

Plan de negocios



1. DESCRIPCIÓN DE LA COMPAÑÍA

Bebidas Deli es un proyecto de carácter agro-industrial dedicado a la producción y comercialización de bebidas naturales embotelladas, elaboradas a partir de los recursos naturales que se encuentran en la zona del valle de El Fuerte, Sinaloa, como son: pepino, fresa, naranjitas, té de oolong, Jamaica, horchata y limón.

Se busca fomentar y promover la industrialización de productos regionales, como los son las naranjitas, fruta única en la región norte de Sinaloa y que es desconocida en el resto del país. Este proyecto tiene la finalidad de apoyar la región económica del norte del estado de Sinaloa, así como promover los productos regionales para que sean conocidos y consumidos en otras regiones.

Además, se debe mencionar que actualmente las naranjitas son desperdiciadas en la región, la mayoría de estas se pudren en el mismo suelo donde son producidas, debido a la falta de interés que se tiene en estas, así como la falta de propuestas para su aprovechamiento, actualmente solo son utilizadas en pequeñas cantidades para la elaboración de helados dentro de la ciudad de Los Mochis, Sinaloa, así como en pueblos y zonas aledañas.

Dicho fruto también contiene un alto contenido de pecticina natural, los cuales pueden ser aprovechados para la elaboración de salsa tipo chamoy, este producto también podría ser producido y comercializado aprovechando los residuos de dicha fruta.

Misión

Satisfacer al mercado regional y nacional, ofreciendo productos de calidad en mejoramiento continuo, mediante el trabajo con esfuerzo, dedicación y responsabilidad.

Visión

Ser una empresa líder en el mercado regional y nacional en la producción y comercialización de bebidas naturales de calidad, innovando constantemente, tomando como reto ir más allá de lo que ofrece la competencia dentro de nuestro mercado.

Nuestros valores

- **Responsabilidad:** El éxito o desaciertos deberán ser responsabilidad únicamente de los integrantes del proyecto.
- **Honestidad:** Ser honesto es ser real.

- **Puntualidad:** La puntualidad es un reflejo de respeto al tiempo de los demás, y es sinónimo de buena educación.
- **Perseverancia:** El que persevera alcanza, se deberá trabajar duro para conseguir lograr los objetivos planteados.
- **Unión:** La unión hace la fuerza.
- **Trabajo en equipo:** Dos o más cabezas juntas piensan mejor que una y la aportación de ideas en un equipo es de vital importancia para tomar las decisiones correctas.

Objetivos

- **Objetivo general:** Desarrollar el crecimiento de la empresa **Bebidas Deli** promoviendo el consumo de bebidas naturales aprovechando los recursos naturales con los que cuenta la región, así como promover el consumo de productos únicos en la región en la misma, así como en zonas cercanas a esta.
- **Objetivos específicos:**
 - Utilizar la materia prima de manera óptima para ofrecer calidad en nuestros productos.
 - Promover la mejora continua en los productos y en los procesos.
 - Mantener las propiedades naturales de las frutas utilizadas en la elaboración del producto y evitar utilizar ingredientes químicos o artificiales.
 - Diseñar estrategias de publicidad que nos permita ingresar al mercado y competir de buena manera con nuestros competidores.
 - Posicionarnos como empresa líder en el mercado regional al mediano plazo en la comercialización de bebidas naturales embotellados.

Tamaño del mercado potencial:

En la ciudad de Los Mochis hay 256,613 habitantes según el Censo General de Población y Vivienda 2010 del INEGI. El porcentaje de población económicamente activa de 12 años y más en el municipio de Ahome es de 51.7%, es decir, **132,669** personas. Por consiguiente, 123,944 habitantes no son económicamente activos,

de los cuales el 37.6% son estudiantes, es decir, **46,603** personas que no trabajan, pero si estudian.

El mercado meta, es decir, las personas a las cuales van dirigidos nuestros productos son hacia los 132,669 habitantes o más económicamente activos de la ciudad de Los Mochis, al igual que los 46,603 estudiantes de 12 años o mas no económicamente activos de la ciudad, los cuales son consumidores de los productos, a pesar de que los clientes directos son los padres de estos, sin embargo, se contemplan dentro del estudio debido al bajo costo del producto y la accesibilidad que tiene a él. Nuestro mercado meta, es un total de 179,272 personas de la ciudad de Los Mochis

Se realizaron 266 encuestas, con jóvenes estudiantes y adultos de la ciudad de Los Mochis, las cuales arrojaron resultados positivos. El 49% de los encuestados consumen bebidas naturales con mayor frecuencia contra el 41% que consumen bebidas carbonatadas(refresco), las cuales además suelen consumirlas más de una vez al día, y más de 4 veces por semana, lo cual da como resultado un mercado potencial de 87,843(49%) como segmento inicial para proyecto. Sin embargo, solo se contemplará un 10% del total de este segmento para el arranque del proyecto 8,784 personas.

2. PRODUCTOS Y SERVICIOS

Descripción de la propuesta:



Línea de bebidas naturales (Bebidas Deli) saludables y refrescantes para disfrutar con los alimentos o en cualquier momento del día. Éstas son elaboradas con ingredientes naturales, no contienen conservadores y son libres de toda clase de químicos. Se ofrecen cinco distintas variedades de sabores en presentaciones de 500ml:

Deli-Fresa: Una nueva combinación entre la tradicional agua de horchata de arroz característica de nuestro país y las deliciosas y frescas fresas que se cosechan en la región, con un sabor nuevo y único que nos distingue ante la competencia.

Deli-Té: A pesar de que existen cientos de té como remedios tradicionales en todo el mundo, el nuevo Deli-Té combina los beneficios antioxidantes del té de oolong con una mezcla de cítricos proporcionando un sabor ligero y refrescante con muchos beneficios para salud.

