

- El crecimiento de la Empresa se presenta como una oportunidad destacable
- * Investigación de productos y servicios nuevos e innovadores

- * Existe interés y demanda de servicios

- la participación de mercado, satisfacción del cliente, consolidar la imagen de la empresa, y obtener mayores utilidades sobre las ventas realizadas

- * Márgenes de rentabilidad competitivos en su sector.

- * Implementación de este plan de marketing inmediatamente

- * Financiamiento para la implementación del plan de comercialización



MAESTRÍA EN PLANIFICACIÓN
Y
DIRECCIÓN DE MARKETING

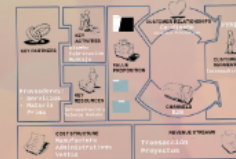
ANALIZAR EL MICRO
Y MACRO ENTORNO



REALIZAR UN ESTUDIO
DE MERCADO



PLAN DE
COMERCIALIZACIÓN
DE SERVICIOS DE
DISEÑO
FABRICACIÓN Y
MONTAJE DE
MATERIAL PARA
PUNTO DE VENTA



DISEÑAR UN PLAN DE
COMERCIALIZACIÓN



ANALIZAR EL
IMPACTO FINANCIERO





ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**MAESTRÍA EN PLANIFICACIÓN
Y
DIRECCIÓN DE MARKETING**

 **isdesign**

DISEÑO COMERCIAL / STANDS / ISLAS / EXHIBIDORES

 **isdesign**

DISEÑO COMERCIAL / STANDS / ISLAS / EXHIBIDORES

 **isdesign**

DISEÑO COMERCIAL / STANDS / ISLAS / EXHIBIDORES

 **isdesign**

DISEÑO COMERCIAL / STANDS / ISLAS / EXHIBIDORES

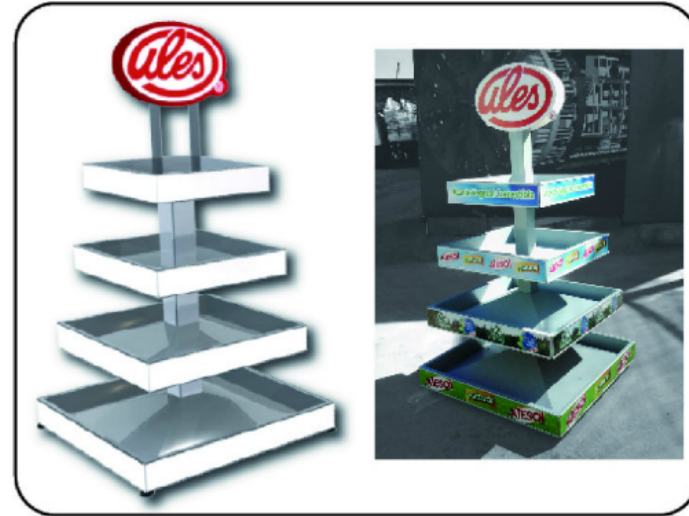
 **isdesign**

DISEÑO COMERCIAL / STANDS / ISLAS / EXHIBIDORES

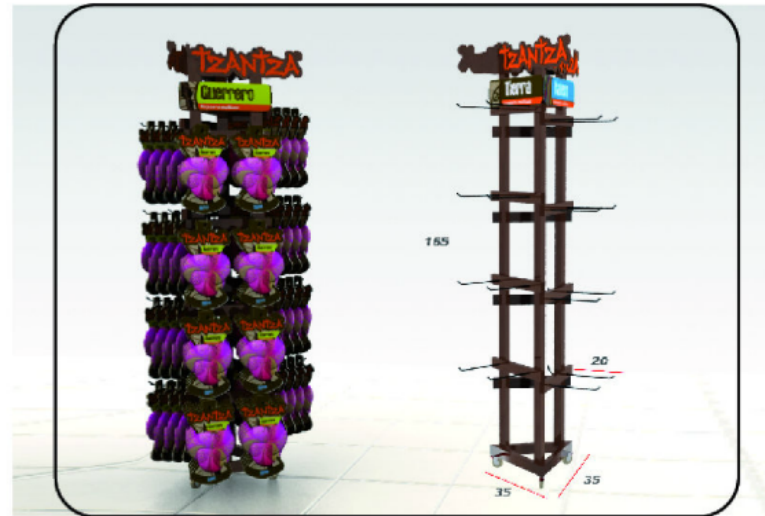
 **isdesign**

DISEÑO COMERCIAL / STANDS / ISLAS / EXHIBIDORES

PLAN DE
COMERCIALIZACIÓN
DE SERVICIOS DE
DISEÑO
FABRICACIÓN Y
MONTAJE DE
MATERIAL PARA
PUNTO DE VENTA



