

Revista EDUCATECONCIENCIA.  
Volumen 8, No. 9.  
ISSN: 2007-6347  
Octubre- Diciembre 2015  
Tepic, Nayarit. México  
Pp. 177-194

**La Mujer Emprendedora en la Zona Sur del Estado de Nayarit: Productoras de  
Cajeta de Mango.**

**Women Entrepreneurs in the South Zone of the State of Nayarit: Production  
Caramel Mango.**

**Autores:**

**Lourdes Concepción Barrón Romero**  
Universidad Autónoma de Nayarit  
[lbarronr@hotmail.com](mailto:lbarronr@hotmail.com)

**Edith Guadalupe Alvarado Valera**  
Universidad Autónoma de Nayarit  
[cpedithgpeavg@hotmail.com](mailto:cpedithgpeavg@hotmail.com)

**Silvia Alicia Camarena González**  
Universidad Autónoma de Nayarit  
[camarena.silvia@hotmail.com](mailto:camarena.silvia@hotmail.com)

**Octavio Arias Fránquez**  
Universidad Autónoma de Nayarit  
[octavioariasf78@gmail.com](mailto:octavioariasf78@gmail.com)

## **La Mujer Emprendedora en la Zona Sur del Estado de Nayarit: Productoras de Cajeta de Mango**

### **Women Entrepreneurs in the South Zone of the State of Nayarit: Production Caramel Mango.**

**Lourdes Concepción Barrón Romero**  
Universidad Autónoma de Nayarit  
[lcbarron@hotmail.com](mailto:lcbarron@hotmail.com)

**Edith Guadalupe Alvarado Valera**  
Universidad Autónoma de Nayarit  
[cpedithgpeavg@hotmail.com](mailto:cpedithgpeavg@hotmail.com)

**Silvia Alicia Camarena González**  
Universidad Autónoma de Nayarit  
[camarena.silvia@hotmail.com](mailto:camarena.silvia@hotmail.com)

**Octavio Arias Fránquez**  
Universidad Autónoma de Nayarit  
[octavioariasf78@gmail.com](mailto:octavioariasf78@gmail.com)

#### **Resumen**

La Región Sur, que ocupa el penúltimo lugar en materia de desarrollo socioeconómico, de las cinco regiones político-administrativas en que se divide el estado de Nayarit, tiene una situación de las mujeres que está por debajo de los promedios estatales. En tasa de participación de las mujeres, en la Región Sur, sólo el 21.8% de las mujeres trabajan fuera de su casa; en tanto que la tasa de participación de las mujeres en esta región es apenas la tercera parte de la tasa de participación de los hombres. Por lo que es vital que en la nueva sociedad del conocimiento la mujer se incruste en el mercado laboral, cuya inclusión tiene que superar una serie de retos y desafíos, por tratarse de un mercado dominado mayoritariamente por hombres.

Una de las ventajas para las mujeres emprendedoras es la educación superior, ya que es de gran trascendencia en la transformación social, donde las actuales y futuras mujeres emprendedoras se apropian del aprendizaje significativo en esta materia, lo que permite la cristalización de sus ideas creativas e innovadoras en proyectos concretos, organizando los distintos recursos con el objetivo de hacerlas una realidad rentable, que les proporcione una mejor calidad de vida y a los que dependen de ellas.

**Palabras Clave:** Emprendedor, empresa, mujer

### **Abstrat**

The Southern Region, which ranks penultimate to last in socio-economic development of the five political-administrative regions in which the state of Nayarit is divided, you have a situation of women below the state averages. In participation rate of women in the Southern Region, only 21.8% of women work outside the home; while the participation rate of women in this region is barely a third of the participation rate of men. So it is vital that the new knowledge society women are embedded in the labor market, whose inclusion has to overcome a number of challenges, because it is a market largely dominated by men.

