

PLAN DE NEGOCIOS

DESCRIPCIÓN DE LA INNOVACIÓN

El proyecto consiste en elaborar un dulce tipo cajeta a base de frijol, el cual no contiene leche y resulta un producto nutritivo para las personas, debido a que contiene más proteínas que cualquier producto dulce y menos grasa.

Se busca que la cajeta a base de frijol “CAFREE” pueda convertirse en una tradición familiar entre los habitantes de Guadalupe Victoria, Dgo., y de esta manera, sustituir a los productos convencionales.

a) Ventajas:

- El dulce a base de frijol pinto saltillo no contiene leche, por lo tanto lo pueden consumir las personas que son intolerantes a la lactosa.
- La materia prima (el frijol Pinto Saltillo) se produce en la región de Guadalupe Victoria, Dgo., esto facilita su adquisición, lo que propiciará que el recurso económico se quede en el municipio.
- En la localidad de Guadalupe Victoria, Durango, no hay comercialización de un producto igual, es decir cajeta de frijol.

b) Atributos

CAFREE es un producto que se ha sometido a análisis bromatológicos completos que demuestran que es un producto que reúne los siguientes atributos:

- Es bajo en grasa
- Tiene un alto valor proteico debido a la leguminosa que lo conforma
- Es rico en carbohidratos ya que es un producto que como método de conservación está conformado por la adición de solutos como es el caso de la azúcar añadida para la elaboración del dulce tipo cajeta.
- Su alta vida de anaquel gracias a la disminución de la humedad y la actividad del agua durante el proceso de elaboración. Por lo tanto, lo que distingue a esta cajeta de frijol de los productos convencionales es que este dulce es a base de una leguminosa, contiene un cítrico natural y no contiene leche.

c) Beneficios

Favorecer a los agricultores de Guadalupe Victoria, Dgo., productores del frijol pinto saltillo, convirtiendo a estos en los principales proveedores de la materia prima, ofreciéndole un pago justo por su producto.

El consumidor resulta beneficiado con el alto nivel proteico del dulce y la disminución de las grasas, por lo tanto el cliente tendrá la satisfacción de consumir un producto funcional para su cuerpo.

ETAPAS DE MADURACIÓN TECNOLÓGICA, SEGÚN LA METODOLOGÍA “TECHNOLOGY READINES LEVEL”

Según los niveles que marca la metodología, “CAFREE” se encuentra en el nivel # 7, debido a que el prototipo final funciona y opera a escala pre-comercial, y de acuerdo a las etapas del ciclo de vida de un producto, CAFREE se ubica en la etapa de introducción, el producto se está dando a conocer al mercado para luego ser reconocido. El proyecto está posicionado en este nivel puesto que se ha realizado una investigación previa donde se formularon posibles usos de la tecnología y el tema de propiedad intelectual cobró interés sobre ventajas competitivas en el mercado.

Así mismo se realizaron las pruebas correspondientes de laboratorio, que consiste en exámenes bromatológicos, se elaboró el diseño de los prototipos del producto en cuatro presentaciones, de 250gr, 340gr y un prototipo comercial que es un cono relleno de la cajeta de frijol de 20gr. El producto ha sido sometido a un mercado de prueba para verificar su funcionalidad, donde se demostró que el producto es aceptado dentro de este.

PROBLEMÁTICA QUE RESUELVE

La comercialización del frijol pinto saltillo tiene fluctuaciones importantes en el precio, en el periodo inmediato después de la cosecha, usualmente el precio por kilogramo es muy bajo, lo cual afecta al agricultor, ya que él tiene que malbaratar su frijol pinto saltillo para poder costear ya sea sus gastos de producción y/o algún financiamiento que se le haya otorgado.

Por tal motivo se busca beneficiar a los agricultores del frijol pinto saltillo de la ciudad de Guadalupe Victoria, Dgo., convirtiéndolo a este en el principal proveedor de la materia prima que se requiere para que “CAFREE” pueda operar, ofreciéndole un pago justo por su frijol.

PLAN DE MERCADO

a) Compañía:

CAFREE es una empresa socialmente responsable, debido a que se eligió un envase de vidrio reciclado, puesto que el vidrio tiene un menor impacto en el medio

ambiente. La fabricación de vidrio a partir de vidrio reciclado ahorra 68% de la energía y 50% del agua que normalmente se requiere en el proceso de fabricación. Además, la contaminación del aire que se produce en esta fabricación se reduce 20% y la contaminación del agua por 50%. El vidrio hecho a partir del material reciclado está destinado principalmente a reconvertirse en envases para alimentos.

