

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA
Facultad de Ingeniería
Departamento de Ingeniería Industrial



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN MODELO DE NEGOCIOS DE
IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO EN
GUATEMALA**

Trabajo de graduación presentado por
Francisco Chacón
para optar al grado de Licenciado en Ingeniería Industrial

Guatemala
2010

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN MODELO DE NEGOCIOS DE
IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO EN
GUATEMALA**

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA
Facultad de Ingeniería
Departamento de Ingeniería Industrial



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN MODELO DE NEGOCIOS DE
IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO EN
GUATEMALA**

Trabajo de graduación presentado por
Francisco Chacón
para optar al grado de Licenciado en Ingeniería Industrial

Guatemala
2010

Vo. Bo.:

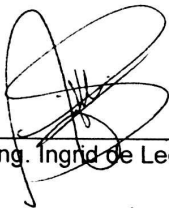


Ing. Axel Fuentes

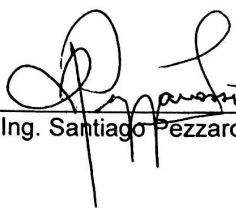
Tribunal:



Ing. Axel Fuentes



Ing. Ingrid de León



Ing. Santiago Pezzarossi

Fecha de aprobación:

06 de Diciembre 2010

AGRADECIMIENTO

Antes quiero agradecer a mis padres, que siempre me apoyaron en todo y me convencieron de que yo puedo lograr lo que yo desee.

A mis hermanas, porque a pesar de todo, sé que puedo contar con ellas para lo que sea que yo necesite, en el momento que lo necesite. Además de ser una gran motivación para superarme en la vida.

A todos mis catedráticos por haberme otorgado el honor de recibir las valiosas enseñanzas que únicamente se pueden adquirir en los salones de clase de la Universidad del Valle de Guatemala.

A los Ingenieros Emilio Alejos, Renato Cáceres, Alejandro Barillas, Mario Tejeda y al Licenciado Luis Enrique Solórzano.

Por último, pero no menos importante, al Ing. Áxel Fuentes, quien me ayudó increíblemente para lograr realizar este trabajo, inclusive con el poco tiempo disponible que tenía.

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE FIGURAS	vii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
RESUMEN	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. OBJETIVOS.....	3
A. General.....	3
B. Específico	3
III. ANTECEDENTES	4
A. Goya Foods®	4
B. Productos de consumo	5
IV. ESTRUCTURA DE LA OPERACIÓN.....	7
A. Costos de importación.....	8
B. Inventarios.....	12
C. Incoterms.....	13
1. Objetivos principales de incoterms. praventas son:	13
2. Condiciones para selección de incoterm	14
3. Categorías de incoterms.:.....	15
4. Selección y uso. :	16
5. Franco a bordo.	17
6. Costo, seguro y flete	19
D. Almacenes fiscales.....	21
E. Zonas francas.....	24
V. ESTUDIO DE MERCADO	27
A. Definición del mercado	27
1. Consumidor.	27
2. Área.	
3. Tamaño del mercado.	30
4. Necesidad.	32
B. Crecimiento del mercado	38
1. Consumo	38
2. Conocimiento de marca	41
3. Tasa de crecimiento	42

C.	Industria	44
1.	Competidores directos y sustitutos.	44
2.	Proveedores.	47
3.	Canales de distribución.	47
D.	Estrategia de mercado	48
1.	Creación de valor.	48
2.	Comunicación.....	49
3.	Red de canales de distribución	54
VI.	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	56
A.	Inversión	56
1.	Estructura de capital.	56
B.	Estados financieros y flujo de efectivo	57
1.	Actuales.	58
2.	Proyectados.	59
C.	Indicadores financieros – criterios de evaluación	61
D.	Análisis de sensibilidad	64
1.	Primer escenario:	64
2.	Segundo escenario:	67
3.	Tercer escenario: variaciones en costos fijos.	68
4.	Cuarto escenario:	69
VII.	DISCUSIÓN	71
VIII.	CONCLUSIONES	73
IX.	RECOMENDACIONES	75
X.	BIBLIOGRAFÍA	76
XI.	ANEXOS	78

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura	Pág
1 – Operación de Distribuidora.....	7
2 – Stuffed manzanilla olives.....	9
3 – Capers capotes	9
4 – Black beans	10
5 – Chick peas	10
6 – Capers capotes	10
7 – Mexican Riccer	11
8 – Paella valenciana rice.....	11
9 – Distribución de población femenina en Guatemala.....	31
10 – Niveles socioeconómicos en Guatemala.....	31
11 – Fórmula tamaño de muestra	33
12 - Pregunta #1	34
13 - Pregunta #2	34
14 - Pregunta #5	35
15 - Pregunta #6	35
16 - Pregunta #7	36
17 - Pregunta #8	36
18 - Pregunta #9.....	37
19 - Pregunta #12.....	38

Figura	Pág.
20 - Pregunta #13.....	39
21 - Pregunta #3.....	39
22 - Pregunta #4.....	40
23 - Pregunta #10.....	40
24 - Pregunta #14.....	41
25 - Pregunta #15.....	42
26 – Crecimiento de mercado.....	43
27 – Ejes de campaña de comunicación.....	50
28 – Estructura de capital	57
29 – Estado de resultados (préstamo bancario).....	60
30 – Flujo de efectivo (préstamo bancario).....	61
31 – Valor presente neto (préstamo bancario).....	62
32 - Valor presente neto (fondos propios).....	63
33 – Variación en TIR – tasa de cambio.....	66
34 - Variación en TIR – % de dividendos pagados.....	67
35 - Variación en TIR – % en costos fijos.....	69
36 - Variación en TIR – % en fondos propios invertidos.....	70
37 – Encuesta general	104

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla	Pág.
1 – Características clases sociales (ABC+).....	29
2 – Precios promedio de productos Goya®.....	44
3 – Precios promedio de competidores directos de Goya®.....	45
4 – Primer escenario de sensibilidad.....	65
5 – Segundo escenario de sensibilidad.....	67
6 – Tercer escenario de sensibilidad.....	68
7 – Costos unitarios de importación por producto.....	70
8 - Cuarto escenario de sensibilidad.....	78
9 – Estados de resultados actuales (préstamo bancario).....	79
10 – Balance general actual (préstamo bancario).....	80
11 – Flujo de efectivo actual (préstamo bancario).....	81
12 – Estado de resultados proyectado 2010 – 2011 (préstamo bancario).....	82
13 – Balance general proyectado 2010 – 2011 (préstamo bancario).....	83
14 – Flujo de efectivo proyectado 2010 – 2011 (préstamo bancario)	84
15 – Estado de resultados proyectado 2011 – 2016 (préstamo bancario).....	85
16 – Balance general proyectado 2011 – 2016 (préstamo bancario).....	86
17 – Flujo de efectivo proyectado 2011 – 2012 (préstamo bancario).....	87
18 – Flujo de efectivo proyectado 2012 – 2013 (préstamo bancario).....	88
19 – Flujo de efectivo proyectado 2013 – 2014 (préstamo bancario).....	89
20 – Flujo de efectivo proyectado 2014 – 2015 (préstamo bancario).....	90

Tabla	Pág.
21 – Flujo de efectivo proyectado 2015 – 2016 (préstamo bancario).....	91
22 – Estado de resultados proyectado 2010 – 2011 (fondos propios).....	92
23 – Balance general proyectado 2010 – 2011 (fondos propios).....	93
24 – Flujo de efectivo proyectado 2010 – 2011 (fondos propios).....	94
25 – Estado de resultados proyectado 2011 – 2016 (fondos propios).....	95
26 – Balance general proyectado 2011 – 2016 (fondos propios).....	96
27 – Flujo de efectivo proyectado 2011 – 2012 (fondos propios).....	97
28 – Flujo de efectivo proyectado 2012 – 2013 (fondos propios).....	98
29 – Flujo de efectivo proyectado 2013 – 2014 (fondos propios).....	99
30 – Flujo de efectivo proyectado 2014 – 2015 (fondos propios).....	100
31 – Flujo de efectivo proyectado 2015 – 2016 (fondos propios).....	101
32 – Dividendos pagados a inversionista (monto en quetzales).....	102
33 – Variación en tasa de cambio (octubre 2008- octubre 2010).....	103

RESUMEN

El trabajo explica la factibilidad de un modelo de negocios de importación de productos de consumo masivo que se encuentra siendo aplicado actualmente por medio de una nueva empresa guatemalteca cuyo nombre es Distribuidora. Este modelo de negocios consiste en la adquisición de los derechos de distribución de los productos de la empresa multinacional Goya Foods® y así importarlos e introducirlos al mercado guatemalteco. El trabajo se divide en tres partes principales.

En la primera parte se expone la operación en sí, los costos de importación de los productos y de operación. También se menciona cómo Distribuidora utiliza los Incoterms a la hora de emprender dichas importaciones y explica los grandes beneficios que proveen los almacenes fiscales y zonas francas para el comercio internacional de Guatemala. En el estudio de mercado se presenta la identificación del mercado del consumidor objetivo con sus necesidades sobre productos alimenticios de consumo. También se puede encontrar una comparación de precios entre Distribuidora con los precios de sus competidores directos. Por último, se observa la campaña de comunicación basada en cuatro ejes principales que debe emprender Distribuidora.

En la tercera parte se expone la estructura de capital e inversión inicial que se tuvo que realizar para emprender dicho modelo de negocios. Se presentan sus estados financieros actuales (estado de resultados, balance general y flujo de efectivo), así como los proyectados que se esperan gracias al crecimiento calculado en el estudio de mercado. Después se exponen la TIR y el VPN esperado del inversionista y es comparado con la TIR y VPN de la misma operación pero emprendiéndola con fondos propios. Para terminar se presenta un Análisis de Sensibilidad donde se estudia los cambios en la Tasa Interna de Retorno.

I. INTRODUCCIÓN

Hoy en día existen distintas oportunidades de negocios que rodean a los guatemaltecos y la mayoría de las veces nadie logra aprovecharlas. Muchas de esas oportunidades se encuentran dentro del comercio internacional. Por lo general no se logran desarrollar debido a la falta de conocimiento que se posee para emprender un modelo de negocios que se relacione con los sistemas de importación de bienes y servicios de otro país.

A principios del mes de Mayo del 2010, Distribuidora, una empresa nacional, decidió aprovechar dichas oportunidades de negocios y así emprender un modelo de importación de productos de consumo masivo. Ellos logran adquirir los derechos de distribución de los productos de la empresa multinacional Goya Foods®, y así emprenden la introducción de dichos productos al mercado guatemalteco. Entre las negociaciones pactadas, se llegó al acuerdo de que Goya Foods® provee los productos a Distribuidora y se los entrega en el puerto de Miami, Florida. Ahí Distribuidora utiliza a una empresa de logística para desplazarlos hacia Guatemala y así comenzar la comercialización.

Existen distintos beneficios que hacen de este modelo de negocios una operación exitosa. Entre esos podemos encontrar las grandes ayudas que proveen los Almacenes fiscales y zonas francas en Guatemala a los importadores y al comercio internacional. También existe un amplio mercado con mucho potencial de crecimiento sin la necesidad de llevar a cabo una campaña de comunicación agresiva. Por último, se pueden evidenciar los beneficios económicos de dicho modelo de negocios, ya que si se logra pactar una negociación efectiva como lo que logró Distribuidora, no se llegará a necesitar una inversión inicial tan voluptuosa. Esto es gracias al valor que posee la marca Goya Foods® internacionalmente y la alta calidad de sus productos.

II. JUSTIFICACIÓN

A principios de mayo de 2010, la empresa Distribuidora emprendió un proyecto de importación de productos de consumo masivo con el fin de llegar a poseer un alto retorno a los recursos financieros invertidos. La operación consiste en la representación y comercialización de los productos de la marca Goya Foods® en Guatemala. Goya Foods® es la mayor empresa hispana de alimentos en los Estados Unidos.

Se identifican cuatro aspectos clave, que justifican un modelo de negocios de importación de productos de consumo masivo en Guatemala:

- Actualmente existe un amplio mercado de productos de consumo masivo en Guatemala.
- Distribuidora posee la representación exclusiva de los productos Goya Foods® en Guatemala.
- Distribuidora lleva acabo la operación de importación bajo el sistema de franco a bordo y costo, seguro y flete.
- Distribuidora utiliza los beneficios que son brindados por parte de las bodegas fiscales y zonas francas en Guatemala para poder lidiar con los costos de operación de una manera más eficiente.

Esta trabajo presenta un modelo de negocios que actualmente se encuentra en su etapa de crecimiento. Dicha operación posee un gran potencial de desarrollo dentro del mercado de productos de consumo masivo. Al mismo tiempo, es una excelente oportunidad para elaborar un estudio de factibilidad por la manera en que se lleva a cabo la operación.

II. OBJETIVOS

A. General

Realizar un estudio de factibilidad que demuestre lo económicamente viable que puede resultar un modelo de negocios de importación de productos de consumo masivo en Guatemala.

B. Específico

- Demostrar la diferencia que existe en la Tasa Interna de Retorno del inversionista si la empresa es financiada por medio de un préstamo bancario o si es fundada con capital propio.
- Presentar el funcionamiento de una operación basada en importación de productos de consumo masivo bajo un sistema franco a bordo y costo, seguro y flete.
- Demostrar los beneficios que conlleva a utilizar las bodegas fiscales y las zonas francas del país de Guatemala para la importación de productos de consumo masivo.
- Presentar la oportunidad de negocio que existe para una representación dentro del mercado de productos de consumo masivo en Guatemala.

III. ANTECEDENTES

Toda la información que se encuentra en los antecedentes acerca de Goya Foods® fue recopilada directamente de una serie de fuentes presentadas por la empresa.

A. Goya Foods®

Con 70 años de ser la fuente principal de la auténtica cocina latina, Goya Foods®, es la mayor empresa hispana de alimentos en los Estados Unidos. Establecida en 1936 por Prudencio Unanue y su esposa Carolina, ambos oriundos de España; la historia de Goya Foods® está estrechamente vinculada tanto con la importancia de la familia como con la realización del "sueño americano".

Goya Foods® dio inicio a sus actividades comerciales en los bajos de un pequeño establecimiento del sur de Manhattan en Nueva York, brindando sus servicios a las familias hispanas de la localidad por medio de la distribución de alimentos tales como aceitunas, aceite de oliva y sardinas. Conscientes de que existía un mercado creciente de consumidores latinos que requerían productos frescos y de alta calidad, la familia Unanue inculcó su filosofía de excelencia y calidad en toda la empresa. Esta promesa de ser los mejores en su campo es la piedra angular del lema popular de Goya Foods®: "Si es Goya, tiene que ser bueno". El resultado de esta sencilla pero importante promesa ha sido la evolución que ha alcanzado la compañía hasta posicionarse como líder de la industria alimentaria latinoamericana, con operaciones a través del mundo.

A lo largo de su historia, todos y cada uno de los dedicados empleados de Goya Foods® han contribuido a establecer el sólido prestigio de la empresa como expertos de los productos alimenticios para la comunidad latina. Ya sea ofreciendo a los consumidores los mejores productos de México, España, Centro y Sudamérica, o

destacando los productos de su extensa línea caribeña, la marca Goya Foods® ha garantizado calidad a varias generaciones de consumidores satisfechos.

Hoy, la compañía se enorgullece en ofrecer una amplia variedad de productos que incluye condimentos, Artículos para la despensa, bebidas y alimentos congelados que representan a toda la América Latina. Durante el año 2004, Goya Foods® añadió más de 400 nuevos productos, estableciendo un nuevo récord al ofrecer más de 1,500 productos y marcas de distribución, solidificando aún más su posición como el suplidor por excelencia de la cocina latinoamericana. Esta extensa diversificación de productos honra a los fundadores de Goya Foods® al cumplir su promesa de hacer de cada comida una experiencia singularmente memorable, tanto entre familiares como entre amigos.

Con el empeño de continuar aumentando su rico legado, la compañía ofrece a los consumidores a lo largo y ancho de los Estados Unidos, el Caribe y de otras partes del mundo, un surtido completo de alimentos latinos creados para satisfacer la amplia gama de gustos y preferencias de todos los hispanos. Además de la creación de nuevos productos, la empresa lleva a cabo la mayor ampliación de instalaciones en toda su historia, aumentando en más de un millón de pies cuadrados su capacidad de fabricación y empaque. Sin dudas, Goya Foods® y sus consumidores resultarán altamente beneficiados con la creación y ampliación estratégica de estos nuevos e innovadores centros de fabricación y distribución a lo largo y ancho de los Estados Unidos, Puerto Rico, la República Dominicana y España.

B. Productos de consumo

Los productos de consumo se pueden entender muchas veces como todos los bienes físicos tangibles que satisfacen una necesidad.

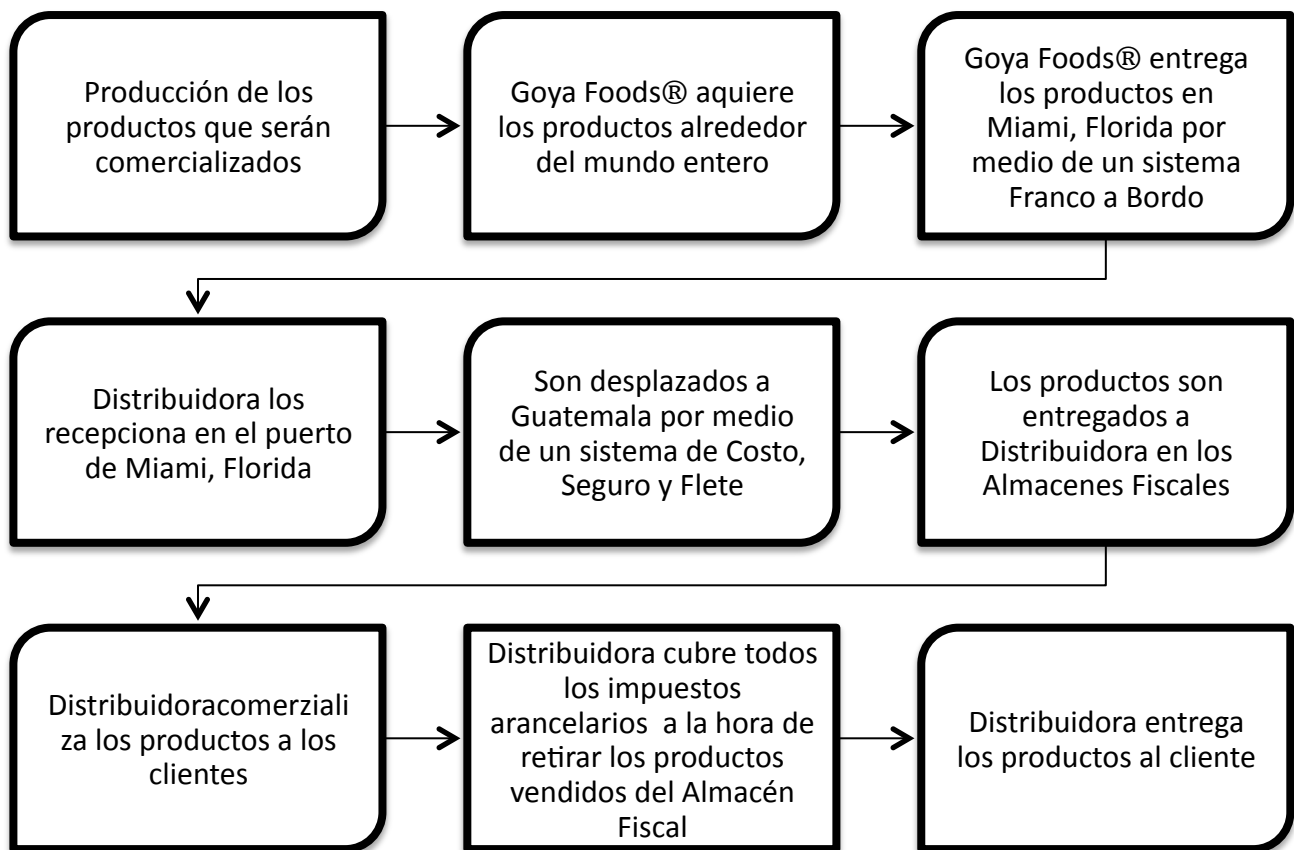
Los productos de consumo son aquellos que están destinados a ser utilizados y adquiridos por los consumidores, de acuerdo con sus deseos y necesidades, y se pueden utilizar sin proceso industrial adicional. Estos son adquiridos en última instancia por el consumidor en su forma original para ser consumidos y utilizados en el hogar.

La tangibilidad es la que llega a pactar las divisiones para la clasificación de los productos de consumo. Según su tangibilidad, se pueden encontrar los bienes no duraderos que son los que son consumidos rápidamente, como lo son los productos que comercializa Distribuidora provenientes de Goya Foods®.

IV. ESTRUCTURA DE LA OPERACIÓN

Para poder demostrar lo factible que resulta el modelo de negocios que actualmente aplica Distribuidora, se debe presentar todo el proceso completo de la operación para poseer un concepto más general acerca de cómo obtienen los resultados esperados. A continuación se presenta el siguiente esquema donde se puede observar la operación completa.

Figura 1
Operación de Distribuidora



En el gráfico anterior se pueden evidenciar todos los aspectos claves que posee el proceso de Distribuidora. Entre esos, debemos de ponerle mucha atención a:

- Los productos de Goya Foods® provienen de todas las partes del mundo. Ellos actualmente poseen productos provenientes de alrededor de unos 30 países distintos.
- La entrega de los productos por medio de Goya Foods® es por medio de un sistema Franco a Bordo. Esta entrega es la clave para que el proceso de Distribuidora logre ser eficiente. Los precios pactados entre Goya Foods® y Distribuidora durante las negociaciones, incluyen puestos en el puerto de Miami, Florida.
- Una empresa externa de logística desplaza los productos a Guatemala por medio de un sistema de costo, seguro y flete. Distribuidora llegó a un acuerdo con dicha empresa de que el precio incluye puestos en los almacenes fiscales delimitados por ellos.
- Una empresa almacenadora se encarga del almacenamiento, control y manejo de inventarios de los productos importados por Distribuidora a cambio de un monto mensual negociado entre ambas empresas.

A. Costos de importación

Para que el modelo de negocios de Distribuidora logre ser tan exitoso como se espera depende principalmente de los costos de importación. Dentro de los costos de importación no solo es importante evidenciar el costo al que se adquiere el producto por medio del proveedor. También es importante tomar en cuenta los costos de transporte, flete, seguro e impuestos arancelarios. Si estos costos no se

llegan a controlar cuidadosamente, es muy posible que la rentabilidad de la empresa se vea afectada.

El mercado de productos alimenticios de consumo se divide en cuatro categorías principales las cuales son: embasados, aceites, refrigerados y arroces y granos. Distribuidora abarcó dos de las cuatro categorías con los productos que comenzó (embasados, arroces y granos) y los cuales fueron utilizados para desarrollar el análisis de factibilidad del trabajo. Los productos que se utilizaron fueron:

1. Stuffed Manzanilla Olives

Figura 2
Stuffed Manzanilla Olives



2. Capers Capotes

Figura 3
Capers Capotes



3. Black Beans

**Figura 4
Black Beans**



4. Chick Peas

**Figura 5
Chick Peas**



5. Whole Kernel Corn

**Figura 6
Whole Kernel Corn**



6. Mexican Rice

Figura 7
Mexican Rice



7. Paella Valenciana Rice

Figura 8
Paella Valenciana rice



Los costos de importación por producto se encuentran en la Tabla No.8 Costos unitarios de importación por producto localizada en los anexos del estudio. Estos incluyen los costos de franco a bordo, costo, seguro y flete, derechos arancelarios, gastos de internación e IVA de cada producto.

B. Inventarios

Como ya se mencionó anteriormente, Distribuidora subcontrata el servicio de control y manejo de sus inventarios a una empresa almacenadora. Esta decisión fue tomada en base a todos los beneficios que logra ofrecer la empresa que es subcontratada. Entre ellos encontramos los beneficios de los almacenes fiscales que ya fueron expuestos anteriormente, ahorro de costos, y la ventaja del aún pequeño manejo del volumen de inventarios, entre otros.

Se logró investigar la forma como la empresa almacenadora maneja los inventarios de Distribuidora y se pudo concluir que el método utilizado es el de primeros en entrar, primeros en salir (PEPS). Este método consiste en que los primeros Artículos que entran a los almacenes fiscales, son los primeros en ser utilizados. Esto es con el propósito de que el inventario final esté compuesto de los materiales recibidos al final.

Entre las ventajas que posee dicho método de sistema de inventario es que al valuar los inventarios según la corriente normal de existencias se establece una política óptima de administración de los inventarios. Las existencias del inventario final quedan valuadas prácticamente a los últimos costos de adquisición o producción del período, por lo que con este método el inventario final mostrado en el balance general se valúa a costos actuales. Si la empresa mantiene una adecuada rotación de existencias, se logra que los costos del inventario final sean cifras muy cercanas a los costos de reposición o reemplazo, por lo que esta información con cifras actuales le es de mucha utilidad a la gerencia, en lo que toca al renglón de inventarios y de su capital de trabajo. Se toma como base la corriente física de las operaciones de compraventa de los artículos, aunque el manejo físico de las mercancías no debe considerarse necesariamente en la valuación de los inventarios.

C. Incoterms

Cuando se lleva a cabo una operación de comercio internacional, como la operación que realiza Distribuidora con los productos de Goya Foods®, la logística debe de ser vista como un flujo de mercancías, información y documentación generada en un proceso de compraventa.

Dicho flujo comienza desde la planificación de compra de los productos deseados y se da por terminada la transacción el momento en que la mercancía es entregada al comprador final, o cuando se realiza un proceso de logística inversa, siempre tomando en cuenta las normas de comercio internacional elegidas.

Por eso mismo es sumamente importante que las normas de comercio internacional elegidas lleguen a beneficiar a ambas partes y así llegar a desarrollar la operación de negocios deseada.

Las normas de importación que deben ser elegidas son conocidas como Incoterms. Estas son normas internacionales aceptadas por todos los gobiernos y autoridades, así como las partes involucradas en el transporte de mercancías. Estas normas regulan las condiciones más utilizadas en el comercio internacional y velan por el establecimiento de criterios definidos sobre la distribución de los gastos y la transmisión de los riesgos entre dos partes, comprador y vendedor. Todo esto es llevado a cabo en un contrato de compraventa internacional.

1. Objetivos principales de incoterms. Los Incoterms fueron publicadas por primera vez en el año 1936 por la Cámara de Comercio Internacional y, habiendo sido modificadas desde entonces, su última versión es la de los Incoterms 2000. Entre los objetivos principales que desean establecer dichas normas de comercio internacional dentro de un contrato de compraventa son:

- Establecer un conjunto de reglas internacionales para el uso, manejo e interpretación de los términos más utilizados dentro del comercio internacional.
- Eliminar las incertidumbres que surgen debido a las distintas interpretaciones de los términos del comercio internacional en cada país.
- Determinan el alcance del precio de las mercancías y al mismo tiempo influyen en el precio final a la hora de la venta de dicha mercancía.
- Delimitar los rangos de responsabilidades entre ambas partes, indicando en donde inicia y en donde termina la responsabilidad del que vende y, en dónde comienza la responsabilidad del que compra.
- Delimitar el punto de transferencia de la responsabilidad de las mercancías que se encuentran llevándose acabo durante la negociación.
- Delimitar el contrato y pago del seguro que debe ser tomado en cuenta durante la negociación.
- Delimitar el lugar físico de entrega de dicha mercancía.
- Por último pero no menos importante, delimitan quién contrata y se hace cargo del pago del transporte.