Deli-Pepino: Una respuesta perfecta para refrescarse y una sensación de ligereza al comer, la bebida de pepino tiene un sabor refrescante y dulce, combinado con un toque de cítricos y endulzada para el agrado de todos los paladares. Después de una comida con esta bebida única en el mercado ya nada es igual.

Deli-Jamaica: Ésta ofrece un sabor diferente a la tradicional agua de jamaica, es endulzada y complementada con una selecta mezcla de cítricos, generando así, un sabor diferente a lo tradicional al encontrar una mezcla perfecta entre la acidez y el sabor tradicional que se conoce.

Deli-Naranjitas: Que mejor manera de refrescarse que con una bebida elaborada a partir de un fruto único 100% regional, es la mezcla exacta entre la acidez de las naranjitas, un toque de sal y un toque dulce para crear una combinación perfecta para el agrado de los paladares más exigentes.

Deli-Naranjitas con chile: Esta es una alternativa que se realiza únicamente sobre pedido, para eventos o cuando los clientes así lo soliciten, se trata de una mezcla del delicioso sabor de la bebida Deli-Naranjitas con un toque de chile en polvo y chamoy para ofrecer un sabor más picante y fuera de lo ordinario, preferida por el público que tiene un agrado por las mezclas picantes y ácidas, especiales para eventos que permitan salirse de la rutina diaria.

Diferenciación

En el mercado regional existe una gran cantidad de bebidas naturales, sin embargo, muy pocas de ellas son comercializadas en grandes cantidades ni cuentan con sistemas de distribución dentro de la ciudad, además de que los valores que ofrecen no son muy distintivos de la marca, como son los productos de **Bebidas deli**, quienes ofrecen sabores como horchata con fresa, agua de pepino, y agua de naranjitas, sabores característicos de la marca y que no son elaborados por la competencia.

Además de que no se utilizan conservadores artificiales ni químicos dañinos para permitir un mayor tiempo de vida de anaquel, las bebidas son endulzadas con una combinación de azúcar y stevia para permitir un sabor agradable a los clientes y a su vez sean bajas en calorías, en comparación con las bebidas carbonatadas en el mercado que utilizan jarabe de maíz, el cual es un producto con un alto contenido calórico responsable de la obesidad, así como del ser propenso a desarrollar enfermedades degenerativas como lo es la diabetes.

Por otra parte, se utilizarán los residuos de las naranjitas para la elaboración de salsa tipo chamoy, la cual sería parte de nuestros propios insumos cuando se requiera un pedido de la bebida Deli-Naranjitas con chile, de esta manera se podrá ofrecer un producto secundario al público y la vez aprovechar dicho recurso para las propias necesidades de la empresa. También se está considerando la opción de utilizar los restos de las cascara de pepinos para la elaboración de gomitas naturales y saludables, así como la elaboración de mermelada casera elaborada

con los restos de la flor de Jamaica, sin embargo, no se cuenta con estudios realizados para estos productos, y tampoco se tiene un prototipo de los mismos, pero se busca minimizar los desperdicios dentro del proceso productivo y aprovechar al máximo la materia prima.

Las marcas competidoras se encuentran bien posicionadas dentro del mercado, sin embargo, debido a la tendencia de productos más saludable, de cuidar la salud, y principalmente desde el aspecto económico nuestro producto sería más atractivo al ofrecer un precio menor al de la competencia.

A continuación, se muestran una lista comparativa los diferentes productos en el mercado, los cuales tienen la preferencia de los consumidores, se englobaron las bebidas más consumidas, aunque no sean necesariamente bebidas naturales:

Producto	Precio	Producto	Precio
Cola Cola (600 ml)	\$11.00	Deli Fresa (500 ml)	\$10.00
Té Jaztea (500 ml)	\$13.00	Deli Pepino (500 ml)	\$10.00
Té Arizona (680 ml)	\$11.00	Deli Naranjitas (500 ml)	\$10.00
Uvola (500 ml)	\$12.00	Deli Jamaica (500 ml)	\$10.00
N'ice (500ml)	\$12.00	Deli Té	\$10.00

Estado de desarrollo:

Los productos de **Bebidas Deli** son producidos en pequeñas cantidades y tienen ventas en volúmenes pequeños actualmente, nos referimos a lotes de 70 a 120 bebidas al día que soy vendidas en tianguis locales en la ciudad, del mismo modo se tienen eventos esporádicos donde las bebidas son entregadas a domicilio y precio de mayoreo.

Se buscan los recursos adecuados para incrementar la capacidad de producción del proyecto, así como, los métodos de distribución y poder conseguir mayores clientes.

3. PLAN DE MERCADO

El mercado actual demanda productos saludables que beneficien a sus consumidores, es por eso que éste proyecto busca fomentar y promover los beneficios que aporta el consumo de bebidas naturales en lugar de las bebidas carbonatadas que controlan la mayor sección del mercado.

El mercado que se está atendiendo en el arranque del proyecto es el municipio de Ahome en Sinaloa, el cual cuenta con una población de 447,538 habitantes según el Consejo Estatal de Población de Sinaloa 2014.

Se realizó un estudio de mercado tomando una muestra de la población económicamente activa y estudiantes mayores de 12 años en el municipio de Ahome en Sinaloa, dando como resultado 179,272 personas.

Para el análisis de mercado se determinó el número de encuestas a realizar mediante la aplicación de la fórmula de muestreo proporcional con un grado de confianza del 95%. Se realizó una muestra significativa de 266 encuestas, la cual arrojó resultados positivos. El 49% de los encuestados consumen con mayor frecuencia las bebidas naturales, además de que suelen consumirlas más de una vez al día, y más de 4 veces por semana, lo cual da como total 87,843 clientes potenciales, de los cuales el 91% dijo que estaría dispuesto a consumir una nueva línea de bebidas naturales dando un total de 79,058 clientes como mercado meta, los cuales podrían consumir un par de veces durante la semana.