EXHIBIDORES / DISPLAYS / P.O.P.



isdesign

DISEÑO COMERCIAL / STANDS / ISLAS / EXHIBIDORES



STANDS

isdesign

DISEÑO COMERCIAL / STANDS / ISLAS / EXHIBIDORES



ISLAS COMERCIALES



KEY PARTNERS

Proveedores:
- Servicios
- Materia Prima



KEY ACTIVITIES

Diseño
Fabricación
Montaje



KEY RESOURCES

Infraestructura
Talento Humano



VALUE PROPOSITION



CUSTOMER RELATIONSHIPS
"Co-diseño"

Asistencia Personalizada

PYMES



CUSTOMER SEGMENTS

Intermediarios



CHANNELS
B2B



COST STRUCTURE
Manufactura
Administrativos
Ventas

REVENUE STREAMS

Transacción
Proyectos



ANALIZAR EL MICRO Y MACRO ENTORNO



PLAN DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS DE DISEÑO FABRICACIÓN Y MONTAJE DE MATERIAL PARA PUNTO DE VENTA

REALIZAR UN ESTUDIO DE MERCADO

Entrevistas:

- Tendencias
- Capacidad
- Condiciones
- Preferencias de consumo
- Características de los ofertantes
- Personal de contacto
- Valores agregados
- Limitaciones en la contratación
- Demandas

Encuestas:

Determinar al mercado potencial se muestra interesado en la oferta

Fase Exploratoria

Fase Descriptiva

Segmentación

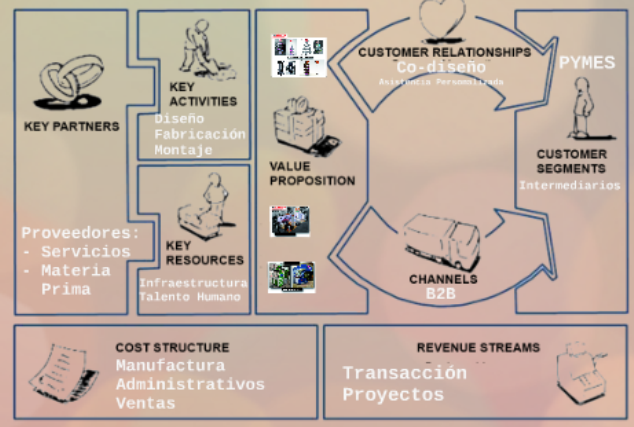
DISEÑAR UN PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

OBJETIVOS CORPORATIVOS

Desarrollo	Incrementar el nivel de satisfacción del cliente
Desarrollo	Crear un fuerte vínculo con el cliente
De producción	Construir la imagen de la empresa
Financiero	Obtener un margen sobre ventas superior al 10%

PROGRAMA DE MARKETING

Actividad	Responsable	Fecha	Costo
...



ANALIZAR EL IMPACTO FINANCIERO

PROYECCIÓN DE VENTAS

Mes
...