2. Condiciones para selección de incoterm. La decisión más difícil que Suderesas debe tomar en el proceso de incorporar un Incoterm a un contrato de compraventa internacional consiste en decidir una serie de condiciones que

llegan a ser críticas durante la operación de importación de productos de consumo masivo. Dichas condiciones son:

- Control de riesgo: como en todas las transacciones de negocios en el mundo, siempre existe un factor que nunca puede ser eliminado. Dicho factor es conocido como el riesgo. Este riesgo es el logístico.
- Control del costo: la gestión logística también tiene como objetivo primordial el control del costo. Si Distribuidora no llega a controlar eficientemente los costos de la importación de los productos de Goya Foods®, no tiene sentido en emprender toda la operación de negocios ya que no serían competitivos dentro del mercado guatemalteco.
- Rapidez en la ejecución del flujo logístico: es importante la rapidez de la ejecución de la importación del producto ya que muchos de los productos que Distribuidora estará importando son productos perecederos. Es sumamente importante la elección de un Incoterm que garantice la rapidez de la ejecución del flujo logístico de la operación.
- Servicio: cuando se contrata un servicio logístico, la persona que lo contrata vela para que se le cumplan todas y cada una de las condiciones pactadas. Por eso mismo es sumamente importante que se llegue a seleccionar un método efectivo para que sea llevada a cabo la ejecución del flujo logístico dentro de la operación.

3. Categorías de incoterms. Los Incoterms son agrupados en cuatro distintas categorías dependiendo de su naturaleza y uso. Para la agrupación de dichos Incoterms, se tomó mucho en cuenta la naturaleza de la transacción, el producto o mercadería que se pacta durante la negociación, la forma como serán transportados y la forma como serán entregados. Las cuatro categorías son:

- E: EXW, único término por el que el vendedor suministra las mercancías a disposición del comprador en el local o destino del vendedor.
- F: FCA, FAS y FOB, el vendedor se responsabiliza de entregar la mercancía a un medio de transporta seleccionado por el comprador.
- C: CFR, CIF, CPT y CIP, el vendedor contrata el transporte sin asumir riesgos de pérdida o daño de la mercancía o costos adicionales después de la carga y despacho.
- D: DAF, DES, DEQ, DDU y DDP, el vendedor soporta todos los gastos y riesgos necesarios para llevar la mercancía al país destino.

4. Selección y uso. Durante las negociaciones que se llevaron a cabo entre Distribuidora y Goya Foods®, se llegó al acuerdo que contiene las características siguientes:

- Los precios de comercialización de los productos de Goya Foods® a Distribuidora.
- El momento y el lugar de transferencia de riesgos sobre los productos entre Goya Foods® y Distribuidora.
- El lugar físico de entrega de los productos importados.
- La contratación y pago del transporte.
- La contratación y pago del seguro que maneja el control del riesgo sobre la mercadería.
- Qué documentos debe de tramitar Goya Foods® y Distribuidora, tomando en cuenta su costo.

Al analizar dichas características durante las negociaciones, Distribuidora seleccionó dos Incoterms para llevar a cabo su operación. Los Incoterms seleccionados fueron Franco a Bordo que realizó las negociaciones con Goya Foods® y Costo, Seguro y Flete que realizó las negociaciones con una empresa externa de logística.

5. Franco a bordo. Franco a bordo significa que el vendedor realiza la entrega cuando la mercancía sobrepasa la borda del barco en el puerto según lo estipulado en el acuerdo. Esto significa que el comprador deberá soportar todos los costos y riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde ese punto en adelante.

Entre las características del Franco a bordo, se debe de tomar en cuenta que sólo se puede utilizar en transporte marítimo o fluvial. Es importante notar que no se pueden utilizar otros medios de transporte que no sean los mencionados anteriormente, ni siquiera se puede utilizar un transporte combinado.

Entre las obligaciones pactadas durante las negociaciones, Goya Foods® deberá de responder a las obligaciones de vendedor que consisten en:

- Suministrar todos los productos y la factura comercial de acuerdo con el contrato de compraventa pactado, así como cualquier otra prueba de conformidad que pueda llegar a existir durante la relación de negocios.
- Obtener, a su propio riesgo, cualquier licencia de exportación u otra autorización oficial y realizar, los trámites aduaneros para la exportación de los productos.
- Entregar los productos a bordo del barco designado por DISTRIBUIDORA en el puerto de Miami, Florida. Debe ser entregado dentro de la fecha o plazo acordado, y en la forma que lo solicitan las normas del puerto.
- Soportar todos los riesgos o daño de los productos hasta el momento que se haya sobrepasado la borda del barco, en el puerto de Miami

- Cubrir todos los gastos relacionados con el producto hasta el momento en que ésta se entrega de conformidad en el contrato.
- Informar a Distribuidora que los productos han sido entregados según lo pactado durante las negociaciones.
- Cubrir los gastos de operación de verificación (calidad, medidas, peso y empaque) necesarios para entregar los productos según lo pactado.
- Proporcionar a sus propias expensas el embalaje requerido para el transporte de los productos, en medida en que las circunstancias le hayan sido reveladas a Goya Foods®, antes de la conclusión del contrato.
- Solicitar a expensas de Distribuidora, cualquier documento o verificación electrónica emitido por el país de entrega para que no ocurra ningún problema en la carga del producto al barco.
- Proporcionar a Distribuidora, si lo solicita, la información necesaria para la obtención de un seguro.

Entre las obligaciones pactadas durante las negociaciones, Distribuidora deberá responder a las obligaciones de comprador que consisten en:

- Pagar el precio de los productos, según lo pactado en las negociaciones entre Goya Foods® y Distribuidora.
- Obtener, a su propio riesgo, cualquier licencia de importación u otra autorización oficial y realizar, los trámites aduaneros para la importación de los productos.
- Contratar, a sus propias expensas, el transporte de los productos desde el puerto de embarque en Guatemala.
- Recibir la entrega de los productos cuando ésta haya sido entregada de conformidad con lo pactado.
- Distribuidora debe soportar todos los riesgos de pérdida o daño de los productos desde el momento en que éstos hayan sido entregados de conformidad con lo negociado.

- Distribuidora debe pagar todos los gastos relacionados con la mercancía desde el momento en que se entregan los productos conformes con la negociación.
- Distribuidora debe retroalimentar a Goya Foods® con toda la información necesaria para que se logre llevar a cabo el envío de productos eficientemente
- Pagar los gastos de cualquier inspección excepto la de la inspección ordenada por el puerto de Miami, Florida.

6. Costo, seguro y flete Costos seguro y flete significa que el vendedor realiza la entrega cuando la mercancía llega a su destino negociado. El vendedor debe pagar los costos y fletes necesarios para llevar la mercancía al puerto de destino convenido, pero el riesgo de la pérdida o daño de mercancías, así como de cualquier costo adicional que surja durante la entrega.

Hay que tomar en cuenta que el CIF es uno de los Incoterms peor utilizados en la práctica de comercio internacional. Muchas personas lo utilizan para cualquier tipo de transporte, desnaturalizando por completo el uso del CIF.

Entre las obligaciones pactadas durante las negociaciones, la empresa externa de logística deberá responder a las obligaciones de vendedor que consisten en:

- Deberá suministrar la mercancía y la factura comercial de acuerdo con el contrato de compraventa, así como cualquier otra prueba de conformidad que pueda exigir dicho contrato.
- Deberá obtener, a su propio riesgo y expensas, cualquier licencia de exportación u otra autorización oficial y realizar, cuando sea pertinente, los trámites aduaneros para la exportación de las mercancías.
- Contratar en condiciones usuales y a sus propias expensas, el transporte de la mercancía al puerto de destino convenido, por la ruta usual, en el buque de

navegación marítima del tipo normalmente empleado para el transporte de la mercancía.

- Debe obtener, a sus propias expensas, un seguro de la carga según acordado en las negociaciones, que cubra a SUDERESA, para reclamar directamente al asegurador y proporcionar a SUDERESA la prueba de la cobertura del mismo.
- Deberá entregar la mercancía en el lugar destinado que fue pactado durante las negociaciones, en la fecha o dentro del plazo acordado.
- Soportar todos los riesgos de pérdidas o daños de los productos hasta que hayan llegado a las bodegas de Distribuidora.
- Cubrir los gastos necesarios adicionales a los productos en tránsito hasta llegar a las bodegas de Distribuidora.
- Deberá proporcionar a sus propias expensas el embalaje requerido para el transporte de todos los productos.
- Proporcionar a Distribuidora, información suficiente para obtener un seguro complementario.

Entre las obligaciones pactadas durante las negociaciones, Distribuidora deberá responder a las obligaciones de comprador que consisten en:

- Distribuidora deberá pagar el precio de los productos, según lo negociado.
- Recibir la entrega de los productos cuando ésta haya sido entregada con conformidad con lo pactado.
- Soportar todos los riesgos de daños o pérdidas a los productos después de que se les fueron entregados en las bodegas.
- Pagar todos los gastos relacionados con los productos desde el momento en que ésta se entrega de conformidad con el contrato.
- SUDERESA deberá cubrir los gastos de cualquier inspección previa al embarque, excepto la inspección ordenada por las autoridades del puerto de Miami, Florida.

D. Almacenes fiscales

Los Almacenes de Depósitos fiscales son un auxiliar de los depósitos de aduana y son una ayuda financiera a los importadores de mercancías. El sistema de almacenaje en dichos establecimientos es muy sencillo, la empresa no necesita ningún permiso previo para poder acceder a almacenar la mercadería en su interior. Dentro del almacén, la mercadería puede pasar hasta un año entero sin que sea necesario pagar el arancel de importación y el IVA que genera la compra. Después de un año, la mercadería se declara en abandono y se pone en subasta.

El 15 de noviembre de 2001, el gobierno de la República de Guatemala elaboró el Acuerdo Gubernativo Número 447-2001, donde claramente presenta todos los requisitos de apertura, uso y fiscalización de las mercancías que serán almacenadas dentro de tales establecimientos.

Como se mencionó anteriormente, Distribuidora obtiene los beneficios de utilizar un Almacén Fiscal, pero no posee uno propio. Este trabajo es realizado por la empresa almacenadora. A continuación se presentan los Artículos de mayor importancia del Acuerdo Gubernativo Número 447-2001 para Distribuidora los cuales son:

- Artículo 7 – Traslado de mercancías

El traslado de productos de las aduanas de ingreso o desde las Zonas Francas de los Almacenes Fiscales, se realizará conforme al Reglamento del Código Aduanero Uniforme Centroamericano (RECAUCA), debiendo transmitirse la declaración aduanera de las mercancías.

- Artículo 9 – Plazo de almacenamiento

Conforme con el Código Aduanero Uniforme Centroamericano (RECAUCA), el

plazo de permanencia de las mercancías será de un año improrrogable, contado a partir de la fecha de ingreso de las mercancías del Almacén Fiscal. Vencido dicho plazo, sin que se hubiere solicitado su destinación, las mercancías causarán abandono.

- Artículo 11 – Operaciones autorizadas

Las mercancías ingresadas al Almacén Fiscal podrán ser objeto de las operaciones establecidas en los Artículos 76 del Código Aduanero Uniforme Centroamericano (CAUCA) y 172 de su Reglamento (RECAUCA), bajo control aduanero y no podrán ser objeto de cambio o modificación alguna.

- Artículo 12 – Destinación de mercancías

Una vez que las mercancías se encuentran bajo control en los Almacenes Fiscales, los consignatarios de las mismas a través de los agentes aduaneros, podrán retirarlas para su importación definitiva, pagando previamente los derechos arancelarios y demás impuestos, retomarlas al extranjero, o importarlas temporalmente garantizando el interés fiscal.

El responsable del Almacén Fiscal permitirá la salida total o parcial de la mercancías de éste, una vez que el Agente Aduanero le presente la declaración o póliza que demuestre que cumplió con las obligaciones tributarias y no tributarias, lo cual deberá de informar al Departamento que al efecto le comunique la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT), en los términos y condiciones que ésta le indique.

- Artículo 13 – Retiros parciales

El retiro parcial de las mercancías procederá cuando se trate de los bultos completos y mercancías que corresponden a una misma declaración a la póliza que

ampare el traslado.

- Artículo 15 – Controles de ingreso y salida

Los Almacenes Fiscales deberán llevar controles de ingreso y salida de mercancías por cada consignatario, mediante sistema de inventario perpetuo que permita, en cualquier momento la fácil determinación de las existencias en presencia del personal de la delegación de la aduana por lo menos cada tres meses. Sin perjuicio de lo anterior, la SAT podrá practicar revisión física de los inventarios de las mercaderías cada vez que lo estime conveniente.

En virtud de lo anterior, salvo el caso de mercancías perecederas, el Almacén Fiscal queda obligado de ingresar física y documentalmente a sus bodegas las mercancías que arriben al mismo, requisito sin el cual no se permitirá su salida del Almacén, cuando se solicite.

- Artículo 16 – Control y fiscalización

El control del traslado de las mercancías de la aduana de ingreso hacia el Almacén Fiscal de destino, lo operarán la Administración Aduanera en donde se originó el traslado y el Almacén Fiscal que reciba dichas mercancías, en forma prevista en este Acuerdo. La recepción de la mercancía a su llegada al Almacén Fiscal estará a cargo de éste, conforme a la autorización que ostenta para operar el mismo.

La fiscalización de las operaciones aduaneras efectuadas en los Almacenes Fiscales, así como de las actividades desarrolladas por éstas al amparo de la autorización para operar, correrá a cargo de la entidad que conforme a la ley administre el sistema aduanero, sin perjuicios de las que por ley le correspondan efectuar a otras entidades.

E. Zonas francas

Para que la empresa almacenadora pueda operar sus Almacenes Fiscales y brindarle el servicio a Distribuidora, dichos almacenes se deben encontrar localizados dentro de las áreas que son conocidas como Zonas Francas. Estos son territorios delimitados por medio de las autoridades del país, donde se le otorgan beneficios tributarios a los importadores y así incentivar el comercio internacional. Muchos gobiernos delimitan dichas áreas para atraer capital y promover el desarrollo económico de la región.

Según el Decreto 65-89, Ley de Zonas Francas, dictado por el congreso de la República de Guatemala, dictaron que es necesario ofrecer nuevas opciones de inversión nacional y proveer la neutralidad fiscal necesaria para el establecimiento de Zonas Francas y a las actividades que se desarrollen con éstas. A continuación se presentan los Artículos de mayor importancia del Decreto 65-89, Ley de Zonas Francas para SUDERESA los cuales son:

- Artículo 2 – Definición de Zona Franca

Se entenderá por Zona Franca el área de terreno física delimitada, planificada y diseñada, sujeta a un Régimen Aduanero Especial establecido en la presente Ley, en la que personas individuales o jurídicas se dedican indistintamente a la producción o comercialización de bienes para la exportación o reexportación, así como a la prestación de servicios vinculados con el comercio internacional. La Zona Franca estará custodiada y controlada por la autoridad aduanera.

Las Zonas Francas podrán ser públicas o privada y tendrán físicamente separadas el área donde se ubiquen los usuarios industriales y de servicios de aquellas donde se ubiquen los usuarios comerciales, y podrán establecerse en cualquier región del país, conforme a las disposiciones legales vigentes.

- Artículo 4 – Definición de usuario

Se entenderá por usuario a la persona individual o jurídica autorizada por el Ministerio de Economía para operar en Zona Franca, cumplidos los requisitos establecidos en Código de Comercio, en la presente Ley y su reglamento. De acuerdo a la actividad que desarrollen, los usuarios podrán ser:

Industriales: Cuando se dediquen a la producción o ensamble de bienes para la exportación fuera del territorio aduanero nacional, reexportación, o a la investigación y desarrollo tecnológico.

De servicios: Cuando se dediquen a la prestación de servicios vinculados al comercio internacional.

Comerciales: Cuando se dediquen a la actividad de comercialización de mercancías para ser destinadas a la exportación fuera del territorio aduanero nacional, así como a la reexportación sin que realicen actividades que cambien las características del producto o alteren el origen del mismo.

- Artículo 21 – Incentivos fiscales

No están afectos a los impuestos, derechos arancelarios y cargos aplicables a la importación a Zona Franca en general las mercancías o componentes que sean almacenados en la Zona Franca, para su comercialización:

Exoneración del Impuesto sobre la Renta que causen las rentas que provengan exclusivamente de la actividad como Usuario Comercial de Zona Franca, por un plazo de cinco (5) años contados a partir de la fecha de inicio del período de imposición inmediato siguiente a la fecha en que se emita la

autorización a que se refiere el inciso del Artículo 6 de esa Ley. Los Usuarios Comerciales domiciliados en el exterior que operen en Guatemala, no gozarán de esta exoneración si en su país de origen se otorga crédito fiscal por el Impuesto sobre la Renta que se pague en Guatemala.

Exoneración total del Impuesto al Valor Agregado, en la transferencia de mercancías que se realicen dentro y entre Zonas Francas.

Exoneración del Impuesto sobre la Venta y Permuta de Bienes Inmuebles (alcabala) ubicados en la Zona Franca en operaciones que se realicen con la Entidad Administradora o con usuarios de la Zona.

Exoneración del Impuesto de Papel sellado y Timbres Fiscales que recaiga sobre los documentos por medio de los cuales se transfiera la propiedad de bienes inmuebles ubicados dentro de la Zona Franca.

Los incentivos a que se hace referencia en los incisos a), c), d) y e) del presente Artículo empezarán a surtir efecto a partir de la fecha de autorización por el Ministerio de Economía.

V. ESTUDIO DE MERCADO

Kotler define el término mercado como “todas las personas o unidades industriales que compran o pueden ser inducidas a comprar un producto o un servicio”. Al mismo tiempo Levitt dice que el mercado “es el total de individuos que son clientes reales o potenciales de un producto o servicio”. La identificación y definición de los mercados suele hacerse desde dos puntos de vista los cuales son: el del consumidor o el de la competencia.

A. Definición del mercado

1. Consumidor. Para establecer los requerimientos del mercado se deben mencionar las necesidades básicas del hombre, cuyas principales son: fisiológicas, de seguridad, de pertenencia y de ser amado.

Para poder definir un mercado específico, se debe tener un conocimiento completo de los consumidores, estudiándolos tanto en forma general como particular. Entre estos se debe tomar muy en cuenta su comportamiento.

Aún cuando se hace la compra más simple, los consumidores viajan a través de un depurado proceso mental. Para que se pueda apreciar totalmente la complejidad de las decisiones de compra del consumidor, se necesita entender primero, la variedad de las influencias individuales en su comportamiento, y segundo, el impacto de los factores del medio ambiente, tales como influencias familiares, sociales y culturales en el consumidor y cómo esos componentes están integrados en la mente del mismo.

Para que Distribuidora logre determinar exactamente quiénes son sus clientes, ellos deben tener claros los factores respecto a dónde compra la gente, dónde se toma la decisión de compra, dónde se realiza la verdadera compra y quien utiliza realmente la compra. Estos es sumamente importante ya que aquí es donde se puede identificar al consumidor tal y como es.

El proceso de compra se lleva acabo cuando el consumidor percibe por primera vez el producto, lo ve, lo toca; al mostrar interés por él, solicita al dependiente más información acerca de su uso, precio, consecuencias de uso, etc. Al tener conocimiento más detallado, decide si lo compra o no.

Convencido de su utilidad, compra el Artículo, lo usa o lo prueba. Si comprueba todos los beneficios obtenidos quedará satisfecho con su decisión y habrá en el futuro una recompra, que es lo que realmente determina el éxito de un producto.

Por eso mismo, a la hora de delimitar su consumidor objetivo, Distribuidora tuvo que analizar todas las situaciones mencionadas anteriormente. Por la naturaleza de sus productos, son importados, alta calidad, de precios más altos y de requerimientos específicos (bajo en sodio), su consumidor proviene de un mercado muy específico.

Al analizar lo explicado anteriormente, Distribuidora delimitó a su consumidor como mujeres entre los rangos de edad de 25 a 59 años de nivel socioeconómico ABC+. Al final del día todos los integrantes de la familia terminan consumiendo los productos que son comprados, pero se debe tener en cuenta que las personas que toman la decisión de compra son las madres de las familias. A continuación se presenta la Tabla No. 1, con las descripciones de las clases socioeconómicas AB y C+. Es importante notar que estas características son de familia.

Tabla No. 1 – Características Clases Sociales (ABC+)

	Nivel Alto AB	Nivel Medio – Alto C
Ingresos mensuales	Ingresos superiores a los US\$4.938 al mes.	Ingresos familiares oscilan entre US\$2.716 y US\$4.938 al mes.
Educación	La mayoría son graduados universitarios. Muchos de ellos con grados avanzados.	Su nivel educacional supera los estudios secundarios completos y universitarios.
Ocupación	Propietarios de sus fuentes de ingresos.	Ejecutivos de empresas privadas o públicas. También pueden ser dueños de negocios medianos.
Vivienda	Vivienda propia y lujosa con más de 6 habitaciones y jardín amplio. En zonas o colonias residenciales.	Viven en sectores residenciales o en colonias. Las casas poseen al menos 4 habitaciones.
Vehículos	Poseen más de dos automóviles de alto precio y de modelo reciente.	Poseen 1 ó 2 vehículos.
Servicio doméstico	2 ó más.	1 mínimo.
Viajes al exterior	Viajes al extranjero frecuentemente.	Viajan al exterior por lo menos 1 vez al año.

Fuente: Multiserv. S.A. (Agencia Especialista en Inv. de Mercado)

2. Área. Distribuidora, comenzó sus operaciones delimitando su área de comercialización a toda la Ciudad de Guatemala y su área metropolitana. La Ciudad de Guatemala es la capital de Guatemala, así como la cabecera del departamento del mismo. Su nombre completo es “La Nueva Guatemala de la Asunción” y se encuentra localizada en un valle del área sur central del país. Esta posee una extensión de tierra de un total de 996 kilómetros cuadrados.

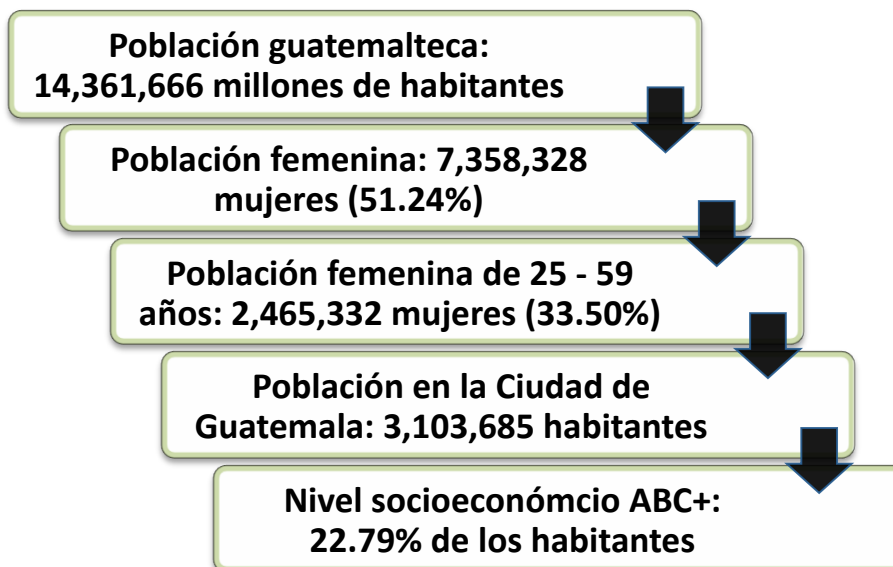
3. Tamaño del mercado. El tamaño del mercado se puede definir como el número de personas que manifiestan la necesidad, que posean los recursos o poder adquisitivo y que estén dispuestas a ofrecerlos a cambio de la obtención de los bienes y servicios deseados.

Al haber seleccionado el grupo objetivo al cual Distribuidora estará dirigiendo sus productos, se puede comenzar a calcular el tamaño del mercado. Para calcular dicho tamaño se utilizó el Método de Ratios Sucesivos. Éste consiste en utilizar la sucesión de porcentajes en los que se descompone el mercado potencial absoluto, que ayuda a concretar la demanda existente del producto a comercializar.

La dificultad de este método es la obtención de los porcentajes concretos. Motivo por el cual se utilizaron las estadísticas de la población de Guatemala del Instituto Nacional de Estadística basado en el Censo 2002 del período del 2010.

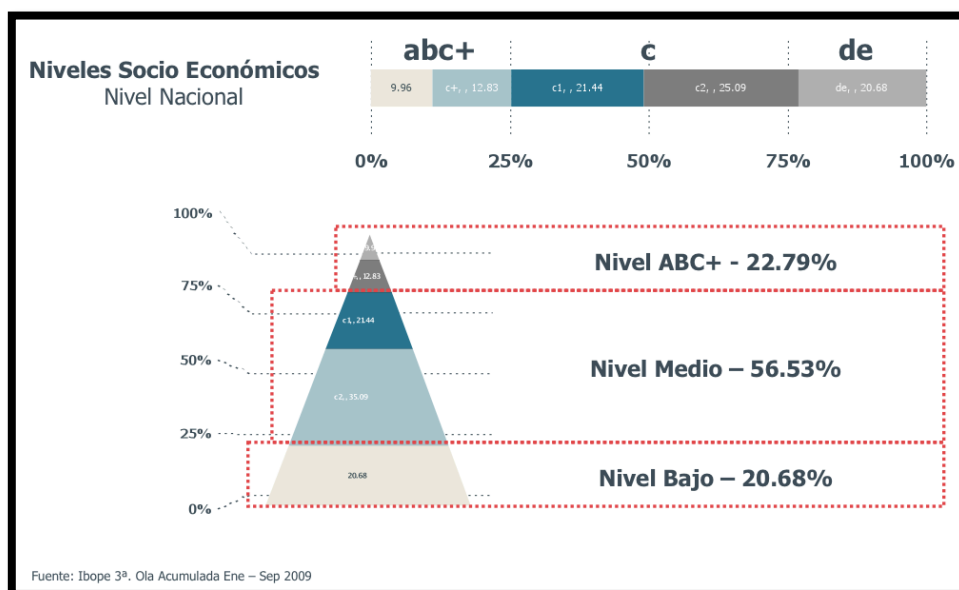
Como se puede observar en la siguiente figura, el tamaño del universo fue calculado de la siguiente manera:

Figura No. 9
Distribución de población femenina en Guatemala



Fuente: INE (Instituto Nacional de la Estadística)

Figura No. 10
Niveles socioeconómicos en Guatemala



Fuente: Fuente Fuente: Ola Acumulada 3ª. Ene. - Sep. 2009

Como se puede observar en los gráficos anteriores, el país de Guatemala posee un total de 14,361,666 millones de habitantes. De esta cantidad, un 51.24% de habitantes son mujeres y de éstas solo un 33.50% se encuentran entre los rangos de 25 a 59 años de edad.

Se obtuvo la cantidad de mujeres quienes representan un 51.24% de la población de la Ciudad de Guatemala, ya que esa es el área donde se encuentra nuestro mercado objetivo, lo cual nos dio una cantidad de 1,590,328 mujeres. De este total se extrajo el 33.50% de las mujeres, ya que éstas representan los rangos de edad de 25 a 59 años, lo cual arroja una cantidad de 532,769 mujeres. De ahí se obtuvo el 22.79% que representan las mujeres de nivel socioeconómico ABC+, que finalmente concretizó un universo de 121,416 mujeres.

El tamaño final del mercado de SUDERESA por el momento, que son mujeres entre los rangos de edad de 25 a 59 años de nivel socioeconómico ABC+, localizadas en la Ciudad de Guatemala, es de un total de 121,416.

4. Necesidad. Para que un mercado exista, debe existir una necesidad y dentro de ésta, la necesidad, la capacidad y la voluntad de compra. Día a día las diferentes empresas deben tratar de encontrar cuáles son las necesidades básicas de sus clientes a través de preguntas tales como: ¿qué?, ¿quién?, ¿por qué?, ¿cómo?, ¿cuánto?, y ¿dónde lo compran?, para así poder relacionar sus productos con ellos; esto es más fácil que crear deseos.

Distribuidora no puede limitarse a comercializar un buen producto, fijar un precio razonable y luego esperar que las utilidades comiencen a llegar. El consumidor, con sus recursos puede ser muy exigente y voluble en la forma de gastar su dinero; quien hoy en día está mas abierto a las nuevas ideas de productos de lo que jamás estuvo antes.

Es por este motivo que se elaboró un estudio de campo donde se obtuvo un

mejor conocimiento acerca de las necesidades, gustos y preferencias del consumidor. Este estudio de campo fue realizado mediante la distribución de un cuestionario a mujeres entre los rangos de edad de 20 a 60 años de nivel socioeconómico ABC+. El cuestionario se encuentra en los anexos en la parte final del trabajo.