De esta cantidad se abarcará solo el 10% del tamaño del mercado potencial para el arranque del proyecto (7,905 personas). Con un crecimiento esperado del 3% de las ventas mensuales.

Fuerzas de Porter:

Clientes: La demanda de productos naturales ha crecido rápidamente en el mercado en los últimos 4 años en el municipio de Ahome, Sinaloa. Debido a esto los establecimientos que ofrecen bebidas naturales, ya sean comercios o restaurantes han aumentado rápidamente.

Bebidas Deli es una excelente opción para los clientes que desean comprar bebidas naturales de calidad y a un bajo precio, ya que la principal razón porque las personas no compran este tipo de productos es por su ausencia en los diversos establecimientos y al costo de los mismos.

Proveedores: Por medio de este proyecto se pretende establecer una alianza con los diferentes productores de la región, encargados de la producción fresas, pepinos, limones, así como establecer acuerdos con personas en la comunidades aledañas a la ciudad de Los Mochis, Sinaloa quienes puedan proveer las naranjitas, la ventaja con la que se cuenta es que la mayoría de estos productores comercializan sus productos en grandes cantidades cerca del lugar de producción actual del proyecto (la yarda) lo cual facilita su adquisición y disminuye los costos de transporte.

Nuevos competidores: la calidad y el sabor de los productos serán las estrategias que se utilizarán para permanecer en el mercado a pesar de la competencia, ofrecer sabores únicos y del gusto del público permitirá al proyecto seguir creciendo.

Productos sustitutos: esta amenaza se encuentra bien definida, existe una gran cantidad de bebidas en el mercado, ya sean jugos, bebidas, carbonatadas, bebidas a base de leche como yogurt, entre otras, las cuales existen en gran cantidad en las diversas cadenas comerciales, así como en puestos ambulantes por las diversas avenidas de la ciudad.

Rivalidad entre los competidores: Los competidores se encuentran muy bien posicionados en el mercado, sin embargo, **Bebidas Deli** es una nueva alternativa para el mercado joven que busca una manera natural de saciar su sed, sin los daños que provocan los diversos concentrados químicos de las bebidas carbonatadas(refrescos) los cuales abarcan la mayor cantidad del mercado, lo que a su vez permite proyecciones de clientes fieles en un futuro cercano.

Oportunidad de mercado:

Al ofrecer productos únicos con sabores nuevos, elaborados con materia prima de calidad y a un precio inferior al de la competencia se crea una oportunidad para incursionar en el mercado a través de estos sabores únicos que atraerán la atención de los consumidores hacia la nueva línea de bebidas.

Segmento:

Los productos de Bebidas Deli se encuentran dirigidos al público en general, personas activas, niños, y particularmente aquellas personas que buscan un estilo de vida más saludable lejos de las bebidas carbonatadas por su alto índice de calorías.

Focalización:

Los nichos de mercado en los cuales se hará énfasis en el arranque del proyecto se dividen en dos grupos:

1. Se está haciendo énfasis en el mercado infantil, debido a que los niños prefieren el sabor de la bebida Deli-fresa al considerarla como algo novedoso además de delicioso. Actualmente las bebidas se están vendiendo en presentaciones de 335ml para niños debido a que su presentación es más llamativa para ellos por su tamaño, al ser ellos los consumidores, los clientes directos serían los padres de estos.
2. Personas que hacen alguna actividad física, o buscan un estilo de vida más saludable, ellos buscan una bebida que los refresque y a su vez tenga pocas calorías, como lo es la bebida Deli-pepino, esta ofrece una sensación de frescura en el cuerpo, a la vez que contiene muy pocas calorías. Sin embargo, esto no deja de fuera a las demás bebidas, las cuales también son

una buena opción debido al bajo nivel de calorías que tiene por estar endulzadas con una mezcla de azúcar y stevia.

4 P's:

PRODUCTO	PRECIO
<p>Se tiene diferentes productos en presentaciones de 500ml y 355ml:</p> <ul style="list-style-type: none">• Deli-Fresa• Deli-Jamaica• Deli-Pepino• Deli-Té• Deli-Naranjitas	<p>De acuerdo con el estudio de mercado el 94% de los encuestados dijeron estar dispuestos a pagar \$10.00 por una botella de 500ml. El cual es menor al de la competencia y es bastante competitivo.</p>
PLAZA	PROMOCIÓN
<p>Los productos de Bebidas deli se distribuyen en diferentes restaurantes familiares, o cocinas económicas dentro de la ciudad de Los Mochis, Sinaloa.</p> <p>También se planea ofrecer a aquellos gimnasios que busquen una alternativa saludable y a la vez deliciosa de acuerdo con el estilo de vida de los clientes de estos establecimientos.</p> <p>Una venta ambulante en puntos importantes como afuera de las universidades o escuelas de nivel medio superior.</p>	<p>Se hará promoción a través de perifoneo, volantes, eventos de promoción de productos en fechas especiales como ferias, exposiciones de proyectos y de innovación.</p> <p>Las redes sociales son una herramienta clave para promover nuestros productos por medio de cadenas publicitarias, así como promociones entre los seguidores de la página para permitir alcanzar a más clientes potenciales.</p>

4. PLAN DE OPERACIONES

Desarrollo del producto:

Las diferentes bebidas que se manejan dentro del proyecto son elaboradas de manera artesanal, con recursos que se encuentran dentro de la región, no se cuenta con maquinaria para producir volúmenes muy altos, debido a la falta de capital que se tiene actualmente, sin embargo, se está recurriendo a diversos programas de apoyo para iniciar el proyecto, así como buscando opciones de financiamiento.

