

UNIVERSIDAD LATINOAMERICANA DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA

PLAN DE NEGOCIOS:

MARKETING 2000 S.A. DE C.V.

CRISTIAN BEJARANO BARQUERO.

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN EMPRESARIAL APLICADA.

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON ÉNFASIS EN
FINANZAS**

DICIEMBRE 2006

i. Dedicatoria

A mi madre por todos los esfuerzos y enseñanzas que me ha dado a lo largo de mi vida.

A Shirley, mi esposa, por su apoyo, amor y compañía.

A Jimenita, mi vida.

ii. Agradecimiento

A Credomatic S.A. por todo el apoyo y la formación profesional que me han brindado.

A todos las personas encargadas de mi constitución académica.

Índice

| | |
|---|----|
| i.Dedicatoria | 2 |
| ii.Agradecimiento | 3 |
| I. Resumen Ejecutivo | 6 |
| II. Descripción de la Empresa | 8 |
| II.I. Actividad Principal | 8 |
| II.II. Objetivos a corto y largo plazo | 9 |
| II.III.Objetivos de gestión, equipo de gestión. | 9 |
| III. Productos y/ o Servicio | 10 |
| III.I. Descripción de los productos y / o servicios | 10 |
| III.II.Beneficios para el consumidor o usuario – valor del cliente | 10 |
| III.III.Ventajas comparativas y competitivas | 11 |
| III.IV.Estado de desarrollo del producto y / o servicio | 12 |
| III.V. Estado de protección de derechos- patentes o protección del Know-how | 12 |
| IV. Mercado y competencia | 13 |
| IV.I. Características del Mercado | 13 |
| IV.II. Tamaño y crecimiento del mercado | 14 |
| IV.III. Crecimiento de Crédito al Consumo. | 15 |
| IV.IV. Situación de tarjeta de crédito en Jalisco. | 15 |
| IV.V. Segmento del mercado al que se dirige. Tipología de cliente | 16 |
| IV.VI. Desarrollo del mercado a corto y largo plazo | 17 |
| IV.VII. Competencia | 18 |
| IV.VIII. Posicionamiento | 19 |
| V.Estrategia de marketing y plan comercial | 19 |
| V.I. Estrategia de marketing y ventas | 19 |
| V.II. Objetivos de ventas | 20 |
| V.III. Herramientas de Marketing a utilizar | 21 |
| V.IV. Estrategia de precios | 21 |
| V.V.Previsión de ventas | 21 |

| | |
|---|----|
| VI. Sistemas de negocios | 22 |
| VI.I. Organización | 22 |
| VI.II. Experiencia del equipo de gestión | 23 |
| VI.III. Organización de los Recursos Humanos | 24 |
| VI.IV. Reclutamiento de personal | 24 |
| VI.V. Selección de personal | 25 |
| VI.VI. Plan de compras / Suministros | 26 |
| VI.VII. Plan de operaciones | 27 |
| VI.VIII. Descripción proceso productivo | 27 |
| VI.IX. Ubicación de la empresa | 30 |
| VI.X. Aspectos particulares del negocio: calidad, gestión medioambiental | 32 |
| VII. Aspectos jurídicos y FISCALES | 32 |
| VII.I. Forma jurídica elegida | 32 |
| VII.II. Trámites y requisitos especiales | 32 |
| VII.III. Pago de impuestos | 33 |
| VIII. Recursos Financieros | 33 |
| VIII.I. Cálculo del punto de Equilibrio. | 33 |
| VIII.II. Presupuesto del proyecto | 34 |
| VIII.III. Ingresos | 34 |
| VIII.IV. Cuadro de inversiones | 34 |
| VIII.V. Costos del proyecto | 35 |
| VIII.VI. Depreciación | 35 |
| VIII.VII. Flujo de caja | 36 |
| VIII.VIII. Estados de Resultados | 36 |
| VIII.IX. Financiamiento del proyecto | 37 |
| VIII.X. Escenarios pesimista y optimista, Marketing 2000 SA de CV | 37 |
| IX. Supuestos y riesgos del proyecto | 37 |
| IX.I. Análisis FODA | 37 |
| IX.II. Descripción de los supuestos claves de la partida del plan de empresas | 39 |
| IX.III. Descripción de los riesgos claves para el negocio | 39 |
| X. Bibliografía y Fuentes | 40 |
| XI. Anexos | 42 |

I. RESUMEN EJECUTIVO

Marketing 2000 SA de CV será una empresa dedicada a la colocación de tarjetas de crédito de forma exclusiva para una sola empresa contratante.

La empresa contratante es nueva en el mercado mexicano y cuenta con una experiencia de más de treinta años en colocación de tarjetas de crédito. Los clientes de Marketing 2000 SA de CV son todas las personas económicamente activas que cumpla con los requisitos sociodemográficos y económicos que la empresa contratante indique, como definición de los diferentes perfiles para sus productos de crédito. El segmento de colocación de tarjetas de crédito será el denominado ABC. La colocación de los productos financieros se realizará en el área metropolitana del estado de Jalisco que se encuentra habitado por 4.100 .000. (Cuatro millones cien mil habitantes.)

En la actualidad en el área metropolitana existen 1,579 millones de tarjetas colocadas. Se pronostica que el crecimiento anual de las tarjetas de crédito en México es de un 15%.

Marketing 2000 SA de CV colocará tarjetas de crédito a través de un call center.

La colocación bruta mensual se proyecta en mil cuentas, de las cuales un 80% serán enviadas completamente llenas y con la información necesaria a la institución financiera para que proceda con el análisis. El nivel de aprobación mínimo proyectado será de un 70% de todo lo enviado a la empresa.

Se pretende contar con un margen de utilidad neta del 10% como mínimo. La inversión inicial ronda los 30 mil dólares que serán aportados por los socios fundadores o inversionistas que recibirán una acción de la empresa por dicho

aporte y que en caso de una salida del negocio responderá exclusivamente por el monto de la acción en su poder.

Entre los objetivos a largo plazo se puede indicar que Marketing 2000 SA de CV crecerá al lado de la empresa contratante y expandirá su servicio de colocación en los diferentes estados donde la institución financiera pretenda incursionar. Con esto se buscará consolidar la empresa, mejorar los ingresos y generar utilidades en beneficio de los socios o accionistas.

El equipo de gestión de Marketing 2000 SA de CV estará integrado por personas con más de doce años de conocimiento en el manejo y colocación de productos de tarjetas de crédito. El equipo gerencial cuenta con experiencia de fijación de perfiles de clientes y técnicas de colocación de tarjeta de crédito.

El nivel de aprobación de tarjetas de crédito será de un 70% de lo enviado a la institución financiera.

Diariamente los agentes colocarán como meta mínima tres tarjetas. Para realizar las ventas se utilizará información de bases de datos como directorios profesionales, directorios telefónicos o bien bases de datos otorgada por la empresa contratante.

Los ingresos mínimos y colocación de cuentas promedio que debe generar la empresa ronda los \$27.847.80 USD y las 442 cuentas mensuales para lograr el punto de equilibrio.

II DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.

II.I. Actividad Principal.

La actividad principal de la empresa Marketing 2000 SA de CV será la colocación exclusiva de tarjetas de crédito a una institución financiera en forma exclusiva, para asegurar una colocación de acuerdo a las políticas crediticias de la empresa contratante y un nivel de colocación alto por calidad de solicitud aprobada.

- Misión

Marketing 2000 SA de CV es una empresa creada para la colocación de tarjetas de crédito con un alto nivel de calidad y confiabilidad en la información recolectada en zona metropolitana de Guadalajara. El ambiente laboral y las utilidades generadas contribuyen a mejorar el nivel de vida de todos los asociados.

- Visión

Marketing 2000 SA de CV será una de las mejores opciones de colocación de tarjeta de crédito para la empresa contratante, ya que los perfiles y condiciones crediticias se cumplirán como parte de las políticas propias. Los colaboradores tendrán en Marketing 2000 SA de CV el apoyo para cumplir sus expectativas personales, laborales y financieras en conjunto con el crecimiento de la empresa.

II.II. Objetivos a corto y largo plazo.

Los objetivos de Marketing 2000 SA de CV se definen de la siguiente forma:

Objetivos a Corto plazo:

- Llegar a consolidar el equipo de trabajo con base a metas y objetivos de la empresa.
- Ser una opción ideal para la empresa contratante, cumpliendo las expectativas en la calidad de la información
- Buscar la generación de utilidades en un corto plazo para ser rentable financieramente.
- Brindar un mejor nivel de vida a los colaboradores y socios de la organización.

Objetivos a largo plazo:

- Expandir el servicio a otras ciudades importantes de México donde el contratante tenga operaciones.
- Crecer prudentemente según las necesidades de la empresa contratante.

II.III. Objetivos de gestión, equipo de gestión.

Llegar a ser la mejor opción de colocación de tarjetas de crédito como “outsourcing” de la empresa contratante y crecer en un mercado tan competitivo. El equipo de gestión se apoyará en su conocimiento del mercado mexicano, los tipos de cliente y la idiosincrasia de la población con respecto al uso de tarjeta de crédito.

La implementación del conocimiento adquirido en la colocación, análisis y cobro de tarjetas de crédito a través de doce años de experiencia es uno de los objetivos del equipo de gestión en este proyecto.

III. PRODUCTOS Y/ O SERVICIO.

III.I Descripción de los productos y / o servicios.

La empresa Marketing 2000 SA de CV, se creará con el fin de brindar los servicios de “outsourcing” de colocación de tarjetas de crédito a la empresa Credomatic de México S.A. de CV.

Este producto se dirige a “prospectos” crediticios que cumplan con las características necesarias para un posible otorgamiento de tarjeta de crédito. Factores económicos o indicadores de riqueza como el ingreso, la profesión, tipo de vehículo o zona de vivienda son puntos que ayudan a prospectar los clientes.

Otros factores que se pueden tomar en cuenta son el tipo de trabajo que desempeña la persona, la edad o tarjetas de créditos que posee el posible cliente.

La mezcla entre las características sociodemográficas y económicas serán determinada por la empresa contratante para cumplir con su política de crédito y perfil ideal de cliente.

III.II. Beneficios para el consumidor o usuario – valor del cliente

La colocación de tarjetas de crédito a través de la empresa Marketing 2000 SA de CV permitirá al contratante contar con clientes perfilados según sus

indicaciones y necesidades crediticias que toma en cuenta el ingreso o indicador de riqueza, el perfil sociodemográfico de la población, edad y posibilidades de ahorro.

Bajo el punto anterior la empresa se asegurará de la recopilación de información confiable para el otorgamiento de la línea de crédito de la empresa y un alto porcentaje de colocación, lo que permitirá un mayor uso del producto vendido y un costo de colocación menor.

III.III. Ventajas comparativas y competitivas

Las ventajas competitivas que ofrecerá la empresa Marketing 2000 SA de CV con respecto a sus competidores radican en la exclusividad en el servicio ofrecido al contratante, lo que permite la calidad y la velocidad de entrega de las solicitudes crediticias para el análisis.

Marketing 2000 SA de CV asegura la calidad de sus servicios al cobrar por aprobación de solicitudes, lo que le dará confianza y seguridad a la empresa contratante.

Comparativamente hablando, parte del “staff” tiene más de doce años en el negocio de tarjetas de crédito en el área de otorgamiento y creación de perfiles de cliente.

III.IV. Estado de desarrollo del producto y / o servicio

En un mercado globalizado existe la posibilidad y la necesidad de encontrar competidores que ofrezcan los mismos servicios. El “marketing” es uno de los

negocios más lucrativos que impulsa el crecimiento de las empresas financieras en el segmento de mercado elegido.

Existen varios competidores en el mercado de Guadalajara que se dedican entre sus actividades a la colocación de tarjetas de crédito, cobro y promoción o colocación de productos. El crecimiento de los créditos al consumo en México está en una etapa de constante crecimiento y expansión a segmentos que antes no eran de interés de los bancos o instituciones financieras. Se puede decir que el mercado de tarjetas de crédito en México está despertando aceleradamente.

III.V. Estado de protección de derechos- patentes o protección del Know-how

La colocación de tarjetas de crédito en Guadalajara actualmente no se encuentra regulada por ninguna ley específica que impida la venta de tarjetas de crédito a través de “call center”. Sin embargo, es importante mencionar que todas las ventas que se realizan deben de ser respaldadas con una solicitud completamente llena, donde el posible cliente autoriza la utilización de los datos indicados en ella y a ser investigado en los diferentes sistemas de información crediticia. Esto hace que los productos ofrecidos por la empresa lleven el consentimiento expreso del cliente para cualquier tipo de análisis.

Toda información que se maneje en Marketing 2000 SA de CV será confidencial.

IV. MERCADO Y COMPETENCIA

IV.I. Características del Mercado

Antecedentes:

El mercado mexicano sufrió su última crisis económica en 1994. La venta de instituciones financieras a entidades privadas, producto de la apertura y la reestructuración del gobierno. La economía de cara a la globalización provocó una colocación de créditos sin medición del riesgo, la inyección de capitales extranjeros no se hizo esperar. México llegó a tener un saldo comercial negativo que provocó que el gobierno buscara las medidas para que el peso tuviera paridad con el dólar, al punto de llevar la devaluación del peso hasta un 97%, lo que se trasladó a la tasa de interés, creando una morosidad en los productos financieros que era inmanejable.