PROYECCIÓN DE RESULTADOS

RECURSOS	\$ 410,000
INGRESOS	\$ 400,000
GANANCIA	\$ 10,000
MARGEN	2.5%

ANALIZAR EL MICRO Y MACRO ENTORNO

FORTALEZAS

- Relaciones con el mercado industrial
- Precios de materias primas
- Maquinaria propia



OPORTUNIDADES

- Crecimiento del mercado publicitario
- Especialización de los comercios
- Nuevas tecnologías para promoción
- Demanda en sectores pequeños



FODA

DEBILIDADES

- Procesos desorganizados
- Comercialización deficiente
- Estructura Administrativa



AMENAZAS

- Bajas Barreras
- Uniformidad de servicios
- Ingreso de empresas de rubros similares



FORTALEZAS

- Relaciones con el mercado industrial
- Precios de materias primas
- Maquinaria propia



OPORTUNIDADES

- Crecimiento del mercado publicitario
- Especialización de los comercios
- Nuevas tecnologías para promoción
 - Demanda en sectores pequeños



DEBILIDADES

- Procesos desorganizados
- Comercialización deficiente
- Estructura Administrativa



AMENAZAS

- Bajas Barreras
- Uniformidad de servicios
- Ingreso de empresas de rubros similares



REALIZAR UN ESTUDIO DE MERCADO

Entrevistas:

- Tendencias
- Capacidad
- Condicionantes
- Preferencias de consumo
- Características de los ofertantes
- Personal de contacto
- Valores agregados
- Limitaciones en la contratación
- Demanda



Fase Exploratoria

Encuestas:

Determinar si el mercado empresarial se muestra interesado en la oferta

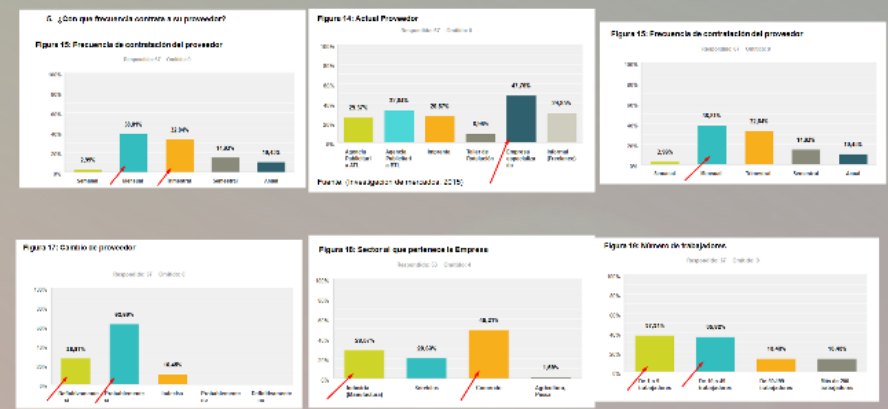


Fase Descriptiva

Segmentación

SECTOR				
Manufactura	Servicios	Comercio	Agricultura / Pesca	
TAMANO				
Pequeñas	Medianas	Grandes		
DOMICILIO				
Quito		Guayaquil		
PRESUPUESTO ANUAL				
Menos de 10.000	10.000 a 20.000	20.000 a 30.000	30.000 a 40.000	Más de 40.000
ORDEN DE COMPRA				
Menos de 1.000	1.000 a 3.000	3.000 a 10.000	10.000 a 20.000	Más de 20.000
CANAL				
Stands Exhibidores Rotulación P.O.P.	Agencia ATL	Agencia BTL	Imprenta	Freelance

DEMOGRAFIA	
Sector Industrial:	Comercio y Servicios
Tamaño de las empresas:	Pequeñas Medianas y Grandes
Localización:	Quito y Guayaquil
VARIABLES OPERATIVAS	
Uso:	Usuarios regulares / Intermittentes
Capacidades:	Presupuesto referencial entre 1.000 y 20.000 dólares al año
ENFOQUES HACIA LA COMPRA	
Organización de la compra:	Departamentos de compra centralizados
Criterios de tiempo:	Entendimiento del servicio, Integridad precio - fabricación
FACTORES DE SITUACION	
Urgencia:	Empresas con rotulación menor a 2 días
Aplicaciones específicas:	Modulares, Stands, exhibidores, Gógrafos
Tamaño de la orden:	Órdenes grandes de entre 1.000 y 20.000 dólares
CARACTERÍSTICAS DEL PERSONAL	
Experiencia:	Empresas interesadas en mantener relaciones de largo plazo



Entrevistas:

- Tendencias
- Capacidad
- Condicionantes
- Preferencias de consumo
- Características de los ofertantes
- Personal de contacto
- Valores agregados
- Limitaciones en la contratación
- Demanda



Fase Exploratoria

Encuestas:

Determinar si el mercado empresarial se muestra interesado en la oferta



CUESTIONARIO

Indicaciones: La presente es una investigación de carácter académico, la información recopilada se utilizará de forma confidencial.