Comercialización:

Los precios se establecieron de acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio de mercado, así como una oportunidad de entrada al mercado al ofrecer un precio de venta menor que el de la competencia, esa fue la razón por la cual se establecieron los siguientes precios:

Producto	Precio
Botella de 500ml (público en general)	\$10.00
Botella de 335ml (público en general)	\$5.50
Botella de 500ml (mayoreo a partir de 40 pzas. Excepto Deli-Fresa)	\$8.00
Botella de 500ml (mayoreo a partir de 40 pzas. Deli-Fresa)	\$9.00
Botella de 355ml (mayoreo a partir de 40 pzas. Excepto Deli-Fresa)	\$3.50
Botella de 355ml (mayoreo a partir de 40 pzas. Deli-Fresa)	\$4.00

La estrategia de ventas se realizó mediante la búsqueda de establecimientos en lugares donde se venden los productos que Bebidas Deli ofrece al mercado. Debido a esta búsqueda se determinaron los siguientes puntos de venta: restaurantes y cocinas económicas, cafeterías escolares, tiendas de abarrotes, gimnasios, en el punto de venta de la empresa Bebidas Deli, así como venta ambulante en puntos importantes.

Actualmente se está trabajando en los requerimientos necesarios para la distribución de los productos en cadenas comerciales como: Oxxo, Ley y Supermercado Santa Fe y Supermercados MZ. Estos establecimientos manejan una gama muy alta de venta de productos regionales, y brindan facilidades para la venta de nuestros productos.

Se están promocionando los productos principalmente por medio de las redes sociales, debido al impacto positivo que se está teniendo, por este medio los clientes solicitan pedidos de los productos, además que se promueven los beneficios del

consumo de cada uno de ellos y se ahorran gastos de promoción. Se está promocionando también por medio de volantes, eventos de promoción de productos en fechas especiales como ferias, exposiciones de proyectos y de innovación en la región del norte de Sinaloa y sur de Sonora, así también en concursos estatales y nacionales de emprendimiento.

La fuerza de venta se centra en los 4 trabajadores de la empresa, los cuales son los que se encargan de realizar los tratos con los distribuidores y promocionar nuestros productos en puntos estratégicos en los cuales hay más concurrencia de clientes potenciales. Se tienen diversas estrategias para aumentar nuestras ventas, como pruebas de degustación en diversos puntos de la ciudad, publicidad por medio de redes sociales y promociones, a través de diversas promociones que se ofrecen mediante la interacción que tiene con la página para permitir el alcance a más clientes potenciales, las cuales tienen como objetivo dar a conocer nuestros productos y mejorar nuestras ventas.

Esta línea bebidas pueden ser utilizadas para acompañar los alimentos, o como opción saludable para refrescarse, inclusive podrían ser combinadas con bebidas alcohólicas para ofrecerse como cocteles en bares o eventos que así lo requieran.

Materias primas y proveedores

Materia Prima	Proveedores
Fresas	AgroFresas del norte
Horchata	Molinera siglo XX
Leche condensada	Crea Pan
Leche evaporada	Crea Pan
Jamaica	Crea Pan
Té de oolong	China house
Pepinos	La yarda
Naranjitas	Productores de Ejidos y pueblos aledaños
Stevia	Casa Elina
Azúcar	Crea Pan
Botellas	Plastienvases del norte
Etiquetas	De todo etiquetas

Distribución:

Los canales de distribución serán a través de ventas a mayoristas y minoristas, así como en el punto de venta establecido en la empresa.

Para las entregas de los productos se cuenta con 1 vehículo con capacidad máxima de 500 kilogramos, en el cual se abastecen a los restaurantes, cocinas económicas, tiendas de abarrotes, gimnasios y otros pedidos.

Los productos se encuentran más cerca de los clientes ya que cada vez se cuenta con más puntos de ventas.

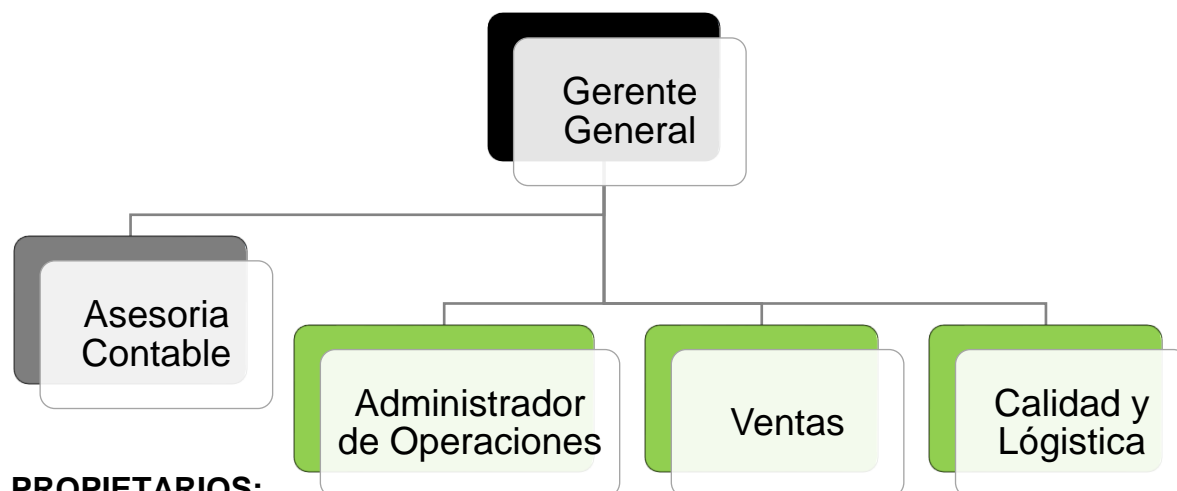
Se busca mantener una buena relación con los clientes, aplicando encuestas dirigidas a la satisfacción del cliente en busca de la mejora continua.

5. ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN

Estructura organizacional, equipo de trabajo:

La estructura organizacional de la empresa **Bebidas Deli** se representa en el siguiente organigrama, en el cual se indican los diferentes departamentos con los que cuenta la empresa para realizar sus funciones y poder cumplir los objetivos planteados.

Este organigrama nos permite visualizar la estructura organizacional de la empresa **Bebidas Deli** de forma gráfica y sus diferentes áreas funcionales.



PROPIETARIOS:

Bebidas Deli es una iniciativa formada por cuatro integrantes de la carrera de Ingeniería Industrial y un integrante de la carrera de Ingeniería en Industrias Alimentarias del Instituto Tecnológico de Los Mochis. Se cuenta con ingenieros industriales que contribuyan al desarrollo sustentable, con una visión sistémica, que responda a los retos que presentan los constantes cambios, en los sistemas de producción de bienes y servicios en el entorno global, con ética y comprometidos con la sociedad, con conocimientos en el área de producción, sistemas de calidad,

logística entre otras ramas de la ciencia, que se aplican en el desarrollo de la empresa **Bebidas Deli**.

Necesidades del proyecto:

Uno de los principales recursos con los que cuenta la empresa es con una propiedad disponible para la elaboración de los productos, así como hectáreas disponibles para la producción de sus propios insumos a largo plazo, si se consigue el financiamiento adecuado, sin embargo, todavía se requiere de la maquinaria y equipo adecuados para producir altos volúmenes del producto y posicionarnos mejor en el mercado.

En el siguiente cuadro se muestran los recursos necesarios que necesita la empresa para su funcionamiento:

Recursos			
Materiales	Humanos	Infraestructura	Económicos
Fresas	Administrador	Equipo de purificación de agua	Compra de materia prima (Fresas, pepinos, Té de Oolong, Jamaica, etc.) :
Pepinos		Equipos de refrigeración	Total de materia prima que se pronosticó utilizar el primer año.
Té de Oolong			
Jamaica			
Naranjitas	2 Operadores con funciones multidisciplinarias	Mesa de trabajo de acero inoxidable	Adecuación del edificio: \$ 20,005.00
Horchata		Licuada industrial	
Azúcar		Báscula de precisión	
Stevia			
Botellas	2 Trabajadores en el área de ventas	Olla de acero inoxidable	Compra de maquinaria y equipo: \$117,000.00
Etiquetas		Adecuación de la propiedad	
Leche condensada			
Leche evaporada			

Control del proyecto

Se planea hacer pruebas de degustación en lugares concurridos como los tianguis o plazas, esto será de manera periódica con los clientes potenciales para dar a conocer los productos de una manera más cercana y así mismo conocer su opinión y atacar las debilidades de los mismos, buscando siempre la mejora continua.

Se hará gestión para la obtención de financiamiento por medio de instituciones que apoyen a los emprendedores con tasas de interés bajas, ya que la cantidad requerida es elevada y el pago de intereses puede resultar muy alto mediante préstamos convencionales.

6. PLAN FINANCIERO

Estados Financieros:

De acuerdo a los pronósticos de ventas arrojados con base en el estudio de mercado realizado, se elaboraron los diferentes estados financieros proyectados a 5 años con el objetivo de proporcionar información acerca de la situación financiera, desempeño y cambios en la situación financiera de la empresa **Bebidas Deli** con el objeto de ayudar en la toma de decisiones económicas.

Los ingresos derivados de las ventas en el primer año dan un total de \$1,007,000.00 pesos, dichas ventas se obtuvieron estimando la venta 300 botellas diarias durante 26 días hábiles en cada mes, esa cantidad es el mínimo estimado con un precio de venta de unidad de \$10.00 pesos, el estado de resultados arroja en el ejercicio del primer año una utilidad neta de \$ 206,928.01 la cual es buena ya que representa el 20% de las ventas obtenidas.

Los costos totales son de \$ 682,388.56 pesos en el primer año de operación de la empresa, de los cuales el 71.11% son costos variables y el 29.99% son costos fijos, se espera establecer acuerdo con los diversos proveedores de los insumos con el fin de disminuir los costos variables y pactar acuerdos comerciales mutuamente beneficiosos.

Estado de resultados	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Ventas	\$ 72,540.00	\$ 77,220.00	\$ 84,240.00	\$ 81,900.00	\$ 84,630.00	\$ 106,470.00
Costo de ventas	\$ 50,554.52	\$ 53,816.10	\$ 58,708.47	\$ 53,802.59	\$ 55,596.01	\$ 69,943.36
Utilidad bruta	\$ 21,985.48	\$ 23,403.90	\$ 25,531.53	\$ 28,097.41	\$ 29,033.99	\$ 36,526.64
Gastos de operación	\$ 2,170.00	\$ 2,310.00	\$ 2,520.00	\$ 2,448.60	\$ 2,530.22	\$ 3,183.18
Utilidad de operación	\$ 19,815.48	\$ 21,093.90	\$ 23,011.53	\$ 25,648.81	\$ 26,503.77	\$ 33,343.46
Impuestos	\$ 5,944.64	\$ 6,328.17	\$ 6,903.46	\$ 7,694.64	\$ 7,951.13	\$ 10,003.04
Utilidad neta	\$ 13,870.84	\$ 14,765.73	\$ 16,108.07	\$ 17,954.17	\$ 18,552.64	\$ 23,340.42
Estado de resultados	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ventas	\$ 112,000.00	\$ 89,600.00	\$ 78,400.00	\$ 79,200.00	\$ 72,600.00	\$ 68,200.00
Costo de ventas	\$ 73,198.30	\$ 58,558.64	\$ 51,238.81	\$ 56,509.83	\$ 51,800.68	\$ 48,661.25
Utilidad bruta	\$ 38,801.70	\$ 31,041.36	\$ 27,161.19	\$ 22,690.17	\$ 20,799.32	\$ 19,538.75
Gastos de operación	\$ 3,348.80	\$ 2,679.04	\$ 2,344.16	\$ 2,368.80	\$ 2,171.40	\$ 2,039.80
Utilidad de operación	\$ 35,452.90	\$ 28,362.32	\$ 24,817.03	\$ 20,321.37	\$ 18,627.92	\$ 17,498.95

