si el VPN es ≤ 0 deberá ser rechazado puesto que no genera rentabilidad alguna.

9.2.7.2 Tasa interna de rendimiento (TIR)

Por su parte la tasa interna de retorno nos ofrece el método de evaluación mediante la tasa de interés relativa a la rentabilidad generada en su totalidad al interior de la empresa por medio de la reinversión. Por lo anterior se puede concluir que a mayor tasa interna de retorno mayor rentabilidad existe en el proyecto, por lo que esta tasa deberá compararse con la tasa generada por la metodología del costo promedio ponderado de capital es decir la tasa de rendimiento mínima esperada (WACC), en este sentido si la TIR es mayor que el WACC quiere decir que el proyecto en cuestión cuenta con una rentabilidad mayor a la mínima esperada, y podrá ponerse en marcha para su operación. En caso contrario, si la TIR es menor que el WACC el proyecto no está generando la tasa mínima de retorno para subsanar el financiamiento adquirido, por lo tanto, el proyecto deberá rechazarse. Por último, si la TIR y el WACC son iguales, la decisión deberá tomarse respecto a otros factores puesto que el proyecto genera lo necesario para pagar la inversión, pero no utilidades para la empresa. (Lira, 2013)

La herramienta tecnológica de información y comunicación Excel, realiza la función en automático, sin embargo, la formula a seguir manualmente seria la siguiente:

Formula 3. Tasa Interna de rendimiento TIR

$$P = - \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5 + VS}{(1+i)^5}$$

Fuente: Baca Urbina Gabriel, (2006) Evaluación y formulación de proyectos.

9.2.7.3 Beneficio/Costo

La metodología Beneficio/costo reside en el coeficiente resultado de dividir los ingresos netos totales entre el valor total neto de los costos de inversión o costos totales, este método de medición es catalogado como índice neto de rentabilidad. Puesto que si el coeficiente anteriormente mencionado resulta >1 es un proyecto que genera una factibilidad rentable, y por el contrario si el coeficiente resulta <1 deberá rechazarse el proyecto puesto que en ese caso los costos de inversión están siendo mayores que los beneficios monetarios generados por la operatividad de la inversión o proyecto (Jácome et al; 2017).

9.2.7.3 Análisis de sensibilidad

El estudio sensibilidad se refiere al procedimiento en Excel en el cual se mide cuan sensible es la TIR (Tasa interna de rendimiento) del proyecto ante cambios en las variables del proyecto como, costos de materia prima, disminución de ingresos, aumento del costo del financiamiento entre otros. ES importante considerar que muchas de las variables

estimadas en las etapas pasadas no dependerán del empresario, puesto que pueden ocurrir un sinnúmero de eventos fortuitos que llegaran a afectar líneas de producción, inflación, reformas de financiamientos, aumento en los costos etc. Donde el empresario deberá tomar decisiones fundamentales, por lo que la evaluación financiera permitirá al inversionista prever ciertos escenarios de riesgo y observar el comportamiento de las tasas de rendimiento con el objetivo de medir la estabilidad de la empresa conforme crezca su operación (Baca, 2006).

9.2.7.4 Razones financieras

Por otra parte, una manera de evaluar el funcionamiento de una empresa en curso análisis financiero existen distintos métodos de medición que facilitan conocer la situación actual financiera de las organizaciones, por ejemplo, cálculos financieros que permiten mediante la relación de distintas cuentas financieras que nos permiten calcular indicadores sobre distintos aspectos de la empresa. Sin embargo, existen cuatro clasificaciones para estas, que ayudan a focalizar el estudio:

1. Razones de liquidez;
2. Razones de actividad;
3. Razones de rentabilidad y;
4. Razones de Cobertura

1. Razones de Liquidez:

En el rubro de las razones financieras de liquidez se encuentra como una de las más importantes y declaratorias. Para una empresa con las razones de este tipo, podemos identificar claramente la rentabilidad de una empresa, y en el caso de la startup seleccionada se usaron las dos razones de liquidez siguientes:

- a) Razon Circulante.
- b) Prueba del ácido.

2. Razones de Actividad:

Dentro de este tipo de ratios financieros se relacionan cuentas contables relacionadas a la productividad, inventario, es decir, aquellas actividades de producción o actividad de la empresa dentro de este rango se evaluaron cuatro ratios siguientes:

- a) Rotación de activo;
- b) Rotación de activo fijo;
- c) Rotación de Inventario y;
- d) Días de Inventario.

3. Razones de Rentabilidad:

Estos indicadores muestran el porcentaje de abundancia en las ventas o ingresos, en base estrictamente a las utilidades que la empresa refleja en el estado de resultados. De igual manera en esta tipificación existen tres tipos de razones de rentabilidad:

- a) Margen de utilidad;
- b) Rendimiento sobre Inversiones y;
- c) Rendimiento sobre Capital.

4. Razones de Cobertura:

El último rango de razones financieras es el que facilita al empresario identificar o conocer la capacidad de su empresa para cubrir sus obligaciones o compromisos a largo plazo respecto de sus activos y en consecuencia la relación que existe entre el financiamiento interno y externo de la empresa, respecto de su capital y rentabilidad, por lo que ante las características de la empresa en cuestión únicamente en este tipo de índices se utilizó un indicador de los tres existentes:

- a) Apalancamiento Operativo.

10. Capítulo III. Fiscalización de las Empresas startup en México.

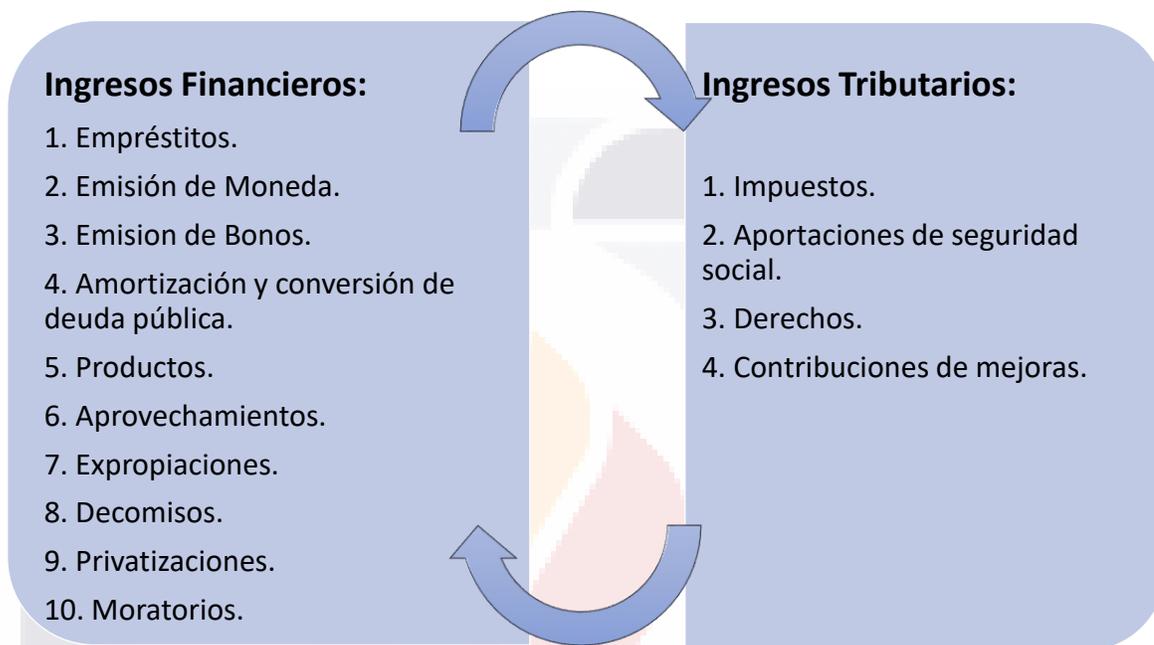
10.1 Ingresos del Estado

Como es de conocimiento de todos los mexicanos, el estado necesita recurso económico para su administración, y para poder otorgar a la población los servicios y facilidades necesarias para la vida diaria. Por lo que estos ingresos esperados son siempre anunciados en un Plan nacional de Desarrollo cada sexenio, es decir, cada que en México existen nuevos periodos presidenciales, el poder ejecutivo lanza este plan para el conocimiento de todos los ciudadanos. Por lo anterior, es importante contrastar los dos tipos de ingresos principales que el estado puede percibir:

1. Los ingresos provenientes de bienes y actividades del estado y;
2. Los provenientes del ejercicio de poderes esenciales y permanentes a la soberanía o al poder del estado, estos tienen la siguiente subdivisión:
 - 2.1 Ingresos Tributarios e;
 - 2.2 Ingresos Financieros.

De modo que en su caso los ingresos Financieros corresponden a aquellos que provienen de todas las fuentes de financiamiento a las que el estado recurra y por su parte los Ingresos tributarios (aquellos en los que nos interesa poner atención como emprendedores de Startups), son aquellos derivados de las contribuciones de los ciudadanos. Esta idea es apoyada por el Gráfico 8.

Gráfico 8. Ingresos del estado de México



Fuente: Realización propia 2023, en base al artículo 2° del Código Fiscal de la federación (2023); Y de la Ley de Ingresos de la Federación (2023).

10.2 Elementos de los Impuestos

Sin embargo, es importante identificar que de estos ingresos específicamente los impuestos cuentan con elementos que facilitan a los contribuyentes encargados del startup el entendimiento de los mismos, para saberse colocar o identificar en los supuestos que les corresponden. Los impuestos cuentan con cuatro elementos:

1. El Sujeto: Que puede ser Pasivo o Activo, este último es el que cobra que en su defecto es el estado, y el pasivo corresponde al que paga, es decir, el contribuyente.
2. El Objeto: Este elemento hace referencia a lo que regula el impuesto.
3. La Base: Este elemento delimita del supuesto al cual se le tomara el pago, es decir, mediante gastos deducibles o utilidades se delimita la base sobre la cual se aplicará el impuesto.

4. Tasa o Tarifa: La Tasa es aquel mecanismo de pago de la contribución que por lo general es un porcentaje, y por su parte la tarifa corresponde a una cuota en función de materializar el pago.

10.3 Sistema de Coordinación Fiscal

Así mismo para estos Ingresos esperados y que son recaudados por la autoridad se creó la Ley de Coordinación fiscal en la cual se destaca principalmente el modo de administrarse todas las contribuciones federales, y su repartición tal como lo menciona el artículo primero de la misma:

“ Artículo 1o.- Esta Ley tiene por objeto coordinar el sistema fiscal de la Federación con las entidades federativas, así como con los municipios y demarcaciones territoriales, para establecer la participación que corresponda a sus haciendas públicas en los ingresos federales; distribuir entre ellos dichas participaciones; fijar reglas de colaboración administrativa entre las diversas autoridades fiscales; constituir los organismos en materia de coordinación fiscal y dar las bases de su organización y funcionamiento”(CÁMARA DE DIPUTADOS DEL H. CONGRESO DE LA UNIÓN, 2018).

Dentro de esta ley se estipula también que deberá existir un consejo de la coordinación fiscal que estará conformado por un representante de cada estado que decida participar en esta coordinación federal, que se formaliza principalmente con un convenio entre gobiernos.

10.4 Marco Constitucional de las contribuciones

Por consecuente, en México los actos de fiscalización tienen su fundamento legal principalmente en el artículo 31 fracción IV de la Constitución Política de los Estados Mexicanos, donde se menciona la obligación de los residentes mexicanos a la contribución del gasto público del país, de manera estatal como federal siempre manteniendo que dichas contribuciones cumplan con los dos principios de las cargas tributarias, que busca que sean:

- a) Proporcionales y;
- b) Equitativos.

Así mismo el Código Fiscal de la federación también menciona un principio que le da sentido la fiscalización en su artículo primero donde nos indica y menciona ya a los tipos de personalidades jurídicas que podrán contribuir:

“Las personas físicas y las morales, están obligadas a contribuir para los gastos públicos conforme a las leyes fiscales respectivas”

Por lo que es la primera vez que se menciona esta tipificación y la cual será clave para la determinación de los impuestos, que se deberán enterar.

Además, este mismo código nos indica en su segundo artículo como es que están clasificadas las contribuciones que nos indica la constitución las cuales son:

- a) Impuestos: Contribuciones fundamentadas en la ley que las personas físicas y morales que estén bajo la condición jurídica prevista de la misma ley están obligadas a enterar.
- b) Aportaciones de seguridad social: Contribuciones establecidas en ley para quienes sustituyan al estado en cumplimiento de seguridad social y para aquellas beneficiadas de manera especial por la misma.
- c) Contribuciones de mejoras: aportaciones establecidas en ley a cargo de personas físicas y morales quienes se benefician directamente de obras públicas.
- d) Derechos: contribuciones establecidas en ley por el uso o aprovechamiento de bienes o servicios públicos, con excepción de aquellos servicios prestados por entes descentralizados u órganos desconcentrados.

De modo que al conocer los diferentes tipos de contribuciones a las que están sujetos los contribuyentes podemos comprender las distintas áreas de interés del estado en cuestión de tributación.

En particular los impuestos tienen una clasificación específica de la cual es imprescindible conocer para que el contribuyente al momento de poner en marcha la startup, reconozca los tipos de impuesto a los que será sujeto según su actividad económica. Estos impuestos tienen tres principales vertientes:

- a) Los impuestos Federales;
- b) Los impuestos Estatales y;
- c) Los impuestos Municipales.

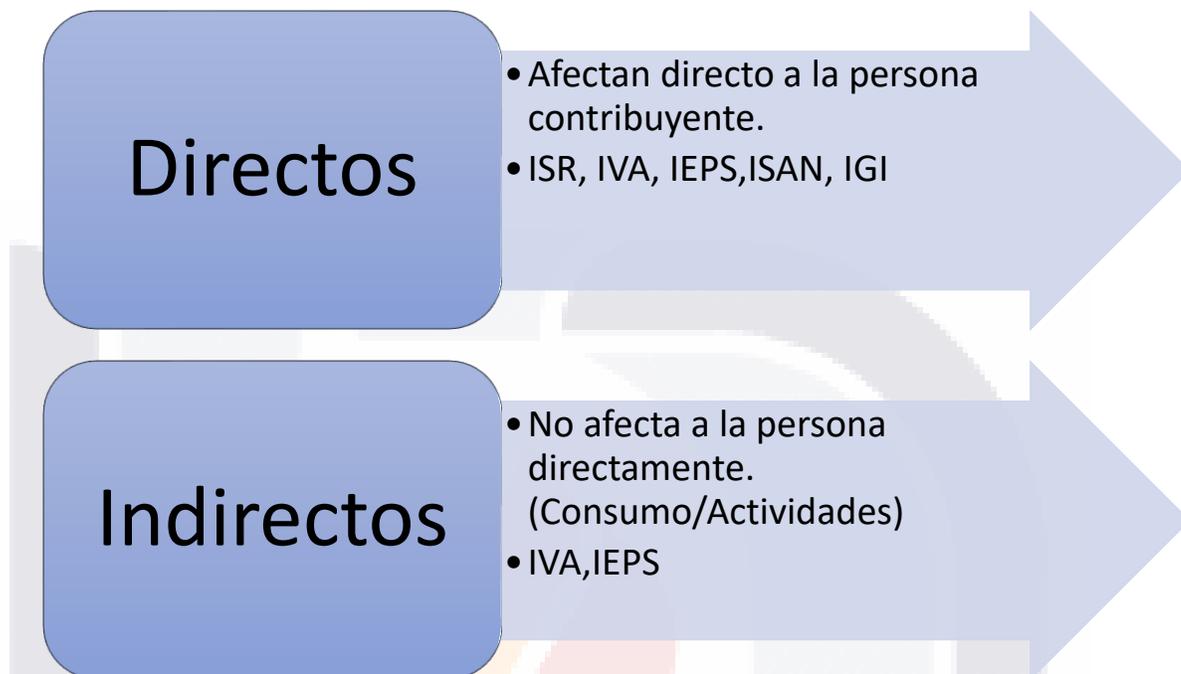
Los impuestos federales son la principal fuente de recaudación del país, y por lo tanto el gobierno federal es el encargado de recaudarlo y administrarlo, dentro de esta clasificación se encuentran los siguientes impuestos:

1. Impuesto sobre la Renta (ISR);
2. Impuesto al Valor Agregado (IVA);
3. Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS) y;
4. Impuesto sobre Automóviles Nuevos (ISAN).

Cada uno de estos impuestos cuenta con su propia legislación y reglamento correspondiente, en la cual se indica a detalle el supuesto, momento de acumulación, los regímenes disponibles para cada tipo de actividad económica, calculo, gastos deducibles, restricciones etc. Estos también se dividen principalmente en dos tipos: (El gráfico 9 apoya esta idea).

- a) Impuestos directos e;
- b) Impuestos Indirectos.

Gráfico 9. Tipos de Impuestos.



Fuente: Elaboración propia 2023.

Por otro lado, los impuestos estatales son enteramente dispuestos y administrados por el estado, por lo que difícilmente todos los estados de la república mexicana mantengan una tributación homogénea. Para este caso práctico nos enfocaremos en los impuestos establecidos únicamente en el estado de Aguascalientes, que son los siguientes:

1. Sobre Espectáculos Públicos;
2. Sobre Rifas, Loterías, Premios y Concursos;
3. Sobre la realización de Juegos con Apuestas y Sorteos;
4. Sobre prestación de servicios de Hospedaje;
5. Sobre adquisición de Vehículos usados de Motor;
6. Sobre negocios Jurídicos e Instrumentos Notariales;
7. A la final venta de bebidas con contenido Alcohólico;
8. Erogaciones en Juegos con Apuestas y;
9. Sobre Nóminas.

Los detalles de tributación de estos impuestos estatales están en la Ley de Hacienda del estado de Aguascalientes, donde describe específicamente se estipulan los elementos de cada impuesto.

Es importante mencionar, que como nos lo indican los artículos constitucionales, es la obligación del ciudadano contribuir al gasto publico mediante contribuciones al estado, lo que nos lleva específicamente a los impuestos a los que estarían expuestos las Startups, a conocer las formas de extinción de este. Por lo que las formas de extinguir un impuesto según la legislación mexicana son:

1. El Pago: Cuando en tiempo y forma definida por la ley misma se realiza la obligación en dinero líquido.
2. Adjudicación: Embargo de bienes, qué al no haberse realizado el pago en dinero, la autoridad le retiene los mismos para rematarlos o adjudicárselos en forma de pago.
3. La Prescripción: Transcurso del tiempo límite en que el sujeto Pasivo se libera de la obligación de pago.
4. La Caducidad: Extinción de la obligación por el simple tiempo transcurrido para comprobar el incumplimiento de alguna contribución.
5. La Compensación: Cuando existe un saldo a favor en un impuesto federal hermano que puede aplicar a un impuesto a cargo en otro.
6. Por Decreto: El poder ejecutivo puede emitir un decreto para condonar el pago de alguna contribución (cuestionable).
7. Por Exención: Cuando en la misma ley o en alguna relacionada se entiende que no se es sujeto a algún impuesto.

