



UNIVERSIDAD JUÁREZ  
AUTÓNOMA DE TABASCO

"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"



## SECRETARÍA DE SERVICIOS ACADÉMICOS CENTRO DE EMPRENDIMIENTO

# PLAN DE NEGOCIO

Tostadas Horneadas



## Emprendedoras:

Ana Karen Torres Magaña  
Teresita de Jesús Acosta López  
Teresa de Jesús Concha García  
Ilse Melina Cano Sánchez



Villahermosa, Tabasco. Agosto del 2016

## Contenido del Plan de Negocios



<b>1. OBJETIVOS .....</b>	<b>4</b>
<b>2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....</b>	<b>4</b>
2.1. DESCRIPCIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL NEGOCIO	4
2.2. BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	5
<b>3. ANÁLISIS DEL MERCADO Y DE LA COMPETENCIA.....</b>	<b>5</b>
3.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	5
3.2. DESCRIPCIÓN DEL MERCADO DEL PRODUCTO O SERVICIO	5
3.3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA DIRECTA E INDIRECTA	5
3.4. COMPARACIÓN DE LOS PRODUCTOS CON LA COMPETENCIA	6
3.5. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y VENTAS	6
3.6. TENDENCIAS DEL MERCADO META	7
<b>4. ASPECTOS TÉCNICOS DE PRODUCCIÓN.....</b>	<b>7</b>
4.1. LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO	7
4.2. DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN	8
4.2.1. CRITERIOS PARA DEFINIR LA UBICACIÓN .....	8
4.2.2. DESCRIPCIÓN DEL LOCAL O INSTALACIÓN .....	8
4.2.3. PLANO DE DISTRIBUCIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO .....	8
4.3. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO	9
4.3.1. DESCRIPCIÓN DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS (TIPO, ORIGEN Y DISPONIBILIDAD)	9
4.3.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO .....	10
<b>5. ASPECTOS GENERALES DE LA ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO .....</b>	<b>10</b>
5.1. MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN	10
5.1.1. CONSTITUCIÓN LEGAL DEL NEGOCIO .....	10
5.1.2. RÉGIMEN FISCAL Y OBLIGACIONES.....	11
5.1.3. PERMISOS Y LICENCIAS REQUERIDOS PARA FUNCIONAMIENTO .....	11
5.2. ORGANIZACIÓN PARA LA OPERACIÓN Y ADMINISTRACIÓN	12
5.2.1. ORGANIGRAMA .....	12
5.2.2. FUNCIONES DE LOS DIFERENTES PUESTOS .....	12
5.2.3. PERÍODO DE OPERACIÓN; DÍAS TRABAJADOS AL AÑO Y TURNOS POR DÍA.....	14
5.2.4. RECURSOS HUMANOS REQUERIDOS PARA EL NEGOCIO.....	14



## **6. ASPECTOS ECONÓMICOS Y FINANCIEROS..... 15**

<b>6.1. NECESIDADES DE INVERSIÓN</b>	<b>15</b>
6.1.1. INVERSIÓN DE MAQUINARIA, EQUIPOS Y ACCESORIOS.....	15
6.1.2. INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO .....	15
6.1.3. NECESIDADES TOTALES DE INVERSIÓN .....	16
<b>6.2. ESTRUCTURA FINANCIERA Y ORIGEN DE LOS RECURSOS</b>	<b>16</b>
<b>6.3. PRESUPUESTO DE VENTAS O INGRESOS</b>	<b>16</b>
<b>6.4. PRESUPUESTO DE EGRESOS</b>	<b>17</b>
6.4.1. CANTIDAD Y COSTO DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS .....	17
6.4.2. COSTOS Y GASTOS DE OPERACIÓN.....	18
<b>6.5. RESULTADOS FINANCIEROS</b>	<b>19</b>
6.5.1. UTILIDADES.....	19
6.5.2. GENERACIÓN DE EFECTIVO .....	20
<b>6.6. EVALUACIÓN FINANCIERA Y ECONÓMICA</b>	<b>22</b>
6.6.1. PUNTO DE EQUILIBRIO.....	22
6.6.2. RENTABILIDAD .....	23

## **7. CRONOGRAMA DE INSTALACIÓN DEL PROYECTO ..... 23**

## **8. VALORACIÓN GLOBAL DEL PROYECTO ..... 24**

### **8.1. ANÁLISIS DE FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS (FODA)24**

## **ANEXO ..... 25**

### **LOGOTIPO 25**

## 1. Objetivos

### Objetivo General

- Implementar una iniciativa de negocio basada en una empresa de elaboración y comercialización de tostadas naturales, a base de amaranto, avena y ajonjolí; buscando consolidarse en la región sureste, como empresa pionera en este tipo de producto.

### Objetivos específicos:

- Introducir un nuevo producto al mercado.
- Comercializar un producto fresco, natural y de calidad.
- Fomentar el consumo de alimentos de origen vegetal, que también dan un aporte proteico.
- Extender el producto en otros estados de la región sureste.

## 2. Descripción del proyecto

### 2.1. Descripción y características del negocio

Tostinut es una propuesta de empresa Tabasqueña comprometida con la salud de los consumidores. Se trata de la elaboración y comercialización de tostadas a base de amaranto, avena -molida y en hojuelas-, y ajonjolí; horneadas, sin grasa, y elaboradas por personal capacitado. Cuidando altos estándares de calidad, y con un sabor único, que hace nuestro producto toda una experiencia alimenticia.