El cálculo de la muestra es uno de los aspectos más importantes en el estudio de campo. Se debe investigar a una muestra concreta para poder obtener resultados coherentes y certeros. Para realizar el cálculo es bien importante tener en mente el nivel de confianza que se desea que tenga el cuestionario. Para calcular el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula siguiente:

Figura No. 11

Fórmula tamaño de la muestra

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N - 1)) + k^2 * p * q}$$

n: el tamaño de la muestra que debe de ser investigada.

N: el tamaño de la población o universo que se está estudiando.

k: es la constante del nivel de confianza deseado.

e: el error muestral deseado.

p: proporción de individuos que poseen en la población las características del estudio.

q: es la proporción de individuos que no poseen en la población las característica del estudio, (1 – p).

Se calculó el tamaño de la muestra utilizando el tamaño del mercado calculado anteriormente que es de un total de 121,416 mujeres. Al mismo tiempo se

utilizó un nivel de confianza de 95% (error muestral de 5%) con una constante de 1.96 como valor de k. Por último se utilizó una proporción de 0.5 para mujeres que poseen las características del estudio y una proporción de 0.5 para mujeres que no poseen las características del estudio. El tamaño total de la muestra que fue calculado fue un total de 383 mujeres encuestadas. Los resultados obtenidos se presentan a continuación.

Figura No. 12
Pregunta #1



Figura No. 13
Pregunta #2



Como se puede observar en las Figuras No. 12 y No. 13, mas del 50% de la compra de los alimentos en el hogar son decididos por la madre o esposa. Se puede concluir que Distribuidora sí logró segmentar correctamente su mercado y seleccionar adecuadamente al consumidor que realiza la compra del producto.

Figura No. 14
Pregunta #5



Figura No. 15
Pregunta #6



Figura No. 16
Pregunta #7



Figura No. 17
Pregunta #8



Figura No. 18
Pregunta #9



Como se puede observar de la Figura No. 14 a la No. 18, se presentan las preferencias que poseen los consumidores a la hora de adquirir un producto alimenticio. Como primera especificación podemos ver que un 83% contestaron que siempre es importante la calidad en sus alimentos. Después podemos encontrar que un 67% contestaron que siempre es importante la accesibilidad de compra en sus productos alimenticios. Después encontramos que la facilidad de preparación y la variedad resultan muy importantes para el consumidor pero no se encuentra entre sus prioridades. Por último encontramos que las características específicas no son tan importantes pero aún así, existen consumidores que le proporcionan cierta atención a dichos productos.

Se puede concluir que entre las preferencias que poseen los consumidores a la hora de adquirir un producto alimenticio se encuentran (en orden de importancia):

- Productos alimenticios de alta calidad.
- Accesibilidad de compra.
- Variedad en los productos.
- Facilidad de preparación.
- Característica específicas (bajo en sodio, bajo en calorías y otras).

B. Crecimiento del mercado

1. Consumo

Figura No. 19
Pregunta #12

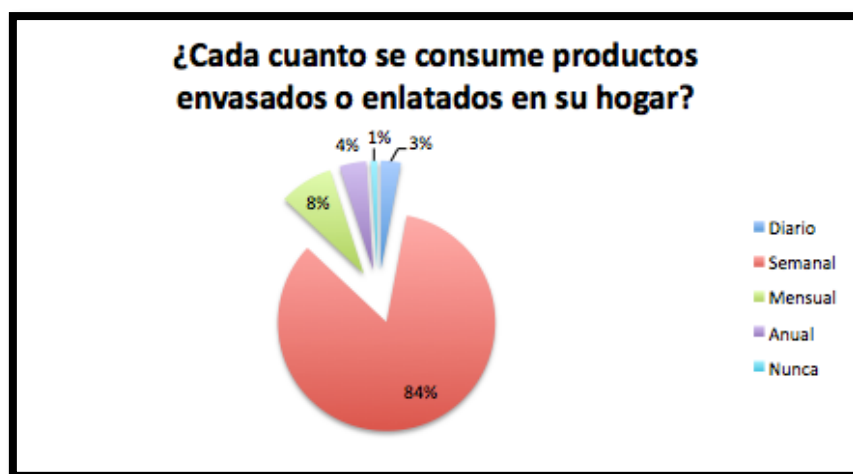
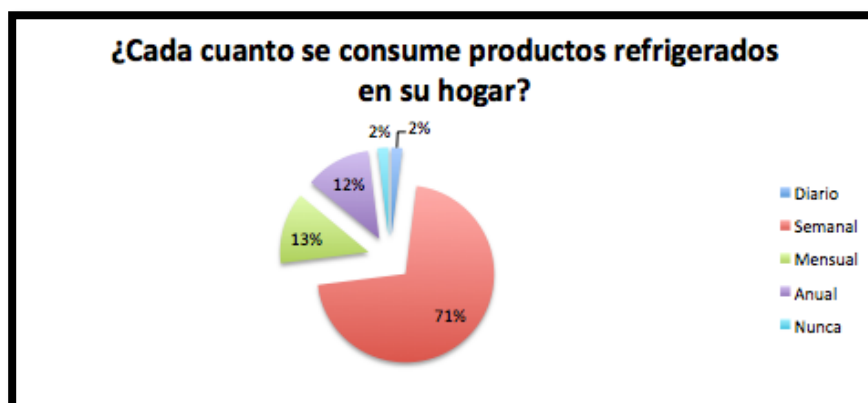


Figura No. 20
Pregunta No. 13



Como se puede observar en las Figuras No. 19 y No. 20, un 84% de la población consume productos envasados o en latados y un 71% consume productos refrigerados en su hogar semanalmente. Esto es importante ya que se puede afirmar que nuestro consumidor objetivo sí llega a consumir productos de la categoría de Distribuidora periódicamente.

Figura No. 21
Pregunta #3

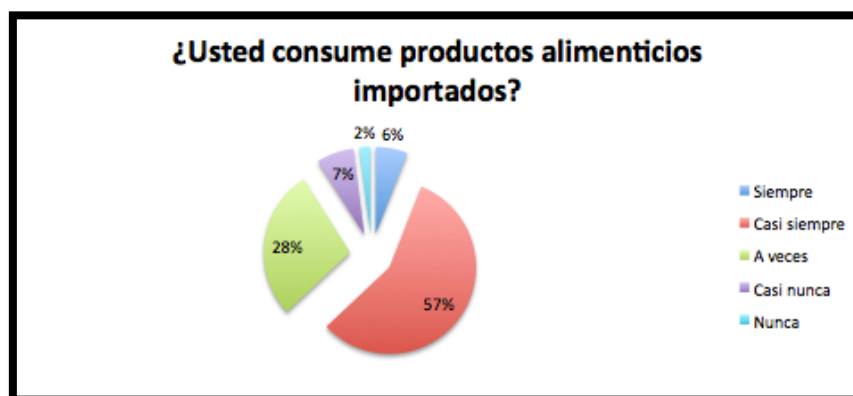


Figura No. 22
Pregunta #4



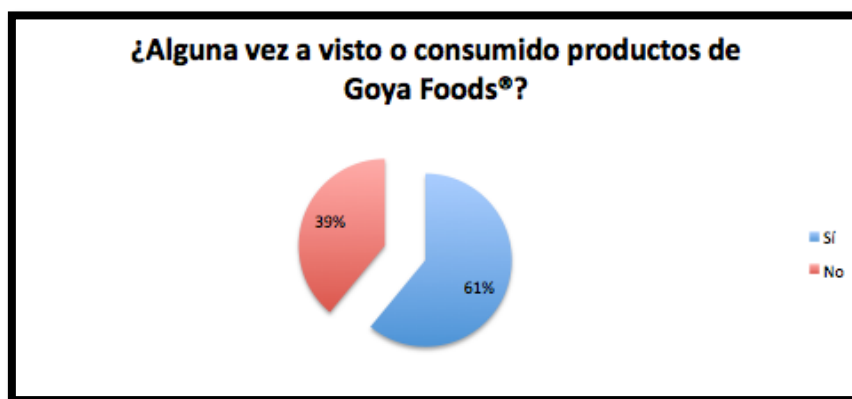
Figura No. 23
Pregunta #10



Como se puede observar en las Figuras No. 21 a la No. 23 , un 57% de la muestra consume productos alimenticios importados casi siempre. Esto es sumamente importante ya que se puede ver claramente que sí se posee un amplio mercado al consumo de productos alimenticios importados. También se puede observar que un 48% sí consumirían un producto importado en sustitución a uno nacional. Por último y no menos importante, un 31% se encontraría dispuesta a consumir un producto alimenticio importado a un precio mayor. Esto resulta ser muy beneficioso para Distribuidora, ya que como se mencionará después, se poseen varios productos sustitutos a menores precios.

2. Conocimiento de marca El conocimiento de una marca es prácticamente la esencia de su consumo. Si el consumidor final no posee conocimiento de ella, entonces es muy difícil que se promueva el consumo de los productos que la marca ofrece. A continuación se presentan dos gráficas donde mencionan el conocimiento de la marca Goya Foods® en la Ciudad de Guatemala.

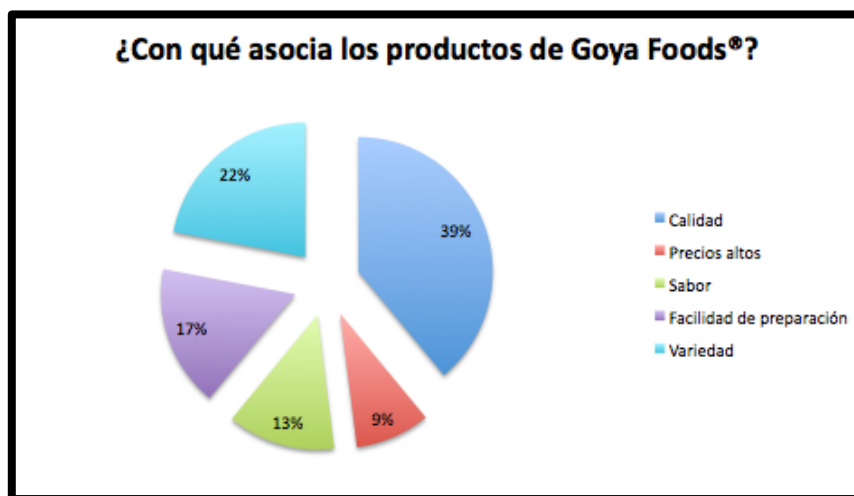
Figura No. 24
Pregunta #14



Al observar la Figura No. 24, se puede concluir que de la muestra que se realizó, un 61% alguna vez ha visto o consumido productos de Goya Foods®. Esto resulta muy beneficioso para Distribuidora, ya que se puede decir que más de la mitad de su consumidor objetivo ya conoce la marca, porque la identifican o la han consumido. Esto es gracias a la gran reputación que posee Goya Foods® como marca alrededor del mundo entero. Esto también es porque la mayoría de nuestros consumidores, poseen los recursos necesarios para poder conocer una marca internacional sin que necesariamente sea comercializada en el país.

Por último, al observar la Figura No. 25, se puede concluir que un 39% de nuestros consumidores asocian la marca Goya Foods® a calidad y un 22% asocian la marca con variedad, lo que resulta importante para Distribuidora, ya que los productos de Goya Foods® han logrado posicionarse en la mente del cliente de la manera que ellos lo transmiten

Figura No. 25
Pregunta #15



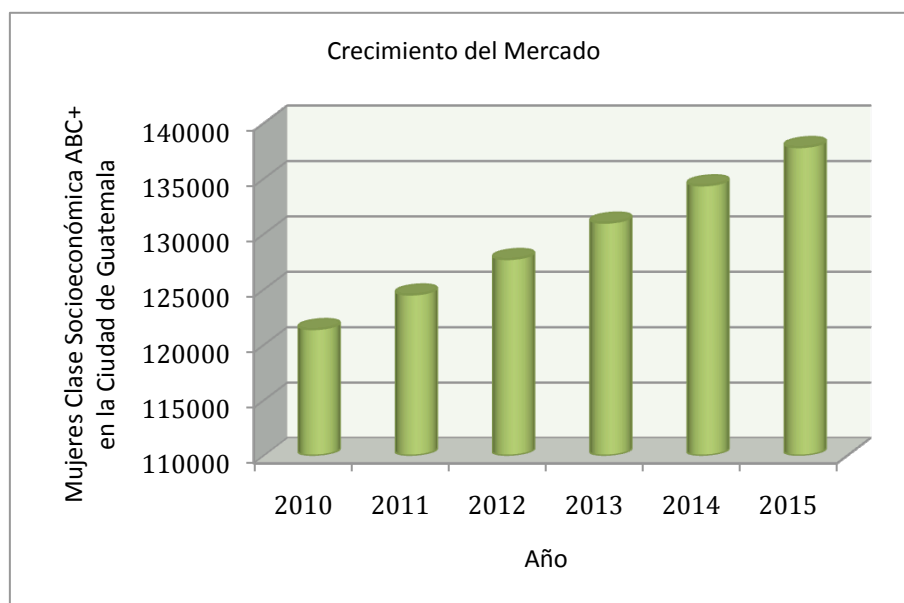
3. Tasa de crecimiento. La tasa de crecimiento de un mercado es el porcentaje que crece la cantidad de consumidores que están dispuestos a invertir

sus recursos en un producto o servicio. Para cualquier empresa es sumamente importante que se tome en cuenta la tasa de crecimiento, ya que ésta pacta la cantidad de consumidores que tendrán en un futuro y así poder llegar a plantearse los distintos escenarios posibles.

Como se mencionó anteriormente, el mercado objetivo de Distribuidora son mujeres entre los rangos de edad de 25 a 59 años de nivel socioeconómico ABC+, localizadas en la Ciudad de Guatemala. El tamaño del mercado calculado fue de un total de 121,416 mujeres. Se utilizaron los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) del censo del 2002 para calcular la tasa de crecimiento del mercado. Como se publica en el censo del 2002, Guatemala posee una tasa de crecimiento del 2.57% anual.

A continuación se presenta la Figura No. 26 – crecimiento del mercado donde se puede evidenciar el crecimiento del mercado (2.57% por año) para los años del 2010 al 2015 los se han tomado en cuenta para el estudio de factibilidad. Es importante mencionar que solo se menciona el crecimiento de la población total del mercado.

Figura No. 26
Crecimiento del mercado



Fuente: INE (Instituto Nacional de la Estadística)

C. Industria

1. Competidores directos y sustitutos. Una vez que se a logrado identificadar al consumidor y conocer sus necesidades que poseen al adquirir productos de consumo masivo importado, es necesario que Distribuidora logre conocer a su competencia. Para cualquier modelo de negocios es importante conocer cuáles son las características de sus competidores, desde sus precios, hasta su posicionamiento. Al mismo tiempo se debe de tomar muy en cuenta que existen competidores directos y sustitutos que cualquiera de ellos pueden llegar a alterar la rentabilidad del negocio.

Se realizaron distintas visitas a cuatro tipos diferentes de establecimientos donde se comercializan productos de Distribuidora y de sus competidores directos. Las visitias que se realizaron fueron: dos visitas a supermercados Walmart®, una a La Puerta del Sol® y una a Délica® para realizar una evaluación de los distintos precios de los productos de Distribuidora y de sus competidores directos. A continuación se presenta la Tabla No. 2, donde se pueden observar los promedios de los precios que poseen los productos de Distribuidora y la Tabla No. 3, que poseen los precios promedios de sus competidores directos.

Tabla No. 2 – Precios promedio de productos Goya®

PRODUCTO	PRECIO
Stuffed Manzanilla Olives	GTQ 48.85
Cappers Capotes	GTQ 20.25
Black Beans	GTQ 14.35
Chick Peas	GTQ 14.90
Whole Kernel Corn	GTQ 13.40
Mexican Rice	GTQ 29.10
Paella Valenciana Rice	GTQ 60.95

**Tabla No. 3 – Precios promedio de competidores directos de Goya®
(Precios en quetzales)**

	Stuffed Manzanilla Olives	Cappers Capotes	Black Beans	Chick Peas	Whole Kernel Corn	Mexican Rice	Paella Valencia Rice
Exelencia del Olivar	GTQ 55.90						
Roland	GTQ 65.80	GTQ 26.00		GTQ 14.90		GTQ 32.00	GTQ 72.30
Heió	GTQ 60.95			GTQ 37.75			
Alimentos Sasson	GTQ 57.95	GTQ 18.75					
Helios		GTQ 23.50					
Don Lazaro		GTQ 22.00					
Del Monte			GTQ 10.75				
Ducal			GTQ 11.50				
Cirio				GTQ 13.80			
Viter				GTQ 15.90			
Uncle's Ben						GTQ 35.50	GTQ 62.95
Riso						GTQ 27.50	GTQ 65.00
Vigo						GTQ 39.80	GTQ 58.90
Bushe's Best					GTQ 14.15		
Miguelis					GTQ 10.30		
Killios					GTQ 9.40		

Al observar las tablas de los competidores de cada producto, se pudo identificar a uno en especial que posee cinco de los siete productos de los cuales se están estudiando. Este competidor es Roland®. Esta es una empresa de alimentos americana que también se dedica a la comercialización de productos de consumo y exporta sus productos alrededor del mundo entero. Esta empresa es prácticamente una maquiladora de alimentos para después comercializarlos en distintos mercados. También es importante notar que los precios de Roland por lo general son mayores a los de los productos Goya®. Después de ellos se puede observar que no posee un competidor directo en todos los productos, sino que podemos encontrar distintos competidores para distintos productos. Esto suele ocurrir para las empresas alimenticias que poseen un amplio catálogo de productos.

Entre esos encontramos a Alimentos Sasson® para las aceitunas y alcaparras donde poseen un promedio de precios inferiores a los de los productos Goya®. También encontramos a Riso®, Vigo® y Uncle Ben's®. Estos tres competidores son para los productos de arroces y granos. Esto es importante ya que estas tres empresas se dedican solamente a la comercialización de productos de arroces y granos no como lo hace Goya Foods®. Por último encontramos a Ducal® y Del Monte® para los frijoles.

Como podemos observar, los precios de los productos GOYA® no suelen ser los más altos, pero al mismo tiempo tampoco suelen ser los más bajos. Para muchos, tienen que ser sumamente controlados ya que como por ejemplo en los frijoles, se poseen competidores que acaparan un gran porcentaje del mercado como lo son Ducal® y Del Monte®.

Distribuidora debe tener mucho cuidado con los competidores sustitutos. Esto es porque los productos de consumo son dirigidos a distintos tipos de consumidores con poderes adquisitivos variables. Se pueden ver fácilmente en los arroces, los frijoles y el maíz ya que estos pueden ser comprados al por mayor en centros de mayoreo como lo es el CENMA, lo cual termina con una gran diferencia de precios.

Existen productos de menor calidad, marcas de menor prestigio y de venta al mayoreo. Estos productos no compiten directamente con los productos GOYA®, pero al mismo tiempo pueden llegar a afectar los volúmenes de ventas. También es importante tomar en cuenta el empaque y embalaje de dichos productos sustitutos ya que varía con el precio del producto y su calidad. Esto no significa que es mejor o peor, sino que es distinto como lo es en los precios.

2. Proveedores. Durante las operaciones de este modelo de negocios, Distribuidora solo tendrá un proveedor, dado a la naturaleza de dicha operación. Ese proveedor es Goya Foods® como ya se había mencionado anteriormente. Esto es gracias a que Distribuidora es el único distribuidor en la región de todo su catálogo de productos. Esto es importante ya que conforme el tiempo, Distribuidora, irá introduciendo más productos de GOYA FOODS®. También es importante mencionar que entre las negociaciones pactadas, Distribuidora cubre los costos de las facturas 60 días después de que se efectuó la compra.

3. Canales de distribución. Los canales de distribución son conocidos como los medios que utilizan las empresas para hacer llegar sus productos a los consumidores. La mayoría de las empresas que se dedican a comercializar productos de consumo, utilizan intermediarios para llevar sus productos al mercado y tratar de organizar un canal de distribución. La razón del uso de dichos intermediarios es gracias a la gran eficiencia que poseen para poner los productos a disposición del mercado meta.

Las condiciones que Distribuidora debe tomar en cuenta a la hora de seleccionar un canal de distribución es la forma o grado de exposición que desean tener. Entre esos existen la distribución intensiva, exponer los productos en la mayoría de lugares posibles. También existe la distribución exclusiva, donde posee

exclusividad de distribución, y por último la distribución selectiva que resulta siendo una mezcla entre las dos anteriores.

Distribuidora optó por seleccionar un canal de distribución de tipo selectivo. La empresa sabe exactamente quienes son sus clientes, donde comercializar sus productos, y cómo hacerlo. También se debe mencionar que el mercado guatemalteco no posee muchos canales de distribución para productos de alta categoría.

Por eso mismo, Distribuidora seleccionó a los supermercados Walmart®, La Puerta del Sol® y Délica® para comenzar con la distribución de sus productos. Hay que mencionar que los productos de Distribuidora no son comercializados en todos los establecimientos de dicha cadena de supermercados. Se seleccionaron los establecimientos que reciben a las mujeres de clase socioeconómica ABC+.

D. Estrategia de mercado

La estrategia de mercado de una empresa es el presente y futuro de la empresa y al mismo tiempo la que define la imagen de la marca. A continuación se presenta la estrategia de mercado que debe ser adoptada por SUDERESA para que los escenarios planteados en el estudio de factibilidad lleguen a realizarse.

1. Creación de valor. El significativo de la palabra valor que entra en el contexto del consumidor es el motivador o impulsor personal que lleva a la persona a realizar una transacción de bienes o servicios tangibles e intangibles a cambio de sus recursos personales. Si el consumidor no encuentra dicho motivador o impulsor, no se realizará dicha transacción.

Al analizar el estudio de la muestra podemos encontrar que Goya Foods® sí logra entregar ese valor que esperan los clientes por medio de sus productos. Entre los mencionados valores que se realizan encontramos:

- Facilitar la vida del consumidor: proveer productos alimenticios instantáneos.
- Personalizar los problemas del consumidor: comercializar productos alimenticios importados de alta calidad.
- Precios competitivos: poseer un rango de precios competitivos en comparación con la competencia directa de productos alimenticios importados.
- Prestigio de marca: proveer al consumidor productos respaldados por una marca prestigiosa como lo es Goya Foods®.
- Red de distribución: lograr posicionar los productos en la mayor cantidad de canales de distribución posible. Es probable que no todos lleguen a comercializarse en cada uno de los canales seleccionados.

2. Comunicación. El siguiente paso que debe tomar Distribuidora para llevar a cabo su estrategia de mercado es lograr emprender una campaña de comunicación efectiva. Las campañas de comunicación son importantes más que todo para la percepción que posee el cliente sobre la marca del producto. Esta percepción es importante ya que se encuentra ligada con el valor del producto y ese con la satisfacción del consumidor.

Al decidir la campaña de comunicación que se emprenderá, Distribuidora debe de tomar en cuenta la imagen que le quiere dar al consumidor acerca de la marca de los productos Goya Foods®, los recursos financieros que serán invertidos, los recursos personales que serán invertidos y su forma de hacerla llegar al consumidor. La estrategia de Distribuidora se basa en cuatro distintos ejes los cuales son los siguientes:

Figura No. 27
Ejes de campaña de comunicación



La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores. Uno de los elementos decisivos del éxito de una empresa es su capacidad de segmentar adecuadamente su mercado. La segmentación es también un esfuerzo por mejorar la precisión del marketing de una empresa. Es un proceso de agregación: agrupar en un segmento de mercado a personas con necesidades semejantes. Distribuidora segmentará el mercado a lo que conoce como su consumidor o grupo objetivo el cual son las personas de clase socioeconómica ABC+. De esa misma manera comercializará sus productos en establecimientos donde ellos frecuentan. También su campaña de relaciones públicas estará enfocada hacia ellos.

Como segundo eje es la campaña de relaciones públicas mencionadas anteriormente. El propósito de esta campaña es lograr posicionar a la marca dentro

de la mente del consumidor. Esta campaña, se dividirá en siete aspectos importantes los cuales son:

- Publicaciones: presentar los productos y la marca Goya Foods® en distintas publicaciones que son dirigidos al mercado objetivo que son mujeres entre 25 a 59 años de edad de nivel socioeconómico ABC+. Por lo general en suplementos que suelen ser publicados en los diarios del país.
- Eventos: realizar un lanzamiento de la marca y de sus productos y cada vez que se lance alguna nueva línea. Por lo general el público debe ser personas del grupo objetivo y gerentes de compras de los establecimientos comerciales mencionados en los canales de distribución. También participar en ferias culinarias representando a los ingredientes y realizar eventos con diferentes cocineros célebres del país. Por último realizar campañas de degustaciones emprendidas por los impulsores dentro de los establecimientos comerciales.
- Noticias: lograr captar algún medio informático donde mencione la introducción de la marca al país. También pueden mencionar acerca de la calidad y estandarizaciones que poseen sus productos. Por último podrían participar en Artículos donde se mencione comida gourmet.
- Compromiso comunitario: emprender una campaña donde Distribuidora vela por la salud de sus consumidores y sus hábitos alimenticios.
- Identificación: crear distintos artículos promocionales como individuales, tablas de picar, gabachas, guantes para hornos y recetarios con la marca como identificación principal. Así repartirlos en temporadas mediante el consumo de los productos o por los impulsores.

- Campañas: realizar campañas de degustaciones basadas en el objetivo de la temporada. Dependiendo desde un lanzamiento de alguna nueva línea hasta alguna temporada especial.
- Solidaridad social: realizar donaciones o emprender una campaña de como utilizar el empaque de sus productos como una forma de reciclaje.

Como tercer eje utiliza la "estrategia de marca paraguas", la cual consiste en el lanzamiento de nuevos productos bajo una única denominación de marca, con el fin principal de aprovechar un activo fundamental de la empresa el cual es la marca. De este modo, dentro de la estrategia de marca paraguas pueden distinguirse dos tipos: las "extensiones de línea" y las "extensiones de marca". Distribuidora utilizará la estrategia de extensión de marca la cual consiste en utilizar una marca ya existente para acceder a una categoría de producto completamente distinta a la actual. El objetivo de este tipo de estrategia es reducir los riesgos y costes derivados de la introducción de nuevos productos.

Existen numerosos mercados donde los consumidores tienen información imperfecta acerca de los atributos de los productos. Esta incertidumbre del consumidor sobre los atributos de los productos puede persistir incluso después de su consumo, ya que algunos atributos no se observan plenamente hasta que no se compra varias veces el producto. Esta incertidumbre puede crear un riesgo percibido para el consumidor que va a adquirir un producto determinado: el riesgo de comprar un producto de baja calidad o un producto que no se ajusta a sus deseos.

Por lo mismo, Distribuidora utilizará la estrategia de marca paraguas para lograr alcanzar los objetivos de ventas esperados lo cual será por medio de introducción de nuevos productos en distintas categorías. Actualmente se poseen productos dentro de las categorías de envasados y arroces y granos. Siempre se planea continuar introduciendo mas productos de la mismas categorías para el año

2011. Por eso mismo se plantea un incremento de ventas esperado de 7.72% para ese mismo año.

Para el año 2012, se plantea un incremento de ventas esperado de un 9.56% en comparación al año 2011. Este incremento de ventas puede ser considerado sumamente alto para una empresa que comercializa productos de consumo, pero se debe mencionar que Distribuidora introducirá dos nuevas categorías de productos. Estas categorías son aceites e ingredientes para cocinar (aceite de oliva, ajo picado, mojo chipotle, mojo criollo) y condimentos (adobos y especias).

Para el año 2013 se plantea un incremento de ventas esperado de un 4.84% en comparación al año 2012. Este incremento ya se encuentra dentro de los parámetros de una empresa de la misma industria. Este incremento proviene de que se continuarán introduciendo productos pero de las categorías ya existentes, y al mismo tiempo los productos que fueron introducidos en el año 2012 ya poseen mas tiempo dentro del mercado.

Para el año 2014, se plantea un incremento de ventas esperado de un 9.95% en comparación al año 2013. Nuevamente este incremento de ventas puede ser considerado alto pero este año Distribuidora planea la introducción de dos nuevas categorías. Estas nuevas categorías son alimentos refrigerados (comidas preparadas y vegetales) y harinas y pastas.

Para el año 2015, se plantea un incremento de ventas esperado de un 4.86% en comparación al año 2014. Este incremento se debe a la aceptación de las nuevas categorías introducidas los años anteriores al mercado guatemalteco.