10.5 Riesgos Fiscales de las empresas Startup

Por lo anterior es de esperarse que las empresas startup, al ser empresas preinstaladas y en busca de un modelo de negocio permanente, de rápido crecimiento tienden a temerle a cumplir con las obligaciones fiscales desde sus inicios, sin embargo, estas mismas empresas, tienen un riesgo alto de incumplimiento fiscal, por lo que en la actualidad la autoridad fiscal menciona tres importantes catalogaciones para esto:

1. Defraudación: Contribuyente que con alevosía y ventaja realiza actos para no pagar impuestos.
2. Evasión: Cuando una empresa realiza actividades económicas sin estar dado de alta ni cumplir con las debidas obligaciones fiscales que le corresponde.
3. Elusión: Cuando un contribuyente optimiza las normas fiscales para beneficiarse ante el pago de impuestos.

11. Capítulo IV. Intervención Práctica

11.1 Generalidades de la Empresa

La empresa elegida para la intervención es una Sociedad Anónima de Capital Variable, fue constituida el 30 de abril de 2021, y mantiene un domicilio fiscal en Av. Manuel Ávila Camacho #2288 Col. Jardines del Country Guadalajara Jalisco.

Esta empresa funciona bajo el modelo de negocio de franquicia, es decir, que opera bajo nombre y condiciones de una matriz, quien le estipula especificaciones técnicas, administrativas, financieras, de marketing etc, las cuales deberán llevarse a cabo expresamente para el otorgamiento de la misma; Por lo que esta entidad jurídica estipuló dentro de su objetivo principal, desde su constitución la “Compraventa, fabricación, distribución, representación, comisión, consignación, importación, y exportación de toda clase de equipos y materiales que sean utilizados para las actividades relativas a la caza, pesca, campismo, rapel en general, tanto nacional como importado, así como la venta al público en general”

Su giro principal según las actividades de la franquiciante, es ser una empresa dedicada a la comercialización de todo tipo de materiales dedicados a deportes extremos principalmente; Como lo es la caza, hiking, pesca, camping, etc. Asi mismo, también mantiene un campo de tiro de armas de aire, el cual tiene la finalidad de crear una estrategia de publicidad y mercadotecnia para atraer a los clientes potenciales compradores de mercancía, sin embargo, de esta actividad secundaria también obtiene ingresos.

Al momento de su constitución esta empresa inicio sus operaciones con una inversión inicial de aproximadamente 3,000,00.00 (Tres millones de pesos 00/100 MXN) divididas en las acciones respectivamente las cuales fueron liberadas en el momento, de su suscripción.

Esta empresa es considerada un startup, de alto crecimiento y en curso en convertirse en una scaleup, muy pronto, puesto que al ser relativamente nueva en el mercado jalisco, busca innovar en sus procesos de marketing, procesos de compra y productos, asi mismo busca ofrecer al cliente una experiencia única al entrar en contacto con su oferta, promueve el deporte y la convivencia social mediante su campo de tiro y mural de rapel, y de igual forma cuenta con los más altos y novedosos productos relacionados con estas actividades.

Por el momento la empresa se encuentra dada de alta ante el Sistema de Administración Tributaria (SAT) en el régimen simplificado de confianza para personas morales y cuenta con alrededor de cinco empleados.

11.2 Metodología de la Intervención

La intervención para la empresa fue diseñada, en las siguientes tres fases:

1. Análisis de la rentabilidad actual de los modelos actuales de negocio de la empresa.
2. Realización de proyecto de inversión para implementación de la página web, con el efecto fiscal correspondiente y;
3. Análisis específico para punto de venta en centro comercial.

Por esta razón, se llevaron a cabo los distintos estudios en busca de proveer al empresario de información financiera necesaria para conocer la etapa actual en la que se encuentra su startup, la cual le facilitará en sobremanera la toma de decisiones futuras que más le beneficien y les acerquen a sus objetivos de crecimiento a corto y largo plazo.

11.3 Primera fase – Análisis de rentabilidad

Mediante un análisis financiero realizado en base a la información conformada por estados de resultados, estados financieros, cuentas contables de proveedores, ventas, informes de inventarios y estados de cuenta compartidos por la empresa con fecha última del 31 de enero de 2023, se logró adquirir los siguientes resultados:

11.3.1 Ventas mensuales:

La empresa inicio sus operaciones en el mes de octubre de 2021 con una inversión inicial de \$3,000,000.00 (Tres millones de pesos 00/100 MXN) aproximadamente, y dentro de los periodos siguientes se obtuvo el promedio de ventas mensuales durante el año 2022 de \$587,090.84 (Quinientos ochenta y siete mil noventa 84/100 MXN), sin embargo, respecto del último trimestre de 2021 y el de 2022 hubo un aumento en los ingresos promedio por aproximadamente un 56.22% llegando a ingresos mensuales promedio de \$832,350.34 pesos (Ochocientos treinta y dos mil trescientos cincuenta pesos 34/100 MXN), así mismo durante el año 2023 a la fecha el mes con ingresos más bajos fue el de junio con un monto de \$637,990.00 pesos y por el contrario el mes con las ventas más altas registradas, ha sido el de enero que alcanzó el \$1,054,744.00.

No obstante, estos ingresos se obtienen de dos tipos de fuentes diferentes, es decir, el 90% de los mismos corresponde a la venta de los artículos que la empresa comercializa, y por su parte el 10% restante de ellos corresponde a los ingresos generados por el campo de tiro.

11.3.2 Costo de Venta:

Respecto a sus costos la administración se considera que es equivalente al 75% de la venta correspondiente, debido a que son productos que no son fabricados ni modificados en ninguna de sus etapas de producción por la misma empresa, siendo la realidad, que al ser un franquiciatario debe pagar al franquiciante un porcentaje de las ventas totales así como adquirir todo inventario del mismo franquiciante, es decir, el franquiciante se vuelve su principal y más importante proveedor y ya que por lo regular, la mayoría de los productos son importados, el costo de los mismos fluctúa y se incrementa con frecuencia. Por lo que podemos identificar que el alto costo se debe a que la comercialización de los artículos a la venta incrementa por cuestiones de transporte, envíos, aranceles, tipo de cambio, aumento en precio de materias primas entre otros.

Por su parte el costo de los ingresos recibidos por el campo de tiro es relativamente bajo, puesto que la inversión inicial de infraestructura, materiales, y herramientas necesarias para brindar dicho servicio fue subsanado en los primeros seis meses de operación de la empresa, por lo que los gastos en los que se incurren actualmente en este ramo, están enfocados principalmente al mantenimiento de las instalaciones básicas y adquisición de materiales consumibles, por lo que el porcentaje correspondiente a esta actividad es del 20% sobre los ingresos correspondientes.

11.3.3 Estados Financieros.

Es de gran importancia, que los estados financieros de las startup, estén constituidos por información real, concisa y actualizada, puesto que el análisis financiero que se realizará de la empresa de manera global actual se basa en los números registrados en sus libros contables. Por lo cual se muestra en los gráficos 19, 20 y 21 los estados financieros: a) Estado de Resultados global a diciembre de 2022 y b) Estado de resultados a agosto de 2023. y c) Balance General a diciembre 2022.

Gráfico 10.Estado de Resultados al 2022 (Global).

ACUMULADO TRIMESTRE 2022	
Rentas	\$ 193,500.00
Venta	\$ 2,303,551.03
VENTA TOTAL	\$ 2,497,051.03
Costo de ventas	\$ 1,727,663.27
Utilidad Bruta	\$ 769,387.76
Gasto variable	\$ 71,105.00
Gasto fijo	\$ 293,571.00
Gasto total	\$ 364,676.00
Utilidad de operación	\$ 404,711.76
ISR	\$ -
PTU	\$ -
Utilidad Neta	\$ 404,711.76
Dividendos	\$ 150,000.00
Utilidad Retenida	\$ 254,711.76

Fuente: : Elaboración propia en base en el análisis de estados financieros 2021, 2022 y 2023.

Gráfico 11. Estado de Resultados al 2023 (Global)

	2023							
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto
Rentas	\$ 110,060.00	\$ 83,850.00	\$ 149,850.00	\$ 234,800.00	\$ 189,720.00	\$ 135,930.00	\$ 153,870.00	\$ 158,830.00
Venta	\$ 944,684.00	\$ 663,710.00	\$ 566,113.00	\$ 790,743.00	\$ 574,204.00	\$ 502,060.00	\$ 809,448.00	\$ 676,610.00
VENTA TOTAL	\$ 1,054,744.00	\$ 747,560.00	\$ 715,963.00	\$ 1,025,543.00	\$ 763,924.00	\$ 637,990.00	\$ 963,318.00	\$ 835,440.00
Costo de ventas	\$ 708,513.00	\$ 497,782.50	\$ 424,584.75	\$ 593,057.25	\$ 430,653.00	\$ 376,545.00	\$ 607,086.00	\$ 507,457.50
Utilidad Bruta	\$ 346,231.00	\$ 249,777.50	\$ 291,378.25	\$ 432,485.75	\$ 333,271.00	\$ 261,445.00	\$ 356,232.00	\$ 327,982.50
Gasto variable	\$ 9,246.00	\$ 15,382.00	\$ 64,261.00	\$ 48,256.00	\$ 42,120.00	\$ 121,258.00	\$ 86,073.00	\$ 48,672.00
Gasto fijo	\$ 97,392.00	\$ 97,392.00	\$ 97,392.00	\$ 104,393.00	\$ 104,393.00	\$ 104,393.00	\$ 104,393.00	\$ 104,743.00
Gasto total	\$ 106,638.00	\$ 112,774.00	\$ 161,653.00	\$ 152,649.00	\$ 146,513.00	\$ 225,651.00	\$ 190,466.00	\$ 153,415.00
Utilidad de operación	\$ 239,593.00	\$ 137,003.50	\$ 129,725.25	\$ 279,836.75	\$ 186,758.00	\$ 35,794.00	\$ 165,766.00	\$ 174,567.50
ISR	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
PTU	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad Neta	\$ 239,593.00	\$ 137,003.50	\$ 129,725.25	\$ 279,836.75	\$ 186,758.00	\$ 35,794.00	\$ 165,766.00	\$ 174,567.50
Dividendos	\$ -	\$ -	\$ 300,000.00	\$ -	\$ -	\$ 300,000.00	\$ -	\$ -
Utilidad Retenida	\$ 239,593.00	\$ 137,003.50	-\$ 170,274.75	\$ 279,836.75	\$ 186,758.00	-\$ 264,206.00	\$ 165,766.00	\$ 174,567.50

Fuente: Elaboración propia en base en el análisis de estados financieros 2021, 2022 y 2023.

Gráfico 12. Balance General de la empresa Acumulado 2022.

ACTIVOS	ACUMULADO TRIMESTRE 2022	PASIVO	\$
Activo Circulante		Pasivo a corto plazo	
Bancos	\$ 163,070.00	Documentos por pagar	\$ -
Cientes (Cuentas por cobrar)	\$ -	Proveedores (Cuentas por pagar)	\$ 2,077,120.81
Inventarios	\$ 11,717,521.71	Acreedores Diversos	\$ -
Deudores Diversos	\$ -	Impuestos por pagar	\$ -
Total Activo Circulante	\$ 11,880,591.71	Total pasivo circulante	\$ 2,077,120.81
Activo no circulante		Pasivo no circulante	
Activo Fijo		Deuda Financiera	\$ -
Edificios	\$ -	Beneficios a empleados	\$ -
Mobiliario y Equipo	\$ 1,831,040.30	TOTAL PASIVO	\$ 2,077,120.81
Equipo de Transporte	\$ -		\$ -
Total Activo no Circulante	\$ 1,831,040.30	CAPITAL	
TOTAL ACTIVO	\$ 13,711,632.01	Contribuido (Fijo)	
		Capital social	\$ 11,379,799.44
		Ganado (Variable)	\$ -
		Utilidades Acumuladas	\$ 254,711.76
		TOTAL CAPITAL CONTABLE	\$ 11,634,511.20
			\$ -
		TOTAL PASIVO + TOTAL CAPITAL	\$ 13,711,632.01

Fuente: Elaboración propia en base en el análisis de estados financieros 2021, 2022 y 2023.

11.3.4 Análisis Financiero

Este método de análisis fue clave para identificar en que etapa financiera se encuentra la empresa startup, áreas de oportunidad y momentos pertinentes para tomar decisiones importantes en cuanto a inversiones, financiamientos, dividendos entre otros.

1. Razón circulante: Esta razón financiera se aplicó a la empresa dividiendo la cuenta de activo circulante entre la de pasivo circulante, ambas cuentas integradas en el estado de posición financiera o conocido también como balance general, en este análisis obtuvimos el siguiente resultado:

Tabla 9 Resultados razón Circulante.

Razon Circulante	
2021	5.579
2022	5.720

Fuente: Elaboración propia en base en el análisis de estados financieros 2021, 2022.

Esta razón financiera, nos indica la capacidad de pago que tiene la empresa respecto a sus obligaciones económicas a corto plazo es decir todas aquellas deudas a menos de un año. Por lo que estos resultados nos arrojan que por cada peso de deuda a corto plazo que tenga la empresa en 2021 contaba con 5.579 pesos de activo circulante para hacer frente a la misma deuda, esto nos indica que en los primeros tres meses de operación la empresa si era capaz financieramente hablando, de hacer frente a sus obligaciones operativas, esto debido a que contaban con un monto fuerte de inventario. No obstante, a partir del año 2022, el resultado fue igualmente favorable puesto que en este año se registró que por cada peso de deuda a corto plazo se contaba con 5.720 pesos en activo circulante para hacer frente. Esto nos indica que la empresa a pesar de su corto periodo de actividad es capaz de hacer frente sin ningún problema a sus deudas relacionadas directamente con su actividad.

2. Prueba del ácido: Este cálculo nos permite visualizar la liquidez de la empresa de una manera más conservadora puesto que se mide la capacidad de hacer frente a las deudas de corto plazo relacionadas a los gastos de operación sin considerar la mercancía o inventario en almacén como activo circulante es decir, considerando únicamente los activos líquidos, por esta razón, la metodología de este cálculo es restar al activo circulante el inventario y dividirlo por la cantidad registrada de pasivos a corto plazo, los resultados fueron los siguientes:

Tabla 10 Resultados Prueba del ácido.

Prueba del Acido	
2021	8.381%
2022	7.851%

Fuente: Elaboración propia en base a resultados adquiridos mediante estados financieros de la empresa X, 2021, 2022.

En este caso la interpretación correspondiente no favorece mucho a la empresa puesto que, este análisis busca primordialmente verificar la capacidad de pago de las obligaciones con los activos líquidos que puedan utilizarse de manera casi inmediata puesto que el inventario tardaría un poco más en liquidarse para pagar las obligaciones que se tengan al momento o por ejemplo, en caso de ocurriera algún caso fortuito donde se perdiera en su totalidad el inventario físico, teniendo así que hacer frente con los demás recursos que tenga la empresa en el activo circulante. Por lo que, en último trimestre de operación del año 2021, esta empresa con los supuestos anteriores podría hacer frente a su deuda en un 8.38% con el activo circulante restante. Por su parte en 2022 solo podría pagar un 7.851% de sus deudas con el activo disponible, estos resultados pueden llegar a ser un área de oportunidad muy grande para el startup puesto que nos revela que el valor monetario más

fuerte que tiene la empresa comercializadora está en la mercancía física que tiene, por lo que habría que implementar estrategias para aumentar las ratios y su capacidad de pago.

De Actividad o Eficiencia

1. Rotación de Activo: Este indicador financiero nos facilita conocer el grado de aprovechamiento de los activos, por ejemplo, una rotación alta es equivalente a un alto aprovechamiento de activos que son utilizables para generar ingresos por lo que la tabla 11. Nos muestra los resultados correspondientes a este indicador.

Tabla 11 Resultados de Rotación de Activo.

Rotación de Activo	
2021	0.4349
2022	0.5463

Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa intervenida de 2021, 2022.

En este indicador, podemos observar que la rotación en ninguno de los años fiscales laborados se llega la unidad, puesto que la interpretación de este se refiere a que por cada peso invertido en los activos de la empresa solo se recibe 54 centavos respecto al año 2022, cuestión que no es favorable para la startup, debido que según los rangos contables y financieros de las empresas dedicadas a la comercialización y servicios la rotación siempre debe estar por encima de dos unidades. Por lo que, según esta razón, la rotación de activos es baja y por lo tanto, los mismos activos no tienen un aprovechamiento significativo sobre los ingresos percibidos por la empresa.

2. Rotación de activo fijo: De igual manera que la razón anterior, este indicador ayuda a identificar el grado de aprovechamiento de los activos fijos en relación con las ventas o ingresos generados. Tabla 12.

Tabla 12 Resultados Rotación de activo fijo.

Rotación de Activo Fijo	
2021	3.734
2022	4.091

Fuente: Elaboración propia en base a estados financieros de la empresa, 2021, 2022.

La interpretación de este indicador se enfoca en la relación que mantienen los activos fijos respecto de los ingresos percibidos por la startup; De manera que, respecto a los resultados que observamos en la tabla podemos identificar que existe un alto aprovechamiento de los activos fijos en la utilidad puesto que respecto al año 2022 se observa que por cada peso invertido en el activo fijo se generan \$4.091 pesos en ingresos, es decir, que existe que la inversión a este activo es redituable para la empresa desde su inicio hasta la actualidad.