One advantage for women entrepreneurs is higher education, as it is of great importance in social transformation, where current and future women entrepreneurs appropriated meaningful learning in this area, allowing the crystallization of his creative ideas and innovative in concrete projects, organizing the various resources in order to make a profitable reality, to provide them a better quality of life and those who depend on them.

**Keywords:** Entrepreneur, business, woman

### **Marco teórico**

La persona que asume el riesgo de iniciar una empresa es un emprendedor. La palabra emprendedor proviene del latín *imprendere*, que significa “tomar la decisión de realizar una tarea difícil y laboriosa”, “poner en ejecución”. (Amaru Maximiano, 2008, p.1)

De hecho, la idea de un espíritu emprendedor se asocia con las personas emprendedoras que movilizan recursos y corren riesgos para iniciar organizaciones de negocios. Aunque existen emprendedores en todas las áreas de actividad humana, en su sentido restringido la palabra designa a la persona que crea una empresa.

El empresario no tiene jefe y depende de sus decisiones personales. Puede innovar o experimentar nuevas ideas en su negocio, estimulado por su creatividad o por la competencia. Puede tener ganancias financieras o también aspectos desfavorables, tales como convivir con la inestabilidad de los posibles cambios en el ambiente externo.

### **Que es una empresa**

Una empresa es una iniciativa que tiene como objetivo ofrecer productos y servicios para atender las necesidades de personas o mercados, y con ello obtener una utilidad. Para lograr ganancias y atender el compromiso con su prosperidad, el emprendedor necesita adquirir recursos, estructurar un sistema de operaciones y asumir un compromiso con la satisfacción del cliente. (Amaru Maximiano, 2008, p.8)

### **Clasificación de las empresas por su tamaño**

Las empresas se pueden clasificar de acuerdo con distintos criterios, tales como el número de empleados con el que cuentan y la facturación anual. (Diario Oficial de la Federación del 2002, 2ª. Sección, p.51).

- Microempresas. De acuerdo a la estratificación de empresas por tamaño, en México, el personal ocupado en la industria es de 1 hasta 30, en comercio hasta 5 y en servicios hasta 20.
- Pequeñas Empresas. El personal ocupado en industria para este tipo va de 31 a 100, en comercio de 6 a 20 y en servicios de 21 a 50.
- Medianas Empresas. En cuanto a estas empresas el personal ocupado en industria va de 101 a 500, en comercio de 21 a 100 y en servicios de 51 a 100.

- **Grandes Empresas.** En la actualidad, para el caso de las grandes empresas el personal ocupado en industria es de más de 500 y en comercio y servicios más de 100.

## **Planteamiento del problema**

La Región Sur, que ocupa el penúltimo lugar en materia de desarrollo socioeconómico, de las cinco regiones político-administrativas en que se divide el estado de Nayarit, tiene una situación de las mujeres que está por debajo de los promedios estatales. En tasa de participación de las mujeres, en la Región Sur, sólo el 21.8% de las mujeres trabajan fuera de su casa, contra el 23.3% del promedio estatal; en tanto que la tasa de participación de las mujeres en esta región es apenas la tercera parte de la tasa de participación de los hombres. En ingreso promedio de las mujeres que trabajan, la región también está por debajo de la media estatal: 1.6 salarios mínimos contra 1.75. La tasa de fecundidad general en la Región Sur, presenta datos de casi 3 hijos vivos por mujer en edad fértil, contra 3.4 del promedio estatal. (Estatal, 2005)

Al tener esta información nos dimos cuenta que es importante apoyar a las micro empresas ya que no cuentan con un plan de negocios, estructuras administrativas, operacionales y legales; aparte de que muy pocas veces tienen acceso a fuentes de financiamiento y/o apoyos gubernamentales.