Impuestos	\$ 10,635.87	\$ 8,508.70	\$ 7,445.11	\$ 6,096.41	\$ 5,588.38	\$ 5,249.69
Utilidad neta	\$ 24,817.03	\$ 19,853.62	\$ 17,371.92	\$ 14,224.96	\$ 13,039.54	\$ 12,249.27

Estado de resultados	Años de operación				
	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 1,007,000.00	\$ 1,164,350.00	\$ 1,347,557.50	\$ 1,561,038.50	\$ 1,809,985.22
Costo de ventas	\$ 682,388.56	\$ 753,953.48	\$ 833,859.63	\$ 923,157.33	\$ 1,023,035.72
Utilidad bruta	\$ 324,611.44	\$ 410,396.52	\$ 513,697.87	\$ 637,881.17	\$ 786,949.49
Gastos de operación	\$ 30,114.00	\$ 33,268.62	\$ 36,790.59	\$ 40,726.15	\$ 45,127.62
Utilidad de operación	\$ 294,497.44	\$ 377,127.90	\$ 476,907.27	\$ 597,155.02	\$ 741,821.87
Impuestos	\$ 88,349.23	\$ 113,138.37	\$ 143,072.18	\$ 179,146.51	\$ 222,546.56
Utilidad neta	\$ 206,148.21	\$ 263,989.53	\$ 333,835.09	\$ 418,008.51	\$ 519,275.31

DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS

	Enero-Marzo	Abril-Junio	Julio-Septiembre	Octubre-Diciembre
Presupuesto de ventas(cantidad)	23,400	27,300	28,000	22,000
Ventas netas	\$ 234,000.00	\$ 273,000.00	\$ 280,000.00	\$ 220,000.00
Requerimientos de MP				
Botellas	\$ 33,930.00	\$ 39,585.00	\$ 40,600.00	\$ 31,900.00
Limón	\$ 1,003.19	\$ 1,170.39	\$ 1,200.40	\$ 943.17
Azúcar (Kg)	\$ 5,608.77	\$ 6,543.57	\$ 6,711.35	\$ 5,273.20
Naranjitas	\$ 3,194.10	\$ 3,726.45	\$ 3,822.00	\$ 3,003.00
Pepinos	\$ 3,978.00	\$ 4,641.00	\$ 4,760.00	\$ 3,740.00
Leche condensada	\$ 10,370.26	\$ 12,098.64	\$ 12,408.86	\$ 9,749.82
Leche evaporada	\$ 6,671.81	\$ 7,783.78	\$ 7,983.36	\$ 6,272.64
Horchata	\$ 181.12	\$ 211.30	\$ 216.72	\$ 170.28
Fresas	\$ 12,214.80	\$ 14,250.60	\$ 14,616.00	\$ 11,484.00
Sal	\$ 1,228.50	\$ 1,433.25	\$ 1,470.00	\$ 1,155.00
Colorante	\$ 842.40	\$ 982.80	\$ 1,008.00	\$ 792.00
Esencia de vainilla	\$ 421.20	\$ 491.40	\$ 504.00	\$ 396.00
Té de oolong	\$ 903.56	\$ 1,054.16	\$ 1,081.19	\$ 849.50
Jamaica	\$ 2,106.00	\$ 2,457.00	\$ 2,520.00	\$ 1,980.00
Agua 500ml	\$ 2,803.38	\$ 3,003.63	\$ 3,203.87	\$ 2,603.14
Calcomanía	\$ 7,722.00	\$ 9,009.00	\$ 9,240.00	\$ 7,260.00
TOTAL MATERIA PRIMA	\$ 93,179.09	\$ 108,441.96	\$ 111,345.75	\$ 87,571.76
Mano de obra				
Empleados	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00

TOTAL MANO DE OBRA	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
Costos indirectos				
Electricidad	\$ 5,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,750.00	\$ 4,500.00
Internet y teléfono	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00
Papelería	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
Seguridad social de personal administrativo	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00
Infonavit	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00
TOTAL COSTOS INDIRECTOS	\$ 19,900.00	\$ 20,900.00	\$ 21,650.00	\$ 19,400.00
COSTOS TOTALES	\$ 163,079.09	\$ 179,341.96	\$ 182,995.75	\$ 156,971.76
GASTOS DE OPERACIÓN				
Publicidad	\$ 3,000.00	\$ 3,498.00	\$ 3,588.00	\$ 2,820.00
Combustible	\$ 4,000.00	\$ 4,664.00	\$ 4,784.00	\$ 3,760.00
TOTAL	\$ 7,000.00	\$ 8,162.00	\$ 8,372.00	\$ 6,580.00

Costos de administración	
Sueldos de personal administrativo:	Costo semanal
Gerente de compras	\$1,000
Gerente de ventas	\$1,000
Gerente de calidad	\$1,000
Gerente de producción y mantenimiento	\$1,000
Gerente administrativo	\$1,000
Total	\$5,000
Otros costos:	
Internet y teléfono	\$300
Combustible de personal administrativo	\$1,500
Papelería	\$500
Seguridad social de personal administrativo	\$125
Infonavit	\$50
Total	\$2,475