3. Rotación de inventarios: Dentro de los indicadores de actividad se encuentran los destinados a medir el comportamiento del inventario de las empresas en todas sus fases ya sean productos: terminados, en proceso de transformación, y materias primas. Por lo que es indispensable que la empresa mantenga un inventario específico para cada fase y un control de inventarios adecuado para cada giro; Por ejemplo, la empresa en cuestión se dedica exclusivamente a la comercialización por lo que la totalidad de sus inventarios corresponden a artículos terminados, no tienen fecha de caducidad ni mantienen riesgo de volverse obsoletos con el tiempo por algún aspecto ambiental o de deterioro. Sin embargo, los precios con los que se adquieren estas piezas varían en el tiempo respecto al precio de mercado de los materiales, cambios en la moneda extranjera, aspectos políticos etc; Por lo que bajo estas circunstancias el método de control de inventarios más adecuado para ellos sería el de PEPS “Primeras entradas, primeras salidas” puesto que el área administradora debe ser capaz de identificar las primeras piezas que se adquirieron y poder colocarles el precio correspondiente que permita cuidar la rentabilidad de la empresa. Así mismo este indicador nos muestra de manera más teórica la cantidad de veces que se surte el almacén de estos artículos en un año, lo cual permite observar el desplazamiento de la mercancía en el tiempo, para calcularlo se utilizó la cuenta del costo de ventas y el promedio de inventario registrado en el balance general, los resultados de 2021, 2022 se muestran en la tabla 13.

Tabla 13 Rotación de Inventario.

Rotación de Inventarios	
2021	0.3487
2022	0.4423

Fuente: Elaboración propia en base a estados financieros de la empresa respecto al año 2021,2022.

Estos resultados nos indican que la empresa tiene muy poca rotación de inventario, debido a que por ejemplo, en el año 2022 el cual como, refleja que el inventario rotó 0.44 veces en el año, es decir que ni siquiera llegó a rotar de manera completa una vez en el año, esto no quiere decir que la empresa no sea rentable debido que su inventario es variado y con distintos precios según sus características, sin embargo, si es un campo de oportunidad para identificar cual es la causa de la falta de rotación, o en su caso analizar el comportamiento del mercado para enfocarse en el suministro más específico para el nicho de clientes que se maneja.

4. Días de inventarios: Por otra parte, otro indicador que suele utilizarse respecto al inventario y que se estima es uno de los más importantes para evaluar la eficiencia y eficacia de la actividad de la empresa es aquel que nos permite analizar la relación de la rotación del inventario en el tiempo, es decir, teóricamente cuantos días se

mantiene estática la mercancía en el almacén o punto de venta, los resultados que arrojo el análisis se muestran en la tabla 14.

Tabla 14 Días de Inventario.

Días de Inventario	
2021	1032.55
2022	813.88

Fuente: Elaboración propia en base a los estados financieros de la empresa en cuestión correspondiente a la actividad del año 2021,2022.

La interpretación de estos resultados, teóricamente nos indican los días que transcurren entre cada reposición total del inventario el cual es igual a 813.88 (Ochocientos trece) días respecto al comportamiento analizado del año 2022, es decir, según el comportamiento de la rotación de mercancía la métrica estimada para que el inventario se reemplace en su totalidad sería de dos años aproximadamente. Aunque la cantidad de días es alta, es importante analizar que el giro de la empresa tiene un peso fundamental, puesto que la comercialización suele ser un proceso más lento en cuestión de la rotación de mercancía, de manera contraria si la empresa fuera una manufacturera, los días de rotación deben ser mucho más cortos puesto que la producción es la mayor actividad de la misma, por lo que es un área a la que la empresa debe poner atención, por cuestiones de precios de materia prima, cambios en la moneda extranjera, nicho de mercado más activo, ciclos del cliente entre otros. En pocas palabras la estrategia que serviría en este segmento sería la estrategia de control de inventarios y estrategias de marketing estrictamente relacionado al ciclo de las ventas.

Razones de rentabilidad

1. Margen de Utilidad: Este indicador mostrara el porcentaje de ganancia sobre la mercancía vendida o ingresos obtenidos por los servicios que la empresa registra en sus estados de resultados, ya que como se mencionó anteriormente la empresa genera ingresos por dos vertientes: venta de mercancía y la prestación del servicio de campo de tiro de arma de aire. Los resultados correspondientes se presentan en la tabla 15.

Tabla 15 Margen de Utilidad.

Margen de Utilidad	
2021	10.580%
2022	16.208%

Fuente: Elaboración propia en base a los estados financieros de la empresa en cuestión correspondiente a la actividad del año 2021,2022.

La interpretación de los resultados son favorables para la empresa, puesto que aunque la startup aún está en etapa de asentamiento ha tenido un margen de utilidad positivo en

todos sus periodos analizados, sin embargo el periodo de operación del año 2022 refleja el índice de utilidad más actual desde que la empresa inicio sus operaciones mostrándose de un 16.20% de utilidad para los inversionistas, ahora bien, dependerá de la tasa interna de retorno mínimo aceptable por sus inversionistas para identificar si este resultado es bajo o alto.

2. Rendimiento sobre Inversiones (ROI): Este índice financiero también esta direccionado a medir el rendimiento de una inversión de la empresa, de manera que se toman los ingresos menos la inversión inicial entre la inversión inicial, por lo que con los resultados mostrados en la tabla 16, podremos identificar los rendimientos generados por las inversiones realizadas por los accionistas para llevar a cabo la operación de la empresa esto no nos refleja la rentabilidad total de la empresa si no que esta razón nos sirve para evaluar a aquellas inversiones de interés.

Tabla 16 Rendimiento sobre Inversiones (ROI)

ROI	
2021	-0.943629
2022	-0.865096

Fuente: Elaboración propia en base a los estados financieros de la empresa en cuestión correspondiente a la actividad del año 2021,2022.

Los resultados del índice nos indican que en los tres primeros meses de operación de la startup en 2021 no se registró utilidad alguna sobre las inversiones, por su parte el año fiscal 2022 tampoco presento utilidad favorable sobre la inversión inicial, esto nos indica que la empresa está tomando cierto periodo de posicionamiento para generar utilidad sobre sus inversiones, ha ido escalando hasta estar llegar a estabilizarse. Sin embargo, como se comentaba este ratio nos permite valorar la utilidad sobre algunas inversiones para poder compararlas, y no precisamente si el negocio es rentable o no por lo que habría que esperar al término del año 2023 para calcular la razón del periodo y comparar el resultado.

3. Rendimiento sobre el capital (ROE): Este indicador al igual que los anteriores muestran los rendimientos, pero en su caso con relación al capital o patrimonio de la empresa, es decir, los rendimientos en relación con lo aportado por los accionistas de la sociedad. Por esta razón los resultados de la tabla 17, fueron obtenidos en base a la relación de las cuentas de utilidad neta y capital contable del estado de resultados y balance general de los periodos analizados.

Tabla 17 Rendimiento sobre capital (ROE)

ROE	
2021	1.831%
2022	3.479%

Fuente: Elaboración propia en base a los estados financieros de la empresa en cuestión correspondiente a la actividad del año 2021,2022.

De manera que la interpretación de los resultados representa un dato favorable para los accionistas de la startup, puesto que desde el primer periodo se observa un porcentaje positivo de utilidad sobre el patrimonio constituido hasta el momento, siendo este un 1.831% de rentabilidad, para el periodo de inicio de operaciones de la empresa es bajo pero aceptable considerando que los primeros meses de la startup son de inversión y posibles pérdidas, sin embargo, el año fiscal 2022, representa el dato más fiable de está utilidad donde la empresa empieza a estabilizarse y posicionarse en el mercado considerando un 3.479% de rendimientos sobre las aportaciones. Por lo que considerando que la empresa lleva un año y medio aproximadamente en operación ha resultado rentable para sus accionistas, sin embargo, personalmente recomiendo revisar los costos de venta puesto que son los que más afectan a estos rendimientos asi como verificar la tasa mínima de retorno esperada por los accionistas para identificar realmente si se cumplen las expectativas económicas de ellos.

Razones de cobertura

1. Apalancamiento Operativo: El ultimo ratio analizado es el responsable de mostrar la situación de endeudamiento de la startup respecto, considerando el grado de apalancamiento externo que en su caso no cuenta con algún crédito financiero en curso. Pero si cuenta con apalancamiento operativo puesto que como se comentaba al inicio del caso que la mayoría de la mercancía es adquirida por el franquiciante por lo que esta razon nos muestra asi como el grado de riesgo que tiene el patrimonio de la empresa respecto de su relación con su proveedor principal. Los resultados se muestran en la tabla 18.

Tabla 18 Apalancamiento Operativo.

Apalancamiento Financiero	
2021	0.1880
2022	0.1785

Fuente: Elaboración propia en base a los estados financieros de la empresa en cuestión correspondiente a la actividad del año 2021,2022.

Debido a que como se mencionó en las generalidades del caso esta empresa funciona actualmente bajo el modelo de negocio de una franquicia, por consecuente es importante medir el apalancamiento operativo que mantiene con el franquiciante, por lo que los resultados de este indicador nos revela que la empresa mantiene un nivel endeudamiento neutral o promedio, puesto que por ejemplo, en el año 2021 cada peso de patrimonio está comprometido por 18 centavos, en cambio en el año 2022 se refleja un apalancamiento del 0.1785 lo que indica que por cada peso invertido en su capital contable hay 17 centavos

de deuda, lo cual no supera ni siquiera la unidad del patrimonio de la startup, otra manera de interpretar estos resultados sería que la empresa al año 2022 tiene comprometido su patrimonio en un 17%, por lo que aún es un nivel sano de apalancamiento considerando también que no existe endeudamiento con entidades externas a la sociedad.

11.4 Segunda fase - Realización de proyecto de inversión para implementación de la página web, con el efecto fiscal correspondiente.

11.4.1 Generalidades del proyecto

La empresa startup está interesada en involucrar en su operación la venta en línea de sus productos, a través de una página web. Actualmente manejan ventas en línea mediante sus redes sociales principalmente Instagram; Sin embargo, como parte de darle formalidad y más presentación a su empresa desean implementar la página web donde los clientes potenciales puedan encontrarlos rápidamente en la red y alcanzando un segmento a nivel nacional, esta herramienta busca principalmente aumentar las ventas y el nicho de mercado que actualmente se maneja, llegar a más personas de manera rápida, segura y eficaz, contemplando una plataforma para pagos eficiente y avalada por autoridades y que cumpla con todos los permisos que la autoridad exige.

Por esta razón, se buscó realizar un proyecto de inversión que le permita identificar al empresario la viabilidad de mercado, la necesidad técnica, el costo y su rentabilidad según las proyecciones y evaluaciones financieras necesarias.

Así mismo, es importante que el empresario contemple el costo fiscal en el que incurrirá por ser esta actividad tecnológica una nueva tipificación en las leyes del impuesto sobre la renta y el impuesto al valor agregado por lo que se realizará la proyección fiscal buscando optimizar la carga impositiva del contribuyente sin caer en elusión o evasión fiscal, consiguiendo de esta manera que el empresario alcance a visualizar el panorama completo que se generaría al realizar esta inversión y bajo su situación financiera actual analizada anteriormente pueda tomar las mejores decisiones para la rentabilidad de la startup.

11.4.2 Análisis de Mercado

La primera etapa del proyecto de inversión es realizar el estudio de mercado correspondiente, que permite observar la viabilidad de mercado y mediante esto se verifica la viabilidad económica que tendría la idea que se pretende implementar, así mismo, se busca verificar si efectivamente se satisface una necesidad en el mercado meta de la empresa o en su caso re identificar el cliente potencial al que la empresa necesitaría alcanzar para que el proyecto sea exitoso financieramente.

En primer lugar, se debe identificar correctamente la idea, cuáles son sus características y la necesidad específica que se busca satisfacer.

- TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS
- a) Definición del problema / Creación de la idea: Implementar una página web, que fomente el e-commerce y la visualización de la información comercial de la empresa, su historia en el mercado, así como la variedad de productos consumibles para las actividades de pesca, hiking, campismo, caza, entre otros relacionados. Así mismo, esta herramienta tecnológica permitirá al cliente introducir su información domiciliar para realizar el envío del artículo de su preferencia vinculándolo a las empresas más reconocidas de envíos, así mismo, esta plataforma deberá estar vinculada a los bancos más reconocidos en México que le permitan al cliente realizar el pago de manera segura y eficaz dentro de la misma; Adicionalmente, se busca que el cliente pueda encontrar atención fiscal, es decir, solicitar su factura correspondiente en caso de ser necesaria brindando a través de esta herramienta sus datos fiscales. Así mismo, esta página deberá proveer al empresario, información sobre visitas al sitio, engagement de los productos, y estadísticas especiales que permitan analizar el flujo de clientes mensuales. De esta manera, se estaría satisfaciendo la necesidad de los clientes potenciales de facilitar y agilizar sus compras, es decir, comprar de manera rápida sin moverse directamente a las tiendas físicas de la empresa y confiando en que sus compras serán entregadas a sus domicilios correspondientes sin la necesidad de salir de sus hogares. Por otra parte, el empresario logrará incrementar su afluencia y ventas, así como su publicidad en el mercado buscando posicionarse como uno de los proveedores más identificables del giro para el mercado meta.

Para lograr la segmentación de mercado, es decir, identificar y agrupar a las personas a las que se busca llegar de acuerdo a gustos, ubicaciones, e intereses similares, nos guiaremos por la parte demográfica en el estudio “Modulo de Práctica Deportiva y Ejercicio Físico” realizado en el año 2021 por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía; y por la parte psicográfica en el “Estudio de Venta Online: El consumidor digital mexicano 2022” información que permitirá direccionar el nicho de mercado específico, y que aumentará las posibilidades de éxito del proyecto.

Sin embargo, es importante diferenciar ambas categorías de segmentación del mercado ya que cada una enfoca cualidades distintas:

1. Demográfica: esta categoría nos ayuda a estudiar las características del tipo de población que se interesa por el proyecto. Sin embargo, para este estudio, nos enfocaremos en la rama de las variables demográficas estáticas (Quiroga & López, 2020).
2. Psicográfica: Estas variables psicográficas nos permiten identificar un grupo más pequeño de entre las cifras que nos dio el estudio demográfico, en base a gustos, intereses, tipo de cultura, hábitos de consumo, gustos en artículos o servicios según actividades recurrentes, preferencias entre otros.

Por lo que según, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), 2022, en la encuesta realizada referente la encuesta al Uso de Tiempo (ENUT) ejecutada en 2019 nos revela que del total de encuestados (98 millones de personas de 12 años y más en México) el 33% realiza algún deporte o ejercicio físico, del cual el 42% son mujeres y 58% son hombres, en cifras quedaría de la siguiente manera:

- 33% de los encuestados = 32 millones de personas de 12 años y más en México

Tabla 19 Segmentación de género en la participación en Deporte.

Mujeres 42%	14 millones
Hombres 58%	19 millones

Fuente: Instituto nacional de estadística y geografía (INEGI) 2019 Encuesta "Uso de Tiempo (ENUT). (Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), 2022)

Con esta primera fase identificamos que son los hombres quienes tienen más participación en la práctica de algún deporte por lo que el mercado se perfila un poco más hacia el sexo masculino de la población, sin embargo, la edad es uno de los factores más destacables dentro de una segmentación de mercado, puesto que, nos permite indicar un rango aproximado de mercado y así inicial con disminuir de manera demográfica al mercado meta.

Por lo que en dicha encuesta también nos hace referencia a que el rango de edad general de las personas encuestadas que tienen presencia en el deporte o ejercicio físico:

Tabla 20 Rango de Edades y su participación en el Deporte/Ejercicio físico 2019

12 a 19 años	51%
20 a 29 años	34%
30 a 39 años	29%
40 a 49 años	27%
50 a 59 años	26%
60 y más	27%

Fuente: Instituto nacional de estadística y geografía (INEGI) 2019 Encuesta "Uso del Tiempo (ENUT). (Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI, 2022).

Esta información proporcionada por la encuesta antes mencionada del INEGI, nos muestra el porcentaje de participación en el deporte en cada rango de edad, siendo el que tiene mayor presencia el de 12 a 19 años, y en segundo lugar se encuentra el rango de 20 a 29 años. Y por último el siguiente rango con más participación es el de 30 a 39 años.

Con estos resultados, podemos considerar la primera conclusión, en que el mercado meta factible para el proyecto se encuentra principalmente en el sexo masculino, y en el rango de edad de los 12 a los 39 años de edad, con esto no descartamos a las demás edades puesto que existe siempre la posibilidad de interés de todo tipo de clientes y edades, sin embargo, para que el proyecto tenga más posibilidades de éxito deben focalizarse las estrategias

administrativas de marketing y económicas al sector que más participación tendría con los proyectos o productos que comercializa la empresa.

Por otro lado, la encuesta “Modulo de Práctica Deportiva y Ejercicio” Físico nos muestra los motivos de realizar actividad física, de los cuales se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 21 Motivo para realizar actividad física 2020.

Motivo	Porcentaje
Por Salud	71%
Por Diversión	12%
Para Verse Mejor	12%
Otros	5%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI Modulo de práctica deportiva y ejercicio físico 2020. (Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), 2022)

Lo cual nos indica que el principal motivo de la práctica de deporte o ejercicio físico es por cuestiones de salud, seguido de diversión y verse mejor.

Por su parte, respecto de los establecimientos dedicados a alguna actividad correspondiente al deporte nos enfocamos a aquellos que se dedicaban a la comercialización de artículos deportivos y según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI, (2022) existían en 2021, 14,384 establecimientos registrados con estas características de los cuales únicamente 385 se dedicaban al comercio al por mayor, siendo el restante al comercio al por menor, así mismo en un lapso de 5 años estos establecimientos según estadísticas tomadas por censos del año 2019 han tenido un crecimiento aproximado del 9.5%. (Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI, 2022).

Por su parte para identificar el comportamiento psicográfico del mercado meta identificamos en el Estudio de Venta Online la importancia que ha ganado en últimos años el uso de la compra de productos de manera digitalizada u online mediante un análisis ejecutado mediante una encuesta realizada a 1036 internautas que realizan compras en la web, todos ellos mayores de 18 años y considerando que dicho estudio se realizó en enero de 2022.

Así bien algunos de los datos importantes que destacan del estudio lo menciona la Asociación Mexicana de Venta Online, (2022) donde indica que el comercio electrónico alcanza un crecimiento del 27% en el periodo 2020-2021, alcanzando estar dentro del top 5 de los países con mayor presencia y crecimiento de este tipo de comercialización.

Algunos de los beneficios que los compradores encuentran satisfactorios en esta nueva modalidad de compra es principalmente la entrega a domicilio, ya que con esto el cliente evita salir hasta la tienda física a adquirir sus productos, realizando así un ahorro de dinero y energía, además se considera que el comprador cuenta con un catálogo mucho más

completo al realizar una compra en línea, así como mejores precios. (Asociación Mexicana de Venta Online, 2022).