La relación entre la estrategia de marca paraguas con la introducción de nuevas categorías consiste en que el consumidor logrará aceptar de mejor manera los productos nuevos de Goya Foods® y así eliminar las incertidumbres de los consumidores a la hora de seleccionar un producto. También otro beneficio es que el

consumidor logrará visualizar la marca de Goya Foods® en seis distintas categorías la cuales son: envasados, arroces y granos, aceites e ingredientes para cocinar, condimentos, alimentos refrigerados y harinas y pastas. El objetivo es llegar a poseer para el año 2015 un total de 1,000 distintos productos de Goya Foods® dentro del catálogo de ventas de Distribuidora.

Como cuarto eje de la campaña de comunicación, Distribuidora planea la utilización de impulsores para poder abarcar estos altos volúmenes de productos dentro de los canales de distribución. Los impulsores son representantes de la empresa en los supermercados que se encargan del movimiento de los productos e imagen dentro de los supermercados. Conforme aumente el catálogo de productos, aumentará la cantidad de impulsores que posee Distribuidora.

3. Red de canales de distribución. La distribución de un producto puede ser la clave del éxito de su venta. Si una compañía no logra establecer un buen sistema de distribución, es muy posible que no logre el posicionamiento de mercado deseado. Por eso mismo, entre las estrategias de mercado para Distribuidora, se plantea una revolución a sus sistema de distribución.

Se plantea una expansión a su sistema de distribución lo cual consiste en atacar cinco distintos tipos de establecimientos. Es importante mencionar que no necesariamente tienen que estar todos los productos de Distribuidora en cada uno de los canales de distribución. Entre estos encontramos:

- Hipermercados: negocios cadena que cuentan con todos los servicios y departamentos (abarrotes, higiene y belleza, ropa, electrónicos, textiles, óptica, cajero automático). Entre estos encontramos a Hiperpaiz®, Pricesmart® y Clubco®.
- Supermercados grandes: Más de 4 carriles de salida (carriles \geq 5) y pueden presentar algunos departamentos como ropa o electrónicos. Entre estos encontramos a los supermercados de Walmart® y La Torre®.

- Supermercados pequeños: Con 2 y hasta 4 carriles de salida con productos básicos donde siempre venden sus productos en el mismo lugar. Entre estos nos encontramos a establecimientos como Puertas del Sol®.
- Tiendas de conveniencia: establecimientos de cadena, con 1 - 2 Checkouts, funcionan bajo el esquema de horarios largos (abiertos 16 horas o más) y que manejan categorías de conveniencia (abarrotes, licores, bebidas, cervezas, cigarros, aseo del hogar, aseo personal, fast food). Entre estos encontramos los Economarts® o Econosupers®.
- Minisupers: negocios de cadena o independientes con una caja. Entre estos encontramos a establecimientos como Délica® y Especialidades Españolas®.

VI. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

A. Inversión

Existen varias definiciones para la palabra Inversión, ya que es utilizada en distintas áreas alrededor de nuestras vidas. Pero en términos de negocios, una inversión es considerada como un acto donde un individuo decide adquirir ciertos bienes con el propósito de llegar a obtener ingresos o ganancias a lo largo de un cierto tiempo esperado. Esto significa prácticamente que se decide poner a trabajar un capital que se posee o se presta, en algún tipo de actividad con el objetivo de incrementarlo.

1. Estructura de capital. La estructura de capital es el desglose porcentual de capital de una compañía en la parte que suele ser representada por deuda y la que lo está por fondos propios.

Para el caso de Distribuidora, es importante ponerle mucha atención a la operación en sí para entender su estructura de capital. Primero se debe de entender que Distribuidora es el único distribuidor y representante de la marca Goya Foods® en el país. Segundo, solo se posee un distribuidor donde se tiene negociado el pago de mercancías a 60 días. Tercero, la operación trabaja bajo pedido para así controlar que no existan excesos de inventarios lo cual resulta en que todo producto importado es vendido.

Por esas mismas razones, la Inversión Inicial que fue realizada por Distribuidora, proviene 28% de fondos propios y el otro 72% proviene de un préstamo bancario. La inversión inicial fue de un total de Q 234,500.00. El monto proveniente de fondos propios es de un total de Q64,500.00.

El préstamo retirado del banco fue de un total de Q170,000.00. Los términos del préstamo son 8% de interés anual sobre saldo acumulado, Distribuidora no debe de pagar nada del préstamo en el 2010 (exceptuando intereses) y el préstamo debe de ser pagado entre el año 2011 al 2013.

Figura No. 28
Estructura de Capital

Capital Total	GTQ 234,500.00
Fondos Propios	GTQ 64,500.00
Préstamo Bancario	GTQ 170,000.00
Pago Anual	GTQ 56,666.67
Pago Mensual	GTQ 4,722.22
Tasa de Interés	8%
Monto Interés	GTQ 1,133.33

B. Estados financieros y flujo de efectivo

En esta sección, se exponen los Estados Financieros de la operación de Distribuidora. Los Estados Financieros son “reportes formales de la información financiera de una empresa en un período determinado.” Entre estos encontraremos tres distintos.

El primero es el estado de resultados. Este es un resumen de los ingresos y gastos de la empresa en un período específico. Después encontramos el balance general que es una numeración de todas las partidas de activo, pasivo y capital contable de la empresa a la fecha específica. Por último, se encontrará el estado de flujo de efectivo que contiene los montos de entradas de efectivo (cobros por ventas

y por cuentas por cobrar) y las salidas de efectivo (gastos operacionales, pago de impuestos, retiros de accionista).

1. Actuales. Para comenzar con el estudio de factibilidad, era necesario obtener los estados financieros de Distribuidora y poder conocer la situación actual de la empresa. Como ya se había mencionado anteriormente, la empresa comenzó sus operaciones el 1 de mayo del 2010. Por eso mismo, solo se poseen tres meses de estados financieros actuales.

Los estados financieros actuales pueden ser encontrados en los anexos del estudio. Se presentan la Tabla No. 10 – Estados de Resultados actuales, Tabla No. 11 – Balance General actuales, y por último Tabla No. 12– Flujo de Efectivo actuales.

Como podemos observar, Distribuidora sí a logrado obtener ganancia neta al final de cada mes que ha operado y al mismo tiempo ésta ha ido incrementando. También podemos observar un incremento de mes a mes en el volumen de ventas, ya que éste ha incrementado alrededor de un de 2.98% promedio por cada mes. Según reporta la empresa, se espera que este porcentaje vaya incrementando poco a poco con el tiempo ya que está en su etapa de introducción. Al mismo tiempo podemos encontrar que el rendimiento sobre las ventas de la empresa en los primeros meses han sido de un 0.03%, 0.65% y un 0.89% para el último mes y el costo de ventas representa alrededor de un 77.80% de las ventas.

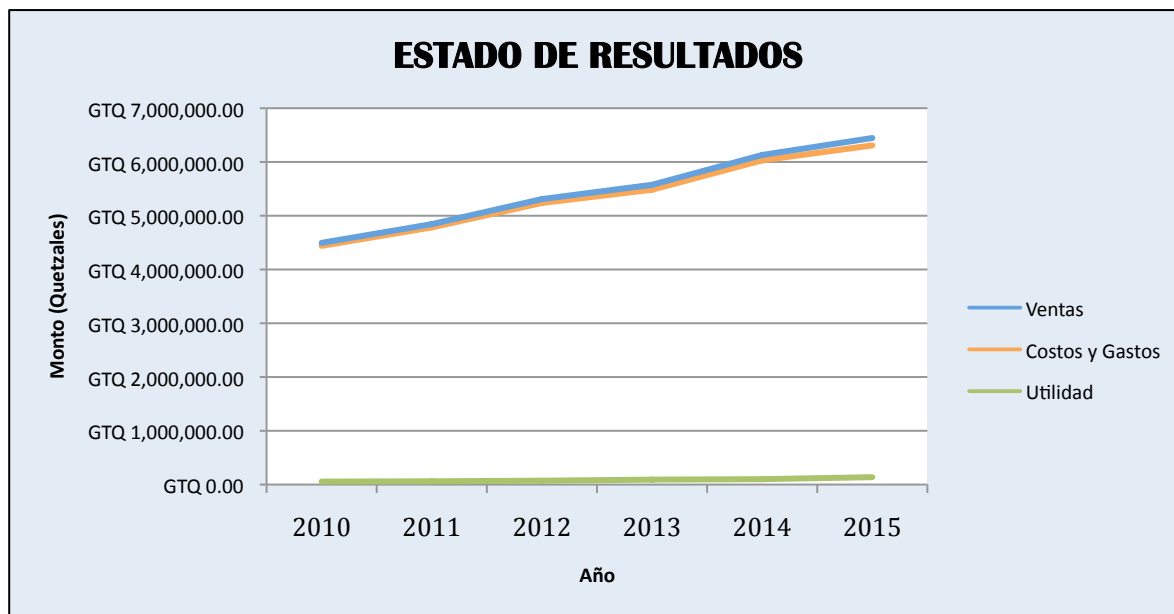
Dentro del flujo de efectivo en la Tabla No. 12, se debe de observar que solo se logró un 30% de cobro sobre las ventas. Esto fue diseñado a propósito por parte de Distribuidora para poder ofrecerle una ventaja al cliente ya que se encuentra en etapa de introducción. También hay que notar que en el primer mes, Distribuidora, realiza una gran salida de efectivo en la compra de una panel para reparto, inmobiliario para la oficina y equipo de cómputo, a pesar de la salida que se realiza con los gastos administrativos.

2. Proyectados. Para continuar con el estudio de factibilidad, es necesario presentar los estados financieros proyectados en base a la estrategia de crecimiento que fue presentada en el estudio de mercado anteriormente. Para realizar dichas proyecciones, primero se tuvo que proyectar lo que restaba del año tomando en cuenta los estados financieros que fueron presentados por Distribuidora de los primeros tres meses. En los anexos se pueden encontrar la Tabla No. 13 – Estado de Resultados proyectado 2010, Tabla No. 14 – Balance General proyectado 2010 y por último Tabla No. 15 – Flujo de Efectivo proyectado 2010

Para realizar dichas proyecciones para el año 2010, lo que primero se hizo fue proyectar las ventas para el resto del año. Se tomó en cuenta los meses de mayores ventas que son octubre, noviembre, diciembre y abril gracias a las fiestas de esas fechas. Por último, Distribuidora posee una política de retiros de accionista en los meses de diciembre, donde se retira el 15% del valor del capital. Para las proyecciones de los siguientes años, los incrementos de ventas durante los años fueron realizados basados en la introducción de nuevos productos de Goya Foods® al mercado guatemalteco.

Entre los incrementos de costos, Distribuidora se pronosticó un incremento distinto para cada área. Para los salarios administrativos, se hizo un incremento de 6% por año. La renta se espera un incremento de 3% por año y para contabilidad y recepcionista un 5% y 3% respectivamente. Estos gastos fueron incrementados uniformemente. El gasto que debió considerarse por aparte fue el de logística. Estos gastos fueron incrementando conforme la estrategia de ventas que posee cada año. Mientras mayor volumen de productos, se necesita mayor espacio para ser almacenados.

Figura No. 29
Estado de Resultados (Préstamo Bancario)

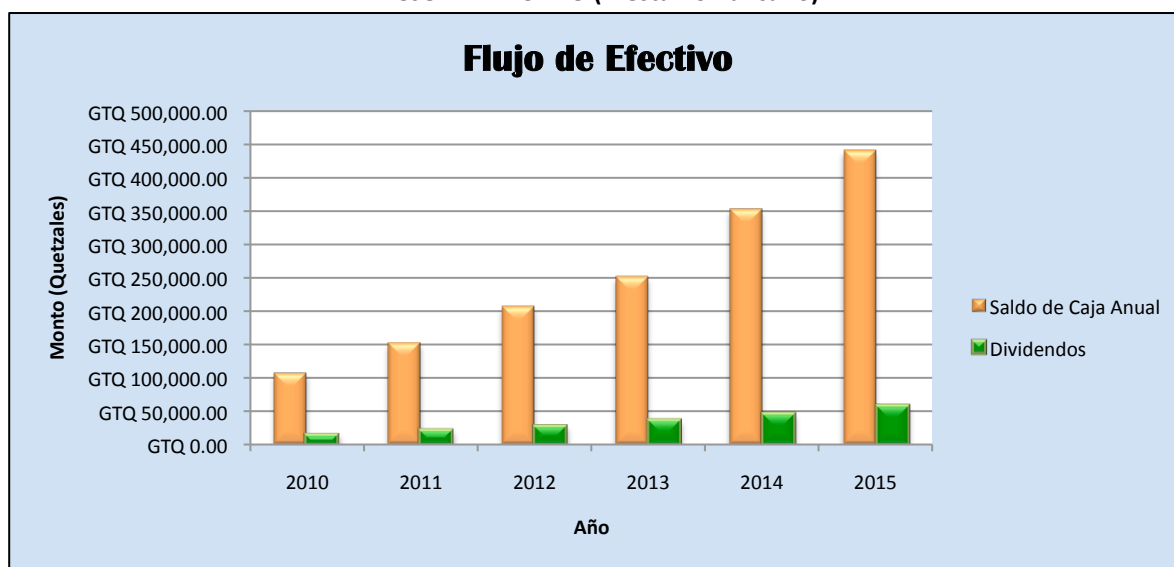


En la Figura No. 29 , podemos apreciar más claramente las tendencias de las que se hablaba anteriormente. El incremento en ventas según lo propuesto en el estudio de mercado, los incrementos en los costos y gastos y lo más importante el cual es el incremento gradual en las utilidades netas. Todo esto suma para devolvemos un excelente proyecto de inversión.

El estudio de los flujos de efectivo dentro de una empresa puede ser utilizado para determinar problemas de liquidez, es decir, el ser rentable no significa necesariamente poseer liquidez. Una compañía puede tener problemas de efectivo, aún siendo rentable. También nos sirve para analizar la viabilidad de proyectos de inversión, los flujos de fondos son la base de cálculo del Valor Presente Neto (VPN) y de la Tasa Interna de Retorno (TIR) (En este proyecto, el flujo de efectivo se utilizó para calcular el VPN y la TIR fueron los dividendos, ya que a los ojos del inversionista, ese es su flujo de caja, y es lo que le representa a él la factibilidad o infactibilidad del proyecto).

Finalmente, también mide la rentabilidad o crecimiento de un negocio cuando se comprende que las normas contables no representan adecuadamente la realidad económica. En los anexos se encuentra los flujos de caja mensuales para éste proyecto. A continuación se presenta la Figura No. 30 donde se puede presenciar claramente el movimiento del efectivo y el pago de dividendos durante los años.

Figura No. 30
FLUJO DE EFECTIVO (Préstamo Bancario)

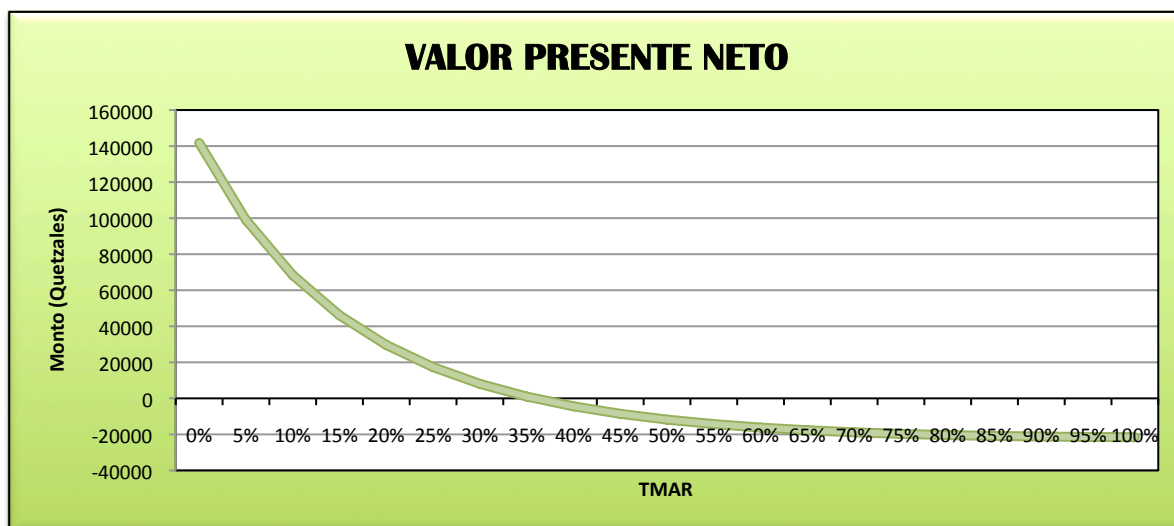


C. Indicadores Financieros – criterios de evaluación

Los criterios que se utilizaron para evaluar este proyecto son algunos indicadores financieros que representan la factibilidad de proyectos de inversión. Primero tenemos la TIR (Tasa Interna de Retorno), la cual fue calculada con los dividendos que se le pagan al inversionista al final de cada año, y que representan su propio flujo de efectivo (o de caja), con un 35.83% (Ver Tabla No. 32 de los anexos). Esta TIR resulta muy atractiva ya que la tasa que se podría obtener en un banco al día de hoy, es de menos del 8% y en otros proyectos de inversión, estas tasas rondan entre el 10% y el 25% (en el mejor de los casos), por lo que podemos inferir que este es un buen proyecto de inversión ya que es más alto que las otras tasas de interés que se podrían obtener.

Luego tenemos el VPN (Valor Presente Neto), según Figura No. 31 para una serie de TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Retorno), con el fin de poderlo analizar de una forma más dinámica.

Figura No. 31
Valor presente neto (Préstamo Bancario)

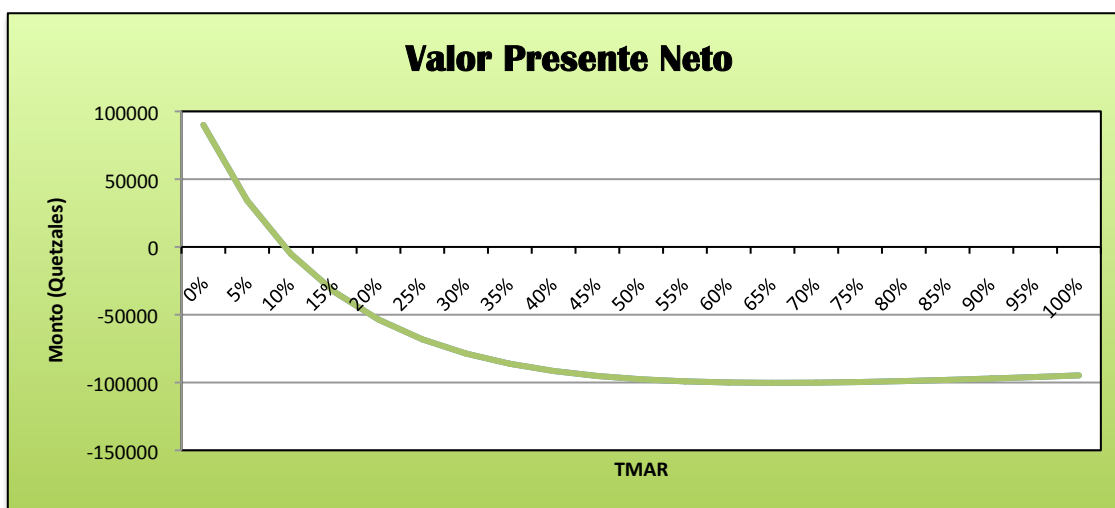


Podemos observar claramente que en la gráfica el VPN permanece positivo para todos los valores de la TMAR, desde 0%, hasta 36% (más exactamente 35.83%, que es la TIR), donde ésta se convierte en negativa. Por lo que se puede concluir que este proyecto resulta viable y satisfactorio para cualquier TMAR menor a 36%. La TMAR es bastante subjetiva, ya que a pesar de haber una serie de formas de estimarla, cada inversionista tiene sus valores distintos, por lo que alguien podría sentirse satisfecho con una TMAR que no sea menor al 10%, mientras que otra requiera al menos una TMAR del 15% ó 20%. Por esta razón es que se decidió graficar el VPN, en vez de simplemente devolver un solo número con una sola TMAR.

Finalmente, tenemos también los valores de la TIR y el VPN para la misma operación pero en este caso toda la inversión proviene de fondos propios. De esta forma se pueden comparar los dos casos, y comprender realmente cuánto mejor resulta la utilización de un préstamo bancario. Se debe aclarar que se utilizaron las

mismas cantidades de ventas, costos y gastos en ambos escenarios. La TIR, se calculó de la misma forma que se hizo para el escenario donde se utilizó un préstamo bancario, y se obtuvo un resultado de 9.24%, la cual es aproximadamente una cuarta parte de la que resulta en el escenario donde se utilizó el préstamo bancario.

Figura No. 32
Valor presente neto (Fondos Propios)



En la Gráfica No. 32 del valor presente neto utilizando fondos propios, podemos apreciar la misma información que se presentó en la gráfica del valor presente neto en utilizando un préstamo bancario. La curva de este escenario decae mucho más velozmente al principio comparado con la curva del VPN vista en el escenario anterior. Podemos observar claramente que en la gráfica el VPN permanece positivo para todos los valores de la TMAR, desde 0%, hasta 9% (más exactamente 9.24%, que es la TIR), donde ésta se convierte en negativa. Por lo que se puede concluir que este proyecto resulta viable y satisfactorio para cualquier TMAR menor a 9%.

Claramente resulta mucho más beneficioso para cualquier inversionista, optar por la opción de utilizar un préstamo bancario, ya que el retorno esperado es mucho

mayor. En los anexos se pueden encontrar los estados financieros del escenario planteado utilizando fondos propios de la Tablas No. 22 hasta la Tabla No. 31.

Con toda la información anterior, podemos concluir que este proyecto de inversión resulta ser muy factible e interesante para cualquier inversionista que esté dispuesto a ampliar un poco sus horizontes de inversión y enfocarse en las grandes oportunidades que nos brinda el comercio exterior y los incentivos fiscales.

D. Análisis de sensibilidad

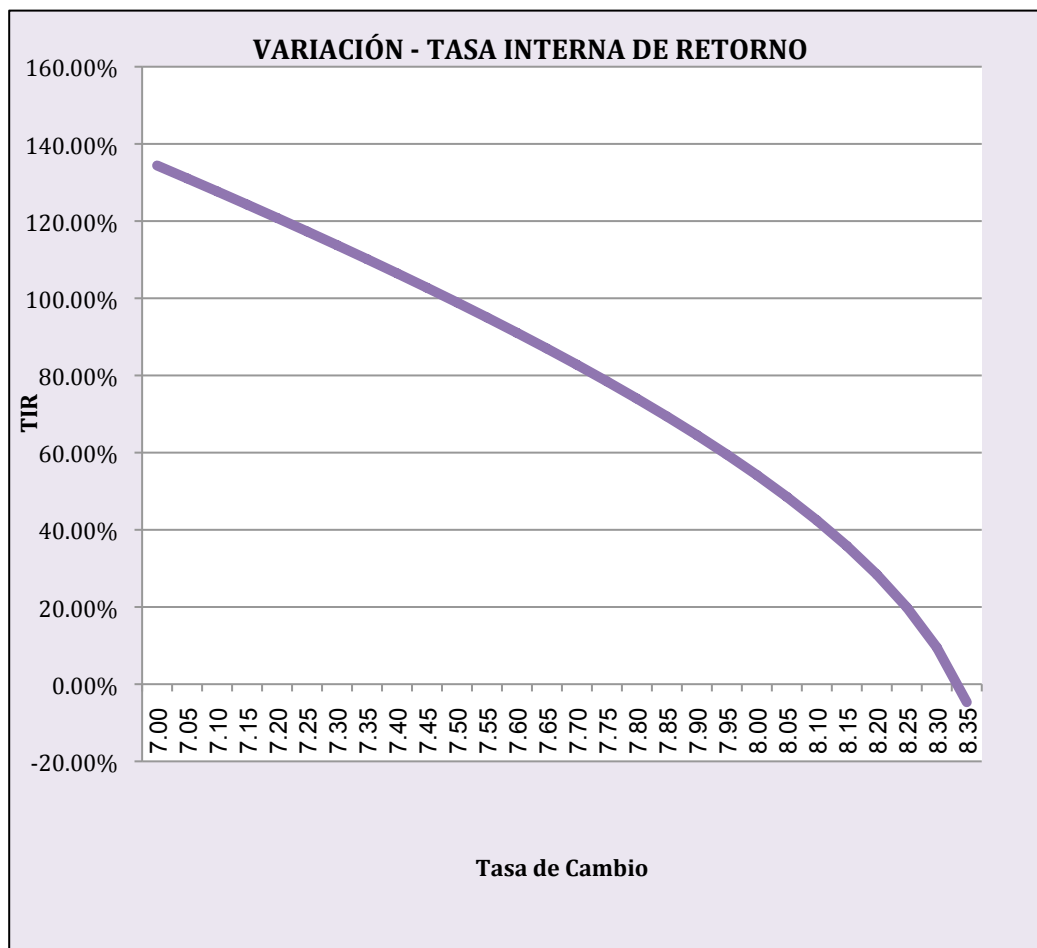
Con el objeto de facilitar la toma de decisiones para el inversionista, puede efectuarse un análisis de sensibilidad, el cual indicará los factores que más afectan el reflejo de las variables que miden los resultados económicos del proyecto. Dentro del análisis de sensibilidad se encuentran cuatro escenarios distintos.

1. Primer escenario: variaciones en tasa de cambio. Al ser la operación de Distribuidora una operación en la que su esencia es la importación de productos del extranjero, la tasa de cambio del quetzal con respecto al dólar es una variable que puede llegar a afectar la rentabilidad de la empresa y los retornos del inversionista. Por eso se elaboró un análisis de sensibilidad para evaluar los cambios en la TIR del inversionista con respecto a las variaciones en la tasa de cambio.

**Tabla No. 4 – Primer escenario de sensibilidad
(Montos en quetzales)**

TASA DE CAMBIO	TIR
7.00	134.40%
7.05	131.07%
7.10	127.70%
7.15	124.28%
7.20	120.82%
7.25	117.32%
7.30	113.76%
7.35	110.15%
7.40	106.47%
7.45	102.73%
7.50	98.92%
7.55	95.03%
7.60	91.05%
7.65	86.97%
7.70	82.78%
7.75	78.46%
7.80	74.00%
7.85	69.38%
7.90	64.56%
7.95	59.51%
8.00	54.20%
8.05	48.54%
8.10	42.46%
8.15	35.83%
8.20	28.43%
8.25	19.91%
8.30	9.54%
8.35	-4.66%

Figura No. 33
Variación en TIR – tasa de cambio



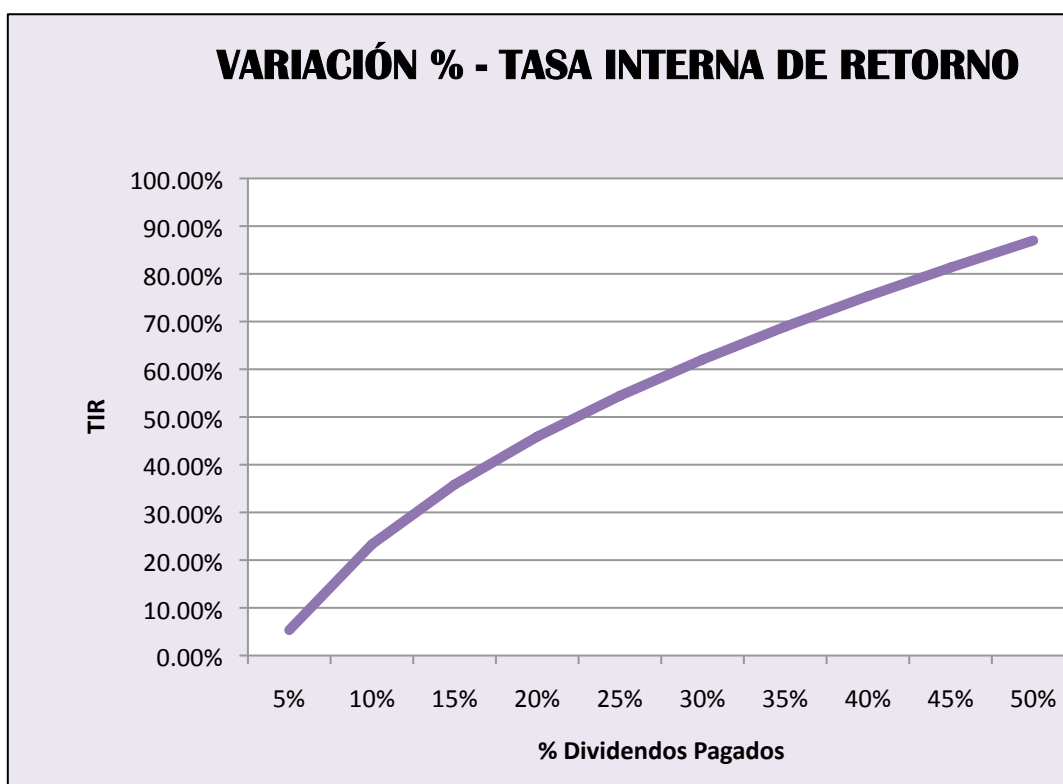
Como se puede observar en la Tabla No. 4 y en la Figura No. 33 , se puede concluir que si la tasa de cambio llega a variar hacia un Q8.35, el inversionista poseerá una TIR negativa. Por eso mismo se deben tener muy en cuenta los márgenes que se estimen a cada producto ya que estos son los que deberán de ser modificados si llega a ocurrir dicho escenario. En los anexos se encuentra la variación en la tasa de cambio dentro de los últimos dos años.