En cuanto a la propuesta de la tostada elaborada a base de cereales, se tiene que la demanda de cereales en México reporta una tendencia creciente en la última década. De acuerdo a la Secretaría de Economía, durante el ciclo comercial 2008 -2009, alcanzó un máximo histórico de 48.8 millones de toneladas, impulsado por la tendencia alcista del consumo de maíz en la industria pecuaria, que creció a una tasa media anual de 10.0% en los 10 años previos. Cabe destacar, que durante la última década, el consumo de cereales en el país creció a una tasa media anual de 1.2%, en tanto que la producción nacional disminuyó a una tasa anual de 0.6% para ubicarse en 28.8 millones de toneladas en el 2011/12. Así, como resultado de los daños que las heladas y la sequía tuvieron sobre estos cultivos en los principales estados productores, durante dicho ciclo, se reportó un déficit total récord en el grupo de cereales por 18.4 millones de toneladas.

Por su parte, el amaranto es un cultivo al que se le atribuyen cualidades nutritivas. De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, cumple con las características y requerimientos



óptimos para la nutrición humana. Asimismo, posee mayor contenido de minerales respecto de algunos cereales tales como: arroz, maíz, trigo, avena y cebada. En cuanto a la avena, contiene fibra, proteínas, grasas monoinsaturadas y poliinsaturadas, vitaminas, minerales -calcio, hierro, magnesio, fósforo, potasio y manganeso-, ayuda a reducir el colesterol y los niveles de azúcar en sangre, entre otros beneficios. El ajonjolí, tiene alto contenido de ácidos grasos como omega- 3 y omega-6, también cuenta con alto contenido en fibra y minerales como calcio, hierro y zinc, y ayuda a prevenir ciertas enfermedades.

En virtud de lo anterior, en el presente proyecto se describe un negocio de comida saludable, con una tendencia hacia un consumo creciente, ubicado en el giro industrial-comercial.

## **2.2. Breve descripción del proyecto**

El equipo de trabajo está conformado por estudiantes del séptimo semestre de la Licenciatura en Nutrición de la División Académica de Ciencias de la Salud, en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Como parte de nuestras actividades y desempeño académico, participamos en un certamen de emprendimiento y es cuando surge la idea de crear “Tostinut”; proyecto que nos motiva por ser un alimento de consumo frecuente en los hogares tabasqueños, además que es más saludable que la tostada de maíz, por la combinación de sus ingredientes.

## **3. Análisis del mercado y de la competencia**

### **3.1. Descripción del producto o servicio**

Tostadas horneadas elaboradas a base de amaranto, avena molida y ajonjolí, mismas que se empacarán en bolsas de plástico.

- Empaque individual con 3 tostadas (45 gramos por empaque).
- Empaque familiar con 12 tostadas (180 gramos por paquete).

### **3.2. Descripción del mercado del producto o servicio**

El segmento de mercado va dirigido a hombres y mujeres a partir de 18 años de edad, que practiquen deportes, o que cuiden su alimentación; de una clase social, ya sea media alta, media, o media baja; comenzando su comercialización en la Ciudad de Villahermosa, Tabasco, para posteriormente abarcar otros mercados en municipios del estado, así como otras localidades de la región sureste.

### **3.3. Análisis de la competencia directa e indirecta**



Las empresas que se mencionan a continuación, serían nuestra competencia indirecta por ofrecer productos parecidos al propuesto, pero no usan el amaranto como base.

<b>Sanissimo</b>	Empresa que ofrece un producto con sabor natural, 100% horneado, sin grasa adicionada, ni conservadores artificiales ni colorantes, con sabor especial a tortilla tostada de nuestra región, y cuenta con más de una década en el mercado. Ofrece diversas variedades de tostadas en cuanto a ingredientes.
<b>Charras</b>	Empresa que usa ingredientes 100% naturales. Maneja tostadas horneadas de ajonjolí y al ser horneadas, aporta beneficios para la salud de consumidor, es además baja en grasa, lo cual ayuda a disminuir el colesterol por su alto contenido en ajonjolí.

### 3.4. Comparación de los productos con la competencia

Nuestro producto se diferencia de la competencia, en que usamos como base para la elaboración de las tostadas, el amaranto; lo cual, cambia su consistencia y sabor, además no usamos conservadores y es un alimento nutritivo por los ingredientes que contiene.

### 3.5. Estrategia de promoción y ventas

- Desarrollo de social media y comunidad digital con la creación de cuentas en redes sociales.
- Desarrollo de sitio web.
- Presentación y degustaciones del producto en ferias y exposiciones gastronómicas.
- Nuestros clientes podrán adquirir nuestros productos en tiendas de abarrotes, en mercados de la ciudad, y por pedidos.

#### Estrategias promoción.

- Obsequiar 15% de producto en los empaques de 180 gr.
- Descuentos por mayoreo.
- Tarjetas de lealtad mediante la cual se manejarán promociones.

#### Estrategias de escalabilidad.

- Expansión a otras ciudades.
- Venderse en supermercados.
- Crear nuevos productos.
- Resaltar las ventajas que ofrece el producto, ya que se adapta totalmente a la tendencia saludable, donde cientos de personas se

van uniendo para poder garantizar un estilo de vida mejor, con el paso del tiempo.

