

SOMOS BICI-CAFÉ

UNIVERSIDAD MONDRAGÓN MÉXICO

PROYECTO FIN DE SEMESTRE

Emanuel Morán Vega
Regina Sánchez Figueroa
Frida Vargas Fabila
Montserrat Jiménez Rangel



ÍNDICE

INTRODUCCION	2
DIAGRAMA DE GANTT	2
OBJETIVOS DEL PROYECTO	3
NUESTROS OBJETIVOS	3
GENERAL	3
POR MATERIA	3
NOMBRE Y LOGO	3
MISIÓN Y VISIÓN	4
MODELO DE NEGOCIOS	4
PROTOTIPOS	4
ZONAS DE DISTRIBUCIÓN	6
MODELO CANVAS	7
ANÁLISIS FODA	8
ANALISIS PEST	9
VISUALIZACIÓN DE PRODUCTOS	10
PROPUESTA DE DISEÑO DE MENÚ	11
RESULTADOS DE APRENDIZAJE POR MATERIA	12
NECESIDADES DE INVERSIÓN	12
NUESTRO MENÚ (PRECIO VS COSTO)	12
PRESUPUESTOS	13
ESTIMACIÓN DE UNIDADES VENDIDAS (4 BICI-CAFÉS	13
PRESUPUESTO DE VENTAS	14
PRESUPUESTO DE COSTOS	15
RESUMEN	16
FLUJO DE EFECTIVO Y VALUACIÓN	17
VALUACIÓN	17
ANÁLISIS DE INVERSIÓN	19
RESUMEN	20
EVA	22
RESUMÉN EN GRÁFICOS	23
CONCLUSIONES	27
CONCLUSIONES DEL PROYECTO	27
CONCLUSIONES PERSONALES	27
REFERENCIAS	30
ANEXOS	31
ANEXO 1 (Evidencia de introducción)	31

INTRODUCCIÓN

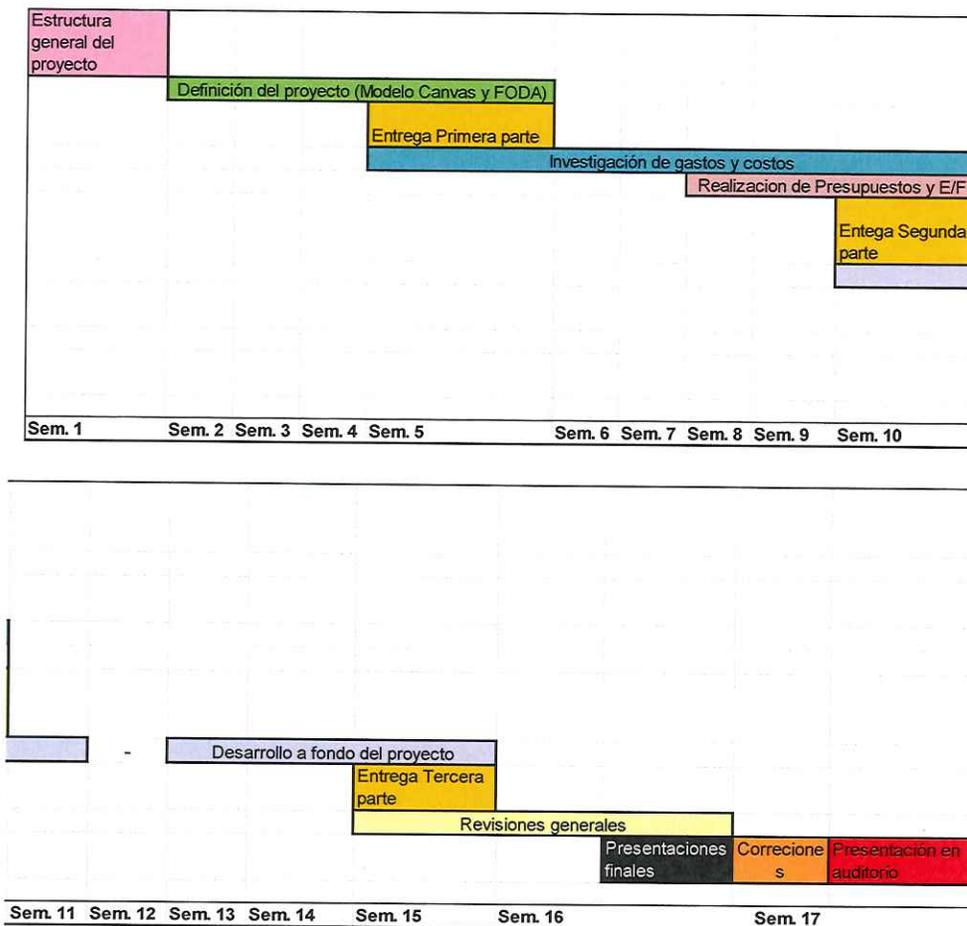
Situaciones que dan origen a nuestra idea:

- La dieta del mexicano es poco saludable.
- El café forma parte importante de la dieta del mexicano.
- En los emprendedores existe falta de capacitación.
- Baja productividad en ciertos sectores de la población

Nuestra propuesta:

Brindar un servicio que proporcione a nuestros clientes una alternativa rápida y de alimentos y para nuestros socios la seguridad de un ingreso adicional, al aumentar su productividad con el apoyo intrínseco en nuestro modelo de negocio.

DIAGRAMA DE GANTT



OBJETIVOS DEL PROYECTO

NUESTROS OBJETIVOS

- Cubrir una necesidad de ingresos adicionales que personas que busquen producir ganancias en sus tiempos libres, invirtiendo una cantidad pequeña; fomentando el sistema del cooperativismo en nuestro país.
- Brindar a las personas comida fácil, rápida y saludable

GENERAL

Poner en práctica los conocimientos adquiridos durante el semestre de la materia eficientemente en el desarrollo de nuestro proyecto.

POR MATERIA

- **Administración Financiera**
 - **Específicos:** con los conocimientos adquiridos en la clase sobre los roles e importancia de la administración financiera en una empresa, aplicarlo adecuadamente en la nuestra y saber utilizar posibles herramientas o instrumentos financieros que nos permitan un mayor rendimiento.
 - Así como, a partir de la valoración de empresas y de proyectos definir un valor adecuado al nuestro para a partir de ahí crear estimaciones y presupuestos.
- **Presupuestos**
 - **Específicos:** con los conocimientos adquiridos en clase relacionados a la realización adecuada de presupuestos, llevar a cabo un pronóstico y análisis de la viabilidad de nuestro proyecto al generar presupuestos. Así mismo hacer un cálculo anticipado de gastos, recursos y trabajos a realizar junto la planificación de la gestión financiera a ejecutar.

NOMBRE Y LOGO



MISIÓN Y VISIÓN

MISIÓN

Ser una opción de negocios viable para personas que buscan generar ingresos presentándolos al modelo cooperativista.