El objetivo es introducirse en el mercado como un producto de conveniencia o habitual, estos son los que el consumidor compra con cierta regularidad sin planificación, el producto CAFREE puede consumirse a cualquier hora del día o cualquier día de la semana, supliendo así a los productos similares.

b) Colaboradores

CAFREE ha realizado alianzas comerciales con las misceláneas del municipio, para que ofrezcan la cajeta de frijol al consumidor final. CAFREE requerirá de mano de obra, lo que significa que se ofertarán más empleos en el municipio y así se brindarán más oportunidades de trabajo a los habitantes de Guadalupe Victoria, Dgo.

La central de abastos en la ciudad de Durango será el principal proveedor de algunos de los insumos y el frijol será adquirido en la región, con los agricultores del municipio de Guadalupe Victoria, Dgo., de esta forma se beneficia al municipio puesto que la agricultura es el sector económico más importante de la Región de los Llanos

Se realizarán alianzas con las panificadoras y pastelerías para que en lugar de emplear productos que no son de la región y que se utilizan como relleno de los diferentes productos de repostería, estos sean sustituidos por CAFREE, el cual es un producto funcional, agradable y económico.

c) Clientes

El sector de la población que conforma el mercado potencial de CAFREE son las amas de casa de todo el estado de Durango. Puesto que estas son las que se preocupan por el bienestar de la familia, quienes toman las decisiones sobre la alimentación diaria de cada integrante y además administran el recurso económico del hogar.

El otro sector de la población que conforma el mercado potencial son los niños de 5 a 14 años con un total de 334,033 niños en todo el estado. Puesto que estos niños ya van a la escuela y les dan su dinero para comprar, pueden acceder a comprar el cono relleno de cajeta de frijol.

Motivaciones: De acuerdo a la pirámide de Maslow, CAFREE al ser un producto alimenticio cubre parte de una necesidad fisiológica del ser humano que es la alimentación, pues el ama de casa tendrá la confianza de que CAFREE es un producto funcional para su familia.

Canales de compra: Se podrá adquirir CAFREE a través de los diferentes establecimientos, tales como misceláneas, centros comerciales, súper, panificadoras, pastelerías y por pedidos directos con el fabricante los cuales se realizarán mediante la página oficial de Facebook.

Procesos de compra: Se pretende que el producto CAFREE se logre posicionar como una necesidad para el cliente, tomando en cuenta que la necesidad sentida es una de las etapas del proceso de compra por las que pasa un consumidor para adquirir un producto.

La cultura humana se caracteriza por el aumento en las vías de compra existentes, esto gracias a la tecnología que va evolucionando día con día para satisfacer todo tipo de necesidades, CAFREE brinda un producto alimenticio funcional ya que las personas buscan comer algo agradable, nutritivo y al mismo tiempo económico.

Dentro del proceso de compra se crea una secuencia de cambios de estado mental que acerca al consumidor a realizar la compra. Como CAFREE es un producto nuevo, el cliente se basará más en la percepción sensorial: color, olor, sabor y textura.

CAFREE busca una vez que el producto haya sido consumido por el cliente, este quede satisfecho y se vuelva un consumidor leal a la marca.

Frecuencia: Se realizó un estudio de mercado, aplicando encuestas a 382 personas, donde se cuestiona la frecuencia de consumo del dulce de frijol, los resultados arrojaron que el cliente lo consumiría cada tercer día, por lo tanto en una semana 1 cliente comprará por lo menos una presentación del producto CAFREE de 250gr con un precio de \$25.

Cantidades y precios: Las diferentes presentaciones y precios que se estarán ofreciendo son los siguientes:

Presentación	Precio
250gr	\$25
340gr	\$35
20gr	\$4

d) Competencia

Actualmente no existe competencia directa, no hay una empresa que se dedique a industrializar cajeta a base de una leguminosa. Como competencia indirecta se tiene que en el estado de Zacatecas se realiza una cajeta de leche similar en color y textura al producto CAFREE, la cual no causa inquietud debido que esta es de leche a diferencia de CAFREE.