### 3.6. Tendencias del mercado meta

Nuestro mercado meta está enfocado en las personas que procuren cuidar su estilo de vida, donde el cambio de alimentación es el primer paso. Nuestro producto es para personas que buscan productos alimenticios novedosos y que además sean sanos y nutritivos. Por ello, creemos firmemente en que nuestro producto tiene importantes ventajas para competir en un mercado tan demandante como el de los alimentos. Asimismo, de acuerdo a la OMS, la tendencia se impulsa hacia el consumo de alimentos orgánicos, de origen natural y que contengan ingredientes que aporten a mejorar la calidad de vida en cuanto al bienestar y la salud de las personas.

## 4. Aspectos técnicos de producción

### 4.1. Localización del negocio

La empresa Tostinut estará localizada en la calle Leona Vicario, Manzana 40 Lote 19, Colonia Miguel Hidalgo C.P. 86126, en el municipio de Centro, estado de Tabasco. A continuación se muestra su ubicación gráfica:



## 4.2. Descripción del área de producción

### 4.2.1. Criterios para definir la ubicación

Para decidir la ubicación del negocio, se tomaron en cuenta los siguientes criterios:

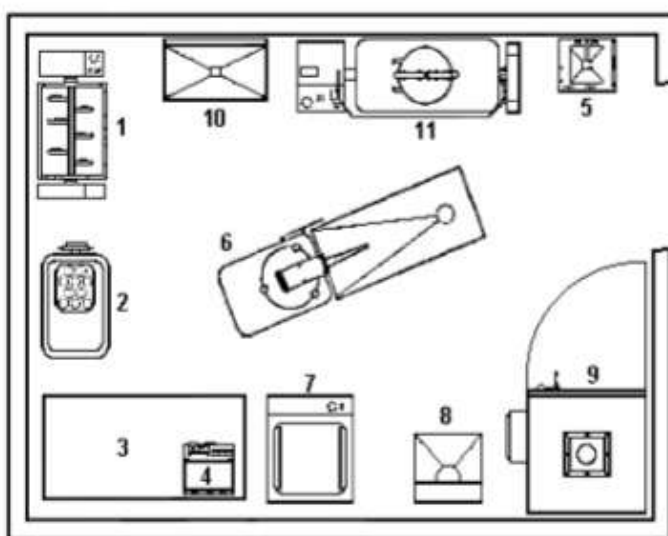
- Ubicación dentro del municipio de Centro
- Zona muy poblada, lo que se traduce en alta afluencia de personas
- Cercanía con proveedores de materia prima
- Fácil acceso tanto para el personal, como para clientes y proveedores

### 4.2.2. Descripción del local o instalación

Las instalaciones se adaptarán exclusivamente, para llevar a cabo el proceso de producción de las tostadas, contando con las áreas siguientes:

- Área de producción
  - Estufa
- Área de Bodegas de Insumos
  - Cajas de insumos
  - Materiales de limpieza
  - Etiquetas
  - Bolsas
  - Accesorios
- Área de perecederos
  - Materia prima
  - Refrigeradores

### 4.2.3. Plano de distribución de maquinaria y equipo





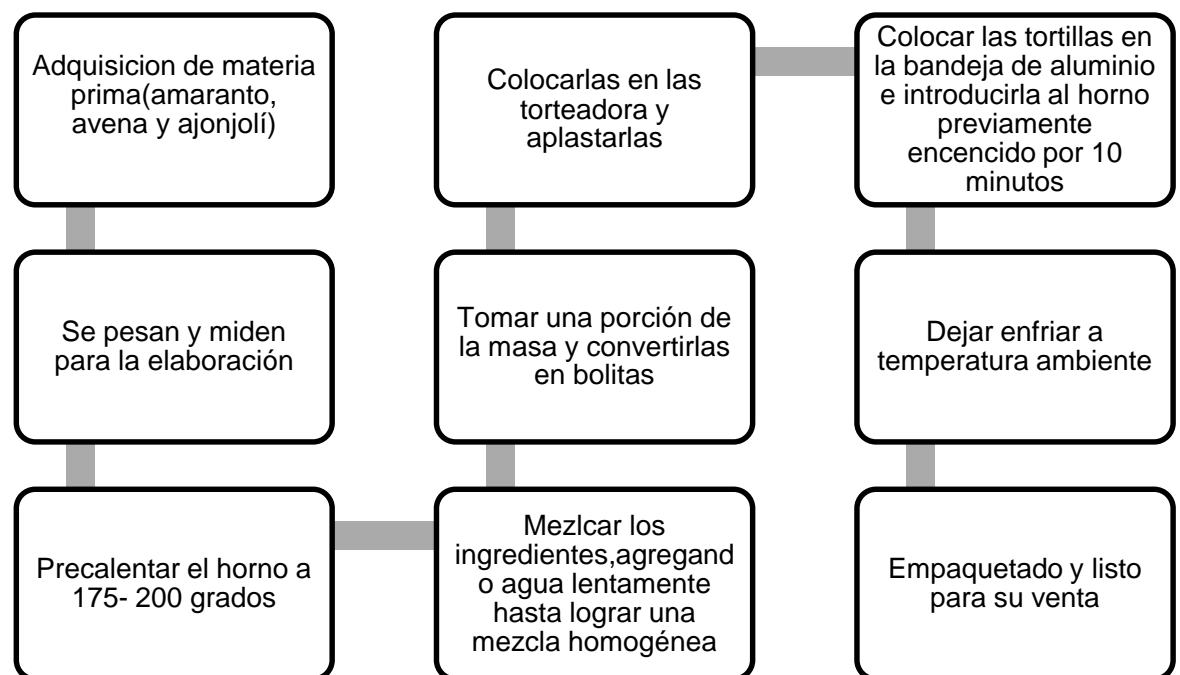
### 4.3. Descripción del proceso productivo