VISIÓN

En cinco años contar con socios alrededor de todo el país y ser reconocidos una cooperativa de alto impacto en la economía mexicana.

MODELO DE NEGOCIOS

- ✓ Somos una empresa **cooperativa** encargada de **producir y comercializar** los productos alimenticios básicos matutinos como **son** el café, en sus diferentes presentaciones, paninis y ensaladas de **extrema** calidad y a precios **económicos**. Todo esto desde **cafeterías móviles** o ambulantes que permiten al dueño de cada una, **nuestros socios**, poder desplazarse y llegar a la mayor cantidad de clientes posible.

PROTOTIPOS

PROTOTIPO DE VEHICULO PARA EXTERIORES



PROTOTIPO DE VEHICULO PARA INTERIORES (MODELO 1)



PROTOTIPO DE VEHICULO PARA INTERIORES (MODELO 2)



ZONAS DE DISTRIBUCIÓN

PRINCIPALES CENTROS DE OFICINAS

- Central Park
- High Park Corporativo
- Levant Diamante.
- Piamonte
- Latitud la Victoria.
- Q7001.
- Luma City.
- World Trade Center Querétaro.
- Momentum Centro Sur.
- Querétaro Business Park.
- Orvit
- Empresalia

PRINCIPALES ZONAS INDUSTRIALES QUERÉTARO

- Parque Industrial Benito Juárez
- Parque Industrial Jurica
- Parque Industrial Querétaro
- Zona Industrial San Pedrito
- Parque Industrial La Montaña
- Parque Industrial Santa Rosa
- Parque Industrial Santiago
- Parque Tecnológico

EL MARQUÉS

- Parque Industrial Bernardo Quintana Arrijoa
- Parque Industrial La Noria
- Parque Industrial Finsa
- Parque Industrial Aereopuerto O'Donell
- Parque Industrial El Marqués
- Parque Industrial La Cruz;

SAN JUAN DEL RÍO

- Zona Industrial San Juan del Río.
- Zona Industrial Valle de Oro.
- Parque Industrial Nuevo San Juan.

CORREGIDORA

- Parque Industrial El Pueblito.
- Parque Industrial Balvanera.

COLÓN

- Parque Aeroespacial Querétaro.
- Parque Agropark; en la Carretera Bernal.

MODELO CANVAS



Handwritten signature or mark.

ANÁLISIS FODA

AMENAZAS

- Competencia indirecta fuerte.
- Tipo de cambio al alza.
- Elecciones presidenciales. ✓
- Posible gobierno AMLO.
- Posible caída del gasto de consumo y PIB. ✓
- Posibles aranceles en metal y aluminio.
- TLCAN ✓
- Posible crecimiento de inflación y aumento de tasa de referencia.
- Gobierno Izquierdista desincentiva inversiones.

OPORTUNIDADES ✓

- Diseño único de la bicicleta.
- Crecimiento demográfico de Querétaro.
- Costo híbrido.
- Materias primas más baratas.
- Fomento del consumismo interno nacional.
- Forma de vida actual: tiempo limitado y siempre con prisa, pero con interés en lo fitness y el status.

DEBILIDADES

- Uso de productos perecederos.
- Problemas al momento de tomar decisiones y repartir utilidades. ✓
- Costo híbrido.
- Producto de alta elasticidad. ✓
- Desconfianza por el lugar de servicio.
- 1 persona por bici-café.

FORTALEZAS ✓

- Negocio creativo e innovador.
- Competencia directa limitada.
- Inversión de bajo costo.

- Bajos costos operativos.
- Atractivos márgenes de utilidad.
- Atractivo para personas con la forma de vida actual.
- Productos atractivos para el público actual.
- Negocio de alta movilidad.
- Modelo de negocios.
- Oportunidad de crecimiento para nuestros socios.
- Bajos costos laborales.
- Productos creativos y susceptibles al cambio.

ANALISIS PEST

POLÍTICO LEGAL

- Acta constitutiva.
- Permisos de venta de comida.
- Darse de alta en SHCP.

TECNOLÓGICO

- Construcción de las "Bici-café".
- Diseño de página web.

SOCIAL

- Promover el aprendizaje en cualquier edad.
- Reanimar la cultura del café, así como sus variaciones saludables.

ECONÓMICO

- Financiamiento de inversión.
- Reforma fiscal.

VISUALIZACIÓN DE PRODUCTOS



PROPUESTA DE DISEÑO DE MENÚ



BICI CAFÉ

BEBIDAS

Americano	\$18.00
Capuccino	\$21.00
Capuccino Moka	\$25.00
Capuccino Vainilla	\$25.00
Té	\$21.00
Chocolate	\$28.00
Frapé	\$45.00
Jugo de Naranja	\$12.00
Jugo Verde	\$25.00

ENSALADAS

ESPECIALIDADES

CROISSANT Jamón, queso, lechuga y jitomate.	\$29.00
PANINI TRADICIONAL Jamón, queso, lechuga y jitomate.	\$31.00
PANINI ESPAÑOL Salami, peperoni y queso manchego.	\$43.00
PANINI TRES QUESOS Queso manchego, de cabra y philadelphia.	\$37.00
PANINI VEGANO Cermen de trigo, albahaca, jitomate, pepino, pimienta y champiñones.	\$21.00

DULCE Arándanos, nuez, manzana, fresas y lechuga.	\$38.00
SALADA Lechuga, pollo, crutones, queso manchego y jitomate cherry.	\$41.00

RESULTADOS DE APRENDIZAJE POR MATERIA

NECESIDADES DE INVERSIÓN

Maquinaria y equipo	Costo
Cafetera c/ filtro	\$ 5,899.00
Licuadaora	\$ 2,500.00
Cargador Solar	\$ 912.57
Sandwichera o plancha	\$ 600.00
Carrito	\$ 46,000.00
Azucarera	\$ 269.00

\$ 70,000

NUESTRO MENÚ (PRECIO VS COSTO)

PRODUCTO	PRECIO	COSTO UNITARIO
Café Americano	\$18	\$15.2
Capuchino	\$21	\$17.6
Capuchino Moka	\$25	\$20
Capuchino Vainilla	\$25	\$20
Té	\$21	\$16
Chocolate	\$28	\$24.7
Frapuchino	\$45	\$28.28
Jugo de naranja	\$12	\$8.66
Jugo verde	\$25	\$21.91
Croissant	\$29	\$24.69
Panini Tradicional	\$31	\$28.33
Panini Español	\$43	\$39.8
Panini Tres quesos	\$37	\$33.77
Panini Vegano	\$21	\$18.4
Ensalada cesar	\$41	\$36.28
Ensalada dulce	\$38	\$36.35

PRESUPUESTOS

ESTIMACIÓN DE UNIDADES VENDIDAS (4 BICI-CAFÉS)