Objetivo: Determinar las tendencias de contratación de servicios de diseño, fabricación y montaje de material para punto de venta en el mercado empresarial de las ciudades de Quito y Guayaquil

Instrucción: Seleccione su respuesta con una X

MERCADO / DEMANDA

1. ¿Ha contratado servicios de diseño, fabricación y montaje de material para punto de venta en el último año?

Si ___ (Pase pregunta 2) No ___ (Fin de la encuesta)

2. ¿Cuál de los siguientes servicios que contrato para su empresa fueron los de mayor regularidad? (Seleccione máximo 2 por cada categoría)

Diseño

___ Stands o exhibidores
___ Packaging para productos
___ Material impreso POP
___ Catálogos, Manuales

Fabricación

___ Fabricación y montaje de stands
___ Fabricación de packaging
___ Impresión de material POP,
___ Fabricación de vestiduras de góndola, material para activaciones.
___ Fabricación de artículos promocionales

3. ¿Cuál es el rango promedio de gasto realizado en este rubro por su empresa en el año anterior al actual?

Diseño

Menos de 10.000 dólares por año ___
De 10.001 a 20.000 dólares por año ___
De 20.001 a 30.000 dólares por año ___
De 30.001 a 40.000 dólares por año ___
Más de 40.000 por año ___

Fabricación

Menos de 10.000 dólares por año ___
De 10.001 a 20.000 dólares por año ___
De 20.001 a 30.000 dólares por año ___
De 30.001 a 40.000 dólares por año ___
Más de 40.000 por año ___

4. Califique los siguientes factores según su relevancia al momento de contratar los servicios de su actual proveedor de servicios de diseño, fabricación y montaje de material para punto de venta. Siendo 1 la calificación menor y 10 la máxima calificación.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Experiencia										
Precio										
Capacidad productiva / operativa										
Credito										
Capital (Valor de activos)										
Servicios de diseño										
Calidad (Materiales)										
Durabilidad del material (Producto final)										
Constitución jurídica										
Presupuesto										

5. ¿Su actual proveedor/es es/son? (Seleccione máximo 2)

Agencia Publicitaria ATL ___ Taller de Rotulación ___
Agencia Publicitaria BTL ___ Empresa especializada ___
Imprenta ___ Informal (FreeLancer) ___

6. ¿Con qué frecuencia contrata a su proveedor?

Semanal ___
Mensual ___
Trimestral ___
Semestral ___
Anual ___

7. ¿Identifique los meses de mayor demanda de servicios de diseño, fabricación y montaje de material para punto de venta?

Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Sep	Oct

8. Si existiera una empresa que ofreciera servicios de diseño, fabricación y montaje de material para punto de venta, estaría dispuesto a cambiar a su actual proveedor

Definitivamente sí ___
Probablemente sí ___
Indeciso ___
Probablemente no ___
Definitivamente no ___

DATOS INFORMATIVOS

9. Seleccione el sector al que pertenece su empresa

Industria (Manufactura) ___
Servicios ___
Comercio ___
Agricultura, Pesca ___
Otro ___

10. Identifique el número de trabajadores que tiene su empresa

De 1 a 9 trabajadores ___
De 10 a 49 trabajadores ___
De 50-199 trabajadores ___
Más de 200 trabajadores ___

11. Seleccione la ciudad domicilio de su empresa

Quito ___ Guayaquil ___

12. Número de sucursales en otras ciudades (marque con un x)

1	2	3	4	5	Más de 5

Fase Descriptiva

5. ¿Con que frecuencia contrata a su proveedor?

