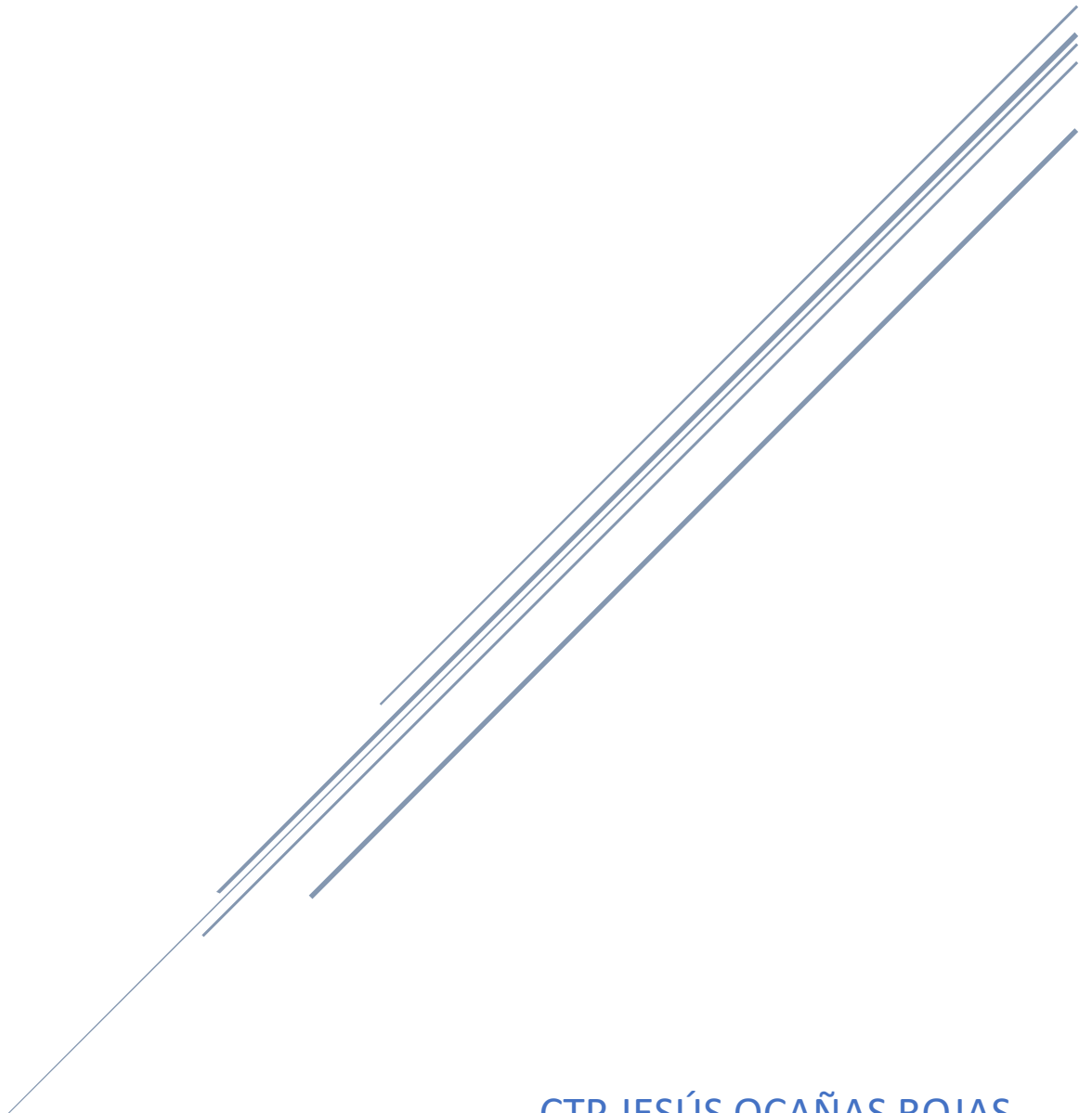


# PLAN DE NEGOCIOS

## Lightning drinks



CTP JESÚS OCAÑAS ROJAS  
DECIMO GRADO



## Contents

Resumen Ejecutivo. ....	2
Naturaleza de negocio. ....	5
Estudio de Mercado y Mercadeo. ....	9
FODA-MECA. ....	9
Encuesta y el evaluador de encuestas: .....	10
ENCUESTA:.....	10
Evaluador de Encuestas: .....	14
Plan corporativo.....	17
Plan de marketing.....	18
Estudio Técnico.....	22
Organigrama.....	22
Punto de equilibrio. ....	23
Estudio Económico.....	24
Evaluador de encuestas:.....	24
Análisis Financiero .....	25
Contabilidad .....	25



## Resumen Ejecutivo.

Lightning Drinks es una empresa que da inicio gracias al programa La Compañía de Junior Achievement, compuesta por 18 estudiantes del CTP Jesús Ocañas Rojas de la especialidad de Contabilidad y Costos.

Desde que iniciamos con nuestra empresa buscábamos encontrar una solución a una problemática que se viviera en el mundo y la contaminación es uno de los mayores factores que afectan el planeta; por lo que decidimos implementar un producto que no contaminara o bien ayudara a reducir la contaminación.