PRODUCTOS	UNIDADES AL DIA	UNIDADES POR LAS 4 BICICAFES	PRECIO	UNIDADES AL MES (PROMEDIO DE 29.6)	COSTO UNITARIO
Café Americano	5	20	\$18	592	\$15.2
Capuchino	8	32	\$21	947	\$17.6
Capuchino Moka	10	40	\$25	1184	\$20
Capuchino Vainilla	10	40	\$25	1184	\$20
Te	5	20	\$21	592	\$16
Chocolate	8	32	\$28	947	\$24.7
Frapuchino	10	40	\$45	1184	\$28.28
Jugo de naranja	10	40	\$12	1184	\$8.66
Jugo verde	10	40	\$25	1184	\$21.91
Croissant	5	20	\$29	592	\$24.69
Panini Tradicional	10	40	\$31	1184	\$28.33
Panini Español	5	20	\$43	592	\$39.8
Panini Tres quesos	5	20	\$37	592	\$33.77
Panini Vegano	8	32	\$21	947	\$18.4
Ensalada cesar	8	32	\$41	947	\$36.28
Ensalada dulce	5	20	\$38	592	\$36.35

PRESUPUESTO DE VENTAS

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
Café Americano (Unidades)	592	639	691	746	805
Café Americano (Importe)	\$ 10,597	\$ 11,445	\$ 12,360	\$ 13,349	\$ 14,417
Capuchino (Unidades)	947	1023	1105	1193	1289
Capuchino (Importe)	\$ 19,607	\$ 21,176	\$ 22,870	\$ 24,699	\$ 26,675
Frapuchino (Unidades)	1184	1279	1381	1491	1611
Frapuchino (Importe)	\$ 53,256	\$ 57,517	\$ 62,118	\$ 67,088	\$ 72,455
Jugo de naranja (Unidades)	1184	1279	1381	1491	1611
Jugo de naranja (Importe)	\$ 14,208	\$ 15,345	\$ 16,572	\$ 17,898	\$ 19,330
Croissant (Unidades)	592	639	691	746	805
Croissant (Importe)	\$ 16,990	\$ 18,350	\$ 19,818	\$ 21,403	\$ 23,115
Panini Tradicional (Unidades)	1184	1279	1381	1491	1611
Panini Tradicional (Importe)	\$ 37,059	\$ 40,024	\$ 43,226	\$ 46,684	\$ 50,419
Ensalada dulce (Unidades)	592	639	691	746	805
Ensalada dulce (Importe)	\$ 22,703	\$ 24,519	\$ 26,481	\$ 28,599	\$ 30,887
Unidades Total	14445	15600	16848	18196	19652
Importe Total	\$ 408,377	\$ 441,047	\$ 476,331	\$ 514,437	\$ 555,592

Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
870	939	1015	1096	1183	1278	1380
\$ 15,570	\$ 16,816	\$ 18,161	\$ 19,614	\$ 21,183	\$ 22,878	\$ 24,708
1392	1503	1623	1753	1893	2045	2209
\$ 28,809	\$ 31,114	\$ 33,603	\$ 36,291	\$ 39,195	\$ 42,330	\$ 45,717
1740	1879	2029	2192	2367	2556	2761
\$ 78,251	\$ 84,511	\$ 91,272	\$ 98,574	\$ 106,460	\$ 114,976	\$ 124,175
1740	1879	2029	2192	2367	2556	2761
\$ 20,876	\$ 22,546	\$ 24,350	\$ 26,298	\$ 28,402	\$ 30,674	\$ 33,128
870	939	1015	1096	1183	1278	1380
\$ 24,964	\$ 26,962	\$ 29,119	\$ 31,448	\$ 33,964	\$ 36,681	\$ 39,615
1740	1879	2029	2192	2367	2556	2761
\$ 54,452	\$ 58,808	\$ 63,513	\$ 68,594	\$ 74,082	\$ 80,008	\$ 86,409
870	939	1015	1096	1183	1278	1380
\$ 33,358	\$ 36,027	\$ 38,909	\$ 42,022	\$ 45,384	\$ 49,015	\$ 52,996
21224	22922	24756	26736	28875	31185	33680
\$ 600,040	\$ 648,043	\$ 699,886	\$ 755,877	\$ 816,347	\$ 881,655	\$ 952,188

PRESUPUESTO DE COSTOS

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
Café Americano (Unidades)	592	639	691	746	805
Café Americano (Importe)	\$ 8,998.40	\$ 9,718.27	\$ 10,495.75	\$ 11,335.39	\$ 12,242.22
Capuchino (Unidades)	947	1023	1105	1199	1289
Capuchino (Importe)	\$ 16,670.72	\$ 18,094.38	\$ 19,444.75	\$ 21,000.31	\$ 22,680.33
Frapuchino (Unidades)	1184	1279	1381	1491	1611
Frapuchino (Importe)	\$ 33,483.52	\$ 36,162.20	\$ 39,055.18	\$ 42,179.59	\$ 45,553.96
Jugo de naranja (Unidades)	1184	1279	1381	1491	1611
Jugo de naranja (Importe)	\$ 10,253.44	\$ 11,073.72	\$ 11,959.61	\$ 12,916.38	\$ 13,949.69
Croissant (Unidades)	592	639	691	746	805
Croissant (Importe)	\$ 14,616.48	\$ 15,785.80	\$ 17,048.66	\$ 18,412.56	\$ 19,885.56
Panini Tradicional (Unidades)	1184	1279	1381	1491	1611
Panini Tradicional (Importe)	\$ 33,542.72	\$ 36,226.14	\$ 39,124.23	\$ 42,254.17	\$ 45,634.50
Ensalada dulce (Unidades)	592	639	691	746	805
Ensalada dulce (Importe)	\$ 21,519.20	\$ 23,240.74	\$ 25,099.99	\$ 27,107.99	\$ 29,276.63
Unidades Total	14445	15600	16848	18196	19652
Importe Total	\$ 340,600.10	\$ 367,848.10	\$ 397,275.95	\$ 429,058.03	\$ 463,382.67

Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
870	939	1015	1096	1183	1278	1380
\$ 13,221.60	\$ 14,279.33	\$ 15,421.68	\$ 16,655.41	\$ 17,987.84	\$ 19,425.87	\$ 20,981.02
1392	1503	1623	1753	1893	2045	2209
\$ 24,494.76	\$ 26,454.34	\$ 28,570.68	\$ 30,856.34	\$ 33,324.85	\$ 35,990.83	\$ 38,870.10
1740	1879	2029	2192	2367	2556	2761
\$ 49,198.28	\$ 53,134.14	\$ 57,384.87	\$ 61,975.66	\$ 66,933.71	\$ 72,288.41	\$ 78,071.48
1740	1879	2029	2192	2367	2556	2761
\$ 15,065.67	\$ 16,270.92	\$ 17,572.59	\$ 18,978.40	\$ 20,496.67	\$ 22,135.41	\$ 23,907.32
870	939	1015	1096	1183	1278	1380
\$ 21,476.40	\$ 23,194.52	\$ 25,050.08	\$ 27,054.08	\$ 29,218.41	\$ 31,555.88	\$ 34,080.35
1740	1879	2029	2192	2367	2556	2761
\$ 49,285.26	\$ 53,228.08	\$ 57,486.33	\$ 62,085.23	\$ 67,052.05	\$ 72,416.22	\$ 78,209.51
870	939	1015	1096	1183	1278	1380
\$ 31,618.76	\$ 34,148.27	\$ 36,880.13	\$ 39,830.54	\$ 43,016.98	\$ 46,458.34	\$ 50,175.01
21224	22922	24756	26736	28875	31185	33680
\$ 500,453.28	\$ 540,489.55	\$ 583,728.71	\$ 630,427.01	\$ 680,861.17	\$ 735,330.06	\$ 794,156.47