Con la experiencia que dejó la crisis y las reformas realizadas, la recuperación de la economía mexicana se ha consolidado en los últimos seis años con el gobierno del presidente Vicente Fox.

La mejoría se ve en los diferentes indicadores macroeconómicos, como lo es el riesgo país que a diciembre de 1997 se encontraba en los 1100 puntos, pasando a unos 300 puntos en diciembre de 2005. La mejoría se puede notar en la estabilidad del tipo de cambio en la actualidad, cerca de los once pesos por dólar y la inflación menor a los cinco puntos en diciembre del 2005.

(Anexo1, 2 y 3)

Se puede resumir que la reactivación de la actividad económica en México se ha dado por tres razones fundamentales:

- La estabilidad política y social.
- Un Banco Central autónomo del gobierno que dicta políticas y controla las actividades de la banca e instituciones financieras.
- El crecimiento medido de la actividad crediticia en el país producto de la recuperación económica.

IV.II. Tamaño y crecimiento del mercado.

Situación actual

México es una de las economías más grandes de Latino América, cuenta con 103.263.388 (ciento tres millones doscientos sesenta y tres mil trescientos ochenta y ocho habitantes) donde el 64,1% de los habitantes recibe ingresos por trabajo remunerado. El país se divide en 32 estados, siendo los más importantes, Nuevo León, el estado de México, Jalisco y el distrito Federal. ⁽¹⁾

La empresa Marketing 2000 SA de CV operará en la zona Metropolitana de Jalisco, en donde Guadalajara es la capital del estado.

La zona metropolitana está compuesta por una población de 4.100.000 (cuatro millones, cien mil habitantes) con mayoría de población asalariada, 64% y 22% de profesionales independientes. El rango de percepción de salarios se concentra en el segmento de uno a tres salarios mínimos con un 56% y más de cinco salarios mínimos con un porcentaje de 8%. El salario mínimo diario del Distrito federal es de 47.21 pesos diarios (utilizado para el cálculo de salario mínimo) ⁽¹⁾

IV.III. Crecimiento de Crédito al Consumo.

EL crecimiento de crédito al consumo, específicamente el de tarjeta de crédito, se ha dado en forma acelerada en los últimos seis años; como referencia, el diario El Financiero informa que de enero del 2002 a junio del 2006 las operaciones bancarias de tarjeta de crédito crecieron en un 200%, la cantidad de tarjetas pasó de 6.080.000 a 17.667.173 con una cartera de 29 mil 344 millones de pesos a 66 mil 13 millones respectivamente.

La estabilidad macroeconómica ha permitido que no sólo un segmento alto de la población tenga acceso a este medio de pago. Ahora la colocación de este producto incluye el segmento medio y bajo. Esto se da con productos diferenciados en forma de pago y tasa de interés que ronda el 35% de promedio anual. ⁽²⁾

IV.IV. Situación de tarjeta de crédito en Jalisco.

Según datos de La Comisión Nacional para la Defensa de Usuarios de servicios Financieros (Condusef) en el estado de Jalisco existe 1.579.000

(Un millón quinientos setenta y nueve mil) tarjetas emitidas por las distintas entidades financieras. ⁽³⁾

Los números publicados por la CNBV de marzo de 2006 a junio del mismo año, los contratos de tarjeta de crédito crecieron en un 14%. ⁽⁴⁾ En la zona Metropolitana los principales Bancos tienen colocadas un total de 1.545.991.

Cuadro 1: Distribución Bancos en Zona Metropolitana Jalisco.

| Contratos Tarjeta de Crédito Zona Metropolitana | | | | | |
|---|------------|------------|------------|-----------|-----------|
| Municipio | BANAMEX | BBVA | HSBC | SCOTIA | BANORTE |
| Guadalajara | 537,474.00 | 618,819.00 | 142,389.00 | 21,465.00 | 2,844.00 |
| El Salto | 1,544.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1,468.00 |
| Tlajomulco | 1,338.00 | 0.00 | 758.00 | 0.00 | 741.00 |
| Tlaquepaque | 2,435.00 | 0.00 | 4,128.00 | 0.00 | 0.00 |
| Tonala | 8,859.00 | 0.00 | 68.00 | 0.00 | 0.00 |
| Zapopan | 186,653.00 | 0.00 | 6,932.00 | 0.00 | 8,076.00 |
| Total Zona MT | 738,303.00 | 618,819.00 | 154,275.00 | 21,465.00 | 13,129.00 |
| 1,545,991.00 | | | | | |

Fuente: Comisión Nacional Bancaria y de valores.

IV.V. Segmento del mercado al que se dirige. Tipología de cliente

El segmento de mercado al que se dirige la empresa Marketing 2000 SA de CV estará determinado por la estrategia de colocación de la empresa contratante. Sin embargo, se puede mencionar que el mercado meta estará compuesta por asalariados o personas que puedan demostrar ingresos o indicadores de riqueza aceptables como lo es el vehículo, terrenos, casas de habitación.

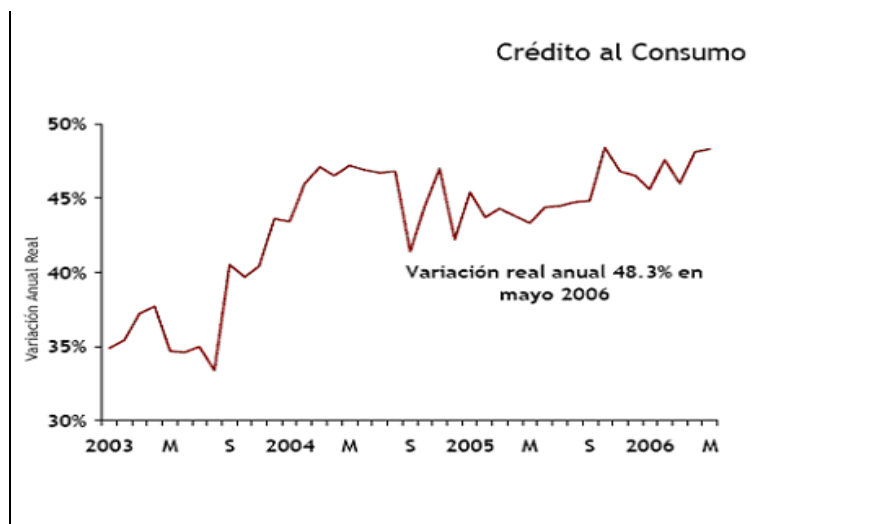
Los segmentos que interesan a la empresa contratante son los A, B, C, según las clasificaciones sociodemográficas otorgadas. Algunas restricciones que presenta este producto están sujetas al ingreso mínimo, rango de edad y profesión desempeñada.

IV.VI. Desarrollo del mercado a corto y largo plazo

El crecimiento del mercado de tarjeta de crédito en Guadalajara está en ascenso, producto de la reactivación económica y del crecimiento de créditos de consumo en todo México.

En el primer trimestre del 2006 el mercado de consumo liderado por las tarjetas de crédito creció en un 48.1%, lo que representó 3.7% del PIB. ^(5) Otro indicador de crecimiento es la incursión en segmentos más bajos, económicamente activos, en donde existe un mayor número de prospectos crediticios. Esto implica una mayor exposición al riesgo y es ahí donde los bancos deben de hacer uso de herramientas efectivas como el buró de crédito y las tablas de puntuación.

Cuadro 2: Crecimiento de créditos al consumo histórico.



Fuente: Asociación Bancaria de México

IV.VII. Competencia

La competencia es un factor de mejora en cualquier mercado independientemente del producto o servicio. No es la excepción en la colocación de tarjetas de crédito. Al existir posibilidades de crecimiento en el mercado, tiende a aparecer una gran cantidad de competidores formales e informales que comparten el mercado meta. En la actualidad la empresa contratante, cuenta con los servicios de colocación de tarjetas de crédito de dos “call center” que cumplen con las especificaciones en cuanto a calidad y currículo para brindar este servicio y ser calificados como proveedores.

Independientemente de la existencia de varios competidores, es importante señalar que lo que hará la diferencia de Marketing 2000 S.A. de C.V. con respecto a los otros, es la exclusividad del servicio a la empresa contratante y la calidad de la recolección de información para mejorar el nivel de aprobación y el costo de colocación. Marketing 2000 S.A. de C.V. cobrará por solicitud aprobada a diferencia de los otros competidores directos.

Cuadro 3: Referencia de competidores en el mercado.

| Cuadro Comparativo Call Centers Colocación Tarjeta de Crédito | | | |
|--|----------|---------------------|-------------|
| Nombre Empresa | Precio | Por | Ubicación |
| Tarjet One | \$70 USD | Solicitud Ingresada | Colombia |
| Atención Telefónica | \$70 USD | Solicitud Ingresada | León GTO |
| Marketing 2000 | \$60 USD | Solicitud Aprobada | Guadalajara |

Fuente: Comparativo para investigación de Call Centers.

IV.VIII. Posicionamiento

Marketing 2000 SA de CV buscará posicionarse como el mejor “outsourcing” para la empresa contratante. Las políticas y perfiles de cliente serán seguidos con detenimiento, lo que brinda a la letra empresa contratante mantener costos bajos de colocación, producto de la aprobación y disminución de reproceso generado por información faltante o incompleta. Otro factor importante en el posicionamiento de Marketing 2000 SA de CV, es la relación directa con la empresa contratante.

V. ESTRATEGIA DE MARKETING Y PLAN COMERCIAL

V.I. Estrategia de marketing y ventas

La estrategia de la empresa Marketing 2000 SA de CV es brindar exclusividad en el servicio de colocación de tarjetas de crédito a la empresa contratante.

Esto permitirá prospectar clientes que cumplan con los parámetros establecidos tanto en perfil como política de crédito y así actuar como un socio comercial identificado con la necesidad de calidad en la recopilación de datos, lo que llevará a un porcentaje mayor de aprobación.

El producto a colocar son solicitudes de tarjetas de crédito que cumplan con los requisitos y perfil solicitado por la empresa.

La solicitud de crédito debe de venir completamente llena, con una copia de identificación y la autorización por escrito o indicar los datos necesarios para consultar el historial crediticio del “prospecto” en las diferentes sociedades crediticias como lo es el Buró de Crédito. La solicitud será confeccionada por la empresa contratante, para asegurar que los campos necesarios para la toma de decisiones estén presentes y cumplir con la calidad de información y formularios.

V.II. Objetivos de ventas

Marketing 2000 SA de CV tiene como propósito inicial tener una efectividad del 70% de aprobación de las solicitudes de tarjetas de crédito recolectadas. Esta meta está muy ligada a la calidad de la información recopilada y a la aplicación específica del perfil de cliente indicado para prospectar. La recolección de los datos según la experiencia en el mercado de tarjetas de crédito es de un 80% de todo la información obtenida a través de la llamada telefónica.

V.III. Herramientas de Marketing a utilizar

La colocación de las tarjetas de crédito se realizará a través de marcación telefónica a los clientes. Es fundamental la creación de un “call center” para dicho propósito. Éste estará dotado con las herramientas mínimas necesarias para cumplir con las metas de colocación diaria, fijada a todos los agentes dedicados a este fin.

V.IV. Estrategia de precios

Parte de la estrategia de diferenciación de Marketing 2000 SA de CV con otros proveedores, es la exclusividad en el servicio a una sola empresa, tomando en consideración sus políticas de crédito y perfil de cliente para lograr un porcentaje de aprobación similar al que la empresa contratante maneja a lo interno. Entre más perfilado esté el producto con las condiciones de la empresa contratante, mayor será el ingreso por colocación de producto.

El precio fijado es de \$60 USD (sesenta dólares) por solicitud aprobada para el primer año de operación con incrementos anuales según el promedio de tasa de inflación de los últimos tres años. No existe diferenciación de precio por producto colocado.

V.V. Previsión de ventas

Marketing 2000 SA de CV planea tener una producción bruta mensual de 1000 cuentas de las cuales el 80% de la información será recolectada y enviada a la empresa. El nivel de aprobación mínimo será del 70%.

La producción del primer trimestre de operación de la empresa será el utilizado para realizar los ajustes necesarios y conocer el producto. El primer mes tendrá

una colocación del 60% de la meta bruta establecida para cerrar en el tercer mes con la meta fijada mensualmente. Aunque existe un período de capacitación necesaria del producto a colocar, se debe de considerar la existencia de una curva de aprendizaje que es de dos a tres meses.

Para un mes atípico como diciembre, la producción se calcula en un 50% de la meta establecida.

VI. SISTEMAS DE NEGOCIOS

VI.I. Organización

La empresa estará conformada por dos socios, uno inversionista y el otro como encargado de proyecto e inversionista. Se pretende que estos dos socios se dividan trabajos gerenciales y la dirección estratégica de la empresa en los primeros tres años de negocio.