También identificamos que en la actualidad muchas veces las personas cuentan con un tiempo limitado para preparar y disfrutar de una bebida; debido a que deben cumplir con sus trabajos y ocupaciones; por lo que se busco ofrecer al consumidor un producto que le permita obtener calidad, sabor y tiempo al momento de preparar y consumir una bebida instantánea que cuenta con una rápida y fácil preparación.

Nuestra idea de negocio está comprometida en ser una empresa totalmente sostenible con el ambiente y satisfacer a nuestros clientes, por eso creamos unas bolsitas similares a las del té con el contenido de los productos que comúnmente los costarricenses consumen a la hora de una merienda en la mañana o en la tarde, como lo son el café, el chocolate, el dulce y la crema, y que al momento de su preparación y consumo no dejan residuos que puedan contaminar nuestros suelos, tomando en cuenta también su facilidad para prepararlo.

Para lograr dar un adecuado inicio, implementamos nuestra misión y visión donde, nuestra misión es “Darnos a conocer incentivando a disminuir la contaminación y facilitar el día a día de mano con nuestras bebidas instantáneas”. Como empresa buscamos satisfacer las necesidades de las personas y buscamos lograr hacer un cambio en las diferentes situaciones del mundo.



Por otro lado, tenemos nuestra visión “Ser la mejor empresa de bebidas instantáneas de forma en que las personas disfruten sus bebidas 100% sostenibles”, queremos ser percibidos, como una empresa de calidad y sostenibilidad, amigable con todo el mundo y conseguir el apoyo y conciencia tanto de empresas como clientes en general.

Definimos nuestro mercado meta, donde el producto va dirigido a personas con edades entre los 12 a los 70 años tanto para mujeres como hombres que pertenezcan a la GAM (Gran Área Metropolitana). Nuestro producto a futuro también está dirigido para empresas tipo cafeterías y restaurantes que sean eco amigables.

En la industria de bebidas en la cual se encuentra nuestro producto no encontramos una competencia directa con un producto que ofrezca algo igual al nuestro. Indagando un poco en internet logramos dar con una empresa que hace café en bolsitas de té, está sería Café Infusión Costa Rica, por otra parte, la competencia indirecta como lo serían Manza té, Cacao dulce, café instantáneo y crema.

Al darnos cuenta de que no había ningún otro tipo de competencia directa, decidimos aprovechar esta ventaja para poder crear un producto innovador, surgiendo de ahí la idea de las bolsitas a base de papel de arroz, tomando en cuenta que las bolsitas tradicionales sueltan plásticos dañinos para la salud y no se deshacen por completo como lo hace nuestro producto. Lo innovador en nuestra empresa es que como buscamos implementar un producto sostenible, nuestras bolsitas al tener contacto con cualquier liquido se desasen completamente.

También, contamos con un empaque que es 100% amigable con el ambiente, el cuál consiste en una bolsita de tela manta, que está confeccionada de un material orgánico que no contamina, pero que al mismo tiempo permite que sea reutilizable a gusto de la persona que la obtenga. Por último, contamos con un separador de libros que tiene nuestra información y la del producto, su material es de hoja de yute, una fibra natural que se obtiene de las plantas.



Concluimos con la decisión del precio final de nuestro producto, el cuál pasó al inicio de un precio que estaba entre ¢4 000 a ¢8 000, a un precio de ¢2 500, el cual fue posible obtener después de realizar pruebas de producción que permitieron verificar cuantas bolsitas se podían producir por hora para luego determinar el porcentaje de mano de obra al 100% sobre los materiales y por último el porcentaje de ganancia. De esta manera, se logró definir un precio que fuera accesible para el público y al mismo tiempo rentable para la empresa.

Además de adquirir conocimientos y experiencia de la manera de desarrollar una miniempresa, Junior Achievement nos permitió como grupo poder conocernos y desarrollar la comunicación asertiva y el trabajo en equipo, fomentando valores que pudieran reflejar una buena imagen de nuestra empresa como lo son: la responsabilidad, el respeto, la honestidad, la integridad, la igualdad y el compartir.



## Naturaleza de negocio.

### **Antecedentes de la idea de negocios:**

Nuestra idea de negocio para conseguir éxito es ser una empresa sostenible con el medio ambiente, mediante ideas innovadoras, como lo es nuestro producto, de bebidas instantáneas que no deja ningún tipo de residuo que pueda contaminar nuestros suelos, tomando en cuenta también su facilidad de uso ya que no se debe de utilizar ningún tipo de electrodoméstico y es fácil de transportar por su reducido tamaño.

En la industria de bebidas en la cual se encuentra nuestro producto no encontramos una competencia directa con un producto que ofrezca algo igual al nuestro. La mayoría de las bebidas que existe en el mercado son bebidas cien por ciento naturales, energéticas o altas en azúcares.

Lo que distingue nuestro producto es ofrecer un recurso que facilita las personas poder realizar una bebida instantánea caliente o fría con las diversas opciones de sabores que ya ofrece el mercado, pero con un impacto innovador y amigable con el medio

- **Justificación de la idea de negocio.**

Nuestro producto son bolsitas que contienen diversos sabores los cuales son: chocolate, café, agua dulce y crema. Estas bolsitas tienen un tamaño estándar lo cual los hacen más fáciles de transportar, su empaque es una caja de tamaño regular la cual es reutilizable y tendrá un separador de libros hecho con el material de la caja.