En el sur de Nayarit se generó la iniciativa de crear una micro empresa con un grupo de mujeres emprendedoras, las cuales acudieron a la Unidad Académica a una asesoría para poder realizar el proyecto de inversión de una productora de cajeta de mango. Agregar cita

El desarrollo del proyecto será importante para la comunidad, de darse las condiciones para que los inversionistas se convenzan de las bondades del negocio y se decidan a ponerlo en marcha creando fuentes de trabajo y generando una mejor economía para la comunidad.

Considerando la importancia en cuanto a fortalecimiento del empleo en nuestra comunidad, se pretende crear una pequeña agroindustria en nuestra población que ayude al bienestar social y así mejorar la calidad de vida de los habitantes del municipio.

Personas de la localidad cuentan que desde hace aproximadamente 100 años se produce el dulce típico de Ahuacatlán cuyo principal componente es la pulpa de mango criollo.

El producto se conoce solamente en la región y en aquellos sitios donde los originarios lo transportan por interés particular para degustar un producto que no tienen a su alcance y que lo han consumido por su sabor especial y por tradiciones inolvidables.

## **Objetivo**

Por medio del análisis de este proyecto se realizarán los estudios de: mercado, técnico, económico y financiero, propios de un estudio para evaluar la factibilidad de la puesta en marcha de una productora de cajeta de mango en la región de Ahuacatlán, Nayarit, todo esto para proporcionar a los futuros accionistas una certeza de generación de riqueza y que sus expectativas de inversión sean alcanzables.

## **Objetivos particulares**

De manera particular, los siguientes objetivos se han satisfecho:

- Plantear las fases en las que se divide un proyecto de inversión, para lograr, en la práctica, los procesos de toma de decisiones de los inversionistas respecto al proyecto en cada una de esas fases.
- Identificar los elementos que se pueden aportar desde la perspectiva de los estudios de mercado, técnico, económico y financiero, a los procesos de toma de decisiones de los inversionistas respecto a la productora de cajeta de mango.
- Evaluar qué tan atractiva puede resultar la tasa de retorno sobre la inversión que genere el proyecto sujeto a estudio.

## **Desarrollo**

En el presente proyecto propone la elaboración y comercialización de cajeta tradicional de mango, dulce típico de Ahuacatlán, ya que este fruto se transforma y

distingue a este municipio; para esto se tiene en cuenta la estacionalidad del mango, su tratamiento así como su falta de posicionamiento en el mercado, industrialización, y el alto grado de aceptación de quien lo degusta.

La idea de producir cajeta de mango es poder por un lado comercializar productos derivado de mango en el mercado nacional e internacional, ya es un producto con alto grado de aceptación y en segundo lugar como una necesidad de darle al mango criollo valor comercial.

La empresa “Productos Derivados de Mango”, empresa agroindustrial procesadora de frutas naturales orientada al mercado estatal, regional, nacional y extranjero.

El principal producto es dulce de mango tipo Ate elaborado bajo normas de calidad e higiénicas que le permitan competir con otras marcas que se encuentran en el mercado.

Beneficio esperado:

Al instalarse la empresa se espera generar productos naturales de mango dirigido a toda la familia de todas las edades, que cubra la necesidad del consumo de dulces y postres en el estado, contribuyendo:

Al productor:

- Garantizar la venta de su producto para la producción de dulces y postres
- Poder realizar una producción de Dulce de Mango Tipo Ate de acuerdo a expectativas, que generará empleos y utilidad para la empresa.
- Formar parte de la cadena productiva de la producción de dulces y postres de la región.

A la sociedad:

- La generación de empleos permanentes con responsabilidad social

### **Descripción de la integración a una cadena productiva y comercial**

El proceso de la cadena productiva del mango criollo es temporal en el Estado de Nayarit, hay abundancia de mango durante los meses de abril, mayo, junio, julio, y agosto, una gran parte de la producción de mango del estado de Nayarit se desperdicia por no tener un mercado para ese producto. Durante el resto del año se tiene que comprar en fruterías

mayoristas que traen el producto del Mercado de Abastos de la Ciudad de Guadalajara, Jalisco.