#### 4.3.1. Descripción de materias primas e insumos (tipo, origen y disponibilidad)

Materia Prima	Proveedor	Disponibilidad
Amaranto	Central de Abasto Villahermosa y de Puebla	El estado de Puebla genera en promedio, 68% anualmente de la producción total en el país. A su vez, cabe destacar que la tendencia en la producción orgánica del cultivo es fuerte, así como la de contar con certificaciones que ofrezcan un valor agregado al producto y, a su vez, una mayor confianza al consumidor. Dadas sus condiciones agronómicas, el amaranto se caracteriza por ser un cultivo de ciclo corto, tolerante a la sequía, resistente a plagas y enfermedades o bien de baja incidencia de éstas en los rendimientos de la producción. Se siembra en zonas de temporal y de riego, preferentemente. Con un alto valor nutritivo y con múltiples usos y formas de aprovechamiento es considerado un cultivo alternativo.
Avena	Central de Abastos de Villahermosa	Chihuahua es el principal estado productor de avena en grano en México, con el 69.3% del volumen de la producción entre los años 2007 a 2009. A la central de abasto de Villahermosa, llegan grandes cantidades de avena y se puede encontrar el producto con facilidad. Por ello, y dada la lejanía con la ciudad de Chihuahua, se adquirirá en Villahermosa.
Ajonjolí	Central de Abastos de Villahermosa	Se cultiva preferentemente en climas cálidos como India, China, Ecuador, Centroamérica y México. Sin embargo, las semillas de mayor calidad son procedentes de Centroamérica, principalmente de Guatemala.
Bolsas de plástico	Promotora de plásticos, en	Sirven de empaque para proteger al producto de la oxidación.

	parque industrial	
Etiquetas	Digital print, ubicada en calle Iguala 115, Centro, Villahermosa	La empresa tiene tiempos de entrega muy competitivos, y su impresión es de calidad.

#### 4.3.2. Descripción del proceso



## 5. Aspectos generales de la organización y administración del proyecto

### 5.1. Marco legal de la organización

#### 5.1.1. Constitución legal del negocio

La Empresa Tostinut será constituida como persona física bajo régimen de incorporación fiscal (RIF) y tendrá como domicilio fiscal el ubicado en calle Leona Vicario Manzana 40 Lote 19, Colonia Miguel Hidalgo C.P. 86126, Centro. Tabasco.



### 5.1.2. Régimen fiscal y obligaciones

En el Régimen de Incorporación Fiscal se presentarán declaraciones de manera bimestral.

Otras obligaciones:

- Se entregará nota de venta cuando los clientes no requieran factura, es decir por las ventas que se realicen.
- Se podrá proporcionar factura para quien la requiera.

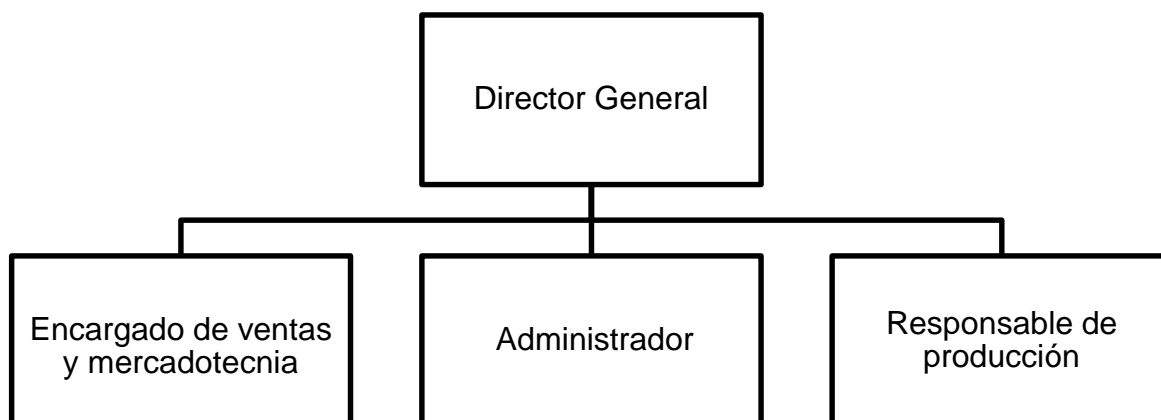
### 5.1.3. Permisos y licencias requeridos para funcionamiento

Para la ejecución del proyecto se solicitará:

- Permiso de uso de suelo en operación al H. Ayuntamiento del Municipio de Centro.
- Registro empresarial ante el IMSS y el INFONAVIT. Departamento de Afiliación del IMSS, ubicado en Av. Gregorio Méndez Magaña No. 722, planta baja, Centro, Villahermosa, Tab., Lada (993) Te: 312 59 59 (De 9:00 a 14:00 hrs., de lunes a viernes).
- Alta en el sistema de información empresarial mexicano (SIEM). Trámite que deberán realizar las empresas industriales, comerciales y de servicios para darse de alta en el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM).
- Registro en CANACINTRA. Dirección: Calle vía 2 # 112, Prolongación Paseo Tabasco y Samarkanda, Col. Tabasco 2000. Teléfono: (993) 316-32-56, Fax (993) 316-43-65. Ciudad: Villahermosa, Tabasco, México.