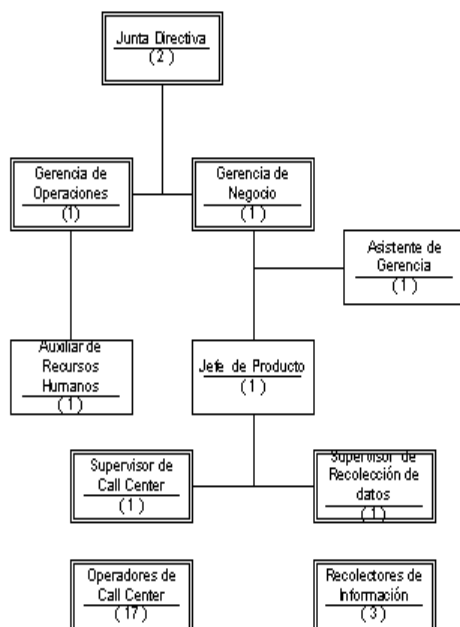
Los socios inversionistas integrarán el equipo gerencial de la empresa.

El equipo de trabajo se completará por una asistente o secretaria, un jefe de canal o producto, dos supervisores, un asistente de recursos humanos, personal operativo de “call center” y recolectores de información

Se pretende iniciar con una estructura pequeña y flexible que permita que el personal tenga conocimiento del negocio en sus inicios, para fortalecer sus bases.

Otro punto que se tomará en cuenta es maximizar la productividad del personal contratado para el logro de las metas.

Cuadro 4: Organigrama Marketing 2000 SA de CV



Fuente: Propuesta de Organigrama.

VI.II. Experiencia del equipo de gestión

En los niveles medios de la organización se buscará personas con experiencia en el negocio de las tarjetas de crédito y la colocación de dichos productos a través de un “call center”.

Entre las características de este grupo de inversionistas se cuenta con la experiencia de más de 12 años en el otorgamiento de crédito y cobranza en el segmento de tarjetas de crédito en diferentes países de Centro América, Panamá y México.

En los niveles operativos se contratará personas jóvenes, con preparatoria concluida o por concluir o estudiantes universitarios. Las personas no necesitan contar con experiencia previa en la venta de tarjetas de crédito, colocación o “call center”. La recolección de la información estará a cargo de personal con conocimiento de la zona metropolitana del estado de Jalisco.

VI.III. Organización de los Recursos Humanos

Los socios gestores conformarán la junta directiva, en donde se tomarán las decisiones estratégicas de la empresa.

Marketing 2000 SA de CV estará dividido en dos gerencias distintas. Una gerencia de operaciones que manejará lo relacionado con contabilidad, finanzas y contratación de personal. La segunda gerencia será denominada de negocio. Se encargará del manejo de la relación con el cliente, colocación de cuentas y análisis del perfil de cliente, “marketing” y recolección de documentación.

VI.IV. Reclutamiento de personal

El reclutamiento de personal en Marketing 2000 SA de CV estará a cargo de la gerencia de operaciones de la organización y del auxiliar de RRHH contratado para dicha función. La definición de los perfiles, características, actitud y aptitud de las personas será definida por la junta directiva de la empresa.

Se pretende utilizar como medio de reclutamiento, las diferentes oficinas de ofrecimiento de trabajo de las universidades de Guadalajara.

Todo candidato debe de llenar una solicitud de trabajo con sus datos, estudios y referencias laborales (no es necesario que tengan experiencia laboral en el caso del “call center”) que serán verificadas y analizadas por el auxiliar de RRHH.

VI.V. Selección de personal

La selección de personal estará a cargo del auxiliar de RRHH que será el que filtre las distintas solicitudes recibidas con las siguientes condiciones:

Tanto el jefe, supervisores y la secretaría deben de contar con experiencia mínima de un año en sus funciones y manejo de personal. Por los salarios ofrecidos, el perfil indica que son personas relativamente jóvenes entre 23 a 30 años.

Los oficiales del “call center” y recolectores de información serán personas en su mayoría estudiantes entre los 18 y 25 años o preparatoria concluidas. Este perfil se establece en este rango de edad, tomando en cuenta el salario pagado acorde a personas que aún no han terminado su carrera o que aún no han conformado una familia propia y que necesita una ayuda económica para salir adelante.

A todos los candidatos se les aplicará en primera instancia una entrevista de selección. Una vez pasado este punto, se le presentará a cada gerente de área para que realice la entrevista principal. Sí el candidato es ideal para el puesto, se verificarán las referencias, se solicitará la hoja de delincuencia y si todo está en orden se fija la fecha de entrada. Es necesaria la firma de un contrato de trabajo en donde se establece sus funciones, ingresos, horario de trabajo entre otros. El período de prueba establecido, es de dos meses. El contrato debe de ser firmado por ambas partes.

La inducción al puesto y descripción de la empresa estará a cargo del área de RRHH apoyada en la gerencia respectiva. Las políticas internas como la de

vestimenta, hora de entrada, comida, entre otras políticas, así como las metas individuales y grupales serán reafirmadas en la inducción.

La capacitación de los productos de tarjeta de crédito, tasa de interés, lugares de pago, beneficios, cargos, será dada por la empresa contratante y como parte del convenio entre las empresas.

VI.VI. Plan de compras / Suministros

El plan de compras y suministros de Marketing 2000 SA de CV, tendrá su mayor movimiento en la inversión inicial del proyecto.

Esta inversión estará compuesta por tecnología, telefonía y comunicación y los suministros de oficina necesarios para el desempeño de las funciones del personal.

Existe gran variedad de proveedores de tecnología, cómputo y sistemas que serán evaluados según el precio y calidad de producto. Se escogerá el proveedor que cumpla con los requisitos establecidos.

En el caso de los suministros de oficina, las compras se realizarán en forma mensual y corresponde al 2,50% de las ventas. El tema del precio y calidad es importante.

Se buscarán precios competitivos y por política de la empresa se evaluará a tres proveedores como mínimo para escoger la mejor opción.

El mantenimiento del equipo de cómputo y comunicación se dará a empresas de "outsourcing" buscando minimizar costos en cargas sociales y considerando el no tener personal ocioso en una operación pequeña.

VI.VII. Plan de operaciones

Especificaciones del producto

El servicio ofrecido por Marketing 2000 SA de CV será la colocación de tarjetas de crédito a través de un “call center”, que se encargará de colocar y llenar las solicitudes con los datos requeridos en las mismas.

La solicitud de crédito será proporcionada por la empresa contratante para mantener el formato y el orden de la información requerida para el análisis crediticio.

Los requisitos que debe de cumplir la solicitud son:

- Completamente llena. Sin espacios en blanco. Sin tachones.
- Firma de autorización o datos de información crediticia del cliente existente para consultar el Buró de Crédito.
- Copia del IFE.
- Comprobante de Ingreso o indicador de riqueza válido para la empresa contratante.

Todos los documentos adjuntos a la solicitud de crédito deben de ser legibles.

VI.VIII. Descripción proceso productivo

Marketing 2000 SA de CV, colocará el producto de tarjeta de crédito de la empresa contratante en el área Metropolitana de Jalisco. La colocación se realizará a través de llamadas telefónicas a los clientes que cumplan con los requisitos demográficos y económicos que necesite la empresa contratante.

La información para la colocación de tarjetas proviene de fuentes como los directorios telefónicos, directorios especializados o profesionales, de médicos, arquitectos, directorios empresariales y bases de datos otorgada por la empresa contratante.

Proceso de venta de tarjetas de crédito.

El procedimiento de venta de tarjeta de crédito de Marketing 2000 SA de CV, iniciará cuando se contacta al cliente bajo el seguimiento de un "script" de ventas creado en conjunto con la empresa contratante para cumplir con requisitos de calidad establecidos en esta actividad.

- Se procederá a colocar la tarjeta de crédito mostrando sus beneficios y las diferencias con los otros competidores del mercado tales como el precio, tasa preferencial, período de financiamiento y el mayor atractivo que es el no cobrar anualidad de por vida.
- Sí el cliente acepta, se procede a llenar la solicitud con los datos requeridos para el análisis y la aprobación de la tarjeta de crédito.
- Para autorizar el estudio en Buró de crédito, el cliente proporciona datos de su historial crediticio y posteriormente firma el documento por escrito a la hora de entregar la tarjeta, o bien se enviará a un recolector por la autorización original del cliente.

Recolección de Información

- Una vez llena la solicitud, se le pide al cliente que envíe un comprobante de ingreso o un documento que demuestre su capacidad de pago como la tenencia del vehículo, la copia de una tarjeta de crédito o el estado de

cuenta entre otros. También se debe de enviar una copia de identificación personal. Toda información deberá ser enviada por medio de fax. Si el cliente no tiene acceso al fax, se enviará a un recolector de información a donde se encuentre cliente.

Control de calidad:

- Con toda la documentación, solicitud, comprobante de ingreso e identificación se procede a revisar que la información sea correcta y legible, que la dirección de la casa y trabajo esté correcta y concuerde con los códigos postales de Sepomex (Servicio Postal Mexicano), que el comprobante de ingreso o indicador de riqueza esté vigente y que los datos requeridos para consulta del buró estén completos.
- Si la información no es legible, se contacta nuevamente al cliente o se le visita para actualizar la información.

Envío de solicitudes:

- El envío de solicitudes que cumpla con el perfil de cliente, y documentación necesaria, se realizará en forma diaria en dos cortes, uno a las 10.00 a.m. y otro a las 5.00 p.m. Este horario corresponde al establecido por la empresa para la recepción de las solicitudes.

Pago por el servicio brindado:

- La empresa contratante, ingresa las solicitudes al sistema de verificación y análisis y procede a aprobar, denegar o poner pendiente la solicitud.
- En el negocio de colocación de tarjetas de crédito, el flujo de caja es muy importante, por esto el pago de solicitudes se realizará en forma semanal.

El monto se determinará por la cantidad de solicitudes aprobadas, las solicitudes denegadas y pendientes no serán reprocesadas por Marketing 2000 SA de CV

VI.IX. Ubicación de la empresa

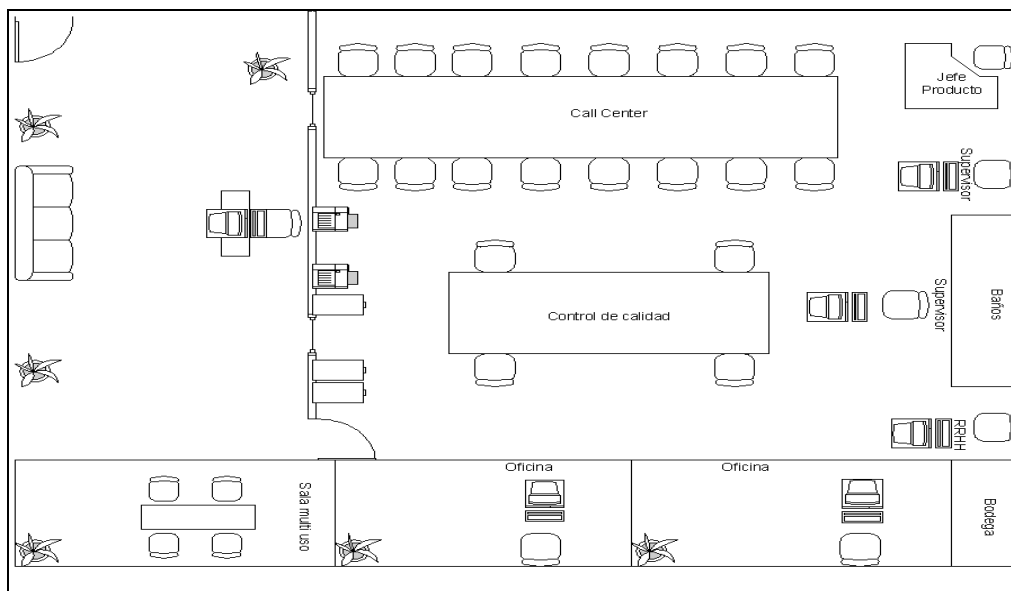
La ubicación de la empresa estará en el municipio de Zapopan, Jalisco, en un condominio de oficinas ubicado en Colonia la Calma.

La oficina cuenta con acceso a todos los servicios públicos y está en una ubicación muy accesible.

Distribución de planta

La oficina se acondicionará para contar con un área principal para la colocación de tarjetas de crédito y revisión de documentos. Dos oficinas, una pequeña bodega de suministros, una sala multiuso para reuniones y entrevistas, una recepción y dos baños.

Cuadro 5: Distribución de planta



Fuente: Propuesta de Distribución de Oficina

VI.X. Aspectos particulares del negocio: calidad, gestión medioambiental

En cuanto a la gestión ambiental por el giro de la empresa, Marketing 2000 SA de CV no tiene un impacto de alto riesgo. Sin embargo, esto no deja de lado que una micro empresa trabaje con el reciclaje de desechos como lo es la papelería.

El ahorro de energía y agua es fundamental en el desarrollo del negocio.

La calidad del producto colocado o vendido es una de las razones que afectan directamente los ingresos de la empresa.

Al contar con una mayor calidad existe mayor posibilidad de obtener un porcentaje de aprobación alto.

VII. ASPECTOS JURÍDICOS Y FISCALES

VII.I. Forma jurídica elegida

Marketing 2000 será conformada como una sociedad anónima de capital variable (S.A. DE CV) legalmente conformada ante notario publico.

Será constituida por dos socios y una inversión de capital mínima de \$50,000 pesos (Cincuenta mil pesos) según lo indica la ley. Cada socio será acreedor a una acción que a su vez le dará participación en la toma de decisiones y distribución de utilidades. Ambos socios responderán exclusivamente por el valor de sus acciones.