Este proyecto contribuye en la cadena productiva de la transformación de mango de la especie criollo que se produce en el municipio de Ahuacatlán y en la región sur del Estado de Nayarit.

En el proceso productivo dentro de la transformación del mango natural en dulce de mango tipo Ate, se va a generar valor agregado ya que este producto tiene una buena aceptación en el mercado de nuestra región, ya que los consumidores lo reconocen como un producto con valor comercial.

### **Segmentación de mercado**

El ate de mango es un producto para toda la familia, para el caso de estudio se consideró a las personas a encuestar de la edad de 12 años a más, de las poblaciones de Tepic, Ahuacatlán, e Ixtlán Del Río en Nayarit.

Tepic	221,969
Ahuacatlán	4,965
Ixtlán del Rio	16,267
<b>TOTAL</b>	<b>243,201</b>

Las características del segmento del mercado son las siguientes:

- Personas que gustan de consumir postres y golosinas.
- Sexo indistinto.
- Religión indistinta

### **Determinación de la muestra**

La metodología propuesta para la recolección de datos es a través de encuestas, dando degustación del producto.



La muestra utilizada se determina como población finita. Se aplicó el programa de Mitofsky para obtener el tamaño de la muestra. Se consideraron los siguientes datos:

Confiabilidad: 95%

Error: 5%

Tamaño de la población: 243,201

El resultado que se obtuvo después de haber hecho el cálculo a través del programa de consulta fue de 384 encuestas a aplicar en las siguientes poblaciones:

La cantidad de encuestas a aplicar se redondeó a 390. Se prorratearon en las diferentes poblaciones de la siguiente manera:

Tepic	372	95.25%
Ahuacatlán	12	3.12
Ixtlán del Río	6	1.63
<b>Total</b>	<b>390</b>	<b>100%</b>

### Resultados obtenidos de acuerdo al cuestionario aplicado

1.- ¿Ha probado alguna vez un ate de fruta?

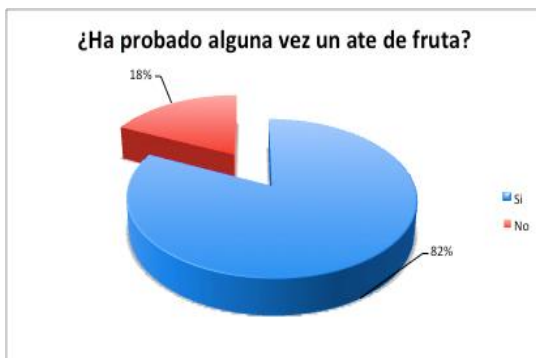


Figura 1. Respuesta de la primera pregunta ¿Ha probado alguna vez un ate de fruta?



2.- ¿De cuál de las siguientes frutas lo ha probado?

Figura 2. Respuesta de la pregunta ¿De cuál de las siguientes frutas lo ha probado?

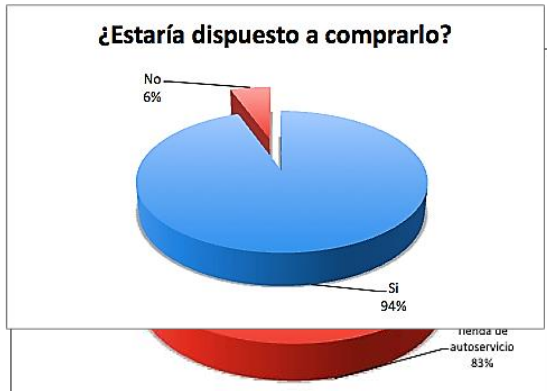
3.- ¿Gusta probar el ate de mango?



Figura 3. Respuesta de la pregunta ¿Gusta probar el ate de mango?

4.- ¿Estaría dispuesto a comprarlo?

Figura 4. Respuesta de la pregunta ¿Estaría dispuesto a comprarlo?