Figura 15: Frecuencia de contratación del proveedor

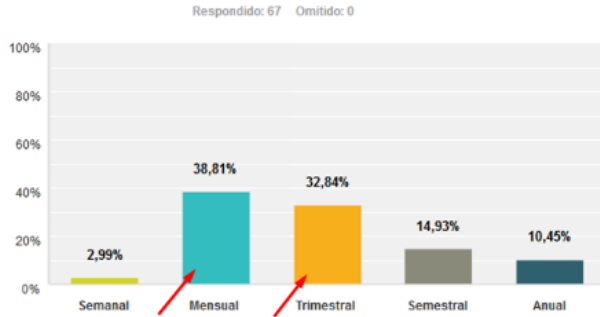


Figura 14: Actual Proveedor



Fuente: (Investigación de mercados, 2015)

Figura 15: Frecuencia de contratación del proveedor

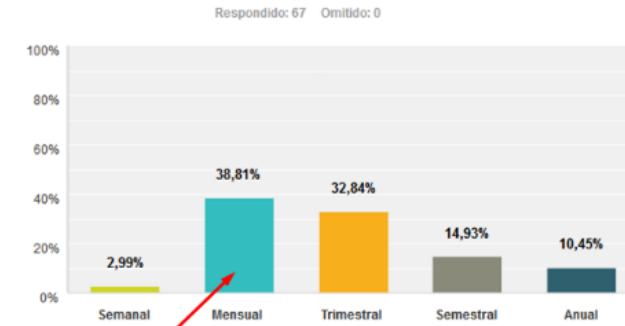


Figura 17: Cambio de proveedor



Figura 18: Sector al que pertenece la Empresa

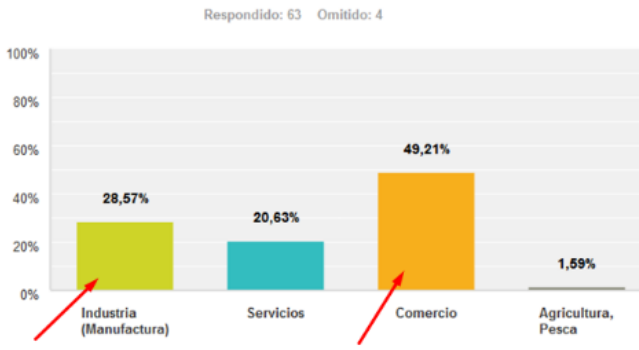
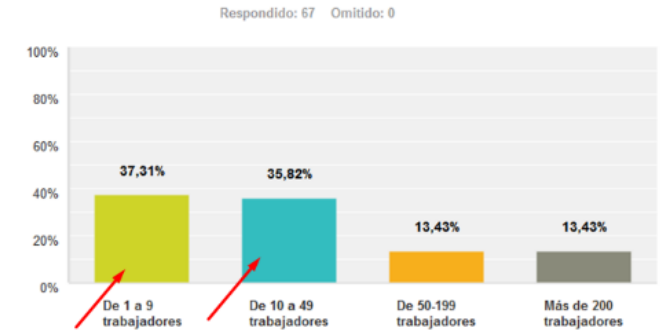


Figura 19: Número de trabajadores



Segmentación

SECTOR				
Manufactura	Servicios	Comercio	Agricultura / Pesca	
TAMAÑO				
Pequeñas	Medianas		Grandes	
DOMICILIO				
Quito		Guayaquil		
PRESUPUESTO ANUAL				
Menos de 10.000	10.000 a 20.000	20.000 a 30.000	30.000 a 40.000	Más de 40.000
ORDEN DE COMPRA				
Menos de 1.000	1.000 a 3.000	3.000 a 10.000	10.000 a 20.000	Más de 20.000
CANAL				
Stands Exhibidores Rotulación P.O.P.	Agencia ATL	Agencia BTL	Imprenta	<u>Freelance</u>