	Enero-Marzo	Abril-Junio	Julio-Septiembre	Octubre-Diciembre
Presupuesto de ventas(cantidad)	23,400	27,300	28,000	22,000
Costos Variables				
Total de materia prima	\$ 93,179.09	\$ 108,441.96	\$ 111,345.75	\$ 87,571.76
Electricidad	\$ 5,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,750.00	\$ 4,500.00
Combustible	\$4,000.00	\$ 4,664.00	\$ 4,784.00	\$ 3,760.00
TOTALES	\$ 98,179.09	\$ 114,441.96	\$ 118,095.75	\$ 92,071.76
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$ 4.20	\$ 4.19	\$ 4.22	\$ 4.19
Costos Fijos				
Total de mano de obra	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
Internet y teléfono	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00
Papelería	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
Seguridad social de personal administrativo	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00
Infonavit	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00
Publicidad	\$ 3,000.00	\$ 3,498.00	\$ 3,588.00	\$ 2,820.00
TOTALES	\$ 67,900.00	\$ 68,398.00	\$ 68,488.00	\$ 67,720.00
PUNTO DE EQUILIBRIO TRIMESTRAL	10236.12	10305.34	10359.02	10192.64

Inversió n en maquinaria y activos fijos	Inversión fija	Tasa anual	Años	Depreciación/am ortización anual de año 1	Depreciación/a mortización anual acumulada de año 2	Depreciación/a mortización anual acumulada de año 3	Depreciación/a mortización anual acumulada de año 5	Depreciación/a mortización anual acumulada de año 10
Depreciaciones								
Equipo purifica dor de agua	\$ 54,800	10%	10	\$ 5,480	\$ 10,960	\$ 16,440	\$ 27,400	\$ 54,800
Equipo de refriger ación	\$ 24,000	10%	10	\$ 2,400	\$ 4,800	\$ 7,200	\$ 12,000	\$ 24,000
Licua dor indus trial	\$ 10,600	10%	10	\$ 1,060	\$ 2,120	\$ 3,180	\$ 5,300	\$ 10,600
Báscu la de precisi ón	\$ 2,800	10%	10	\$ 280	\$ 560	\$ 840	\$ 1,400	\$ 2,800
Mesa de acero inoxida ble	\$ 9,000	10%	10	\$ 900	\$ 1,800	\$ 2,700	\$ 4,500	\$ 9,000

Báscula	\$	8,000	10%	10	\$	800.00	\$	1,600.00	\$	2,400.00	\$	4,000.00	\$	8,000.00
Colador	\$	500.00	10%	10	\$	50.00	\$	100.00	\$	150.00	\$	250.00	\$	500.00
Cajas(contenedores)	\$	1,150.00	10%	10	\$	115.00	\$	230.00	\$	345.00	\$	575.00	\$	1,150.00
Tarimas	\$	950.00	10%	10	\$	95.00	\$	190.00	\$	285.00		475		950
Olla de acero inoxidable	\$	5,200	10%	10	\$	520	\$	1,040	\$	1,560	\$	2,600	\$	5,200
Amortizaciones														
Obra eléctrica	\$	7,200	8%	12.5	\$	576	\$	1,152	\$	1,728	\$	2,880	\$	5,760
Obra civil	\$	12,805.00	8%	12.5	\$	1,024	\$	2,049	\$	4,098	\$	8,195	\$	16,390
TOTAL	\$	137,005.00			\$	13,300	\$	26,601	\$	40,926	\$	69,575	\$	139,150

Inversión en maquinaria y activos fijos	Costo
Equipo purificador de agua	\$54,800.00
Equipo de refrigeración	\$24,000.00
Mesa de acero inoxidable	\$9,000.00
Licuada industrial	\$10,600.00
Báscula de precisión	\$2,800.00
Báscula	\$8,000.00
Olla de acero inoxidable	\$5,200.00
Tarimas	\$950.00
Cajas(contenedores)	\$1,150.00
Colador	\$500.00
TOTAL	\$117,000.00

Inversión diferida	Costos
Moldes para calcomanías	\$ 4,000.00
Registro de marca y logotipo	\$ 3,995.00
Obra eléctrica	\$ 7,200.00
Obra Civil	\$ 12,805.00
TOTAL	\$ 28,000.00

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

Actividades de operación	1	2	3	4	5
Utilidad antes de impuestos	\$ 206,148.21	\$ 263,989.53	\$ 333,835.09	\$ 418,008.51	\$ 519,275.31
Depreciación	\$13,300.40	\$13,300.40	\$13,300.40	\$13,300.40	\$13,300.40
Utilidad por venta de inmueble, maquinaria y equipo					
Flujos netos de efectivo de actividades de operación	\$ 219,448.61	\$ 277,289.93	\$ 347,135.49	\$ 431,308.91	\$ 532,575.71
Actividades de inversión					
Adquisición de inmuebles, maquinaria y equipo	-\$ 145,000.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Venta de maquinaria y equipo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión	-\$ 145,000.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Efectivo excedente para aplicar a actividades de financiamiento	\$ 74,448.61	\$ 277,289.93	\$ 347,135.49	\$ 431,308.91	\$ 532,575.71
Actividades de financiamiento					
Obtención de préstamos bancarios	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pago y amortización de préstamos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujos netos de efectivo de actividades de financiamiento	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Incremento(Decremento) neto de efectivo	\$ 74,448.61	\$ 277,289.93	\$ 347,135.49	\$ 431,308.91	\$ 532,575.71
Efectivo al principio del periodo	\$ 22,500.00	\$ 96,948.61	\$ 374,238.54	\$ 721,374.03	\$ 1,152,682.94
Efectivo al final del periodo	\$ 96,948.61	\$ 374,238.54	\$ 721,374.03	\$ 1,152,682.94	\$ 1,685,258.65