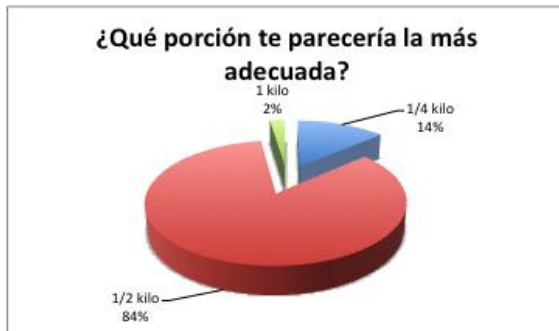


5.- ¿Dónde creen que lo venderían?

Figura 5. Respuesta de la pregunta ¿Dónde creen que lo venderían?

6.- ¿Qué porción te parecería la más adecuada?

Figura 6. Respuesta de la pregunta ¿Qué porción te parecería la más adecuada?



7.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un producto de 1/2 kg?



Figura 7. Respuesta de la pregunta ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un producto de 1/2 kg?

## 8.- ¿Cada cuando comprarías ate de mango?



Figura 8. Respuesta de la pregunta ¿Cada cuando comprarías ate de mango?

## Consumo aparente

El consumo aparente mensual según las encuestas que se aplicaron y la frecuencia mensual de compra da un total 938,606 porciones de ½ kilo.

La capacidad de producción de la empresa será de 4,000 piezas mensuales, trabajándose el primer año al 80% de su capacidad, y en los años siguientes al 100% de su capacidad. La producción anual del primer año es de 38,400 piezas y en los años sucesivos es de 48,000 piezas anuales.

## Marca y etiqueta



Figura 9. Marca y etiqueta de la empresa

### Capacidad instalada

Para la determinación de la capacidad productiva de la planta se debe tomar en cuenta la expectativa de venta del proyecto. La capacidad productiva estará dada por la infraestructura de maquinaria y equipo propia de la producción el ate de mango.

Analizando por separado las capacidades de producción de la máquina y equipo a utilizar, tenemos que:

Tabla1. Capacidad productiva de la maquinaria.

Maquina	Unidad de medida	Capacidad	Tiempo
Despulpadora	Kgs	100	60 min.
Marmita	Kgs	100	45 min.

Esta es nuestra capacidad instalada en el primer año se trabajara al 80% de nuestra capacidad, y en los años siguientes si las condiciones de mercado se dan se trabajara al 100% de la capacidad. Se debe tomar en cuenta que debido al proceso de cocción de la pulpa de mango esta se reduce aproximadamente en un 15%.

### Organigrama de la empresa

Para poder lograr las metas propuestas en el proyecto que se está evaluando es necesario conjuntar esfuerzos y administrar los recursos disponibles de la forma más adecuada, esto se logra a través del componente administrativo de la organización.

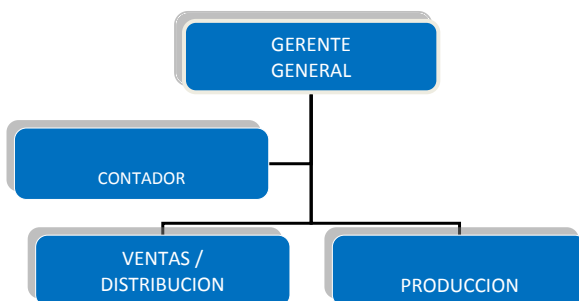


Figura 10. Organigrama de la empresa

### **Estudio financiero**

Con base en las conclusiones del estudio de mercado, las cantidades y precios probables de venta se sintetizan en una serie cronológica proyectada. El producto obtenido de cantidades y precios permite integrar el presupuesto de ingresos. De igual manera, el estudio técnico concluye con el inventario de necesidades de inversión para que la empresa opere, asimismo, establece la función y un programa de producción, que permite integrar los costos del proyecto, que sirven de base para elaborar el presupuesto de egresos. Con ello se homologan en términos monetarios de una misma fecha todos los aspectos de mercado y técnico.