Debilidades de la competencia: La cajeta es elaborada en el estado de Zacatecas lo que incurre en gastos de transporte que se reflejan en el precio, el producto no es realizado con ésta leguminosa, por lo que no aporta los mismos beneficios nutricionales, contiene leche y por lo tanto las personas intolerantes a la lactosa no pueden consumirla.

Fortalezas de la competencia: La cajeta de Zacatecas es muy conocida por el consumidor.

e) Contexto

Las políticas que cumple este producto están en relación con las normas emitidas por la secretaria de salud, las cuales son:

- NOM-130-SSA1-1995: Alimentos envasados en recipientes de cierres herméticos y sometidos a tratamiento térmico. Disposiciones y especificaciones sanitarias
- NOM-093-SSA1-1994: Practicas de higiene y sanidad en la preparación de alimentos que se ofrecen en establecimientos fijos.
- NOM-111-SSA1-1994: Métodos para la cuenta de mohos y levaduras en alimentos
- NOM-051-SCFI-1994: Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas.
- NMX-F-480-1985: Alimentos para uso humano. Alimentos regionales.

Micro-ambiente

CAFREE trabaja para cambiar la percepción de las personas acerca del frijol, que tengan en cuenta que el frijol puede ser consumido no únicamente salado, CAFREE ofrece una nueva opción del consumo del frijol, siendo esta una presentación dulce de este producto, que al mismo tiempo aporta nutrientes necesarios para el cuerpo humano.

Para CAFREE los clientes son la parte más importante, debido a esto se le ofrece al consumidor un producto que le brinden a su familia algo nutritivo y al mismo tiempo de agradable sabor.

Segmento:

Geográficos	Demográficos	Psicográficos	Posición del usuario
Urbana: Guadalupe Victoria, Durango.	<ul style="list-style-type: none">• Amas de casa de 35 a 39 años de edad, aproximadamente.• Niños y jóvenes de 5 a 19 años de edad.	<ul style="list-style-type: none">• Las amas de casa se preocupan por la alimentación funcional de la familia. Los niños y jóvenes comprarán el cono por ser económico	<ul style="list-style-type: none">• Etapa de disposición: Deseoso y con intención de comprar y con conocimiento o regular.

Posicionamiento:

CAFREE cuenta con una posición competitiva ante el mercado, debido a que el producto es elaborado con ingredientes totalmente naturales, para cumplir las expectativas sanitarias e inocuas en el proceso, es un producto que tiene un mercado potencial, debido a que en el municipio de Guadalupe Victoria, Dgo., es habitual consumir productos semejantes al dulce de frijol CAFREE (productos dulces), el cual puede consumirse a cualquier hora del día, no contiene lactosa a pesar de que es un producto de características semejantes a las de los productos comerciales de cajeta, cuya base esencial es el producto lácteo, por lo que el tipo de posicionamiento de CAFREE es basado en los atributos del producto.

Diferenciación por medio del producto

Es la variación de un bien en cuanto a posibilidades de diferenciación de otros productos. CAFREE toma en cuenta las características adicionales del producto

Como característica adicional se encuentra la adición de diversas recetas de cocina que ayuda al consumidor a conocer las diferentes formas de emplear la cajeta de frijol dentro de la cocina.

A diferencia de la competencia, CAFREE se destaca por ser no solo un producto orgánico y funcional sino porque no existe ningún otro producto registrado ante el IMPI con las características que éste contiene, además es un producto innovador ya que está constituido por una leguminosa que por lo general se consume de manera salada y no dulce como en este caso.

Canales de distribución:

La distribución se llevará a cabo a través de establecimientos como misceláneas, centros comerciales, panificadoras y pastelerías y también con comunicación telefónica y en las redes sociales para la adquisición del dulce de frijol con sus entregas a domicilio.

Fuentes de ingresos:

Para la adquisición del producto el cliente deberá pagar los siguientes precios con respecto al contenido neto de cada presentación:

- 250gr.....\$25.00
- 340gr.....\$35.00
- 20gr.....\$4.00

Con respecto a los precios, este producto es más accesible ya que los productos similares en presentación de 240gr. Su costo oscila alrededor de \$35.00, lo que significa que es \$10.00 más caro con respecto a una presentación de CAFREE de 250gr.