RESUMEN

RESUMEN	Total	%	Enero	Febrero	Marzo	Abril
TOTAL INGRESOS	7,223,834		379,791	411,674	444,488	479,927
COSTE de las VENTAS	4,488,823	62.1%	263,658	278,850	295,257	312,976
Consumo	3,603,667	49.9%	189,895	205,087	221,494	239,213
Costes producción/servicio	885,155	12.3%	73,763	73,763	73,763	73,763
Personal	0	0.0%	0	0	0	0
MARGEN BRUTO	2,735,012	37.9%	116,132	132,824	149,231	166,950
MARKETING y VENTAS	126,908	1.8%	10,899	9,560	9,729	9,907
Personal	0	0.0%	0	0	0	0
Publicidad y promoción	119,984	1.7%	10,322	8,983	9,152	9,330
Otros gastos	6,924	0.1%	577	577	577	577
GENERALES y ADMINIST	8,563	0.1%	714	714	714	714
Personal	0	0.0%	0	0	0	0
Gastos generales	8,563	0.1%	714	714	714	714
Otros gastos explotación	0	0.0%	0	0	0	0
E.B.I.T.D.A.	2,599,541	36.0%	104,520	122,550	138,788	156,330
amortizaciones	0	0.0%	0	0	0	0
RESULTADO expl	2,599,541	36.0%	104,520	122,550	138,788	156,330

	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
	518,201	559,537	604,180	652,394	704,466	760,703	821,439	887,035
	332,113	352,781	375,103	399,210	425,246	453,365	483,733	516,530
	258,350	279,018	301,340	325,447	351,483	379,602	409,970	442,767
	73,763	73,763	73,763	73,763	73,763	73,763	73,763	73,763
	0	0	0	0	0	0	0	0
	186,088	206,756	229,077	253,184	279,220	307,339	337,707	370,504
	10,093	10,289	10,495	10,711	10,937	11,175	11,425	11,688
	0	0	0	0	0	0	0	0
	9,516	9,712	9,918	10,134	10,360	10,598	10,848	11,111
	577	577	577	577	577	577	577	577
	714							
	0	0	0	0	0	0	0	0
	714	714	714	714	714	714	714	714
	0							
	175,281	195,753	217,868	241,760	267,569	295,450	325,568	358,103
	0	0	0	0	0	0	0	0
	175,281	195,753	217,868	241,760	267,569	295,450	325,568	358,103

FLUJO DE EFECTIVO Y VALUACIÓN

VALUACIÓN

BALANCES	¿Qué poner aquí?				
ACTIVO	70,987	113,224	180,593	288,045	459,588
Activo Fijo	57,669	91,982	146,711	234,004	373,237
Circulante	13,318	21,242	33,882	54,041	86,351
Existencias	6,659	10,621	16,941	27,021	43,253
Realizable					
Disponibles	6,659	10,621	16,941	27,021	43,098
Patrimonio Neto y PASIVO	70,987	113,224	180,593	288,045	459,588
P.N. - Recursos Propios	1665	2655	4235	6755	10774
Exigible a Largo Plazo	64,328	102,603	163,652	261,025	416,490
Exigible a Corto Plazo	4994	7966	12706	20266	32323
OTROS	¿Qué poner aquí?				
Personal Total	4	5	6	7	8
Inversión Total	70,000				

TESORERÍA		¿Qué poner aquí?				
Explotación		11,622	12,950	14,371	15,892	17,519
	Cobros	16,603	18,500	20,530	22,702	25,026
	Pagos	4,981	5,550	6,159	6,811	7,508
Inversión		10,500	10,500	10,500	10,500	10,500
	Ingresos	\$ 10,499.80	\$ 10,499.80	\$ 10,499.80	\$ 10,499.80	\$ 10,499.80
	Compra de activos					
Flujos Netos de Tesorería		22,122	23,450	24,871	26,391	28,018
	FT acumulado	22,122	45,572	70,443	96,834	124,853

	BICICAFE					
	1er AÑO	2º AÑO	3er AÑO	4º AÑO	5º AÑO	
¿Qué poner aquí?						
CUENTA de RESULTADOS						
INGRESOS por Ventas	7,749,822	8,292,309	8,872,771	9,493,865	10,158,436	
Coste de las Ventas	6,463,611	6,916,064	7,400,188	7,918,202	8,472,476	
	Gastos Fijos	6463611.094	6916063.871	7400188.342	7918201.826	8472475.632
	Gastos Variables					
Margen Bruto	1,286,211	1,376,245	1,472,583	1,575,663	1,685,960	
Gastos de Ventas y Marketing	119,984	128,383	137,370	146,986	157,275	
	Gastos Fijos	119984	128383	137370	146986	157275
	Gastos Variables					
Gastos de admón. y Generales	778,757	833,270	891,599	954,011	1,020,792	
	Gastos Fijos	\$ 774,862.18	\$ 829,230.93	\$ 887,277.10	\$ 949,386.50	\$ 1,015,843.55
	Gastos Variables	3,775	4,039	4,322	4,625	4,948
Total gastos operativos	898,741	961,653	1,028,969	1,100,997	1,178,066	
EBITDA	387,470	414,592	443,614	474,667	507,894	
Amortizaciones	\$ 10,499.80	\$ 10,499.80	\$ 10,499.80	\$ 10,499.80	\$ 10,499.80	
RESULTADO Explotación	376,970	404,093	433,114	464,167	497,394	
Financieros	360,367	385,592	412,584	441,465	472,367	
Extraordinarios						
RESULTADO (antes de impuestos)	737,336	789,685	845,698	905,632	969,761	

ANÁLISIS DE INVERSIÓN

		BICICAFE
Retorno de la Inversión -payback		<u>¿Qué es?</u>
1.1	Año de Retorno	3.00
1.2	T. Retorno (rotación 5 años)	1.78
VAN y TIR (5 años)		<u>¿Qué es?</u>
2.1	Tasa de Descuento	18.0%
2.2	V.A.N.	6,586
2.3	T.I.R.	21.9%

✓
✓ (+)