### **Presupuesto de inversión**

Se integra por el conjunto de erogaciones que es necesario realizar para conformar la infraestructura física de la entidad productiva, los precios del equipo y obra civil se obtuvieron de cotizaciones solicitadas. En la tabla siguiente se sintetizan los resultados:

Tabla 2. Presupuesto de inversión

Inversiones	\$	536,98
Inversiones	\$	102,00
<b>Subtot</b>	<b>\$</b>	<b>638,98</b>
Capital de	\$	37,277.0
<b>Tota</b>	<b>\$</b>	<b>676,25</b>

### **Estado de resultados financiero**

El estado de resultados es el análisis que tiene como finalidad mostrar los resultados económicos de la operación del proyecto durante su vida, a continuación se muestra:

Tabla 3. Estado de resultados financiero.

<b>Estado de Resultados Financiero</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ingresos por Ventas	1,038,336	1,310,400	1,322,880	1,322,880	1,322,880
Costo de Venta	599,102	668,393	673,806	673,806	573,852
<b>Utilidad Bruta:</b>	<b>439,234</b>	<b>642,007</b>	<b>649,074</b>	<b>649,074</b>	<b>749,028</b>
<b>Gastos de Operación</b>					
Sueldos y Salarios	138,042	139,369	140,696	140,696	140,696
Costos de Previsión Social	53,836	54,354	54,872	54,872	54,872
Gastos Generales	44,742	45,172	45,603	45,603	45,603
Depreciación de Inversiones	20,836	20,836	20,836	18,952	18,010
Amortización de Gastos Diferidos	6,950	6,950	6,950	6,950	6,950
<b>Total de Gastos de Operación:</b>	<b>264,406</b>	<b>266,681</b>	<b>268,957</b>	<b>267,073</b>	<b>266,131</b>
<b>Utilidad de Operación:</b>	<b>174,828</b>	<b>375,326</b>	<b>380,117</b>	<b>382,001</b>	<b>482,897</b>
<b>Gastos Financieros</b>					
Pago de Intereses por financiamiento	93,359	66,999	40,639	14,278	0
<b>Utilidad Financiera:</b>	<b>81,469</b>	<b>308,327</b>	<b>339,478</b>	<b>367,723</b>	<b>482,897</b>
<b>Carga Fiscal</b>					
Pago de Impuesto Sobre la Renta	23,456	84,534	93,439	101,946	138,314
Pago de P.T.U.	7,819	28,178	31,146	33,982	46,105
<b>Total Carga Fiscal:</b>	<b>31,274</b>	<b>112,712</b>	<b>124,585</b>	<b>135,928</b>	<b>184,419</b>
<b>Utilidad Neta:</b>	<b>50,194</b>	<b>195,615</b>	<b>214,894</b>	<b>231,795</b>	<b>298,478</b>

Fuente: (Rafael, 2006)

### Balance general

Contiene los rubros que constituirán los activos de la empresa, es decir, los bienes adquiridos para materializar el proyecto. Por otro lado, se presentan los pasivos esperados de la empresa y el patrimonio o capital social, en la tabla siguiente se muestra:



Tabla 4. Balance general de los bienes de la empresa.