2. Segundo escenario: variaciones en dividendos pagados. Distribuidora posee una política de pago de dividendos de un 15% sobre el capital de la empresa. A continuación se presenta un análisis de sensibilidad para evaluar los cambios en la TIR del inversionista con respecto a los porcentajes de dividendos pagados.

**Tabla No. 5 – Segundo escenario de sensibilidad
(% de Dividendos pagados)**

Dividendos	TIR
5%	5.33%
10%	23.30%
15%	35.83%
20%	45.87%
25%	54.44%
30%	62.03%
35%	68.94%
40%	75.33%
45%	81.32%
50%	86.99%

**Figura No. 34
Variación en TIR – % de dividendos pagos**



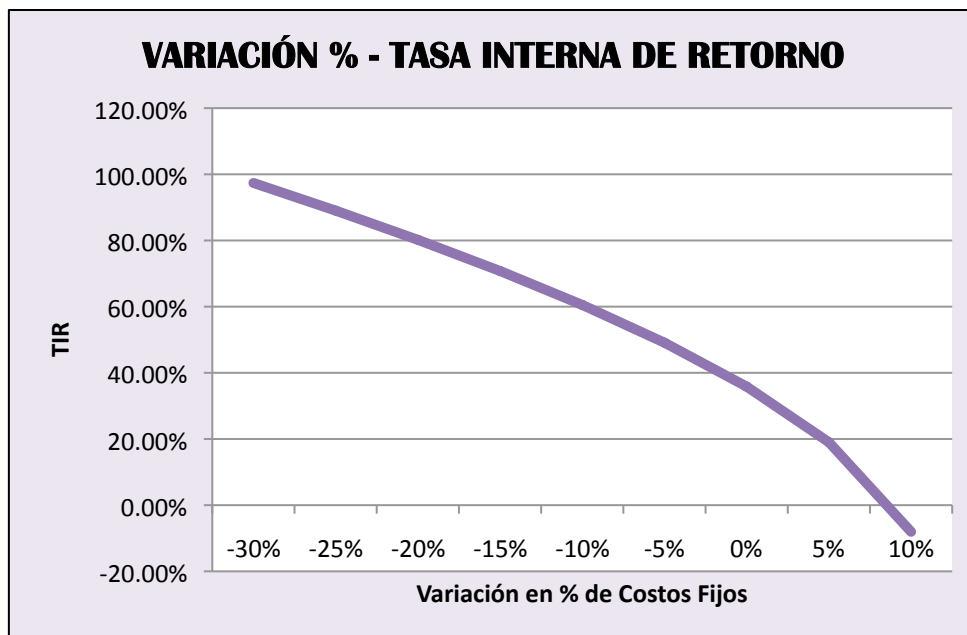
Como se puede observar en la Tabla No. 5 y en la Figura No. 34, se puede concluir que la Tasa Interna de Retorno del inversionista si llega a variar claramente cuando se realiza una variación en el porcentaje de dividendos pagados. Si se desea cambiar la política y aumentar dicho porcentaje, se debe tener muy en cuenta en no descapitalizar a la entera operación.

3. Tercer escenario: variaciones en costos fijos. Guatemala cada vez se transforma en un escenario que puede llegar a variar cada cuatro años debido a la inseguridad y a la inestabilidad política. Por eso se decidió presentar un análisis de sensibilidad para evaluar los cambios en la TIR del inversionista con respecto a cambios con los costos fijos de la operación.

**Tabla No. 6 – Tercer escenario de sensibilidad
(% de Costos Fijos)**

COSTOS FIJOS	TIR
-30%	97.39%
-25%	89.03%
-20%	80.20%
-15%	70.78%
-10%	60.53%
-5%	49.11%
0%	35.83%
5%	19.03%
10%	-8.05%

Figura No. 35
Variación en TIR – % en costos fijos



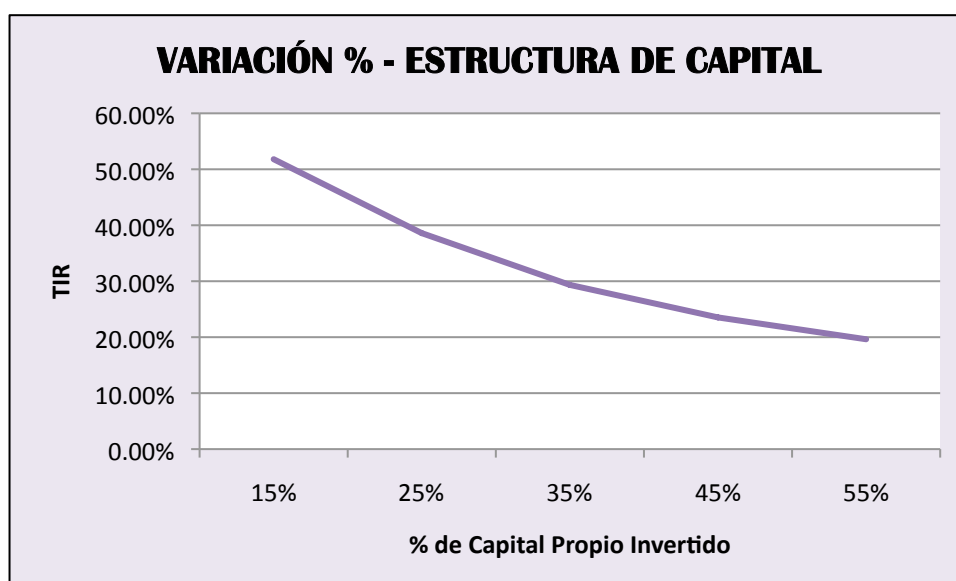
El propósito de demostrar este escenario de análisis de sensibilidad es demostrar los cambios que ocurrirían si llegaran a existir variaciones en el porcentaje de los costos fijos. Como podemos observar en la gráfica, si llegaran a aumentar un 10% a pesar del incremento que ya se le fue calculado, el inversionista alcanzaría una TIR negativa de -8.05%.

4. Cuarto escenario: variaciones en % de financiamiento. Como último escenario se decidió evaluar la estructura de capital. Por cuanto se decidió presentar un análisis de sensibilidad para evaluar los cambios en la TIR del inversionista con respecto a cambios con el porcentaje de fondos propios invertidos.

**Tabla No. 7 – Cuarto escenario de sensibilidad
(% de Fondos propios invertidos)**

% de Capital Propio	TIR
15%	51.80%
25%	38.59%
35%	29.34%
45%	23.53%
55%	19.63%

**Figura No. 36
Variación en TIR – % en fondos propios invertidos**



Al observar la Tabla No. 7 y la Figura No. 36, se puede concluir que la Tasa Interna de Retorno del inversionista decrece conforme el porcentaje de inversión propio es realizado. Por lo tanto, con una inversión inicial del 100% de los fondos necesarios da una TIR de 9.24% como se pudo observar en la sección anterior.

VII. DISCUSIÓN

Luego de haber realizado este estudio, es posible resaltar una serie de detalles importantes al respecto de un negocio tan particular, como lo es la importación de productos alimenticios. Es muy importante la selección del Incoterm correcto ya que esto influye en el nivel de riesgo, en el precio del producto, en el flujo logístico y en el servicio. También es importante conocer los Artículos legales de los acuerdos gubernativos y decretos donde menciona la utilización de almacenes fiscales y zonas francas.

Al final del período trabajado (abril 2015), los resultados son muy alentadores, ya que se cuenta con suficiente capacidad de mercado para aprovechar oportunidades de negocios imaginables. Al conocer las características de los consumidores objetivos, sus gustos, sus necesidades y sus preferencias, se puede esperar un crecimiento muy atractivo dentro del mercado.

Eso se puede observar con la tasa interna de retorno (TIR) que llega a obtener el inversionista la cual es de un total de 35.83% y un Valor Presente Neto (VPN) positivo, para Tasas Mínimas Aceptables de Retorno (TMAR) entre 0% y 35.83%. Es importante observar que si el inversionista llegara a fundar la empresa bajo su propio capital, entonces obtendría una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 9.24% y un Valor Presente Neto (VPN) positivo, para Tasas Mínimas Aceptables de retorno (TMAR) entre 0% y 9.24%.

Por último podemos observar en los escenarios planteados durante el análisis de sensibilidad, que Distribuidora debe tener muy en cuenta tres distintas variables que pueden llegar a afectar la Tasa Interna de Retorno (TIR) del inversionista. Entre esas se encuentra la variación de tasa de cambio, donde se puede observar que si ésta aumenta a un Q8.35 el inversionista obtendrá una TIR negativa. Por eso mismo ellos deberán monitorear muy cuidadosamente sus precios y los de la competencia

para no verse afectados y al mismo tiempo continuar siendo competitivos dentro del mercado.

También se puede ver cómo sale afectada la TIR del inversionista ya que si los costos fijos llegaran a aumentar en un 10% sobre lo ya calculado durante los años, la Tasa Interna de Retorno se transforma en negativa. Por último, mientras más capital propio se desea invertir, se obtendrá una TIR más baja por parte del inversionista. Por eso mismo es sumamente importante el financiamiento externo y no de fondos propios.

VIII. CONCLUSIONES

- La inversión total necesaria para iniciar este proyecto es de Q234,500.00, de los cuales se utilizaron 28% (Q64,500.00 de fondos propios) y 72% (Q170,000.00 de préstamo bancario).
- El flujo de caja anual para el inversionista durante el tiempo estudiado, indica que sí se justifica realizar la inversión inicial para el proyecto ya que se llega a obtener una Tasa Interna de Retorno del 35.83% y un Valor Presente Neto (VPN) positivo, para Tasas Mínimas de Retorno (TMAR) entre 0% y 35.83%.
- El flujo de caja acumulado del proyecto nunca resulta negativo, por lo cual es posible operar sin problema en cuanto a liquidez.
- El flujo de caja anual para el inversionista durante el tiempo estudiado, utilizando fondos propios, se llega a obtener una Tasa Interna de Retorno del 9.24% y un Valor Presente Neto (VPN) positivo, para Tasas Mínimas Aceptables de Retorno (TMAR) entre 0% y 9.24%.
- Si la tasa de cambio llega a elevarse a un valor de Q8.35, y se mantienen los mismos precios, el inversionista obtiene una Tasa Interna de Retorno (TIR) negativa de un total de menos 4.66%.
- Si los costos fijos llegan a elevarse un 10% sobre lo proyectado, el inversionista obtiene una Tasa Interna de Retorno (TIR) negativa de un total de menos 8.05%.
- Mientras más invierte de su capital propio el inversionista, más se va reduciendo su Tasa Interna de Retorno (TIR).

- Distribuidora utiliza el Incoterm de Franco a Bordo para la entrega de los productos por parte de Goya Foods® en el puerto de Miami, Florida.
- Distribuidora utiliza el Inconterm de Costo, Seguro y Flete con una empresa externa de logística para poder movilizar la mercadería a Guatemala y así poder llegar a disminuir el riesgo y costo de sus productos.
- Distribuidora utiliza a una empresa almacenadora para poder obtener los beneficios de los almacenes fiscales y de las zonas francas al cubrir los impuestos arancelarios, gastos de internación e IVA hasta que retiran los productos de dichos establecimientos.
- Se identificó al consumidor principal o el que realiza la compra, el cual terminó siendo mujeres entre 25 a 59 años de edad de nivel socioeconómico ABC+ en la Ciudad de Guatemala, con un tamaño de mercado de 121,416 mujeres.
- Se realizó un estudio de mercado sobre una muestra calculada (383 mujeres) para poder llegar a identificar las características, gustos y preferencias exactas del consumidor las cuales terminan siendo la calidad en los alimentos y la accesibilidad de compra.
- Se realizó un estudio de mercado sobre una muestra calculada (383 mujeres) para poder llegar a evaluar el conocimiento que se tiene sobre la marca, el cual arrojó un resultado que revela que el 61% de la población analizada, dice haber visto o consumido productos Goya Foods® y un 39% asocian a los productos con alta calidad.

IX.RECOMENDACIONES

- Obtener una buena negociación con el proveedor es clave para un modelo de negocios de importación de productos de consumo masivo.
- El Incoterm debe ser seleccionado adecuadamente por el importador para reducir los costos y el riesgo.
- El importador debe utilizar almacenes fiscales para poder aprovechar los incentivos fiscales de las zonas francas que posee Guatemala.
- Se debe seleccionar correctamente al grupo objetivo y cuáles son sus necesidades para lograr obtener una operación exitosa de comercialización de productos de consumo importados.
- Utilizar un préstamo bancario como inversión inicial para un modelo de negocios de importación de productos de consumo para poder obtener Tasa Interna de Retorno (TIR) mayor.

X. BIBLIOGRAFÍA

1. Álvarez, Jesús Lizcano. 2000, 2005. *Contabilidad financiera*. Madrid: Gestión. 596 páginas.
2. Blank, Leland, y Tarquin Anthony. 2006. *Ingeniería económica*. México D.F. Mc Graw Hill. 740 páginas.
3. Chabert, Joan. 2000,2005. *Manual de comercio exterior*. Barcelona Gestión. 537 páginas
4. Fernandez, José Luis, and Manuel Casado Mayordomo. 2008 *Contabilidad financiera para Directivos*. Madrid: ESIC. 262 páginas
5. Guatemala.1989. Congreso de la República. Decreto numero 65-89. *Ley de Zonas Francas*, Colegio de Abogados, Artículos 2, 4 y 21. Páginas 12
6. Guatemala. 2001.Secretaría de la Presidencia de la República. *Almacenes Fiscales*. Acuerdo Gubernativo número 447-2001.Colegio de Abogados, Artículos 7, 9, 11, 12, 13 y 16. Páginas 6
7. Horngren, T.Charles; T. Walter; T. Harrison Jr., y Smith Linda Bamber.2003.. *Contabilidad*. México D.F.: Pearson Educación. 644 páginas.
8. Horngren, Charles T; Sundem Linda y Walter Elliot. 2000. *Introducción a la contabilidad financiera*. México D.F.: Pearson Prentice Hall. 621 páginas
9. [Http://www.goya.com/espanol/about.html](http://www.goya.com/espanol/about.html) "Acerca de Goya Foods." Goya Foods, n.d. Web. 3 Sept. 2010. <http
10. Kotler, Philip. 1999. *El Marketing según Kotler*. Barcelona: Paidós Empresa. 310 páginas

11. Kotler, Philip; Armstrong Gary.2003 *Fundamentos de marketing*. México D.F. Pearson Prentice Hall. 503 páginas
12. Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya,y Setiawan Setiawan. 2009. *Marketing 3.0*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.208 páginas
13. Levitt, Ted. 2006. *Levitt on Marketing*. Boston: Harvard Business School. 223 páginas
14. Levitt, Ted. 1983. *The marketing imagination*. New York: New Andromeda. 238 páginas
15. Roca, Felipe Acosta.2005. *Incoterms, términos de compra-venta internacional*. México D.F.: ISEF Empresa Líder. 136 páginas.

XI ANEXOS

Tabla No. 8 - COSTOS UNITARIOS DE IMPORTACIÓN POR PRODUCTO
(Precios en Dólares y en Quetzales)

PRODUCTO	TAMAÑO	UNIDADES/Caja	PESO BRUTO (por caja)	PRECIO FOB (Miami) US\$/caja	FILETE	SEGURO (0.600%)	COSTO CIF (Guatemala) US\$/caja	DERECHOS ARANCELARIOS (15%)	GASTOS DE INTERNACIÓN (1.5%)	PRODUCTO BODEGA SUDERESA (US\$)	PRODUCTO BODEGA SUDERESA (GTQ - 8.15)	PRODUCTO BODEGA SUDERESA (GTQ + IVA)	PRECIO DE VENTA
Stuffed Manzanilla Olives	20 onz.	12	40 lbs	\$29.50	\$4.21	\$0.18	\$33.88	\$5.08	\$0.51	\$39.48	GTQ 321.75	GTQ 360.36	GTQ 450.46
Cappers Capotes	4 1-4 onz.	24	22.75 lbs	\$25.57	\$2.40	\$0.15	\$28.12	\$4.22	\$0.42	\$32.76	GTQ 266.98	GTQ 299.01	GTQ 373.77
waABlack Beans	15.5 onz	24	27.5 lbs	\$15.95	\$2.90	\$0.10	\$18.94	\$2.84	\$0.28	\$22.07	GTQ 179.84	GTQ 201.42	GTQ 265.02
Chick Peas	15.5 onz	24	27.5 lbs	\$18.00	\$2.90	\$0.11	\$21.03	\$1.58	\$0.32	\$22.89	GTQ 186.58	GTQ 208.97	GTQ 274.96
Whole Kernel Corn	15.25 onz	24	29.43 lbs	\$14.50	\$3.10	\$0.09	\$17.69	\$2.65	\$0.27	\$20.60	GTQ 167.91	GTQ 188.06	GTQ 247.45
Mexican Rice	8 onz	24	14 lbs	\$40.50	\$1.47	\$0.24	\$42.22	\$3.17	\$0.63	\$46.02	GTQ 375.03	GTQ 420.04	GTQ 538.51
Paella Valenciana Rice	19 onz	14	21 lbs	\$49.00	\$2.21	\$0.29	\$51.51	\$3.86	\$0.77	\$56.14	GTQ 457.54	GTQ 512.45	GTQ 656.98

Fuente: SUDERESA (Suministros de Refrigerados, S.A.)

**Tabla No. 9 – ESTADOS DE RESULTADOS ACTUALES
(Préstamo Bancario)**

Estado de Resultados	MAYO	JUNIO	JULIO
VENTAS	GTQ 341,292.79	GTQ 356,372.66	GTQ 362,629.49
COSTO DE VENTAS	GTQ 265,525.79	GTQ 277,257.93	GTQ 282,125.74
MARGEN BRUTO	GTQ 75,767.00	GTQ 79,114.73	GTQ 80,503.75
GASTOS DE OPERACION			
Logística	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
Renta	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00
SALARIOS			
Administrativos	GTQ 17,500.00	GTQ 17,500.00	GTQ 17,500.00
Vendedores	GTQ 9,412.93	GTQ 9,563.73	GTQ 9,626.29
Impulsadores	GTQ 4,800.00	GTQ 4,800.00	GTQ 4,800.00
Contabilidad	GTQ 11,500.00	GTQ 11,500.00	GTQ 11,500.00
Recepcionista	GTQ 4,000.00	GTQ 4,000.00	GTQ 4,000.00
DEPRECIACIÓN			
Inmobiliario	GTQ 550.00	GTQ 550.00	GTQ 550.00
Vehículos	GTQ 3,041.67	GTQ 3,041.67	GTQ 3,041.67
Equipo de Cómputo	GTQ 1,426.25	GTQ 1,426.25	GTQ 1,426.25
OTROS GASTOS			
Mantenimiento	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00
Otros Gastos	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00
GASTOS FINANCIEROS			
Intereses Bancarios	GTQ 1,133.33	GTQ 1,133.33	GTQ 1,133.33
UTILIDAD DE OPERACION	GTQ 147.82	GTQ 3,344.75	GTQ 4,671.20
ISR	GTQ 45.82	GTQ 1,036.87	GTQ 1,448.07
UTILIDAD NETA SIN ISR	GTQ 102.00	GTQ 2,307.88	GTQ 3,223.13
GANANCIA NETA	GTQ 102.00	GTQ 2,307.88	GTQ 3,223.13

**Tabla No. 10 – BALANCE GENERAL ACTUALES
(Préstamo Bancario)**

Balance General	MAYO	JUNIO	JULIO
Activos			
Caja y Bancos	-GTQ 558.42	GTQ 8,980.48	GTQ 19,157.64
Cuentas por Cobrar	GTQ 238,904.95	GTQ 249,460.86	GTQ 253,840.64
Total Activo Circulante	GTQ 238,346.53	GTQ 258,441.34	GTQ 272,998.28
Inmobiliario	GTQ 33,000.00	GTQ 33,000.00	GTQ 33,000.00
Equipo de Computo	GTQ 51,345.00	GTQ 51,345.00	GTQ 51,345.00
Vehiculos	GTQ 182,500.00	GTQ 182,500.00	GTQ 182,500.00
Depreciación Acumulada	GTQ 5,017.92	GTQ 10,035.84	GTQ 15,053.76
Total del Activo	GTQ 500,173.61	GTQ 515,250.50	GTQ 524,789.52
Pasivos			
Cuentas por pagar	GTQ 265,525.79	GTQ 277,257.93	GTQ 282,125.74
Impuesto sobre la renta por pagar	GTQ 45.82	GTQ 1,082.70	GTQ 2,530.77
Total Pasivo a Corto Plazo	GTQ 265,571.62	GTQ 278,340.63	GTQ 284,656.51
Préstamo Bancario	GTQ 170,000.00	GTQ 170,000.00	GTQ 170,000.00
Total Pasivo a Largo Plazo	GTQ 170,000.00	GTQ 170,000.00	GTQ 170,000.00
Total Pasivo	GTQ 435,571.62	GTQ 448,340.63	GTQ 454,656.51
Capital			
Capital Contable	GTQ 64,602.00	GTQ 66,909.88	GTQ 70,133.01
Total Capital	GTQ 64,602.00	GTQ 66,909.88	GTQ 70,133.01
Total Pasivo y Capital	GTQ 500,173.61	GTQ 515,250.50	GTQ 524,789.52

**Tabla No. 11 – FLUJO DE EFECTIVO ACTUALES
(Préstamo Bancario)**

Cash Flow	MAYO	JUNIO	JULIO
OPERATIVO			
ENTRADAS			
Cobros	GTQ 102,387.84	GTQ 106,911.80	GTQ 108,788.85
Cuentas por Cobrar	-	GTQ 238,904.95	GTQ 249,460.86
SALIDAS			
Logística	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00
Salarios	GTQ 47,212.93	GTQ 47,363.73	GTQ 47,426.29
Renta	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00
Otros Gastos	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00
Mantenimiento	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00
Cuentas por Pagar	-	GTQ 265,525.79	GTQ 277,257.93
Impuestos por Pagar	-	-	-
Intereses Bancarios	GTQ 1,133.33	GTQ 1,133.33	GTQ 1,133.33
INVERSIÓN			
SALIDAS			
Vehículos	GTQ 182,500.00	-	-
Inmobiliario	GTQ 33,000.00	-	-
Equipo de Computo	GTQ 51,345.00	-	-
FINANCIERO			
ENTRADAS			
Inversión	GTQ 64,500.00	-	-
Préstamo Bancario	GTQ 170,000.00	-	-
Efectivo	-	-GTQ 558.42	GTQ 8,980.48
SALIDAS			
Retiros de Accionista	-	-	-
Pago Préstamo Bancario	-	-	-
EFECTIVO TOTAL	-GTQ 558.42	GTQ 8,980.48	GTQ 19,157.64

Tabla No. 12 – ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2010 - 2011
(Préstamo Bancario)

Estado de Resultados	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
VENTAS	GTQ 341,292.79	GTQ 356,372.66	GTQ 362,629.49	GTQ 365,000.00	GTQ 375,000.00	GTQ 385,000.00	GTQ 395,000.00	GTQ 405,000.00	GTQ 340,000.00	GTQ 355,000.00	GTQ 380,000.00	GTQ 405,000.00
COSTO DE VENTAS	GTQ 265,525.79	GTQ 277,257.93	GTQ 282,852.74	GTQ 283,970.00	GTQ 294,750.00	GTQ 299,530.00	GTQ 307,310.00	GTQ 315,090.00	GTQ 264,520.00	GTQ 276,800.00	GTQ 295,640.00	GTQ 315,090.00
MARGEN BRUTO	GTQ 75,767.00	GTQ 79,114.73	GTQ 80,503.75	GTQ 81,030.00	GTQ 83,250.00	GTQ 85,470.00	GTQ 87,690.00	GTQ 89,910.00	GTQ 75,480.00	GTQ 78,200.00	GTQ 84,360.00	GTQ 89,910.00
GASTOS DE OPERACION												
Logística	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00
GASTOS ADMINISTRATIVOS												
Renta	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00
SALARIOS												
Administrativos	GTQ 17,500.00	GTQ 17,500.00	GTQ 17,500.00	GTQ 17,500.00	GTQ 17,500.00	GTQ 17,500.00	GTQ 17,500.00	GTQ 17,500.00	GTQ 17,500.00	GTQ 17,500.00	GTQ 17,500.00	GTQ 17,500.00
Vendedores	GTQ 9,412.53	GTQ 9,563.73	GTQ 9,626.29	GTQ 9,650.00	GTQ 9,750.00	GTQ 9,850.00	GTQ 9,950.00	GTQ 10,050.00	GTQ 9,400.00	GTQ 9,550.00	GTQ 9,800.00	GTQ 10,050.00
Impulsadores	GTQ 4,800.00	GTQ 4,800.00	GTQ 4,800.00	GTQ 4,800.00	GTQ 4,800.00	GTQ 4,800.00	GTQ 4,800.00	GTQ 4,800.00	GTQ 4,800.00	GTQ 4,800.00	GTQ 4,800.00	GTQ 4,800.00
Contabilidad	GTQ 11,500.00	GTQ 11,500.00	GTQ 11,500.00	GTQ 11,500.00	GTQ 11,500.00	GTQ 11,500.00	GTQ 11,500.00	GTQ 11,500.00	GTQ 11,500.00	GTQ 11,500.00	GTQ 11,500.00	GTQ 11,500.00
Recepcionista	GTQ 4,000.00	GTQ 4,000.00	GTQ 4,000.00	GTQ 4,000.00	GTQ 4,000.00	GTQ 4,000.00	GTQ 4,000.00	GTQ 4,000.00	GTQ 4,000.00	GTQ 4,000.00	GTQ 4,000.00	GTQ 4,000.00
DEPRECIACIÓN												
Inmobiliario	GTQ 5,500.00	GTQ 5,500.00	GTQ 5,500.00	GTQ 5,500.00	GTQ 5,500.00	GTQ 5,500.00	GTQ 5,500.00	GTQ 5,500.00	GTQ 5,500.00	GTQ 5,500.00	GTQ 5,500.00	GTQ 5,500.00
Vehículos	GTQ 3,041.67	GTQ 3,041.67	GTQ 3,041.67	GTQ 3,041.67	GTQ 3,041.67	GTQ 3,041.67	GTQ 3,041.67	GTQ 3,041.67	GTQ 3,041.67	GTQ 3,041.67	GTQ 3,041.67	GTQ 3,041.67
Equipo de Cómputo	GTQ 1,426.25	GTQ 1,426.25	GTQ 1,426.25	GTQ 1,426.25	GTQ 1,426.25	GTQ 1,426.25	GTQ 1,426.25	GTQ 1,426.25	GTQ 1,426.25	GTQ 1,426.25	GTQ 1,426.25	GTQ 1,426.25
OTROS GASTOS												
Mantenimiento	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00
Otros Gastos	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00
GASTOS FINANCIEROS												
Intereses Bancarios	GTQ 1,833.33	GTQ 1,833.33	GTQ 1,833.33	GTQ 1,833.33	GTQ 1,833.33	GTQ 1,833.33	GTQ 1,833.33	GTQ 1,833.33	GTQ 1,833.33	GTQ 1,833.33	GTQ 1,833.33	GTQ 1,833.33
UTILIDAD DE OPERACION	GTQ 147.82	GTQ 3,344.75	GTQ 4,671.20	GTQ 5,173.75	GTQ 7,293.75	GTQ 9,418.75	GTQ 11,533.75	GTQ 13,653.75	GTQ 12,625	GTQ 13,053.75	GTQ 13,653.75	GTQ 15,653.75
ISR	GTQ 45.82	GTQ 1,036.67	GTQ 1,448.07	GTQ 1,603.86	GTQ 2,261.06	GTQ 2,918.26	GTQ 3,575.46	GTQ 4,232.66	GTQ 3,814	GTQ 4,946.66	GTQ 5,589.66	GTQ 6,232.66
UTILIDAD NETA SIN ISR	GTQ 102.00	GTQ 2,307.88	GTQ 3,223.13	GTQ 3,569.89	GTQ 5,032.69	GTQ 6,495.49	GTQ 7,958.29	GTQ 9,421.09	GTQ 8,711	GTQ 2,107.09	GTQ 5,764.09	GTQ 9,421.09
GANANCIA NETA	GTQ 102.00	GTQ 2,307.88	GTQ 3,223.13	GTQ 3,569.89	GTQ 5,032.69	GTQ 6,495.49	GTQ 7,958.29	GTQ 9,421.09	GTQ 8,711	GTQ 2,107.09	GTQ 5,764.09	GTQ 9,421.09