ROI (simple)		<u>¿Qué es?</u>
3.1	R.O.I. a 3 años	422.1%
3.1	R.O.I. a 4 años	412.0%
3.1	R.O.I. a 5 años	402.6%
ROI (Dupont)		<u>¿Qué es?</u>
4.1	R.O.I. (D) a 3 años	11.4%
4.2	R.O.I. (D) a 4 años	7.9%
4.3	R.O.I. (D) a 5 años	5.4%

✓

		BICICAFE	
Rentabilidad		Máximo	Promedio
a	% Rentabilidad Bruta (BAI/RP)	44290.6%	23281.1%
b	% Rendimiento (BEpx/Activos)	531.0%	279.4%
Beneficios y márgenes		Máximo	Promedio
a	Margen Bruto (Vtas-CdV)	1,685,960	1,479,332
	<i>% margen sobre ventas</i>	16.6%	16.6%
b	EBITDA	507,894	445,647
	<i>% sobre ventas</i>	5.0%	5.0%
c	BENEFICIO Explotación	497,394	435,147
	<i>% sobre ventas</i>	4.9%	4.9%
d	BENEFICIO antes de impuestos	969,761	849,622
	<i>% margen sobre ventas</i>	9.5%	9.5%

Esfuerzo de Ventas		Máximo	Promedio
a	Punto de Equilibrio	10,133,397	8,892,758
b	% Ventas previstas para PE	99.8%	99.8%
c	Ventas previstas	10,158,436	8,913,441
d	Ventas por empleado	1,937,455	1,560,740
e	% Gastos Vtas y Mk sobre ventas	1.5%	1.5%
Crecimiento Previsto (% anual)		Máximo	Promedio
a	Ventas	7.0%	7.0%
b	Gastos	7.0%	7.0%
c	EBITDA	7.0%	7.0%
d	BENEFICIO antes de impuestos	7.1%	7.1%

RESUMEN

MiProyecto

Evaluación de negocios

Inversión y retorno	BICICAFE	N/A
<i>Inversión Total</i>	70,000	0
<i>Año de retorno (payback)</i>	3	0
<i>Retorno a 5 años (rotación inversión)</i>	1.78	0.00
<i>Valor Actual Neto (V.A.N.)</i> ✓	6,586	0
<i>Tasa Interna de Retorno (T.I.R.)</i>	21.9% ✓	S/D
<i>R.O.I. simple a 5 años</i>	402.6%	0.0%
<i>R.O.I. Du Pont a 5 años</i>	5.4%	0.0%
Rentabilidad	BICICAFE	N/A
<i>Rentabilidad Bruta - máxima</i>	44290.6%	0.0%
<i>Rentabilidad Bruta - promedio</i>	23281.1%	0.0%
<i>Rendimiento- máximo</i>	531.0%	0.0%
<i>Rendimiento - promedio</i>	279.4%	0.0%
Beneficios y márgenes	BICICAFE	
<i>BENEFICIO antes de impuestos (5 años)</i>	4,248,112	
<i>Margen sobre ventas (promedio)</i>	9.5%	
<i>EBITDA (5 años)</i>	2,228,236	
<i>Margen sobre ventas (promedio)</i>	5.0%	
Punto Equilibrio	BICICAFE	
<i>Punto de Equilibrio</i>	8,892,758	
<i>% Ventas previstas para PE</i>	99.8%	
Ventas	BICICAFE	
<i>Ventas previstas (promedio)</i>	8,913,441	
<i>Ventas por empleado (promedio)</i>	1,560,740	
<i>% Gastos Vtas y Mk sobre ventas</i>	1.5%	
Crecimiento previsto	BICICAFE	
<i>Ventas</i>	7.0%	
<i>Gastos</i>	7.0%	
<i>BENEFICIO antes de impuestos</i>	7.1%	

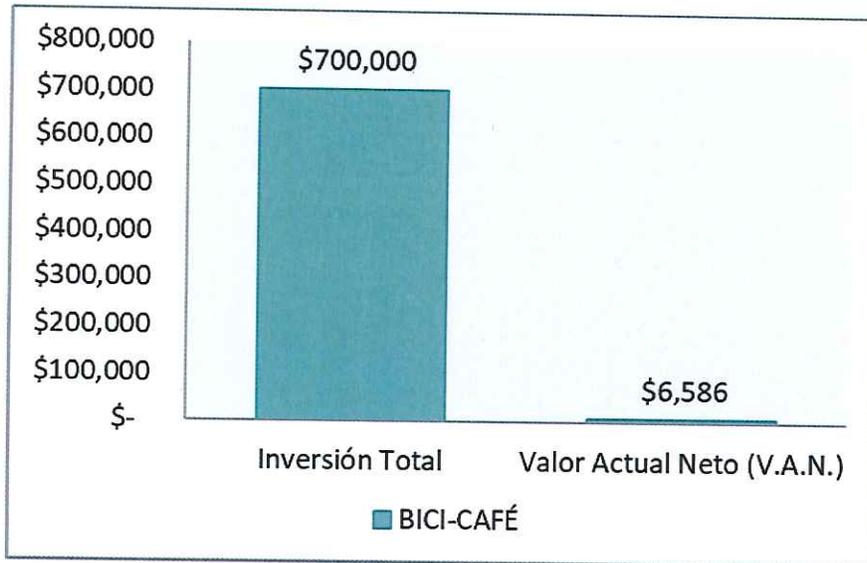
EVA

Indicador	Definición	1	2	3	4	5
Estado de Resultados	Nopat= Ganancia Operativa x (1-t)	11622.12	12950.16	14371.16	15891.63	17518.54
Balance General	Capital= <u>Activos totales</u> - <u>Pasivo no financiero</u> - <u>Activos no operativos</u>	70,987	113,224	180,593	288,045	459,588
ROIC	<ul style="list-style-type: none"> Es la rentabilidad del capital. ROIC = NOPAT / Capital 	16.37%	11.44%	7.96%	5.52%	3.81%
WACC	Es el costo promedio ponderado del capital $Ke \%E + kd*(1-t)\%D$	18%	18%	18%	18%	18%