La asamblea general de Marketing 2000 S.A. de CV estará conformada por los socios fundadores, que a la vez participarán en la administración de la empresa como ejecutores del plan estratégico.

La constitución de una sociedad anónima de capital variable, da más flexibilidad a los socios de aumentar el capital de la sociedad sin necesidad de hacer cambios en la escritura y estatutos de la compañía, como sí sucedería en una sociedad anónima (S.A.) Para cualquier incremento en el capital solamente hará falta celebrar una asamblea ordinaria de accionistas⁽⁶⁾

VII.II. Trámites y requisitos especiales según la actividad de la empresa

La inscripción de la empresa Marketing 2000 SA de CV estará a cargo de los socios y ante notario público para lo cual se debe de cumplir con los siguientes requisitos:

- Permiso de la secretaría de relaciones exteriores. (\$56 USD)
- Pago de derechos (\$ 21 USD)

- Impuesto sobre negocios jurídicos (\$9 USD)
- Inscripción ante registro público (\$133 USD)

El tiempo de inscripción es de 10 días hábiles en forma ordinaria. Una vez registrada la empresa se deberá solicitar ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, el Registro Federal de Contribuyente que sirve para el pago y devolución de impuesto.

VII.III. Pago de Impuestos

- Impuesto sobre la Renta.

Toda empresa que genere utilidades debe de pagar el 28% de impuesto sobre la renta

- Impuesto al Valor Agregado.

Todo ingreso que genere la empresa estará grabado por el 15 % de impuesto de valor agregado. La empresa pagará el IVA neto de la operación que sale entre lo pagado al comprar bienes o servicios y el impuesto por pagar sobre los ingresos de la empresa.

- Impuestos y cargas sociales

Los impuestos y cargas sociales corresponden al 31% del pago de la nómina mensual.

VIII. RECURSOS FINANCIEROS

VIII.I Cálculo del punto de Equilibrio.

En el anexo número 4, se determina el punto de equilibrio de ventas para que el proyecto sea factible.

Los análisis realizados tanto trimestral como anualmente indican que la proyección de ingresos por ventas supera las cifras que resultan de este análisis.

VIII.II. Presupuesto del proyecto

Para el presupuesto de ingresos y gastos e inversión del proyecto se analiza el comportamiento mensual del primer año y el comportamiento anualizado hasta el tercero en lo que se refiere al flujo de caja y el estado de resultados. Para las variaciones anuales se toma como porcentaje el promedio de la inflación e incremento salarial de los últimos tres años.

VIII.III. Ingresos

Los ingresos proyectados para Marketing 2000 SA de CV provienen de la colocación de tarjetas de crédito. El costo unitario para el primer año es de \$60 USD. Se proyecta un incremento escalonado en el precio, tomando en cuenta el porcentaje promedio de la inflación de los últimos tres años en México.

Marketing 2000 SA de CV recibe ingresos menores a los proyectados en los primeros dos meses del proyecto y en diciembre, considerado un mes atípico y muy corto. El anexo número 6, muestra el detalle del cálculo de los ingresos.

VIII.IV. Cuadro de inversiones

La inversión del proyecto Marketing 2000 SA de CV se calcula en \$29.177.00 USD (Veintinueve mil ciento setenta y siete dólares) Esta inversión se debe de realizar antes del arranque de la operación y está compuesta por alquiler, equipo

de oficina, compra de software, instalación y remodelaciones, registros y permisos de inscripción, telefonía y otros como salario.

VIII.V. Costos del proyecto

Los costos fijos del proyecto son identificados en el anexo número 8, en el mes cero resalta la inversión inicial. Para calcular el incremento anual en el precio de los costos fijos se toma en cuenta el porcentaje promedio de los últimos tres años de la inflación (4,52%)

Los costos variables se determinan en un 2,50% de los ingresos por colocación de tarjetas de crédito.

Los salarios representan el costo más alto del proyecto aproximadamente el 70%, producto de las altas cargas sociales que representan un 31%.

EL incremento de las nóminas se calcula en un 4.43% anual, según el promedio de crecimiento de los salarios en México en los últimos tres años.

La empresa estará compuesta por 27 personas, siendo la mayor parte (17 personas) operadores de "call center" que venderán las tarjetas de crédito. Se contará con tres personas dedicadas a la recolección de información, a las cuales se les pagará un seguro anual para cubrir cualquier accidente.

Se incluye una partida para capacitación que es de carácter obligatorio según la Secretaría de Trabajo. Los detalles de la proyección de nóminas se puede observar en el anexo número 7.

VIII.VI. Depreciación

La depreciación se calculará con los porcentajes anuales y se registrará en forma mensual.

Cuadro6: Depreciación

| <u>Depreciación Marketing 2000 SA de CV (USD)</u> | | | | |
|---|----------|------------------|---------|---------|
| Descripción | Monto | Porcentaje anual | Anual | Mensual |
| Mobiliario y equipo | 6046.10 | 10% | 604.61 | 50.38 |
| Telefonía | 1743.10 | 25% | 435.78 | 36.31 |
| Computo | 7470.10 | 30% | 2241.03 | 186.75 |
| Remodelaciones | 2300.00 | 10% | 230.00 | 19.17 |
| total | 17559.30 | | 3511.42 | 292.62 |

Fuente: Porcentajes Indicados en el SAT

VIII.VII. Flujo de caja

El anexo 9, muestra el flujo del proyecto en forma mensual en el primer año y de forma anualizada hasta el tercer año.

El flujo durante los tres años es positivo y la inversión inicial realizada por los socios es suficiente para poner en marcha dicho proyecto. El TIR que se desprende de los flujos anualizados corresponde a un 212%, con un Valor Actual Neto de \$197,621.80 que agrega valor de capital a la empresa

VIII.VIII. Estados de Resultados

El anexo 9, también muestra cuál es el estado de resultado del proyecto propuesto. Los meses que presentan pérdidas son el mes uno y el mes doce del primer año de operación, producto de los ingresos proyectados que son menores.

El margen de utilidad neta para el proyecto en los primeros tres años es de 8% para el primer año y de un 11% para el segundo y tercer año, lo que indica que el proyecto tiene una rentabilidad aceptable si se toma el promedio de los tres años.

VIII.IX. Financiamiento del proyecto

El financiamiento del proyecto se realizará con fondos que aporten los socios fundadores.

Se calcula el monto de la inversión el \$35.000.00 (treinta y cinco mil dólares) El aporte de ambos socios será del 50% de la inversión.

VIII.X. Escenarios pesimista y optimista, Marketing 2000 SA de CV

Marketing 2000 SA de CV será una empresa sensible al nivel de colocación para obtener los ingresos requeridos para la rentabilidad del proyecto. Para proyectar los escenarios pesimistas y optimistas, se aumentó y se disminuyó la colocación de cuentas mensual en un 15%. Este porcentaje podría estar influenciado por la capacitación de personal o bien por la dificultad de contactar a los clientes de las bases de datos a utilizar.

Al disminuir la colocación de las cuentas en un 15%, Marketing 2000 SA de CV presentaría un flujo de caja con necesidad de recibir aportes en el mes uno, la TIR y el VAN correspondería a un 53% y a \$33.764.51 USD. La utilidad neta del proyecto promediada en los tres años es de un 0%. Anexo 10.

El escenario optimista presenta un flujo de caja positivo en todos sus años con un TIR de 396%, un VAN de \$434.420.81 USD y una utilidad neta del 18%.

Anexo 11.

IX. SUPUESTOS Y RIESGOS DEL PROYECTO

IX.I. Análisis F.O.D.A

EL análisis FODA de Marketing 2000 SA de CV brinda las siguientes conclusiones:

Fortalezas:

- Relación exclusiva con la empresa contratante.
- Experiencia de los socios fundadores en la colocación y venta de tarjetas de crédito, así como en el análisis y prospección de clientes.
- Producto a colocar con beneficios, no ofrecidos por la competencia.

Oportunidades:

- Tamaño del Mercado.
- Crecimiento del crédito al consumo.
- Reactivación de la aceptación del dinero plástico.
- Empresa contratante con necesidad de crecimiento en el mercado mexicano.

Debilidades.

- Personal operativo sin experiencia en la colocación de productos financieros.
- Posible rotación alta del personal contratado.
- Empresa nueva en el mercado (dificultad para la contratación)

Amenazas

- Leyes que no permitan llamar a clientes para ofrecer productos financieros sin el consentimiento del mismo.
- Crecimiento de múltiples competidores en el mercado de colocación de tarjetas.

- Posibles regulaciones a la colocación de tarjetas de crédito que frene el crecimiento en el mercado.

IX.II. Descripción de los supuestos claves de la partida del plan de empresas

- Se puede determinar como supuestos claves para la partida del plan de empresa el contar con el aporte financiero de los socios.
- La empresa debe de contar mínimo con el nivel de colocación mensual para que el proyecto sea rentable y obtener un flujo de efectivo mensual que permita trabajar sin contratiempo.
- El perfil de cliente que interesa a la empresa contratante se debe de respetar, ya que de este punto, parte el porcentaje de aprobación por el cual se recibe el pago.
- La capacitación del personal en la colocación de tarjetas de crédito es fundamental para el desarrollo del negocio.

IX.III. Descripción de los riesgos claves para el negocio

Entre los riesgos claves de Marketing 2000 SA de CV, está el no poder llegar a las metas de ventas brutas mensuales. (Según el escenario pesimista.) Lo que provocaría problemas de flujo de efectivo y llevaría a los socios a realizar aportes extraordinarios para cubrir por lo menos los costos fijos. Si las metas de ventas no se cumplen, definitivamente el proyecto de entrada, no parece ser atractivo.

Otro riesgo definido es que Marketing 2000 SA de CV es una empresa que le presta servicios en forma exclusiva a la empresa contratante, ésta no está

necesariamente obligada a trabajar en forma exclusiva con Marketing 2000 SA de CV.

X. BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES

- ⁽¹⁾ INEGI. (2006) Información estadística. Recuperado el 02 de noviembre del 2006, de <http://www.inegi.gob.mx> .

- ⁽²⁾ El Financiero. (2006) Uso de tarjetas arma de dos filos. Recuperado el 02 de noviembre del 2006 de <http://www.elfinanciero.com.mx/EIFinanciero/Portal/cfpages/results.cfm>

- ⁽³⁾ CONDUSEF. (2006) Información estadística, anuario estadístico 2005. Recuperado el 03 de Noviembre 2006 de <http://www.condusef.gob.mx/>

- ⁽⁴⁾ CNBV. (2006) Información Estadística, Banca Múltiple. Recuperado el 14 de noviembre 2006 de www.cnbv.gob.mx

- ⁽⁵⁾ El Financiero. (2006) Reporta Banxico aumento en la cartera de créditos de bancos. Recuperado 20 de noviembre del 2006 de <http://www.elfinanciero.com.mx/EIFinanciero/Portal/cfpages/results.cfm>

- (6) Secretaría promoción económica del Estado de Jalisco. Otros. ABC de los negocios. Recuperado el 25 de noviembre 2006 de <http://seproe.jalisco.gob.mx>
- Banco de México. (2006) Indicadores económicos y financieros. Recuperado el 25 de noviembre 2006 de <http://www.banxico.org.mx>
- Secretaria de Trabajo (2006) Estadísticas. Recuperado el 25 de noviembre 2006 de <http://www.stps.gob.mx>
- Gobierno de Zapopan (2006) Leyes y reglamentos. Recuperado el 02 de diciembre 2006 de <http://www.zapopan.gob.mx>.
- Ofice Max (2006) Lista de Precios. Recuperado el 06 de diciembre 2006 de [http:// www.oficemax.com.mx](http://www.oficemax.com.mx)
- Telmex (2006) Negocios. Recuperado el 06 de diciembre 2006 de [http:// www.Telmex.com.mx](http://www.Telmex.com.mx)

XI. ANEXOS

Anexo número 1.

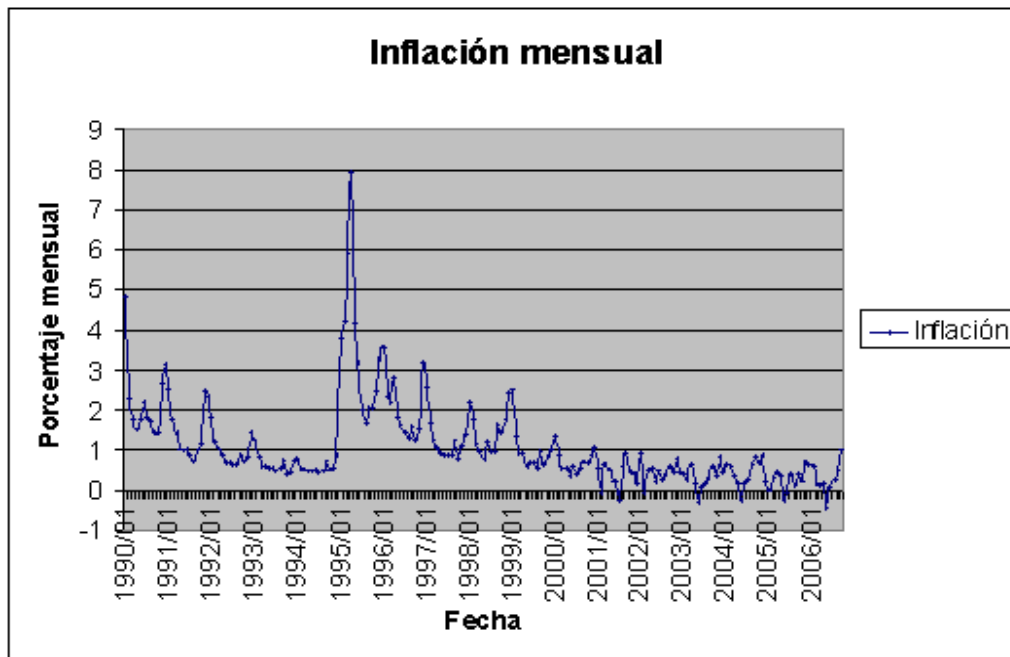
Riesgo País México



Fuente: LatinFocus.com 2006.