Nuestro producto le ahorra tiempo al consumidor a la hora de preparar nuestras bebidas instantáneas, también elimina la contaminación de residuos, ya que nos inspiramos en las bolsitas de té tradicionales y decidimos cambiarlas a una bolsita que no tenga un tipo de residuo, ya que al prepararse esta se elimina por completo.



- **Objetivos**

- **Objetivo General:**

Brindar a la población una variedad de bebidas instantáneas que reduzcan la contaminación ambiental y que nos brinde una simple preparación.

- **Objetivos Específicos:**

1- Participar en diferentes ferias al menos una vez al mes.

2- Vender una cantidad de 400 unidades al mes.

3- Interactuar con nuestros consumidores por medio de nuestras redes sociales diariamente.

4- Reducir la contaminación del medio ambiente con el paso del tiempo.

- **Metas**

1- Explorar donde y cuando podríamos exponer nuestros diferentes productos, esto con el objetivo de darnos a conocer a diferentes lugares del país al menos una vez al mes, lograr participar en diferentes ferias para exponer nuestro producto y seguidamente venderlo.

2- Comenzar con diferentes pruebas, analizar nuestros errores y funciones para concluir con nuestra idea principal.

3- Generar cantidades de 400 unidades mensuales seguidamente de concluir nuestro proceso.

4- Diseñar una estrategia lograr para atraer una cantidad entre 150 y 200 personas por día, logrando llamar la atención de numerosos consumidores.



- **Misión:**

**“Darnos a conocer incentivando a disminuir la contaminación y facilitar el día a día de mano con nuestras bebidas instantáneas”**

Existimos porque queremos buscar un cambio en las diferentes necesidades del mundo, como organización escuchamos los diferentes puntos de vista, de todos los integrantes de la empresa, sean negativos o positivos para trabajar conjuntamente en la toma de decisiones para lograr un mismo objetivo: “Satisfacer las necesidades de las personas”.

- **Visión:**

**“Ser la mejor empresa de bebidas instantáneas de forma en que las personas disfruten sus bebidas 100% sostenibles”.**

Buscamos convertirnos en una empresa grande que pueda ayudar al medio ambiente siempre satisfaciendo las necesidades de las personas con nuestros productos, queremos ser percibidos como una empresa de calidad y sostenibilidad, amigable con todo el mundo y conseguir el apoyo y conciencia tanto de empresas como clientes en general, de la contaminación y las necesidades de las personas con su día a día.

### **Valores:**

Como organización creemos que es de suma importancia crear un producto que tenga cierto beneficio para todos como lo es el ahorro del tiempo y cuidado del medio ambiente.

- **Calidad:** se busca que la excelencia en todos los aspectos de la organización, desde el producto hasta los procesos como la gestión, el personal, la responsabilidad social y ambiental desde la producción hasta el servicio al cliente y el impacto ambiental.



- **Trabajo en equipo:** Compromiso para fomentar un ambiente laboral positivo que se refleja en un producto amigable con el ambiente.

- **Responsabilidad social:** Implica que nuestra empresa incorpore consideraciones éticas de respeto a las personas, comunidades y medio ambiente. Generando productos con impacto ambiental que le permita a los consumidores disfrutar una bebida innovadora.

- **Honestidad:** Transparencia, sinceridad, y franqueza son valores que se exigen y es una herramienta para ganarse la confianza y credibilidad frente al entorno.

## Estudio de Mercado y Mercadeo.

### FODA-MECA

<b>ANÁLISIS FODA-MECA</b>	
<p><b>Fortalezas</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ofrecemos un producto amigable con el medio ambiente.</li> <li>2. Ser una empresa con un enfoque innovador, creativo y con compromiso ambiental.</li> <li>3. Ofrecer al cliente que gusta de bebidas como el café, chocolate, agua dulce y crema un producto muy útil y fácil de preparar.</li> </ol>	<p><b>Mantener</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Compromiso por utilizar materiales que sean biodegradables.</li> <li>2. Mantener ideas originales y creativas.</li> <li>3. Brindar bebidas fáciles de preparar, para que el cliente ahorre tiempo.</li> </ol>
<p><b>Oportunidades</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aliarse con empresas de mayor influencia que nosotros en el mercado.</li> <li>2. Introducción al mercado de las personas que les interesan la sostenibilidad ambiental.</li> <li>3. Posibilidad de generar mayor competencia a otros productos similares por ser innovador y eficiente.</li> </ol>	<p><b>Explotar</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. A la hora de aliarnos con empresas o establecimientos nuestro producto se va a dar a conocer al público.</li> <li>2. Participando de ferias ecológicas.</li> <li>3. Generar publicidad a nivel nacional en la que se promueven las fortalezas de nuestro producto.</li> </ol>
<p><b>Debilidades</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Poca experiencia.</li> <li>2. Ser una empresa nueva.</li> <li>3. Recursos limitados.</li> </ol>	<p><b>Corregir</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Llevar capacitaciones.</li> <li>2. Generar una buena publicidad para darse a conocer.</li> <li>3. Ir creciendo y hacer redes de transporte del producto.</li> </ol>
<p><b>Amenazas</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Posibilidad de que las materias primas que usamos para crear nuestro producto, se agoten.</li> <li>2. Posibilidad de que las materias primas aumenten su precio.</li> <li>3. Empresa con un producto similar o igual a menor precio.</li> </ol>	<p><b>Afrontar</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Buscar varios proveedores e incluso de otros países para importar el material.</li> <li>2. Buscar un proveedor que nos haga precio por volumen o nos brinde descuentos.</li> <li>3. Realizar publicidad que refuerce las fortalezas de nuestro producto para reforzar la relación con nuestro consumidor y así mantenernos líderes en nuestro mercado.</li> </ol>