Balance General	1	2	3	4	5
Activos					
Activos Circulantes					
Bancos	\$ 96,949	\$ 374,239	\$ 721,374	\$ 1,152,683	\$ 1,685,259
Total Activo Circulante	\$ 96,949	\$ 374,239	\$ 721,374	\$ 1,152,683	\$ 1,685,259
Activo fijo					
Maquinaria y equipo	\$ 117,000	\$ 117,000	\$ 117,000	\$ 117,000	\$ 117,000
Depreciación acum. Equipo de producción	-\$ 11,700	-\$ 23,400	-\$ 35,100	-\$ 46,800	-\$ 58,500
Gastos de instalación	\$ 20,005	\$ 20,005	\$ 20,005	\$ 20,005	\$ 20,005

Depreciación acum. De Edificios	-\$ 1,600	-\$3,200.80	-\$ 4,801.20	-\$ 6,401.60	-\$ 8,002.00
Moldes para calcomanías	\$ 4,000	\$ 4,000	\$ 4,000	\$ 4,000	\$ 4,000
Patentes	\$ 3,995	\$ 3,995	\$ 3,995	\$ 3,995	\$ 3,995
Total Activo Fijo	\$ 131,700	\$ 118,399	\$ 105,099	\$ 91,798	\$ 78,498
Total Activo	\$ 228,648	\$ 492,638	\$ 826,473	\$ 1,244,481	\$ 1,763,757
Capital contable					
Patrimonio	\$ 22,500	\$ 22,500	\$ 22,500	\$ 22,500	\$ 22,500
Patrimonio ganado					
Utilidad del ejercicio	\$206,148	\$263,990	\$333,835	\$418,009	\$ 519,275
Utilidades acumuladas	\$-	\$ 206,148	\$ 470,138	\$ 803,973	\$ 1,221,981
Total Capital contable	\$ 206,148	\$ 470,138	\$ 803,973	\$ 1,221,981	\$ 206,148
Total Pasivo + Capital	\$ 206,148	\$ 470,138	\$ 803,973	\$ 1,221,981	\$ 206,148

Situación de la empresa	
Desembolso Inicial	-\$ 145,000.00
Ganancias primer año	\$ 206,148.21
Ganancias segundo año	\$ 263,989.53
Ganancias tercer año	\$ 333,835.09
Ganancias cuarto año	\$ 418,008.51
Ganancias quinto año	\$ 519,275.31
Calculo de la TIR Anual	
TIR primer año	42%
TIR segundo año	124%
TIR tercer año	152%
TIR cuarto año	162%
TIR quinto año	166%

RETORNO DE LA INVERSIÓN (ROI)

$$ROI = \frac{(\text{retorno de la inversión} - \text{inversión inicial})}{\text{Inversión inicial}} \times 100$$

Retorno de la inversión primer año= \$206,148.21

Inversión inicial= \$145,000

$$ROI = \frac{206,148.21 - 145,000}{145,000} \times 1000$$

$$ROI = 42.70\%$$

La empresa Bebidas Deli tiene un retorno del 42.70% de su inversión

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN		
Flujo de efectivo año 1	\$ 96,948.61	\$ 96,948.61
Flujo de efectivo año 2	\$ 374,238.54	\$ 471,187.15
Flujo de efectivo año 3	\$ 721,374.03	\$ 1,192,561.17
Flujo de efectivo año 4	\$ 1,152,682.94	\$ 2,345,244.11
Flujo de efectivo año 5	\$ 1,685,258.65	\$ 4,030,502.77
$PRI = A (+) \frac{B - C}{D}$		
Donde:		
A: Año inmediato anterior en el que se recupera la inversión		
B: Inversión inicial		
C: Flujo de efectivo acumulado del año inmediato anterior al que se recupera la inversión		
D: Flujo de efectivo del año en que se recupera la inversión		
PRI= 1 (+) $\frac{(145,000 - 96,948.61)}{96,948.61}$		
PRI= 1(+) -0.49		
PRI= 0.51 años		
PRI= 6 Meses y medio		

Determinación del valor presente Neto

Capital aportado por dueños					22500
Capital obtenido a fondo ganado					122500
Costo de la inversión inicial					145000
Porcentaje de aportación de dueños					16%
Porcentaje obtenido a fondo ganado					84%
Tasa de descuento					30%
Flujo de efectivo año 1					\$ 96,948.61
Flujo de efectivo año 2					\$ 374,238.54
Flujo de efectivo año 3					\$ 721,374.03

Flujo de efectivo año 4					\$ 1,152,682.94
Flujo de efectivo año 5					\$ 1,685,258.65
	$VPN = -Inversión + \frac{FE}{(1 + interés)^n}$				
VPN=	Inversión	Flujos de efectivo descontados a través del tiempo			
	-145000	\$ 74,575.85	\$ 221,442.92	\$ 328,345.03	\$ 403,586.34
					\$ 453,889.15
		VPN=\$ 1,336,839.29			

Interpretación este resultado indica que dentro de 5 año se recuperará la inversión de \$145,000 y además se tendrá una ganancia de \$1,336,839.29

Retorno de la inversión

Las proyecciones de producción y venta que se esperan obtener con la inversión planeada, arroja que en 6 meses y medio se recupera el monto de inversión inicial.

Al aplicar la fórmula el ROI nos arrojó que la inversión tendrá una rentabilidad del 42.70%, por lo cual podemos afirmar que la empresa es rentable en términos financieros, ya que cuenta con los recursos para seguir en funcionamiento y crecer de forma rápida en el mercado.

Conclusión:

Actualmente este proyecto se encuentra en práctica y tiene ventas en pequeños volúmenes como se mencionó previamente, pero se busca contar con los recursos necesarios para convertirlo en un proyecto realmente rentable que tenga un mayor alcance dentro de la sociedad, generando a la vez un mayor beneficio social.