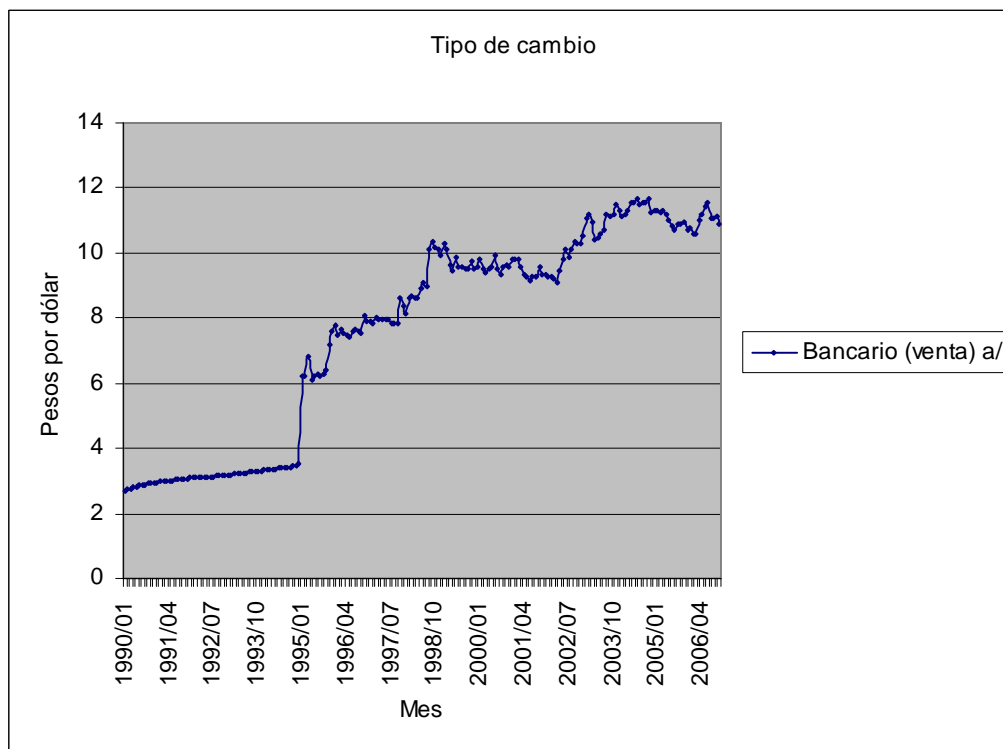
Anexo número 2.

Inflación Mensual México



Fuente: INEGI 2006.

Anexo número 3. Histórico Tipo de Cambio.



Fuente: INEGI 2006.

Anexo número 4. Análisis Punto de Equilibrio.

| Punto de Equilibrio Marketing 2000 SA de CV (miles de dólares) | | | | | | | |
|--|--------------|---------------|----------------------------|--------------|---------------|---------------|---------------|
| Proyecciones | I Trimestre | II Trimestre | III Trimestre | IV Trimestre | Año 1 | Año 2 | Año 3 |
| Ventas | \$ 84,000.00 | \$ 100,800.00 | \$ 100,800.00 | \$ 87,360.00 | \$ 372,960.00 | \$ 407,377.15 | \$ 425,790.60 |
| Costos Fijos | \$ 77,665.68 | \$ 77,115.68 | \$ 77,615.68 | \$ 77,115.68 | \$ 309,512.73 | \$ 326,713.31 | \$ 341,231.62 |
| Costos variables (2,5%) | \$ 2,100.00 | \$ 2,520.00 | \$ 2,520.00 | \$ 2,184.00 | \$ 9,324.00 | \$ 10,184.43 | \$ 10,644.76 |
| Punto de equilibrio | \$ 79,657.11 | \$ 79,093.01 | \$ 79,605.83 | \$ 79,093.01 | \$ 317,448.95 | \$ 335,090.57 | \$ 349,981.15 |
| | | | Precio por solicitud | | \$ 60.00 | \$ 63.00 | \$ 66.00 |
| | | | Colocación mensual PE | | 441 | 443 | 442 |
| | | | Solicitudes AP Proyectadas | | 560 | 560 | 560 |

Anexo número 5. Indicadores Macroeconómicos.

| <u>Indicadores Macroeconómicos México</u> | |
|--|------|
| Inflación | |
| Periodo | % |
| 2001 | 4.40 |
| 2002 | 5.70 |
| 2003 | 3.98 |
| 2004 | 5.19 |
| 2005 | 3.33 |
| Promedio | 4.52 |
| Fuente: Banco de México. Indices de precios. | |
| Salarios | |
| Periodo | % |
| 2003 | 4.5 |
| 2004 | 4.3 |
| 2005 | 4.5 |
| Promedio | 4.43 |
| Fuente: INEGI.2006 | |

Anexo número 6. Presupuesto de Ingresos

| Ingreso Marketing 2000 SA de CV (miles de USD) | | | | | |
|---|--------------|-------------------------------|--------------|-------------------------------|--------------|
| Supuestos | | | | | |
| 1- El precio de solicitud para el primer año es de \$60 USD | | | | | |
| 2- Incremento calculado sobre promedio de inflación 4.52% | | | | | |
| Año 1 | Datos | Año 2 | Datos | Año 3 | Datos |
| Solicitudes Formalizadas | 1000 | Solicitudes Formalizadas | 1000 | Solicitudes Formalizadas | 1000 |
| % Solicitudes Recolectadas | 80% | % Solicitudes Recolectadas | 80% | % Solicitudes Recolectadas | 80% |
| Enviadas a Aprobación | 800.00 | Enviadas a Aprobación | 800.00 | Enviadas a Aprobación | 800.00 |
| Porcentaje de Aprobación | 70% | Porcentaje de Aprobación | 70% | Porcentaje de Aprobación | 70% |
| Solicitudes Aprobadas | 560.00 | Solicitudes Aprobadas | 560.00 | Solicitudes Aprobadas | 560.00 |
| Precio por solicitud Aprobada | \$ 60.00 | Precio por solicitud Aprobada | \$ 63 | Precio por solicitud Aprobada | \$ 66 |
| Ingreso Mensual Total USD | \$ 33,600.00 | Ingreso Mensual Total USD | \$ 35,118.72 | Ingreso Mensual Total USD | \$ 36,706.09 |
| Ingreso mes uno, 60% | \$ 20,160.00 | Ingreso mes Dic, 60% | \$ 21,071.23 | Ingreso mes Dic, 60% | \$ 22,023.65 |
| Ingreso mes dos, 90% | \$ 30,240.00 | | | | |
| Ingreso mes ,Dic 60% | \$ 20,160.00 | | | | |

| Presupuesto de Ingresos Primer Semestre | | | | | | | | |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------------------------|------------|------------|
| | Mes0 | Mes1 | Mes2 | Mes3 | Mes4 | Mes5 | Mes6 | |
| Ventas Brutas | 0.00 | 20,160.00 | 30,240.00 | 33,600.00 | 33,600.00 | 33,600.00 | 33,600.00 | |
| IVA 15% | 0.00 | 3,024.00 | 4,536.00 | 5,040.00 | 5,040.00 | 5,040.00 | 5,040.00 | |
| Ventas Netas | 0.00 | 23,184.00 | 34,776.00 | 38,640.00 | 38,640.00 | 38,640.00 | 38,640.00 | |
| Costos Variables | 2.5% | 504.00 | 756.00 | 840.00 | 840.00 | 840.00 | 840.00 | |
| Presupuesto de Ingresos Segundo Semestre | | | | | | Presupuesto de Ingresos Anual | | |
| Mes7 | Mes8 | Mes9 | Mes10 | Mes11 | Mes12 | Año 1 | Año 2 | Año 3 |
| 33,600.00 | 33,600.00 | 33,600.00 | 33,600.00 | 33,600.00 | 20,160.00 | 372,960.00 | 407,377.15 | 425,790.60 |
| 5,040.00 | 5,040.00 | 5,040.00 | 5,040.00 | 5,040.00 | 3,024.00 | 55,944.00 | 61,106.57 | 63,868.59 |
| 38,640.00 | 38,640.00 | 38,640.00 | 38,640.00 | 38,640.00 | 23,184.00 | 428,904.00 | 468,483.72 | 489,659.19 |
| 840.00 | 840.00 | 840.00 | 840.00 | 840.00 | 504.00 | 9,324.00 | 10,184.43 | 10,644.76 |

Anexo número 7. Presupuesto de pago de Nóminas Marketing 2000 SA de CV.

| <u>Presupuesto de Nomina Marketing 2000 SA de CV</u> | | | | |
|--|---|--------------|--------------|-------------------|
| <u>Supuestos :</u> | | | | |
| | <u>Cantidad de Personal Contratar call center</u> | | | |
| Meta Solicitudes Vendidas | | | | 1000 |
| días laborales | | | | 22 |
| Cantidad de Solicitudes Colocadas x día | | | | 45 |
| Solicitud vendida por agente | | | | 3.0 |
| Cantidad de personas para Call center | | | | 15 |
| Back up de personal | | | | 2 |
| Total | | | | 17 |
| <u>A) Salarios Fijos</u> | | | | |
| | Puesto | Salario USD | cantidad | Crecimiento anual |
| | Gerente de Negocio | \$ 2,000.00 | 1 | 4.43% |
| | Gerente Operaciones | \$ 2,000.00 | 1 | |
| | Asistente de Gerencia | \$ 400.00 | 1 | |
| | Jefe canal o producto | \$ 800.00 | 1 | |
| | Asistente de RRHH | \$ 500.00 | 1 | |
| | Suervisor de Call Center | \$ 500.00 | 2 | |
| | Operador Call center | \$ 250.00 | 17 | |
| | Recolectores de información | \$ 350.00 | 3 | |
| | Total salarios | | | |
| | Cargas sociales | | 31% | |
| | Sario y Cargas sociales | | | |
| <u>B) Otros Rubros de Nominas</u> | | | | |
| | Descripción | Año1 USD | Año2 USD | Año3 USD |
| | 1. Capacitación Anual(\$300 USD | \$ 300.00 | \$ 313.29 | \$ 327.17 |
| | 2. Aguinaldo = A+B sin imp * (50%) | \$ 72,227.27 | \$ 75,426.94 | \$ 78,768.35 |
| | 3. Seguros \$ 200 USD Recolectores de INF | \$ 600.00 | \$ 626.58 | \$ 654.34 |
| | 4. Honorarios Profesionales \$200 USD | \$ 2,400.00 | \$ 2,506.32 | \$ 2,617.35 |
| | | | | \$ 82,367.21 |
| <u>El punto 1 y 2 se reservará mensualmente</u> | | | | |
| | Año 1 | 6,043.94 | | |
| | Año 2 | 6,598.87 | | |
| | Año 3 | 6,891.20 | | |

| <u>Presupuesto de Nominas</u> | | | | | | |
|-------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Mes0 | Mes1 | Mes2 | Mes3 | Mes4 | Mes5 | Mes6 |
| 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 |
| 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 |
| 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 |
| 800.00 | 800.00 | 800.00 | 800.00 | 800.00 | 800.00 | 800.00 |
| 500.00 | 500.00 | 500.00 | 500.00 | 500.00 | 500.00 | 500.00 |
| 1,000.00 | 1,000.00 | 1,000.00 | 1,000.00 | 1,000.00 | 1,000.00 | 1,000.00 |
| - | 4,287.88 | 4,287.88 | 4,287.88 | 4,287.88 | 4,287.88 | 4,287.88 |
| - | 1,050.00 | 1,050.00 | 1,050.00 | 1,050.00 | 1,050.00 | 1,050.00 |
| 6,700.00 | 12,037.88 | 12,037.88 | 12,037.88 | 12,037.88 | 12,037.88 | 12,037.88 |
| 2,077.00 | 3,731.74 | 3,731.74 | 3,731.74 | 3,731.74 | 3,731.74 | 3,731.74 |
| 8,777.00 | 15,769.62 | 15,769.62 | 15,769.62 | 15,769.62 | 15,769.62 | 15,769.62 |

| <u>Presupuesto de Nominas</u> | | | | | | | | |
|-------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|------------|------------|
| Mes7 | Mes8 | Mes9 | Mes10 | Mes11 | Mes12 | Año 1 | Año 2 | Año 3 |
| 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | | | |
| 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | | | |
| 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | | | |
| 800.00 | 800.00 | 800.00 | 800.00 | 800.00 | 800.00 | | | |
| 500.00 | 500.00 | 500.00 | 500.00 | 500.00 | 500.00 | | | |
| 1,000.00 | 1,000.00 | 1,000.00 | 1,000.00 | 1,000.00 | 1,000.00 | | | |
| 4,287.88 | 4,287.88 | 4,287.88 | 4,287.88 | 4,287.88 | 4,287.88 | | | |
| 1,050.00 | 1,050.00 | 1,050.00 | 1,050.00 | 1,050.00 | 1,050.00 | | | |
| 12,037.88 | 12,037.88 | 12,037.88 | 12,037.88 | 12,037.88 | 12,037.88 | 144,454.55 | 150,853.88 | 157,536.71 |
| 3,731.74 | 3,731.74 | 3,731.74 | 3,731.74 | 3,731.74 | 3,731.74 | 44,780.91 | 46,764.70 | 48,836.38 |
| 15,769.62 | 15,769.62 | 15,769.62 | 15,769.62 | 15,769.62 | 15,769.62 | 189,235.45 | 197,618.59 | 206,373.09 |