## Encuesta y el evaluador de encuestas:

### ENCUESTA:

## Encuesta de Factibilidad de Lightning Drinks

Somos Lightning Drinks, una empresa de bebidas instantáneas basadas en bolsitas de té que contienen chocolate, crema, café, dulce. Y nos gustaría tu ayuda para responder la siguiente encuesta:

### \* Indicates required question

1. Género: \*

*Mark only one oval.*

Masculino

Femenino

2. ¿Donde vives? \*

*Mark only one oval.*

Rural (Relativo al campo)

Urbano (Relativo a la ciudad)

1. ¿En qué rango de edad te encuentras actualmente? \*

*Mark only one oval.*

0 - 9

10 - 19

20 - 29

30 - 39

40 - 49

50 - 59

60 o más

4. ¿Qué tan seguro te sientes comprando productos en línea? \*

*Mark only one oval.*

Poco seguro

Seguro

Muy seguro

5. ¿Prefieres un producto de marca reconocida o estás dispuesto a probar algo nuevo? \*

*Mark only one oval.*

Si, estoy dispuesto/a

No, estoy dispuesto/a

6. ¿Qué factor te influiría más a la hora de comprar el producto? \*

*Mark only one oval.*

Precio

Calidad

Sabor

7. ¿Con qué frecuencia consumes productos como café, té, agua dulce o cacao en polvo? \*

*Mark only one oval.*

Muy frecuente

Frecuente

Poco frecuente

Nunca

8. ¿Cuál de estos productos en polvo es de tu preferencia? \*

*Check all that apply.*

- Crema
- Café
- Agua dulce
- Chocolate
- No consumo ninguno

9. ¿Qué tipo de presentación prefieres para este producto? \*

*Mark only one oval.*

- Caja con un solo sabor
- Caja con sabores variados

10. ¿Crees que la opción de bolsitas biodegradables influiría en tu decisión de compra? \*

*Mark only one oval.*

- Si
- No

11. ¿Estarías dispuesto a comprar nuestros productos? \*

*Mark only one oval.*

- Si
- No

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un producto igual o similar a nuestro producto? \*

*Mark only one oval.*

- ¢4500-6500
- ¢6500-8000
- ¢8000-10000

13. Ofrecemos una caja con 5 bolsitas de chocolate, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto? \*

*Mark only one oval.*

☐ ₡4500-5000

☐ ₡5500-6000

☐ No lo compraría

14. Ofrecemos una caja con 5 bolsitas de café, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto? \*

*Mark only one oval.*

☐ ₡8000-9000

☐ ₡9000-10000

☐ No lo compraría

15. Ofrecemos una caja con 5 bolsitas de crema, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto? \*

*Mark only one oval.*

☐ ₡4000-4500

☐ ₡5000-5500

☐ No lo compraría

16. Ofrecemos una caja con 5 bolsitas de agua dulce, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto? \*

*Mark only one oval.*

☐ ₡4000-4500

☐ ₡5000-5500

☐ No lo compraría

17. Ofrecemos una caja mixta, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto? \*

Mark only one oval.