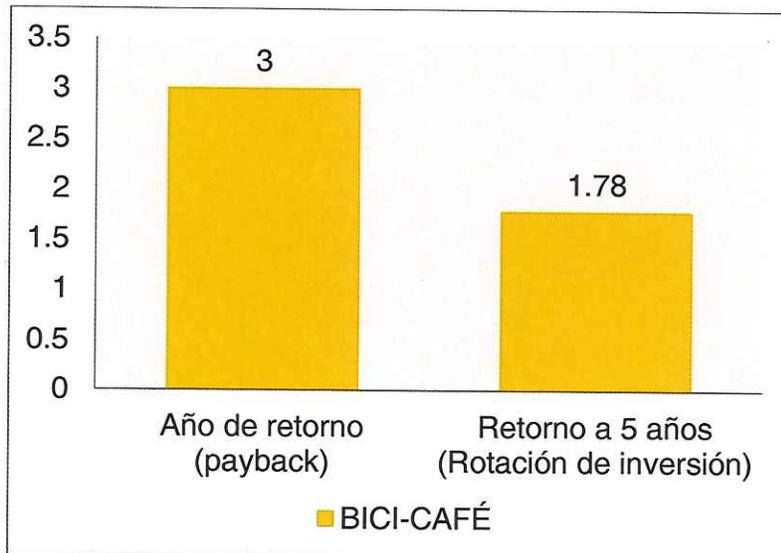
Indicador	Definición	1	2	3	4	5
EVA	Es el valor que agrega esta empresa sobre el capital inicial. $EVA = Capital * (ROIC - WACC)$	-1155.54	-7430.22	-18135.54	-35956.55	-65207.28
Factor D	Factor de descuento para calcular valores presentes. $FD = 1/(1+WACC)^n$	0.847457627	0.71818443	0.608630873	0.515788875	0.437109216
VP EVA	El EVA de cada año debe ser descontado a valor presente, ya que es un valor en moneda (ej dólares). El factor de descuento es $1/(1+wacc)^n$	-979.2750628	-5336.266037	-11037.84915	-18545.99082	-28502.70098
Valor de la empresa	Es la suma de los EVA que generará la empresa a lo largo de su vida, MÁS el capital inicial.			-64402.08206		

RESUMÉN EN GRÁFICOS

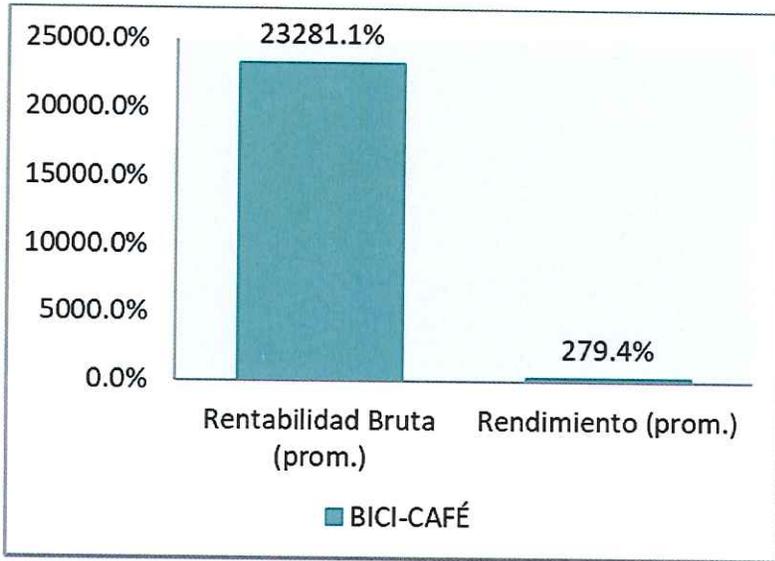
INVERSIÓN Y V.A.N.



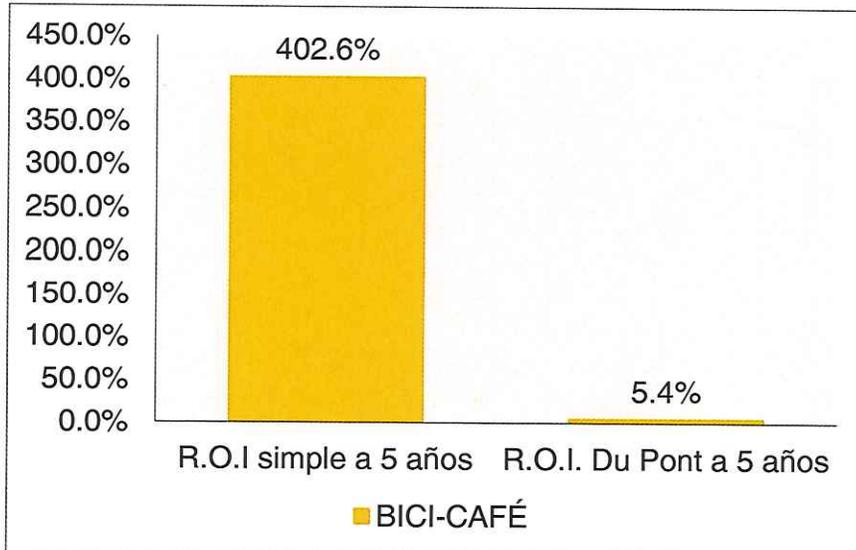
RETORNO



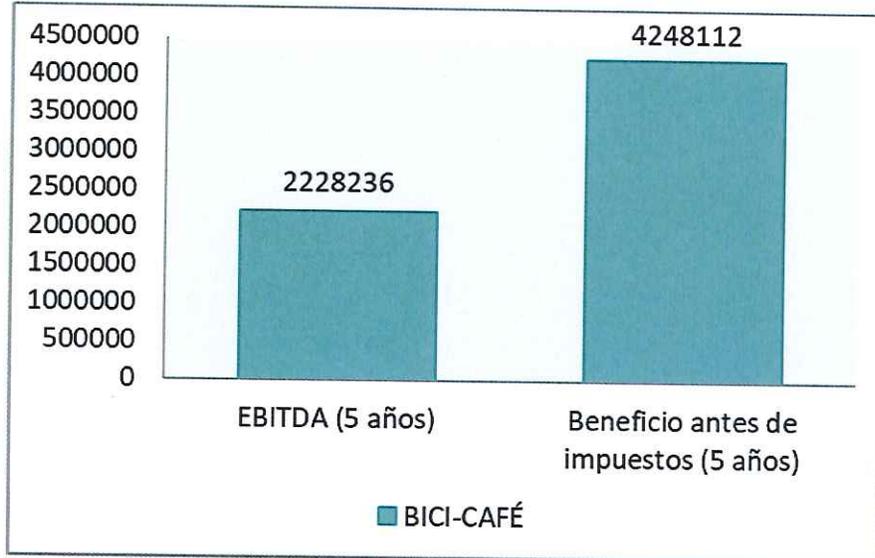
RENTABILIDAD



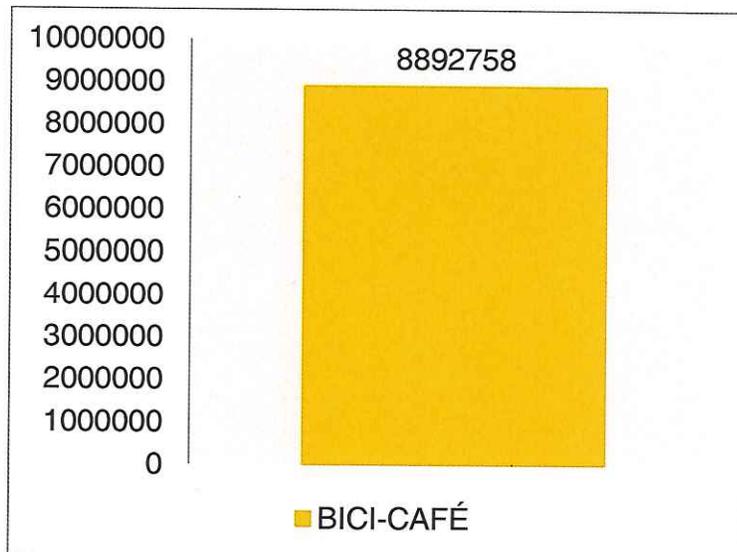
R.O.I.