## 5.2. Organización para la operación y Administración

### 5.2.1. Organigrama



### 5.2.2. Funciones de los diferentes puestos

#### **Director General:**

Es el encargado de garantizar y coordinar que la administración del recurso humano se aplique de acuerdo a las normas y procedimientos establecidos, con la finalidad de garantizar el otorgamiento de prestaciones y remuneraciones del personal.

#### Actividades:

- Supervisar todas las áreas para saber las necesidades de la empresa y tomar decisiones inteligentes que mejoren la situación de ésta.
- Determinar los pasos a seguir para alcanzar los objetivos de la empresa.
- Se encargará de dotar de recursos necesarios.
- Se encargará de que las funciones se realicen correctamente.

#### **Encargado de ventas y mercadotecnia:**

Es la persona encargada de colaborar en la implementación de los planes estratégicos y operativos del área de mercadotecnia, que permita impulsar las ventas, incrementar la rentabilidad, crear lealtad y promover la satisfacción de nuestros clientes. Asimismo, participará en el diseño de mecanismos que estimulen la demanda, mejoren el posicionamiento de la

imagen y participación del mercado, así como identificación de nuevas oportunidades de negocio.

Actividades:

- Ejecución de campañas de e-mail, marketing, prospectos y clientes.
- Trato con proveedores.
- Manejo y monitoreo de la imagen de la empresa y su comercialización en las redes sociales.
- Análisis de segmentación de mercado.
- Preparar los reportes y consultas que permite evaluar el adecuado seguimiento de los nuevos clientes.
- Preparar los reportes que permita evaluar los indicadores de desempeño de la fuerza de ventas.
- Coordinación y supervisión de eventos que se realicen para difundir la imagen y productos de la compañía.
- Sugerir y colaborar en el desarrollo de la publicidad que se ejecutará a través de los diferentes medios.
- Colaborar en desarrollar los mecanismos de comunicación interna.
- Mantener actualizada la página web.

**Administrador:**

Es el responsable de administrar y controlar las actividades administrativas relacionadas con los ingresos y egresos de la empresa, efectuando los análisis financieros que le permitan obtener los índices de rentabilidad generados por los centros de costo y de los gastos generados.

Actividades:

- Controlar el efectivo y formular los planes para aplicaciones de capital.
- Dirección de actividades de créditos y cobranza, así como el manejo de la cartera de inversiones.
- Procesamiento de datos y estadísticas.
- Estar encargado de la contabilidad.
- Dar el recurso para la compra de materia prima.

**Responsable de producción:**

Es la persona que tendrá a su cargo, la elaboración del producto.

Actividades:

- Hacer la mezcla para elaborar las tortillas.
- Es el encargado de mantener limpia la cocina.
- Informar cualquier anomalía con los instrumentos y herramientas de producción.



- Respetará las especificaciones requeridas en cuanto a calidad, lotes de producción, stocks (mínimos y máximos de materiales en almacén), mermas, etc.
- Se encargará del control de inventarios de los alimentos.

### 5.2.3. Período de operación; días trabajados al año y turnos por día

Se trabajarán 6 días a la semana, de lunes a viernes de 09:00 a 17:00 horas, el horario de los sábados es de 09:00 a 13:00 horas, descansando el domingo.

Se determinó además los siguientes días como no laborables:

- 1° de enero (año Nuevo).
- 1° de mayo (día del Trabajo).
- 10 de mayo (si es madre la empleada)
- Jueves y Viernes santo
- 16 de septiembre (día de la independencia de México)
- 25 de diciembre (Navidad)

### 5.2.4. Recursos Humanos requeridos para el negocio

NOMBRE DEL PUESTO	SUELDO DIARIOS	SUELDO SEMANAL	SUELDO QUINCENAL	SUELDO MENSUAL
Gerente General	\$750.00	\$1500.00	\$3,000.00	\$6,000.00
Administrador	\$625.00	\$1250.00	\$2,500.00	\$5,000.00
Encargado de ventas y mercadotecnia	\$625.00	\$1250.00	\$2,500.00	\$5,000.00
Auxiliar de producción	\$500.00	\$1000.00	\$2,000.00	\$4,000.00

## 6. Aspectos económicos y financieros

### 6.1. Necesidades de inversión

#### 6.1.1. Inversión de maquinaria, equipos y accesorios

Equipo de Trabajo			
Cantidad	Descripción	P.U.	Importe
2	Licuada	\$780.00	\$1,560.00
3	Torteadora de fierro mediana.	\$180.00	\$540.00
6	Charolas de aluminio	\$72.00	\$432.00
1	Horno	\$5,200.00	\$5,200.00
4	Recipiente de plástico	\$50.00	\$200.00
4	Pinzas de panadero	\$99.75	\$399.00
2	Báscula	\$390.00	\$780.00
2	Anaqueles	\$400.00	\$800.00
		<b>Sub Total</b>	<b>\$9,911.00</b>
		<b>Iva</b>	<b>\$1,585.76</b>
		<b>Total</b>	<b>\$11,496.76</b>