Para obtener el margen de ingresos deseados se deberá producir 14,400kg de dulce de cajeta durante un año, esto resulta en un total de ingresos anuales de **\$ 1, 292,920.00**, contemplando la inversión en activos fijos, los costos y gastos de producción se obtiene una ganancia de **\$ 642,526**

Actividades clave:

La calidad del producto se obtiene con la selección de la materia prima de acuerdo a los requerimientos necesarios, considerando atributos como: humedad, color y tamaño.

El precio del producto hace posible la rentabilidad según los estados financieros planteados, además la materia prima esencial es adquirida en la región.

Recursos clave:

Recursos físicos: Estufa, refrigerador, silla para oficina, escritorio, computadora mesas de trabajo, impresora, bancos de trabajo, extractor de jugo, licuadora, batería de cocina, motocicleta.

Recursos financieros: Se necesita un capital inicial de \$141,074.13, para laborar en un periodo de 2 meses, este capital tendrá un rendimiento favorable para seguir operando el resto del año.

Socios clave:

Campesinos, central de abastos, distribuidora de frascos de vidrio, imprenta y comerciantes (quienes son los que pondrán a la venta el producto).

Estructura de los costes:

Los costos más importantes para el modelo de negocios son el de la materia prima, la mano de obra y los costos de venta.

Plan de operaciones:

Este producto requiere frijol pinto saltillo, el cual fue elegido de toda la variedad de frijol que existe, debido a que es la variedad más nueva frijol y por lo tanto es la más comercializada por los campesinos de la región, y tiene propiedades que satisfacen las necesidades del producto, ya que aporta aspectos sensoriales satisfactorios tales como color, textura, sabor, y olor.

El producto se comercializará en diferentes presentaciones en frascos de vidrio lisos ya que estos no transfieren olor ni sabor al alimento contenido en estos.

Para dar a conocer el producto en la región se llenaron conos de galleta con 20gr de producto cada uno empaquetados y llevados a la venta en algunas misceláneas del municipio de Guadalupe Victoria, Dgo., a un precio de \$4.00.

El producto se encontrará en los siguientes precios:

- 250gr.....\$25.00
- 340gr.....\$35.00
- 20gr.....\$4.00

Para la publicidad se realizarán comerciales que se transmitirán a través de las redes sociales, YouTube, así como también carteles, volantes y en la página oficial de CAFREE en Facebook. Su distribución será por pedidos del producto y por venta en misceláneas, centros comerciales, súper mercados, panificadoras y pastelerías del municipio inicialmente. Se plantearán alianzas con las panificadoras y pastelerías, para que en lugar de emplear como relleno productos que no son de la región, empleados para el relleno en los diferentes productos de repostería, estos sean sustituidos por CAFREE el cual es un producto funcional, rico y económico.

En cuanto a las materias primas de CAFREE el 70%(frijol pinto saltillo) se encuentra disponible en la región llanera y el 30% restante (naranjas y otros ingredientes)

puede adquirirse a través de la central de abasto, ubicada en la ciudad de Durango, Dgo.

ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACION

En este organigrama se muestra cada uno de los puestos que se tendrá en la empresa CAFREE.

ORGANIGRAMA:



MANUAL DE FUNCIONES CAFREE

ADMINISTRADOR: Responsable de la toma de decisiones importantes en la organización, coordinación y uso eficiente de los recursos.