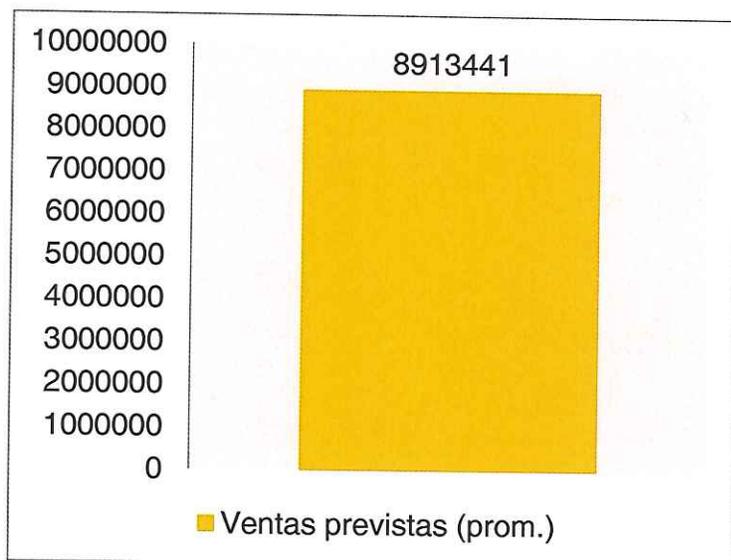
BENEFICIO



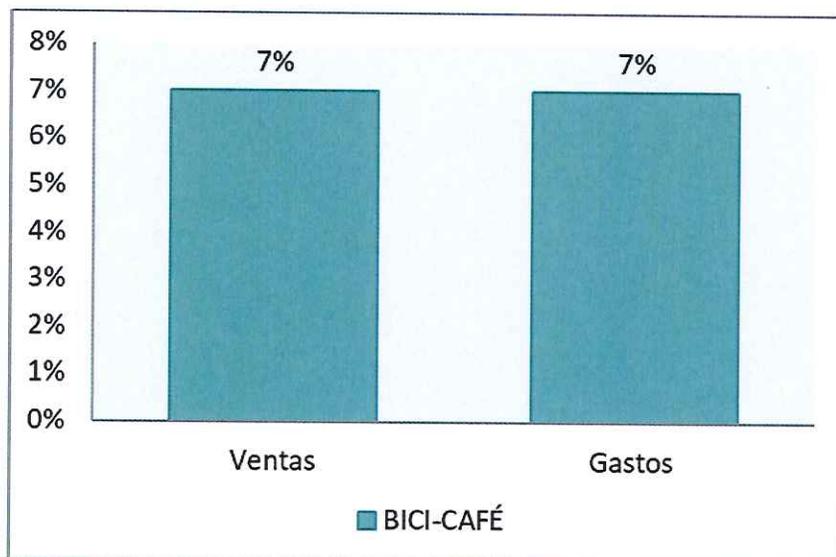
PUNTO DE EQUILIBRIO



VENTAS



CRECIMIENTO BENEFICIO



CONCLUSIONES

CONCLUSIONES DEL PROYECTO

El modelo de negocios que elegimos tiene tanto muy buenas ventajas como también algunas desventajas.

Primero, el hecho de que sea cooperativa. Cuando se presentó la idea de formar nuestra empresa como una cooperativa lo vimos como una muy buena opción puesto que queríamos que nuestra empresa fuera socialmente responsable y se guiaría por ciertos valores que ayudarán al crecimiento no solo de los fundadores si no de cualquier socio nuevo. También porque sabíamos que el éxito del negocio va a ser las personas y la capacidad de vender el producto y disposición de aventurarse a este modelo que es diferente a todos los demás. Y también teníamos la idea de poder hacer “alianzas” con otras cooperativas que sean nuestros proveedores y así fomentar aún más el cooperativismo. Sin embargo, ya avanzando más en el proyecto nos encontramos con varias dudas sobre la realidad ya estando en marcha, por ejemplo, el manejo de las utilidades, si cada socio con su Bici-Café recibirá las utilidades que gane por su propia bici o si habrá una repartición entre todas. Aún seguimos en espera de la respuesta de nuestro asesor en cooperativas para resolver esta duda.

Segundo, en cuanto a una de nuestras propuestas de valor más importantes, la baja inversión. Seguimos considerando que esto es una gran fortaleza de nuestro proyecto porque con toda la investigación no hicimos más que comprobar que la inversión necesaria para montar toda una Bici-Café es muy poca comparada con las utilidades posibles a generar. Y lo comprobamos aún más con todos nuestros modelos de análisis, flujos de efectivo y presupuestos de estados financieros.

Y esto solo apoya aún más nuestro mercado meta en cuanto a posibles socios, que son personas con tiempo libre y bajo presupuesto de inversión que buscan hacer un ingreso extra.

En conclusión, creemos que es una muy buena idea de modelo de negocio, con baja inversión y mucha retribución, y que, aunque puede ser afectado el volumen de venta por diferentes variables el vender un producto básico para nuestro mercado meta nos da tranquilidad sobre la rentabilidad del proyecto.

CONCLUSIONES PERSONALES

EMANUEL MORÁN

SOBRE LA EMPRESA: Nuestra propuesta de empresa fue algo complicada, ya que inicialmente el producto que íbamos a vender era diferente y todo nuestro modelo de

negocios nos lo replanteamos, con el fin de hacer algo nuevo (y gracias al hecho que tenemos clase de economía social este semestre) decidimos hacer que la empresa sea una cooperativa, lo cual hemos encontrado trae beneficios y problemas a considerar, tales como la repartición de utilidades y la logística para las asambleas generales, sin contar lo difícil que es hacer que más de 2 personas se pongan de acuerdo con algo unánimemente.

A pesar de eso nuestro proyecto parece ser rentable, aun así, recomiendo no dejarse llevar por este proyecto porque existen variables que podrían cambiar muy fácilmente, sobre todo nuestra proyección de unidades vendidas al día puede cambiar y no se venderá lo mismo todos los días, además de que se deben de considerar los riesgos y amenazas que identificamos en este trabajo. Pero, también nuestra mayor fuerza es la baja inversión y la movilidad que ofrecemos y es por eso que considero la empresa como una buena empresa.