☐ ₡6000-7000

☐ ₡8000-9000

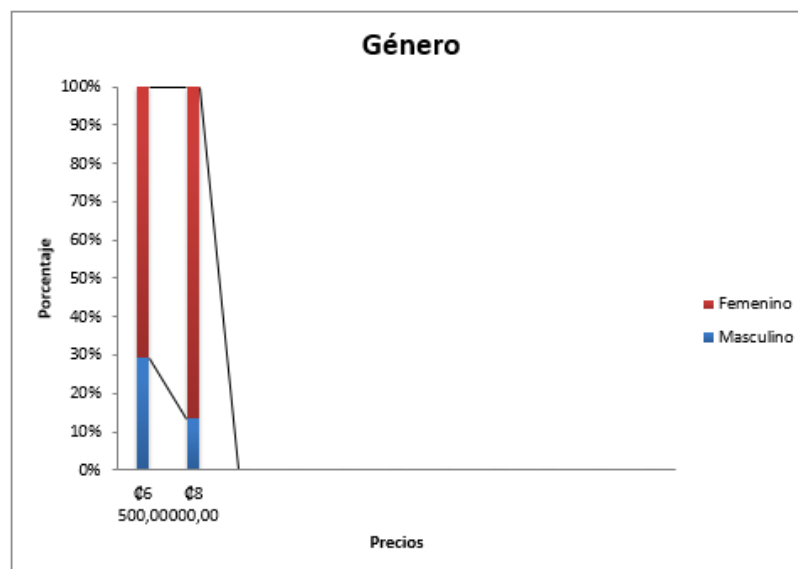
☐ No lo compraría

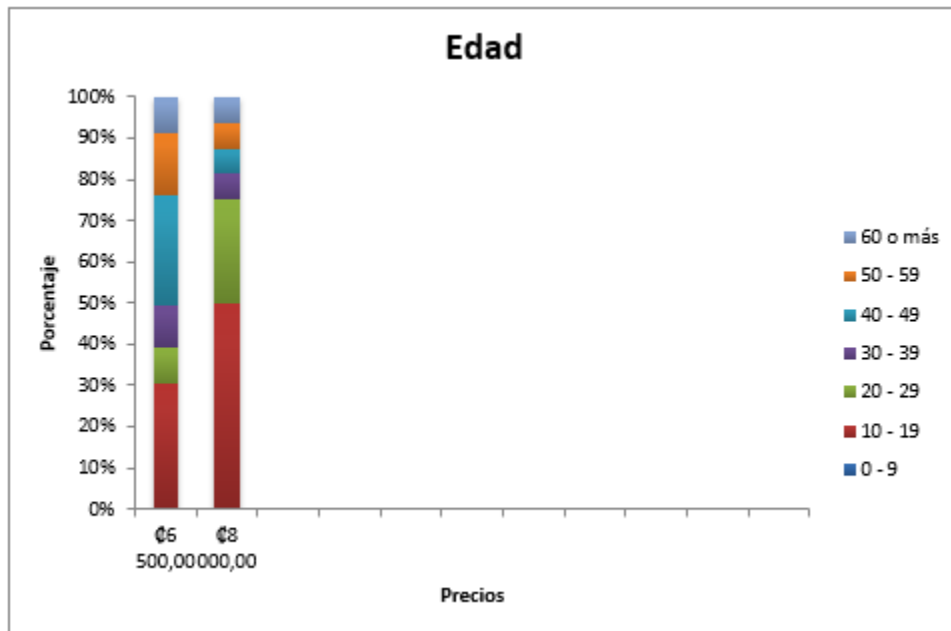
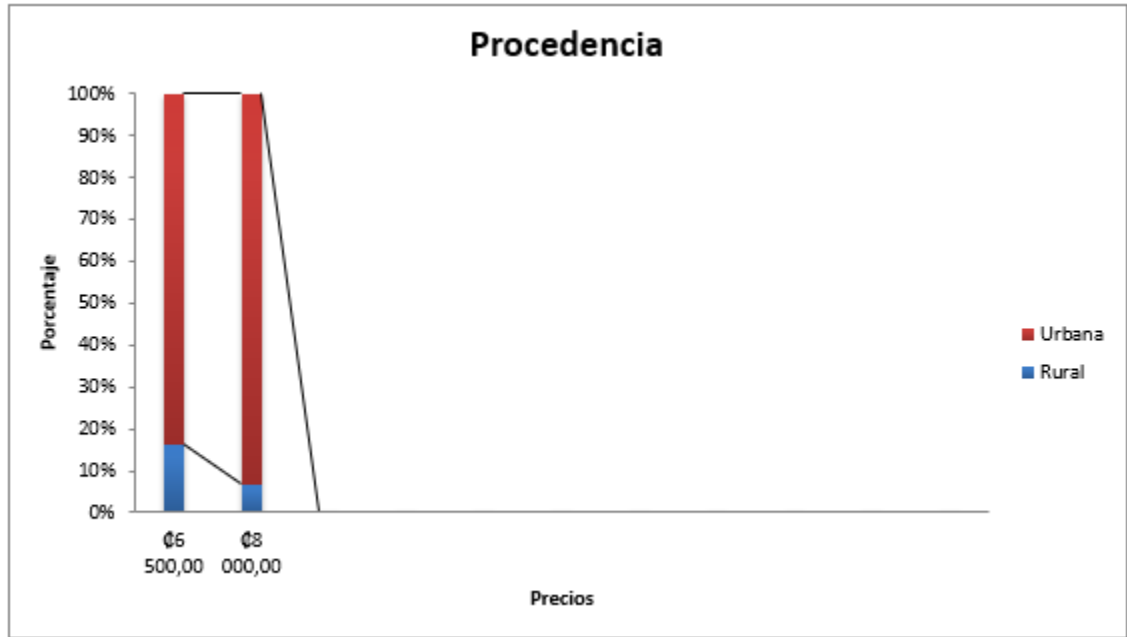
Evaluador de Encuestas:

Evaluador de encuestas

Costos variables ₡294,91

Precios	Demanda	Género		Procedencia		Intervalos de edades							Demanda acumulada
		Masculino	Femenino	Rural	Urbana	0 - 9	10 - 19	20 - 29	30 - 39	40 - 49	50 - 59	60 o más	
₡6 500,00	79	23	56	13	66	0	24	7	8	21	12	7	94
₡8 000,00	15	2	13	1	14	0	8	4	1	1	1	1	15
			0		0								0
			0		0								0
			0		0								0
			0		0								0
			0		0								0
			0		0								0
			0		0								0
			0		0								0





De la encuesta aplicada a diferentes personas, se obtuvo que el 53% de ellas consumen de manera muy frecuente bebidas relacionadas con el café, chocolate, agua dulce y crema y el 22% y 1% lo consumen de manera poco frecuente o nunca, respectivamente.

Al ser estas bebidas parte del consumo diario de los costarricenses es que nuestro proyecto empieza a concretarse más entre los miembros de la empresa con el fin de brindar una alternativa innovadora que le permite al consumidor tener un producto que es fácil de transportar, no requiere mucho espacio para almacenar y de fácil preparación.