Equipo de cómputo y Oficinas			
Cantidad	Descripción	P.U.	Importe
1	Computadora Lenovo	\$5,499.00	\$5,499.00
1	Impresora Multifuncional HP Laser Jet M124	\$1,199.00	\$1,199.00
2	Silla de escritorio	\$1,200.00	\$2,400.00
1	Escritorio	\$1,990.00	\$1,990.00
1	Calculadora	\$169.00	\$169.00
1	Caja de Hojas t/ carta	\$450.00	\$450.00
		<b>Sub Total</b>	<b>\$11,707.00</b>
		<b>IVA</b>	<b>\$1,873.12</b>
		<b>Total</b>	<b>\$13,580.12</b>

#### 6.1.2. Inversión en capital de trabajo

Sueldos y Salarios			
Cantidad	Descripción	P.U.	Importe
1	Director general	\$6,000.00	\$6,000.00
1	Mercadólogo y ventas	\$5,000.00	\$5,000.00
1	Administrador	\$5,000.00	\$5,000.00
1	Encargado de producción	\$4,000.00	\$4,000.00
		<b>TOTAL:</b>	<b>\$20,000.00</b>

### Insumos y Accesorios

Cantidad	Descripción	P.U.	Importe
1	Kit Recogedor y Escoba plástico	\$99.00	\$99.00
3	Trapeador	\$69.00	\$207.00
5	Cubeta con exprimidor	\$129.00	\$645.00
5	Paños y trapos	\$50.00	\$250.00
5	Jabón para manos Galón	\$120.00	\$600.00
3	Desinfectante Galón	\$345	\$1,035.00
5	Bolsa de basura	\$73.00	\$365.00
3	Botes de basura Acero	1,244.66	\$3,734.00
2	Concentrado para limp. Pino 1ra calidad p/20 lts	\$80.00	\$160.00
2	Lavatrastos líquido	\$70.50	\$141.00
2	Concentrado limp. Tipo fabuloso varios aromas p/20 lts	\$60.00	\$120.00
<b>Sub Total</b>			<b>\$7,356.00</b>
<b>IVA</b>			<b>\$1,176.96</b>
<b>Total</b>			<b>\$8,532.96</b>

#### 6.1.3. Necesidades totales de inversión

Necesidades de Inversión	Cantidad
<b>Capital de Trabajo</b>	\$28,532.96
<b>Inversión Fija</b>	\$25,076.88
<b>Inversión Total Neta</b>	<b>\$53,609.00</b>

#### 6.2. Estructura financiera y Origen de los recursos

Para poder operar la empresa, se requieren 53 mil 609 pesos, y se podría obtener a través de la Convocatoria para el Programa de Incubación en Línea del Instituto Nacional del Emprendedor, y el resto lo aportarían los socios de la empresa. Los porcentajes de estos orígenes del recurso quedarían de la siguiente forma:

Instancias de apoyo	Porcentaje	Cantidad
<b>Fondo Nacional Emprendedor (INADEM) a través del Programa de Incubación en Línea</b>	80%	\$42,887.00
<b>Emprendedores</b>	20%	\$10,721.00
<b>Inversión Total</b>		<b>\$53,609.00</b>

#### 6.3. Presupuesto de ventas o ingresos



Para el primer año de operación, se espera un ingreso aproximado de **\$1, 046,192.00**; para el segundo año de operación será de **\$1, 208,352.00**; para el tercer año de operación, será de **\$1, 370,271.00**; para el cuarto año de operación será de **\$1, 582,663.00**; para el quinto año de operación será de **\$1, 711,650.00**; y para el sexto año de operación se estima **\$1, 887,094.00**.

#### 6.4. Presupuesto de egresos

Se estima un monto de salidas por **\$1, 077, 604.00**; para el segundo año se calcula en **\$1, 194,822.00**; para el tercer año será de **\$1, 295,669.00**; para el cuarto año será de **\$1, 384,622.00**; para el quinto año será de **\$1, 620,840.00**; y para el sexto año de operación será de **\$982,177.00**.

##### 6.4.1. Cantidad y costo de materias primas e insumos

Alimento	Cantidad	Costo
Avena	1 Kg.	\$22.00
Nopal	1 Kg.	\$19.90
Agua	Garrafón (Pieza)	\$29.00
Sal	1 Kg.	\$7.50
<b>Total</b>		<b>\$78.40</b>

### 6.4.2. Costos y gastos de operación

CÓLCULO DE GASTOS DE OPERACION												
MES	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Director	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
Mercadólogo y ventas	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
Administrador	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
Producción	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
Gastos de papelería	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Renta de Local	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500
Pago de Contador Externo	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900
Teléfono	499	499	499	499	499	499	499	499	499	499	499	499
Pago de Préstamo	0	0	0	1,042	1,042	1,042	1,042	1,042	1,042	1,042	1,042	1,042
Pago de Intereses	375	375	375	375	365	354	354	344	334	323	313	302
Depreciación	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360
Amortización	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>25,835</b>	<b>25,835</b>	<b>25,835</b>	<b>26,877</b>	<b>26,867</b>	<b>26,856</b>	<b>26,856</b>	<b>26,846</b>	<b>26,835</b>	<b>26,825</b>	<b>26,814</b>	<b>26,804</b>