SOBRE EL PROYECTO: Este semestre se repitió la dinámica de hacer una empresa propia y encargarse de hacer los presupuestos y la valuación de esa empresa y fue más difícil de lo que pensaba, lo más complicado que cualquier empresa debe de tener en cuanta es su diferenciador y se nos complicó inicialmente al encontrar uno, sobre todo que la investigación e implementación de precios y costos es muy estresante y además de eso la interpretación es más compleja de lo que parece y yo personalmente me di cuenta que este trabajo no lo podría haber hecho sin mis compañeras de equipo, realmente cada uno de nosotros aportó algo al proyecto y el trabajo de cada uno no pasó desapercibido.

MONTSERRAT JIMENEZ

A lo largo del trabajo de este proyecto aprendí y reafirmé varios conocimientos, tanto escolares como de la vida cotidiana. En primer lugar esta vez trabajé con una persona diferente y me pareció que fue un buen complemento del equipo, además logré aplicar lo visto en cada una de mis materias, incluyendo economía social, para lograr que este proyecto fuera posible; siempre es complicado poder aplicar los conocimientos adquiridos porque en la realidad las cosas son muy diferentes, pero en esta ocasión pudimos emplear cada uno de los nuevos aprendizajes de las clases, además de como siempre, reafirmar las habilidades que obtuvimos los primeros semestres, tales como mercadotecnia, contabilidad, economía, entre otros. El resultado me pareció favorable y me encanta la idea de que sea un proyecto que puede ayudar a la gente y mejorar la economía de un sector poblacional que es catalogado como “no productivo”, así como la inclusión de la economía social (cooperativas) en nuestro modelo de negocios.

REGINA SÁNCHEZ

Desde el inicio del semestre tuvimos un poco de complicaciones eligiendo nuestro proyecto fin, por la experiencia yo prefiero muchísimo más trabajar con empresas ya establecidas para así identificar problemas reales que tengan y poder proponerles soluciones viables. Sin embargo, cuando trabajamos con propuestas de negocio nuevas pensadas por nosotros siempre está la cuestión de que nunca estamos totalmente convencidos y sobre todo que todo es muy hipotético por más que hagamos todos los estudios y análisis bien con buena investigación y bases de semestres atrás es muy poco probable que realmente hagamos ese proyecto así que siento que se queda al aire acabando el semestre.

Aun así, honestamente este semestre, aunque fue igual que nosotros pensáramos un modelo de negocios, considero que lo hicimos aún más real y tuvimos mejores bases por parte de las materias involucradas, todo el material que nos proporcionó el maestro Arturo y los métodos de valuación de empresa fueron muy buenos y nos ayudó a ver realmente la rentabilidad del proyecto. Así como las estructuras para realizar presupuestos nos permitieron entender como es todo el flujo de efectivo en una empresa real y la importancia de saber administrar bien los recursos.

En cuanto al desempeño de mi equipo considero que hicimos muy buen trabajo, a estas alturas del semestre creo que ya todos los compañeros nos conocemos lo suficiente y sabemos con quién somos buenos trabajando y con quien a lo mejor cuesta un poco más, y creo que mi equipo fue la mejor elección, todos aportábamos en lo que sabemos que somos buenos y todos trabajamos.

FRIDA VARGAS

La toma de decisiones siempre ha sido fundamental dentro del mundo financiero, y algunos de los datos más importantes a considerar para la toma de decisiones es la información arrojada por el análisis económico y financiero.

A primera vista muchos proyectos de inversión podrían ser considerados como viables y/o rentables, sin embargo, por muchas variables de diferentes índoles los proyectos se ven afectados durante el paso del tiempo. De una valoración de proyectos de inversión derivan indicadores importantes que ayudan al inversionista a saber desde cual será el rendimiento del proyecto, su índice de rentabilidad, así como el tiempo de recuperación de la inversión hasta el valor económico agregado de dicho proyecto.

En el caso de nuestra empresa, a pesar de tener fortalezas importantes con nuestra inversión de bajo costo y nuestro modelo de negocios, existen variables que podrían convertirlo en un proyecto de inversión riesgoso, tales como una posible caída del consumo y la competencia fuerte, ambas pudiendo afectar al nivel de ventas. Inclusive algunas de nuestras principales fortalezas y oportunidades también pueden tornarse amenazas y debilidades de acuerdo con el panorama económico en que se desarrolle el proyecto.

Creo que la importancia de este tipo de estudios la vas encontrando conforme avanza dicho análisis, ya que durante este se van identificando y recopilando todos los costos y beneficios que se pueden obtener del proyecto. El valor del uso de este tipo de métodos radica en la forma correcta de realizarlos, ya que la calculación incorrecta de algunos valores puede acabar en una mala decisión.

REFERENCIAS

- Coffe Bike. (16 de Febrero de 2018). Coffe Bike. Recuperado el 16 de Febrero de 2018, de Coffe Bike: <https://coffee-bike.com/>
- Coffe solutions. (s.f.). Recuperado el 16 de Febrero de 2018, de Coffe solutions: <https://www.coffeesolutions.com.mx/carrito.php?categoria=Insumos+para+Cafeteria>
- Costco. (12 de Marzo de 2018). Costco. Recuperado el 12 de Marzo de 2018, de Costco: <https://www.costco.com.mx/>
- Mercado Libre. (12 de Marzo de 2018). Recuperado el 12 de Marzo de 2018, de Mercado Libre: <https://www.mercadolibre.com.mx/>
- Wal-Mart. (12 de Marzo de 2018). Recuperado el 12 de Marzo de 2018, de Wal-Mart: https://www.walmart.com.mx/inicio?msclkid=38dfd2deed5c196296e9882daceb75f&utm_source=bing&utm_medium=cpc&utm_campaign=rev%20-%20Branded%20Terms%20-%20SEM&utm_term=walmart&utm_content=Brand%20Sitio%20Web%20-%20SEM%20-%20REV
- FEEBBO MEXICO. (29 de Marzo de 2017). *Feebbo*. Obtenido de <http://blog.feebbomexico.com/estudio-de-mercado-sobre-consumo-de-cafe-2017/>
- HuffPost México. (04 de 09 de 2017). *HUFFPOST*. Obtenido de https://www.huffingtonpost.com.mx/2017/09/04/empuje-millennial-asi-aumenta-el-consumo-de-cafe-en-mexico_a_23196412/
-

ANEXOS

ANEXO 1 (Evidencia de introducción)

Ahora bien, hablemos de café...

- 85% de los mexicanos toman de una a tres tazas al día. (Profeco, 2017)
- El consumo de café aumenta 2% cada año (Profeco, 2017).

¿Cada cuando tomas café?

- **Diariamente:** 51%
- **Algunas veces a la semana:** 38%
- **Menos de una vez por semana:** 8%
- **Muy rara vez:** 2%

¿Cuánto gastas por "taza" de café?



¿Cuál es tu cafetería favorita?