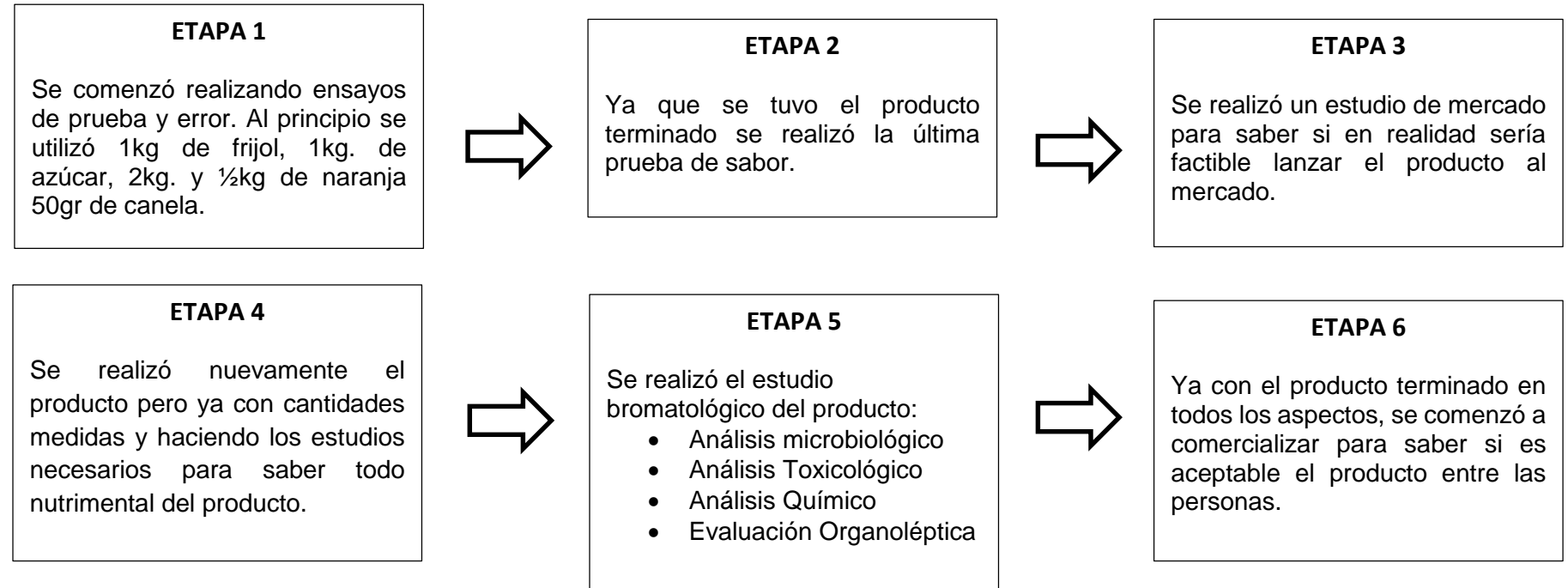
SECRETARIA: Se encarga de la gestión cotidiana de la organización, coordinar los pagos y cobros, atender llamadas y visitas, archivar documentos y responder correos.

OPERADORES: Estos llevan a cabo de manera manual o semi-manual el trabajo de elaboración del producto.

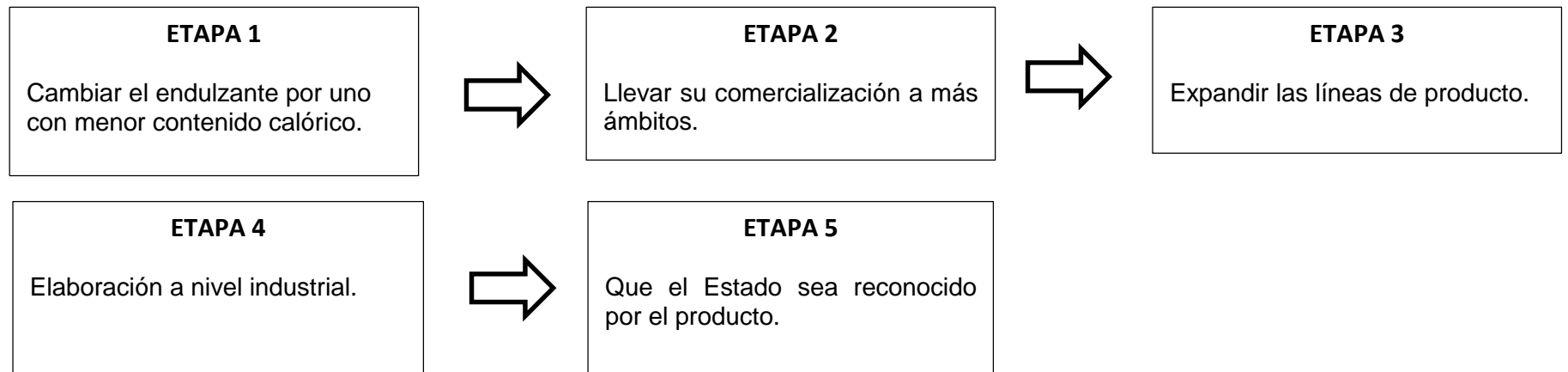
REPARTIDORES: Estos transportan la mercancía hasta el cliente final.