## 6.5. Resultados financieros

### 6.5.1. Utilidades

Estado de Resultados					
MES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas de Contado	901,890	1,041,683	1,181,268	1,364,365	1,475,560
Ventas a Crédito	0	0	0	0	0
Total de Ventas	901,890	1,041,683	1,181,268	1,364,365	1,475,560
	0	0			
Costo de Ventas	626,137	700,828	770,166	862,039	903,469
	0	0			
Utilidad Bruta	275,753	340,855	411,102	502,326	572,091
Gastos					
Director	72,000	75,600	79,380	79,380	79,380
Mercadólogo	60,000	63,000	66,150	66,150	66,150
Administrador	60,000	63,000	66,150	66,150	66,150
Producción	48,000	50,400	52,920	52,920	52,920
Gastos de papelería	2,400	2,520	2,646	2,646	2,646
Renta de Local	42,000	44,100	46,305	46,305	46,305
Pago de Contador Externo	10,800	10,845	10,891	10,891	10,891
Teléfono	5,988	6,013	6,038	6,038	6,038
Pago de Intereses	4,191	2,815	1,313	104	0
Depreciación	4,324	4,324	4,324	4,324	
Total de Gastos	309,702	18,238	74,984	167,418	237,287
Utilidad de Operación	-33,949	-2,881	-6,496	-34,230	195,219
UTILIDAD NETA (PÉRDIDA)	-33,949	21,119	81,480	201,648	42,068



### 6.5.2. Generación de efectivo

Flujo de Efectivo						
MES	Arranque	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Efectivo en el banco (inicio del mes)						
<b>Entrada de Efectivo</b>		901,890	1,041,683	1,181,268	1,364,365	1,475,560
Ventas de Contado		144,302	166,669	189,003	218,298	236,090
IVA Causado		0	0	0	0	0
Aportaciones de Socios	16,083	0	0	0	0	0
Préstamos u otras inyecciones de efectivo	-50,966	0				
		1,046,192	1,208,352	1,370,271	1,582,663	1,711,650
<b>Efectivo Disponible</b>	-34,883	0				
<b>Gastos Preoperativos</b>	28,974					
<b>Compras (Costo de las Ventas)</b>		626,137	700,828	770,166	862,039	903,469
<b>Director</b>		72,000	75,600	79,380	79,380	79,380
<b>Mercadólogo</b>		60,000	63,000	66,150	66,150	66,150
<b>Administrador</b>		60,000	63,000	66,150	66,150	66,150
<b>Producción</b>		48,000	50,400	52,920	52,920	52,920
<b>Gastos de papelería</b>		2,400	2,520	2,646	2,646	2,646
<b>Renta de Local</b>		42,000	44,100	46,305	46,305	46,305