Estado de Situación Financiera						
CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ACTIVO</b>						
<b>Circulante</b>						
Efectivo	5,651	83,734	261,870	456,248	662,807	932,865
Inventarios	17,801	0	0	0	0	0
Cuentas por Cobrar	15,360	15,974	20,160	20,352	20,352	20,352
<b>Activo Circulante:</b>	<b>38,813</b>	<b>99,709</b>	<b>282,030</b>	<b>476,600</b>	<b>683,159</b>	<b>953,217</b>
<b>Fijo (Neto):</b>						
Inmuebles, Construcciones y Obra Civil	50,000	47,500	45,000	42,500	40,000	37,500
Maquinaria y Equipo de Producción	399,817	299,863	199,909	99,954	0	0
Mobiliario y Equipo de Oficina	5,100	4,590	4,080	3,570	3,060	2,550
Vehículos	75,000	60,000	45,000	30,000	15,000	0
Equipo de Cómputo	9,420	6,594	3,768	942	0	0
<b>Activo Fijo:</b>	<b>539,337</b>	<b>418,547</b>	<b>297,757</b>	<b>176,966</b>	<b>58,060</b>	<b>40,050</b>
<b>Diferido:</b>						
Intangibles	65,000	61,750	58,500	55,250	52,000	48,750
Gastos Preoperativos	37,000	33,300	29,600	25,900	22,200	18,500
<b>Activo Diferido:</b>	<b>102,000</b>	<b>95,050</b>	<b>88,100</b>	<b>81,150</b>	<b>74,200</b>	<b>67,250</b>
<b>TOTAL DEL ACTIVO:</b>	<b>680,150</b>	<b>613,306</b>	<b>667,887</b>	<b>734,716</b>	<b>815,419</b>	<b>1,060,517</b>
<b>PASIVO</b>						
<b>Circulante:</b>						
Créditos Financieros con vencimiento a CP	109,834	109,834	109,834	109,834	0	0
Otros Pasivos	0	0	0	0	0	0
<b>Pasivo Circulante:</b>	<b>109,834</b>	<b>109,834</b>	<b>109,834</b>	<b>109,834</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Fijo</b>						
Créditos Financieros con vencimiento a LP	329,503	219,669	109,834	0	0	0
<b>TOTAL DEL PASIVO:</b>	<b>439,337</b>	<b>329,503</b>	<b>219,669</b>	<b>109,834</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>CAPITAL</b>						
Capital Inicial	240,813	240,813	240,813	240,813	240,813	240,813
Pago de dividendos	0	7,819	28,178	31,146	33,982	46,105
Superavit o Déficit acumulado	0	-15,023	-16,388	138,029	308,829	475,121
Utilidad o Pérdida del Ejercicio	0	50,194	195,615	214,894	231,795	298,478
<b>TOTAL DEL CAPITAL:</b>	<b>240,813</b>	<b>283,803</b>	<b>448,218</b>	<b>624,882</b>	<b>815,419</b>	<b>1,060,517</b>
<b>TOTAL PASIVO Y CAPITAL:</b>	<b>680,150</b>	<b>613,306</b>	<b>667,887</b>	<b>734,716</b>	<b>815,419</b>	<b>1,060,517</b>



## Conclusiones

En la actualidad debido a los grandes riesgos que se incurren al realizar una inversión es necesario evaluar los factores que influirán al proyecto, con el fin de evaluar los resultados y tomar una decisión.

En el presente estudio se desarrollaron los elementos fundamentales para la formulación y evaluación del proyecto de inversión donde el análisis de cada una de las partes es fundamental para determinar si el proyecto es viable.

Los resultados del estudio de mercado, nos señala que el proyecto tiene viabilidad, que aunque es un producto nuevo existen las condiciones comerciales ya que tiene una gran aceptación entre las personas que lo degustan, es un dulce que lo pueden consumir niños y personas adultas por lo tanto su mercado es extenso.

El estudio financiero nos indica que el proyecto es factible ya que se tienen utilidades.

## **Bibliografía**

Amaru, A. C. (s.f.). Administración para Emprendedores.

Estatel, S. d. (01 de Diciembre de 2005). *Plan estatal de desarrollo*. Recuperado el 30 de Agosto de 2015, de [http://www.seplan.gob.mx/des/ped/ped\\_nay\\_6\\_sur.pdf](http://www.seplan.gob.mx/des/ped/ped_nay_6_sur.pdf)

Rafael, A. R. (2006). *El emprendedor de éxito*. México: McGraw-Hill.