DEMOGRAFÍA	
Sector Industrial:	Comercio y Servicios
Tamaño de las empresas:	Pequeñas, Medianas y Grandes
Localización:	Quito y Guayaquil
VARIABLES OPERATIVAS	
Usuarios:	Usuarios regulares e intensivos
Capacidades:	Presupuesto referencial entre 1.000 y 20.000 dólares al año
ENFOQUES HACIA LA COMPRA	
Organización de la compra:	Departamentos de compra centralizados
Criterios de compra:	Interés en el buen servicio, integridad diseño + fabricación
FACTORES DE SITUACIÓN	
Urgencia:	Empresas con holgura no menor a 7 días
Aplicaciones específicas:	Modulares, Stands, exhibidores, Gigantografía
Tamaño de la orden:	Órdenes grandes de entre 3.000 y 10.000 dólares
CARACTERÍSTICAS DEL PERSONAL	
Lealtad:	Empresas interesadas en mantener relaciones de largo plazo



DISEÑAR UN PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

OBJETIVOS CORPORATIVOS

De crecimiento	Incrementar la participación de mercado 10 %
De desarrollo	Garantizar la satisfacción del cliente
De posicionamiento	Consolidar la imagen de la empresa
Financiero	Obtener una utilidad sobre ventas superior al 10%



PROYECTO 4 INFORMACIÓN GENERAL

Empresa	INN STORE DESIGN												
Responsable	Gerente General												
OBJETIVOS													
Objetivo	Consolidar la imagen de la empresa como fuente de innovación en el mercado de diseño, fabricación y montaje de material para punto de venta												
Estrategia	Posicionamiento por atributos												
Programa	Campaña de Posicionamiento por atributos												
Proyecto	"INN STORE es INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD AL ALCANCE EMPRESARIAL"												
Descripción	Elaboración del plan de medios ATL y BTL para la promoción de los servicios empresariales de INN STORE DESIGN												
PRESUPUESTO													
Costo aproximado	\$ 4,500.00												
TIEMPO													
2016													
N° ACCIONES	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	Responsable
1 Definición del mensaje													Gerente General
2 Selección de grupo objetivo													Gerente General
3 Identificación de medios de comunicación													Agencia
4 Construcción de presupuesto													Agencia
5 Desarrollo de artes y piezas publicitarias													Agencia
6 Pauta													Agencia
7 Seguimiento													Agencia
8 Evaluación (ROI)													Gerente General
Fecha de inicio										Jan-16			
Fecha de terminación										Dec-16			
Indicadores	ROI publicitario												
OBSERVACIONES	La campaña se repite en el año 2018												



PROGRAMAS DE MARKETING

PROYECTO	ESTRATEGIAS DE PRODUCTO	PROGRAMA	2016	2017	2018	2019
1	Desarrollo de productos de impresión	Desarrollo y Especialización de personal en ventas a través de Portal de Compras del SERCOP	X			
2	Desarrollo del mercado del sector público como oferente calificado	Introducción del servicio de impresión digital como complemento a la elaboración de material para punto de venta			X	
3	Desarrollo de empaquetamiento de productos/servicios para venta al segmento de mercado de menor presupuesto	Producto de Diseño, Impresión e Instalación de impresión de gran formato			X	
ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN						
4	Posicionamiento por atributos	Campaña de Posicionamiento por atributos	X		X	
5	Promoción de ventas según mercado geográfico	Selección, Contratación e Inducción de Personal de Ventas	X			
6	Desarrollo de relaciones comerciales de largo plazo	Alianzas comerciales	X			
7	Implementación de acciones de activación de la marca para el mercado industrial	Mini módulos		X		
ESTRATEGIAS DE PROCESOS						
8	Desarrollo del modelo de gestión por procesos para la compañía	Levantamiento de los procesos comerciales	X		X	
ESTRATEGIAS DE PERSONAL						
9	Mejora de las habilidades del personal de venta	Plan de capacitación		X	X	X
ESTRATEGIAS DE PRESENTACIÓN						
10	Fortalecimiento de la identidad en el mercado	Rediseño de imagen corporativa	X			



OBJETIVOS CORPORATIVOS

De crecimiento	Incrementar la participación de mercado 10 %
De desarrollo	Garantizar la satisfacción del cliente
De posicionamiento	Consolidar la imagen de la empresa
Financiero	Obtener una utilidad sobre ventas superior al 10%