El mayor porcentaje de personas encuestadas indicaron que si les gustaría adquirir y probar el producto en el precio inicial que se había determinado; sin embargo, era muy probable que sólo lo llegaran a comprar una única vez.


Eso nos ayudó a que tuviéramos que volver a revisar los costos que se habían realizado, permitiéndonos descubrir que al momento de colocar los datos se había duplicado información y costos. De esta manera fue posible considerar un nuevo empaque que fuera más amigable con el ambiente, que se pudiera reutilizar y permitiera almacenar más productos de los cinco que inicialmente se iban a vender. Adicionalmente, nos llevó a buscar diferentes opciones de proveedores con precios mejores a los que teníamos inicialmente y de esta manera ofrecer un producto a los consumidores con un precio de venta más accesible.

La encuesta también nos permitió determinar las presentaciones que se iba a llevar al mercado; de esa manera determinamos que íbamos a ofrecer las siguientes tres presentaciones:

- 1 bolsa con 8 bolsitas con café.
- 1 bolsa con 8 bolsitas con chocolate.
- 1 bolsa con 8 bolsitas surtidas de los siguientes sabores: 2 bolsitas con crema, 2 bolsitas con dulce, 2 bolsitas con chocolate y 2 bolsitas con café.



Plan corporativo.

	Género	Edad mínima	Edad máximo	Clase social	Ubicación geográfica
<b>Mercado Meta</b>	Hombres y Mujeres	12 años	70 años	Media-Alta	Gran Área Metropolitana
<b>Logo de la empresa</b>					
<b>Slogan de la empresa</b>	Un sorbo de Alegría!				
<b>Pintar con sus Colores Corporativos</b>	Color principal		Colores secundarios		



## Plan de marketing.

- **Análisis de la competencia.**

**Directa:** Si bien no encontramos muchas empresas que elaboren un producto igual o parecido al de nosotros, indagando en internet logramos encontrar una empresa que elabora un producto casi igual al nuestro, que sería el café en bolsitas de té, la cual sería: Café Infusión Costa Rica.

**Indirecta:** Encontramos las siguientes empresas:

1. Manza Té (bolsitas): Es una empresa costarricense que elabora bolsitas de té muy similares a las nuestras, sin embargo; estas no se pueden consumir y poseen diferentes sabores de té, que a diferencia de nuestro producto la bolsita es consumible y posee otros tipos de sabores de bebidas más tradicionales.
2. Cocoa Dulce: El producto de esta empresa contiene el mismo sabor que algunas de nuestras bolsitas, es decir; el chocolate en polvo. Es competencia indirecta por el motivo de que su preparación es instantánea; sin embargo, nuestro producto cuenta con la comodidad de que tiene una presentación fácil de llevar y con la medida necesaria para preparar la bebida.
3. Café Instantáneo: Existen varias marcas como lo son Nescafé, Presto, Colcafé, 1820, entre otras marcas, que son una gran variedad de cafés y sabores, nuestro producto en algunas de sus variantes lo contienen con una presentación que ofrece la porción requerida para preparar esta bebida.
4. Crema: En el mercado se encuentran diversas empresas que manejan este componente, las compañías se denominan como, CoopeAgri, Santa Maria, Viguí entre otras, nuestro producto en sus variedades la contiene.



### - **Estrategia competitiva.**

**Diferenciación:** Nuestra estrategia competitiva promueve la sostenibilidad con el medio ambiente mediante ideas innovadoras, como lo es nuestro producto de bebidas instantáneas, que no deja ningún tipo de residuo que pueda contaminar nuestros suelos. Tomando en cuenta también su facilidad de uso y elaboración ya que casi no se debe de utilizar ningún tipo de electrodoméstico y es fácil de transportar por su reducido tamaño.

### **Ventaja competitiva:**

Uno de los aspectos únicos de nuestro producto es el ser amigables con el medio ambiente, debido a que el empaque es reciclable y la bolsita que contiene el producto para preparar la bebida instantánea es consumible; ya que ésta cuando entra en contacto con el agua o la leche se desintegra.

### - **Mezcla de marketing:**

#### o *Producto:*

##### - Descripción:

Es un producto que permite preparar bebidas instantáneas de café, chocolate, crema y agua dulce de una manera rápida y sencilla en cualquier sitio que desees disfrutar una deliciosa bebida.

##### - Atributos:

Producto amigable con el medio ambiente, que por su pequeño empaque cuenta con la facilidad de transportar y manipular para ahorrar tiempo al momento de preparar una bebida.

##### - Empaque:

La presentación del producto es una bolsa pequeña de tela de manta, que contiene ocho bolsitas de nuestros productos, las cuales están hechas de un material que al tener contacto con líquidos se desintegran, por lo cual no deja residuos que puedan ser un posible contaminante para el ambiente.



- Presentaciones a la venta:

Bolsitas comestibles a base de papel de arroz similares a las bolsas de té, con diferentes componentes como café, agua dulce, chocolate y crema. Su empaque se compone por una bolsa de tela reciclable, con 8 unidades de bolsas distribuidas de la siguiente manera; dos bolsas con café instantáneo, dos bolsas con cacao, dos bolsas con crema y dos bolsas con dulce. Adicionalmente, tras los resultados obtenidos de la encuesta, se van a llevar al mercado dos presentaciones más que contienen únicamente ocho bolsas de café u ocho bolsas de chocolate.

o *Precio:*

- Análisis del precio de competidores del mercado:

Nuestros competidores con productos similares rondan con precios que van desde los ₡4 000 y hasta los ₡5 000.