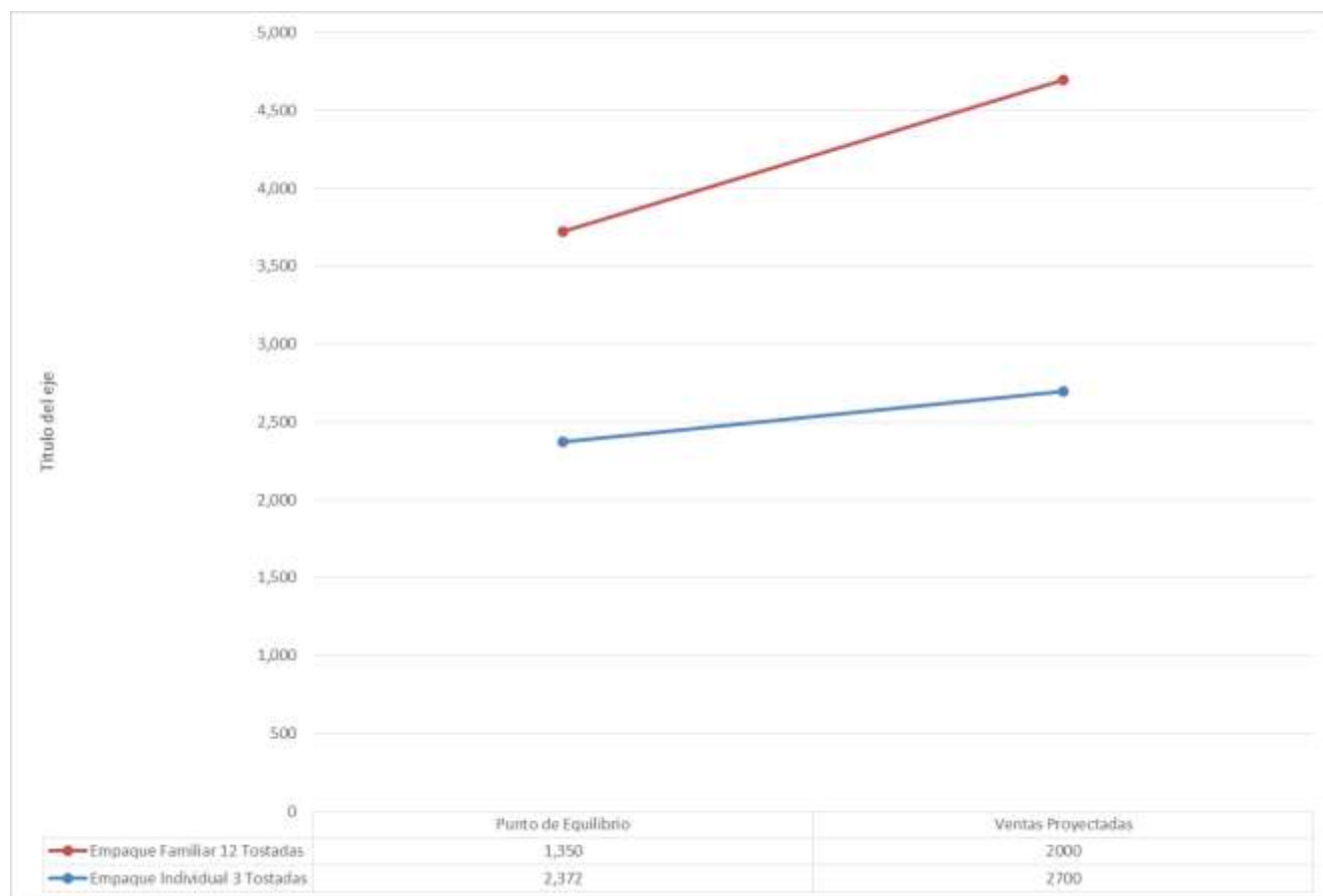


<b>Pago de Contador Externo</b>		10,800	10,845	10,891	10,891	10,891
<b>Teléfono</b>		5,988	6,013	6,038	6,038	6,038
<b>Pago de Préstamo</b>		8,339	12,509	12,509	4,170	0
<b>Pago de Intereses</b>		4,191	2,815	1,313	104	
<b>I.V.A. Acreditable</b>	4,636	127,922	140,883	144,562	168,890	176,925
<b>Pago del I.V.A.</b>		9,825	24,864	42,738	48,809	58,202
<b>Pago del I.S.R.</b>		0	-2,554	-6,100	-29,870	151,762
<b>Total Salidas de Efectivo</b>	33,610	1,077,601	1,194,822	1,295,669	1,384,622	1,620,840
<b>Saldo al final del mes en el Banco</b>	<b>-68,493</b>	-31,409	13,529	74,602	198,041	90,810
		0				
<b>Flujo de Efectivo Generado Real</b>	<b>-68,493</b>	-99,903	13,529	74,602	198,041	90,810

## 6.6. Evaluación financiera y económica

### 6.6.1. Punto de equilibrio

#### Punto de Equilibrio Mensual



### 6.6.2. Rentabilidad

#### Tasa Interna de Retorno (TIR):

Después de la evaluación del proyecto se considera viable financieramente, ya que los flujos de efectivos retornan al término de los 5 años, a una tasa del **60%**, teniendo como referencia una tasa mínima del **0%**.

#### Período de Recuperación de la Inversión:

Se estima un período para recuperar la inversión de **35 meses**, los ingresos a partir de esa fecha serán ganancias.

### 7. Cronograma de instalación del proyecto

ACTIVIDAD	TIEMPO	RESPONSABLE
Apertura de cuentas en redes sociales	2 Días	Director general
Reclutamiento y capacitación	30 Días	Director General en ayuda con el encargado de administración
Compra de equipo, material e insumos	20 días hábiles	Auxiliar de producción
Requerimientos fiscales y legales como permisos, nómina etc.	30 días hábiles	Contador
Desarrollo de campañas previa lanzamiento	30 días hábiles	Mercadólogo
Capacitación pre-operativa y post-operativa	7 días antes de abrir 5 días hábiles después de haber abierto	Gerente /proveedores de equipos



## 8. Valoración global del proyecto

### 8.1. Análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA)

<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Fácil acceso a la materia prima debido a la ubicación de la empresa.</li> <li>– Innovación en la combinación de los ingredientes con los que se elaboran las tostadas.</li> <li>– El equipo de trabajo está conformado por gente muy comprometida y profesional, asociada a tener éxito en este proyecto.</li> <li>– Contamos con el apoyo de profesores de la Licenciatura en Nutrición para seguir innovando el producto.</li> <li>– Nuestro producto es bajo en grasas, sin conservadores.</li> </ul>	<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Producto innovador en el mercado por la combinación de sus ingredientes.</li> <li>– Darnos a conocer en las exposiciones y ferias que se realizan en el estado de Tabasco, y en los estados cercanos.</li> <li>– No hay productos iguales en el mercado.</li> <li>– Nuevas tendencias a nivel mundial acerca de las comidas saludables.</li> <li>– Mayor responsabilidad de las personas acerca del tipo de productos que consumen.</li> <li>– Los estudios que nos faltan actualmente sobre el producto, los podemos realizar en Laboratorios de la División Académica de Ciencias de la Salud.</li> <li>– La Universidad cuenta con una Oficina de Transferencia Tecnológica, donde nos apoyarían con los trámites para el registro de la marca.</li> </ul>
<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Falta de capital el cual limite los alcances de este proyecto para poder convertirlo en una empresa.</li> <li>– Falta de registro de marca.</li> <li>– Desconocimiento de tiempo de vida de anaquel en este momento.</li> <li>– Costos de materia prima elevados.</li> </ul>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Que existan productos similares de la competencia y los ofrezcan a precios más bajos.</li> <li>– Que hubiera escases de materias primas.</li> <li>– Incremento del costo de materias primas.</li> <li>– Inconveniente al momento de almacenar y vender el producto (inundaciones).</li> </ul>

## Anexo

### Logotipo