Anexo número 8. Presupuesto de Costos Marketing 2000 SA de CV.

| <u>Costos Marketing 2000 SA de CV (miles USD)</u> | | | |
|---|--------------|----------|-----------------|
| Supuestos | | | |
| 1- El incremento anual (Inflación) | 4.52% | | |
| <u>Muebles de Oficina</u> | | | |
| | Precio Pesos | Cantidad | Precio Dólares |
| Sillas con pistón | 399.00 | 23 | 918 |
| Silla Ejecutiva | 499.00 | 4 | 200 |
| Archivero Vertical | 2,999.00 | 3 | 900 |
| Escritorios ejecutivos | 2,449.00 | 2 | 490 |
| Escritorio Trabajo | 1,299.00 | 5 | 650 |
| Mesas de trabajo | 4,000.00 | 2 | 800 |
| | | | <u>\$ 3,956</u> |
| <u>Telefonía</u> | | | |
| Descripción | Precio Pesos | Cantidad | Precio Dólares |
| Diademas | 630.00 | 18 | 1134 |
| Teléfonos | 599.00 | 8 | 479 |
| Instalación | 1,299.00 | 1 | 130 |
| total | | | <u>\$ 1,743</u> |
| <u>Computo, software</u> | | | |
| Descripción | Precio Pesos | Cantidad | Precio Dólares |
| Portátiles | 6,999.00 | 2 | 1400 |
| Desktops | 5,201.00 | 4 | 2080 |
| Servidor (pequeña Empresa) | 6,899.00 | 1 | 690 |
| Licencias Office | 5,500.00 | 6 | 3300 |
| | | | <u>\$ 7,470</u> |

| <u>Equipo de oficina</u> | | | | | | | | |
|-------------------------------------|------------|------------|--------------|------------|----------------|-------------|-------------|-------------|
| Descripción | | | Precio Pesos | Cantidad | Precio Dólares | | | |
| Multifuncionales | | | 10449 | 2 | 2090 | | | |
| Total | | | | | \$ 2,090 | | | |
| <u>Instalación y remodelaciones</u> | | | | | | | | |
| Descripción | | | Precio Pesos | Cantidad | Precio Dólares | | | |
| Instación Telefónica (cableado) | | | 10,000.00 | 1 | 1000 | | | |
| Instalación equipo de computo | | | 8,000.00 | 1 | 800 | | | |
| Total | | | | | \$ 1,800 | | | |
| <u>Alquiler</u> | | | | | | | | |
| Descripción | | | Precio Pesos | Pagos | Precio Dólares | | | |
| Alquiler Oficina | | | 7,000.00 | 1 | \$ 700.00 | | | |
| <u>Presupuesto de Gastos</u> | | | | | | | | |
| Mes 7 | Mes 8 | Mes 9 | Mes 10 | Mes 11 | Mes 12 | Año 1 | Año 2 | Año 3 |
| \$ 700.00 | \$ 700.00 | \$ 700.00 | \$ 700.00 | \$ 700.00 | \$ 700.00 | \$ 8,400.00 | \$ 8,779.68 | \$ 9,176.52 |
| \$3,525.00 | \$3,025.00 | \$3,525.00 | \$3,025.00 | \$3,525.00 | \$3,025.00 | \$39,350.00 | \$41,128.62 | \$42,987.63 |
| \$4,225.00 | \$3,725.00 | \$4,225.00 | \$3,725.00 | \$4,225.00 | \$3,725.00 | \$47,750.00 | \$49,908.30 | \$52,164.16 |

Anexo número 9. Flujo de Efectivo y Estado de Resultados Marketing 2000.

| Flujo de Caja Marketing 2000 (miles de USD) | | | | | | | |
|---|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | Mes0 | Mes1 | Mes2 | Mes3 | Mes4 | Mes5 | Mes6 |
| Caja inicial | 0.00 | 5,822.54 | 1,613.98 | 5,031.80 | 10,065.03 | 15,383.26 | 20,416.48 |
| más ingresos | 0.00 | 23,184.00 | 34,776.00 | 38,640.00 | 38,640.00 | 38,640.00 | 38,640.00 |
| Total disponible | 0.00 | 29,006.54 | 36,389.98 | 43,671.80 | 48,705.03 | 54,023.26 | 59,056.48 |
| menos | | | | | | | |
| Alquiler | 2,100.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 |
| Salarios y cargas sociales | 8,777.00 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 |
| Servicios Públicos | 300.00 | 3,575.00 | 3,025.00 | 3,525.00 | 3,025.00 | 3,525.00 | 3,025.00 |
| Seguros | 0.00 | 600.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Honorarios Profesionales | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 |
| Registro y permiso | 219.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Muebles de oficina | 3,956.30 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| telefonía | 1,743.10 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| computo y software | 7,470.10 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Equipo de oficina | 2,089.80 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Instalaciones y remodelaciones | 1,800.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Articulos de oficina | 522.16 | 504.00 | 756.00 | 840.00 | 840.00 | 840.00 | 840.00 |
| IVA | 0.00 | 0.00 | 3,896.93 | 4,784.25 | 4,859.25 | 4,784.25 | 4,859.25 |
| Impuesto de renta | 0.00 | 0.00 | 966.68 | 1,743.96 | 1,883.96 | 1,743.96 | 1,883.96 |
| Total de egresos | 29,177.46 | 27,392.56 | 31,358.17 | 33,606.77 | 33,321.77 | 33,606.77 | 33,321.77 |
| Neto disponible | -29,177.46 | 1,613.98 | 5,031.80 | 10,065.03 | 15,383.26 | 20,416.48 | 25,734.71 |
| aporte de los socios | 35,000.00 | | | | | | |
| Caja final | 5,822.54 | 1,613.98 | 5,031.80 | 10,065.03 | 15,383.26 | 20,416.48 | 25,734.71 |

| Flujo de Caja Marketing 2000 (miles de USD) | | | | | | | | |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|------------|------------|
| Mes7 | Mes8 | Mes9 | Mes10 | Mes11 | Mes12 | Año1 | Año2 | Año3 |
| 25,734.71 | 30,767.94 | 36,086.16 | 41,119.39 | 46,437.62 | 51,470.84 | 5,822.54 | 45,720.23 | 94,695.54 |
| 38,640.00 | 38,640.00 | 38,640.00 | 38,640.00 | 38,640.00 | 23,184.00 | 428,904.00 | 468,483.72 | 489,659.19 |
| 64,374.71 | 69,407.94 | 74,726.16 | 79,759.39 | 85,077.62 | 74,654.84 | 434,726.54 | 514,203.96 | 584,354.73 |
| 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 8,400.00 | 8,779.68 | 9,176.52 |
| 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 261,762.73 | 276,805.01 | 289,067.47 |
| 3,525.00 | 3,025.00 | 3,525.00 | 3,025.00 | 3,525.00 | 3,025.00 | 39,350.00 | 41,128.62 | 42,987.63 |
| 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 600.00 | 626.58 | 654.34 |
| 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 2,400.00 | 2,506.32 | 2,617.35 |
| 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 840.00 | 840.00 | 840.00 | 840.00 | 840.00 | 504.00 | 9,324.00 | 10,184.43 | 10,644.76 |
| 4,784.25 | 4,859.25 | 4,784.25 | 4,859.25 | 4,784.25 | 2,692.05 | 49,947.23 | 58,203.32 | 60,834.11 |
| 1,743.96 | 1,883.96 | 1,743.96 | 1,883.96 | 1,743.96 | 0.00 | 17,222.35 | 21,274.46 | 22,306.18 |
| 33,606.77 | 33,321.77 | 33,606.77 | 33,321.77 | 33,606.77 | 28,934.61 | 389,006.31 | 419,508.42 | 438,288.37 |
| 30,767.94 | 36,086.16 | 41,119.39 | 46,437.62 | 51,470.84 | 45,720.23 | 45,720.23 | 94,695.54 | 146,066.36 |
| 30,767.94 | 36,086.16 | 41,119.39 | 46,437.62 | 51,470.84 | 45,720.23 | 45,720.23 | 94,695.54 | 146,066.36 |

| Estado de Resultados Marketing 2000 SA de CV (miles de USD) | | | | | | | |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | Mes1 | Mes2 | Mes3 | Mes4 | Mes5 | Mes6 | Mes7 |
| Ingresos | | | | | | | |
| Ingresos por ventas | 20,160.00 | 30,240.00 | 33,600.00 | 33,600.00 | 33,600.00 | 33,600.00 | 33,600.00 |
| Total Ingresos | 20,160.00 | 30,240.00 | 33,600.00 | 33,600.00 | 33,600.00 | 33,600.00 | 33,600.00 |
| Gastos | | | | | | | |
| Alquiler | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 |
| Salarios y cargas sociales | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 |
| Servicios Publicos | 3,575.00 | 3,025.00 | 3,525.00 | 3,025.00 | 3,525.00 | 3,025.00 | 3,525.00 |
| Seguros | 600.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Honorarios Profesionales | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 |
| Depreciación | 293.00 | 293.00 | 293.00 | 293.00 | 293.00 | 293.00 | 293.00 |
| Articulos de oficina | 504.00 | 756.00 | 840.00 | 840.00 | 840.00 | 840.00 | 840.00 |
| Total de Gastos | 27,685.56 | 26,787.56 | 27,371.56 | 26,871.56 | 27,371.56 | 26,871.56 | 27,371.56 |
| Utilidad antes de Impuestos | -7,525.56 | 3,452.44 | 6,228.44 | 6,728.44 | 6,228.44 | 6,728.44 | 6,228.44 |
| ISR(28%) | 0.00 | 966.68 | 1,743.96 | 1,883.96 | 1,743.96 | 1,883.96 | 1,743.96 |
| Utilidad neta | -7,525.56 | 2,485.76 | 4,484.48 | 4,844.48 | 4,484.48 | 4,844.48 | 4,484.48 |

| Estado de Resultados Marketing 2000 SA de CV (miles de USD) | | | | | | | |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|------------|------------|
| Mes8 | Mes9 | Mes10 | Mes11 | Mes12 | Año1 | Año2 | Año3 |
| 33,600.00 | 33,600.00 | 33,600.00 | 33,600.00 | 20,160.00 | 372,960.00 | 407,377.15 | 425,790.60 |
| 33,600.00 | 33,600.00 | 33,600.00 | 33,600.00 | 20,160.00 | 372,960.00 | 407,377.15 | 425,790.60 |
| 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 8,400.00 | 8,779.68 | 9,176.52 |
| 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 261,762.73 | 276,805.01 | 289,067.47 |
| 3,025.00 | 3,525.00 | 3,025.00 | 3,525.00 | 3,025.00 | 39,350.00 | 41,128.62 | 42,987.63 |
| 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 600.00 | 626.58 | 654.34 |
| 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 2,400.00 | 2,506.32 | 2,617.35 |
| 293.00 | 293.00 | 293.00 | 293.00 | 293.00 | 3,511.42 | 3,511.42 | 3,511.42 |
| 840.00 | 840.00 | 840.00 | 840.00 | 504.00 | 9,324.00 | 10,184.43 | 10,644.76 |
| 26,871.56 | 27,371.56 | 26,871.56 | 27,371.56 | 26,535.56 | 325,348.14 | 343,542.05 | 358,659.49 |
| 6,728.44 | 6,228.44 | 6,728.44 | 6,228.44 | -6,375.56 | 47,611.86 | 63,835.10 | 67,131.11 |
| 1,883.96 | 1,743.96 | 1,883.96 | 1,743.96 | 0.00 | 17,222.35 | 17,873.83 | 18,796.71 |
| 4,844.48 | 4,484.48 | 4,844.48 | 4,484.48 | -6,375.56 | 30,389.51 | 45,961.27 | 48,334.40 |

Anexo número 10. Propuesta Pesimista Marketing 2000 SA de CV.