- Estrategia de precio:

Por medio de la venta de nuestros productos ofreceremos variedades de actividades para facilidad del cliente. Uso de compra y venta al por mayor para diferentes establecimientos comerciales. Uso de descuentos por compras frecuentes o compras en gran volumen junto con el uso de redes sociales para centralizar las ideas y opiniones de los clientes.

- A quienes va dirigido:

Hombres y mujeres con edades desde los 12 hasta los 70 años, que pertenezcan al área metropolitana y deseen disfrutar de una bebida practica y fácil de realizar.



- **Plaza:**

- **Puntos de venta:**

- Inicialmente vamos a participar en una feria para promocionar y dar a conocer nuestro producto; posteriormente estaremos utilizando las redes sociales como Instagram.

- **Logística:**

- Por medio de la feria y nuestras redes sociales se puede adquirir nuestra variedad de productos, con anuncios publicados en la página ayudando a los clientes a conocer cómo funciona nuestro producto. Podrán realizar compras de manera rápida y fácil, dando servicio de envío en partes del país según ubicación dentro del área metropolitana.

- **Publicidad y promoción:**

- Creación de páginas web o redes sociales: Contamos con una red social la cual es Instagram (lightning drinks), también desarrollaremos una página web con el fin de brindar información detallada de nuestro producto.

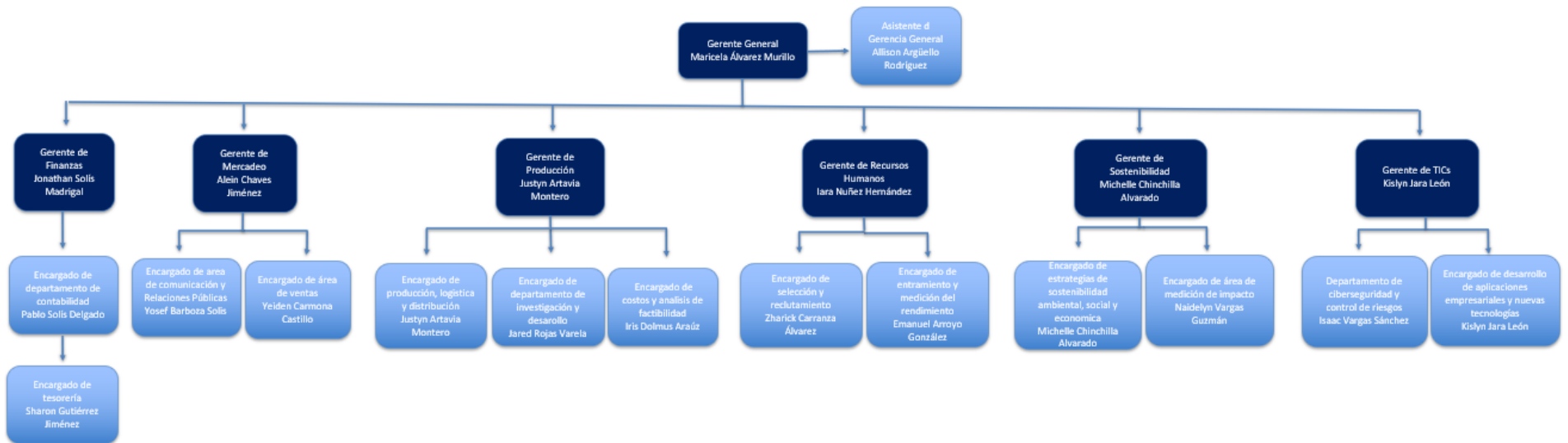
- Brochures, banners, etc.
- Brindar los ejemplos visuales: por medio de nuestra red social estaremos promocionando nuestro producto con videos de este explicando su preparación y su contenido.
- Tipo de promociones que van a dar con el producto:
- Descuentos por regularidad de compra.
- Descuento por venta al por mayor (más de 10 unidades)
- Al devolver la bolsita en la próxima compra se le aplicara un 25% de descuento.
- A la realizar una compra, siguen nuestra red social (lightning drinks) se le aplicara un 5% de descuento.