Por esta razón la misma Asociación Mexicana de Venta Online, (2022) determina 5 razones principales por las que internauta realizaría una compra en línea:

1. Promociones y descuentos exclusivos.
2. Mayor disponibilidad de productos.
3. Ahorro de tiempo y menos necesidad de desplazamiento físico del cliente.
4. Compras a domicilio.
5. Facilidad de compra en cualquier lugar.

Así mismo el estudio refleja que existe más participación en las actividades comerciales online en mujeres de 25 a 64 años, sin embargo, el mercado comienza a expandirse hacia hombres de la misma manera. Y de igual manera las áreas que han tenido un importante crecimiento dentro de esta práctica son: electrodomésticos, muebles, deportes, herramientas y artículos home decor. (Asociación Mexicana de Venta Online, 2022).

No obstante, uno de los factores que ha tenido también gran influencia en el favoritismo del mercado es el pago con tarjeta de débito y crédito. Y como menciona la Asociación Mexicana de Venta Online, (2022), si existen algunas áreas de oportunidad que detienen el flujo de la comercialización en línea de las cuales algunas son: a) Defectos en la mercancía, b) Fraude electrónico, c) Incumplimiento en la entrega, d) Poca información sobre garantías y calidad de los productos, entre otros.

A propósito de las preferencias del comprador la encuesta nos presenta la frecuencia de comportamiento omnicanal, que se refiere principalmente al comportamiento que tiene el cliente al momento de tener el deseo o la necesidad de realizar una compra de algún producto o servicio. De manera que la Asociación Mexicana de Venta Online, (2022), estableció seis comportamientos básicos que realizan los clientes para identificar las preferencias de estos:

Tabla 22 Comportamiento del cliente de compras en línea 2022.

Concepto	Nunca – Rara vez	Algunas Veces	Siempre + La mayoría de las veces
1. Es necesario el tacto físico del producto antes de comprarlo.	14%	42%	44%
2. Webrooming: Investigación del producto en internet pero la compra sigue siendo física en tienda.	18%	49%	34%

3. Showrooming: Visitar tienda física para buscar el producto, sin embargo se compra en web.	36%	47%	17%
4. Buscar precios y comprar únicamente en internet	40%	42%	17%
5. Bommerooming: Realizar investigación por internet del producto, buscarlo en tienda física pero realizarla compra igualmente por internet.	30%	40%	30%
6. Estando en tienda física comparo precios en internet.	37%	36%	26%

Fuente: En base al Estudio de Venta Online: El consumidor digital mexicano 2022.(Asociación Mexicana de Venta Online, 2022).

De esta manera con los resultados reflejados por la encuesta podemos entender que el comercio electrónico es un tema ya conocido por más personas de las que se esperaría, sin embargo, aún existen clientes que prefieren realizar sus compras en tienda física. No obstante, la práctica de venta online gana fuerza y popularidad entre los internautas.

Esto se debe aún existen clientes potenciales que desconfían de las compras por internet, siendo los principales obstáculos los siguientes según la (Asociación Mexicana de Venta Online, 2022):

Tabla 23 Obstáculos de la compra en línea.

Equivocaciones al elegir el producto	52%
Desconfianza de proporcionar datos Bancarios	75%
No se puede pagar en efectivo	27%
Ignorancia de como comprar en internet	16%
Fraude electrónico	82%

Fuente: Estudio de venta Online: El consumidor digital mexicano 2022. (Asociación Mexicana de Venta Online, 2022).

Asi que, con estos resultados podemos observar que la causa principal de que un cliente no realice su compra en línea es el fraude electrónico con el 82%, es decir, que el producto no llegue, que se distinto a como se muestra en la web, que tenga detalles o defectos, que no se original entre otros. Por su parte el siguiente seria la desconfianza de proporcionarlos datos bancarios del cliente con un 75% puesto que en la mayoría de los sitios web, el pago debe realizarse con tarjeta de débito o crédito, y aunque en la era digital este método se

implementa para facilitar este intercambio económico tanto para el proveedor como para el cliente, aún existe la inseguridad de que los datos bancarios tengan un mal uso. Ahora bien, otro de los obstáculos de la venta online es elegir de manera errónea el producto deseado, puesto que, al no tener contacto físico con el mismo, puede llegar a haber equivocaciones por parte del cliente al momento de elegir y realizar la compra por lo que muchos sitios web o mercados digitales promueven al proveedor a dejar extremadamente detallado su producto considerando materiales de fabricación, medidas, colores etc. Y a su vez se le pide al cliente que verifique dichos datos del producto de su interés. (Asociación Mexicana de Venta Online, 2022).

Además, respecto a las métricas demográficas correspondientes a la interacción de compras en línea se refleja que un 55% son mujeres y un 45% son hombres como lo menciona la Asociación Mexicana de Venta Online, (2022) diferenciándolos un porcentaje mínimo, y a su vez el rango de edad que más frecuencia tienen en la compra en línea son de los 25 a los 64 años véase la relación en la tabla 24.

Tabla 24 Edades con mayor frecuencia de participación compras online.

18 a 24 años	11%
24 a 34 años	32%
35 a 44 años	30%
45 a 64 años	20%
65 y más	7%

Fuente: Estudio de Venta Online: El consumidor digital mexicano 2022. (Asociación Mexicana de Venta Online, 2022).

Por lo que ante el caso nos encontramos con que nuestro mercado meta se perfila a hombre de entre 24 a 64 años. Lo cual deberá contemplarse al momento de iniciar el estudio económico con las proyecciones correspondientes, sin embargo, existen otros rubros que nos ayudaran a identificar el comportamiento específico en la web, por ejemplo, como se menciona en la encuesta (Asociación Mexicana de Venta Online, 2022) las regiones a nivel nacional donde mayor participación de compras en línea se realizan son: a) CDMX con 30%, b) Sureste con 18%, c) Oeste-Centro 17%, d) Norte 14%, e) Centro 13% y, f) Pacífico con 8%.

Y por su parte las categorías preferidas al 2022 de los internautas han sido las siguientes:

Tabla 25 Preferencia de segmentos de compra en línea.

Comida a Domicilio	72%
Moda	64%
Electrónicos	55%
Cultura	52%
Juguetes	51%

Belleza y Cuidado personal	49%
Electrodomésticos	47%
Muebles y home decor	42%
Deportes	40%
Herramientas	40%
Consolas y Videojuegos	40%
Artículos de oficina	39%
Despensa	35%
Farmacia	30%
Infantil	29%
Mascotas	29%
Bebidas	25%
Automotriz	22%
Instrumentos musicales	16%

Fuente: Estudio de Venta Online: El consumidor digital mexicano 2022. (Asociación Mexicana de Venta Online, 2022).

Ante estos resultados de la encuesta observamos que aquellos productos relacionados al deporte tienen un 40% de preferencia y logran con esto estabilizarse y posicionarse como una categoría importante dentro de las preferencias del consumo digital según la Asociación Mexicana de Venta Online, (2022).

Respecto al método de pago de artículos relacionados al deporte encontramos en los resultados de la encuesta que el 38% se realizan con tarjeta de debito, el 29% con tarjeta de crédito, y el 33% con otro tipo de pago, de modo que, el pago con tarjetas de débito son uno de los más utilizados y que habrá que considerarse al momento de la elaboración del proyecto. (Asociación Mexicana de Venta Online, 2022).

Por consiguiente, esos otros métodos de pago que se utilizan son según el estudio: Tarjetas departamentales, tarjeta de prepago o regalo, pago en efectivo, depósitos, transferencia en bancos, Ewallet entre otros. A diferencia de la logística los internautas reflejan en la encuesta que las preferencias que un 87% de preferencia de entrega en sus domicilios, 15% envíos a casa de amigos o familiares, 13% envíos a oficinas y espacios de trabajo, 6% recolección en oficinas de mensajería, 6% recolección en tienda física y por último, 2% en casilleros inteligentes.(Asociación Mexicana de Venta Online, 2022).

Por último, en la fase final de la encuesta nos muestra el estudio respecto a la satisfacción y lealtad de los internautas después de realizar compras en línea, cuyos resultados se muestran en la tabla 26.

Tabla 26 Nivel de satisfacción de las compras en línea.

Muy satisfecho	41%
Algo satisfecho	38%
Neutral	18%
Poco satisfecho	2%
Nada satisfecho	1%

Fuente: Estudio de venta online: el consumidor digital mexicano 2022. (Asociación Mexicana de Venta Online, 2022).

Con esto verificamos que el sistema de compra en línea ha tenido resultados satisfactorios entre los internautas frecuentes, además de que se catalogan a los internautas según su incidencia de compra en línea como a) Comprador Intensivo, b) Comprador recurrente, y c) Comprador Ocasional, de los cuales fueron considerados respecto a su comportamiento posterior a la venta, por ejemplo, según la Asociación Mexicana de Venta Online, (2022) solamente el 30% guarda sus datos personales en los mercados electrónicos específicos o tiendas en línea al momento de la compra, el 27% siguen a sus marcas de preferencia en las redes sociales, el 19% guarda su información bancaria para futuras compras dentro de los sitios web, el 19% escribe reseñas sobre el producto o su experiencia de compra, el 17% se suscribe de alguna manera para mantener comunicación con el vendedor, el 11% utiliza canales de ayuda, y por último solo el 7% comparte en sus redes sociales sus compras en línea. Además, específicamente en los productos del deporte según la Asociación Mexicana de Venta Online, (2022), el 19% decide comprarlos en línea y un 9% desea hacerlo offline, es decir, en tienda física, y por su parte el resto no tiene una forma concisa de hacerlo.

Por lo anterior se tomaron las siguientes conclusiones:

- 2.1 Género: En base al estudio de deporte realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), el mercado meta que participa más en actividades relacionadas al deporte son hombres.

Y según los censos realizados por el INEGI en el año 2020, reflejan que la actualmente la población mexicana está compuesta por un 51% compuesto por mujeres y un 49% compuesto por hombres, si hablamos en cifras exactas México en 2020, registro un total de 126,014,024 ciudadanos lo que nos permite concluir que de los cuales 64,267,152 son mujeres y 61,746,871 son hombres.

- 2.2 Edad: Por su parte la edad como identificamos según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (022) y el estudio de venta online realizado por la Asociación Mexicana de Venta Online, (2022) la edad en la que más se refleja

la participación en el deporte es de los 12 a los 39 años de edad, sin embargo, los clientes potenciales de compra en línea son de los 24 a los 64 años de edad por lo que esta información nos permitirá reducir el número de población meta. Por lo que al analizar los datos del INEGI de este rubro se muestra que en México existe un promedio de edad de treinta y cuatro años, manteniendo un rango desde los dieciséis a los sesenta y cinco años.

Tabla 27 Porcentajes de edades de Hombres en México.

Periodos	2020
0 a 4 años	4.038059676
5 a 9 años	4.336776946
10 a 14 años	4.417235421
15 a 19 años	4.343981458
20 a 24 años	4.108364712
25 a 29 años	3.866215471
30 a 34 años	3.600845416
35 a 39 años	3.444813124
40 a 44 años	3.230700961
45 a 49 años	3.031910813
50 a 54 años	2.650028704
55 a 59 años	2.141691058
60 a 64 años	1.795650186
65 a 69 años	1.357437044
70 a 74 años	0.980981184
75 a 79 años	0.674322966
80 a 84 años	0.416581312
85 años y más	0.345129472

Fuente: Elaboración propia en base a censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía 2020.

Tabla 28 Porcentajes de edades de Mujeres en México.

Periodos	2020
0 a 4 años	3.952487501
5 a 9 años	4.224002744
10 a 14 años	4.286028833
15 a 19 años	4.250447656
20 a 24 años	4.180200676
25 a 29 años	4.081096678
30 a 34 años	3.89142371
35 a 39 años	3.444813124
40 a 44 años	3.532097555

45 a 49 años	3.284593641
50 a 54 años	2.946834897
55 a 59 años	2.388235059
60 a 64 años	2.038481783
65 a 69 años	1.357437044
70 a 74 años	1.124416118
75 a 79 años	0.768792027
80 a 84 años	0.518171381
85 años y más	0.481612794

Fuente: Elaboración propia en base a censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía 2020.

De manera que, con este análisis podemos identificar que del total de la población mexicana correspondiente a los hombres el 73.83% está entre los rangos de edad de interés los cuales son de 12 a 64 años, esto corresponde a 45,587,714 ciudadanos masculinos en el país. Por otra parte, considerando que el mercado de la actividad de la empresa corresponde a un 5% de mujeres consideramos en base a la información proporcionada por la empresa que el rango de edad de mujeres interesado en los artículos comercializados por el startup es desde los 15 a los 45 años de edad que corresponde a un 42.74% de la población femenina en México, que corresponde a 27,467,780 mexicanas en el país.

Por lo que apoyados nuevamente en los resultados que adquirió el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) mediante el censo de 2020 Se concluyó lo siguiente:

Tabla 29 Población masculina de Jalisco en los rangos de edad elegidos.

Entidad federativa	Grupo quinquenal de edad	2020
		Hombres
Jalisco	15 a 19 años	362796
	20 a 24 años	351982
	25 a 29 años	331070
	30 a 34 años	312917
	35 a 39 años	295336
	40 a 44 años	266310
	45 a 49 años	248266
	50 a 54 años	210067
	55 a 59 años	167535
	60 a 64 años	144991
65 a 69 años	111583	

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta realizada a 50 personas elegidas aleatoriamente 2023.

Se seleccionó la información relevante para la empresa respecto a las variables demográficas de interés para la startup, según el comportamiento masculino, lo que nos

refleja que existe una cantidad de personas aproximadamente de 2,802,853 en el rango de edad establecido como clientes potenciales únicamente del estado de Jalisco México.

Tabla 30 Población femenina de Jalisco en los rangos de edad elegidos.

Entidad federativa	Grupo quinquenal de edad	2020
		Mujeres
Jalisco	25 a 29 años	337264
	30 a 34 años	326089
	35 a 39 años	307567
	40 a 44 años	283549
	45 a 49 años	263271
	50 a 54 años	234622
	55 a 59 años	189545

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta realizada a 50 personas elegidas aleatoriamente 2023.

Sin embargo, en el caso de la población femenina del estado de Jalisco, se registró que las encuestadas van de los veinticinco a los cincuenta y ocho años, lo que refleja que geográficamente existe un posible mercado meta de 1,941,907 de personas. Por su parte los resultados correspondientes a los estados aledaños deberán ser analizados según su presencia en el mercado, sin embargo, al ser un proyecto en la web y al considerar que tiene la facilidad de llegar a más personas además de las que residen en Jalisco y buscando aun así mantener el presente proyecto de inversión lo más conservador posible se buscará considerar en primera estancia a internautas del centro del país.

11.4.3 Análisis Técnico

La segunda fase se encuentra dedicada a la investigación de lo que necesitara el empresario para implementar el proyecto en cuestiones técnicas y operativas, considerando materias primas, servicios necesarios, localización, proceso de distribución entre otros; El cual, ayudará a verificar si es posible llevar a cabo el proyecto según la disponibilidad de los recursos necesarios; Y por esta razón, la base para realizarlo será contestar las preguntas relacionadas al ¿Cómo?, ¿Cuánto?, ¿Dónde?, ¿Cuándo? y ¿Con que?.

Por lo anterior podemos concluir que este estudio permitirá establecer las pautas necesarias para llevar a cabo la creación, operación y funcionalidad de la página web. Sin embargo, al ser esta una herramienta tecnológica no tangible, es decir, un servicio brindado a través de la red digital no será necesario su análisis exhaustivo en algunas de las preguntas anteriores, por ejemplo, la localización, puesto que uno de los principales objetivos de su implementación es que pueda utilizarse en cualquier lugar donde el cliente se encuentre y en el horario de su preferencia.

Por lo que los objetivos principales de realizar el estudio técnico vienen desde, crear certeza ante el cliente de lo que es posible realizarse o lograrse con la implementación del proyecto,

demostrar los costos del proyecto que servirán de base para el estudio técnico y financiero, por último, identificar los factores técnicos y de insumos necesarios para la creación y operación del proyecto considerando principalmente técnicos especializados en tecnología, capital humano, y programas web necesarios.

De esta manera este estudio fue dividido en dos fases principales:

11.4.3.1 Ingeniería Técnica del proyecto

¿Cómo?, ¿Cuánto? Y ¿Conque?

La creación de sitios web es en la actualidad uno de los negocios más rentables para programadores e ingenieros en el mercado económico y aunque lo más sencillo puede ser contratar a algún experto para la genere es necesario realizar este estudio técnico por cuenta de la empresa para conocer realmente que es lo que se necesita para que el proyecto cumpla con las expectativas de funcionamiento del empresario así como los costos reales de su creación. Por esta razón de manera ingeniera o técnica los siguientes resultados son imprescindibles para la generación exitosa del proyecto.

1. Hosting y Dominio.

Estos son indispensables para crear un espacio en la web, el primer paso que se necesita para iniciar la creación de la página digital, por su parte el hosting que viene del inglés “Host” hospedaje o inquilino, se refiere al espacio que se te concede en la nube de la web, o en palabras más sencillas y coloquiales un tipo de arrendamiento virtual, que estará almacenando todos los datos colores, productos e información de la empresa en esta herramienta virtual y este necesita para crearse, elegir una denominación, por ejemplo, www.maestriaimpuestos.com.

El Dominio por su parte es la última parte de la denominación los .com, .org, .edu, entre otros. Estos funcionan como una dirección, es decir, es la parte de la denominación que nos permitirá llegar al sitio web, sin embargo, el tener el dominio no es suficiente para crear la página web en su totalidad. Solo es la parte del domicilio virtual, lo que permitirá al cliente llegar hasta ella, sin embargo, el hosting es el principal requisito para desarrollarla, un espacio virtual para crear la empresa virtual.

Por lo que estos dos factores son los principales recursos técnicos y gastos que se deberán realizar para crear la página web. Existen dos tipos de hosting para dueños de negocios: a) La página web la hospeda el programador debido a que este tiene un espacio grande y te otorga un espacio en el o, b) Crear su propio hosting de manera independiente. Esto quiere decir, que los ingenieros programadores y creadores de páginas web por lo regular tienen un gran campo de hosting y tienen la opción de compartirlo o administrarlo como les convenga otorgando campos de hosting a sus respectivos clientes y quedando ellos a cargo de la administración de la totalidad del espacio virtual, esto tiene como ventaja que si existiera algún error en el panel de control, para el programador encargado del

mantenimiento de la misma será sencillo y fácil identificarlo, puesto que este tendrá acceso al panel de control del hosting de la empresa. Por otro lado, el empresario puede tener su hosting propio, y aunque tendrá menos soporte técnico constante, estará pagando el arrendamiento de este directamente al proveedor de este.