Etapas anteriores y futuras

Etapas anteriores:



ETAPAS FUTURAS



PLAN FINANCIERO

INVERSIÓN (A.F.)		PRECIO UNIT.	MONTO TOTAL
Descripción			-
Estufa	1	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
Refrigerador	1	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Silla para oficina	1	\$ 700.00	\$ 700.00
Escritorio	1	\$ 635.00	\$ 635.00
Computadora	1	\$ 2,590.00	\$ 2,590.00
Mesas de trabajo	2	\$ 1,500.00	\$ 3,000.00
Impresora	1	\$ 685.00	\$ 685.00
Bancos	4	\$ 1,200.00	\$ 4,800.00
Exprimidor de jugos	1	\$ 500.00	\$ 500.00
Licuadora	2	\$ 1,200.00	\$ 2,400.00
Batería de cocina	2	\$ 1,200.00	\$ 2,400.00
Cuatrimoto Atv-50n 125cc	1	\$ 14,500.00	\$ 14,500.00
TOTAL			\$ 39,210.00

INVERSION TOTAL (1 AÑO)	
CONCEPTO	MONTO
ACTIVO FIJO	\$ 39,210.00
GASTOS INDIRECTOS	\$ 130,439.20
GASTOS DE ADMON.	\$ 160,200.00
GASTOS DE VENTA	\$ 49,200.00
MANO DE OBRA	\$ 76,680.00
MATERIA PRIMA	\$ 194,665.60
TOTAL	\$ 650,394.80

INGRESOS

TIPO DE PRODUCTO	CANTIDAD DE "PRODUCTO" A PROCESAR (KGS.)	Presentación 340 grs.	PRECIO DE VENTA	INGRESOS ANUALES
Dulce de frijol	7,100	20,882	\$ 35.00	\$ 730,870.00

TIPO DE PRODUCTO	CANTIDAD DE "PRODUCTO" A PROCESAR (KGS.)	Presentación 250 grs.	PRECIO DE VENTA	INGRESOS ANUALES
Dulce de frijol	7,100	20,882	\$ 25.00	\$ 522,050.00

TIPO DE PRODUCTO	CANTIDAD DE "PRODUCTO" A PROCESAR (KGS.)	Presentación 20gr	PRECIO DE VENTA	INGRESOS ANUALES
Dulce de frijol	200	10,000	\$ 4.00	\$ 40,000.00

CALCULO DE LAS DEPRECIACIONES									
Cantidad	Equipo	M.O.I.	Vida util años	Valor de recuperación	1	2	3	4	5
1	Estufa	\$ 2,000.00	10	\$ 200.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00
1	Refrigerador	\$ 5,000.00	10	\$ 500.00	\$ 450.00	\$ 450.00	\$ 450.00	\$ 450.00	\$ 450.00
1	Silla para oficina	\$ 700.00	10	\$ 70.00	\$ 63.00	\$ 63.00	\$ 63.00	\$ 63.00	\$ 63.00
1	Escritorio	\$ 635.00	10	\$ 63.50	\$ 57.15	\$ 57.15	\$ 57.15	\$ 57.15	\$ 57.15
1	Computadora	\$ 2,590.00	3	\$ 777.00	\$ 543.90	\$ 543.90	\$ 543.90	\$ 181.30	\$ -
2	Mesas de trabajo	\$ 3,000.00	10	\$ 300.00	\$ 810.00	\$ 810.00	\$ 810.00	\$ 270.00	\$ -
1	Impresora	\$ 685.00	3	\$ 205.50	\$ 143.85	\$ 143.85	\$ 143.85	\$ 47.95	\$ -
4	Bancos	\$ 4,800.00	10	\$ 480.00	\$ 432.00	\$ 432.00	\$ 432.00	\$ 432.00	\$ 432.00
1	Exprimidor de jugos	\$ 500.00	10	\$ 50.00	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 45.00
1	Licuada	\$ 2,400.00	10	\$ 240.00	\$ 216.00	\$ 216.00	\$ 216.00	\$ 216.00	\$ 216.00
2	Bateria de cocina	\$ 2,400.00	10	\$ 240.00	\$ 216.00	\$ 216.00	\$ 216.00	\$ 216.00	\$ 216.00
1	Cuatrimoto Atv-50n 125cc	\$ 14,500.00	4	\$ 3,625.00	\$ 2,718.75	\$ 2,718.75	\$ 2,718.75	\$ 2,718.75	\$ -
				\$ 6,751.00	\$ 5,875.65	\$ 5,875.65	\$ 5,875.65	\$ 4,877.15	\$ 1,659.15