PROGRAMAS DE MARKETING

PROYECTO	ESTRATEGIAS DE PRODUCTO	PROGRAMA	2016	2017	2018	2019
1	Desarrollo de productos de impresión	Desarrollo y Especialización de personal en ventas a través de Portal de Compras del SERCOP	X			
2	Desarrollo del mercado del sector público como oferente calificado	Introducción del servicio de impresión digital como complemento a la elaboración de material para punto de venta		X		
3	Desarrollo de empaquetamiento de productos/servicios para venta al segmento de mercado de menor presupuesto	Producto de Diseño, Impresión e Instalación de impresión de gran formato		X		
	ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN	PROGRAMA	2016	2017	2018	2019
4	Posicionamiento por atributos	Campaña de Posicionamiento por atributos	X		X	
5	Promoción de ventas según mercado geográfico	Selección, Contratación e Inducción de Personal de Ventas	X			
6	Desarrollo de relaciones comerciales de largo plazo	Alianzas comerciales	X			
7	Implementación de acciones de activación de la marca para el mercado industrial	Mini módulos		X		
	ESTRATEGIAS DE PROCESOS	PROGRAMA	2016	2017	2018	2019
8	Desarrollo del modelo de gestión por procesos para la compañía	Levantamiento de los procesos comerciales	X		X	
	ESTRATEGIAS DE PERSONAL	PROGRAMA	2016	2017	2018	2019
9	Mejora de las habilidades del personal de venta	Plan de capacitación		X	X	X
	ESTRATEGIAS DE PRESENTACIÓN	PROGRAMA	2016	2017	2018	2019
10	Fortalecimiento de la identidad en el mercado	Rediseño de imagen corporativa	X			

**PROYECTO 4
INFORMACIÓN GENERAL**

Empresa INN STORE DESIGN
Responsable Gerente General

OBJETIVOS

Objetivo Consolidar la imagen de la empresa como fuente de innovación en el mercado de diseño, fabricación y montaje de material para punto de venta
Estrategia Posicionamiento por atributos
Programa Campaña de Posicionamiento por atributos
Proyecto "INN STORE es INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD AL ALCANCE EMPRESARIAL"
Descripción Elaboración del plan de medios ATL y BTL para la promoción de los servicios empresariales de INN STORE DESIGN

PRESUPUESTO

Costo aproximado \$ 4,500.00

TIEMPO N° ACCIONES	2016												Responsable	
	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12		
1 Definición del mensaje	■													Gerente General
2 Selección de grupo objetivo	■													Gerente General
3 identificación de medios de comunicación		■												Agencia
4 Construcción de presupuesto		■	■											Agencia
5 Desarrollo de artes y piezas publicitarias		■	■	■										Agencia
6 Pauta				■	■	■	■			■	■			Agencia
7 Seguimiento				■	■	■	■	■	■					Agencia
8 Evaluación (ROI)									■			■		Gerente General

Fecha de inicio Jan-16

Fecha de terminación Dec-16

Indicadores ROI publicitario

OBSERVACIONES

La campaña se repite en el año 2018



ANALIZAR EL IMPACTO FINANCIERO

PROYECCIÓN DE VENTAS

Proyección de ventas a cuentas nuevas en Quito

Año	Número de cuentas nuevas	Promedio 5000	Promedio 10.000
2016	11	10	1
2017	11	10	1
2018	12	10	2
2019	12	10	2

Proyección de ventas a cuentas nuevas en Guayaquil

Año	Número de cuentas nuevas	Promedio 5000	Promedio 10.000
2016	11	10	1
2017	11	10	1
2018	12	10	2
2019	12	10	2

Proyección de ingresos por ventas a nuevas empresas en Quito

Año	Ingresos Empresas 5000	Ingresos empresas 10000	Total
2016	50.000,00	10.000,00	60.000,00
2017	50.000,00	10.000,00	60.000,00
2018	50.000,00	20.000,00	70.000,00
2019	50.000,00	20.000,00	70.000,00

Proyección de ingresos por ventas a nuevas empresas en Guayaquil

Año	Ingresos Empresas 5000	Ingresos empresas 10000	Total
2016	50.000,00	10.000,00	60.000,00
2017	50.000,00	10.000,00	60.000,00
2018	50.000,00	20.000,00	70.000,00
2019	50.000,00	20.000,00	70.000,00