En cuestión de costos y opciones de dominio cotizamos dos principales opciones:

- a) Go Daddy: este es uno de los principales proveedores de hosting de la web, sin embargo, no tiene las mejores evaluaciones por sus usuarios y su costo aproximado es de una anualidad de veinte dólares americanos al año.
- b) Google Domains: es un buen generador de dominios, tiene bastantes opciones sin embargo no es el más óptimo en costos, el cual está en doce dólares anuales.
- c) Namecheap: uno de los generadores de dominio más accesibles y con mejor funcionamiento en el mercado, su costo promedio para dominios .com es de ocho a catorce dólares americanos, este proveedor ofrece más servicios adicionales de privacidad para el dominio ya incluido en sus precios anuales.

Ahora bien, para el tema del hosting los programadores en base a las estadísticas de los programadores y diseñadores digitales se encuentran:

- a) HostGator LATAM: Este proveedor de hosting ofrece distintos planes según las necesidades del sitio web que se desea realizar y este es caracterizado por sus precios bajos, los cuales rondan los veinte dólares americanos, y \$400.00 (Cuatrocientos pesos 00/100 MXN), en el plan anual.
- b) Siteground: Ofrece servicios más personalizados y especializados de creación de hosting en la web, es caracterizado según los diseñadores virtuales como el proveedor con servicios premium de alto funcionamiento, cuenta con soporte técnico ultra rápido las 24 horas del día. Este proveedor incluso tiene un plan específico para empresas startup el cual tiene un costo aproximado de cuarenta y siete dólares americanos en su plan anual.

Por último, es importante que un desarrollador profesional de sitios web brinde el servicio de vincular el dominio con el hosting adquirido, el cual por supuesto generará honorarios económicos.

La siguiente etapa en la creación de la página web es la plataforma con la que se creará la página web. De los cuales según Codina et al. (2016), menciona cuatro de los más utilizados en el mundo:

- a) Word Press: La más utilizada en el mercado de sitios web casi por el 65% de la totalidad de los usuarios creadores de sitios web. Los desarrolladores lo prefieren sobre los demás debido a su compatibilidad y facilidad de uso con los hosting, además de que este mantiene bastante información empresarial en el mercado.

Existen dos tipos de Word Press: a) El que maneja dominio wordpress.com pero maneja planes mensuales elevados y el b) Wordpres.org que es gratuito. Algunos proveedores de hosting tienen ya incluido el servicio de Word Press.

- b) Shopify: Este proveedor se encuentra en segundo lugar con un 6.7% de preferencia para los creadores y desarrolladores de sitios web. Estos proveedores manejan una renta mensual, el cual debe pagarse en tiempo y forma puesto que, en caso contrario el sitio web podrá perder su funcionalidad o incluso existencia.
- c) Wix: Este proveedor ocupa el tercer lugar de preferencia con un 2.9% dentro del análisis de proveedores de plataformas mundiales.
- d) La última opción es utilizar los códigos "HTML, CSS Y JS": este tipo de plataformas es mucho más costosos puesto que implica el código manual de la plataforma del sitio web y es indispensable contar con personal capacitado y autorizado para realizar la maquetación del sitio web, cuestión que lo vuelve complicado, lento y costoso.

2. Contenido

En este espacio se deberá considerar el contenido audiovisual que se estará presentando en el sitio web tal como: a) Imágenes, b) Video y, c) Texto. Este contenido se espera que sea tomado de los productos originales que se tienen en venta, así como de la marca y logotipos utilizados en tienda física, videos publicitarios y de marketing que promueven la afluencia de clientes potenciales. Este contenido puede venir incluido en el trabajo del programador o desarrollador de la página web con un costo extra o puede ser que sea material que la empresa ya tenga lista para compartir en el sitio, este trabajo implica por supuesto fotografía, edición entre otros servicios de comunicación.

Es importante que las imágenes o videos sean elaborados para la empresa específicamente o compradas en la web para no incurrir en problemas legales, algunos sitios para comprar imágenes para demos de los mismos sitios web, como, por ejemplo, Shutterstock.

Así bien, el texto de la empresa es preferible según los desarrolladores que el mismo empresario o personal de administración lo proporcionen. Por último, es imprescindible que todo el contenido este completado para que el programador o desarrollador pueda completar la creación del sitio web sin interrupciones.

3. Tamaño optimo del sitio web y servicios de apoyo.

a) Tamaño del sitio web

En cuestión de creación del sitio web, el tamaño del sitio es imprescindible para determinar el costo total de la implementación, debido a que existen diferentes tipos de sitios web por ejemplo:

- a) Reservas,
- b) Marketplace,

- c) Ecommerce,
- d) Buscador,
- e) Blog.

Estos tipos de sitios web están conformados por un grupo de páginas web, necesarias para su funcionamiento según su giro e intención tienen muchas diferencias entre ellos ya que se necesitan distintos procesos para crear, por ejemplo, una tienda en línea que un sitio donde puedan hacerse reservaciones para vuelos. De esta manera el tamaño dependerá estrictamente de lo que la empresa startup necesite. En el caso del presente trabajo práctico, el tamaño pertinente del sitio web sería ecommerce.

b) Servicios de apoyo.

Por lo regular existen algunos servicios de apoyo que no se incluyen en el desarrollo del sitio web y que por esta razón tienen un costo extra para la empresa, algunos de estos servicios son:

- a) Posicionamiento en Google (SEO): Consiste en que al introducir una búsqueda en Google el producto aparezca como opción para el cliente lo que facilite la afluencia al sitio.
- b) Redes Sociales: El manejo de las cuentas de redes sociales de la empresa no están incluidas en la implementación del sitio.
- c) Suscripción a Boletín: Las solicitudes de los empresarios de que los clientes puedan suscribirse de alguna manera a boletines, o redes de conservación de clientes no se incluyen en la programación.

4. Revisiones

Dentro del servicio que el desarrollador brindará deberá incluir al menos tres revisiones al proyecto, una al inicio donde se establecen los objetivos y la estructura del sitio que se desea, la intermedia para checar avances y dudas y una final antes de la entrega, para visualizar el sitio en su semi terminado e indicar los últimos comentarios al respecto.

1. ¿Qué contempla un sitio web básico?

Según Codina et al. (2016), un sitio web básico puede llegar a incluir desde:

- a) Cuatro secciones (Inicio, Nosotros, Servicios o productos y Contacto),
- b) Optimización para móviles y;
- c) Optimización para Google.

5. Costos

Después de analizar todo lo que se necesita en cuestión de servicios y asesorías para implementar el sitio web, deberemos analizar el costo total de la creación de este; El cual está condicionado por diferentes factores:

- a) Ubicación geográfica: La ubicación donde se tenga la operación es importante debido a las diferencias económicas que existen en cada estado de la república, puesto que los precios si difieren según el estado en el que se solicite el proyecto. En el caso de Jalisco los precios oscilan entre los
- b) Características del sitio web: Cada empresa tiene distintas necesidades para el diseño y desarrollo del sitio web, lo que aumenta o disminuye los precios.
- c) Portafolio: Las empresas desarrolladoras de este tipo, de proyectos, presentan los últimos trabajos de sitios web que han realizado y según la calidad y la cantidad de ellos sus precios varían, aquí entra el tema del prestigio y eficiencia.

Para poder realizar un costo estimado respecto a las necesidades de la empresa realizamos un benchmarking, que consiste en consultar y analizar los costos del mercado de los proveedores potenciales, para así, según los factores anteriores calcular un costo promedio y corroborar que este servicio cumpliera los requisitos que se solicitaron; De este estudio se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 31 Cotización Sitio Web con Sector Web JALISCO.

Concepto	Costo sin IVA
Diseño web responsivo	\$ 15,000.00
Hosting por 1 año	\$ 2,100.00
Dominio .com por 1 año	\$ 350.00
Catálogo	\$ 20,000.00
Carrito de compras	\$ 10,000.00
Método de pago con tarjetas	\$ 5,000.00
TOTAL	\$ 52,450.00

+ IVA

Fuente: Elaboración propia en base a benchmarking realizado en base a (Sectorweb.com, 2023)

Tabla 32 Cotización Sitio Web con Nautilus JALISCO.

Concepto	Costo sin IVA
Diseño web corporativo	\$ 14,000.00
Hosting por 1 año	\$ 3,000.00
Dominio .com por 1 año	\$ 350.00
Cátalogo para 50 productos	\$ 10,000.00
Carrito de compras	\$ 10,000.00
Método de pago con tarjetas	\$ 5,000.00
TOTAL	\$ 42,350.00

+ IVA

Fuente: Elaboración propia en base a benchmarking realizado en base a (Nautilus360.com, 2023).

Tabla 33 Cotización Sitio Web con Vagabe JALISCO.

Concepto	Costo sin IVA	
Diseño web corporativo	\$ 8,500.00	
Hosting por 1 año	\$ 2,000.00	
Dominio .com por 1 año	\$ 350.00	
Tienda en Línea	\$ 17,000.00	
Posicionamiento en Buscadores	\$ 3,500.00	
Método de pago con tarjetas	\$ 5,000.00	
TOTAL \$ 36,350.00		+ IVA

Fuente: Elaboración propia en base a benchmarking realizado en base a (Vagabe.com, 2023).

Considerando que las tres empresas consideran los puntos básicos que necesita el sitio web con las características de una página web se consideró que el costo promedio de la creación del sitio web contemplando todas las fases necesarias para la creación e implementación de este es de \$43,716.67 (Cuarenta y tres mil setecientos dieciséis pesos 67/100 MXN).

Asi mismo se deberá considerar que los rubros de hosting y domino deberán ser pagados de manera anual, considerando un promedio de pago anual por ambos de \$2,800.00 (Dos mil ochocientos pesos 00/100 MXN). De igual manera el mantenimiento semestral deberá ser considerado tambien como gasto a partir de \$1,000.00 (Mil pesos 00/100 MXN).

11.4.4 Análisis Económico

Dentro del análisis económico se pretende identificar el costo del proyecto mediante la información recabada en el estudio técnico, considerando términos básicos como proyección de ingresos, costos de venta, monto total de la inversión, gastos y sus respectivas proyecciones. Posterior a la realización de los cálculos anteriores, se integrarán los estados financieros proyectados de:

- a) Estado de resultados: El cual permite visualizar la utilidad o perdida del proyecto.
- b) Balance General: Que podrá identificar el valor del proyecto correspondiente a su año de proyección.
- c) Flujo de efectivo: Con esta herramienta financiera podemos cuantificar la liquidez del proyecto respecto de sus años proyectados.

Por lo que esta fase del proyecto de inversión nos mostrará en cifras, los ingresos y gastos que según las estadísticas económicas tanto financieras obtendrá el mismo, y por su parte como es que se desarrollará conforme el paso del tiempo y estos resultados serán utilizados posteriormente en la evaluación financiera para verificar si el proyecto es aceptable y rentable.

Asi mismo, en esta fase del proyecto se implementó el cálculo y estrategia fiscal que permitió dar una visión mucho más clara y certera de la carga tributaria que generará el proyecto. Buscando que la startup genere una responsabilidad fiscal desde el inicio de esta

nueva actividad económica, y además considerar todos los ámbitos fiscales que la autoridad requiere para la formalización de las actividades del proyecto, por lo que se adicionara al desarrollo de este análisis el desarrollo fiscal de los pagos provisionales de los años proyectados.

Por esta razón el estudio se dividió en los seis apartados que se muestran a continuación:

11.4.4.1 Ingresos proyectados.

Debido a que la empresa ha tenido poco tiempo en operación, contando únicamente con un solo año fiscal completado, se realizó la proyección de ingresos histórica, es decir, en base a los movimientos reflejados desde el inicio de sus operaciones se estimaron porcentajes de crecimiento según sus incrementos mensuales, anuales y al promedio de inflación registrada después de la pandemia, lo cual nos dio un resultado pertinente al 24% de crecimiento mensual más el 7.14% anual de inflación, de estos resultados una vez calculados, se volvió a aplicarle un porcentaje que será catalogado como ingresos por medio del sitio web que se desea implementar; Es decir, a las ventas proyectadas de la empresa se le aplico el 17% a las ventas mensuales de los años proyectados, esto considerando la tendencia del estudio de mercado donde nos indica que del mercado meta de este tipo productos el 19% tiende a comprarlos en línea, por lo que manteniendo una postura conservadora para el inicio del proyecto se elige el porcentaje indicado.

Por lo que, debe considerarse que los ingresos que se presentarán corresponden a un porcentaje de las ventas totales de la empresa. Véase los resultados en la tabla 34.

Tabla 34 Ventas Sitio web.

VENTAS PROYECTADAS SITIO WEB				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 1,565,033.09	\$ 2,052,384.40	\$ 2,691,496.90	\$ 3,529,629.03	\$ 4,628,755.52

Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023.

11.4.4.2 Costo de Ventas.

De igual manera, mediante el análisis histórico de los porcentajes de crecimiento de las ventas, se aplicó a ellas de manera mensual en cada año proyectado, el 75% de costo de venta, debido que el proveedor de la mercancía o inventario lo ha manejado así desde el inicio de sus operaciones, es considerado un costo alto, sin embargo, al ser una constante el promedio de este fue exacto. Véase resultados en la tabla 35.

Tabla 35 Costo de Ventas Sitio Web.

COSTO DE VENTAS PROYECTADAS SITIO WEB				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 1,173,774.82	\$ 1,539,288.30	\$ 2,018,622.67	\$ 2,647,221.78	\$ 3,471,566.64

Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023.

11.4.4.3 Inversión total.

Para calcular la inversión total necesaria se tomó en cuenta la información recabada en el estudio técnico respecto a las necesidades específicas para la implementación del sitio web de la startup y el benchmarking realizado para conocer los costos de los mismos. Lo que arrojó un monto total de la inversión de \$88,750.00 (Ochenta y ocho mil setecientos cincuenta pesos 00/100 MXN); Considerando el activo fijo necesario para operar la página web y el activo intangible para su creación e implementación en la web, la tabla 36 y 37 representan los resultados obtenidos.

Tabla 36 Inversión Activo fijo del proyecto de inversión.

Activo Fijo	Cantidad	Precio unitario	Total	Vida útil	Aportación Propia	Financiamiento externo
Equipo de Computo	2	\$ 14,000.00	\$ 28,000.00	4	\$ 28,000.00	\$ -

Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023.

Tabla 37 Inversión Activo Intangible del proyecto de inversión.

Activo Diferido	Cantidad	Precio unitario	Total	Vida útil	Aportación propia	Financiamiento externo
Honorarios del desarrollador web (Diseño web responsivo, Implementación de catálogo, Implementación de carrito de compras y vinculación con métodos de pago con tarjetas)	1	\$ 47,500.00	\$ 47,500.00	5	\$ 15,000.00	\$ 32,500.00
Hosting por 1 año	5	\$ 2,300.00	\$ 11,500.00	5		\$ 11,500.00
Dominio .com por 1 año	5	\$ 350.00	\$ 1,750.00	5	\$ -	\$ 1,750.00
SUMATORIA					\$ 15,000.00	\$ 45,750.00

Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023.

De esta manera se consideró que el total de aportación propia o de los accionistas es de \$43,000.00 (Cuarenta y tres mil pesos 00/100 MXN); Y Por su parte el monto que será requerido por un financiamiento externo es de \$45,750.00 (Cuarenta y cinco mil setecientos cincuenta pesos 00/100 MXN).

11.4.4.4 Amortización del Financiamiento externo.

La sugerencia de utilizar un financiamiento externo aun que se un monto bajo es debido a la estrategia fiscal que representa, debido a que al incrementar los costos en las declaraciones de pagos provisionales así como en las anuales la utilidad y el resultado fiscal disminuyen creando un efecto idéntico a la carga tributaria, por esta razón se buscó mediante una investigación las ofertas de crédito a startups en las instituciones bancarias más comunes en México lo cual nos dio un resultado de préstamos sin comisión por apertura y con una tasa de 18.26% aproximadamente la cual considera a la TIIE + 6.75%. Sin embargo, el pago del crédito de la inversión correspondiente se realizará mediante la tabla de amortización bancaria mostrada en la tabla 38.

Tabla 38 Amortización del financiamiento externo.

	Año 0	Año 1	Año 2
Capital Inicial	\$ 45,750.00	\$ 45,750.00	\$ 22,875.00
Pago a Capital	\$ -	\$ 22,875.00	\$ 22,875.00
Interés	\$ -	\$ 8,353.95	\$ 4,176.98
Saldo	\$ 45,750.00	\$ 22,875.00	\$ -

Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023.

11.4.4.5 Gastos.

Los gastos mensuales y anuales del proyecto fueron catalogados en tres tipos:

- a) Gastos Operativos: Esta categoría incluye los gastos de mantenimiento del sitio web que se realizarán cada seis meses, el servicio de luz e internet y el derecho de hosting y dominio de cada año debido a que estos servicios deben ser renovados de manera anual.
- b) Gastos de Venta: Dentro de los gastos de venta únicamente se considera la comisión que debe liquidarse a la institución bancaria por el uso de pago en línea desde el sitio web.
- c) Gastos de administración: Los gastos de administración solo consideran parte de los sueldos que se destinarán al capital humano dedicado a la operación y revisión de la operación del sitio web considerando el salario mínimo actual.

Asi mismo, se consideró que estos gastos aumentarán un 5% de manera anual en todas sus áreas por igual. Véase la tabla 39 para ver los resultados.

Tabla 39 Gastos fijos del proyecto de inversión.

Periodo	Gastos Operativos	Gastos de Venta	Gastos de Admon	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Año 1	\$ 3,300.00	\$ 500.00	\$ 6,500.00	\$ 10,300.00	\$ 123,600.00
Año 2	\$ 3,465.00	\$ 525.00	\$ 6,825.00	\$ 10,815.00	\$ 129,780.00
Año 3	\$ 3,638.25	\$ 551.25	\$ 7,166.25	\$ 11,355.75	\$ 136,269.00
Año 4	\$ 3,820.16	\$ 578.81	\$ 7,524.56	\$ 11,923.54	\$ 143,082.45
Año 5	\$ 4,011.17	\$ 607.75	\$ 7,900.79	\$ 12,519.71	\$ 150,236.57

Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023.