	ESTADO DE RESULTADOS PRO-FORMA				
	AÑO 1	2	3	4	5
VENTAS NETAS	\$ 1,292,920.00	\$ 1,448,070.40	\$ 1,621,838.85	\$ 1,848,896.29	\$ 2,107,741.77
<u>COSTOS DE PRODUCCIÓN</u>	\$ 407,660.45	\$ 423,731.84	\$ 440,446.09	\$ 456,830.41	\$ 471,690.54
MATERIA PRIMA	\$ 194,665.60	\$ 202,452.22	\$ 210,550.31	\$ 218,972.33	\$ 227,731.22
MANO DE OBRA	\$ 76,680.00	\$ 79,747.20	\$ 82,937.09	\$ 86,254.57	\$ 89,704.75
GASTOS INDIRECTOS	\$ 130,439.20	\$ 135,656.77	\$ 141,083.04	\$ 146,726.36	\$ 152,595.41
DEPRECIACIÓN	\$ 5,875.65	\$ 5,875.65	\$ 5,875.65	\$ 4,877.15	\$ 1,659.15
UTILIDAD BRUTA	\$ 885,259.55	\$ 1,024,338.56	\$ 1,181,392.76	\$ 1,392,065.88	\$ 1,636,051.23
<u>GASTOS DE OPERACIÓN</u>	\$ 293,358.00	\$ 305,092.32	\$ 317,296.01	\$ 329,987.85	\$ 343,187.37
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 160,200.00	\$ 166,608.00	\$ 173,272.32	\$ 180,203.21	\$ 187,411.34
GASTOS DE VENTA	\$ 49,200.00	\$ 51,168.00	\$ 53,214.72	\$ 55,343.31	\$ 57,557.04
PRESTACIONES LABORALES	\$ 83,958.00	\$ 87,316.32	\$ 90,808.97	\$ 94,441.33	\$ 98,218.98
UTILIDAD DE OPERACIÓN	\$ 591,901.55	\$ 719,246.24	\$ 864,096.75	\$ 1,062,078.03	\$ 1,292,863.86
GASTOS FINANCIEROS	\$ 60,000.00	\$ 50,555.42	\$ 39,977.48	\$ 28,130.20	\$ 14,861.24
PRODUCTOS FINANCIEROS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 531,901.55	\$ 668,690.82	\$ 824,119.26	\$ 1,033,947.83	\$ 1,278,002.63
P.T.U. 10%	\$ 53,190.16	\$ 66,869.08	\$ 82,411.93	\$ 103,394.78	\$ 127,800.26
I.S.R. 30%	\$ 159,570.47	\$ 200,607.25	\$ 247,235.78	\$ 310,184.35	\$ 383,400.79
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 319,140.93	\$ 401,214.49	\$ 494,471.56	\$ 620,368.70	\$ 766,801.58
DEPRECIACIÓN	\$ 5,875.65	\$ 5,875.65	\$ 5,875.65	\$ 4,877.15	\$ 1,659.15
VALOR DE RECUPERACIÓN					\$ 6,751.00
FLUJO NETO DE EFECTIVO	\$ 325,016.58	\$ 407,090.14	\$ 500,347.21	\$ 625,245.85	\$ 775,211.73