| | Flujo de Caja Marketing 2000 (miles de USD) | | | | | | |
|--------------------------------|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | Mes0 | Mes1 | Mes2 | Mes3 | Mes4 | Mes5 | Mes6 |
| Caja inicial | 0.00 | 5,822.54 | 3,211.98 | 4,383.49 | 6,382.63 | 8,666.78 | 10,665.93 |
| más ingresos | 0.00 | 19,706.40 | 29,559.60 | 32,844.00 | 32,844.00 | 32,844.00 | 32,844.00 |
| Total disponible | 0.00 | 25,528.94 | 32,771.58 | 37,227.49 | 39,226.63 | 41,510.78 | 43,509.93 |
| menos | | | | | | | |
| Alquiler | 2,100.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 |
| Salarios y cargas sociales | 8,777.00 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 |
| Servicios Publicos | 300.00 | 3,575.00 | 3,025.00 | 3,525.00 | 3,025.00 | 3,525.00 | 3,025.00 |
| Seguros | 0.00 | 600.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Honorarios Profesionales | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 |
| Registro y permiso | 219.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Muebles de oficina | 3,956.30 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| telefonía | 1,743.10 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| computo y softwere | 7,470.10 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Equipo de oficina | 2,089.80 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Instalaciones y remodelaciones | 1,800.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Articulos de oficina | 522.16 | 428.40 | 642.60 | 714.00 | 714.00 | 714.00 | 714.00 |
| IVA | 0.00 | 0.00 | 2,006.93 | 3,524.25 | 3,599.25 | 3,524.25 | 3,599.25 |
| Impuesto de renta | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 368.04 | 508.04 | 368.04 | 508.04 |
| Total de egresos | 29,177.46 | 27,316.96 | 28,388.09 | 30,844.85 | 30,559.85 | 30,844.85 | 30,559.85 |
| Neto disponible | -29,177.46 | -1,788.02 | 4,383.49 | 6,382.63 | 8,666.78 | 10,665.93 | 12,950.07 |
| aporte de los socios | 35,000.00 | 5,000.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Caja final | 5,822.54 | 3,211.98 | 4,383.49 | 6,382.63 | 8,666.78 | 10,665.93 | 12,950.07 |

| Flujo de Caja Marketing 2000 (miles de USD) | | | | | | | | |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Mes7 | Mes8 | Mes9 | Mes10 | Mes11 | Mes12 | Año1 | Año2 | Año3 |
| 12,950.07 | 14,949.22 | 17,233.37 | 19,232.51 | 21,516.66 | 23,515.81 | 5,822.54 | 10,119.19 | 25,708.98 |
| 32,844.00 | 32,844.00 | 32,844.00 | 32,844.00 | 32,844.00 | 19,706.40 | 364,568.40 | 398,211.17 | 416,210.31 |
| 45,794.07 | 47,793.22 | 50,077.37 | 52,076.51 | 54,360.66 | 43,222.21 | 370,390.94 | 408,330.36 | 441,919.29 |
| 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 8,400.00 | 8,779.68 | 9,176.52 |
| 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 261,762.73 | 276,805.01 | 289,067.47 |
| 3,525.00 | 3,025.00 | 3,525.00 | 3,025.00 | 3,525.00 | 3,025.00 | 39,350.00 | 41,128.62 | 42,987.63 |
| 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 600.00 | 626.58 | 654.34 |
| 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 2,400.00 | 2,506.32 | 2,617.35 |
| 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 714.00 | 714.00 | 714.00 | 714.00 | 714.00 | 428.40 | 7,925.40 | 8,656.76 | 9,048.05 |
| 3,524.25 | 3,599.25 | 3,524.25 | 3,599.25 | 3,524.25 | 1,936.05 | 35,961.23 | 42,926.68 | 44,866.96 |
| 368.04 | 508.04 | 368.04 | 508.04 | 368.04 | 0.00 | 3,872.39 | 1,191.73 | 1,360.59 |
| 30,844.85 | 30,559.85 | 30,844.85 | 30,559.85 | 30,844.85 | 28,103.01 | 360,271.75 | 382,621.38 | 399,778.91 |
| 14,949.22 | 17,233.37 | 19,232.51 | 21,516.66 | 23,515.81 | 15,119.19 | 10,119.19 | 25,708.98 | 42,140.38 |
| 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 14,949.22 | 17,233.37 | 19,232.51 | 21,516.66 | 23,515.81 | 15,119.19 | 10,119.19 | 25,708.98 | 42,140.38 |

| Estado de Resultados Marketing 2000 SA de CV (miles de USD) | | | | | | | |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | Mes1 | Mes2 | Mes3 | Mes4 | Mes5 | Mes6 | Mes7 |
| Ingresos | | | | | | | |
| Ingresos por ventas | 17,136.00 | 25,704.00 | 28,560.00 | 28,560.00 | 28,560.00 | 28,560.00 | 28,560.00 |
| Total Ingresos | 17,136.00 | 25,704.00 | 28,560.00 | 28,560.00 | 28,560.00 | 28,560.00 | 28,560.00 |
| Gastos | | | | | | | |
| Alquiler | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 |
| Salarios y cargas sociales | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 |
| Servicios Publicos | 3,575.00 | 3,025.00 | 3,525.00 | 3,025.00 | 3,525.00 | 3,025.00 | 3,525.00 |
| Seguros | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Honorarios Profesionales | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 |
| Depreciación | 293.00 | 293.00 | 293.00 | 293.00 | 293.00 | 293.00 | 293.00 |
| Articulos de oficina | 428.40 | 642.60 | 714.00 | 714.00 | 714.00 | 714.00 | 714.00 |
| Total de Gastos | 27,009.96 | 26,674.16 | 27,245.56 | 26,745.56 | 27,245.56 | 26,745.56 | 27,245.56 |
| Utilidad antes de Impuestos | -9,873.96 | -970.16 | 1,314.44 | 1,814.44 | 1,314.44 | 1,814.44 | 1,314.44 |
| ISR(28%) | 0.00 | -271.64 | 368.04 | 508.04 | 368.04 | 508.04 | 368.04 |
| Utilidad neta | -9,873.96 | -698.52 | 946.40 | 1,306.40 | 946.40 | 1,306.40 | 946.40 |

| Estado de Resultados Marketing 2000 SA de CV (miles de USD) | | | | | | | |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|------------|------------|
| Mes8 | Mes9 | Mes10 | Mes11 | Mes12 | Año1 | Año2 | Año3 |
| 28,560.00 | 28,560.00 | 28,560.00 | 28,560.00 | 17,136.00 | 317,016.00 | 346,270.58 | 361,922.01 |
| 28,560.00 | 28,560.00 | 28,560.00 | 28,560.00 | 17,136.00 | 317,016.00 | 346,270.58 | 361,922.01 |
| 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 8,400.00 | 8,779.68 | 9,176.52 |
| 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 261,762.73 | 276,805.01 | 289,067.47 |
| 3,025.00 | 3,525.00 | 3,025.00 | 3,525.00 | 3,025.00 | 39,350.00 | 41,128.62 | 42,987.63 |
| 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 600.00 | 626.58 | 654.34 |
| 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 2,400.00 | 2,506.32 | 2,617.35 |
| 293.00 | 293.00 | 293.00 | 293.00 | 293.00 | 3,511.42 | 3,511.42 | 3,511.42 |
| 714.00 | 714.00 | 714.00 | 714.00 | 428.40 | 7,925.40 | 8,656.76 | 9,048.05 |
| 26,745.56 | 27,245.56 | 26,745.56 | 27,245.56 | 26,459.96 | 323,949.54 | 342,014.39 | 357,062.78 |
| 1,814.44 | 1,314.44 | 1,814.44 | 1,314.44 | -9,323.96 | -6,933.54 | 4,256.19 | 4,859.23 |
| 508.04 | 368.04 | 508.04 | 368.04 | 0.00 | 3,600.74 | 1,191.73 | 1,360.59 |
| 1,306.40 | 946.40 | 1,306.40 | 946.40 | -9,323.96 | -10,534.28 | 3,064.46 | 3,498.65 |

Anexo número 11. Propuesta Optimista Marketing 2000 SA de CV

| Flujo de Caja Marketing 2000 (miles de USD) | | | | | | | |
|---|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | Mes0 | Mes1 | Mes2 | Mes3 | Mes4 | Mes5 | Mes6 |
| Caja inicial | 0.00 | 5,822.54 | 5,066.38 | 12,035.89 | 21,183.44 | 30,615.99 | 39,763.53 |
| más ingresos | 0.00 | 26,661.60 | 39,992.40 | 44,436.00 | 44,436.00 | 44,436.00 | 44,436.00 |
| Total disponible | 0.00 | 32,484.14 | 45,058.78 | 56,471.89 | 65,619.44 | 75,051.99 | 84,199.53 |
| menos | | | | | | | |
| Alquiler | 2,100.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 |
| Salarios y cargas sociales | 8,777.00 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 |
| Servicios Públicos | 300.00 | 3,575.00 | 3,025.00 | 3,525.00 | 3,025.00 | 3,525.00 | 3,025.00 |
| Seguros | 0.00 | 600.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Honorarios Profesionales | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 |
| Registro y permiso | 219.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Muebles de oficina | 3,956.30 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| telefonía | 1,743.10 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| computo y software | 7,470.10 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Equipo de oficina | 2,089.80 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Instalaciones y remodelaciones | 1,800.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Artículos de oficina | 522.16 | 529.20 | 793.80 | 882.00 | 882.00 | 882.00 | 882.00 |
| IVA | 0.00 | 0.00 | 4,274.93 | 5,036.25 | 5,111.25 | 5,036.25 | 5,111.25 |
| Impuesto de renta | 0.00 | 0.00 | 2,215.60 | 3,131.64 | 3,271.64 | 3,131.64 | 3,271.64 |
| Total de egresos | 29,177.46 | 27,417.76 | 33,022.89 | 35,288.45 | 35,003.45 | 35,288.45 | 35,003.45 |
| Neto disponible | -29,177.46 | 5,066.38 | 12,035.89 | 21,183.44 | 30,615.99 | 39,763.53 | 49,196.08 |
| aporte de los socios | 35,000.00 | | | | | | |
| Caja final | 5,822.54 | 5,066.38 | 12,035.89 | 21,183.44 | 30,615.99 | 39,763.53 | 49,196.08 |

| Flujo de Caja Marketing 2000 (miles de USD) | | | | | | | | |
|---|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Mes7 | Mes8 | Mes9 | Mes10 | Mes11 | Mes12 | Año1 | Año2 | Año3 |
| 49,196.08 | 58,343.62 | 67,776.17 | 76,923.72 | 86,356.26 | 95,503.81 | 5,822.54 | 93,323.72 | 194,564.55 |
| 44,436.00 | 44,436.00 | 44,436.00 | 44,436.00 | 44,436.00 | 26,661.60 | 493,239.60 | 538,756.28 | 563,108.07 |
| 93,632.08 | 102,779.62 | 112,212.17 | 121,359.72 | 130,792.26 | 122,165.41 | 499,062.14 | 632,080.00 | 757,672.62 |
| 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 8,400.00 | 8,779.68 | 9,176.52 |
| 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 261,762.73 | 276,805.01 | 289,067.47 |
| 3,525.00 | 3,025.00 | 3,525.00 | 3,025.00 | 3,525.00 | 3,025.00 | 39,350.00 | 41,128.62 | 42,987.63 |
| 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 600.00 | 626.58 | 654.34 |
| 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 2,400.00 | 2,506.32 | 2,617.35 |
| 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 882.00 | 882.00 | 882.00 | 882.00 | 882.00 | 529.20 | 9,790.20 | 11,712.09 | 12,241.48 |
| 5,036.25 | 5,111.25 | 5,036.25 | 5,111.25 | 5,036.25 | 2,843.25 | 52,475.11 | 61,258.65 | 64,027.54 |
| 3,131.64 | 3,271.64 | 3,131.64 | 3,271.64 | 3,131.64 | 0.00 | 30,960.38 | 34,698.50 | 36,381.86 |
| 35,288.45 | 35,003.45 | 35,288.45 | 35,003.45 | 35,288.45 | 29,111.01 | 405,738.42 | 437,515.45 | 457,154.19 |
| 58,343.62 | 67,776.17 | 76,923.72 | 86,356.26 | 95,503.81 | 93,054.40 | 93,323.72 | 194,564.55 | 300,518.42 |
| 58,343.62 | 67,776.17 | 76,923.72 | 86,356.26 | 95,503.81 | 93,054.40 | 93,323.72 | 194,564.55 | 300,518.42 |

| Estado de Resultados Marketing 2000 SA de CV (miles de USD) | | | | | | | |
|---|----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Ingresos | Estado de Resultados | | | | | | |
| | Mes1 | Mes2 | Mes3 | Mes4 | Mes5 | Mes6 | Mes7 |
| Ingresos por ventas | 23,184.00 | 34,776.00 | 38,640.00 | 38,640.00 | 38,640.00 | 38,640.00 | 38,640.00 |
| Total Ingresos | 23,184.00 | 34,776.00 | 38,640.00 | 38,640.00 | 38,640.00 | 38,640.00 | 38,640.00 |
| Gastos | | | | | | | |
| Alquiler | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 |
| Salarios y cargas sociales | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 |
| Servicios Publicos | 3,575.00 | 3,025.00 | 3,525.00 | 3,025.00 | 3,525.00 | 3,025.00 | 3,525.00 |
| Seguros | 600.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Honorarios Profesionales | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 |
| Depreciación | 293.00 | 293.00 | 293.00 | 293.00 | 293.00 | 293.00 | 293.00 |
| Articulos de oficina | 554.40 | 831.60 | 924.00 | 924.00 | 924.00 | 924.00 | 924.00 |
| Total de Gastos | 27,735.96 | 26,863.16 | 27,455.56 | 26,955.56 | 27,455.56 | 26,955.56 | 27,455.56 |
| Utilidad antes de Impuestos | -4,551.96 | 7,912.84 | 11,184.44 | 11,684.44 | 11,184.44 | 11,684.44 | 11,184.44 |
| ISR(28%) | 0.00 | 2,215.60 | 3,131.64 | 3,271.64 | 3,131.64 | 3,271.64 | 3,131.64 |
| Utilidad neta | -4,551.96 | 5,697.24 | 8,052.80 | 8,412.80 | 8,052.80 | 8,412.80 | 8,052.80 |