11.4.4.6 Calculo Fiscal (Depreciación de activo fijo y Pagos provisionales).

La empresa actualmente se encuentra tributando bajo el régimen simplificado de confianza para personas morales, por lo que en esta fase del estudio se realizó el cálculo de la depreciación del activo fijo integrado en la inversión inicial para su debida aplicación en el cálculo del pago provisional. Los gráficos 13 y las tablas 40, 41 y 42 apoyan esta idea.

Gráfico 13. Determinación de depreciación del ejercicio actualizada.

MONTO ORIGINAL DE LA INVERSION (MOI)	FECHA DE ADQUISICIÓN	% DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL	# DE MESES COMPLETOS DE USO EN EL EJERCICIO	DEPRECIACION DEL EJERCICIO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN			DEPRECIACIÓN DEL EJERCICIO ACTUALIZADA
							INPC DEL ULTIMO MES DE LA PRIMERA MITAD EN DEL PERIODO EN EL QUE EL BIEN HAYA SIDO UTILIZADO EN EL EJERCICIO	INPC DEL MES EN EL QUE SE ADQUIRIÓ EL BIEN	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	
\$ 28,000.00	dic-21	30%	\$ 8,400.00	\$ 700.00	12	\$ 8,400.00	120.159	117.308	1.0243	\$ 8,604.12
\$ 28,000.00	dic-21	10%	\$ 2,800.00	\$ 233.33	12	\$ 2,800.00	120.159	117.308	1.0243	\$ 2,868.04

Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023.

Tabla 40 Depreciación mensual acumulada primer porcentaje.

Depreciación mensual 2023 – 2025			
MESES	DEPRECIACION PROPORCIONAL	MESES ACUMULADOS	DEPRECIACION MENSUAL
Enero	\$ 8,604.12	1	\$ 717.01
Febrero	\$ 8,604.12	2	\$ 1,434.02
Marzo	\$ 8,604.12	3	\$ 2,151.03
Abril	\$ 8,604.12	4	\$ 2,868.04
Mayo	\$ 8,604.12	5	\$ 3,585.05
Junio	\$ 8,604.12	6	\$ 4,302.06
Julio	\$ 8,604.12	7	\$ 5,019.07
Agosto	\$ 8,604.12	8	\$ 5,736.08
Septiembre	\$ 8,604.12	9	\$ 6,453.09
Octubre	\$ 8,604.12	10	\$ 7,170.10
Noviembre	\$ 8,604.12	11	\$ 7,887.11
Diciembre	\$ 8,604.12	12	\$ 8,604.12

Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023.

Tabla 41 Depreciación mensual acumulada segundo porcentaje.

Depreciación mensual 2026			
MESES	DEPRECIACION PROPORCIONAL	MESES ACUMULADOS	DEPRECIACION MENSUAL
Enero	\$ 2,868.04	1	\$ 239.00
Febrero	\$ 2,868.04	2	\$ 478.01
Marzo	\$ 2,868.04	3	\$ 717.01
Abril	\$ 2,868.04	4	\$ 956.01
Mayo	\$ 2,868.04	5	\$ 1,195.02
Junio	\$ 2,868.04	6	\$ 1,434.02
Julio	\$ 2,868.04	7	\$ 1,673.02
Agosto	\$ 2,868.04	8	\$ 1,912.03
Septiembre	\$ 2,868.04	9	\$ 2,151.03
Octubre	\$ 2,868.04	10	\$ 2,390.03
Noviembre	\$ 2,868.04	11	\$ 2,629.04

Diciembre	\$ 2,868.04	12	\$ 2,868.04
-----------	-------------	----	-------------

Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023.

Tabla 42 Pagos Provisionales proyectados.

Pagos Provisionales				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$ 75,210.06	\$ 103,639.50	\$ 148,036.38	\$ 206,133.39	\$ 281,472.35

Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023.

Respecto al cálculo de los pagos provisionales, podemos observar que son relativamente aceptables, considerando que corresponden al 5% en promedio de los ingresos totales proyectados.

11.4.4.7 Estados Financieros.

Tabla 43 Estado de Resultados del proyecto de inversión.

ESTADO DE RESULTADOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 1,565,033.09	\$ 2,052,384.40	\$ 2,691,496.90	\$ 3,529,629.03	\$ 4,628,755.52
Costo de Ventas	\$ 1,173,774.82	\$ 1,539,288.30	\$ 2,018,622.67	\$ 2,647,221.78	\$ 3,471,566.64
Utilidad Bruta	\$ 391,258.27	\$ 513,096.10	\$ 672,874.22	\$ 882,407.26	\$ 1,157,188.88
Gastos de Administración	\$ 78,000.00	\$ 81,900.00	\$ 85,995.00	\$ 90,294.75	\$ 94,809.49
Gastos de Venta	\$ 6,000.00	\$ 6,300.00	\$ 6,615.00	\$ 6,945.75	\$ 7,293.04
Gastos de Operación (Mantenimiento)	\$ 39,600.00	\$ 41,580.00	\$ 43,659.00	\$ 45,841.95	\$ 48,134.05
Utilidad Operativa	\$ 267,658.27	\$ 383,316.10	\$ 536,605.22	\$ 739,324.81	\$ 1,006,952.31
Depreciaciones	\$ 8,604.12	\$ 8,604.12	\$ 8,604.12	\$ 2,868.04	\$ -
Amortizaciones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UAI	\$ 259,054.15	\$ 374,711.98	\$ 528,001.10	\$ 736,456.77	\$ 1,006,952.31
Gasto Financiero	\$ 8,353.95	\$ 4,176.98	\$ -	\$ -	\$ -
UAI	\$ 250,700.20	\$ 370,535.00	\$ 528,001.10	\$ 736,456.77	\$ 1,006,952.31
ISR	\$ 75,210.06	\$ 103,639.50	\$ 148,036.38	\$ 206,133.39	\$ 281,472.35
UTILIDAD NETA	\$ 175,490.14	\$ 266,895.51	\$ 379,964.72	\$ 530,323.38	\$ 725,479.95
Dividendos	\$ -	\$ 75,000.00	\$ 75,000.00	\$ 75,000.00	\$ 75,000.00
Utilidad Retenida	\$ 175,490.14	\$ 191,895.51	\$ 304,964.72	\$ 455,323.38	\$ 650,479.95

Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023.

Este estado financiero representa la rentabilidad de la empresa, y en el cual se pueden observar datos importantes como lo son los ingresos anuales proyectados, su costo de ventas, los gastos relacionados a la actividad y operación del proyecto y su carga impositiva según los cálculos realizados en la proyección fiscal; En los resultados de este, se observa que se obtiene utilidad neta desde el año 1 a pesar de que sus gastos operativos son altos. Por su parte la carga tributaria va desde los \$75,210.06 hasta los \$281,472.35 durante los 5 años lo cual relativamente es aceptable para el empresario. Además, gracias a la proyección fiscal en conjunto con el proyecto de inversión se pudo implementar en el estado de resultados las depreciaciones fiscales del ejercicio actualizadas, lo que permitirá al empresario depreciar un poco más de lo estipulado en normativa contable. Esta relación de depreciaciones puede observarse en los gráficos relacionados a las depreciaciones acumuladas.

Tabla 44 Balance General del proyecto de inversión.

BALANCE GENERAL						
ACTIVO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
CIRCULANTE						
CAJA Y BANCOS	\$53,925.00	\$60,456.00	\$73,456.00	\$74,579.00	\$87,245.00	\$97,245.00
INVENTARIO	\$ 2,991,825.00	\$ 4,210,930.12	\$ 5,508,840.17	\$ 6,102,181.04	\$ 6,774,031.17	\$ 8,480,858.26
TOTAL ACTIVO CIRCULANTE	\$3,045,750.00	\$4,271,386.12	\$5,582,296.17	\$6,176,760.04	\$6,861,276.17	\$8,578,103.26
FIJO						
Equipo de Cómputo	\$ -	\$ 28,000.00	\$ 28,000.00	\$ 28,000.00	\$ 28,000.00	\$ -
Depreciacion acum		-\$ 7,000.00	-\$ 14,000.00	-\$ 21,000.00	-\$ 28,000.00	\$ -
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ -	\$ 21,000.00	\$ 14,000.00	\$ 7,000.00	\$ -	\$ -
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	\$ -					
TOTAL ACTIVO	\$ 3,045,750.00	\$ 4,292,386.12	\$ 5,596,296.17	\$ 6,183,760.04	\$ 6,861,276.17	\$ 8,578,103.26
PASIVO						
CP		\$ 1,269,511.12	\$ 2,188,322.80	\$ 2,381,240.12	\$ 2,453,098.99	\$ 3,324,287.08
TOTAL PASIVO CP	\$ -	\$ 1,269,511.12	\$ 2,188,322.80	\$ 2,381,240.12	\$ 2,453,098.99	\$ 3,324,287.08
LP						
Acreedores Bancarios Lp	\$ 45,750.00	\$ 22,875.00	\$ 22,875.00	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	\$ 45,750.00	\$ 22,875.00	\$ 22,875.00	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVOS	\$ 45,750.00	\$ 1,292,386.12	\$ 2,211,197.80	\$ 2,381,240.12	\$ 2,453,098.99	\$ 3,324,287.08
CAPITAL						
Capital Social	\$ 3,000,000.00	\$ 3,000,000.00	\$ 3,192,549.19	\$ 3,497,534.55	\$ 3,952,855.86	\$ 4,603,336.02
Utilidad del ejercicio			\$ 192,549.19	\$ 304,985.37	\$ 455,321.31	\$ 650,480.16
Utilidad acumulada						
TOTAL CAPITAL	\$ 3,000,000.00	\$ 3,000,000.00	\$ 3,385,098.37	\$ 3,802,519.92	\$ 4,408,177.18	\$ 5,253,816.18
Diferencias	\$ -	\$ 0.00	-\$ 0.00	-\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00

Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023.

En el estado de posición financiera o balance general, podemos identificar el valor del proyecto que buscamos implementar, por lo que a pesar de que la inversión no es alta, podemos observar que adicionándole el inventario que maneja actualmente la empresa, el valor total del proyecto aumenta en sobremanera.

Tabla 45 Flujo de Efectivo del proyecto de inversión.

FLUJO DE EFECTIVO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo Inicial	\$ 43,000.00	\$ -	\$ 161,219.26	\$ 338,843.89	\$ 652,412.73	\$ 1,110,604.15
INGRESOS						
Ventas	\$ -	\$ 1,565,033.09	\$ 2,052,384.40	\$ 2,691,496.90	\$ 3,529,629.03	\$ 4,628,755.52
Financiamiento	\$ 45,750.00					
Otros Ingresos						
TOTAL INGRESOS	\$ 45,750.00	\$ 1,565,033.09	\$ 2,052,384.40	\$ 2,691,496.90	\$ 3,529,629.03	\$ 4,628,755.52
TOTAL DISPONIBLE	\$ 88,750.00	\$ 1,565,033.09	\$ 2,213,603.66	\$ 3,030,340.79	\$ 4,182,041.77	\$ 5,739,359.67
EGRESOS						
Equipo de cómputo	\$ 28,000.00					
Marcas	\$ -					
Materia Prima						
Costo de Ventas	\$ -	\$ 1,173,774.82	\$ 1,539,288.30	\$ 2,018,622.67	\$ 2,647,221.78	\$ 3,471,566.64
Gastos de Administración	\$ 47,500.00	\$ 78,000.00	\$ 81,900.00	\$ 85,995.00	\$ 90,294.75	\$ 94,809.49
Gastos de Venta	\$ 13,250.00	\$ 6,000.00	\$ 6,300.00	\$ 6,615.00	\$ 6,945.75	\$ 7,293.04
Gastos de Operación	\$0.00	\$ 39,600.00	\$ 41,580.00	\$ 43,659.00	\$ 45,841.95	\$ 48,134.05
Gastos Financieros	\$0.00	\$ 8,353.95	\$ 4,176.98	\$ -	\$ -	\$ -
ISR		\$ 75,210.06	\$ 103,639.50	\$ 148,036.38	\$ 206,133.39	\$ 281,472.35
Dividendos	\$ -	\$ -	\$ 75,000.00	\$ 75,000.00	\$ 75,000.00	\$ 75,000.00
Pago a Capital	\$ -	\$ 22,875.00	\$ 22,875.00	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL EGRESOS	\$ 88,750.00	\$ 1,403,813.83	\$ 1,874,759.77	\$ 2,377,928.06	\$ 3,071,437.62	\$ 3,978,275.56
FLUJO NETO	-\$ 43,000.00	\$ 161,219.26	\$ 177,624.63	\$ 313,568.84	\$ 458,191.42	\$ 650,479.95
SALDO FINAL	\$ -	\$ 161,219.26	\$ 338,843.89	\$ 652,412.73	\$ 1,110,604.15	\$ 1,761,084.10

Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023.

El flujo de efectivo es uno de los estados financieros más importantes, puesto que es el que indica si existe un nivel de liquidez aceptable en la startup, puesto que algunas empresas presentan utilidades y valor en libros alto, sin embargo, su capacidad de hacer frente a sus obligaciones a largo plazo es nulo, por lo que en el caso de este proyecto podemos observar que conserva flujos netos positivos desde el año 1, aumentando su liquidez a partir del tercer año de actividad, esto es consecuencia de distintos aspectos, por ejemplo, el financiamiento tiene un periodo corto de amortización y el gasto de inventarios no está siendo soportado por la inversión de este proyecto ya que es solo una herramienta de la entidad principal y en la carga tributaria el cálculo ya conlleva el debido proceso para su certidumbre. Por esta razón, el sitio web según sus flujos ayudará a la empresa en términos generales a aumentar su liquidez al corto plazo.

11.4.5 Evaluación Financiera

La última fase del proyecto de inversión radica en realizar el análisis financiero mediante indicadores que verificarán la rentabilidad sobre ingresos, el costo total de la inversión, el periodo de recuperación de la inversión, el valor presente de los flujos netos que resultaron del estudio económico, entre otros.

Estos indicadores ayudarán al empresario a tener mayor certeza respecto a la decisión de la inversión en el proyecto, por esta razón la evaluación financiera se dividió en las cinco fases siguientes:

11.4.5.1 Costo promedio ponderado de capital (WACC).

Este indicador nos ayudará a identificar el costo total de la inversión del proyecto, mediante su fórmula, que busca sumar el costo de la deuda externa, el cual en este caso sería el 15% del financiamiento, y el costo de las aportaciones de los accionistas el cual corresponde al 13.93% en base a indicadores de rendimiento del mercado referente a los productos deportivos. Con el resultado de este indicador podremos identificar la tasa mínima de rendimiento que necesita generar el proyecto para que no haya un riesgo en la pérdida de la inversión que realizará el inversionista; Por lo que el gráfico 14 nos muestra los resultados de este:

Gráfico 14. Costo promedio ponderado de capital del proyecto: Sitio Web

WACC	
CAPITAL \$	43,000.00
DEUDA \$	45,750.00
CAPITAL TOTAL	\$88,750.00
Ke	13.93% Costo del Equity
Kd	18.26% Costo de la Deuda
Imp	30%
WACC	13.34%

Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023.

En este análisis observamos los costos de la deuda correspondiente al 18.26%, al costo del equity correspondiente al 13.93%, la tasa impositiva correspondiente del 30% y los montos correspondientes de los socios y la institución bancaria para completar el monto total necesario para la inversión. El resultado que obtuvimos fue de una tasa de costo del total de la inversión de un 13.34% lo que quiere decir que al momento de que se calcule la tasa interna de retorno deberá ser mayor a esta tasa de costo para que así pueda ser aceptable la implementación del proyecto.

11.4.5.2 *Periodo de recuperación de la inversión (PRI).*

Este indicador nos permitirá mediante ciertos cálculos identificar el tiempo preciso en el que el empresario y los accionistas recuperaran el monto de la inversión, sin embargo, uno de los beneficios de esta fórmula es que se considera el valor del dinero en el tiempo, es decir, al calcular en el estado de flujo de efectivo los flujos netos, de la operación podemos identificar la liquidez que existirá, sin embargo, estos flujos se encuentran en tiempo futuro y para poder calcular el tiempo exacto es necesario traer los flujos netos a valor presente para que este resultado pueda ser lo más certero posible, por lo cual, se aplicó la fórmula de flujos descontados, que implica multiplicar el flujo neto por la suma de la unidad más la tasa del costo promedio ponderado de capital elevado al periodo al que corresponde cada uno.

Posterior a esto se acumulan estos flujos descontados para poder visualizar así bien en que año es que se recupera la inversión la cual en este caso es de \$88,750.00 (Ochenta y ocho setecientos cincuenta pesos 00/100 MXN); Por lo anterior, al identificar el año en el que se recupera se realiza la división del flujo descontado acumulado entre el flujo pendiente de acumular del año siguiente; y en seguida se multiplicara por el año anteriormente elegido. Véase resultados en el gráfico 15.

Gráfico 15. Periodo de recuperación de la Inversión proyecto: Sitio Web.

PRI periodo de recuperacion de la inversion			
Periodo	FLUJOS NETOS	FLUJOS DESCONTADOS	FLUJOS ACUMULADOS
0	-\$88,750.00	-\$88,750.00	-\$88,750.00
1	\$ 161,219.26	\$ 142,246.16	\$53,496.16
2	\$ 177,624.63	\$ 138,277.16	\$191,773.33
3	\$ 313,568.84	\$ 215,379.22	\$407,152.55
4	\$ 458,191.42	\$ 277,678.01	\$684,830.56
5	\$ 650,479.95	\$ 347,818.03	\$1,032,648.59
		PRI 1*	+ \$35,253.84
			\$ 138,277.16
		PRI=	1.254950531
			0.254950531
		Años: 1 año	3.059406376
		Meses: 3 MESES	

Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023.

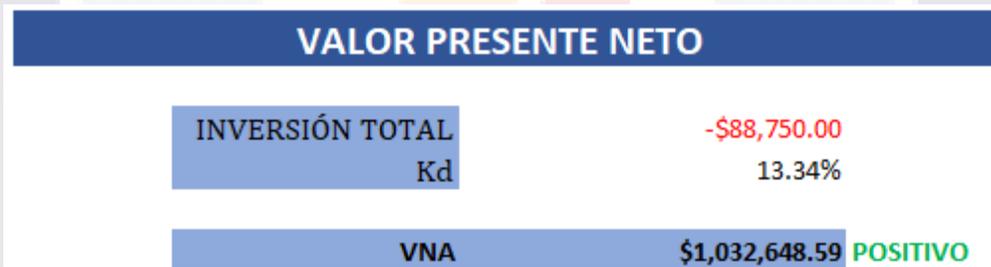
En este ejercicio podemos observar que los flujos acumulados indican que la inversión retorna en el primer año con tres meses, es decir, al aplicar la fórmula de la sumatoria del año en que casi se recupera la inversión ante la resta de la inversión inicial y el flujo

acumulado del primer año dividido entre el flujo de efectivo del segundo año nos da como resultado 1.254950531, la unidad representa 1 año completo y al multiplicar el resultado decimal de 0. 254950531 por los doce meses del año nos da el resultado de que dicha inversión será recuperada en un año tres meses aproximadamente según las proyecciones.