Tabla No. 13 – BALANCE GENERAL PROYECTADO 2010 - 2011
(Préstamo Bancario)

Balance General	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
Activos												
Caja y Bancos	GTQ 8,900.48	GTQ 19,157.64	GTQ 29,134.21	GTQ 42,025.88	GTQ 57,837.55	GTQ 73,869.22	GTQ 62,107.24	GTQ 61,928.91	GTQ 71,700.38	GTQ 86,492.25	GTQ 107,103.92	GTQ 107,103.92
Cuentas por Cobrar	GTQ 238,904.95	GTQ 249,460.86	GTQ 253,840.64	GTQ 255,900.00	GTQ 262,900.00	GTQ 269,900.00	GTQ 276,900.00	GTQ 283,900.00	GTQ 238,000.00	GTQ 246,900.00	GTQ 266,000.00	GTQ 283,900.00
Total Activo Circulante	GTQ 238,346.53	GTQ 258,441.34	GTQ 272,998.28	GTQ 285,034.21	GTQ 305,125.88	GTQ 327,337.55	GTQ 345,607.24	GTQ 299,928.91	GTQ 319,670.58	GTQ 352,492.25	GTQ 390,613.92	GTQ 390,613.92
Inmobiliario	GTQ 33,000.00	GTQ 33,000.00	GTQ 33,000.00	GTQ 33,000.00	GTQ 33,000.00	GTQ 33,000.00	GTQ 33,000.00	GTQ 33,000.00	GTQ 33,000.00	GTQ 33,000.00	GTQ 33,000.00	GTQ 33,000.00
Equipo de Computo	GTQ 51,345.00	GTQ 51,345.00	GTQ 51,345.00	GTQ 51,345.00	GTQ 51,345.00	GTQ 51,345.00	GTQ 51,345.00	GTQ 51,345.00	GTQ 51,345.00	GTQ 51,345.00	GTQ 51,345.00	GTQ 51,345.00
Vehiculos	GTQ 382,900.00	GTQ 382,900.00	GTQ 382,900.00	GTQ 382,900.00	GTQ 382,900.00	GTQ 382,900.00	GTQ 382,900.00	GTQ 382,900.00	GTQ 382,900.00	GTQ 382,900.00	GTQ 382,900.00	GTQ 382,900.00
Depreciación Acumulada	GTQ 5,007.92	GTQ 10,035.84	GTQ 15,053.76	GTQ 20,071.68	GTQ 25,089.60	GTQ 30,107.52	GTQ 35,125.44	GTQ 40,143.36	GTQ 45,161.28	GTQ 50,179.20	GTQ 55,197.12	GTQ 60,215.04
Total del Activo	GTQ 500,173.61	GTQ 515,250.50	GTQ 524,789.52	GTQ 531,807.53	GTQ 546,881.28	GTQ 564,075.03	GTQ 583,388.78	GTQ 521,612.63	GTQ 556,336.38	GTQ 584,140.13	GTQ 597,243.88	GTQ 597,243.88
Pasivos												
Cuentas por pagar	GTQ 265,525.79	GTQ 272,579.93	GTQ 282,125.74	GTQ 283,970.00	GTQ 291,750.00	GTQ 299,590.00	GTQ 307,310.00	GTQ 315,090.00	GTQ 264,520.00	GTQ 276,190.00	GTQ 295,640.00	GTQ 315,090.00
Impuesto sobre la renta por pagar	GTQ 4,582	GTQ 1,082.70	GTQ 2,530.77	GTQ 4,134.63	GTQ 6,395.70	GTQ 9,315.96	GTQ 12,884.42	GTQ 0.00	-GTQ 39.14	GTQ 907.53	GTQ 3,497.19	GTQ 7,729.85
Total Pasivo a Corto Plazo	GTQ 265,571.62	GTQ 278,340.63	GTQ 284,656.51	GTQ 288,104.63	GTQ 298,145.70	GTQ 308,843.96	GTQ 320,199.42	GTQ 315,090.00	GTQ 264,480.86	GTQ 277,097.53	GTQ 299,137.19	GTQ 322,819.85
Préstamo Bancario	GTQ 170,000.00	GTQ 170,000.00	GTQ 170,000.00	GTQ 170,000.00	GTQ 170,000.00	GTQ 170,000.00	GTQ 170,000.00	GTQ 170,000.00	GTQ 170,000.00	GTQ 170,000.00	GTQ 170,000.00	GTQ 170,000.00
Total Pasivo a Largo Plazo	GTQ 170,000.00	GTQ 170,000.00	GTQ 170,000.00	GTQ 170,000.00	GTQ 170,000.00	GTQ 170,000.00	GTQ 170,000.00	GTQ 170,000.00	GTQ 170,000.00	GTQ 170,000.00	GTQ 170,000.00	GTQ 170,000.00
Total Pasivo	GTQ 435,571.62	GTQ 448,340.63	GTQ 454,656.51	GTQ 458,104.63	GTQ 468,145.70	GTQ 478,843.96	GTQ 490,199.42	GTQ 485,090.00	GTQ 434,480.86	GTQ 447,097.53	GTQ 469,137.19	GTQ 492,819.85
Capital												
Capital Contable	GTQ 64,602.00	GTQ 66,909.88	GTQ 70,133.01	GTQ 73,702.89	GTQ 78,735.58	GTQ 85,231.07	GTQ 93,189.36	GTQ 87,131.76	GTQ 89,238.85	GTQ 95,002.94	GTQ 104,424.03	GTQ 104,424.03
Total Capital	GTQ 64,602.00	GTQ 66,909.88	GTQ 70,133.01	GTQ 73,702.89	GTQ 78,735.58	GTQ 85,231.07	GTQ 93,189.36	GTQ 87,131.76	GTQ 89,238.85	GTQ 95,002.94	GTQ 104,424.03	GTQ 104,424.03
Total Pasivo y Capital	GTQ 500,173.61	GTQ 515,250.50	GTQ 524,789.52	GTQ 531,807.53	GTQ 546,881.28	GTQ 564,075.03	GTQ 583,388.78	GTQ 521,612.63	GTQ 556,336.38	GTQ 584,140.13	GTQ 597,243.88	GTQ 597,243.88

Tabla No. 14 – FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO 2010 - 2011
(Préstamo Bancario)

Cash Flow	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
OPERATIVO												
ENTRADAS												
Cobros	GTQ 102,387.84	GTQ 106,911.80	GTQ 108,788.85	GTQ 109,500.00	GTQ 112,500.00	GTQ 115,500.00	GTQ 118,500.00	GTQ 121,500.00	GTQ 122,000.00	GTQ 126,500.00	GTQ 134,000.00	GTQ 141,500.00
Cuentas por Cobrar	-	GTQ 238,904.95	GTQ 248,460.86	GTQ 253,840.64	GTQ 255,500.00	GTQ 262,500.00	GTQ 269,500.00	GTQ 276,500.00	GTQ 283,500.00	GTQ 238,000.00	GTQ 248,500.00	GTQ 266,000.00
SALIDAS												
Logística	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00
Salarios	GTQ 47,212.93	GTQ 47,263.73	GTQ 47,428.29	GTQ 47,450.00	GTQ 47,550.00	GTQ 47,650.00	GTQ 47,750.00	GTQ 47,850.00	GTQ 47,900.00	GTQ 47,350.00	GTQ 47,800.00	GTQ 47,850.00
Renta	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00
Otros Gastos	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00
Mantenimiento	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00
Cuentas por Pagar	-	GTQ 265,525.79	GTQ 277,257.93	GTQ 282,357.74	GTQ 283,970.00	GTQ 281,750.00	GTQ 299,530.00	GTQ 307,310.00	GTQ 315,090.00	GTQ 294,520.00	GTQ 276,810.00	GTQ 295,640.00
Impuestos por Pagar	-	-	-	-	-	-	-	GTQ 17,422.08	-	-	-	-
Intereses Bancarios	GTQ 1,833.33	GTQ 1,833.33	GTQ 1,833.33	GTQ 1,833.33	GTQ 1,833.33	GTQ 1,833.33	GTQ 1,833.33	GTQ 1,833.33	GTQ 1,833.33	GTQ 1,833.33	GTQ 1,833.33	GTQ 1,833.33
INVERSIÓN												
SALIDAS												
Vehículos	GTQ 82,500.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Inmobiliario	GTQ 33,000.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Equipo de Computo	GTQ 51,945.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
FINANCIERO												
ENTRADAS												
Inversión	GTQ 64,500.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Préstamo Bancario	GTQ 170,000.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Efectivo	-	-GTQ 558.42	GTQ 8,980.48	GTQ 9,157.64	GTQ 29,534.21	GTQ 42,625.88	GTQ 57,837.55	GTQ 75,169.22	GTQ 82,107.24	GTQ 61,928.91	GTQ 71,170.58	GTQ 86,482.25
SALIDAS												
Retiros de Accionista	-	-	-	-	-	-	-	GTQ 5,391.57	-	-	-	-
Pago Préstamo Bancario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
EFFECTIVO TOTAL	-GTQ 558.42	GTQ 8,980.48	GTQ 19,157.64	GTQ 29,534.21	GTQ 42,625.88	GTQ 57,837.55	GTQ 75,169.22	GTQ 82,107.24	GTQ 81,928.91	GTQ 71,170.58	GTQ 86,482.25	GTQ 107,119.92

**Tabla No. 15 – ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2011 - 2016
(Préstamo Bancario)**

Estado de Resultados	2010 - 2011	2011 - 2012	2012 - 2013	2013 - 2014	2014 - 2015	2015 - 2016
VENTAS	GTQ 4,465,294.94	GTQ 4,810,000.00	GTQ 5,270,000.00	GTQ 5,525,000.00	GTQ 6,075,000.00	GTQ 6,370,000.00
COSTO DE VENTAS	GTQ 3,473,999.46	GTQ 3,742,180.00	GTQ 4,100,060.00	GTQ 4,298,450.00	GTQ 4,726,350.00	GTQ 4,955,860.00
MARGEN BRUTO	GTQ 991,295.48	GTQ 1,067,820.00	GTQ 1,169,940.00	GTQ 1,226,550.00	GTQ 1,348,650.00	GTQ 1,414,140.00
GASTOS DE OPERACION						
Logística	GTQ 68,400.00	GTQ 70,452.00	GTQ 75,383.64	GTQ 77,645.15	GTQ 83,080.31	GTQ 85,572.72
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Renta	GTQ 93,600.00	GTQ 96,408.00	GTQ 99,300.24	GTQ 102,279.25	GTQ 105,347.62	GTQ 108,508.05
SALARIOS						
Administrativos	GTQ 210,000.00	GTQ 222,600.00	GTQ 235,956.00	GTQ 250,113.36	GTQ 265,120.16	GTQ 281,027.37
Vendedores	GTQ 116,652.95	GTQ 156,100.00	GTQ 190,700.00	GTQ 217,250.00	GTQ 270,750.00	GTQ 285,700.00
Impulsadores	GTQ 57,600.00	GTQ 59,328.00	GTQ 80,307.84	GTQ 82,717.08	GTQ 104,398.59	GTQ 107,530.55
Contabilidad	GTQ 138,000.00	GTQ 144,900.00	GTQ 152,145.00	GTQ 147,555.50	GTQ 153,769.04	GTQ 161,457.49
Recepcionista	GTQ 48,000.00	GTQ 49,440.00	GTQ 50,923.20	GTQ 52,450.90	GTQ 54,024.42	GTQ 55,645.16
DEPRECIACIÓN						
Inmobiliario	GTQ 6,600.00	GTQ 6,600.00	GTQ 6,600.00	GTQ 6,600.00	GTQ 6,600.00	GTQ 0.00
Vehiculos	GTQ 36,500.04	GTQ 36,500.04	GTQ 36,500.04	GTQ 36,500.04	GTQ 36,500.04	GTQ 0.00
Equipo de Cómputo	GTQ 17,115.00	GTQ 17,115.00	GTQ 17,115.00	GTQ 0.00	GTQ 0.00	GTQ 0.00
OTROS GASTOS						
Mantenimiento	GTQ 64,260.00	GTQ 67,473.00	GTQ 70,846.65	GTQ 74,388.98	GTQ 78,108.43	GTQ 82,013.85
Otros Gastos	GTQ 40,800.00	GTQ 42,024.00	GTQ 43,284.72	GTQ 44,583.26	GTQ 45,920.76	GTQ 47,298.38
GASTOS FINANCIEROS						
Intereses Bancarios	GTQ 13,599.96	GTQ 11,144.45	GTQ 6,611.11	GTQ 2,077.78	-	-
UTILIDAD DE OPERACION	GTQ 80,167.53	GTQ 87,735.51	GTQ 104,266.56	GTQ 132,388.71	GTQ 145,030.62	GTQ 199,386.43
ISR	GTQ 24,851.93	GTQ 27,198.01	GTQ 32,322.63	GTQ 41,040.50	GTQ 44,959.49	GTQ 61,809.79
UTILIDAD NETA SIN ISR	GTQ 55,315.59	GTQ 60,537.50	GTQ 71,943.92	GTQ 91,348.21	GTQ 100,071.13	GTQ 137,576.64
GANANCIA NETA	GTQ 55,315.59	GTQ 60,537.50	GTQ 71,943.92	GTQ 91,348.21	GTQ 100,071.13	GTQ 137,576.64

**Tabla No. 16 – BALANCE GENERAL PROYECTADO 2011 - 2016
(Préstamo Bancario)**

Balance General	2010 – 2011	2011 – 2012	2012 - 2013	2013 - 2014	2014 - 2015	2015 - 2016
Activos						
Caja y Bancos	GTQ 107,113.92	GTQ 152,539.77	GTQ 207,095.93	GTQ 251,597.94	GTQ 352,680.55	GTQ 440,473.63
Cuentas por Cobrar	GTQ 283,500.00	GTQ 311,500.00	GTQ 339,500.00	GTQ 346,500.00	GTQ 378,000.00	GTQ 395,500.00
Total Activo Circulante	GTQ 390,613.92	GTQ 464,039.77	GTQ 546,595.93	GTQ 598,097.94	GTQ 730,680.55	GTQ 835,973.63
Inmobiliario	GTQ 33,000.00	GTQ 33,000.00	GTQ 33,000.00	GTQ 33,000.00	GTQ 33,000.00	GTQ 0.00
Equipo de Computo	GTQ 51,345.00	GTQ 51,345.00	GTQ 51,345.00	GTQ 0.00	GTQ 0.00	GTQ 0.00
Vehículos	GTQ 182,500.00	GTQ 182,500.00	GTQ 182,500.00	GTQ 182,500.00	GTQ 182,500.00	GTQ 0.00
Depreciación Acumulada	GTQ 60,215.04	GTQ 120,430.08	GTQ 180,645.12	GTQ 172,400.16	GTQ 215,500.20	GTQ 0.00
Total del Activo	GTQ 597,243.88	GTQ 610,454.69	GTQ 632,795.81	GTQ 641,197.78	GTQ 730,680.35	GTQ 835,973.63
Pasivos						
Cuentas por pagar	GTQ 315,090.00	GTQ 346,210.00	GTQ 377,330.00	GTQ 385,110.00	GTQ 420,120.00	GTQ 439,570.00
Impuesto sobre la renta por pagar	GTQ 7,729.85	GTQ 8,017.28	GTQ 12,135.23	GTQ 14,827.16	GTQ 15,315.10	GTQ 21,370.00
Total Pasivo a Corto Plazo	GTQ 322,819.85	GTQ 354,227.28	GTQ 389,465.23	GTQ 399,937.16	GTQ 435,435.10	GTQ 460,940.00
Préstamo Bancario	GTQ 170,000.00	GTQ 113,333.36	GTQ 56,666.72	GTQ 0.00	GTQ 0.00	GTQ 0.00
Total Pasivo a Largo Plazo	GTQ 170,000.00	GTQ 113,333.36	GTQ 56,666.72	GTQ 0.00	GTQ 0.00	GTQ 0.00
Total Pasivo	GTQ 492,819.85	GTQ 467,560.64	GTQ 446,131.95	GTQ 399,937.16	GTQ 435,435.10	GTQ 460,940.00
Capital						
Capital Contable	GTQ 104,424.03	GTQ 142,894.04	GTQ 186,663.87	GTQ 241,260.62	GTQ 295,245.26	GTQ 375,033.43
Total Capital	GTQ 104,424.03	GTQ 142,894.04	GTQ 186,663.87	GTQ 241,260.62	GTQ 295,245.26	GTQ 375,033.43
Total Pasivo y Capital	GTQ 597,243.88	GTQ 610,454.69	GTQ 632,795.81	GTQ 641,197.78	GTQ 730,680.35	GTQ 835,973.43

Tabla No. 17 – FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO 2011 - 2012
(Préstamo Bancario)

Cash Flow	M A Y O	J U N I O	J U L I O	A G O S T O	S E P T I E M B R E	O C T U B R E	N O V I E M B R E	D I C I E M B R E	E N E R O	F E B R E R O	M A R Z O	A B R I L
OPERATIVO												
ENTRADAS												
Cobros	GTO 14,000.00	GTO 16,500.00	GTO 14,000.00	GTO 16,500.00	GTO 14,000.00	GTO 16,500.00	GTO 14,000.00	GTO 16,500.00	GTO 14,000.00	GTO 16,500.00	GTO 14,000.00	GTO 16,500.00
Cuentas por Cobrar	GTO 283,500.00	GTO 285,000.00	GTO 282,500.00	GTO 286,000.00	GTO 276,500.00	GTO 287,000.00	GTO 280,500.00	GTO 304,500.00	GTO 314,000.00	GTO 282,500.00	GTO 282,500.00	GTO 273,000.00
SALIDAS												
Logística	GTO 587.00	GTO 587.00	GTO 587.00	GTO 587.00	GTO 587.00	GTO 587.00	GTO 587.00	GTO 587.00	GTO 587.00	GTO 587.00	GTO 587.00	GTO 587.00
Salarios	GTO 92,389.00	GTO 92,439.00	GTO 92,489.00	GTO 92,539.00	GTO 92,589.00	GTO 92,639.00	GTO 92,689.00	GTO 92,739.00	GTO 92,789.00	GTO 92,839.00	GTO 92,889.00	GTO 92,939.00
Rent	GTO 8,034.00	GTO 8,034.00	GTO 8,034.00	GTO 8,034.00	GTO 8,034.00	GTO 8,034.00	GTO 8,034.00	GTO 8,034.00	GTO 8,034.00	GTO 8,034.00	GTO 8,034.00	GTO 8,034.00
Otros gastos	GTO 3,512.00	GTO 3,512.00	GTO 3,512.00	GTO 3,512.00	GTO 3,512.00	GTO 3,512.00	GTO 3,512.00	GTO 3,512.00	GTO 3,512.00	GTO 3,512.00	GTO 3,512.00	GTO 3,512.00
Mantenimiento	GTO 5,622.75	GTO 5,622.75	GTO 5,622.75	GTO 5,622.75	GTO 5,622.75	GTO 5,622.75	GTO 5,622.75	GTO 5,622.75	GTO 5,622.75	GTO 5,622.75	GTO 5,622.75	GTO 5,622.75
Cuentas por Pagar	GTO 315,000.00	GTO 287,800.00	GTO 291,750.00	GTO 285,640.00	GTO 307,300.00	GTO 318,260.00	GTO 322,870.00	GTO 338,430.00	GTO 346,200.00	GTO 281,000.00	GTO 281,000.00	GTO 303,420.00
Impuestos por Pagar	-	-	-	-	-	-	-	GTO 26,910.57	-	-	-	-
Intereses Bancarios	GTO 10,185	GTO 10,703.37	GTO 10,388.89	GTO 10,071.41	GTO 9,759.93	GTO 9,444.44	GTO 9,129.96	GTO 8,814.48	GTO 8,500.00	GTO 8,185.52	GTO 7,871.04	GTO 7,556.56
INVERSIÓN												
SALIDAS												
Veículos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Inmobiliario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Equipo de Computo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
FINANCIERO												
ENTRADAS												
Inversión	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Préstamo Bancario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Efectivo	GTO 87,189.92	GTO 165,281.00	GTO 11,829.90	GTO 11,829.90	GTO 165,915.92	GTO 29,264.62	GTO 140,249.21	GTO 66,665.27	GTO 24,484.76	GTO 22,243.79	GTO 24,484.30	GTO 1,105.29
SALIDAS												
Retiros de Acciones	-	-	-	-	-	-	-	GTO 22,067.49	-	-	-	-
Pago Préstamo Bancario	GTO 4,722.22	GTO 4,722.22	GTO 4,722.22	GTO 4,722.22	GTO 4,722.22	GTO 4,722.22	GTO 4,722.22	GTO 4,722.22	GTO 4,722.22	GTO 4,722.22	GTO 4,722.22	GTO 4,722.22
EFECTIVO TOTAL	GTO 86,281.10	GTO 187,669.76	GTO 111,829.90	GTO 118,689.16	GTO 129,264.62	GTO 140,249.21	GTO 166,676.27	GTO 126,494.76	GTO 82,243.79	GTO 24,484.30	GTO 131,906.29	GTO 82,639.77

Tabla No. 18 – FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO 2012 - 2013
(Préstamo Bancario)

Cash Flow	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
OPERATIVO												
ENTRADAS												
Cobros	GTQ 120,000.00	GTQ 121,500.00	GTQ 123,000.00	GTQ 126,000.00	GTQ 130,500.00	GTQ 139,500.00	GTQ 142,500.00	GTQ 145,500.00	GTQ 120,000.00	GTQ 127,500.00	GTQ 139,500.00	GTQ 145,500.00
Cuentas por Cobrar	GTQ 311,500.00	GTQ 280,000.00	GTQ 283,500.00	GTQ 287,000.00	GTQ 294,000.00	GTQ 304,500.00	GTQ 325,500.00	GTQ 332,500.00	GTQ 339,500.00	GTQ 380,000.00	GTQ 297,500.00	GTQ 325,500.00
SALIDAS												
Logística	GTQ 6,281.97	GTQ 6,281.97	GTQ 6,281.97	GTQ 6,281.97	GTQ 6,281.97	GTQ 6,281.97	GTQ 6,281.97	GTQ 6,281.97	GTQ 6,281.97	GTQ 6,281.97	GTQ 6,281.97	GTQ 6,281.97
Salarios	GTQ 38,777.67	GTQ 38,827.67	GTQ 38,877.67	GTQ 38,977.67	GTQ 39,127.67	GTQ 39,427.67	GTQ 39,527.67	GTQ 39,627.67	GTQ 38,777.67	GTQ 39,027.67	GTQ 39,427.67	GTQ 39,627.67
Renta	GTQ 8,275.02	GTQ 8,275.02	GTQ 8,275.02	GTQ 8,275.02	GTQ 8,275.02	GTQ 8,275.02	GTQ 8,275.02	GTQ 8,275.02	GTQ 8,275.02	GTQ 8,275.02	GTQ 8,275.02	GTQ 8,275.02
Otros Gastos	GTQ 3,607.06	GTQ 3,607.06	GTQ 3,607.06	GTQ 3,607.06	GTQ 3,607.06	GTQ 3,607.06	GTQ 3,607.06	GTQ 3,607.06	GTQ 3,607.06	GTQ 3,607.06	GTQ 3,607.06	GTQ 3,607.06
Mantenimiento	GTQ 5,903.89	GTQ 5,903.89	GTQ 5,903.89	GTQ 5,903.89	GTQ 5,903.89	GTQ 5,903.89	GTQ 5,903.89	GTQ 5,903.89	GTQ 5,903.89	GTQ 5,903.89	GTQ 5,903.89	GTQ 5,903.89
Cuentas por Pagar	GTQ 3,462,280.00	GTQ 3,112,000.00	GTQ 3,150,900.00	GTQ 3,189,800.00	GTQ 3,226,750.00	GTQ 3,338,430.00	GTQ 3,617,700.00	GTQ 3,695,550.00	GTQ 3,773,330.00	GTQ 3,112,000.00	GTQ 3,330,650.00	GTQ 3,617,700.00
Impuestos por Pagar	-	-	-	-	-	-	-	GTQ 28,204.69	-	-	-	-
Intereses Bancarios	GTQ 724.07	GTQ 692.59	GTQ 661.11	GTQ 629.63	GTQ 598.15	GTQ 566.67	GTQ 535.19	GTQ 503.70	GTQ 472.22	GTQ 440.74	GTQ 409.26	GTQ 377.78
INVERSIÓN												
SALIDAS												
Vehículos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Inmobiliario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Equipo de Computo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
FINANCIERO												
ENTRADAS												
Inversión	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Préstamo Bancario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Efectivo	GTQ 152,539.77	GTQ 149,537.86	GTQ 151,527.44	GTQ 154,608.50	GTQ 160,231.05	GTQ 169,455.07	GTQ 186,240.58	GTQ 203,617.56	GTQ 166,767.25	GTQ 160,897.20	GTQ 168,938.63	GTQ 186,661.54
SALIDAS												
Retiros de Accionista	-	-	-	-	-	-	-	GTQ 28,174.10	-	-	-	-
Pago Préstamo Bancario	GTQ 4,722.22	GTQ 4,722.22	GTQ 4,722.22	GTQ 4,722.22	GTQ 4,722.22	GTQ 4,722.22	GTQ 4,722.22	GTQ 4,722.22	GTQ 4,722.22	GTQ 4,722.22	GTQ 4,722.22	GTQ 4,722.22
EFFECTIVO TOTAL	GTQ 149,537.86	GTQ 151,527.44	GTQ 154,608.50	GTQ 160,231.05	GTQ 169,455.07	GTQ 186,240.58	GTQ 203,617.56	GTQ 166,767.25	GTQ 160,897.20	GTQ 168,938.63	GTQ 186,661.54	GTQ 207,095.93

Tabla No. 19 – FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO 2013 - 2014
(Préstamo Bancario)