PROYECCIÓN DE RESULTADOS

80%	Cuentas operativas	96.000,00	96.000,00	112.000,00	112.000,00
INGRESOS ESTIMADOS					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
	Ventas (Diseño y Fabricación)	133.000,00	133.000,00	143.000,00	143.000,00
50%	Materia prima	52.800,00	52.800,00	61.600,00	61.600,00
20%	Costos indirectos de fabricación	19.200,00	19.200,00	22.400,00	22.400,00
	UTILIDAD BRUTA	60.800,00	60.800,00	58.800,00	58.800,00
25%	Gastos Administrativo	24.000,00	24.000,00	26.000,00	26.000,00
	UTILIDAD OPERACIONAL	36.800,00	36.800,00	32.800,00	32.800,00
	Gastos Financieros	-	-	-	-
	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	36.800,00	36.800,00	32.800,00	32.800,00
	Participación de trabajos (10%)	3.680,00	3.680,00	4.280,00	4.280,00
	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	33.120,00	33.120,00	28.520,00	28.520,00
	Impuesto a la renta	4.480,00	4.480,00	5.220,00	5.220,00
	Utilidad Neta	28.640,00	28.640,00	23.300,00	23.300,00

PRESUPUESTO	\$ 41.800,00
TMAR I+R+(I*R)	8,95%
VA	\$ 55.542,11
VAN	\$ 13.742,11
TIR	22,67%



PROYECCIÓN DE VENTAS

Proyección de ventas a cuentas nuevas en Quito

Año	Número de cuentas nuevas	Promedio 5000	Promedio 10.000
2016	11	10	1
2017	11	10	1
2018	12	10	2
2019	12	10	2

Proyección de ventas a cuentas nuevas en Guayaquil

Año	Número de cuentas nuevas	Promedio 5000	Promedio 10.000
2016	11	10	1
2017	11	10	1
2018	12	10	2
2019	12	10	2

Proyección de ingresos por ventas a nuevas empresas en Quito

Año	Ingresos Empresas 5000	Ingresos empresas 10000	Total
2016	50.000,00	10.000,00	60.000,00
2017	50.000,00	10.000,00	60.000,00
2018	50.000,00	20.000,00	70.000,00
2019	50.000,00	20.000,00	70.000,00

Proyección de ingresos por ventas a nuevas empresas en Guayaquil

Año	Ingresos Empresas 5000	Ingresos empresas 10000	Total
2016	50.000,00	10.000,00	60.000,00
2017	50.000,00	10.000,00	60.000,00
2018	50.000,00	20.000,00	70.000,00
2019	50.000,00	20.000,00	70.000,00



PROYECCIÓN DE RESULTADOS

80%	Costos operativos					
		96.000,00	96.000,00	112.000,00	112.000,00	
INGRESOS ESTIMADOS						
		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
	Ventas (Diseño y Fabricación)		120.000,00	120.000,00	140.000,00	140.000,00
55%	Materia prima		52.800,00	52.800,00	61.600,00	61.600,00
20%	Costos indirectos de fabricación		19.200,00	19.200,00	22.400,00	22.400,00
	UTILIDAD BRUTA		48.000,00	48.000,00	56.000,00	56.000,00
25%	Gastos Administrativos		24.000,00	24.000,00	28.000,00	28.000,00
	UTILIDAD OPERACIONAL		24.000,00	24.000,00	28.000,00	28.000,00
	Gastos Financieros		-	-	-	-
	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES		24.000,00	24.000,00	28.000,00	28.000,00
	Participación de trabajos (15%)		3.600,00	3.600,00	4.200,00	4.200,00
	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		20.400,00	20.400,00	23.800,00	23.800,00
	Impuesto a la renta		4.488,00	4.488,00	5.236,00	5.236,00
	Utilidad Neta	-41800	15.912,00	15.912,00	18.564,00	18.564,00

PRESUPUESTO	\$ 41.800,00
TMAR I+R+(I*R)	8,95%
VA	\$ 55.542,11
VAN	\$ 13.742,11
TIR	22,67%