11.4.5.3 Valor Presente neto.

Este indicador a través de una fórmula que permite traer los flujos netos al valor presente de su respectivo periodo futuro nos permitirá verificar si una inversión puede aceptarse o no y que tan rentable resultaría. Su fórmula específica que contemplando la cifra en negativo de la inversión a ella se le sumaran los flujos de efectivo elevados a la fórmula de interés compuesto del periodo que le corresponda. Y de esta manera el resultado del cálculo nos indicará que, si es positivo, el proyecto debe aceptarse y en caso contrario de que el resultado fuese negativo deberá rechazarse. Por otro lado, si el resultado fuese cero, indicaría que el proyecto cubre las necesidades de sus costos, pero no generara ninguna utilidad, de esta manera los resultados para el sitio web se muestran en el gráfico 16.

Gráfico 16.Valor presente neto proyecto: Sitio Web.



Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023.

El resultado se calculó mediante la formula preestablecida de la herramienta tecnológica de Excel para el valor presente neto y con él se obtuvo un resultado positivo, por lo cual el proyecto de inversión es rentable y debe aceptarse.

11.4.5.4.Indicador Beneficio – Costo.

Esta evaluación mediante el análisis de la relación entre los ingresos proyectados a valor presente y sus egresos de igual manera a valor presente más la inversión desembolsada, nos dará como resultado un indicador del cual se aplicarán los siguientes criterios:

- a) Si el indicador es menor a 1 la empresa deberá rechazarse puesto que los costos son mayores a los beneficios que el proyecto produzca.

- b) Si el indicador es igual a 1 el proyecto es indiferente, es decir produce lo necesario para cubrir sus gastos, pero no genera ganancias para sus accionistas, por lo que se debería intentar disminuir los egresos del mismo;
- c) Si el indicador es mayor a 1, el proyecto es aceptable puesto que cubre las necesidades básicas del proyecto y genera utilidades para sus socios.

Gráfico 17. Beneficio – Costo proyecto: Sitio web.

BENEFICIO COSTO	
INVERSIÓN TOTAL Kd	-\$88,750.00 18%
B/C	1.24 Rentable Se acepta
VNA INGRESOS	\$9,441,388.81
VNA EGRESOS \$	7,551,770.44
VNA EGRESOS + INVERSION	\$7,640,520.44

Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023.

En el resultado presentado en el gráfico 17 nos indica que hubo un resultado del indicador de 1.24 lo que nos permite aceptar el proyecto.

11.4.5.5 Tasa Interna de retorno (TIR).

Este indicador nos permite mediante el valor presente neto igualar los flujos netos de los periodos proyectado a cero. De manera que esta fórmula me permite identificar cuanta rentabilidad existe en el tiempo en los flujos de la inversión de este proyecto, es decir, este indicador nos muestra cuanto rentará la inversión durante los cinco años proyectados; Ahora bien, es importante mencionar a la tasa de costo de capital (WACC) que se calculó anteriormente, puesto que esta tasa de rendimiento deberá ser mayor a la tasa del costo promedio ponderado de capital de manera obligatoria, y si es así este proyecto puede ser aceptado.

Gráfico 18. Tasa interna de retorno del proyecto: Sitio web.

TIR		
INVERSIÓN TOTAL		- \$88,750.00
FLUJOS NETOS	\$	161,219.26 AÑO 1
	\$	177,624.63 AÑO 2
	\$	313,568.84 AÑO 3
	\$	458,191.42 AÑO 4
	\$	650,479.95 AÑO 5
TIR 209%		

Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023.

En este caso al utilizar la fórmula que maneja Excel para el cálculo de TIR, podemos observar que nos arroja un porcentaje bastante alto, esto quiere decir que nuestra inversión durante los cinco años proyectados rentará financieramente en un 209% superando por mucho a la tasa de costo de capital de 13.34%, por lo tanto, este proyecto se acepta debido a que representa una tasa de rendimiento mucho mayor a la tasa del capital.

11.4.5.6 Proyección Fiscal

Para profundizar un poco más en el cálculo fiscal de este proyecto de inversión se presentarán los cálculos anuales de cada año, considerando que la empresa actualmente está tributando dentro del régimen simplificado de confianza respecto del Impuesto sobre la Renta, aplicando en sí la tasa del artículo 9 de la Ley del Impuesto sobre la renta la cual es correspondiente al 30%, por esta razón y al ser una sociedad mercantil, en esta caso persona moral ante la autoridad fiscal, no es posible que este proyecto tribute dentro del régimen de plataformas digitales puesto que el anterior solo es aplicable a personas físicas con actividad empresarial que generen ingresos mediante herramientas tecnológicas o digitales. De esta manera, el cálculo del impuesto sobre la renta generado por este proyecto deberá ser calculado bajo el mismo régimen simplificado de confianza.

Sin embargo, el cálculo del pago del Impuesto al Valor Agregado no fue posible calcularse debido a que este tipo de declaración es definitivo e implica considerar el IVA trasladado para contrastar al acreditable al momento del pago efectivo por lo que deberá calcularse mes con mes y en vista de que la empresa, a nivel general cuenta con mayores gastos que pueden considerarse, al realizarlo únicamente con el proyecto plantearía un IVA cargo bastante alto y que no estaría acercado a la realidad.

De esta manera, al estimar los ingresos y gastos del proyecto de inversión del sitio web, el impuesto sobre la renta fue posible estimarse e integrarse al estudio económico y posteriormente a su evaluación financiera.

Por lo anterior, en el gráfico 19 se presentan los cálculos anuales del impuesto sobre la renta con su respectivo cálculo de Participación de los Trabajadores en las Utilidades (PTU) y la Cuenta de Utilidad Neta (CUFIN), considerando que serían ingresos de una actividad nueva.

Gráfico 19. Calculo Anual proyecto de inversión: Sitio Web.

CALCULO ANUAL RESICO 2023	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Acumulables del ejercicio	\$ 1,565,033.09	\$ 2,052,384.40	\$ 2,691,496.90	\$ 3,529,629.03	\$ 4,628,755.52
Deducciones Autorizadas	\$ 1,314,332.89	\$ 1,681,849.39	\$ 2,163,495.79	\$ 2,793,172.27	\$ 3,621,803.21
PTU pagada	0	\$ 25,070.02	\$ 34,546.50	\$ 49,345.46	\$ 68,711.13
Utilidad Fiscal	\$ 250,700.20	\$ 345,464.98	\$ 493,454.61	\$ 687,111.31	\$ 938,241.18
Perdidas de ejercicios anteriores	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	0
Resultado Fiscal	\$ 250,700.20	\$ 345,464.98	\$ 493,454.61	\$ 687,111.31	\$ 938,241.18
Tasa articulo 9°	30%	30%	30%	30%	30%
ISR anual	\$ 75,210.06	\$ 103,639.50	\$ 148,036.38	\$ 206,133.39	\$ 281,472.35
Retenciones por intereses	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pagos Provisionales	\$ 75,210.06	\$ 103,639.50	\$ 148,036.38	\$ 206,133.39	\$ 281,472.35
ISR NETO A CARGO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023.

El cargo por impuesto sobre la renta tuvo un incremento promedio entre las proyecciones de los 5 años de operación el proyecto del 39.11%, y por su parte representa en promedio el 5.45% de los ingresos anuales, lo cual permite al startup, mantener una utilidad favorable para sus accionistas.

Gráfico 20. Calculo PTU proyecto de inversión: Sitio Web.

Calculo PTU PARA DISTRIBUIR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Fiscal	\$ 250,700.20	\$ 345,464.98	\$ 493,454.61	\$ 687,111.31	\$ 938,241.18
Excentos no deducibles	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad fiscal para PTU	\$ 250,700.20	\$ 345,464.98	\$ 493,454.61	\$ 687,111.31	\$ 938,241.18
Tasa Ptu	10%	10%	10%	10%	10%
PTU a distriubuir	\$ 25,070.02	\$ 34,546.50	\$ 49,345.46	\$ 68,711.13	\$ 93,824.12

Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023.

Gráfico 21. Calculo CUFIN proyecto de inversión: Sitio Web.

Calculo de Cuenta de Utilidad Fiscal CUFIN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo anterior	\$ -	\$ 175,490.14	\$ 417,315.63	\$ 762,733.86	\$ 1,243,711.77
Utilidad fiscal neta (UFIN)		\$ 175,490.14	\$ 417,315.63	\$ 762,733.86	\$ 1,243,711.77
Resultado fiscal	\$ 250,700.20	\$ 345,464.98	\$ 493,454.61	\$ 687,111.31	\$ 938,241.18
ISR del ejercicio	\$ 75,210.06	\$ 103,639.50	\$ 148,036.38	\$ 206,133.39	\$ 281,472.35
No deducibles	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
CUFIN al cierre 2023	\$ 175,490.14	\$ 417,315.63	\$ 762,733.86	\$ 1,243,711.77	\$ 1,900,480.59

Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023.

La Cuenta de Utilidad Fiscal Neta, permite al startup, repartir o sacar dividendos para sus accionistas sin tener que tributar con el impuesto correspondiente a entrega de dividendos corporativos mencionado por la ley del impuesto sobre la renta, por esta razón, el tener esta cuenta actualizada es imprescindible para ahorrar a la empresa y al proyecto gastos tributarios generados por esta entrega de rendimientos.

11.5 Tercera fase - Análisis específico para punto de venta en centro comercial.

Dentro de la última fase de la intervención se encuentra la evaluación financiera de un modelo de negocio que la startup, tiene en proceso de implementación, se trata de un punto de venta en un centro comercial de alta afluencia en el estado de residencia de la empresa. Este punto de venta tiene como objetivo, alcanzar a más clientes para la empresa y giro y así mismo cubrir la necesidad del cliente de llevarle el artículo hacia su espacio más cercano, es decir, acrecentar el nicho de mercado y llevar a cabo una estrategia para el aumento de valor de la empresa.

Sin embargo, este modelo, aunque lleva poco tiempo operando ha registrado pérdidas debido a distintos factores, por lo cual, se solicita realizar un estudio financiero – fiscal para verificar la viabilidad de la inversión ya realizada. Por esta razón, se llevó a cabo el estudio económico y la evaluación financiera, para determinar si el proyecto será rentable para la startup o en defecto se deberá tomar una decisión antes de mayores pérdidas.

11.5.1 Estudio Económico del modelo de negocio.

11.5.1.1 Ingresos.

Considerando que la empresa en los pocos meses ha presentado pérdidas, consideramos llevar la producción de ingresos de manera muy conservadora, considerando el ingreso promedio mensual planteado por los números registrados del modelo correspondientes a sus primeros 3 meses de operación en 2022 de \$134,671.33 (Ciento treinta y cuatro mil seiscientos setenta y un pesos 33/100

MXN); A esta cantidad se le aumento el 0.039% mensual de inflación y por último el porcentaje de crecimiento promedio de la tendencia que fue el de 20% más el 7.14% promedio de inflación anual según los últimos años después de pandemia, por lo que los ingresos anuales proyectados se presentan en la tabla 46.

Tabla 46 Ingresos proyectados proyecto: Punto de venta.

VENTAS PROYECTADAS PUNTO DE VENTA				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 1,969,308.03	\$ 2,503,778.22	\$ 3,183,303.63	\$ 4,047,252.24	\$ 5,145,676.50

Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023.

11.5.1.2 Costo de Venta.

El costo de venta se calculó multiplicando el 75% del total de los ingresos, debido a que durante el periodo de operación ese ha sido el porcentaje aplicado para el pago a su proveedor. Véase resultados en la tabla 47.

Tabla 47 Costo de venta proyectado: Punto de venta.

COSTO DE VENTAS PROYECTADO PUNTO DE VENTA				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 1,469,152.02	\$ 1,877,833.67	\$ 2,387,477.72	\$ 3,035,439.18	\$ 3,859,257.37

Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023.

11.5.1.3 Inversión Inicial.

Debido a que no se realizó un proyecto de inversión previo a la implementación del modelo de negocio interno, el desembolso total de la inversión para iniciarlo fue de \$300,000.00 (Tres cientos mil pesos 00/100 MXN). Este monto cubrió todo lo necesario para implementarlo en el centro comercial, como mobiliario, infraestructura, permisos, impuestos, etc. Sin embargo, esta cantidad fue soportada en su totalidad por la empresa es decir por la aportación de los socios. El inventario no fue desembolsado en ese momento.

11.5.1.4 Gastos

Dentro de los gastos se consideró el análisis histórico en el cual los gastos fijos mensuales se han representado por \$36.194.00 (Treinta y seis mil ciento noventa y cuatro pesos 00/100 MXN). Y en este caso para los gastos variables, se consideró un promedio mensual de \$6,711.00 (Seis mil setecientos once pesos 00/100 MXN), por lo que de manera anual los gastos ascenderían a \$514, 892.04 aproximadamente (Quinientos catorce mil ochocientos noventa y dos 04/100 MXN) sin embargo, dichos gastos tendrán un aumento del 5% anual.

Tabla 48 Gastos Punto de Venta.

GASTOS		
Concepto	Mensual	Anual

Gastos Variables	\$ 6,710.67	\$ 80,528.04
Gastos Fijo	\$ 36,197.00	\$ 434,364.00

Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023.

11.5.1.5 Estados Financieros:

- a) Estado de Resultados: Según los resultados en la tabla 49 se puede observar que el primer año se obtiene una perdida, y es hasta el año 2 que existe una utilidad al aplicar el impuesto sobre la renta al ejercicio correspondiente.

Tabla 49 Estado de resultados Punto de venta.

ESTADO DE RESULTADOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 1,969,308.03	\$ 2,503,778.22	\$ 3,183,303.63	\$ 4,047,252.24	\$ 5,145,676.50
Costo de Ventas	\$ 1,469,152.02	\$ 1,877,833.67	\$ 2,387,477.72	\$ 3,035,439.18	\$ 329,267.93
Utilidad Bruta	\$ 500,156.01	\$ 625,944.56	\$ 795,825.91	\$ 1,011,813.06	\$ 4,816,408.57
GASTOS VARIABLES	\$ 80,528.04	\$ 84,554.44	\$ 88,782.16	\$ 93,221.27	\$ 97,882.34
GASTOS FIJOS	\$ 434,364.00	\$ 456,082.20	\$ 478,886.31	\$ 502,830.63	\$ 527,972.16
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad Operativa	-\$ 14,736.03	\$ 85,307.91	\$ 228,157.43	\$ 415,761.16	\$ 4,190,554.08
Depreciaciones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Amortizaciones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UAI	-\$ 14,736.03	\$ 85,307.91	\$ 228,157.43	\$ 415,761.16	\$ 4,190,554.08
Gasto Financiero	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UAI	-\$ 14,736.03	\$ 85,307.91	\$ 228,157.43	\$ 415,761.16	\$ 4,190,554.08
ISR	\$ -	\$ 26,034.46	\$ 64,553.17	\$ 117,842.83	\$ 186,385.11
UTILIDAD NETA	-\$ 14,736.03	\$ 59,273.46	\$ 163,604.27	\$ 297,918.34	\$ 4,004,168.97
Dividendos	\$ -				
Utilidad Retenida	-\$ 14,736.03	\$ 59,273.46	\$ 163,604.27	\$ 297,918.34	\$ 4,004,168.97

Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023.

- b) Balance General: Dentro de este estado podemos observar que es necesario contabilizar el activo fijo para implementar sus deducciones contables pertinentes, así como comentar que el inventario representa el 20% del inventario total de la startup, debido a que por cuestiones de logística no puede almacenarse demasiado dentro del punto de venta.

Tabla 50 Balance general Punto de Venta.

BALANCE GENERAL						
ACTIVO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
CIRCULANTE						
CAJA Y BANCOS	\$335,673.00	\$43,678.00	\$47,156.00	\$57,278.00	\$60,246.00	\$68,935.00
INVENTARIO		\$ 1,219,223.56	\$ 1,455,768.79	\$ 1,742,073.45	\$ 2,087,996.82	\$ 4,493,176.00
TOTAL ACTIVO CIRCULANTE	\$335,673.00	\$1,262,901.56	\$1,502,924.79	\$1,799,351.45	\$2,148,242.82	\$4,562,111.00
FIJO						
Equipo de Cómputo	\$ -				\$ -	\$ -
Depreciacion acum		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL ACTIVO	\$ 335,673.00	\$ 1,262,901.56	\$ 1,502,924.79	\$ 1,799,351.45	\$ 2,148,242.82	\$ 4,562,111.00
PASIVO						
CP		\$ 962,901.56	\$ 1,143,651.33	\$ 1,335,747.18	\$ 1,550,324.49	\$ 257,942.03
TOTAL PASIVO	\$ -	\$ 962,901.56	\$ 1,143,651.33	\$ 1,335,747.18	\$ 1,550,324.49	\$ 257,942.03
LP						
Acreedores Bancarios	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVOS	\$ -	\$ 962,901.56	\$ 1,143,651.33	\$ 1,335,747.18	\$ 1,550,324.49	\$ 257,942.03
CAPITAL						
Capital Social	\$335,673.00	\$ 300,000.00	\$ 300,000.00	\$ 300,000.00	\$ 300,000.00	\$ 300,000.00
Utilidad del ejercicio		\$ -	\$ 59,273.46	\$ 163,604.27	\$ 297,918.34	\$ 4,004,168.97
Utilidad acumulada						
TOTAL CAPITAL	\$ 335,673.00	\$ 300,000.00	\$ 359,273.46	\$ 463,604.27	\$ 597,918.34	\$ 4,304,168.97
Diferencias	\$ -	-\$ 0.00	-\$ 0.00	-\$ 0.00	-\$ 0.00	\$ 0.00

Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023.

- c) Flujo de Efectivo: Dentro del flujo de efectivo podemos observar que la empresa si tiene flujos de liquidez, sin embargo, los costos generan que se reduzcan en una gran proporción lo cual significa que el proyecto presentaría problemas de liquidez por un tiempo.

Tabla 51 Flujo de efectivo Punto de venta.