Cash Flow	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
OPERATIVO												
EXTRACAS												
Cobros	GTO 67,500.00	GTO 60,000.00	GTO 62,000.00	GTO 66,500.00	GTO 69,000.00	GTO 64,000.00	GTO 46,200.00	GTO 44,500.00	GTO 29,000.00	GTO 66,500.00	GTO 42,500.00	GTO 46,500.00
Cuentas por Cobrar	GTO 33,500.00	GTO 29,500.00	GTO 30,450.00	GTO 316,000.00	GTO 3 450.00	GTO 325,500.00	GTO 325,000.00	GTO 335,500.00	GTO 34,500.00	GTO 30,000.00	GTO 34,500.00	GTO 332,500.00
SALIDAS												
Logística	GTO 6,400.43	GTO 6,400.43	GTO 6,400.43	GTO 6,400.43	GTO 6,400.43	GTO 6,400.43	GTO 6,400.43	GTO 6,400.43	GTO 6,400.43	GTO 6,400.43	GTO 6,400.43	GTO 6,400.43
Salarios	GTO 63,094.7	GTO 62,200.67	GTO 62,200.67	GTO 62,300.67	GTO 62,400.67	GTO 62,500.67	GTO 62,600.67	GTO 62,700.67	GTO 62,800.67	GTO 62,900.67	GTO 62,900.67	GTO 62,900.67
Rent.	GTO 6,523.25	GTO 6,523.25	GTO 6,523.25	GTO 6,523.25	GTO 6,523.25	GTO 6,523.25	GTO 6,523.25	GTO 6,523.25	GTO 6,523.25	GTO 6,523.25	GTO 6,523.25	GTO 6,523.25
Otros Gastos	GTO 3,76.25	GTO 3,76.25	GTO 3,76.25	GTO 3,76.25	GTO 3,76.25	GTO 3,76.25	GTO 3,76.25	GTO 3,76.25	GTO 3,76.25	GTO 3,76.25	GTO 3,76.25	GTO 3,76.25
Mantenimiento	GTO 6,800.00	GTO 6,800.00	GTO 6,800.00	GTO 6,800.00	GTO 6,800.00	GTO 6,800.00	GTO 6,800.00	GTO 6,800.00	GTO 6,800.00	GTO 6,800.00	GTO 6,800.00	GTO 6,800.00
Cuentas por Pagar	GTO 37,300.00	GTO 330,650.00	GTO 330,430.00	GTO 342,320.00	GTO 363,200.00	GTO 384,080.00	GTO 388,000.00	GTO 397,330.00	GTO 386,000.00	GTO 334,340.00	GTO 363,990.00	GTO 388,560.00
Impuestos por Pagar	-	-	-	-	-	-	-	GTO 38,340.55	-	-	-	-
Ingresos Bancarios	GTO 346.30	GTO 34.02	GTO 263.33	GTO 250.85	GTO 220.35	GTO 88.89	GTO 67.41	GTO 65.83	GTO 94.44	GTO 62.96	GTO 31.48	GTO 0.00
INVERSIÓN												
SALIDAS												
Veículos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rehabilitación	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Equipo de Computo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PLACEROS												
EXTRACAS												
Inversión	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Préstamo Bancario	GTO 205,666.93	GTO 206,688.90	GTO 206,864.44	GTO 204,809.88	GTO 204,747.05	GTO 204,646.26	GTO 246,046.92	GTO 265,237.55	GTO 208,260.68	GTO 206,045.28	GTO 267,903.9	GTO 232,666.96
SALIDAS												
Retiros de Accionista	-	-	-	-	-	-	-	GTO 36,751.65	-	-	-	-
Pago Préstamo Bancario	GTO 4,722.22	GTO 4,722.22	GTO 4,722.22	GTO 4,722.22	GTO 4,722.22	GTO 4,722.22	GTO 4,722.22	GTO 4,722.22	GTO 4,722.22	GTO 4,722.22	GTO 4,722.22	GTO 4,722.22
EFECTIVO TOTAL	GTO 203,679.90	GTO 208,864.74	GTO 214,809.86	GTO 224,747.05	GTO 236,445.76	GTO 248,845.92	GTO 269,237.37	GTO 208,200.68	GTO 206,845.29	GTO 217,737.39	GTO 232,638.96	GTO 237,917.94

Tabla No. 20 – FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO 2014 - 2015
(Préstamo Bancario)

Cash Flow	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
OPERATIVO												
ENTRADAS												
Cobros	GTQ 444,000.00	GTQ 448,500.00	GTQ 448,500.00	GTQ 450,000.00	GTQ 454,000.00	GTQ 454,500.00	GTQ 459,000.00	GTQ 462,000.00	GTQ 445,500.00	GTQ 446,500.00	GTQ 453,000.00	GTQ 462,000.00
Cuentas por Cobrar	GTQ 346,500.00	GTQ 332,500.00	GTQ 336,000.00	GTQ 346,500.00	GTQ 350,000.00	GTQ 357,000.00	GTQ 360,500.00	GTQ 371,000.00	GTQ 378,000.00	GTQ 389,500.00	GTQ 346,500.00	GTQ 357,000.00
SALIDAS												
Logística	GTQ 6,923.36	GTQ 6,923.36	GTQ 6,923.36	GTQ 6,923.36	GTQ 6,923.36	GTQ 6,923.36	GTQ 6,923.36	GTQ 6,923.36	GTQ 6,923.36	GTQ 6,923.36	GTQ 6,923.36	GTQ 6,923.36
Salarios	GTQ 70,359.35	GTQ 70,409.35	GTQ 70,559.35	GTQ 70,609.35	GTQ 70,709.35	GTQ 70,759.35	GTQ 70,909.35	GTQ 71,009.35	GTQ 70,459.35	GTQ 70,559.35	GTQ 70,709.35	GTQ 71,009.35
Renta	GTQ 8,778.97	GTQ 8,778.97	GTQ 8,778.97	GTQ 8,778.97	GTQ 8,778.97	GTQ 8,778.97	GTQ 8,778.97	GTQ 8,778.97	GTQ 8,778.97	GTQ 8,778.97	GTQ 8,778.97	GTQ 8,778.97
Otros Gastos	GTQ 3,826.73	GTQ 3,826.73	GTQ 3,826.73	GTQ 3,826.73	GTQ 3,826.73	GTQ 3,826.73	GTQ 3,826.73	GTQ 3,826.73	GTQ 3,826.73	GTQ 3,826.73	GTQ 3,826.73	GTQ 3,826.73
Mantenimiento	GTQ 6,509.04	GTQ 6,509.04	GTQ 6,509.04	GTQ 6,509.04	GTQ 6,509.04	GTQ 6,509.04	GTQ 6,509.04	GTQ 6,509.04	GTQ 6,509.04	GTQ 6,509.04	GTQ 6,509.04	GTQ 6,509.04
Cuentas por Pagar	GTQ 385,100.00	GTQ 369,550.00	GTQ 373,440.00	GTQ 385,100.00	GTQ 389,000.00	GTQ 396,780.00	GTQ 400,670.00	GTQ 412,340.00	GTQ 420,200.00	GTQ 377,330.00	GTQ 385,100.00	GTQ 396,780.00
Impuestos por Pagar	-	-	-	-	-	-	-	444715222	-	-	-	-
Intereses Bancarios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
INVERSIÓN												
SALIDAS												
Vehículos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Inmobiliario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Equipo de Computo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
FINANCIERO												
ENTRADAS												
Inversión	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Préstamo Bancario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Efectivo	GTQ 251,597.94	GTQ 259,090.49	GTQ 269,593.05	GTQ 284,055.60	GTQ 296,798.16	GTQ 316,050.72	GTQ 333,973.27	GTQ 355,855.83	GTQ 288,910.33	GTQ 295,792.89	GTQ 309,865.44	GTQ 327,508.00
SALIDAS												
Retiros de Accionista	-	-	-	-	-	-	-	GTQ 46,066.50	-	-	-	-
Pago Préstamo Bancario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
EFFECTIVO TOTAL	GTQ 259,090.49	GTQ 269,593.05	GTQ 284,055.60	GTQ 298,798.16	GTQ 316,050.72	GTQ 333,973.27	GTQ 355,855.83	GTQ 288,910.33	GTQ 295,792.89	GTQ 309,865.44	GTQ 327,508.00	GTQ 352,680.55

Tabla No. 21 – FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO 2015 - 2016
(Préstamo Bancario)

Cash Flow	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
OPERATIVO												
ENTRADAS												
Cobros	GTQ 50,000.00	GTQ 51,500.00	GTQ 53,000.00	GTQ 54,500.00	GTQ 56,000.00	GTQ 57,500.00	GTQ 59,000.00	GTQ 60,500.00	GTQ 62,000.00	GTQ 63,500.00	GTQ 65,000.00	GTQ 66,500.00
Cuentas por Cobrar	GTQ 378,000.00	GTQ 350,000.00	GTQ 353,500.00	GTQ 357,000.00	GTQ 367,500.00	GTQ 374,500.00	GTQ 378,000.00	GTQ 388,500.00	GTQ 395,500.00	GTQ 353,500.00	GTQ 360,500.00	GTQ 385,000.00
SALIDAS												
Logística	GTQ 7,8106	GTQ 7,8106	GTQ 7,8106	GTQ 7,8106	GTQ 7,8106	GTQ 7,8106	GTQ 7,8106	GTQ 7,8106	GTQ 7,8106	GTQ 7,8106	GTQ 7,8106	GTQ 7,8106
Salarios	GTQ 73,971.71	GTQ 74,021.71	GTQ 74,071.71	GTQ 74,221.71	GTQ 74,321.71	GTQ 74,371.71	GTQ 74,521.71	GTQ 74,621.71	GTQ 74,621.71	GTQ 74,821.71	GTQ 74,471.71	GTQ 74,621.71
Renta	GTQ 9,042.34	GTQ 9,042.34	GTQ 9,042.34	GTQ 9,042.34	GTQ 9,042.34	GTQ 9,042.34	GTQ 9,042.34	GTQ 9,042.34	GTQ 9,042.34	GTQ 9,042.34	GTQ 9,042.34	GTQ 9,042.34
Otros Gastos	GTQ 3,941.53	GTQ 3,941.53	GTQ 3,941.53	GTQ 3,941.53	GTQ 3,941.53	GTQ 3,941.53	GTQ 3,941.53	GTQ 3,941.53	GTQ 3,941.53	GTQ 3,941.53	GTQ 3,941.53	GTQ 3,941.53
Mantenimiento	GTQ 6,834.49	GTQ 6,834.49	GTQ 6,834.49	GTQ 6,834.49	GTQ 6,834.49	GTQ 6,834.49	GTQ 6,834.49	GTQ 6,834.49	GTQ 6,834.49	GTQ 6,834.49	GTQ 6,834.49	GTQ 6,834.49
Cuentas por Pagar	GTQ 420,120.00	GTQ 389,000.00	GTQ 392,890.00	GTQ 396,780.00	GTQ 408,450.00	GTQ 416,230.00	GTQ 420,120.00	GTQ 431,790.00	GTQ 439,570.00	GTQ 392,890.00	GTQ 400,670.00	GTQ 427,900.00
Impuestos por Pagar	-	-	-	-	-	-	-	GTQ 55,754.89	-	-	-	-
Intereses Bancarios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
INVERSIÓN												
SALIDAS												
Vehículos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Inmobiliario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Equipo de Computo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
FINANCIERO												
ENTRADAS												
Inversión	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Préstamo Bancario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Efectivo	GTQ 352,680.55	GTQ 359,659.42	GTQ 371,168.29	GTQ 383,757.16	GTQ 400,306.03	GTQ 418,584.90	GTQ 437,533.77	GTQ 460,442.64	GTQ 371,538.15	GTQ 377,997.02	GTQ 392,035.89	GTQ 45,444.76
SALIDAS												
Retiros de Accionista	-	-	-	-	-	-	-	GTQ 57,788.46	-	-	-	-
Pago Préstamo Bancario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
EFFECTIVO TOTAL	GTQ 359,639.42	GTQ 371,168.29	GTQ 383,757.16	GTQ 400,306.03	GTQ 418,584.90	GTQ 437,533.77	GTQ 460,442.64	GTQ 371,538.15	GTQ 377,997.02	GTQ 392,035.89	GTQ 415,444.76	GTQ 440,473.63

Tabla No. 22 – ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2010 - 2011
(Fondos Propios)

Estado de Resultados	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
VENTAS	GTQ 344,292.79	GTQ 356,372.66	GTQ 362,629.49	GTQ 365,000.00	GTQ 375,000.00	GTQ 385,000.00	GTQ 395,000.00	GTQ 405,000.00	GTQ 340,000.00	GTQ 355,000.00	GTQ 360,000.00	GTQ 405,000.00
COSTO DE VENTAS	GTQ 265,525.79	GTQ 277,257.93	GTQ 282,025.74	GTQ 283,970.00	GTQ 291,750.00	GTQ 299,530.00	GTQ 307,310.00	GTQ 315,090.00	GTQ 264,520.00	GTQ 276,900.00	GTQ 295,640.00	GTQ 315,090.00
MARGEN BRUTO	GTQ 75,767.00	GTQ 79,114.73	GTQ 80,503.75	GTQ 81,030.00	GTQ 83,250.00	GTQ 85,470.00	GTQ 87,690.00	GTQ 89,910.00	GTQ 75,480.00	GTQ 78,100.00	GTQ 84,360.00	GTQ 89,910.00
GASTOS DE OPERACION												
Logística	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00	GTQ 5,700.00
GASTOS ADMINISTRATIVOS												
Renta	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00	GTQ 7,800.00
SALARIOS												
Administrativos	GTQ 17,500.00	GTQ 17,500.00	GTQ 17,500.00	GTQ 17,500.00	GTQ 17,500.00	GTQ 17,500.00	GTQ 17,500.00	GTQ 17,500.00	GTQ 17,500.00	GTQ 17,500.00	GTQ 17,500.00	GTQ 17,500.00
Vendedores	GTQ 9,412.93	GTQ 9,563.73	GTQ 9,626.29	GTQ 9,650.00	GTQ 9,750.00	GTQ 9,850.00	GTQ 9,950.00	GTQ 10,050.00	GTQ 9,400.00	GTQ 9,550.00	GTQ 9,600.00	GTQ 10,050.00
Impulsadores	GTQ 4,800.00	GTQ 4,800.00	GTQ 4,800.00	GTQ 4,800.00	GTQ 4,800.00	GTQ 4,800.00	GTQ 4,800.00	GTQ 4,800.00	GTQ 4,800.00	GTQ 4,800.00	GTQ 4,800.00	GTQ 4,800.00
Contabilidad	GTQ 11,500.00	GTQ 11,500.00	GTQ 11,500.00	GTQ 11,500.00	GTQ 11,500.00	GTQ 11,500.00	GTQ 11,500.00	GTQ 11,500.00	GTQ 11,500.00	GTQ 11,500.00	GTQ 11,500.00	GTQ 11,500.00
Recepcionista	GTQ 4,000.00	GTQ 4,000.00	GTQ 4,000.00	GTQ 4,000.00	GTQ 4,000.00	GTQ 4,000.00	GTQ 4,000.00	GTQ 4,000.00	GTQ 4,000.00	GTQ 4,000.00	GTQ 4,000.00	GTQ 4,000.00
DEPRECIACIÓN												
Inmobiliario	GTQ 550.00	GTQ 550.00	GTQ 550.00	GTQ 550.00	GTQ 550.00	GTQ 550.00	GTQ 550.00	GTQ 550.00	GTQ 550.00	GTQ 550.00	GTQ 550.00	GTQ 550.00
Vehículos	GTQ 3,041.67	GTQ 3,041.67	GTQ 3,041.67	GTQ 3,041.67	GTQ 3,041.67	GTQ 3,041.67	GTQ 3,041.67	GTQ 3,041.67	GTQ 3,041.67	GTQ 3,041.67	GTQ 3,041.67	GTQ 3,041.67
Equipo de Computo	GTQ 1,426.25	GTQ 1,426.25	GTQ 1,426.25	GTQ 1,426.25	GTQ 1,426.25	GTQ 1,426.25	GTQ 1,426.25	GTQ 1,426.25	GTQ 1,426.25	GTQ 1,426.25	GTQ 1,426.25	GTQ 1,426.25
OTROS GASTOS												
Mantenimiento	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00	GTQ 5,355.00
Otros Gastos	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00	GTQ 3,400.00
UTILIDAD DE OPERACION	GTQ 1,281.15	GTQ 4,478.08	GTQ 5,804.53	GTQ 6,307.08	GTQ 8,427.08	GTQ 10,547.08	GTQ 12,667.08	GTQ 14,787.08	GTQ 1,007.08	GTQ 4,187.08	GTQ 9,487.08	GTQ 14,787.08
ISR												
ISR	GTQ 397.46	GTQ 1,388.21	GTQ 1,799.40	GTQ 1,955.49	GTQ 2,612.39	GTQ 3,269.59	GTQ 3,926.79	GTQ 4,583.99	GTQ 312.49	GTQ 1,297.99	GTQ 2,940.99	GTQ 4,583.99
UTILIDAD NETA SIN ISR	GTQ 883.99	GTQ 3,089.88	GTQ 4,005.13	GTQ 4,351.89	GTQ 5,814.69	GTQ 7,277.49	GTQ 8,740.29	GTQ 10,203.09	GTQ 694.89	GTQ 2,889.09	GTQ 6,546.09	GTQ 10,203.09
GANANCIA NETA	GTQ 883.99	GTQ 3,089.88	GTQ 4,005.13	GTQ 4,351.89	GTQ 5,814.69	GTQ 7,277.49	GTQ 8,740.29	GTQ 10,203.09	GTQ 694.89	GTQ 2,889.09	GTQ 6,546.09	GTQ 10,203.09

Tabla No. 23 – BALANCE GENERAL PROYECTADO 2010 - 2011
(Fondos Propios)

	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
Activos												
Caja y Bancos	GTQ 574,91	GTQ 11,247.44	GTQ 22,557.63	GTQ 34,067.53	GTQ 48,292.53	GTQ 64,637.53	GTQ 83,302.53	GTQ 41,924.82	GTQ 42,879.82	GTQ 53,254.82	GTQ 63,709.82	GTQ 91,464.82
Cuentas por Cobrar	GTQ 238,904.95	GTQ 249,460.86	GTQ 253,840.64	GTQ 255,500.00	GTQ 262,500.00	GTQ 269,500.00	GTQ 276,500.00	GTQ 283,500.00	GTQ 228,000.00	GTQ 248,500.00	GTQ 266,000.00	GTQ 283,500.00
Total Activo Circulante	GTQ 239,479.86	GTQ 260,708.00	GTQ 276,398.27	GTQ 289,567.53	GTQ 310,792.53	GTQ 334,137.53	GTQ 359,602.53	GTQ 325,424.82	GTQ 280,879.82	GTQ 301,754.82	GTQ 335,709.82	GTQ 374,964.82
Inmobiliario	GTQ 33,000.00	GTQ 33,000.00	GTQ 33,000.00	GTQ 33,000.00	GTQ 33,000.00	GTQ 33,000.00	GTQ 33,000.00	GTQ 33,000.00	GTQ 33,000.00	GTQ 33,000.00	GTQ 33,000.00	GTQ 33,000.00
Equipo de Computo	GTQ 51,945.00	GTQ 51,945.00	GTQ 51,945.00	GTQ 51,945.00	GTQ 51,945.00	GTQ 51,945.00	GTQ 51,945.00	GTQ 51,945.00	GTQ 51,945.00	GTQ 51,945.00	GTQ 51,945.00	GTQ 51,945.00
Vehiculos	GTQ 82,500.00	GTQ 82,500.00	GTQ 82,500.00	GTQ 82,500.00	GTQ 82,500.00	GTQ 82,500.00	GTQ 82,500.00	GTQ 82,500.00	GTQ 82,500.00	GTQ 82,500.00	GTQ 82,500.00	GTQ 82,500.00
Depreciación Acumulada	GTQ 5,077.92	GTQ 8,055.64	GTQ 5,053.76	GTQ 20,071.68	GTQ 25,089.60	GTQ 30,107.52	GTQ 35,125.44	GTQ 40,143.36	GTQ 45,161.28	GTQ 50,179.20	GTQ 55,197.12	GTQ 60,215.04
Total del Activo	GTQ 501,306.94	GTQ 517,517.16	GTQ 528,189.51	GTQ 536,340.85	GTQ 552,547.93	GTQ 570,875.01	GTQ 591,322.09	GTQ 552,126.46	GTQ 502,563.54	GTQ 518,420.62	GTQ 547,357.70	GTQ 581,594.78
Pasivos												
Cuentas por pagar	GTQ 265,525.79	GTQ 277,257.93	GTQ 282,125.74	GTQ 283,970.00	GTQ 291,750.00	GTQ 299,530.00	GTQ 307,310.00	GTQ 315,090.00	GTQ 264,520.00	GTQ 276,190.00	GTQ 295,640.00	GTQ 315,090.00
Impuesto sobre la renta por pagar	GTQ 397.16	GTQ 1,785.36	GTQ 3,584.77	GTQ 5,539.96	GTQ 8,523.36	GTQ 11,421.95	GTQ 15,348.75	GTQ 0.00	GTQ 312.19	GTQ 1,610.19	GTQ 4,551.18	GTQ 9,155.18
Total Pasivo a Corto Plazo	GTQ 265,922.95	GTQ 279,043.29	GTQ 285,710.51	GTQ 289,509.96	GTQ 299,902.36	GTQ 310,951.95	GTQ 322,658.75	GTQ 315,090.00	GTQ 264,832.19	GTQ 277,800.19	GTQ 300,191.18	GTQ 324,245.18
Total Pasivo	GTQ 265,922.95	GTQ 279,043.29	GTQ 285,710.51	GTQ 289,509.96	GTQ 299,902.36	GTQ 310,951.95	GTQ 322,658.75	GTQ 315,090.00	GTQ 264,832.19	GTQ 277,800.19	GTQ 300,191.18	GTQ 324,245.18
Capital												
Capital Contable	GTQ 235,383.99	GTQ 238,473.87	GTQ 242,479.00	GTQ 246,830.88	GTQ 252,645.57	GTQ 259,923.06	GTQ 268,663.34	GTQ 237,036.46	GTQ 237,731.35	GTQ 240,620.43	GTQ 247,166.52	GTQ 257,369.60
Total Capital	GTQ 235,383.99	GTQ 238,473.87	GTQ 242,479.00	GTQ 246,830.88	GTQ 252,645.57	GTQ 259,923.06	GTQ 268,663.34	GTQ 237,036.46	GTQ 237,731.35	GTQ 240,620.43	GTQ 247,166.52	GTQ 257,369.60
Total Pasivo y Capital	GTQ 501,306.94	GTQ 517,517.16	GTQ 528,189.51	GTQ 536,340.85	GTQ 552,547.93	GTQ 570,875.01	GTQ 591,322.09	GTQ 552,126.46	GTQ 502,563.54	GTQ 518,420.62	GTQ 547,357.70	GTQ 581,594.78

Tabla No. 24 – FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO 2010 - 2011
(Fondos Propios)

Cash Flow	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
OPERATIVO												
ENTRADAS												
Cobros	GTQ 802,387,884	GTQ 806,911,880	GTQ 806,788,885	GTQ 809,500,000	GTQ 102,500,000	GTQ 15,500,000	GTQ 185,500,000	GTQ 121,500,000	GTQ 802,000,000	GTQ 806,500,000	GTQ 114,000,000	GTQ 121,500,000
Cuentas por Cobrar	-	GTQ 238,904,95	GTQ 249,460,86	GTQ 253,840,64	GTQ 255,500,000	GTQ 262,500,000	GTQ 269,500,000	GTQ 276,500,000	GTQ 283,500,000	GTQ 238,000,000	GTQ 248,500,000	GTQ 266,000,000
SALIDAS												
Logística	GTQ 5,700,000	GTQ 5,700,000	GTQ 5,700,000	GTQ 5,700,000	GTQ 5,700,000	GTQ 5,700,000	GTQ 5,700,000	GTQ 5,700,000	GTQ 5,700,000	GTQ 5,700,000	GTQ 5,700,000	GTQ 5,700,000
Salarios	GTQ 472,12,893	GTQ 47,363,73	GTQ 47,426,29	GTQ 47,450,000	GTQ 47,550,000	GTQ 47,650,000	GTQ 47,750,000	GTQ 47,850,000	GTQ 47,900,000	GTQ 47,350,000	GTQ 47,600,000	GTQ 47,850,000
Renta	GTQ 7,800,000	GTQ 7,800,000	GTQ 7,800,000	GTQ 7,800,000	GTQ 7,800,000	GTQ 7,800,000	GTQ 7,800,000	GTQ 7,800,000	GTQ 7,800,000	GTQ 7,800,000	GTQ 7,800,000	GTQ 7,800,000
Otros Gastos	GTQ 3,400,000	GTQ 3,400,000	GTQ 3,400,000	GTQ 3,400,000	GTQ 3,400,000	GTQ 3,400,000	GTQ 3,400,000	GTQ 3,400,000	GTQ 3,400,000	GTQ 3,400,000	GTQ 3,400,000	GTQ 3,400,000
Mantenimiento	GTQ 5,355,000	GTQ 5,355,000	GTQ 5,355,000	GTQ 5,355,000	GTQ 5,355,000	GTQ 5,355,000	GTQ 5,355,000	GTQ 5,355,000	GTQ 5,355,000	GTQ 5,355,000	GTQ 5,355,000	GTQ 5,355,000
Cuentas por Pagar	-	GTQ 265,525,79	GTQ 277,257,93	GTQ 282,125,74	GTQ 285,970,000	GTQ 291,750,000	GTQ 299,530,000	GTQ 307,340,000	GTQ 315,090,000	GTQ 264,520,000	GTQ 276,190,000	GTQ 295,640,000
Impuestos por Pagar	-	-	-	-	-	-	-	GTQ 19,932,74	-	-	-	-
INVERSION												
SALIDAS												
Vehiculos	GTQ 802,500,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Inmobiliario	GTQ 333,000,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Equipo de Computo	GTQ 513,495,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
FINANCIERO												
ENTRADAS												
Inversión	GTQ 234,500,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Efectivo	-	GTQ 574,91	GTQ 11,247,14	GTQ 22,557,63	GTQ 34,067,53	GTQ 48,292,53	GTQ 64,637,53	GTQ 83,802,53	GTQ 119,24,82	GTQ 142,879,82	GTQ 53,254,82	GTQ 69,709,82
SALIDAS												
Retiros de Accionista	-	-	-	-	-	-	-	GTQ 41,829,96	-	-	-	-
EFFECTIVO TOTAL	GTQ 574,91	GTQ 11,247,14	GTQ 22,557,63	GTQ 34,067,53	GTQ 48,292,53	GTQ 64,637,53	GTQ 83,102,53	GTQ 119,24,82	GTQ 142,879,82	GTQ 53,254,82	GTQ 69,709,82	GTQ 91,464,82

**Tabla No. 25 – ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2011 - 2016
(Fondos Propios)**

Estado de Resultados	2010 - 2011	2011 - 2012	2012 - 2013	2013 - 2014	2014 - 2015	2015 - 2016
VENTAS	GTQ 4,465,294.94	GTQ 4,810,000.00	GTQ 5,270,000.00	GTQ 5,525,000.00	GTQ 6,075,000.00	GTQ 6,370,000.00
COSTO DE VENTAS	GTQ 3,473,999.46	GTQ 3,742,180.00	GTQ 4,100,060.00	GTQ 4,298,450.00	GTQ 4,726,350.00	GTQ 4,955,860.00
MARGEN BRUTO	GTQ 991,295.48	GTQ 1,067,820.00	GTQ 1,169,940.00	GTQ 1,226,550.00	GTQ 1,348,650.00	GTQ 1,414,140.00
GASTOS DE OPERACION						
Logística	GTQ 68,400.00	GTQ 70,452.00	GTQ 75,383.64	GTQ 77,645.15	GTQ 83,080.31	GTQ 85,572.72
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Renta	GTQ 93,600.00	GTQ 96,408.00	GTQ 99,300.24	GTQ 102,279.25	GTQ 105,347.62	GTQ 108,508.05
SALARIOS						
Administrativos	GTQ 210,000.00	GTQ 222,600.00	GTQ 235,956.00	GTQ 250,113.36	GTQ 265,120.16	GTQ 281,027.37
Vendedores	GTQ 116,652.95	GTQ 156,100.00	GTQ 190,700.00	GTQ 217,250.00	GTQ 270,750.00	GTQ 285,700.00
Impulsadores	GTQ 57,600.00	GTQ 59,328.00	GTQ 80,307.84	GTQ 82,717.08	GTQ 104,398.59	GTQ 107,530.55
Contabilidad	GTQ 138,000.00	GTQ 144,900.00	GTQ 152,145.00	GTQ 147,555.50	GTQ 153,769.04	GTQ 161,457.49
Recepcionista	GTQ 48,000.00	GTQ 49,440.00	GTQ 50,923.20	GTQ 52,450.90	GTQ 54,024.42	GTQ 55,645.16
DEPRECIACIÓN						
Inmobiliario	GTQ 6,600.00	GTQ 6,600.00	GTQ 6,600.00	GTQ 6,600.00	GTQ 6,600.00	GTQ 0.00
Vehículos	GTQ 36,500.04	GTQ 36,500.04	GTQ 36,500.04	GTQ 36,500.04	GTQ 36,500.04	GTQ 0.00
Equipo de Cómputo	GTQ 17,115.00	GTQ 17,115.00	GTQ 17,115.00	GTQ 0.00	GTQ 0.00	GTQ 0.00
OTROS GASTOS						
Mantenimiento	GTQ 64,260.00	GTQ 67,473.00	GTQ 70,846.65	GTQ 74,388.98	GTQ 78,108.43	GTQ 82,013.85
Otros Gastos	GTQ 40,800.00	GTQ 42,024.00	GTQ 43,284.72	GTQ 44,583.26	GTQ 45,920.76	GTQ 47,298.38
UTILIDAD DE OPERACION	GTQ 93,767.49	GTQ 98,879.96	GTQ 110,877.67	GTQ 134,466.49	GTQ 145,030.62	GTQ 199,386.43
ISR	GTQ 29,067.92	GTQ 30,652.79	GTQ 34,372.08	GTQ 41,684.61	GTQ 44,959.49	GTQ 61,809.79
UTILIDAD NETA SIN ISR	GTQ 64,699.57	GTQ 68,227.17	GTQ 76,505.59	GTQ 92,781.88	GTQ 100,071.13	GTQ 137,576.64
GANANCIA NETA	GTQ 64,699.57	GTQ 68,227.17	GTQ 76,505.59	GTQ 92,781.88	GTQ 100,071.13	GTQ 137,576.64