# Estudio Técnico

## Organigrama.

### Organigrama



## Punto de equilibrio.

### Punto de Equilibrio

Precio de venta	₡2 500,00
-----------------	-----------

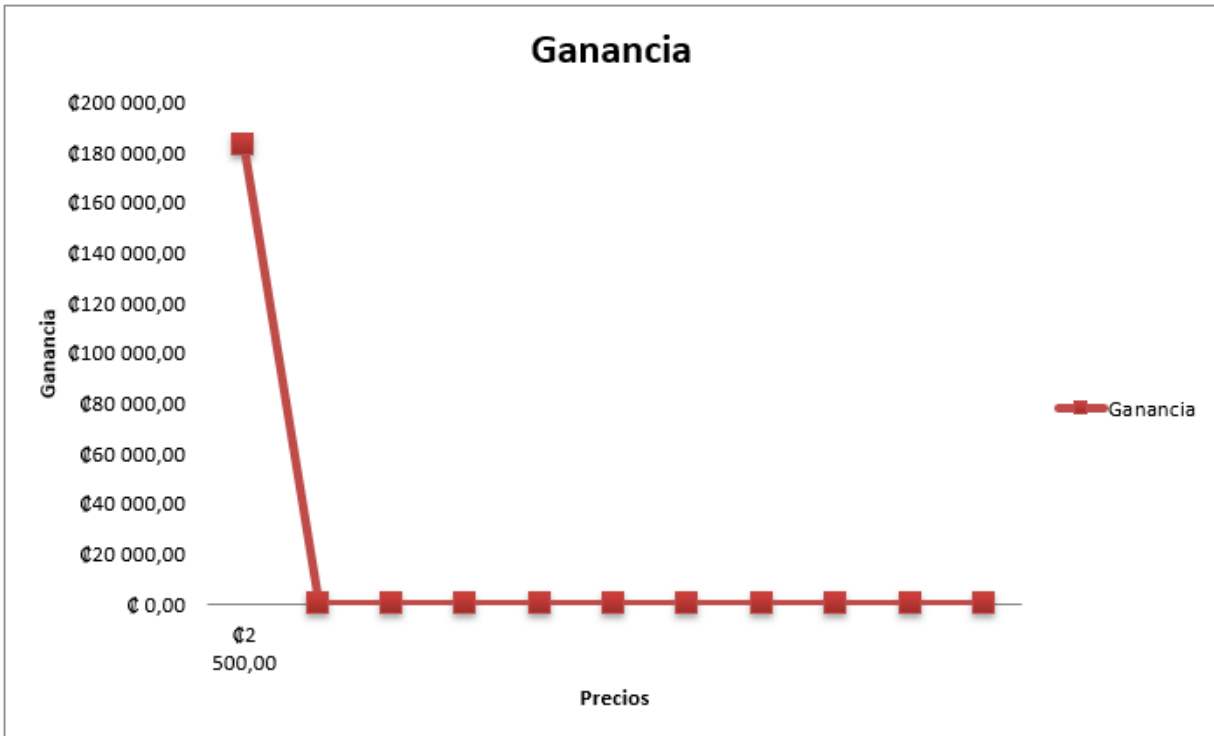
Descripción de costos variables	Cantidad comprada	Precio	Cantidad de unidades a realizar según cantidad comprada	Monto unitario
Papel de arroz	2000	₡22 500,00	62	₡362,90
Crema	300gr	₡ 530	20	₡26,52
Dulce instantáneo	300gr	₡ 469	20	₡23,43
Chocolate en polvo	2940gr	₡ 6 586	196	₡33,60
Café	520gr	₡ 9 994	260	₡38,44
<b>COSTO VARIABLE UNITARIO</b>				<b>₡484,90</b>

Descripción de costos fijos	Monto
mano de obra	₡485,00
CIF	₡72,73
<b>COSTOS FIJOS TOTALES</b>	<b>₡557,73</b>

PUNTO DE EQUILIBRIO	1	UNIDADES
	₡2 500,00	COLONES



Estudio Económico  
Evaluador de encuestas:



Con los datos que se detectaron duplicados y que fue con los que se aplicaron las encuestas inicialmente logramos determinar que por lo innovador y lo amigable que es el producto al medio ambiente, las personas lo aceptaban muy bien; sin embargo, el precio era un factor que hacía que al cliente le dejara de llamar tanto la atención para consumirlo.

Cambiando la información inicial que se tenía en la encuesta por los valores nuevos que surgen tras la revisión de los costos, se confirma que la posibilidad de tener ganancias constantes.



Análisis Financiero  
Contabilidad

## Estado de Resultados

Egresos		Ingresos	
Gastos de suministros	€0,00	€278 164,36	Donaciones
Gastos operacionales	€0,00	€141 592,92	Ventas
Gastos por salarios	€0,00	€140 600,00	Costo de ventas
Gastos de mercadeo	€5 000,00		
	€5 000,00	€279 157,28	
Utilidad/Pérdida (ANTES DE IMPUESTOS)		€274 157,28	
IMPUESTOS	€82 247,18	Utilidad después de impuestos	€191 910,09

## Balance General

Activos		Pasivos	
Caja	€270 910,00	€36 000,00	<b>Capital social</b>
Inventario	€54 193,36	€18 407,08	<b>IVA Devengado</b>
Herramientas	€0,00	€274 157,28	UTILIDAD/PÉRDIDA RETENIDA
Maquinaria	€0,00		
Suministros de oficina	€0,00		
IVA Soportado	€3 461,00		
		€0,00	<b>Prestamos</b>
	€328 564,36	€328 564,36	

## FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO

### INGRESOS

Capital Social	₡36 000,00	
Ventas	₡141 592,92	
Donaciones	₡278 164,36	
<b>Total</b>		<b>₡455 757,28</b>

### GASTOS

Inventario - Costo de ventas	₡194 793,36	
Herramientas	₡0,00	
Maquinaria	₡0,00	
Suministros de Oficina - Gastos	₡0,00	
Suministros de Oficina		
Gastos Operacionales	₡0,00	
Gastos de salarios	₡0,00	
Gastos de mercadeo	₡5 000,00	
<b>Total</b>		<b>₡199 793,36</b>

### SALDO EFECTIVO

**₡255 963,92**