FLUJO DE EFECTIVO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo Inicial	\$335,673.00	\$ 35,673.00	\$ 20,936.97	\$ 80,210.42	\$ 243,814.69	\$ 541,733.03
INGRESOS						
Ventas	\$ -	\$ 1,969,308.03	\$ 2,503,778.22	\$ 3,183,303.63	\$ 4,047,252.24	\$ 5,145,676.50
Financiamiento	\$ -					
Otros Ingresos	\$ -					
TOTAL INGRESOS	\$ -	\$ 1,969,308.03	\$ 2,503,778.22	\$ 3,183,303.63	\$ 4,047,252.24	\$ 5,145,676.50
TOTAL DISPONIBLE	\$ 335,673.00	\$ 2,004,981.03	\$ 2,524,715.19	\$ 3,263,514.06	\$ 4,291,066.93	\$ 5,687,409.53
EGRESOS						
Equipo de cómputo						
Marcas	\$ -					
Materia Prima						
Costo de Ventas	\$ -	\$ 1,469,152.02	\$ 1,877,833.67	\$ 2,387,477.72	\$ 3,035,439.18	\$ 3,859,257.37
Gastos de Administración	\$ -	\$ 80,528.04	\$ 84,554.44	\$ 88,782.16	\$ 93,221.27	\$ 97,882.34
Gastos de Venta	\$ -	\$ 434,364.00	\$ 456,082.20	\$ 478,886.31	\$ 502,830.63	\$ 527,972.16
Gastos de Operación	\$300,000.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos Financieros	\$0.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
ISR	\$ -	\$ -	\$ 26,034.46	\$ 64,553.17	\$ 117,842.83	\$ 186,385.11
Dividendos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pago a Capital	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL EGRESOS	\$ 300,000.00	\$ 1,984,044.06	\$ 2,444,504.76	\$ 3,019,699.37	\$ 3,749,333.90	\$ 4,671,496.97
FLUJO NETO	-\$ 300,000.00	-\$ 14,736.03	\$ 59,273.46	\$ 163,604.27	\$ 297,918.34	\$ 474,179.52
SALDO FINAL	\$ 35,673.00	\$ 20,936.97	\$ 80,210.42	\$ 243,814.69	\$ 541,733.03	\$ 1,015,912.55

Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023.

11.5.1.6 Pagos Provisionales y Calculo Anual de ISR.

El primer año completo de operación no se paga impuesto sobre la renta debido a la perdida registrada, mientras que a partir del año 2 las cantidades mensuales por pagar correspondientes del impuesto sobre la renta son neutrales, a pesar de que no hay gastos financieros ni depreciaciones que puedan mitigar el efecto fiscal de la actividad.

Tabla 52 Pagos Provisionales proyecto Punto de Venta.

Pagos Provisionales				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$ -	\$ 26,034.46	\$ 64,553.17	\$ 117,842.83	\$ 186,385.11

Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023.

Gráfico 22. Calculo anual de ISR proyecto Punto de Venta.

CALCULO ANUAL RESICO 2023	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Acumulables del ejercicio	\$ 1,969,308.03	\$ 2,503,778.22	\$ 3,183,303.63	\$ 4,047,252.24	\$ 5,145,676.50
Deducciones Autorizadas	\$ 1,984,044.06	\$ 2,418,470.31	\$ 2,959,448.26	\$ 3,632,925.10	\$ 4,485,111.87
PTU pagada		0 -\$ 1,473.60	\$ 8,678.15	\$ 21,517.72	\$ 39,280.94
Utilidad Fiscal	-\$ 14,736.03	\$ 86,781.52	\$ 215,177.22	\$ 392,809.42	\$ 621,283.69
Perdidas de ejercicios anteriores	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	0
Resultado Fiscal	\$ -	\$ 86,781.52	\$ 215,177.22	\$ 392,809.42	\$ 621,283.69
Tasa articulo 9°		30%	30%	30%	30%
ISR anual	\$ -	\$ 26,034.46	\$ 64,553.17	\$ 117,842.83	\$ 186,385.11
Retenciones por intereses	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pagos Provisionales	\$ -	\$ 26,034.46	\$ 64,553.17	\$ 117,842.83	\$ 186,385.11
ISR NETO A CARGO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023.

Gráfico 23. PTU proyecto Punto de Venta.

Calculo PTU PARA DISTRIBUIR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Fiscal	-\$ 14,736.03	\$ 86,781.52	\$ 215,177.22	\$ 392,809.42	\$ 621,283.69
Excentos no deducibles	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad fiscal para PTU	-\$ 14,736.03	\$ 86,781.52	\$ 215,177.22	\$ 392,809.42	\$ 621,283.69
Tasa PtU		10%	10%	10%	10%
PTU a distriubuir	-\$ 1,473.60	\$ 8,678.15	\$ 21,517.72	\$ 39,280.94	\$ 62,128.37

Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023.

Gráfico 24. CUFIN proyecto Punto de Venta.

Calculo de Cuenta de Utilidad Fiscal CUFIN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo anterior	\$ -	\$ -	\$ 60,747.06	\$ 211,371.12	\$ 486,337.71
Utilidad fiscal neta (UFIN)		\$ -	\$ 60,747.06	\$ 211,371.12	\$ 486,337.71
Resultado fiscal	\$ -	\$ 86,781.52	\$ 215,177.22	\$ 392,809.42	\$ 621,283.69
ISR del ejercicio	\$ -	\$ 26,034.46	\$ 64,553.17	\$ 117,842.83	\$ 186,385.11
No deducibles	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
CUFIN al cierre 2023	\$ -	\$ 60,747.06	\$ 211,371.12	\$ 486,337.71	\$ 921,236.29

Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023.

11.5.2 Evaluación Financiera del modelo de negocio.

11.5.2.1 Costo promedio ponderado de Capital

Debido a que no existe ningún financiamiento externo el costo del capital o la inversión tendrá un costo solicitado por los accionistas del 13.93% considerando el margen de utilidad presentada en el análisis financiero de la franquicia global y los riesgos del mercado así como la inflación anual de 2022.

11.5.2.2 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

Gráfico 25.Periodo de recuperación de la inversión Punto de venta.

PRI periodo de recuperacion de la inversion				
Periodo	FLUJOS NETOS		FLUJOS DESCONTADOS	FLUJOS ACUMULADOS
0	-\$300,000.00		-\$300,000.00	-\$300,000.00
1	-\$ 14,736.03	-\$	12,934.29	-\$312,934.29
2	\$ 59,273.46	\$	45,665.06	-\$267,269.22
3	\$ 163,604.27	\$	110,631.89	-\$156,637.33
4	\$ 297,918.34	\$	176,825.48	\$20,188.15
5	\$ 474,179.52	\$	247,031.49	\$267,219.63

Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023.

Dentro de este análisis a través de los flujos descontados acumulados traídos a valor presente, podemos concluir que la inversión no podrá ser recuperada en su totalidad hasta después de los 5 años proyectados, por lo que, es un tema que deberá considerarse pues es un periodo largo contemplando que el monto de inversión no es muy alto.

11.5.2.3 Valor Presente neto.

Gráfico 26.Valor presente neto Punto de Venta.

VALOR PRESENTE NETO	
INVERSIÓN TOTAL	-\$300,000.00
Kd	13.93%
VNA	\$267,219.63 POSITIVO

Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023.

Al realizar el indicador del valor presente neto podemos observar en el grafico 26 que la empresa puede aceptar el proyecto.

11.5.2.4 Relación Beneficio – Costo.

Gráfico 27. Beneficio Costo Punto de Venta.

BENEFICIO COSTO	
INVERSIÓN TOTAL	-\$300,000.00
Kd	15%
B/C	1.27 Rentable Se acepta
VNA INGRESOS	\$10,892,987.15
VNA EGRESOS	8256008.892
VNA EGRESOS + INVERSION	\$8,556,008.89

Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023.

En contraste con el proyecto del sitio web, este indicador nos da un poco menos de rentabilidad, sin embargo, sigue estando dentro del rango aceptable siendo este de 1.27 por lo cual se acepta el proyecto.

11.5.2.5 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Gráfico 28. Tasa interna de retorno Punto de Venta.

TIR	
INVERSIÓN TOTAL	-\$300,000.00
FLUJOS NETOS	- \$ 14,736.03 AÑO 1
	\$ 59,273.46 AÑO 2
	\$ 163,604.27 AÑO 3
	\$ 297,918.34 AÑO 4
	\$ 474,179.52 AÑO 5
TIR	33%

Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023.

Respecto a la tasa de costo del capital (WACC) la cual es de 13.93%, se encuentra la tasa interna de retorno del 33% lo que nos indica que el proyecto es aceptable puesto que puede

soportar las necesidades del costo de la inversión, aunque en un rendimiento menor en comparación con el proyecto de inversión del sitio web.

12. CONCLUSIONES

Dentro de la línea de vida de las pequeñas empresas, se encuentran distintas áreas que deben conocerse desde la historia del emprendimiento, sus principios, valores, hipótesis, nuevas aportaciones, y sus nuevas variantes; Las startups y las scaleups en un mundo tan digitalizado como el de ahora hacen que el emprendedor se sienta más presionado en el mundo económico, puesto que la propuesta de valor de su emprendimiento tiene que integrar de manera obligatoria una innovación que lo ayude a posicionarse en el mercado, sin embargo, también representan una herramienta para los jóvenes, que si se logra implementar una startup que satisfaga una necesidad de un nicho que implica el manejo de herramientas digitales o tecnológicas es más sencillo que su nicho crezca, puesto que la moda en los negocios actuales es la comodidad y rapidez. Por esta razón en este estudio de caso se incorporó a la fundamentación teórica las bases que puedan apoyar al emprendedor a poder identificar en qué fase de crecimiento se encuentra su emprendimiento, si es considerada una startup en base a los requisitos de las mismas, procedimientos legales para la constitución de las sociedades, así como las definiciones sencillas de lo que implica el proyecto de inversión, su respectiva evaluación financiera y las leyes mexicanas que las rigen en cuestión de materia fiscal.

De esta manera, podemos destacar que las startups deben conocer sus características, los apoyos que existen para ellas, las reglas financieras para cuidar su patrimonio y la legislación que las obliga a formalizarse ante la ley y aportar la tributación correspondiente. Por esta razón este trabajo práctico fue de utilidad para comprender de manera sencilla los procedimientos a seguir en la instauración de un nuevo proyecto de inversión de una startup, así mismo, identificamos la importancia de educar al empresario y a los accionistas, y a inculcarles que es necesario contemplar en la planeación de un negocio la carga tributaria que generará para que pueda así tener una visión más clara de sus costos y sus beneficios.

En un México tan fiscalizado como el de ahora es indispensable, que las startups se involucren en los cálculos de sus obligaciones tributarias puesto que si lo hacen podrán evitar posibles problemas fiscales y financieros en el futuro y más importante aún, realizar un molde a la medida del giro de la empresa que le permita bajar sus costos y su carga tributaria al mismo tiempo que aumenta su valor y utilidades.

Respecto de la investigación se contaron con algunas dificultades, como por ejemplo, el encontrar información de startups mexicanas al año 2023, puesto que son conceptos

relativamente nuevos en el mercado, aun la información que existe tanto mercantil, como fiscal y financiera va más en rumbo hacia las pymes, sin embargo, sería interesante que con el paso de los años y el crecimiento de las startups en el país futuras generación investigadoras se den a la tarea de actualizar esta información para verificar si al final puedan existir más herramientas específicas que apoyen el crecimiento de las startup.

Referente al caso práctico que se presentó, se puede concluir que la empresa a nivel global tiene buenos ratios de rendimiento lo que refleja que es una empresa con niveles de liquidez y rentabilidad aceptables a pesar de su corto tiempo en operación, considerando que se encuentra en la fase de posicionamiento y estabilización, sin embargo, existen áreas de oportunidad como en el tema de la liquidez, en el proyecto de venta en centro comercial, así como en el control de sus inventarios para que pueda lograr incrementar los indicadores de operación y estabilizar los de liquidez. En segundo lugar, encontramos que el proyecto de implementar ventas en línea a través de una herramienta digital en este caso un sitio web es viable desde el ámbito económico, financiero y fiscal. Y por último la valoración del proyecto en curso sin planeación previa del punto de venta en centro comercial es aceptable y presentará mejores utilidades a partir de su segundo año; Sin embargo, sus costos son muy altos, su liquidez es comprometedor lo que hará que el tiempo de retorno de la inversión sea más de lo esperado.

13. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Asociación Mexicana de Venta Online. (2022). *Estudio de Venta Online El consumidor digital mexicano*. www.amvo.org.mx/publicaciones/

Baca Urbina Gabriel. (2006). *Evaluación de proyectos*.

Calva, F. H., Cuatrecasas Méndez, J., & Flores Lujan, N. (2019). *Tipos de emprendedores Type of entrepreneurs*. <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/issue/archive>

CÁMARA DE DIPUTADOS DEL H. CONGRESO DE LA UNIÓN General Secretaría de Servicios Parlamentarios. (2018). *Ley de Coordinación Fiscal*.

Cantero Robledo Máximo. (2006). *Metodología didáctica de un caso práctico para la formulación y evaluación del proyecto de inversión*. Universidad Autónoma de Aguascalientes.

Cirilo, L. A. J., Herrera Izaguirre Juan Antonio, & Lope Díaz Luis Hernán. (2012). *DERECHO MERCANTIL MEXICANO. ANTE LA PROBLEMÁTICA DEL PROCESO PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA SOCIEDAD MERCANTIL*. <http://www.>

Codina, L., Guallar, J., Pedraza-Jiménez, R., & e-libro, Corp. (2016). *Guía para la definición y creación de sitios web de calidad: evaluación y análisis comparativo a través del análisis experto*. Editorial UOC.

- Cropley, D. H., Kaufman, J. C., Cropley, A. J., Professor James Kaufman, A. C., & Professor Arthur Cropley, E. J. (2011). Measuring Creativity for Innovation Management. In *J. Technol. Manag. Innov* (Vol. 6, Issue 3). <http://www.jotmi.org>
- Díaz Becerra, Ó. (2006). *El Estado de Flujos de Efectivo y una administración eficiente del efectivo*.
- Díaz de Alda, A. (2017). *EL CONCEPTO DE EMPRENDEDOR: ORIGEN, EVOLUCIÓN E INTERPRETACIÓN*.
- Duarte Cueva, F. (2007). *46 Contabilidad y negocios Emprendimiento, empresa y crecimiento empresarial*.
- Fernandez, F. J. (2017). *Estudio de Mercado*.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2022). *ESTADÍSTICAS A PROPÓSITO DEL DÍA INTERNACIONAL DEL DEPORTE PARA EL DESARROLLO Y LA PAZ (DATOS NACIONALES)*.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2022). *MÓDULO DE PRÁCTICA DEPORTIVA Y EJERCICIO FÍSICO 2021*.
- Jácome Lara, I., & Carvache Franco, O. (2017). ANÁLISIS DEL COSTO-BENEFICIO UNA HERRAMIENTA DE GESTIÓN. *Contribuciones a La Economía*. <http://eumed.net/ce/2017/2/costo-beneficio.html>
- Lira Briceño, P. (2013). *Evaluación de Proyectos de Inversión*.
- Lloret Pilar. (2020). Claves de éxito y fracaso de una startup. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 30, 23–34.
- Luis Fernando Hidalgo Proaño, E., Administrativo de la UCSG Director Fundador, V., & Administrativo de la UCSG, -Vicerrector. (2017). LA FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES IMPULSARÍA A LAS PYMES. *Revista Empresarial, ICE-FEE-UCSG*.
- Martínez Prats, G., Ruiz Cornelio, H. A., & Mapen Franco, F. de J. (2019). Emprendimiento y competitividad internacional en México. *3C Empresa. Investigación y Pensamiento Crítico*, 8(2), 108–121. <https://doi.org/10.17993/3cemp.2019.080238.108-121>
- Medina Chavez, M. (2019). *SOCIEDADES MERCANTILES EN MEXICO*.
- Meza Orozco, J. de J. (2017). *Evaluación Financiera de Proyectos*.
- Milton Coca Carasila, A. (2011). *La demanda. Una perspectiva de marketing: reflexiones conceptuales y aplicaciones*.
- Minniti, M. (2012). *EL EMPRENDIMIENTO Y EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LAS NACIONES*.
- Nassir Sapag Chain, N. S. R. S. P. J. (2003). *Preparación y Evaluación de proyectos*.
- Nautilus360.com. (2023). *Diseño de Páginas Web en Guadalajara Jalisco*. Diseño de Páginas Web En Guadalajara Jalisco.
- Orjuela Córdova Soledad, & Sandoval Medina Paulina. (2002). *Guía del estudio de mercado para la evaluación de proyectos*.

- Quiroga, M., & López, J. F. (2020). Demografía. *Economipedia.Com*.
- Rocha, R. O., Olave, M. E. L., & Ordonez, E. D. M. (2019). Estrategias de innovación para empresas startups. *Revista Pensamento Contemporâneo Em Administração*, 13(1), 46.
<https://doi.org/10.12712/rpca.v13i1.27394>
- Ronald Bledow, Michael Frese, Neil Anderson, Miriam Erez, & James Farr. (2009). A Dialectic Perspective on innovation: Conflicting demands, mutiple pathways and ambidexterity. *Industrial and Organizational Psychology* .
- Saavedra García, M. L. (2011). *La responsabilidad social empresarial y las finanzas* .
- Sectorweb.com. (2023). *Diseño de páginas web en Guadalajara, Jalisco* . Desarrollo Web En México.
- Simpeh, K. N. (2011). Entrepreneurship theories and Empirical research: A Summary Review of the Literature. In *European Journal of Business and Management www.iiste.org ISSN* (Vol. 3, Issue 6). Online. <https://www.researchgate.net/publication/230814855>
- Talaya Agueda, E., & Collado Molina Arturo. (2014). *Investigación de mercados* (Esic Editorial).
- Thompson Ivan. (2005). *Definicion de mercado*.
<https://Www.Promonegocios.Net/Mercadotecnia/Mercado-Definicion-Concepto.Html>.
- Vagabe.com. (2023). *Diseño de páginas web en Guadalajara, México*. Diseño de Páginas Web En Guadalajara, México.
- Valencia De Lara, P., & Patlán Pérez, J. (2011). *TEC Empresarial 21 Tec Empresarial* (Vol. 5, Issue 3).
- Vargas Tellez, C. O. (2021). Eficiencia del Mercado Notarial en México. *Economic Literature*.