**Tabla No. 26 – BALANCE GENERAL PROYECTADO 2011 - 2016
(Fondos Propios)**

Balance General	2010 – 2011	2011 - 2012	2012 – 2013	2013 - 2014	2014 – 2015	2015 - 2016
Activos						
Caja y Bancos	GTQ 91,464.82	GTQ 177,074.16	GTQ 271,351.04	GTQ 355,230.27	GTQ 440,718.26	GTQ 515,305.68
Cuentas por Cobrar	GTQ 283,500.00	GTQ 311,500.00	GTQ 339,500.00	GTQ 346,500.00	GTQ 378,000.00	GTQ 395,500.00
Total Activo Circulante	GTQ 374,964.82	GTQ 488,574.16	GTQ 610,851.04	GTQ 701,730.27	GTQ 818,718.26	GTQ 910,805.68
Inmobiliario	GTQ 33,000.00	GTQ 33,000.00	GTQ 33,000.00	GTQ 33,000.00	GTQ 33,000.00	GTQ 0.00
Equipo de Computo	GTQ 51,345.00	GTQ 51,345.00	GTQ 51,345.00	GTQ 0.00	GTQ 0.00	GTQ 0.00
Vehiculos	GTQ 182,500.00	GTQ 182,500.00	GTQ 182,500.00	GTQ 182,500.00	GTQ 182,500.00	GTQ 0.00
Depreciación Acumulada	GTQ 60,215.04	GTQ 120,430.08	GTQ 180,645.12	GTQ 172,400.16	GTQ 215,500.20	GTQ 0.00
Total del Activo	GTQ 581,594.78	GTQ 634,989.08	GTQ 697,050.92	GTQ 744,830.11	GTQ 818,718.06	GTQ 910,805.68
Pasivos						
Cuentas por pagar	GTQ 315,090.00	GTQ 346,210.00	GTQ 377,330.00	GTQ 385,110.00	GTQ 420,120.00	GTQ 439,570.00
Impuesto sobre la renta por pagar	GTQ 9,135.18	GTQ 9,012.73	GTQ 12,662.23	GTQ 14,885.71	GTQ 15,315.10	GTQ 21,370.00
Total Pasivo a Corto Plazo	GTQ 324,225.18	GTQ 355,222.73	GTQ 389,992.23	GTQ 399,995.71	GTQ 435,435.10	GTQ 460,940.00
Total Pasivo	GTQ 324,225.18	GTQ 355,222.73	GTQ 389,992.23	GTQ 399,995.71	GTQ 435,435.10	GTQ 460,940.00
Capital						
Capital Contable	GTQ 257,369.60	GTQ 279,766.35	GTQ 307,058.70	GTQ 344,834.40	GTQ 383,282.96	GTQ 449,865.48
Total Capital	GTQ 257,369.60	GTQ 279,766.35	GTQ 307,058.70	GTQ 344,834.40	GTQ 383,282.96	GTQ 449,865.48
Total Pasivo y Capital	GTQ 581,594.78	GTQ 634,989.08	GTQ 697,050.92	GTQ 744,830.11	GTQ 818,718.06	GTQ 910,805.48

Tabla No. 27 – FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO 2011 - 2012
(Fondos Propios)

Cash Flow	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
OPERATIVO												
ENTRADAS												
Cobros	GTQ 111,000.00	GTQ 112,500.00	GTQ 114,000.00	GTQ 115,500.00	GTQ 117,000.00	GTQ 118,500.00	GTQ 120,000.00	GTQ 121,500.00	GTQ 123,000.00	GTQ 124,500.00	GTQ 126,000.00	GTQ 127,500.00
Cuentas por Cobrar	GTQ 283,500.00	GTQ 259,000.00	GTQ 262,500.00	GTQ 266,000.00	GTQ 270,500.00	GTQ 275,000.00	GTQ 279,500.00	GTQ 284,000.00	GTQ 288,500.00	GTQ 293,000.00	GTQ 297,500.00	GTQ 302,000.00
SALIDAS												
Logística	GTQ 5,871.00	GTQ 5,871.00	GTQ 5,871.00	GTQ 5,871.00	GTQ 5,871.00	GTQ 5,871.00	GTQ 5,871.00	GTQ 5,871.00	GTQ 5,871.00	GTQ 5,871.00	GTQ 5,871.00	GTQ 5,871.00
Salarios	GTQ 52,389.00	GTQ 52,439.00	GTQ 52,489.00	GTQ 52,539.00	GTQ 52,589.00	GTQ 52,639.00	GTQ 52,689.00	GTQ 52,739.00	GTQ 52,789.00	GTQ 52,839.00	GTQ 52,889.00	GTQ 52,939.00
Renta	GTQ 8,034.00	GTQ 8,034.00	GTQ 8,034.00	GTQ 8,034.00	GTQ 8,034.00	GTQ 8,034.00	GTQ 8,034.00	GTQ 8,034.00	GTQ 8,034.00	GTQ 8,034.00	GTQ 8,034.00	GTQ 8,034.00
Otros Gastos	GTQ 3,502.00	GTQ 3,502.00	GTQ 3,502.00	GTQ 3,502.00	GTQ 3,502.00	GTQ 3,502.00	GTQ 3,502.00	GTQ 3,502.00	GTQ 3,502.00	GTQ 3,502.00	GTQ 3,502.00	GTQ 3,502.00
Mantenimiento	GTQ 5,622.75	GTQ 5,622.75	GTQ 5,622.75	GTQ 5,622.75	GTQ 5,622.75	GTQ 5,622.75	GTQ 5,622.75	GTQ 5,622.75	GTQ 5,622.75	GTQ 5,622.75	GTQ 5,622.75	GTQ 5,622.75
Cuentas por Pagar	GTQ 355,090.00	GTQ 287,960.00	GTQ 293,750.00	GTQ 295,640.00	GTQ 307,530.00	GTQ 319,420.00	GTQ 322,870.00	GTQ 326,320.00	GTQ 329,770.00	GTQ 333,220.00	GTQ 336,670.00	GTQ 340,120.00
Impuestos por Pagar	-	-	-	-	-	-	-	GTQ 30,752.4	-	-	-	-
INVERSIÓN												
SALIDAS												
Vehículos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Inmobiliario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Equipo de Computo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
FINANCIERO												
ENTRADAS												
Inversión Efectivo	GTQ 91,464.82	GTQ 95,456.07	GTQ 103,627.32	GTQ 112,858.57	GTQ 126,049.82	GTQ 142,421.07	GTQ 159,072.32	GTQ 181,833.57	GTQ 217,929.16	GTQ 250,411.66	GTQ 282,903.16	GTQ 315,394.71
SALIDAS												
Retiros de Accionista	-	-	-	-	-	-	-	GTQ 45,830.43	-	-	-	-
EFFECTIVO TOTAL	GTQ 95,456.07	GTQ 103,627.32	GTQ 112,858.57	GTQ 126,049.82	GTQ 142,421.07	GTQ 159,072.32	GTQ 181,833.57	GTQ 217,929.16	GTQ 250,411.66	GTQ 282,903.16	GTQ 315,394.71	GTQ 347,974.16

Tabla No. 28 – FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO 2012 - 2013
(Fondos Propios)

Cash Flow	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
OPERATIVO												
ENTRADAS												
Cobros	GTQ 120,000.00	GTQ 12,150,000.00	GTQ 123,000,000.00	GTQ 126,000,000.00	GTQ 130,500,000.00	GTQ 139,500,000.00	GTQ 142,500,000.00	GTQ 145,500,000.00	GTQ 120,000,000.00	GTQ 127,500,000.00	GTQ 139,500,000.00	GTQ 145,500,000.00
Cuentas por Cobrar	GTQ 311,500,000.00	GTQ 280,000,000.00	GTQ 283,500,000.00	GTQ 287,000,000.00	GTQ 294,000,000.00	GTQ 304,500,000.00	GTQ 325,500,000.00	GTQ 332,500,000.00	GTQ 339,500,000.00	GTQ 280,000,000.00	GTQ 297,500,000.00	GTQ 325,500,000.00
SALIDAS												
Logística	GTQ 6,281,97	GTQ 6,281,97	GTQ 6,281,97	GTQ 6,281,97	GTQ 6,281,97	GTQ 6,281,97	GTQ 6,281,97	GTQ 6,281,97	GTQ 6,281,97	GTQ 6,281,97	GTQ 6,281,97	GTQ 6,281,97
Salarios	GTQ 58,771.67	GTQ 58,827.67	GTQ 58,877.67	GTQ 58,977.67	GTQ 59,127.67	GTQ 59,427.67	GTQ 59,527.67	GTQ 59,627.67	GTQ 58,771.67	GTQ 59,027.67	GTQ 59,427.67	GTQ 59,627.67
Renta	GTQ 8,275.02	GTQ 8,275.02	GTQ 8,275.02	GTQ 8,275.02	GTQ 8,275.02	GTQ 8,275.02	GTQ 8,275.02	GTQ 8,275.02	GTQ 8,275.02	GTQ 8,275.02	GTQ 8,275.02	GTQ 8,275.02
Otros Gastos	GTQ 3,607.06	GTQ 3,607.06	GTQ 3,607.06	GTQ 3,607.06	GTQ 3,607.06	GTQ 3,607.06	GTQ 3,607.06	GTQ 3,607.06	GTQ 3,607.06	GTQ 3,607.06	GTQ 3,607.06	GTQ 3,607.06
Mantenimiento	GTQ 5,903.89	GTQ 5,903.89	GTQ 5,903.89	GTQ 5,903.89	GTQ 5,903.89	GTQ 5,903.89	GTQ 5,903.89	GTQ 5,903.89	GTQ 5,903.89	GTQ 5,903.89	GTQ 5,903.89	GTQ 5,903.89
Cuentas por Pagar	GTQ 346,240.00	GTQ 311,200.00	GTQ 315,090.00	GTQ 318,980.00	GTQ 326,760.00	GTQ 338,430.00	GTQ 364,770.00	GTQ 369,550.00	GTQ 377,330.00	GTQ 311,200.00	GTQ 330,650.00	GTQ 364,770.00
Impuestos por Pagar	-	-	-	-	-	-	-	GTQ 30,725.58	-	-	-	-
INVERSIÓN												
SALIDAS												
Vehículos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Inmobiliario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Equipo de Computo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
FINANCIERO												
ENTRADAS												
Inversión												
Efectivo	GTQ 17,074.16	GTQ 179,518.55	GTQ 186,922.94	GTQ 185,387.33	GTQ 206,361.73	GTQ 220,906.12	GTQ 242,980.51	GTQ 265,614.90	GTQ 210,433.47	GTQ 209,757.87	GTQ 222,962.26	GTQ 245,816.65
SALIDAS												
Retiros de Accionista	-	-	-	-	-	-	-	GTQ 49,218.24	-	-	-	-
EFFECTIVO TOTAL	GTQ 179,518.55	GTQ 186,922.94	GTQ 195,387.33	GTQ 206,361.73	GTQ 220,906.12	GTQ 242,980.51	GTQ 265,614.90	GTQ 210,433.47	GTQ 209,757.87	GTQ 222,962.26	GTQ 245,816.65	GTQ 271,351.04

Tabla No. 29 – FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO 2013 - 2014
(Fondos Propios)

OPERATIVO	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
OPERATIVO												
ENTRADAS												
Cobros	GTQ 127,500.00	GTQ 130,500.00	GTQ 132,000.00	GTQ 136,500.00	GTQ 139,500.00	GTQ 141,000.00	GTQ 145,500.00	GTQ 148,500.00	GTQ 129,000.00	GTQ 136,500.00	GTQ 142,500.00	GTQ 148,500.00
Cuentas por Cobrar	GTQ 339,500.00	GTQ 297,500.00	GTQ 304,500.00	GTQ 306,000.00	GTQ 318,500.00	GTQ 325,500.00	GTQ 329,000.00	GTQ 339,500.00	GTQ 346,500.00	GTQ 301,000.00	GTQ 318,500.00	GTQ 332,500.00
SALIDAS												
Logística	GTQ 6,470.43	GTQ 6,470.43	GTQ 6,470.43	GTQ 6,470.43	GTQ 6,470.43	GTQ 6,470.43	GTQ 6,470.43	GTQ 6,470.43	GTQ 6,470.43	GTQ 6,470.43	GTQ 6,470.43	GTQ 6,470.43
Salarios	GTQ 63,893.47	GTQ 62,460.67	GTQ 62,200.67	GTQ 62,360.67	GTQ 62,460.67	GTQ 62,500.67	GTQ 62,660.67	GTQ 62,760.67	GTQ 62,100.67	GTQ 62,360.67	GTQ 62,560.67	GTQ 62,760.67
Renta	GTQ 8,523.27	GTQ 8,523.27	GTQ 8,523.27	GTQ 8,523.27	GTQ 8,523.27	GTQ 8,523.27	GTQ 8,523.27	GTQ 8,523.27	GTQ 8,523.27	GTQ 8,523.27	GTQ 8,523.27	GTQ 8,523.27
Otros Gastos	GTQ 3,752.27	GTQ 3,752.27	GTQ 3,752.27	GTQ 3,752.27	GTQ 3,752.27	GTQ 3,752.27	GTQ 3,752.27	GTQ 3,752.27	GTQ 3,752.27	GTQ 3,752.27	GTQ 3,752.27	GTQ 3,752.27
Mantenimiento	GTQ 6,199.08	GTQ 6,199.08	GTQ 6,199.08	GTQ 6,199.08	GTQ 6,199.08	GTQ 6,199.08	GTQ 6,199.08	GTQ 6,199.08	GTQ 6,199.08	GTQ 6,199.08	GTQ 6,199.08	GTQ 6,199.08
Cuentas por Pagar	GTQ 377,330.00	GTQ 330,650.00	GTQ 338,430.00	GTQ 342,220.00	GTQ 353,990.00	GTQ 361,770.00	GTQ 365,660.00	GTQ 377,230.00	GTQ 385,100.00	GTQ 334,540.00	GTQ 353,990.00	GTQ 369,550.00
Impuestos por Pagar	-	-	-	-	-	-	-	GTQ 39,461.12	-	-	-	-
INVERSIÓN												
SALIDAS												
Vehículos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Inmobiliario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Equipo de Computo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
FINANCIERO												
ENTRADAS												
Inversión Efectiva	GTQ 274,351.04	GTQ 272,943.53	GTQ 283,224.80	GTQ 294,176.08	GTQ 309,087.36	GTQ 325,728.63	GTQ 343,039.91	GTQ 364,311.19	GTQ 292,845.16	GTQ 296,216.44	GTQ 311,907.72	GTQ 331,448.99
SALIDAS												
Retiros de Accionista	-	-	-	-	-	-	-	GTQ 55,006.88	-	-	-	-
EFFECTIVO TOTAL	GTQ 272,943.53	GTQ 283,224.80	GTQ 294,176.08	GTQ 309,087.36	GTQ 325,728.63	GTQ 343,039.91	GTQ 364,311.19	GTQ 292,845.16	GTQ 296,216.44	GTQ 311,907.72	GTQ 331,448.99	GTQ 355,230.27

Tabla No. 30 – FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO 2014 - 2015
(Fondos Propios)

Cash Flow	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
OPERATIVO												
ENTRADAS												
Cobros	GTO 142,500.00	GTO 144,000.00	GTO 148,500.00	GTO 150,000.00	GTO 153,000.00	GTO 154,500.00	GTO 159,000.00	GTO 162,000.00	GTO 145,500.00	GTO 148,500.00	GTO 153,000.00	GTO 162,000.00
Cuentas por Cobrar	GTO 346,500.00	GTO 332,500.00	GTO 336,000.00	GTO 346,500.00	GTO 350,000.00	GTO 357,000.00	GTO 360,500.00	GTO 371,000.00	GTO 378,000.00	GTO 339,500.00	GTO 346,500.00	GTO 357,000.00
SALIDAS												
Logística	GTO 6,923.36	GTO 6,923.36	GTO 6,923.36	GTO 6,923.36	GTO 6,923.36	GTO 6,923.36	GTO 6,923.36	GTO 6,923.36	GTO 6,923.36	GTO 6,923.36	GTO 6,923.36	GTO 6,923.36
Salarios	GTO 70,359.35	GTO 70,409.35	GTO 70,559.35	GTO 70,609.35	GTO 70,709.35	GTO 70,759.35	GTO 70,909.35	GTO 71,009.35	GTO 70,459.35	GTO 70,559.35	GTO 70,709.35	GTO 71,009.35
Renta	GTO 8,778.97	GTO 8,778.97	GTO 8,778.97	GTO 8,778.97	GTO 8,778.97	GTO 8,778.97	GTO 8,778.97	GTO 8,778.97	GTO 8,778.97	GTO 8,778.97	GTO 8,778.97	GTO 8,778.97
Otros Gastos	GTO 3,826.73	GTO 3,826.73	GTO 3,826.73	GTO 3,826.73	GTO 3,826.73	GTO 3,826.73	GTO 3,826.73	GTO 3,826.73	GTO 3,826.73	GTO 3,826.73	GTO 3,826.73	GTO 3,826.73
Mantenimiento	GTO 6,509.04	GTO 6,509.04	GTO 6,509.04	GTO 6,509.04	GTO 6,509.04	GTO 6,509.04	GTO 6,509.04	GTO 6,509.04	GTO 6,509.04	GTO 6,509.04	GTO 6,509.04	GTO 6,509.04
Cuentas por Pagar	GTO 385,100.00	GTO 369,550.00	GTO 373,440.00	GTO 385,100.00	GTO 389,000.00	GTO 396,780.00	GTO 400,670.00	GTO 412,340.00	GTO 420,200.00	GTO 377,330.00	GTO 385,100.00	GTO 396,780.00
Impuestos por Pagar	-	-	-	-	-	-	-	44530.10824	-	-	-	-
INVERSIÓN												
SALIDAS												
Vehículos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Inmobiliario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Equipo de Computo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
FINANCIERO												
ENTRADAS												
Inversión Efectiva	GTO 355,230.27	GTO 362,722.82	GTO 373,225.38	GTO 387,687.94	GTO 402,430.49	GTO 419,683.05	GTO 437,605.60	GTO 459,488.16	GTO 376,948.04	GTO 383,830.60	GTO 397,903.15	GTO 415,451.71
SALIDAS												
Retiros de Accionista	-	-	-	-	-	-	-	GTO 61,622.56	-	-	-	-
EFFECTIVO TOTAL	GTO 362,722.82	GTO 373,225.38	GTO 387,687.94	GTO 402,430.49	GTO 419,683.05	GTO 437,605.60	GTO 459,488.16	GTO 376,948.04	GTO 383,830.60	GTO 397,903.15	GTO 415,451.71	GTO 440,718.26

Tabla No. 31 – FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO 2015 - 2016
(Fondos Propios)

Cash Flow	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
OPERATIVO												
ENTRADAS												
Cobros	GTQ 50,000.00	GTQ 51,500.00	GTQ 53,000.00	GTQ 57,500.00	GTQ 60,500.00	GTQ 62,000.00	GTQ 66,500.00	GTQ 69,500.00	GTQ 51,500.00	GTQ 54,500.00	GTQ 65,000.00	GTQ 69,500.00
Cuentas por Cobrar	GTQ 378,000.00	GTQ 350,000.00	GTQ 353,500.00	GTQ 357,000.00	GTQ 367,500.00	GTQ 374,500.00	GTQ 378,000.00	GTQ 388,500.00	GTQ 395,500.00	GTQ 353,500.00	GTQ 360,500.00	GTQ 385,000.00
SALIDAS												
Logística	GTQ 7,8106	GTQ 7,8106	GTQ 7,8106	GTQ 7,8106	GTQ 7,8106	GTQ 7,8106	GTQ 7,8106	GTQ 7,8106	GTQ 7,8106	GTQ 7,8106	GTQ 7,8106	GTQ 7,8106
Salarios	GTQ 73,971.71	GTQ 74,021.71	GTQ 74,071.71	GTQ 74,221.71	GTQ 74,321.71	GTQ 74,371.71	GTQ 74,521.71	GTQ 74,621.71	GTQ 74,021.71	GTQ 74,121.71	GTQ 74,471.71	GTQ 74,621.71
Renta	GTQ 9,042.34	GTQ 9,042.34	GTQ 9,042.34	GTQ 9,042.34	GTQ 9,042.34	GTQ 9,042.34	GTQ 9,042.34	GTQ 9,042.34	GTQ 9,042.34	GTQ 9,042.34	GTQ 9,042.34	GTQ 9,042.34
Otros Gastos	GTQ 3,941.53	GTQ 3,941.53	GTQ 3,941.53	GTQ 3,941.53	GTQ 3,941.53	GTQ 3,941.53	GTQ 3,941.53	GTQ 3,941.53	GTQ 3,941.53	GTQ 3,941.53	GTQ 3,941.53	GTQ 3,941.53
Mantenimiento	GTQ 6,834.49	GTQ 6,834.49	GTQ 6,834.49	GTQ 6,834.49	GTQ 6,834.49	GTQ 6,834.49	GTQ 6,834.49	GTQ 6,834.49	GTQ 6,834.49	GTQ 6,834.49	GTQ 6,834.49	GTQ 6,834.49
Cuentas por Pagar	GTQ 420,120.00	GTQ 389,000.00	GTQ 392,890.00	GTQ 396,780.00	GTQ 408,450.00	GTQ 416,230.00	GTQ 420,120.00	GTQ 431,790.00	GTQ 439,570.00	GTQ 392,890.00	GTQ 400,670.00	GTQ 427,900.00
Impuestos por Pagar	-	-	-	-	-	-	-	GTQ 55,754.89	-	-	-	-
INVERSIÓN												
SALIDAS												
Vehiculos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Inmobiliario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Equipo de Computo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
FINANCIERO												
ENTRADAS												
Inversión												
Efectivo	GTQ 440,782.26	GTQ 447,677.13	GTQ 459,206.00	GTQ 471,794.87	GTQ 488,343.74	GTQ 506,622.61	GTQ 525,571.48	GTQ 548,480.35	GTQ 446,370.20	GTQ 452,829.07	GTQ 466,867.94	GTQ 490,276.81
SALIDAS												
Retiros de Accionista	-	-	-	-	-	-	-	GTQ 70,994.12	-	-	-	-
EFFECTIVO TOTAL	GTQ 447,677.13	GTQ 459,206.00	GTQ 471,794.87	GTQ 488,343.74	GTQ 506,622.61	GTQ 525,571.48	GTQ 548,480.35	GTQ 446,370.20	GTQ 452,829.07	GTQ 466,867.94	GTQ 490,276.81	GTQ 515,305.68

Tabla No. 32 – DIVIDENDOS PAGADOS A INVERSIONISTA
(Monto en Quetzales)

DIVIDENDOS CON PRÉSTAMO BANCARIO						
Inversión Inicial	2010	2011	2012	2013	2014	2015
-GTQ 64,500.00	GTQ 15,391.57	GTQ 22,067.49	GTQ 28,174.10	GTQ 36,751.45	GTQ 46,086.50	GTQ 57,788.46
DIVIDENDOS CON FONDOS PROPIOS						
Inversión Inicial	2010	2011	2012	2013	2014	2015
-GTQ 234,500.00	GTQ 41,829.96	GTQ 45,830.43	GTQ 49,213.24	GTQ 55,006.18	GTQ 61,622.56	GTQ 70,994.12

**Tabla No. 33 – Variación de la tasa de cambio
(Octubre 2008 – Octubre 2010)**

FECHA	TASA
1/10/08	7.50
1/11/08	7.57
1/12/08	7.67
1/1/09	7.78
1/2/09	7.95
1/3/09	8.05
1/4/09	8.11
1/5/09	8.10
1/6/09	8.12
1/7/09	8.15
1/8/09	8.24
1/9/09	8.28
1/10/09	8.34
1/11/09	8.31
1/12/09	8.32
1/1/10	8.35
1/2/10	8.32
1/3/10	8.15
1/4/10	7.99
1/5/10	8.02
1/6/10	8.00
1/7/10	8.03
1/8/10	8.02
1/9/10	8.05
1/10/10	8.14

Fuente: Banco de Guatemala

Figura No. 37
ENCUESTA GENERAL

ENCUESTA GENERAL

Edad exacta

25-29 años	30-39 años	40-49 años	50-59 años
------------	------------	------------	------------

1. ¿Quién selecciona la mayoría de las veces los alimentos que son consumidos en su hogar?

Padre o esposo	Madre o esposa	Hermano o hermana	Trabajador personal	Otro
----------------	----------------	-------------------	---------------------	------

2. ¿Quién realiza la mayoría de las veces la compra física de los alimentos en su hogar?

Padre o esposo	Madre o esposa	Hermano o hermana	Guardián	Otro
----------------	----------------	-------------------	----------	------

3. ¿Usted consume productos alimenticios importados?

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
---------	--------------	---------	------------	-------

4. ¿Usted se encontraría dispuesta a consumir un producto alimenticio importado en vez de la opción nacional?

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
---------	--------------	---------	------------	-------

5. A la hora de consumir un producto alimenticio, ¿qué tan importante es la calidad para usted?

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
---------	--------------	---------	------------	-------

6. A la hora de consumir un producto alimenticio, ¿qué tan importante es la variedad para usted?

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
---------	--------------	---------	------------	-------

7. A la hora de consumir un producto alimenticio, ¿qué tan importante es la facilidad de preparación para usted?

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
---------	--------------	---------	------------	-------

8. A la hora de consumir un producto alimenticio, ¿qué tan importantes son las características como por ejemplo bajo en sodio, bajo en calorías u otras que poseen los productos para usted?

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
---------	--------------	---------	------------	-------

9. A la hora de consumir un producto alimenticio, ¿qué tan importante es la accesibilidad de compra para usted?

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
---------	--------------	---------	------------	-------

10. ¿Usted se encontraría dispuesta a consumir un producto alimenticio importado a un precio mayor?

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
---------	--------------	---------	------------	-------

11. ¿Dónde compra usted la mayoría de sus productos alimenticios?

Hipermercados	Supermercados grandes	Supermercados pequeños	Mini supers	Mercados nacionales
---------------	-----------------------	------------------------	-------------	---------------------

12. ¿Cada cuánto se consume productos envasados o en latados en su hogar?

Diario	Semanal	Mensual	Anual	Nunca
--------	---------	---------	-------	-------

13. ¿Cada cuánto se consume productos refrigerados en su hogar?

Diario	Semanal	Mensual	Anual	Nunca
--------	---------	---------	-------	-------

14. ¿Alguna vez usted ha visto o consumido productos de GOYA FOODS®?



Sí	No
----	----

15. Si respondió Sí en la pregunta anterior, ¿con qué asocia a los productos de GOYA FOODS®?

Calidad	Precios Altos	Sabor	Facilidad de Preparación	Variedad
---------	---------------	-------	--------------------------	----------