| Estado de Resultados Marketing 2000 SA de CV (miles de USD) | | | | | | | |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|------------|------------|
| Mes8 | Mes9 | Mes10 | Mes11 | Mes12 | Año1 | Año2 | Año3 |
| 38,640.00 | 38,640.00 | 38,640.00 | 38,640.00 | 23,184.00 | 428,904.00 | 468,483.72 | 489,659.19 |
| 38,640.00 | 38,640.00 | 38,640.00 | 38,640.00 | 23,184.00 | 428,904.00 | 468,483.72 | 489,659.19 |
| 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 8,400.00 | 8,779.68 | 9,176.52 |
| 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 21,813.56 | 261,762.73 | 276,805.01 | 289,067.47 |
| 3,025.00 | 3,525.00 | 3,025.00 | 3,525.00 | 3,025.00 | 39,350.00 | 41,128.62 | 42,987.63 |
| 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 600.00 | 626.58 | 654.34 |
| 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 2,400.00 | 2,506.32 | 2,617.35 |
| 293.00 | 293.00 | 293.00 | 293.00 | 293.00 | 3,511.42 | 3,511.42 | 3,511.42 |
| 924.00 | 924.00 | 924.00 | 924.00 | 554.40 | 10,256.40 | 11,202.87 | 11,709.24 |
| 26,955.56 | 27,455.56 | 26,955.56 | 27,455.56 | 26,585.96 | 326,280.54 | 344,560.49 | 359,723.97 |
| 11,684.44 | 11,184.44 | 11,684.44 | 11,184.44 | -3,401.96 | 102,618.87 | 123,923.23 | 129,935.22 |
| 3,271.64 | 3,131.64 | 3,271.64 | 3,131.64 | 0.00 | 30,960.38 | 34,698.50 | 36,381.86 |
| 8,412.80 | 8,052.80 | 8,412.80 | 8,052.80 | -3,401.96 | 71,658.49 | 89,224.73 | 93,553.36 |

Anexo número 12. Diferentes escenarios del Proyecto.

| Análisis Financiero Marketing 2000 SA de CV | | | | | | | | | |
|---|-------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|--------------|---------------|---------------|
| Análisis | Propuestas del Proyecto | | | | | | | | |
| | Pesimista | | | Presupuesto | | | Optimista | | |
| | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 1 | Año 2 | Año 3 |
| Ingresos proyectados | \$364,568.40 | \$398,211.17 | \$416,210.31 | \$428,904.00 | \$468,483.72 | \$489,659.19 | \$499,062.14 | \$632,080.00 | \$757,672.62 |
| Margen utilidad Neta | -3% | 1% | 1% | 8% | 11% | 11% | 17% | 19% | 19% |
| TIR | | | | | | | | | |
| Inversión inicial | -29,177.46 | | | -29,177.46 | | | -29,177.46 | | |
| Flujo de caja | \$ 10,119.19 | \$ 25,708.98 | \$ 42,140.38 | \$ 45,720.23 | \$ 94,695.54 | \$ 146,066.36 | \$ 93,323.72 | \$ 194,564.55 | \$ 300,518.42 |
| TIR del Proyecto | 53% | | | 212% | | | 396% | | |
| VAN | | | | | | | | | |
| Tasa | 7.56% | | | 7.56% | | | 7.56% | | |
| VAN del proyecto | \$33,764.51 | | | \$197,621.80 | | | \$434,420.81 | | |

Anexo número 13

| IVA por pagar Marketing 2000 S.A de C.V. | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|------------|------------|
| INGRESOS | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Mes0 | Mes1 | Mes2 | Mes3 | Mes4 | Mes5 | Mes6 | Mes7 | Mes8 | Mes9 | Mes10 | Mes11 | Mes12 | Año 1 | Año 2 | Año 3 |
| Ventas Brutas | 0.00 | 22,176.00 | 33,264.00 | 36,960.00 | 36,960.00 | 36,960.00 | 36,960.00 | 36,960.00 | 36,960.00 | 36,960.00 | 36,960.00 | 36,960.00 | 22,176.00 | 410,256.00 | 448,114.87 | 468,369.66 |
| IVA 15% | 0.00 | 3,326.40 | 4,989.60 | 5,544.00 | 5,544.00 | 5,544.00 | 5,544.00 | 5,544.00 | 5,544.00 | 5,544.00 | 5,544.00 | 5,544.00 | 3,326.40 | 61,538.40 | 67,217.23 | 70,255.45 |
| Ventas Netas | 0.00 | 25,502.40 | 38,253.60 | 42,504.00 | 42,504.00 | 42,504.00 | 42,504.00 | 42,504.00 | 42,504.00 | 42,504.00 | 42,504.00 | 42,504.00 | 25,502.40 | 471,794.40 | 515,332.10 | 538,625.11 |
| COMPRAS | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Total mensual | 20,200.46 | 4,779.00 | 4,481.00 | 5,065.00 | 4,565.00 | 5,065.00 | 4,565.00 | 5,065.00 | 4,565.00 | 5,065.00 | 4,565.00 | 5,065.00 | 4,229.00 | 57,074.00 | 60,092.73 | 62,808.92 |
| IVA 15% | 3,030.07 | 716.85 | 672.15 | 759.75 | 684.75 | 759.75 | 684.75 | 759.75 | 684.75 | 759.75 | 684.75 | 759.75 | 634.35 | 8,561.10 | 9,013.91 | 9,421.34 |
| Costo Total | 23,230.53 | 5,495.85 | 5,153.15 | 5,824.75 | 5,249.75 | 5,824.75 | 5,249.75 | 5,824.75 | 5,249.75 | 5,824.75 | 5,249.75 | 5,824.75 | 4,863.35 | 65,635.10 | 69,106.64 | 72,230.26 |
| IVA POR PAGAR | -3,030.07 | 2,609.55 | 4,317.45 | 4,784.25 | 4,859.25 | 4,784.25 | 4,859.25 | 4,784.25 | 4,859.25 | 4,784.25 | 4,859.25 | 4,784.25 | 2,682.05 | 52,977.30 | 58,203.32 | 60,834.11 |
| IVA POR PAGAR NETO | | 420.52 | 3,886.93 | 4,784.25 | 4,859.25 | 4,784.25 | 4,859.25 | 4,784.25 | 4,859.25 | 4,784.25 | 4,859.25 | 4,784.25 | 2,682.05 | 49,947.23 | 58,203.32 | 60,834.11 |

| IVA por pagar Marketing 2000 S.A de C.V. | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|------------|------------|
| Ecenario Pesimista | | | | | | | | | | | | | | | | |
| INGRESOS | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Mes0 | Mes1 | Mes2 | Mes3 | Mes4 | Mes5 | Mes6 | Mes7 | Mes8 | Mes9 | Mes10 | Mes11 | Mes12 | Año 1 | Año 2 | Año 3 |
| Ventas Brutas | 0.00 | 17,136.00 | 25,704.00 | 28,560.00 | 28,560.00 | 28,560.00 | 28,560.00 | 28,560.00 | 28,560.00 | 28,560.00 | 28,560.00 | 28,560.00 | 17,136.00 | 317,016.00 | 346,270.58 | 361,922.01 |
| IVA 15% | 0.00 | 2,570.40 | 3,855.60 | 4,284.00 | 4,284.00 | 4,284.00 | 4,284.00 | 4,284.00 | 4,284.00 | 4,284.00 | 4,284.00 | 4,284.00 | 2,570.40 | 47,552.40 | 51,940.59 | 54,288.30 |
| Ventas Netas | 0.00 | 19,706.40 | 29,559.60 | 32,844.00 | 32,844.00 | 32,844.00 | 32,844.00 | 32,844.00 | 32,844.00 | 32,844.00 | 32,844.00 | 32,844.00 | 19,706.40 | 364,568.40 | 398,211.17 | 416,210.31 |
| COMPRAS | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Total mensual | 20,200.46 | 4,779.00 | 4,481.00 | 5,065.00 | 4,565.00 | 5,065.00 | 4,565.00 | 5,065.00 | 4,565.00 | 5,065.00 | 4,565.00 | 5,065.00 | 4,229.00 | 57,074.00 | 60,092.73 | 62,808.92 |
| IVA 15% | 3,030.07 | 716.85 | 672.15 | 759.75 | 684.75 | 759.75 | 684.75 | 759.75 | 684.75 | 759.75 | 684.75 | 759.75 | 634.35 | 8,561.10 | 9,013.91 | 9,421.34 |
| Costo Total | 23,230.53 | 5,495.85 | 5,153.15 | 5,824.75 | 5,249.75 | 5,824.75 | 5,249.75 | 5,824.75 | 5,249.75 | 5,824.75 | 5,249.75 | 5,824.75 | 4,863.35 | 65,635.10 | 69,106.64 | 72,230.26 |
| IVA POR PAGAR | -3,030.07 | 1,853.55 | 3,183.45 | 3,524.25 | 3,599.25 | 3,524.25 | 3,599.25 | 3,524.25 | 3,599.25 | 3,524.25 | 3,599.25 | 3,524.25 | 1,936.05 | 38,991.30 | 42,926.68 | 44,866.96 |
| IVA POR PAGAR NETO | | -1,176.52 | 2,008.93 | 3,524.25 | 3,599.25 | 3,524.25 | 3,599.25 | 3,524.25 | 3,599.25 | 3,524.25 | 3,599.25 | 3,524.25 | 1,936.05 | 35,961.23 | 42,926.68 | 44,866.96 |

IVA por pagar Marketing 2000 S.A de C.V.

Ecenario Optimista

| INGRESOS | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|------------|------------|
| | Mes0 | Mes1 | Mes2 | Mes3 | Mes4 | Mes5 | Mes6 | Mes7 | Mes8 | Mes9 | Mes10 | Mes11 | Mes12 | Año 1 | Año 2 | Año 3 |
| Ventas Brutas | 0.00 | 23,184.00 | 34,776.00 | 38,640.00 | 38,640.00 | 38,640.00 | 38,640.00 | 38,640.00 | 38,640.00 | 38,640.00 | 38,640.00 | 38,640.00 | 23,184.00 | 428,904.00 | 468,463.72 | 468,659.19 |
| IVA 15% | 0.00 | 3,477.60 | 5,216.40 | 5,796.00 | 5,796.00 | 5,796.00 | 5,796.00 | 5,796.00 | 5,796.00 | 5,796.00 | 5,796.00 | 5,796.00 | 3,477.60 | 84,335.60 | 70,272.56 | 73,448.88 |
| Ventas Netas | 0.00 | 26,661.60 | 39,992.40 | 44,436.00 | 44,436.00 | 44,436.00 | 44,436.00 | 44,436.00 | 44,436.00 | 44,436.00 | 44,436.00 | 44,436.00 | 26,661.60 | 483,239.60 | 538,756.28 | 563,108.07 |
| COMPRAS | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Total mensual | 20,200.46 | 4,779.00 | 4,481.00 | 5,065.00 | 4,585.00 | 5,065.00 | 4,585.00 | 5,065.00 | 4,585.00 | 5,065.00 | 4,585.00 | 5,065.00 | 4,229.00 | 57,074.00 | 60,092.73 | 62,808.92 |
| IVA 15% | 3,030.07 | 716.85 | 672.15 | 759.75 | 684.75 | 759.75 | 684.75 | 759.75 | 684.75 | 759.75 | 684.75 | 759.75 | 634.35 | 8,561.10 | 9,013.91 | 9,421.34 |
| Costo Total | 23,230.53 | 5,495.85 | 5,153.15 | 5,824.75 | 5,249.75 | 5,824.75 | 5,249.75 | 5,824.75 | 5,249.75 | 5,824.75 | 5,249.75 | 5,824.75 | 4,863.35 | 65,635.10 | 69,106.64 | 72,230.26 |
| IVA POR PAGAR | -3,030.07 | 2,760.75 | 4,544.25 | 5,036.25 | 5,111.25 | 5,036.25 | 5,111.25 | 5,036.25 | 5,111.25 | 5,036.25 | 5,111.25 | 5,036.25 | 2,843.25 | 55,774.50 | 61,258.65 | 64,027.54 |
| IVA POR PAGAR NETO | | -269.32 | 4,274.93 | 5,036.25 | 5,111.25 | 5,036.25 | 5,111.25 | 5,036.25 | 5,111.25 | 5,036.25 | 5,111.25 | 5,036.25 | 2,843.25 | 52,475.11 | 61,258.65 | 64,027.54 |