	BALANCE GENERAL PROYECTADO				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A C T I V O					
<u>CIRCULANTE</u>					
BANCOS	\$ 325,016.58	\$ 407,090.14	\$ 500,347.21	\$ 625,245.85	\$ 775,211.73
CLIENTES	\$ 36,664.13	\$ 38,858.16	\$ 24,600.00	\$ 22,022.79	\$ 21,100.00
INVENTARIOS	\$ 65,500.00	\$ 50,000.00	\$ 46,628.27	\$ 30,000.00	\$ 16,826.85
TOTAL CIRCULANTE	\$ 427,180.71	\$ 495,948.30	\$ 571,575.48	\$ 677,268.64	\$ 813,138.58
<u>FIJO</u>					
MOBILIARIO	\$ 1,335.00	\$ 3,700.00	\$ 3,700.00	\$ 3,700.00	\$ 3,700.00
DEPRECIACIÓN	\$ 120.15	\$ 120.15	\$ 120.15	\$ 120.15	\$ 120.15
EQ. DE COMPUTO	\$ 3,275.00	\$ 3,275.00	\$ 3,275.00	\$ 3,275.00	\$ 3,275.00
DEPRECIACIÓN	\$ 687.75	\$ 687.75	\$ 687.75	\$ 229.25	
EQUIPO DE REPARTO	\$ 14,500.00	\$ 14,500.00	\$ 14,500.00	\$ 14,500.00	
DEPRECIACIÓN	\$ 2,718.75	\$ 2,718.75	\$ 2,718.75	\$ 2,718.75	
MAQUINARIA	\$ 20,100.00	\$ 15,300.00	\$ 15,300.00	\$ 15,300.00	\$ 15,300.00
DEPRECIACIÓN	\$ 2,349.00	\$ 2,349.00	\$ 2,349.00	\$ 2,349.00	\$ 2,349.00
TOTAL FIJO	\$ 45,085.65	\$ 42,650.65	\$ 42,650.65	\$ 42,192.15	\$ 24,744.15
TOTAL ACTIVO	\$ 472,266.36	\$ 538,598.95	\$ 614,226.13	\$ 719,460.79	\$ 837,882.73
P A S I V O					
<u>FIJO</u>					
PRESTAMO A L.P.	\$ 500,000.00	\$ 421,295.13	\$ 333,145.68	\$ 234,418.30	\$ 123,843.63
TOTAL PASIVO	\$ 500,000.00	\$ 421,295.13	\$ 333,145.68	\$ 234,418.30	\$ 123,843.63
<u>CAPITAL CONTABLE:</u>					
CAPITAL SOCIAL	\$ 150,394.80	\$ 41,374.13	\$ 41,374.13	\$ 41,374.13	\$ 41,374.13
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 319,140.93	\$ 401,214.49	\$ 494,471.56	\$ 620,368.70	\$ 766,801.58
PASIVO + CAPITAL	\$ 969,535.73	\$ 863,883.76	\$ 868,991.37	\$ 896,161.13	\$ 932,019.34

RAZONES DE RENTABILIDAD DE COMPAÑÍA ABARROTERA TECNOLÓGICA, S.A. de C.V.					
MARGEN DE UTILIDAD					Por cada \$1000 de las ventas se obtienen \$248 disponibles a los accionistas.
UTILIDAD NETA	\$	319,140.93	=	24.68%	
VENTAS	\$	1,292,920.00			
RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIÓN					Rendimiento de los bienes de la empresa.
UTILIDAD NETA	\$	319,140.93	=	67.58%	
TOTAL DE ACTIVOS		\$472,266.36			
RENDIMIENTO SOBRE EL CAPITAL CONTABLE					Por cada \$1000 aportado por inversionista obtiene \$679
UTILIDAD NETA	\$	319,140.93	=	67.97%	
CAPITAL CONTABLE	\$	469,535.73			

AÑO	FLUJOS NETOS DE EFECTIVO	FACTOR DE VALOR PRESENTE	VALOR PRESENTE DE FLUJOS NETOS	FLUJO ACUMULADO
	-\$ 650,394.80	1.000		-\$ 650,394.80
1	\$ 325,016.58	$/(1 + TREMA)^1$	\$288,407.03	-\$ 361,987.77
2	407,090.14	$/(1 + TREMA)^2$	\$320,546.65	-\$ 41,441.12
3	500,347.21	$/(1 + TREMA)^3$	\$349,600.84	\$ 308,159.72
4	625,245.85	$/(1 + TREMA)^4$	\$387,661.02	\$ 695,820.74
5	775,211.73	$/(1 + TREMA)^5$	\$426,502.89	\$ 1,122,323.64

TASA DE INTERES(i)	0.1269
Valor Presente	\$1,772,718.44
Valor Presente Neto	\$ 1,122,323.64
TIR	60.32%
TREMA	12.69%

UNA VEZ TRANSCURRIDO 1 AÑO , 10 MESES
SE RECUPERA LA CANTIDAD INVERTIDA EN EL
PROYECTO.

